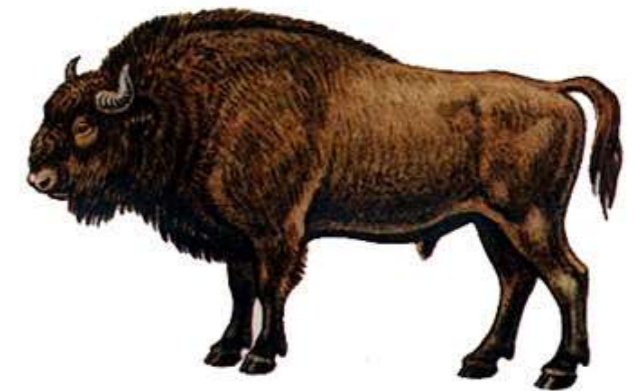


Анализ конкурентов с помощью юзабилити-тестирования



9 @PCampMinsk
августа '14
productcamp

Юрий Веденин

y.vedenin@uxpresso.net

Продакт Менеджеры

1. Определяют, что нужно пользователям
2. Оценивают тренды и конкурентов на рынке
3. Решают, что делать (и что НЕ делать) с продуктом

Продакт Менеджеры

1. Определяют, что нужно пользователям
2. Оценивают тренды и **конкурентов** на рынке
3. Решают, что делать (и что НЕ делать) с продуктом

Анализ конкурентов

Кто это делает?

Анализ конкурентов

А как вы это делаете?

Анализ конкурентов

А что если я скажу тебе ...



Зачем совмещать?

1. У нас-то «замыленный» взгляд
2. Наблюдаем взаимодействие в чистом виде
3. Куча прилегающих НИШТЯКОВ...

Что нужно

1. Доступ к продукту (-ам)
2. Доступ к пользователю (-ям)
3. Показатели для сравнения
4. Сценарии

Самое главное

1. Доступ к продукту (-ам)
2. Доступ к пользователю (-ям)
3. Показатели для сравнения

Ещё главнее

1. Доступ к продукту (-ам)
2. Доступ к пользователю (-ям)

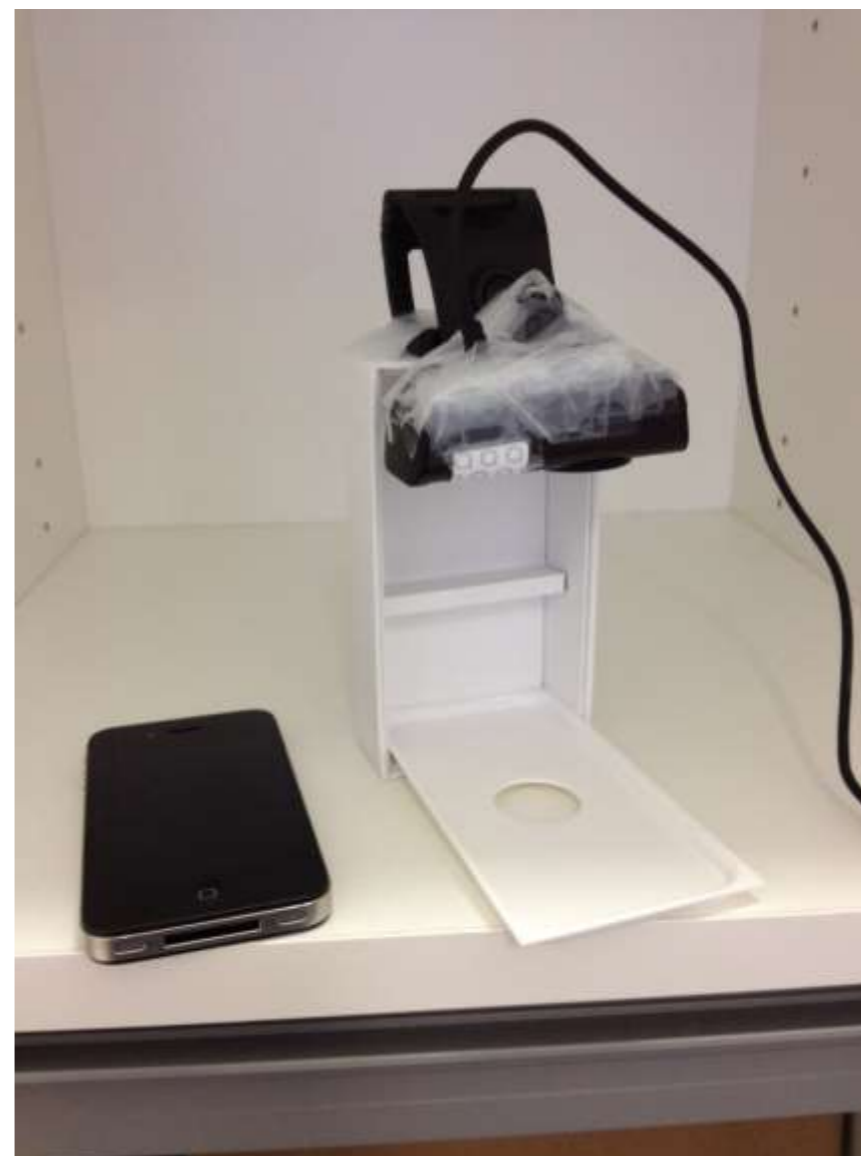
Юзабилити-тестирование



Можно так...



Или так...



Или вообще вот так...



Пара примеров

1. Мобильное приложение
2. Веб-сайт

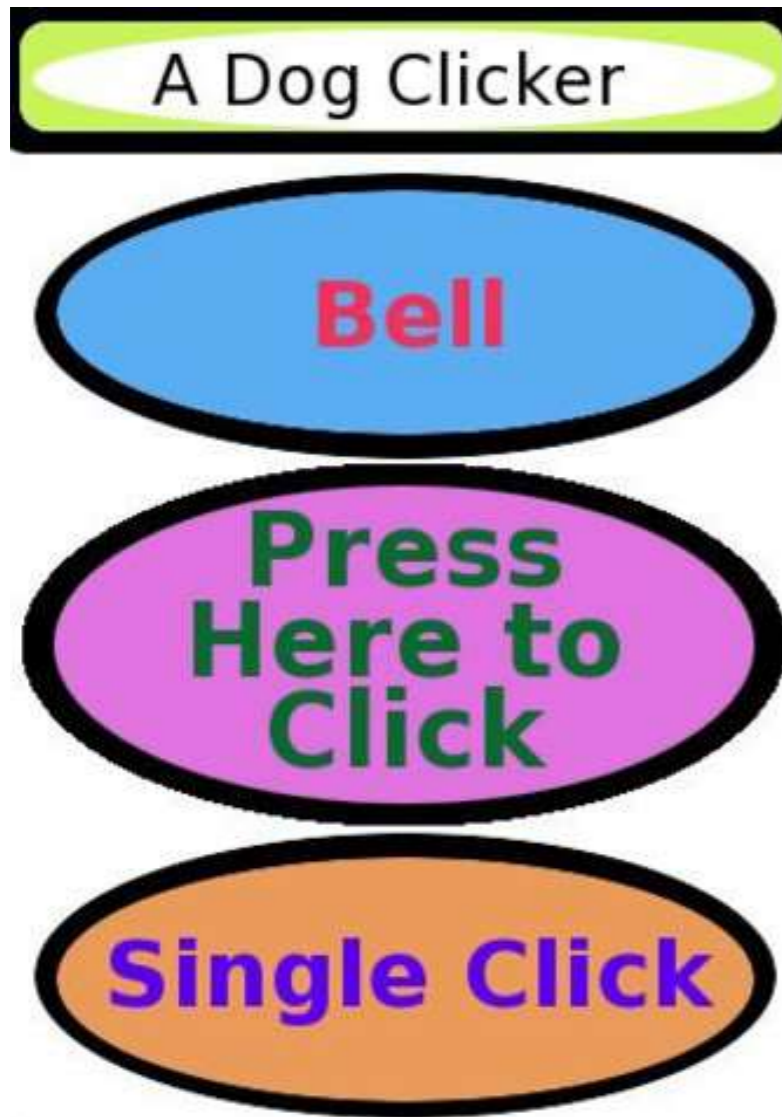
Одно маааленькое приложение



= большая и интересная работа



Конкуренты



ЭМОЦИИ, МИМИКА, ЖЕСТЫ



The puppy pricks up its ears when hears a clicker.

Терпение



The dog ignores most of the sounds.



One of the sounds (5) makes the dog slightly move its ears.

Но не переусердствовать...



Some of the sounds are ignored.



The dog is frightened by the sound (4).

Учитывать разные контексты



Indoors the dog shows interest in most of the sounds (1, 2, 5)



The dogs responds to the sound (5) even in the city.

Какой результат

Dog Clicker:

1. ЦА – не столько собаководы...
2. Не нужны никакие навороты
3. Подтвердили гипотезу о кнопках
4. Самое главное – это звук (и дальше мы перешли к ЮТ звуков):
 - a) Отобрали наилучшие звуки
 - b) Нужны разные звуки

Алгоритм АК + ЮТ

1. Конкуренты – список и доступ
2. Сценарии или задача
3. Респонденты
4. Проводим ЮТ
5. Табличка и анализ
6. Выводы, отчет и/или презентация

Сайт

Бизнес по продаже и обслуживанию систем GPS мониторинга транспорта

Цели:

- 1.Выявление ожиданий пользователя от сайта.
- 2.Выявление фрустрирующих факторов.
- 3.Определение сильных и слабых сторон сайтов конкурентов.

Сайт

1. Конкуренты

1. car.by
2. gurtam.by
3. beltranssat.by
4. ruptela.by

Сайт

2. Сценарии или задача:

1. Открыты сайты всех конкурентов.
2. Подразумевается, что он их сам нашел.
3. Теперь он выбирает, какое оборудование/сервис ему необходим, и клиентом какой фирмы он хочет стать.

3. Респонденты

1.4 потенциальных клиента, N «старых» клиентов

2. Информация по каждому:

- a) Имя, должность, возраст
- b) Компания
- c) Парк машин
- d) Прошлый опыт пользования
- e) Дополнительная информация

Сайт

4. Проводим ЮТ

1. Знакомимся и вводим в контекст
2. Выдаем задание и наблюдаем
3. Фиксируем действия и «мысли вслух»
4. Задаем уточняющие вопросы
5. В конце опрашиваем (опционально)

Сайт

4. Проводим ЮТ



Первое впечатление было неприятное, но я быстро нашёл, что хотел, т.е. можно сказать, что сайт информативен...

...

С первого взгляда, сайт показался мне сделанным более профессионально, чем предыдущий, но здесь другая проблема...



Сайт

5. Табличка и анализ

	У1	У2	У3	У4	У5	У6	У7	У8	У9	У10	У11	У12	У13	У14	У15
2. Ожидания															
Демо-версия	○	○				○		○						○	
Мобильная демо-версия	○														
Конкретно указанные цены на оборудование и обслуживание	○	○												○	
Сравнение конкурентов	○	○								○	○			○	

6. Выводы

1. «Мечты» с нулевой findability
2. «Погладили» нашего клиента
3. Новые гипотезы для бизнеса
4. Самое главное – можно обойтись «малой кровью»

(их там, на самом деле, штук 10 было...)

p.s. Это практически A/B тестирование (:

Алгоритм АК + ЮТ

1. Конкуренты – список и доступ
2. Сценарии или задача
3. Респонденты
4. Проводим ЮТ:
 - а) Знакомство + контекст
 - б) Задания и наблюдаем
 - с) Фиксируем + «мысли вслух»
 - д) Уточняющие вопросы
 - е) Финальный опрос
5. Табличка и анализ
6. Выводы, отчет и/или презентация

Почему это всё очень круто

1. Одним выстрелом – двух зайцев
2. Быстро, эффективно и недорого
3. Больше гипотез для проверки
4. Ещё и продажу можно сделать (:

ЧТО ПОЧИТАТЬ, КУДА СХОДИТЬ

1. [Beyond the Usability Lab - Conducting Large-scale Online User Experience Studies](#)
2. [Usability Testing Essentials - Ready, Set ... Test](#)
3. [Handbook of Usability Testing - How to Plan, Design, and Conduct Effective Tests, Second Edition](#)



Что почитать, куда сходить

1. [5 провокативных утверждений о юзабилити тестировании от David Travis](#)
2. [Полезные советы на тему записи пользователей на видео](#)
3. [Как уменьшить влияние наблюдателя на пользователей при юзабилити-тестировании](#)



P.S.

Ни один пользователь...



...не пострадал
при подготовке
этого доклада.

*(да и
приложения
тоже)*

У меня на сегодня всё...



Юрий Веденин

y.vedenin@uxpresso.net

UXPRESSO
интерфейсы со вкусом 

