



LUMIKNOWS  
Inspiring the Future

# SMART COFFEE EXPERIENCE

ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ НА ПРАКТИКЕ

Екатерина ХРАМКОВА, Алексей КАЛЕНЮК

МОСКВА | UX PEOPLE | 05 ИЮНЯ 2015

## ЛИДЕР ПРАКТИКИ ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЯ В РОССИИ: КРОСС-ИНДУСТРИАЛЬНАЯ ЭКСПЕРТИЗА С 2007



ДИЗАЙН-ИССЛЕДОВАНИЯ | СЕРВИС-ДИЗАЙН | РАЗРАБОТКА НОВЫХ ПРОДУКТОВ

# О ЧЕМ ЭТА ПРЕЗЕНТАЦИЯ

1. Как генерить **идеи** новых продуктов, которых еще не существует
2. Как тестить и получать фидбек в **сжатые сроки**
3. Как выйти за пределы **статических прототипов**

# В ЧЕМ СУТЬ ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЯ

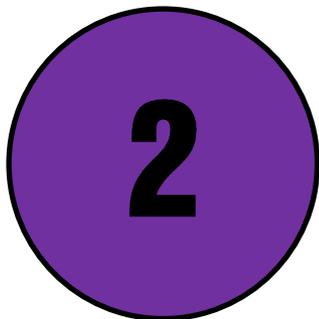
**Что:** Технология творческого поиска по созданию самого лучшего пользовательского опыта

**Как:** Создание быстрого прототипа нового с целью его верификации и тестирования

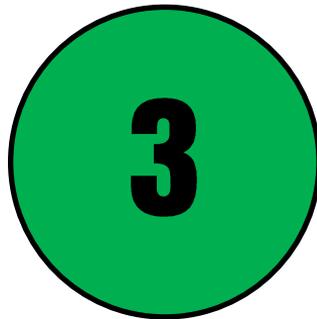
# В ЧЕМ СУТЬ ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЯ



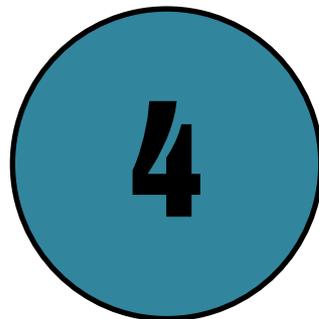
**ПОНИМАНИЕ**



**ФОКУС**



**РЕШЕНИЕ**



**ПРОТОТИП**



**ТЕСТ**

# «ДУМАЙ КАК СОЗДАТЕЛЬ»

## ГИПОТЕЗА

СОЗДАНИЕ **ПОЛЯ ГИПОТЕЗ** ИДЕЙ  
НОВОГО ПРОДУКТА



ПОНИМАНИЕ



ФОКУС



РЕШЕНИЕ

## МОДЕЛЬ

РАЗРАБОТКА ПРОТОТИПА,  
РЕАЛИЗУЮЩЕГО **КЛЮЧЕВОЙ**  
**СЦЕНАРИЙ**



ПРОТОТИП

## ПРОВЕРКА

ПОЛУЧЕНИЕ  
**БЫСТРОГО**  
**ФИДБЕКА РЫНКА**



ТЕСТ

# «ДУМАЙ КАК СОЗДАТЕЛЬ»



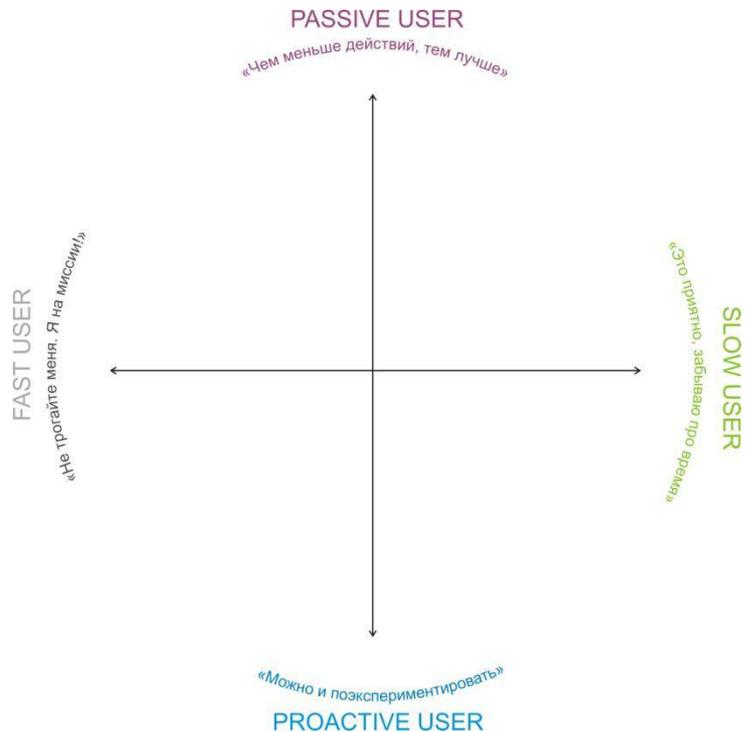
Первая в России программа, объединившая инструментарий дизайн-мышления, трендвотчинга и прототипирования цифровых продуктов

<http://edu.lumiknows.com/designthinking>

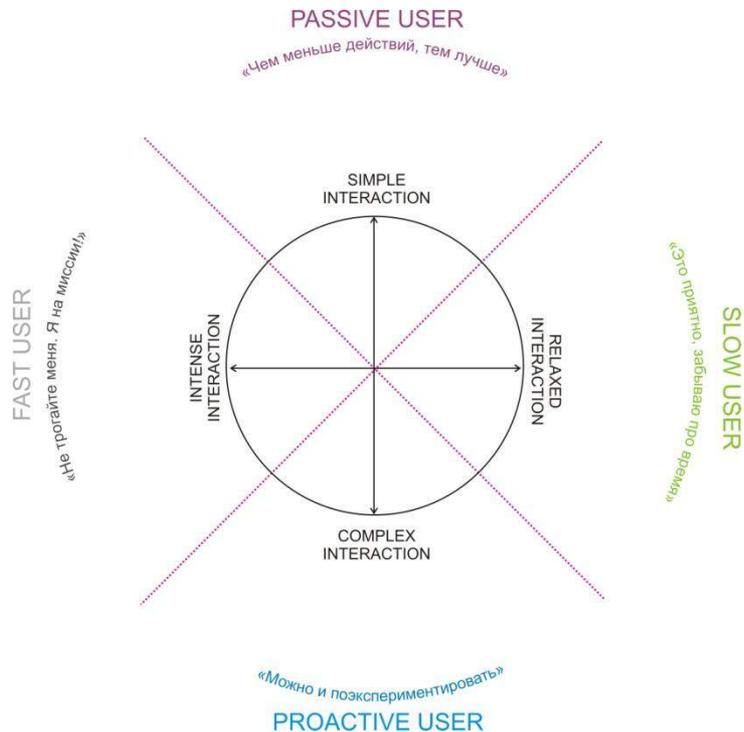
# ОТКУДА ВЗЯЛАСЬ ИДЕЯ «УМНОЙ» КОФЕ-МАШИНЫ



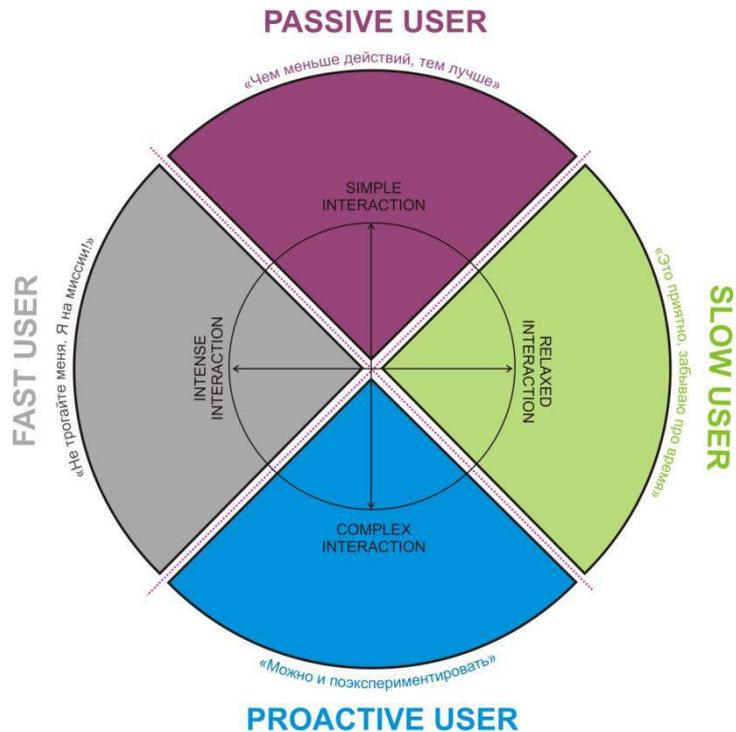
# МАТРИЦА «А ЧТО, ЕСЛИ...»



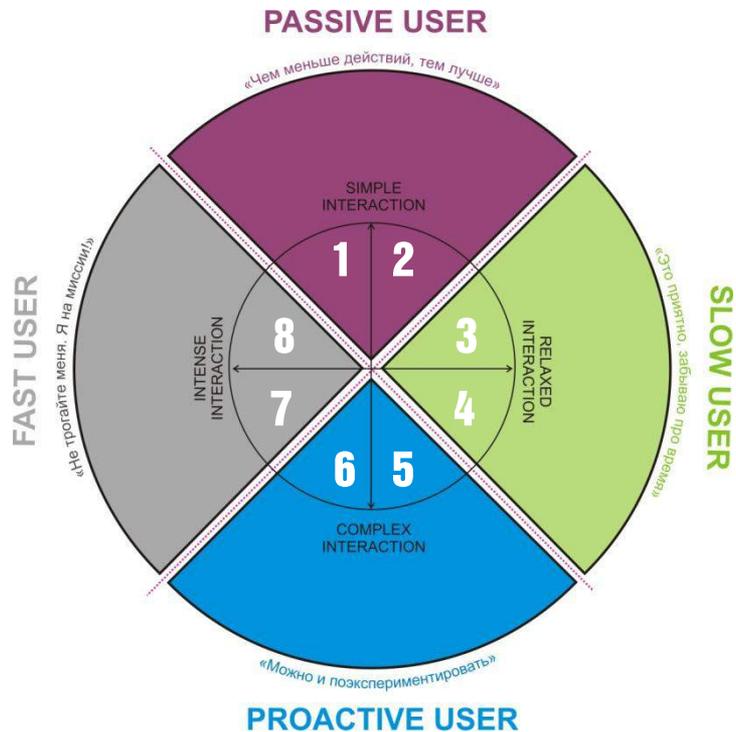
# МАТРИЦА «А ЧТО, ЕСЛИ...»



# МАТРИЦА «А ЧТО, ЕСЛИ...»



# МАТРИЦА «А ЧТО, ЕСЛИ...»



# МАТРИЦА «А ЧТО, ЕСЛИ...»

Описывает **ВСЕ** спектр моделей  
взаимодействия человека с продуктом /  
услугой / бизнесом

# МАТРИЦА «А ЧТО, ЕСЛИ...»

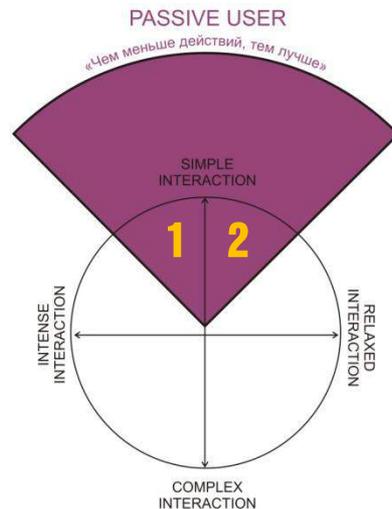
- 1. Позволяет не пропустить различные ситуации пользования**
- 2. Посмотреть, как работает идея продукта для разных категорий пользователей**
- 3. Сгенерить интересные пользовательские сценарии**

# Простое для пользователя взаимодействие, требующее от него минимума действий. **Passive user. Simple interaction**

## 1. Времени нет.

«Не трогайте меня.  
Я на миссии!»

(Intense interaction)



## 2. Время есть.

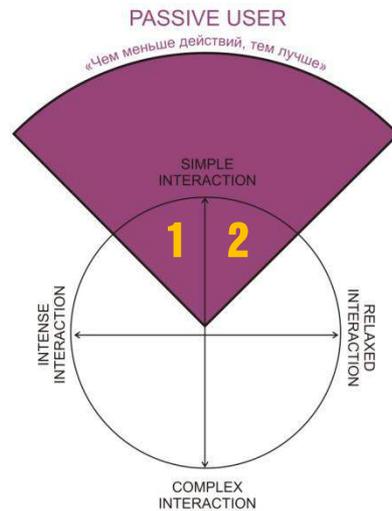
«Это приятно,  
забываю про  
время»

(Relaxed  
interaction)

# Простое для пользователя взаимодействие, требующее от него минимума действий. **Passive user. Simple interaction**

1. Времени нет. «Не трогайте меня. Я на миссии!» (Intense interaction)

Концепт ***Just what I need*** нацелен на удовлетворение базового набора потребностей, представленных в существующих вендинговых кофе-машинах.



2. Время есть. «Это приятно, забываю про время» (Relaxed interaction)

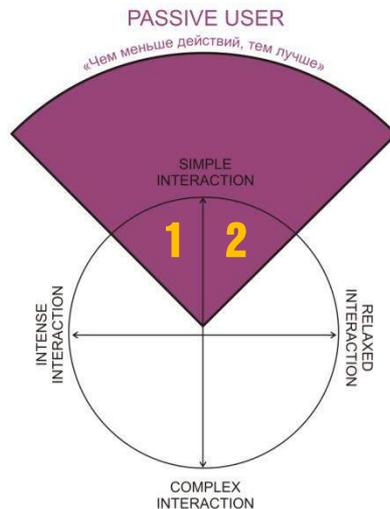
Концепт ***Designed for YOU*** – возможность получить от другого напиток, который создавался, исходя из предпочтений того, кому он предназначен. Наиболее интересная форма - подарок (coffee gift), который можно послать друзьям, знакомым, а также детям от родителей.

# Простое для пользователя взаимодействие, требующее от него минимума действий. **Passive user. Simple interaction**

**1. Времени нет. «Не трогайте меня. Я на миссии!» (Intense interaction)**

**Ключевое желание:** «быстро получить что мне нужно прямо сейчас». Это желание, напоминающее выполнение миссии – «у меня задача быстро выпить кофе», не подразумевающее никаких проактивных действий от пользователя. Важную роль играет привычка «как всегда».

**Как мы можем помочь человеку быстро получить нужный ему кофейный напиток в пути?**



**2. Время есть. «Это приятно, забываю про время» (Relaxed interaction)**

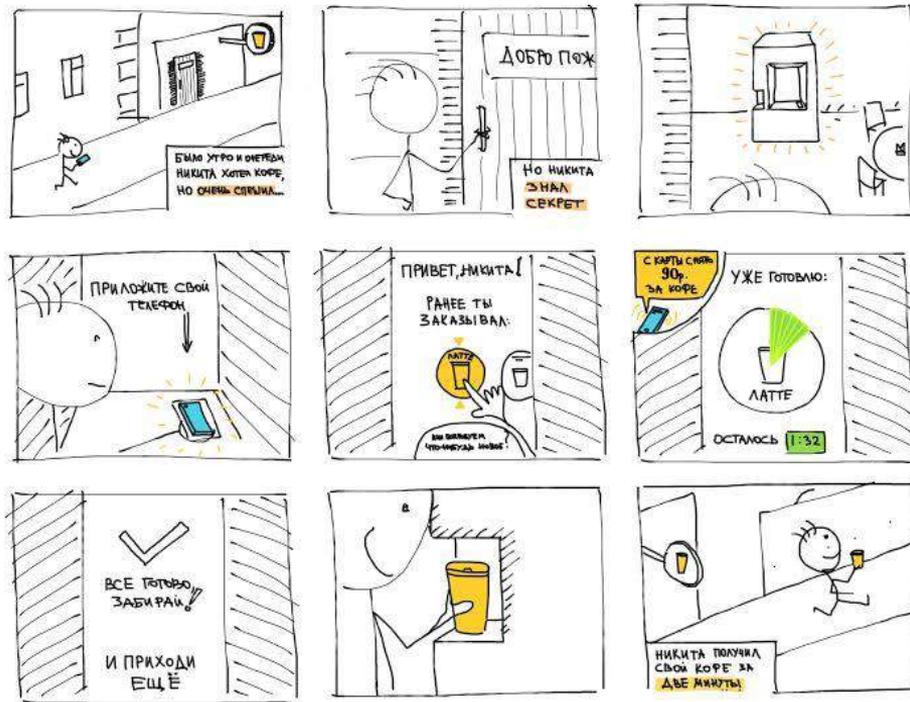
**Ключевое желание:** «почувствовать, что о тебе думают». Это эмоциональное желание, однако, как и в первом случае не подразумевающее проактивных действий со стороны пользователя.

**Как мы можем дать человеку через кофейный опыт почувствовать, что о нем думают?**

# Простое для пользователя взаимодействие, требующее от него минимума действий. **Passive user. Simple interaction**

1. Времени нет. «Не трогайте меня. Я на миссии!» (Intense interaction)

Уже пользовавшийся ранее аппаратом Никита пришел снова в Хлеб Насущный выпить кофе. Аппарат его опознал по приложению или коду и позволил ему быстро повторить напиток. Никита взял с собой и побежал на работу.

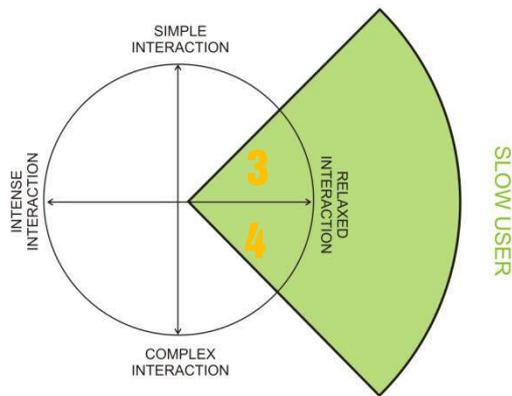


# Взаимодействие в расслабленном режиме. Slow user. Relaxed interaction

3. Пользователь  
ГОТОВ К МИНИМУМУ  
ДЕЙСТВИЙ.

«Чем меньше  
действий, тем  
лучше».

(Simple interaction)



4. Пользователь  
ГОТОВ БЫТЬ  
ПРОАКТИВНЫМ.

«Можно и  
поэксперимен-  
тировать»

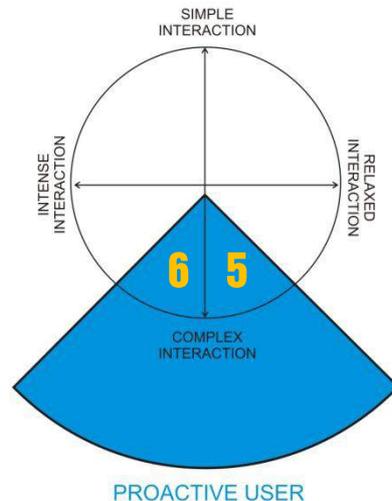
(Complex  
interaction)

# Сложное для пользователя взаимодействие, требующее от него проактивности. **Proactive user. Complex interaction**

## 5. Время есть.

«Это приятно,  
забываю про  
время»

(Relaxed interaction)



## 6. Времени нет.

«Не трогайте  
меня. Я на  
миссии!»

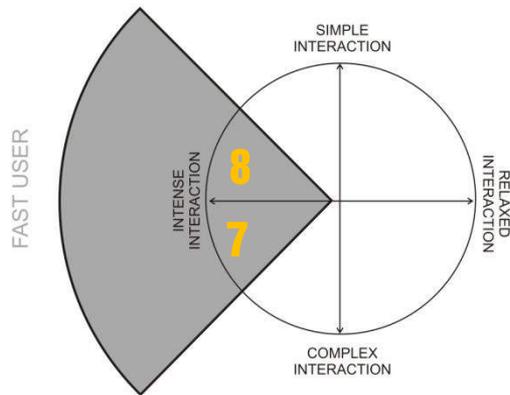
(Intense  
interaction)

# Взаимодействие в режиме ограниченного времени. Fast user. Intense interaction

**7. Пользователь  
ГОТОВ БЫТЬ  
ПРОАКТИВНЫМ.**

**«Можно и  
поэксперимен-  
тировать»**

**(Complex  
interaction)**

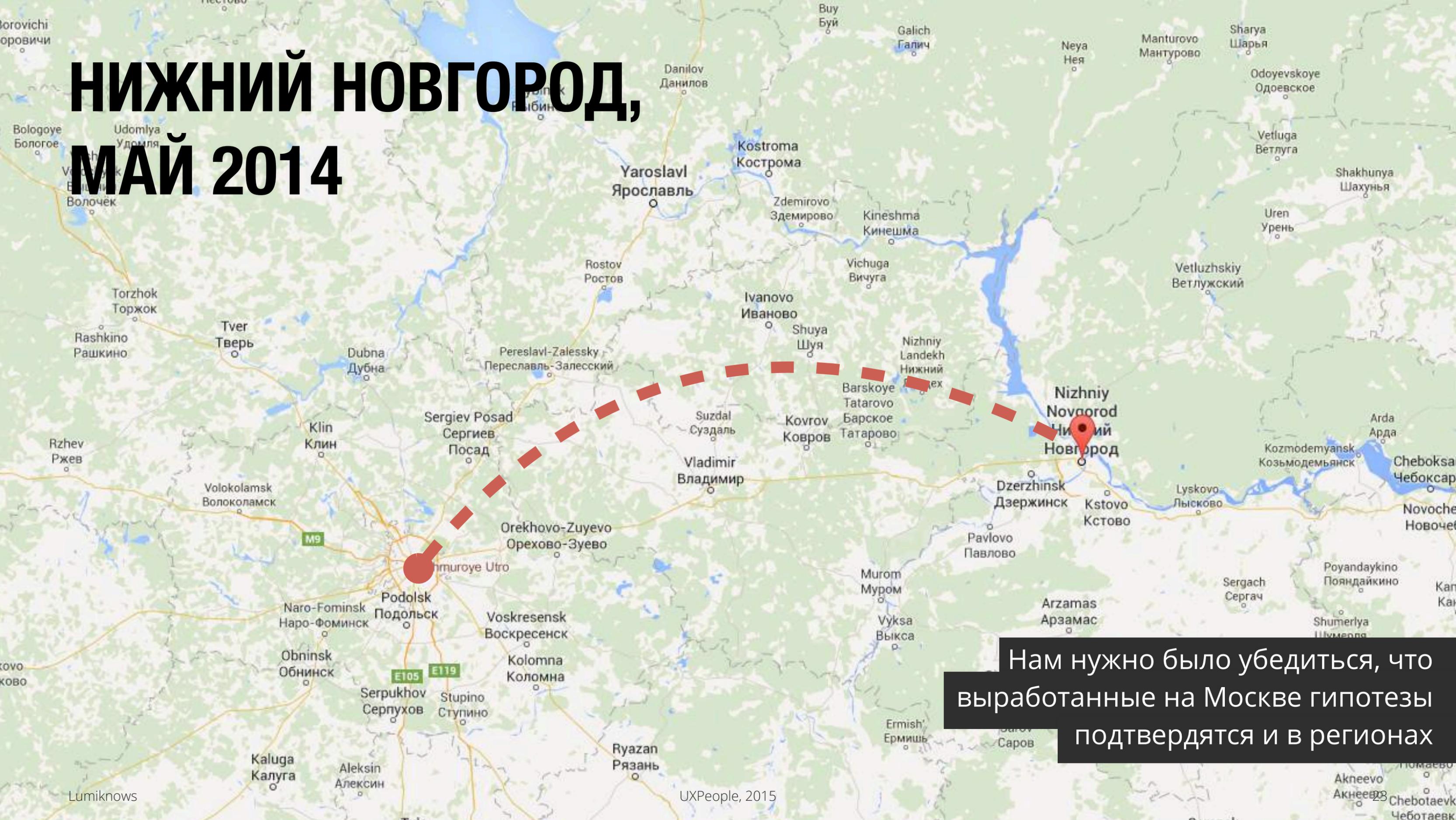


**8. Пользователь  
ГОТОВ К МИНИМУМУ  
ДЕЙСТВИЙ.**

**«Чем меньше  
действий, тем  
лучше».**

**(Simple interaction)**

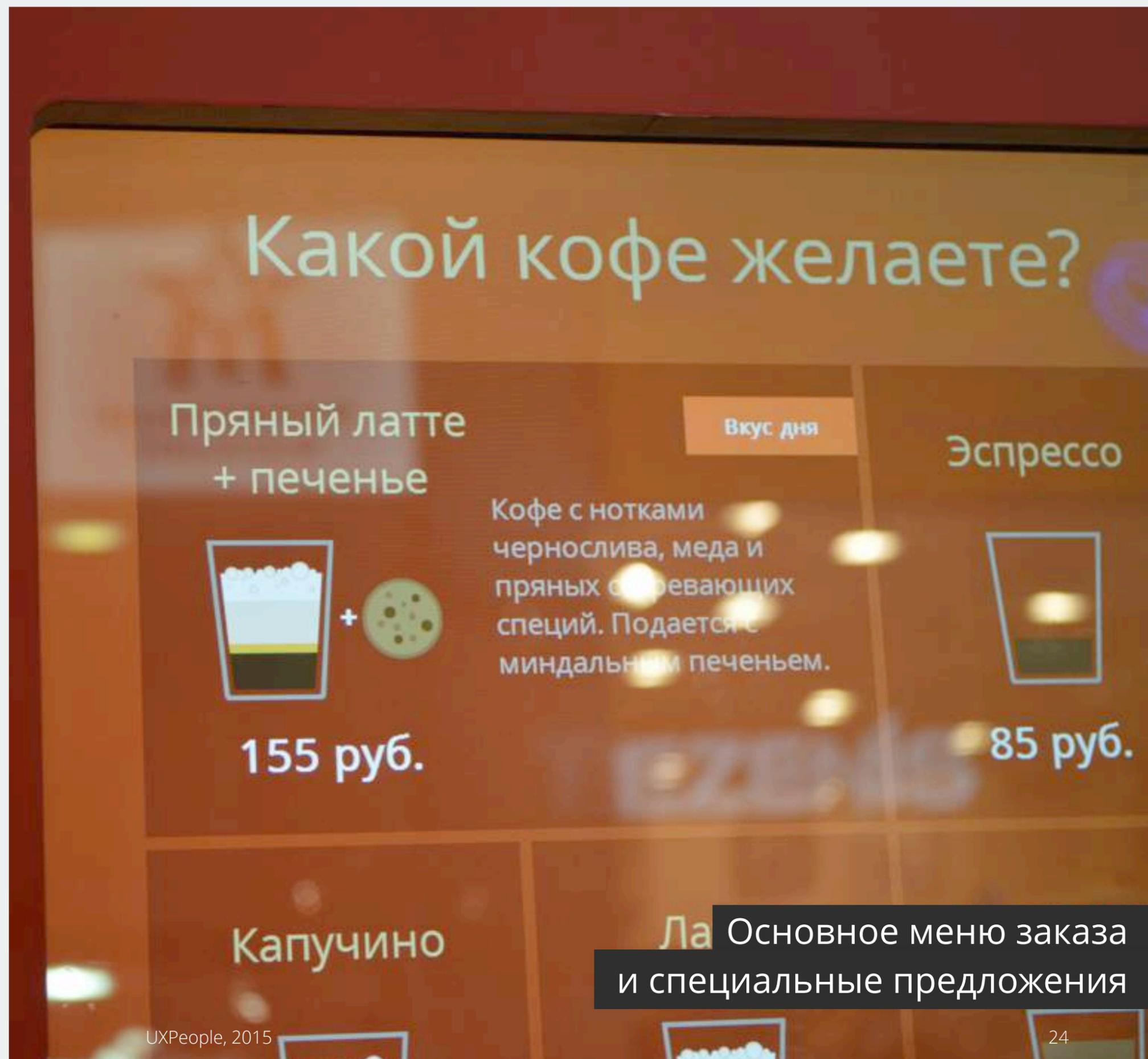
# НИЖНИЙ НОВГОРОД, МАЙ 2014



Нам нужно было убедиться, что выработанные на Москве гипотезы подтвердятся и в регионах



Макет корпуса кофе-машины  
в масштабе 1:1



Основное меню заказа  
и специальные предложения

# НАБОР РЕСПОНДЕНТОВ

Набор респондентов проходил на месте, без предварительного рекрутинга. Люди находились в их естественной среде.

Мотивировали на участие в тесте бесплатным кофе. Это также позволяло отсеивать тех, кто не пьет кофе.

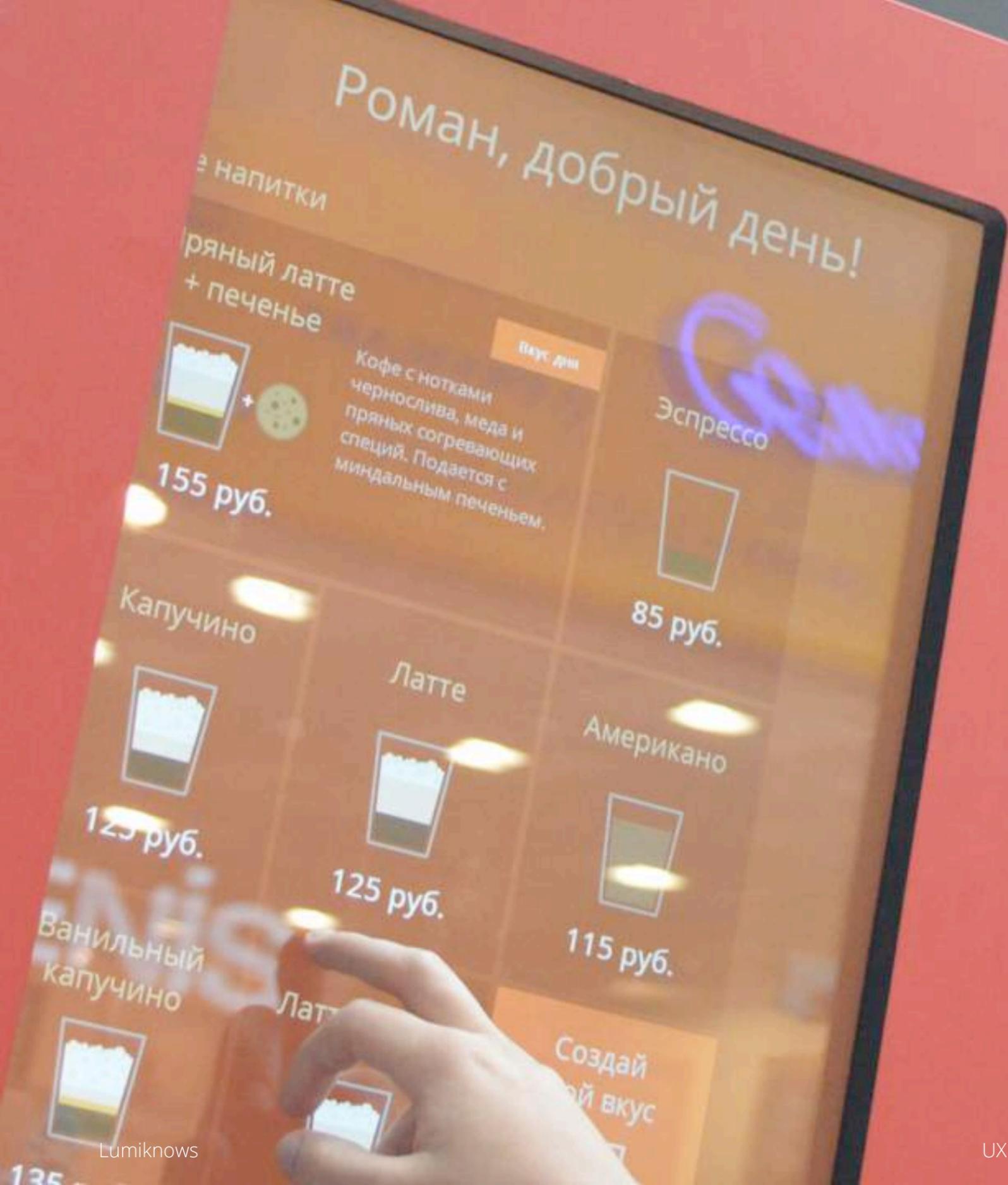


**УЧАСТВУЙТЕ  
В ИССЛЕДОВАНИИ  
И ПОЛУЧИТЕ  
ЧАШКУ КОФЕ  
В ПОДАРОК!**





30+ тестов  
20-60 лет  
м/ж поровну



Смогли проверить не только идею и ключевые сценарии использования, но и механику микро-взаимодействий, а также немного прощупали ценообразование :)

# ОСНАЩЕНИЕ ТЕСТА



ПРИВЕТ,  
ЕЛЕНА



## ПОДОПЫТНЫЙ КОФЕ-АППАРАТ

- живой прототип
- большой сенсорный экран
- приближенный к реальности опыт взаимодействия



## УДАЛЕННЫЙ МАСТЕРМАЙНД

- данные для аппарата меню, ингредиенты, цены
- персонификация имя клиента
- очистка сессии перед новым респондентом





# ХОД ИССЛЕДОВАНИЯ

ПЛАНИРОВАНИЕ



**МАРТ  
2014**

Определено  
восемь идей

Тестирование стори-  
бордов, Москва,  
10 тестов

Статический  
прототип

Пилотный тест,  
Москва

**МАЙ  
2014**

Дизайн-  
исследования,  
Москва,  
20 глубинных  
интервью,  
80 онлайн.

Проработка  
ключевых  
сценариев

Выбрано  
основное  
направление

Живой  
прототип

Полевой тест,  
Нижний Новгород,  
30+ тестов

# ВЫВОДЫ

- Get out of the building!
- в оффлайне есть потребность в новом опыте взаимодействия, и она не удовлетворена
- не надо останавливаться на статических прототипах и лабораторных тестах: в динамике все гораздо интереснее



**МИР ТЕБЕ,**

**КОФЕЙНЫЙ ПРИШЕЛЕЦ**



# LUMIKNOWS

Inspiring the Future

## СПАСИБО!



**Екатерина ХРАМКОВА**  
[e.khramkova@lumiknows.com](mailto:e.khramkova@lumiknows.com)



**Алексей КАЛЕНЮК**  
[alex.kalenyuk@gmail.com](mailto:alex.kalenyuk@gmail.com)

**МЫ ПОМОГАЕМ БИЗНЕСУ ПРОЕКТИРОВАТЬ И УЛУЧШАТЬ  
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ЧЕЛОВЕКА С ОКРУЖАЮЩИМ МИРОМ**