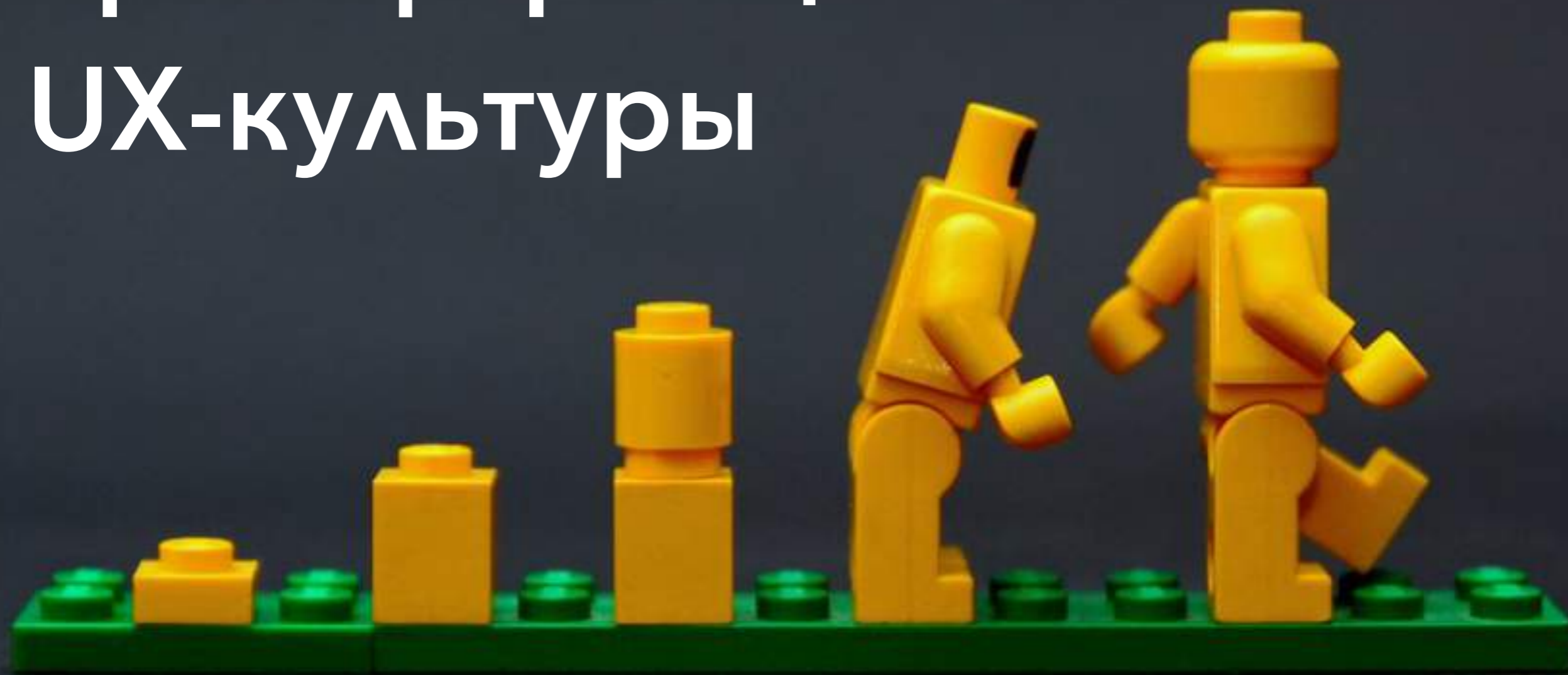


# Трансформация UX-культуры



# Никита Ефимов

[efimov.nikita@gmail.com](mailto:efimov.nikita@gmail.com)

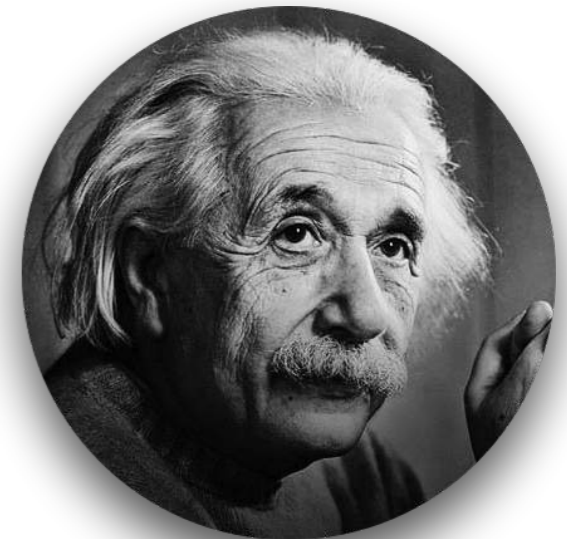
[fb.com/nikita.efimov](https://fb.com/nikita.efimov)

[slideshare.net/nefimov](https://slideshare.net/nefimov)



**“** The only source of knowledge is  
experience.

*Albert Einstein*



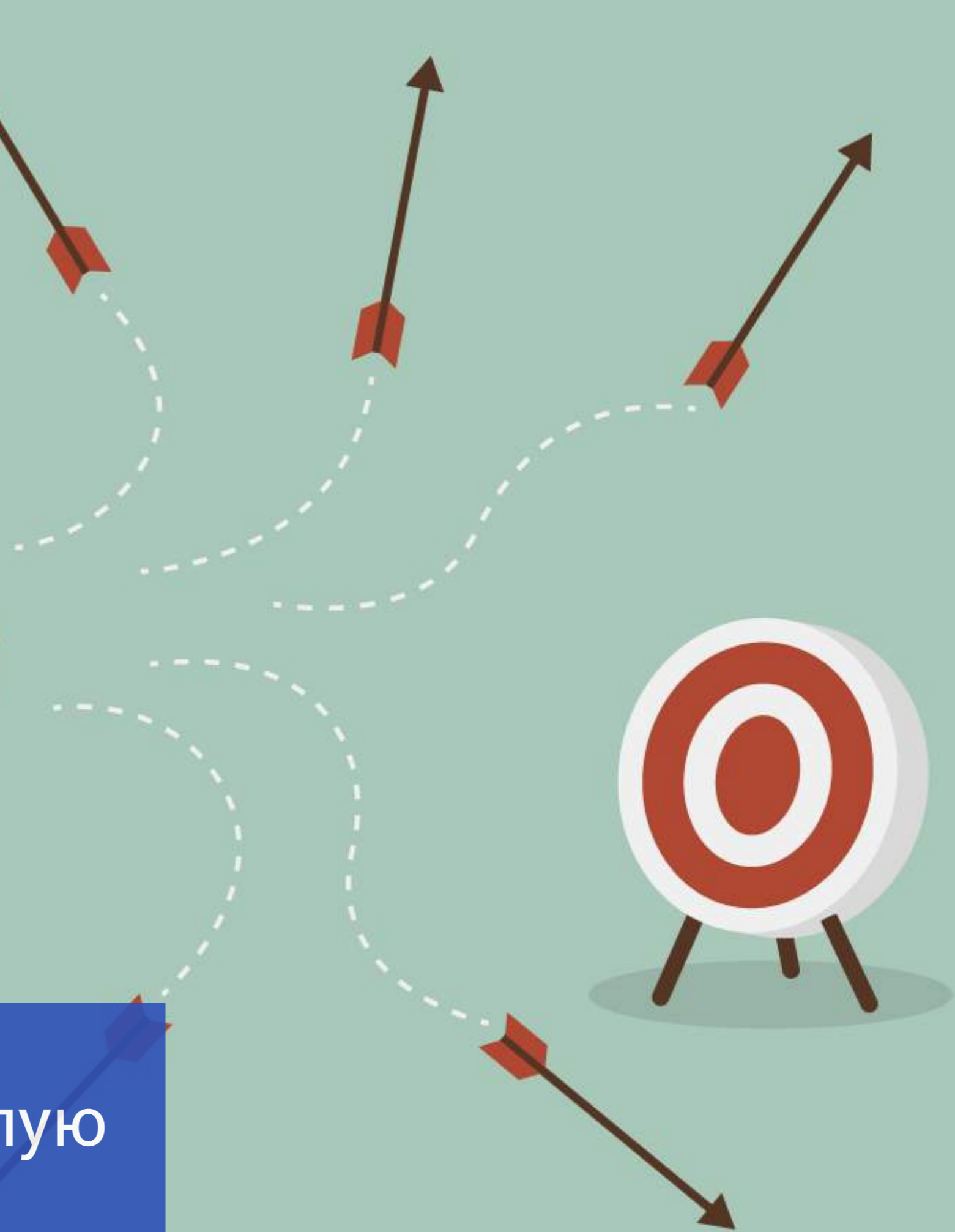
“ Culture – **the way of life**, especially the general customs and beliefs, of a particular group of people at a particular time.

*Cambridge Dictionary*

# Что важно



---

- **Сформированный и понятный набор ценностей и принципов**
- **Менять сразу по нескольким направлениям**  
У разных людей / с точки зрения разных взаимодействий
- **Это непрекращающийся и постоянно меняющийся процесс**  
Ещё и от контекста зависит



Применение вслепую

# Пример


 **Alan Cooper**   
@MrAlanCooper Following



I don't give a fuck if you like or use personas. Just don't make up some random shit, call it "personas", and then say it doesn't work. 1

2:50 PM - 18 Sep 2017

197 Retweets 584 Likes



21 197 584

 Tweet your reply

 **Alan Cooper**  @MrAlanCooper · Sep 18

Just don't tell people that a method that has been proven effective for 25 years doesn't work, just because YOU can't make it work. 5

1 12 67

 **Alan Cooper**   
@MrAlanCooper Following

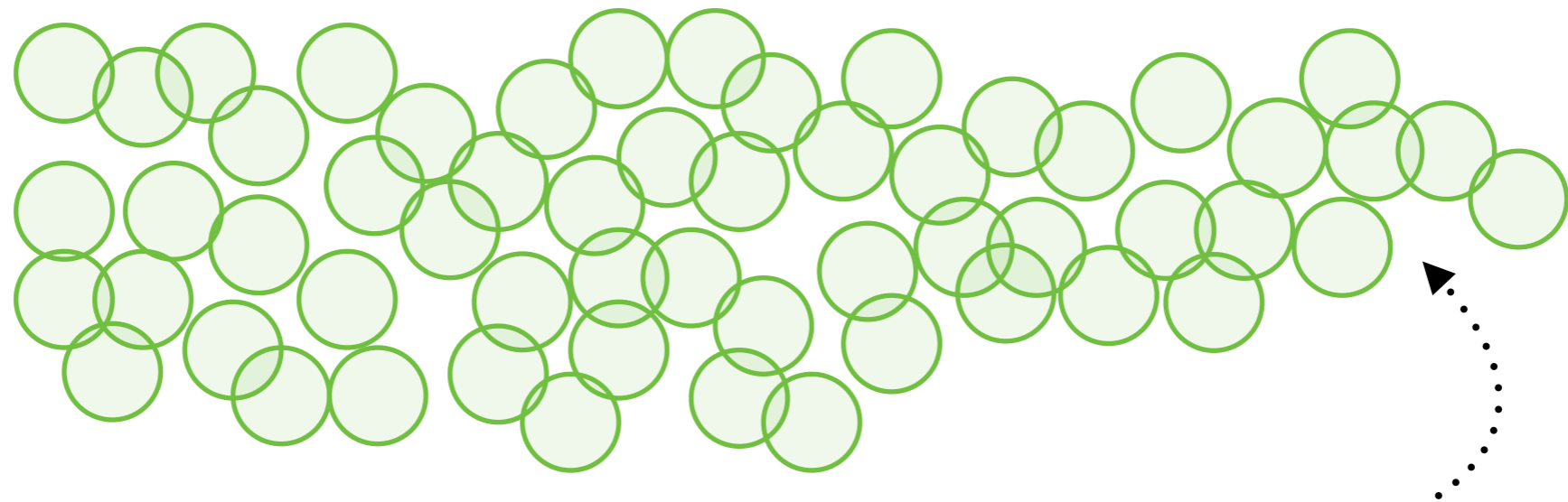
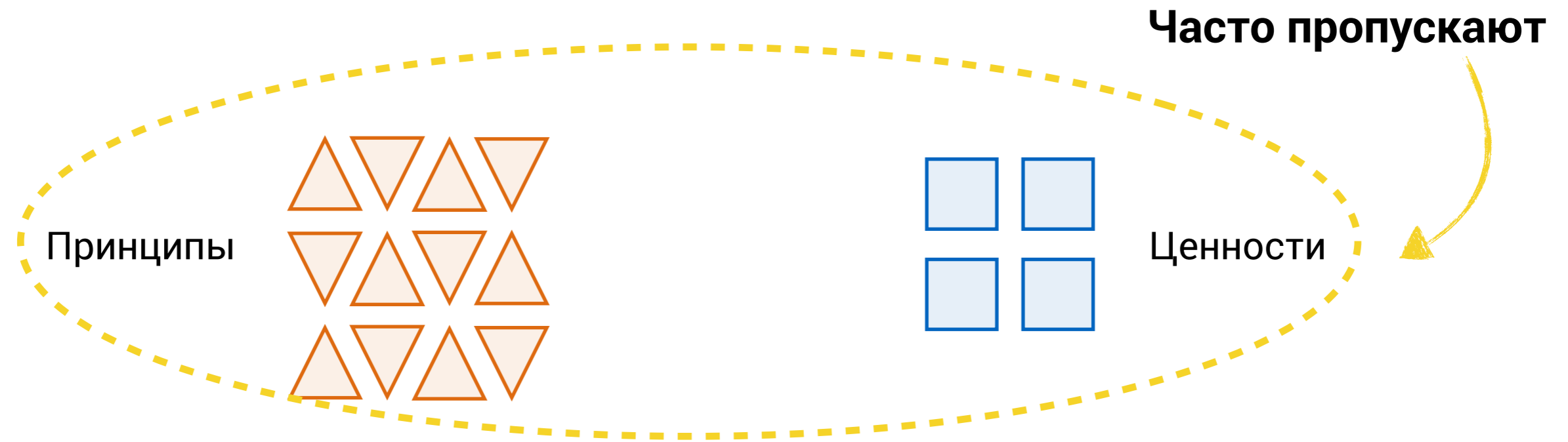
I've tried to learn to play baseball and I suck at it. But I don't blame the game of baseball. It's me! 6

2:55 PM - 18 Sep 2017

5 Retweets 36 Likes

1 5 36

# Всё начинается с ...



Огромное количество практик, техник и инструментов



# Всё связано

---

Принципы



Ценности



Практики

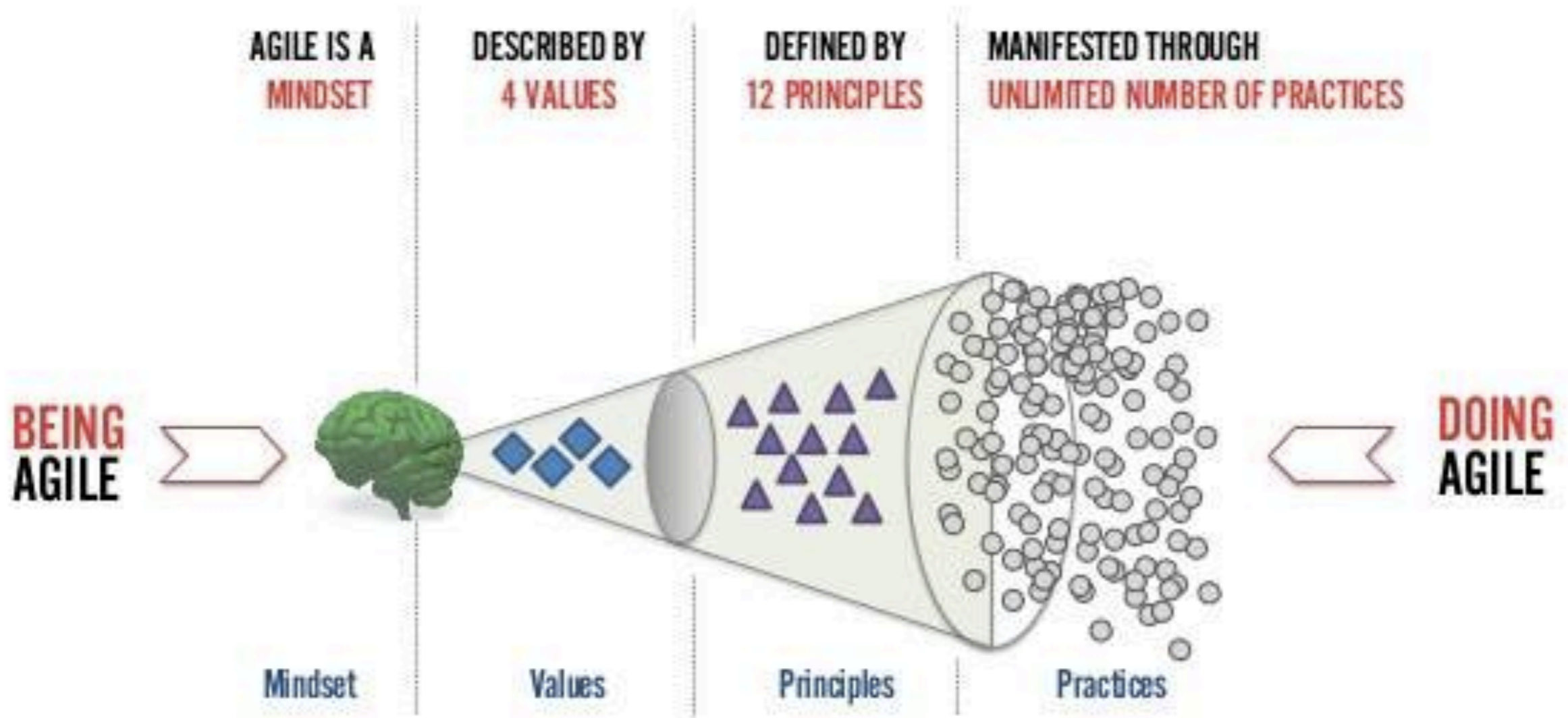


Инструменты  
и техники

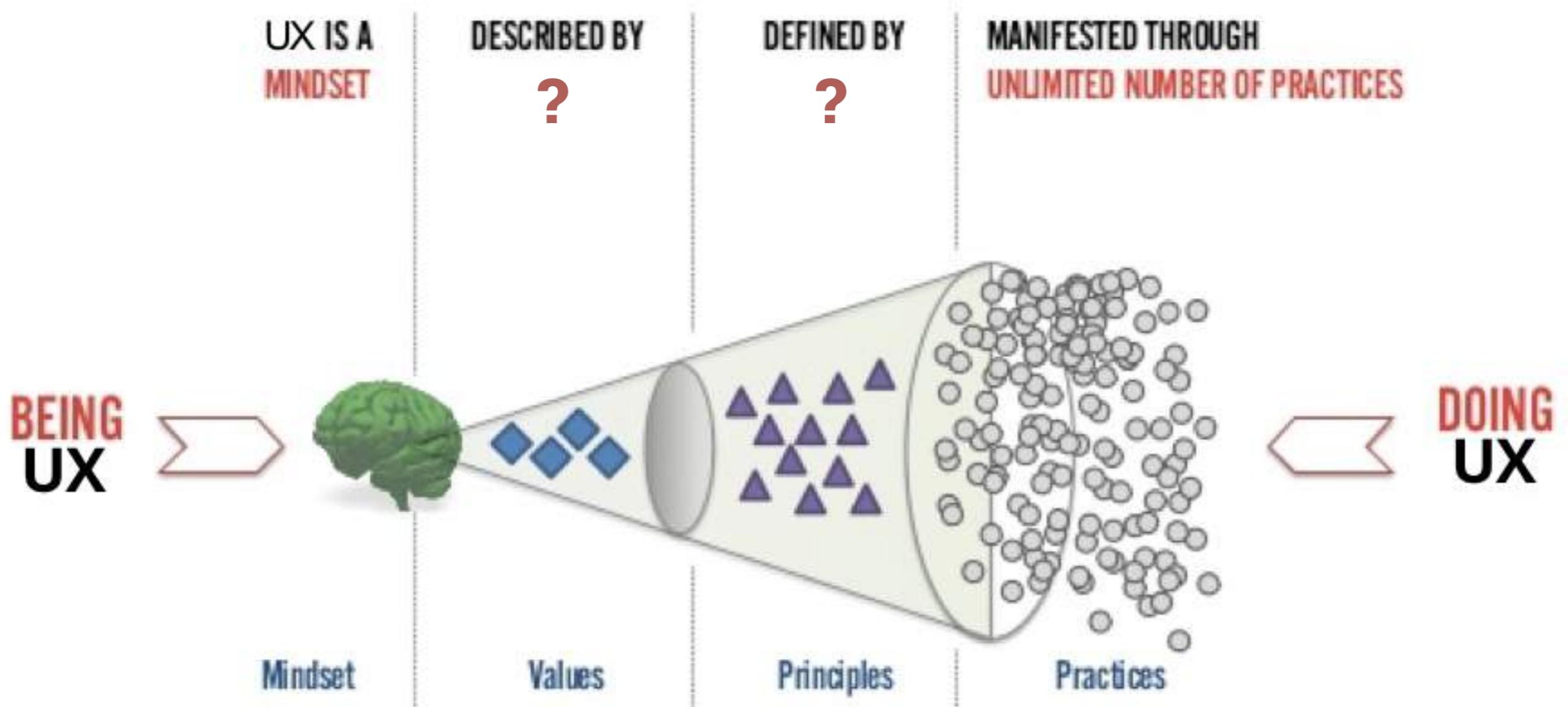


зависят от контекста

# Agile как пример



# Те же яйца, только в профиль



# Примеры UX-манифеста

---

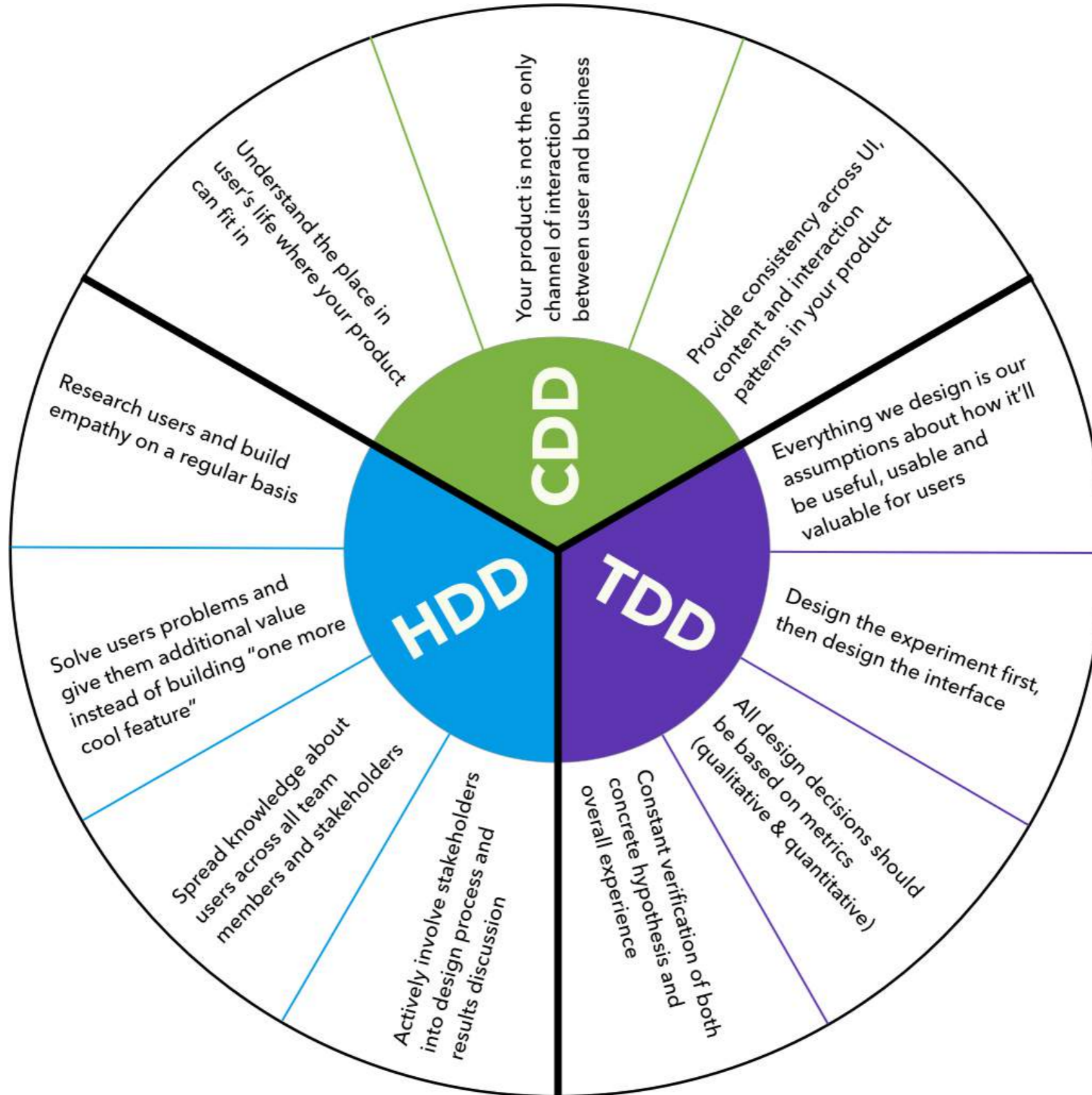
- Collaboration over siloed working
- Interactive prototypes over static documentation
- Designing for users over designing for stakeholders
- What users need over what users want
- What users do over what users say
- User insights over assumptions
- Pragmatism over user-centred design pureism

- **Early customer validation** over releasing products with unknown end-user value
- **Collaborative design** over designing on an island
- **Solving user problems** over designing the next “cool” feature
- **Measuring KPIs** over undefined success metrics
- **Applying appropriate tools** over following a rigid plan
- **Nimble design** over heavy wireframes, comps or specs

- Users needs and wants over business processes and UX tools
- Solving real problems over comprehensive assets and deliverable
- Stakeholder collaboration over requirements negotiation
- Understanding the intangible over refining the measurable

- Experience is what people go through when they interact with the world.
- Experience can be improved and can evolve into new forms.
- A positive experience improves people’s lives.
- A positive experience goes beyond people’s expectations.
- A positive experience is simple and clear.

# Цели и принципы





WTF?!?!

# Ключевые направления

---

## 1. Human-Driven Design

Build empathy (and use it) any time you can

## 2. Test-Driven Design

Don't design a product, design an experiment

## 3. Consistency-Driven Design

Predictable behavior and consistency across all touchpoints

# Human-Driven Design

---

- Решаем проблемы людей и даём им дополнительную ценность, а не придумываем фичи.
- Постоянно изучаем пользователей, развиваем эмпатию к НИМ.
- Распространяем знания о наших пользователях среди всех заинтересованных лиц и участников процесса.
- Активно вовлекаем заинтересованных лиц в процесс создания интерфейса и обсуждения результатов.



# Test-Driven Design

---

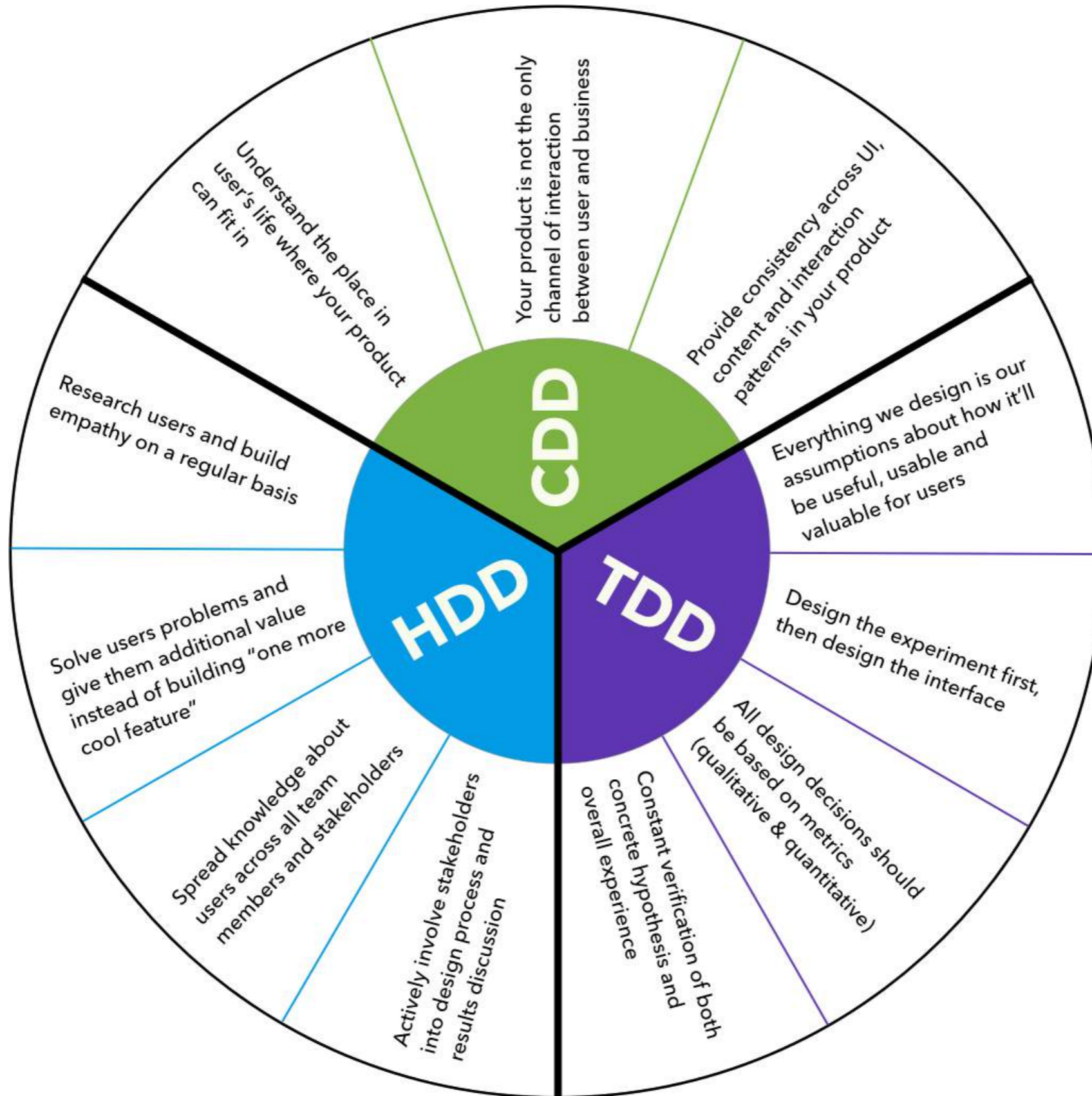
- Всё, что мы делаем – это гипотезы о том, как будет хорошо и удобно пользователям.
- Сначала проектируем эксперимент, а затем уже интерфейс.
- Решения принимаем на основе метрик (как количественных, так и качественных).
- Постоянная проверка как конкретных гипотез, так и цельного опыта взаимодействия.

# Consistency-Driven Design

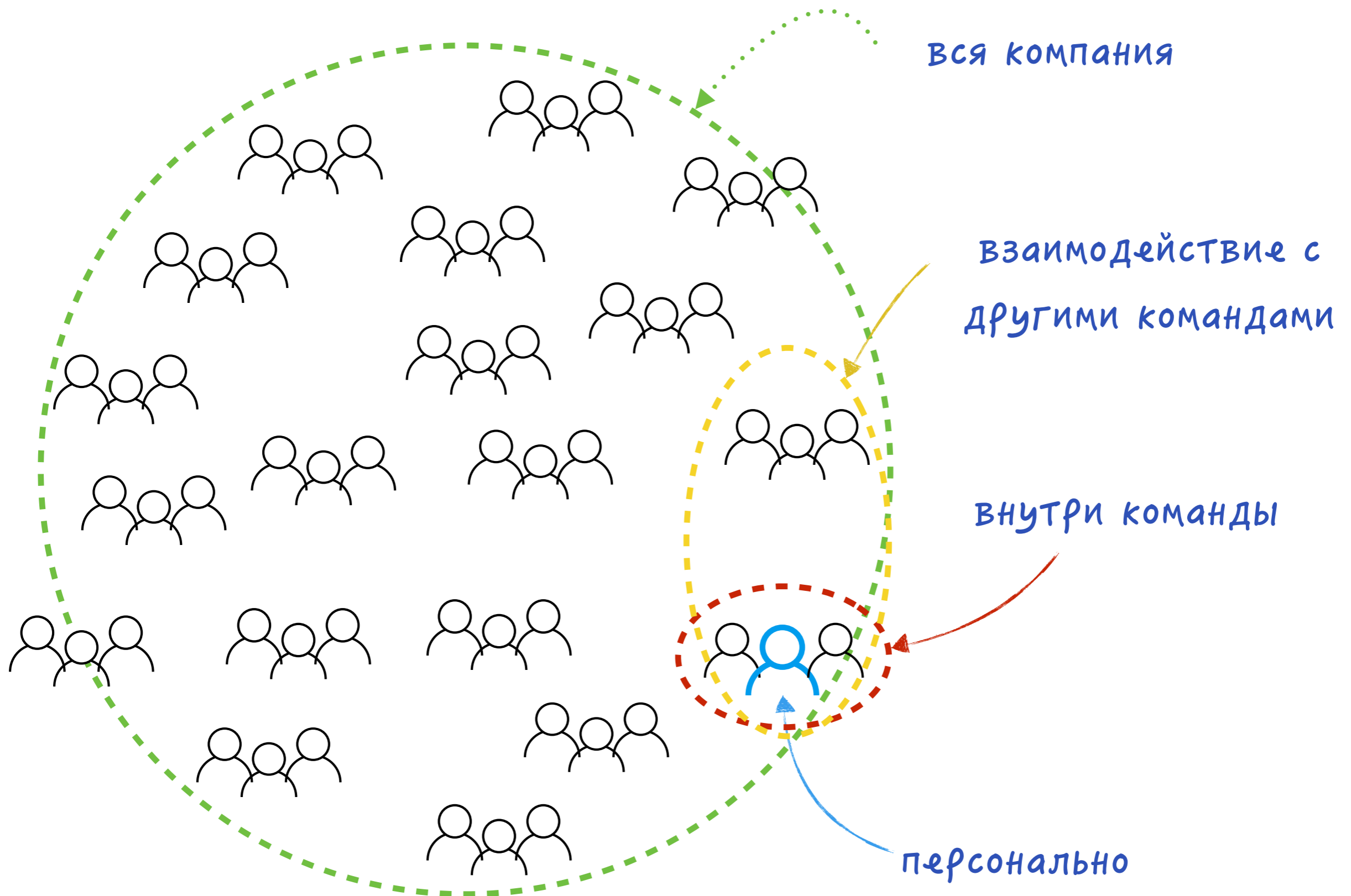
---

- Понимаем наше место в жизни и рабочей среде человека, чтобы гармонично туда встроиться.
- Последовательность во всех точках контакта человека с продуктом и бизнесом.
- Последовательность в интерфейсе, контексте, паттернах взаимодействия.

# Цели и принципы



# Разные точки приложения силы



# Пример



John Patel - UX Designer

Idealist

## Demographic

♂ Male 34 years

📍 London, GB

Married

Lead UX designer

High income

## Background

John is a lead UX designer and is responsible for managing all design projects in his company. He takes part in design workshops, mentors other designers and presents all artifacts to customers.

If there are no meetings and any activities in the office, John prefers to work remotely - it allows him to spend more time with his family and help his wife.

## Goals

- Being able to present his work results to customers, teammates, and management in a nice and digestible way without spending hours on drawing everything from scratch.
- Having everything in one place and always at hand.

## Motivations

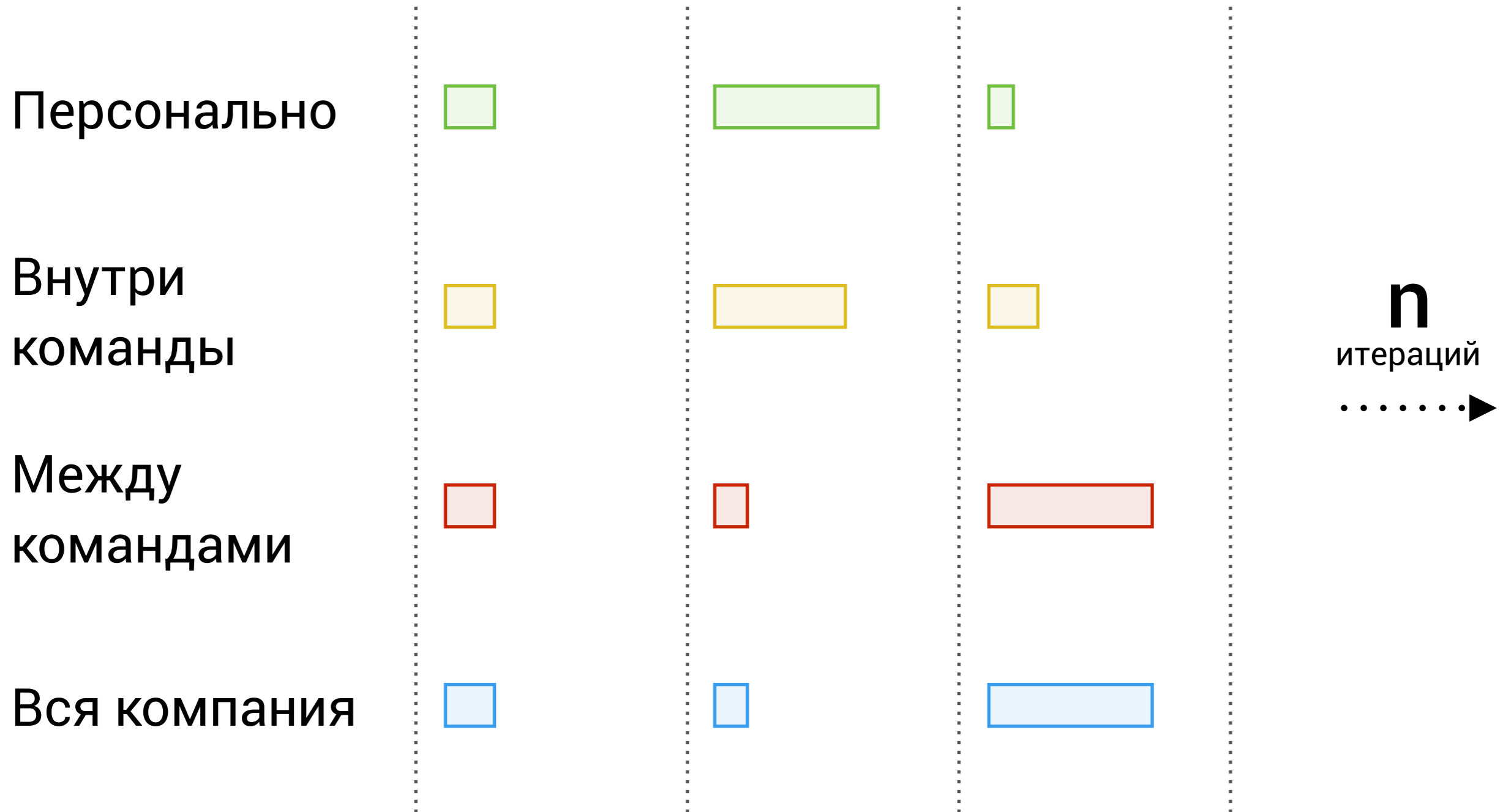
- Automation of routine operations
- Single place to manage all the UX artifacts
- Easy way to present work to the customer

## Frustrations

- Time wasted on setting up the tool instead of using it
- Price/value ratio

# На постоянной основе

---



# Разные модели UX-зрелости

## Jacob Nielsen, 2006

UX Maturity Stage	Featuring	Time to next stage
1: Hostility	Developers simply <b>don't want to hear about users or their needs</b>	Up to <b>decades</b>
2: Developer-Centered	<b>Design team relies on its own intuition</b>	<b>2-3 years</b>
3: Skunkworks	Guerilla user research or external usability experts	<b>2-3 years</b>
4: Dedicated Budget	<b>Usability is planned for</b>	<b>2-3 years</b>
5: Managed	<b>Someone to think about usability across the organization</b>	<b>6-7 years</b>
6: Systematic Process	<b>Tracking user experience quality</b>	<b>6-7 years</b>
7: Integrated User-Centered Design	Employing usability data to determine what company should build	<b>~ 20 years</b>
8: User-Driven Corporation	Usability affects corporate strategy and activities beyond interface design	<b>~40 years to get from start</b>

## Maturity Model for Customer Experience

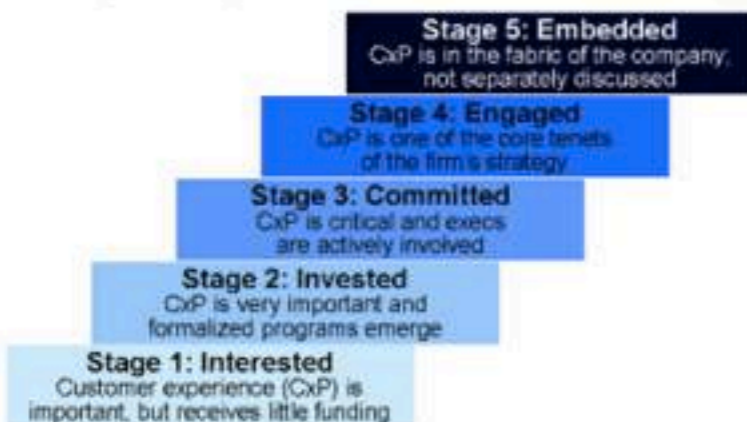
Interested	Invested	Committed	Engaged	Embedded
<ul style="list-style-type: none"> <li>Customer Experience is important, but receives little funding</li> <li>Various disjointed efforts</li> <li>No major investments</li> <li>No clear leadership</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Customer Experience is very important, formalized programs begin to emerge</li> <li>Investments in capital and personnel begin; centralization of staff</li> <li>Intensified focus on problem resolution</li> <li>More formalized Voice of the Customer programs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Customer Experience is critical, and executives are actively involved</li> <li>The firm understands the impact of Customer Experience on growth and profitability</li> <li>Transformational efforts are underway</li> <li>Focus on redesigning processes, not incremental or piecemeal improvements</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Customer Experience is one of the core tenets of the firm's strategy</li> <li>Focus shifts from process improvements to innovative breakthroughs</li> <li>Employee Engagement becomes a key focus, centralization is therefore less critical</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Customer Experience is in the fabric of the company, not separately discussed</li> <li>Employees feel joint ownership</li> <li>Executive team focuses on customer-centric culture; specific change efforts are not required</li> <li>May take years to achieve ...</li> </ul>

## Experience-Based Differentiation

By Customer Experience Matters – Sep 18, 2008

Published in Forrester Report [The Customer Experience Journey](#)

### Five Stages Of Experience-Based Differentiation Maturity



**Stage 1 (Interested):** In the first level of EBD maturity, companies begin to believe that customer experience is an important business. They start undertaking a number of different initiatives, but are not making any major investments, attempting to get a handle on the current situation. There's a flurry of uncoordinated efforts and no real leadership for customer experience activities.

**Stage 2 (Invested):** Companies enter into the second level of EBD maturity after they recognize that customer experience requires significant investment; in both capital and key personnel. A more structured approach to customer experience becomes more of a priority. There is an intensified focus on fixing problems. We start to see customer experience groups and more formalized [customer programs](#).

**Stage 3 (Committed):** In the third level of EBD maturity, companies are embracing customer experience because they understand the impact it has on business results like growth and profitability. Customer effort is no longer isolated to a few groups as customer experience becomes a major transformational effort across the organization. Instead of just trying to fix problems, the focus turns to redesigning processes.

**Stage 4 (Engaged):** When companies enter into the fourth level of EBD maturity, customer experience is a key component of everything



# Например

## Jacob Nielsen, 2006

UX Maturity Stage	Featuring	Time to next stage
1: Hostility	Developers simply <b>don't want to hear about users or their needs</b>	Up to <b>decades</b>
2: Developer-Centered	<b>Design team relies on its own intuition</b>	<b>2-3</b> years
3: Skunkworks	Guerilla user research or external usability experts	<b>2-3</b> years
4: Dedicated Budget	<b>Usability is planned for</b>	<b>2-3</b> years
5: Managed	<b>Someone to think about usability across the organization</b>	<b>6-7</b> years
6: Systematic Process	<b>Tracking user experience quality</b>	<b>6-7</b> years
7: Integrated User-Centered Design	Employing usability data to determine what company should build	~ <b>20</b> years
8: User-Driven Corporation	Usability affects corporate strategy and activities beyond interface design	~ <b>40</b> years to get from start



# Но...

---



“У нас выделенный бюджет. Мы на 4 стадии!”

*Менеджер*



“Но... Мы проводим недостаточно исследований!”

*UX researcher*



“Разрабы и продакты делают по-своему :(”

*UX designer*



**Learn → Change → Improve**



# Пример

Team			
	HDD	TDD	CDD
Activities		<ul style="list-style-type: none"><li>- Делаем как указано в задаче</li><li>- Копируем решения конкурентов с мелкими исправлениями</li></ul>	
Problems		<ul style="list-style-type: none"><li>- Тратим время на детальную проработку одного решения, затем долго спорим о его применимости (автор усердно защищает)</li><li>- Слишком много возвратов на переработку</li></ul>	
Experience			

# Различные практики

# HDD: примеры практик

---

## \* Привычка изучать пользователей

- Интервью, наблюдение, опросы и др.
- Анализ конкурентов (с точки зрения сценариев)
- Анализ отзывов пользователей конкурентов
- Empathy Map (и её вариации)

## \* Привычка переводить входящие “хотелки” в область проблем

- Обучение поддержки/клиентского сервиса задавать “правильные” вопросы
- “5 почему?” and анализ причинно-следственной связи
- Value Proposition Canvas, Feature Canvas и др.

# HDD: примеры практик

---

## \* Единая точка входа для обратной связи

- От пользователей (публичное место внутри компании)
- От коллег (для вовлечения)

## \* Публичные результаты на каждой стадии дизайна

- Design demo
- Публичные уведомления внутри компании (канал в Telegram)
- Совместное проектирование с заинтересованными лицами (чтобы делиться знаниями)

# TDD: примеры практик

---

## \* Привычка поиска альтернативных решений

- Расходящееся и сходящееся мышление
- 6-к-1 для всех задач
- Как минимум 2 варианта для сравнения

## \* Привычка работать с гипотезами

- Формулировать разные гипотезы: продуктовые, интерфейсные, исследовательские
- Фиксация критериев успешности для всех гипотез
- “Мне кажется, что ...”



# Пример

Team			
	HDD	TDD	CDD
 Activities		<ul style="list-style-type: none"><li>- Делаем как указано в задаче</li><li>- Копируем решения конкурентов с мелкими исправлениями</li></ul>	
 Problems		<ul style="list-style-type: none"><li>- Тратим время на детальную проработку одного решения, затем долго спорим о его применимости (автор усердно защищает)</li><li>- Слишком много возвратов на переработку</li></ul>	
 Experience			

# Пример

---



## Goals

- Меньше времени тратить на итоговую проработку идеи
- Меньше времени тратить на итоговую проработку идеи



## Ideas

- Попробовать генерить как минимум 2 черновых варианта и обсуждать их без деталей
- Попробовать "мне кажется, что..."

# TDD: примеры практик

---

## \* Привычка давать обратную связь

- Разные техники: feedforward, SBI/BEEF/COIN, 6 шляп и др.
- Распечатки интерфейсных решений с номером задачи в “Jira”

## \* Привычка проводить коридорное тестирование

Не столько для качественных результатов, сколько для вовлечения

## \* Привычка проверки “с разных сторон”

- Каждую конкретную функциональность
- Общий “пульс” продукта

# CDD: примеры практик

---

\* **Привычка** изучения конкурентов и трендов в смежных областях

- Встречи “Клуба Трендов” на постоянной основе

\* **Привычка** прорабатывать эмоциональный дизайн

- Пустые состояния и сообщения об ошибках

# CDD: примеры практик

---

- \* Разработка и поддержка собственной дизайн-системы
- \* Привычка учитывать доступность (accessibility)
  - Правила для контрастности и других параметров
  - Плохие мониторы
  - Проверка ограничений контекста



Ну ВОТ и ВСё...

[efimov.nikita@gmail.com](mailto:efimov.nikita@gmail.com)

[fb.com/nikita.efimov](https://fb.com/nikita.efimov)

[slideshare.net/nefimov](https://slideshare.net/nefimov)

*For graphics thanks to freepik.com*



Фотография с конференции ПрофсоUX 2015  
Предоставлено uxday.ru | iwpro.ru

UX