

O'REILLY®

Дизайн ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА

Как создать
продукт,
который
ждут



Джон Уэлен

Оглавление

Предисловие

Почему я написал эту книгу 11

ЧАСТЬ I ПЕРЕОСМЫСЛЕНИЕ ПОНЯТИЯ «ОПЫТ» 23

Глава 1 Шесть составляющих пользовательского опыта . . . 25

Визуальное восприятие, внимание и автоматизм 26

Навигация 26

Язык 27

Память 27

Принятие решений 28

Эмоции 29

Шесть составляющих опыта 29

Переходим к делу 30

Глава 2 В мгновение ока: визуальное восприятие, внимание и автоматизм 33

От ментальных образов к пользовательскому опыту. . . 33

Бессознательное поведение: эти глаза напротив 36

Визуальные аномалии 38

Упс, вы это пропустили! 40

Как наша зрительная система обеспечивает ясность там, где ее нет 41

Это не трубка: знать, как понимает слово кто-то другой, еще не значит знать, что оно в действительности обозначает 41

Рекомендованная литература. 42

Глава 3 Навигация: где я? 43

Муравей в пустыне:
расчеты в Евклидовом пространстве. 43

Определение местонахождения в физическом и виртуальном пространстве 45

Куда мне идти? И как туда попасть? 46

	Тестирование интерфейсов для поиска метафор взаимодействия	51
	Думая о будущем: существует ли понятие «где?» в речевом интерфейсе?	54
	Рекомендованная литература	55
Глава 4	Память и представления	57
	Абстрагирование от деталей	57
	Поговорим о мусоре	60
	Стереотипы услуг	63
	Ценность понимания ментальных моделей	65
	Деловая ситуация: понятие «уик-энд»	65
	Разнообразие типов ментальных моделей	66
	А вот и ответы на тесты	67
	Рекомендованная литература	67
Глава 5	Язык: а что я вам говорил	69
	Подождите, не об этом ли мы говорили в предыдущей главе?	69
	Язык рассудка	70
	«Мы столкнулись с полным провалом в коммуникации»	72
	Говорящие слова	73
	Я слушаю	75
Глава 6	Решение проблем и принятие решений: вступаем в область сознания	77
	Определение: в чем состоит моя проблема?	78
	Можно ли представить проблему иначе?	79
	Проблема испорченной шахматной доски	81
	Как найти путь к решению проблемы	82
	Найти опору в пути: промежуточные цели	83
	Рекомендованная литература	85
Глава 7	Эмоции: когда логика сталкивается с конкуренцией	87
	Избыток информации взрывает мне мозг!	88
	Спок, но не я	89
	Конкуренция за сознательное внимание	90
	Выявление глубинных желаний, целей и страхов	92
	Рекомендованная литература	93

ЧАСТЬ II	РАСКРЫВАЕМ ТАЙНЫ	95
Глава 8	Пользовательские исследования: контекстные интервью	99
	Почему именно контекстное интервью?	100
	Эмпатические исследования: в чем действительно нуждаются потребители?	102
	Оставьте предположения за дверью: добро пожаловать в другую реальность	102
	Любое интервью может стать контекстным!	104
	На что обращают внимание исследователи?	106
	Почему не юзабилити-тесты или опросы? «Что» против «почему»	107
	Рекомендованный подход к контекстным интервью и их анализу	108
	Типичные вопросы	113
	От данных к инсайтам	114
	Шаг 1. Наблюдайте и записывайте результаты наблюдений	115
	Шаг 2. Распределите находки, связанные с каждым сотрудником, по шести группам	116
	Шаг 3. Выявляйте тенденции и сегментируйте аудиторию	117
	Упражнение	118
	Практические рекомендации	121
	Рекомендованная литература	122
Глава 9	Визуальное восприятие: вы на меня смотрите?	123
	Куда они смотрят? Айтрекинг может сказать многое, но не все.	124
	Деловая ситуация: служба безопасности	126
	Тепловые карты	128
	Деловая ситуация: иерархия сайтов	129
	Двигаться вместе с потоком	130
	Деловая ситуация: сайт для проведения аукционов.	131
	Примеры из практики	132
	Практические рекомендации	135
Глава 10	Язык: они правда это сказали?	137
	Запись интервью	138
	Подготовка исходных данных: но, но, но...	138

	Чтение между строк: степень сложности	139
	Деловая ситуация: медицинская терминология	140
	Примеры из практики	141
	Деловая ситуация: Институт музейного и библиотечного обслуживания	144
	Практические рекомендации	145
Глава 11	Навигация: как добраться до цели?	147
	Как пользователи определяют свое местоположение? . . .	148
	Деловая ситуация: торговый центр	149
	Как они собираются попасть из пункта А в пункт Б? . . .	150
	Деловая ситуация: поисковые запросы	150
	На чем основаны ожидания?	151
	Примеры из практики	152
	Деловая ситуация: рассеянный просмотр фильмов . . .	155
	Практические рекомендации	156
Глава 12	Память: заполнение пробелов	157
	Что мы имеем в виду	158
	Деловая ситуация: производство продукта или управление бизнесом	159
	Взгляд на ситуацию в целом.	160
	Деловая ситуация: Налоговый кодекс.	160
	Примеры из практики	161
	С чем вы можете столкнуться.	165
	Деловая ситуация: хронология карьеры научного сотрудника	165
	Практические рекомендации	167
Глава 13	Принятие решений: по следу из хлебных крошек . . .	169
	Что я делаю? Цели и маршруты	170
	Деловая ситуация: оплата в интернет-магазине.	170
	Дайте и мне немного! Своевременно удовлетворяемые потребности	171
	Деловая ситуация: график работы учителя.	171
	Проложите мне курс: этапы принятия решения.	173
	Примеры из практики	173
	Деловая ситуация: скидки	176
	Практические рекомендации	177
Глава 14	Эмоции: невысказанная реальность	179
	Жизнь коротка (немного о поиске истины)	180

Деловая ситуация: мошенничество с кредитными картами	181
Анализируя мечты (цели, жизненные этапы, страхи)	182
Деловая ситуация: психографический профиль	182
Дух времени (личность против архетипа)	183
Деловая ситуация: гонка за приключениями.	184
Сиюминутные порывы.	185
Деловая ситуация: безумцы	186
Примеры из практики	187
Практические рекомендации	190

ЧАСТЬ III ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ

КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗРАБОТКИ ДИЗАЙНА	191
--	------------

Глава 15 Поиски смысла	193
Общие черты и психографические профили	193
Язык	195
Emotion	199
Навигация	200
Выбор критериев	202
Деловая ситуация: деньги для миллениалов	202
Деловая ситуация: доверие в кредит.	205
Нестандартные внутренние предположения	206
Покончить с устаревшей практикой «Видеть, чувствовать, говорить, делать»	208
Практические рекомендации	212

Глава 16 Шесть составляющих пользовательского опыта в действии	213
Притягательность: что люди говорят о своих желаниях.	214
Совершенствование: в чем люди нуждаются.	215
Пробуждение: реализация более масштабных целей.	218
Деловая ситуация: строители	220
Деловая ситуация: состоятельные клиенты	223
Практические рекомендации	225

Глава 17 Преуспевайте быстрее, преуспевайте чаще	227
Дивергентное мышление, затем конвергентное мышление	228
Первый алмаз: поиск и определение («Найти правильное решение»)	228

	Второй алмаз: разработка и внедрение («Сделать все правильно»)	230
	Действительно ли мы душим инновации?	231
	Обучаться в процессе разработки: дизайн-мышление	232
	Деловая ситуация: давайте просто сделаем это!	234
	Не обращайте внимания на человека за занавеской: прототип и тестирование	235
	Используйте при тестировании продукты конкурентов и аналоги	239
	Практические рекомендации	239
	Рекомендованная литература	240
Глава 18	Итак, что нам удалось сделать?	241
	Эмпатия на всех уровнях	242
	Эмпирически обоснованное принятие решений.	246
	Опыт приходит со временем	248
	Многоаспектность и мультисенсорность	249
	Практические рекомендации	250
Глава 19	Как усовершенствовать человека?	251
	Зима символического искусственного интеллекта	252
	Искусственные нейронные сети и статистическое обучение	253
	Я этого не говорил, Сири!	255
	Шесть составляющих пользовательского опыта и искусственный интеллект	257
	С небольшой помощью моих друзей (с искусственным интеллектом)	258
	Практические рекомендации	261
	ПРИМЕЧАНИЯ	
	Рекомендованная литература	262
	Часть I	262
	Часть II	263
	Часть III	264
	ОБ АВТОРЕ	265
	НЕСКОЛЬКО СЛОВ ОБ ОБЛОЖКЕ	266