

Человекоцентричные решения:

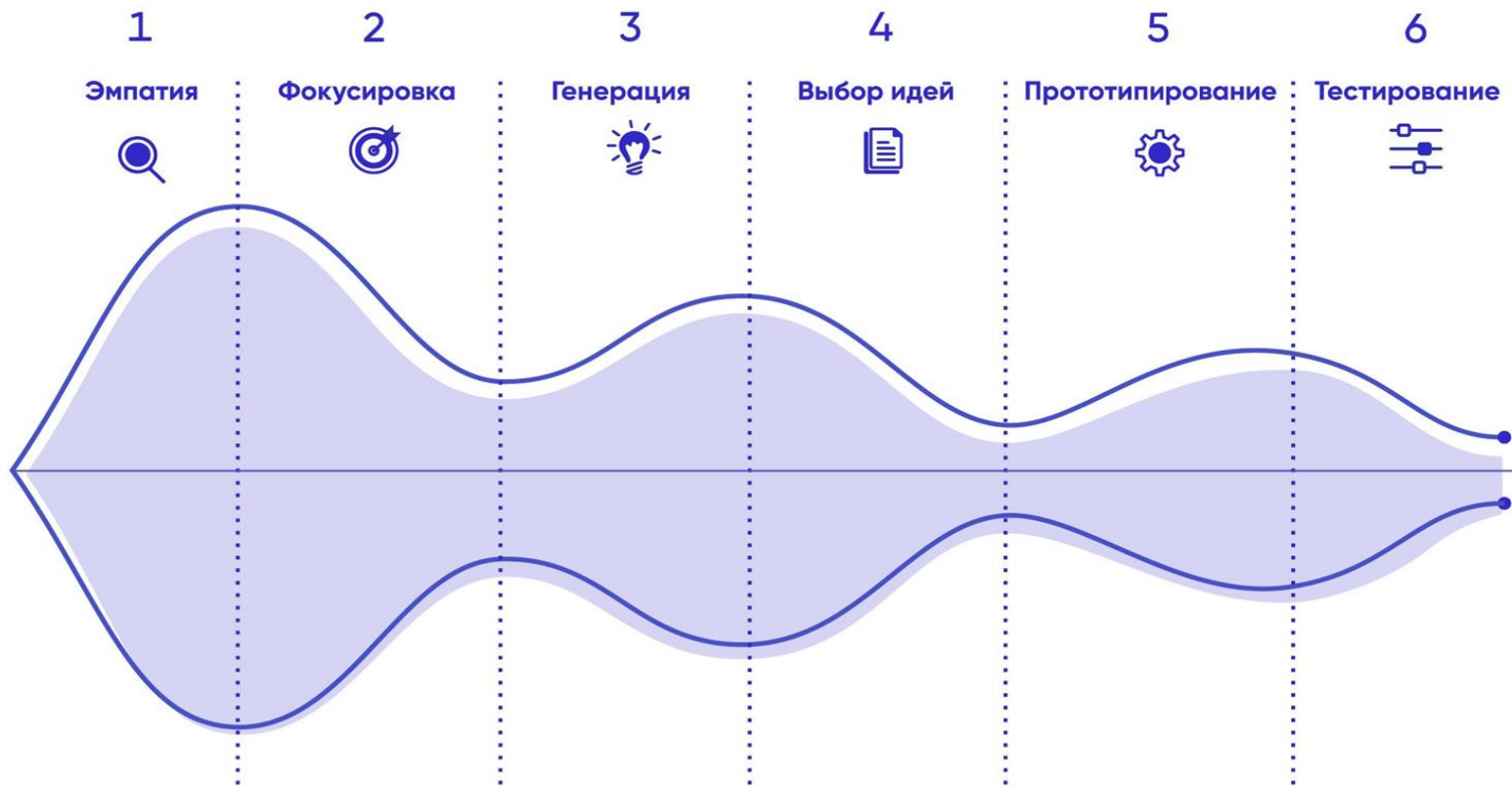
Инструменты и дизайн исследования

Форматы исследований потребностей целевой аудитории

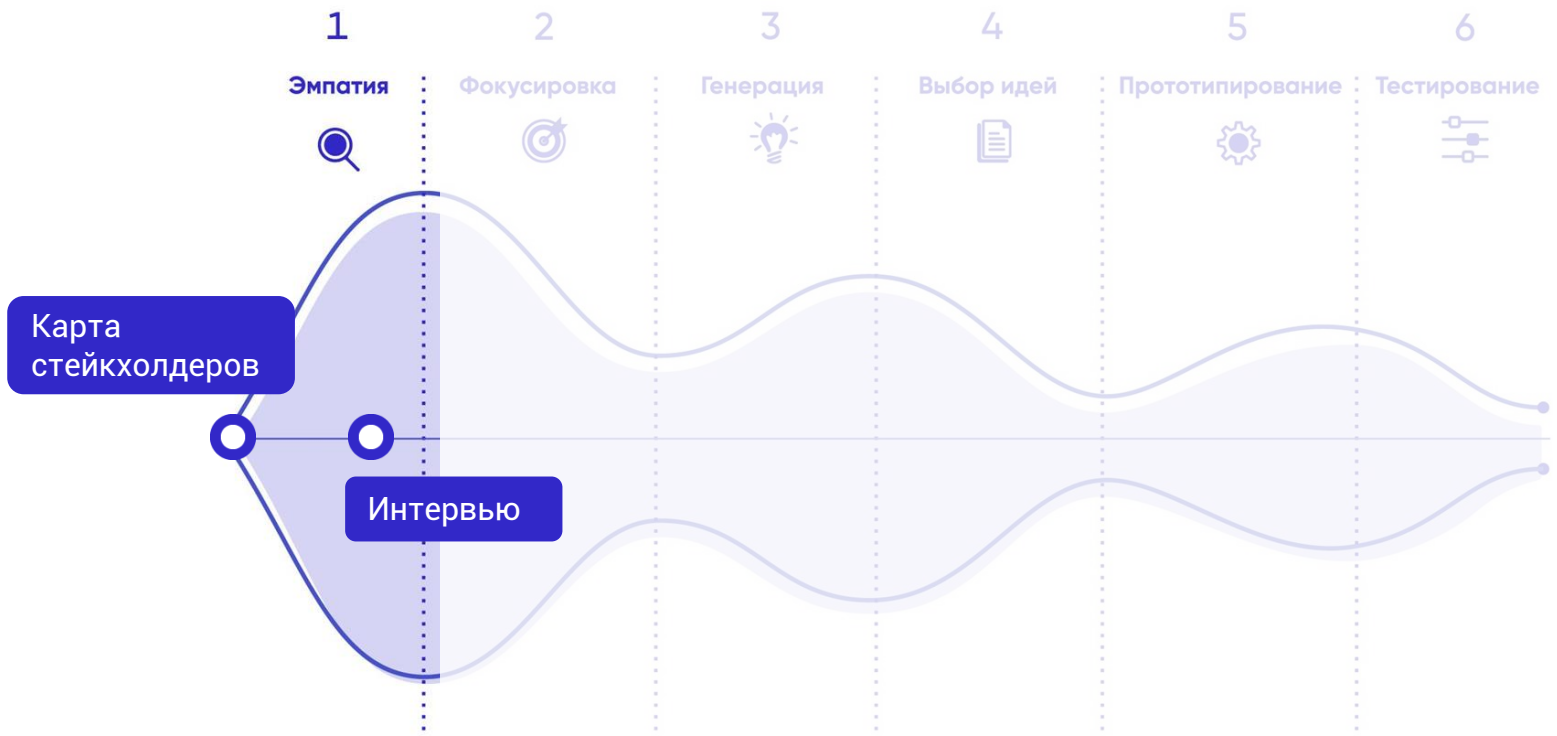
08.03.2023

Человекоцентричность и Дизайн-мышление

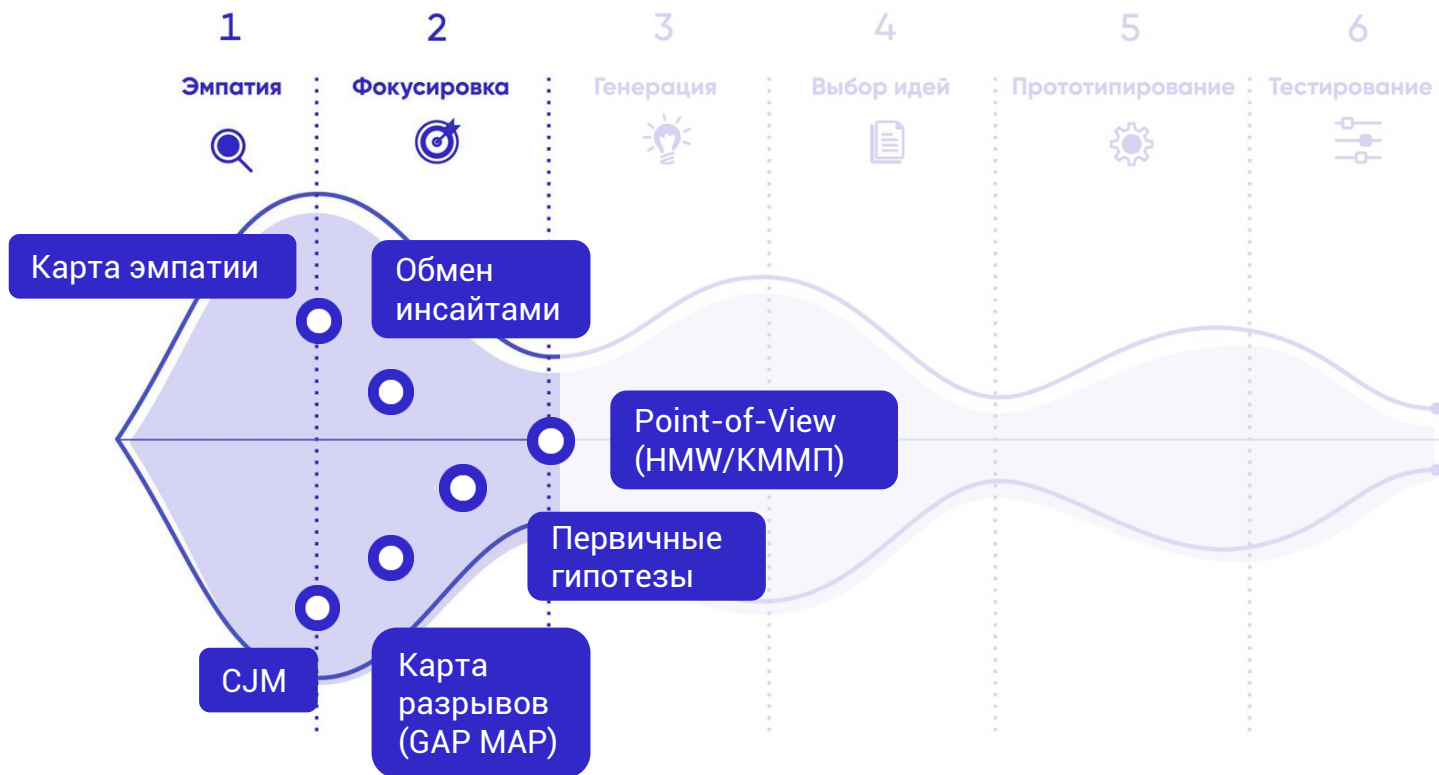
Процесс дизайн-мышления



Дизайн-мышление. Эмпатия

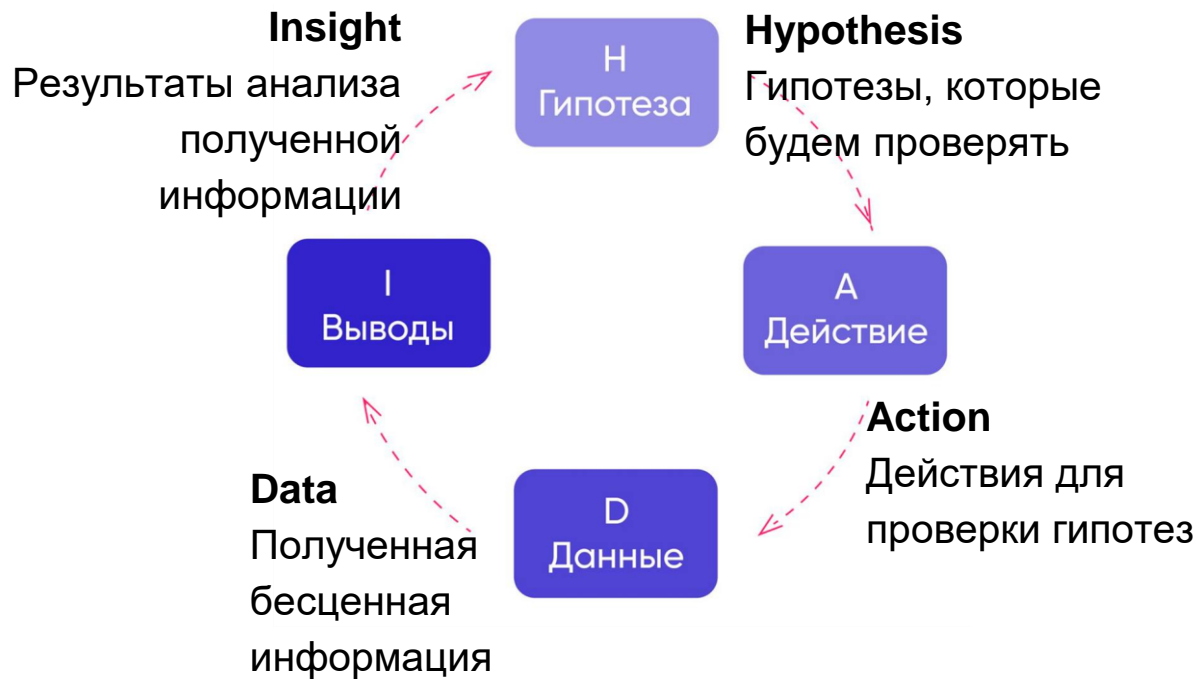


Дизайн-мышление. Фокусировка



НАДИ-цикл

HAДИ - цикл





Суть HADI – **постоянная и цикличная** проверка гипотез и анализ результатов этой проверки



Отличие HADI от других управленческих циклов — это направленность на **исследования**



Результатом цикла HADI является **вывод**, а не действие

Гипотеза по SMART

S

M

A

R

T

- конкретная
- измеримая
- достижимая
- значимая
- ограниченная по времени

Советы по формулированию гипотез

- Не проверяйте очевидные гипотезы
- Не делайте ненужного - “На какую метрику это повлияет?”
- Не проверяйте одновременно гипотезы, которые бьют в одну цель
- Чем больше гипотез, тем лучше
- Выберите ответственного за гипотезы

Шаблон для создания гипотез

Фокус недели (проблема, метрика)

Дата и № недели

Н Мы предполагаем, что	А Для этого мы...	Д И будем измерять	И Мы окажемся правы, если

Шаблон для создания гипотез

Мы предполагаем, что группа в VK интересна нашим клиентам, и таргетинг рекламы на эту группу принесет нам продажи с конверсией выше, чем в среднем по VK

Для этого мы разместим рекламу в VK с таким таргетингом, на сумму 10 000 рублей

И будем измерять конверсию из посетителей в покупатели

Мы окажемся правы, если конверсия в покупки составит не менее 5%

Для чего нужен HADI-цикл

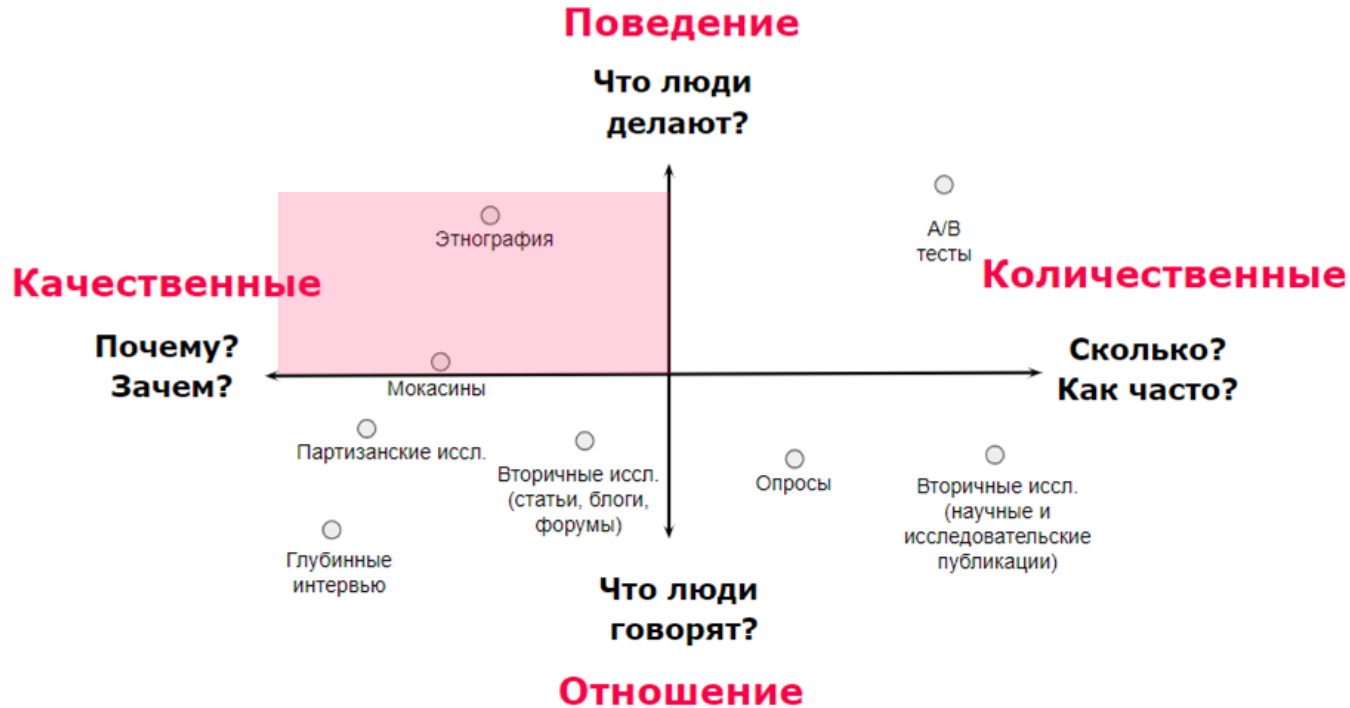
HADI-цикл — это инструмент быстрого тестирования бизнес-моделей

В современном мире любой проект (а особенно стартап) либо быстрый, либо мертвый



Методы исследований

Методы исследований



Этнография

Наблюдения и этнография



Включенные наблюдения за пользователями и процессами на месте, в контексте решаемой задачи.

Наблюдения и этнография

<p>Что нравится <i>Наблюдайте за персональными предпочтениями</i></p>	<p>Что не нравится <i>Наблюдайте за конкретными проблемами</i></p>	<p>Привычки <i>Наблюдайте за установленными шаблонами поведения</i></p>	<p>Ключевые находки</p>
<p>Что нравится</p>	<p>Что не нравится, раздражает, расстраивает</p>	<p>Что делает, не замечая этого, по привычке</p>	<p>Самое ценное и интересное</p>
<p>Действия <i>Наблюдайте, как человек действует в определенной ситуации</i></p>	<p>Объекты <i>Наблюдайте, как человек пользуется различными предметами</i></p>	<p>Пространство <i>Наблюдайте за воздействием окружающей среды</i></p>	
<p>Действия пользователя</p>	<p>Что вокруг?</p>	<p>Что влияет в пространстве?</p>	

Field Ethnography



Informed and active

Awareness & Knowledge



Environmental concern defines my daily routine. It happens automatically, for example, I go to the market with my own containers

Nutrition & Diet



Sometimes I refuse from tasty food because its packaging can't be recycled. I'm a role model for others so I can't compromise my principles

Disposal



I try to recycle as thoroughly as possible. I've learnt well how to do it and can teach others

Participation



I enjoy sharing my product discoveries on Instagram: that feels really good when you can buy cool eco-friendly products



Кейс

Проектирование приложения для гостей города Москвы.

Заказчик

Mos.ru

Год

2016-2017



Цель проекта для команды Wonderfull

Команда Wonderfull на этапе исследования изучала пользовательские сценарии гостей города Москвы. Мы провели больше 50 встреч с группами туристов для поиска ключевых проблем и персонажей. На базе исследований мы определяли задачи продукта и формировали продуктовую гипотезу.

Что нравится	Что не нравится	Привычки	Место: метро Москвы Кто: семейная пара из Испании Цель наблюдения: поиск ключевых проблем в навигации по городу на метро для иностранных туристов.
<p>Наблюдайте за персональными предпочтениями</p> <p>Доброжелательность. Даже если люди не понимают, стараются помочь, объясняются жестами.</p>	<p>Наблюдайте за конкретными проблемами</p> <p>Языковой барьер. Сложно объясняться с кассиром при покупке билета.</p>	<p>Наблюдайте за установившимися шаблонами поведения</p> <p>Видят значок бесплатного WiFi, подключаются. Не понимают, почему ничего не работает (нужен русский номер).</p>	
Действия	Объекты	Пространство	Ключевые находки
<p>Наблюдайте, как человек действует в определенной ситуации</p> <p>Не понимают надписи на русском, пытаются переводить с помощью телефона.</p> <p>Интернета нет, освещения не хватает для распознавания текста на фотографиях. Опять спрашивают у прохожих.</p>	<p>Наблюдайте, как человек пользуется различными предметами</p> <p>Заинтересовал билетный автомат, есть меню на английском.</p> <p>Покупают билеты там.</p>	<p>Наблюдайте за воздействием окружающей среды</p> <p>Смотрят и пытаются ориентироваться по указателям и цвету линий в метро.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Языковой барьер — основная проблема. 2. Иностранцы готовы пользоваться телефонами для решения своих задач, но нужно приложение работающее оффлайн. 3. Иностранцы испытывают сложности в навигации по метро, нуждаются в советах.

Shadowing



Следование за пользователем тенью. Изучение сценария, возможность увидеть ситуацию его глазами.

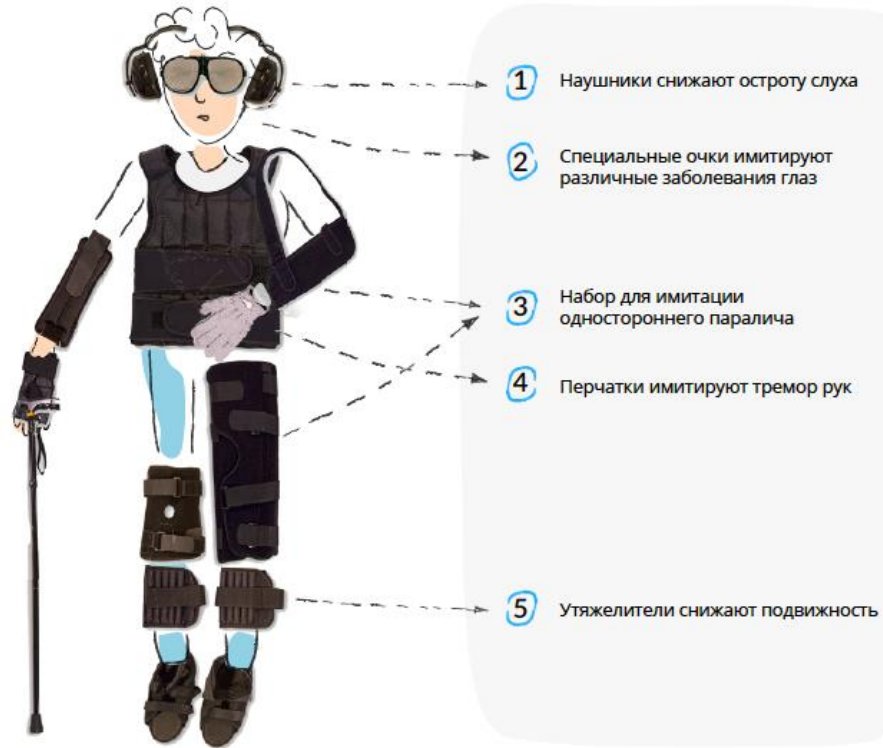
Мокасины



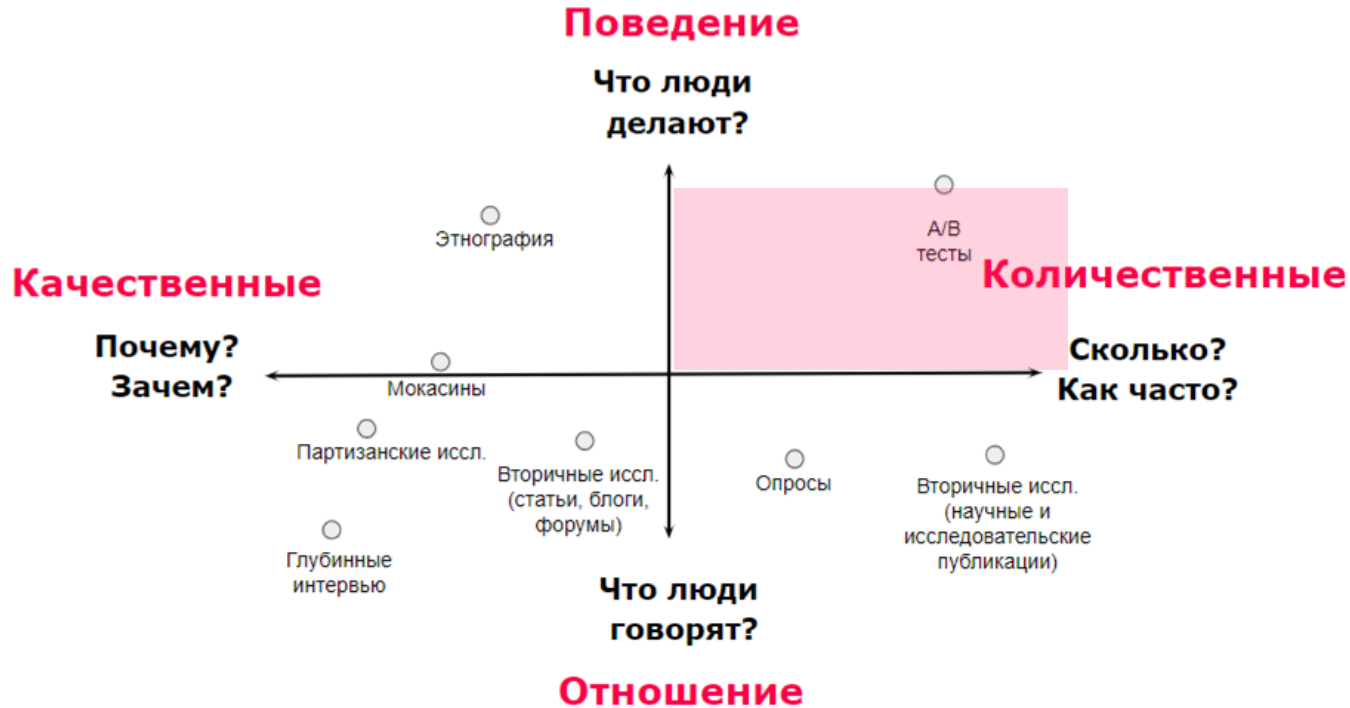
Метод «мокасины» похож на этнографию. Единственное отличие – теперь исследователь не наблюдает за респондентом, а сам становится им.



На своем собственном опыте
ощутить обстоятельства
и прожить путь пользователя.



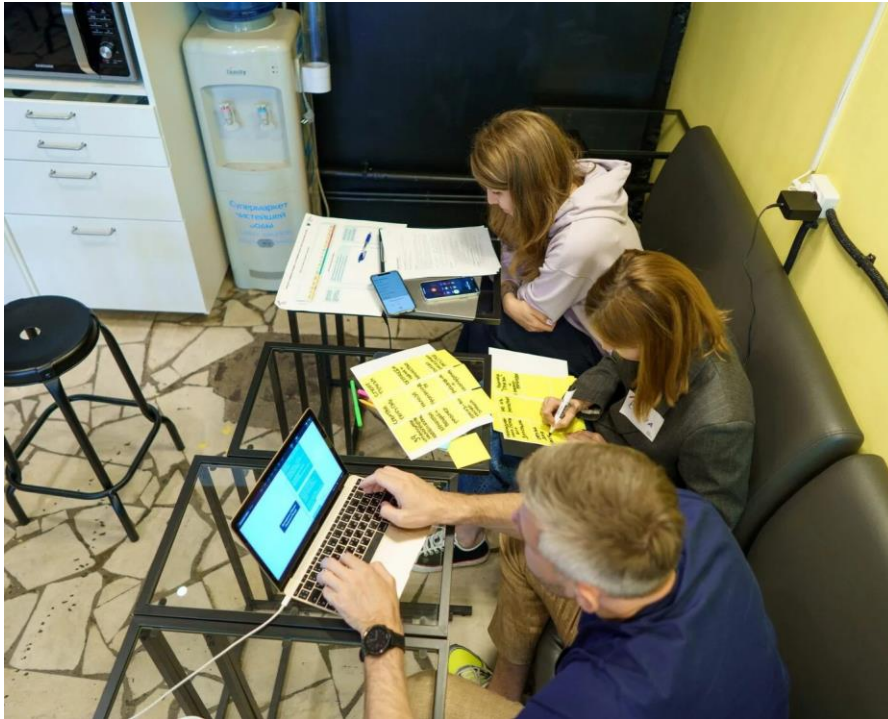
Методы исследований



A \ B тестирование

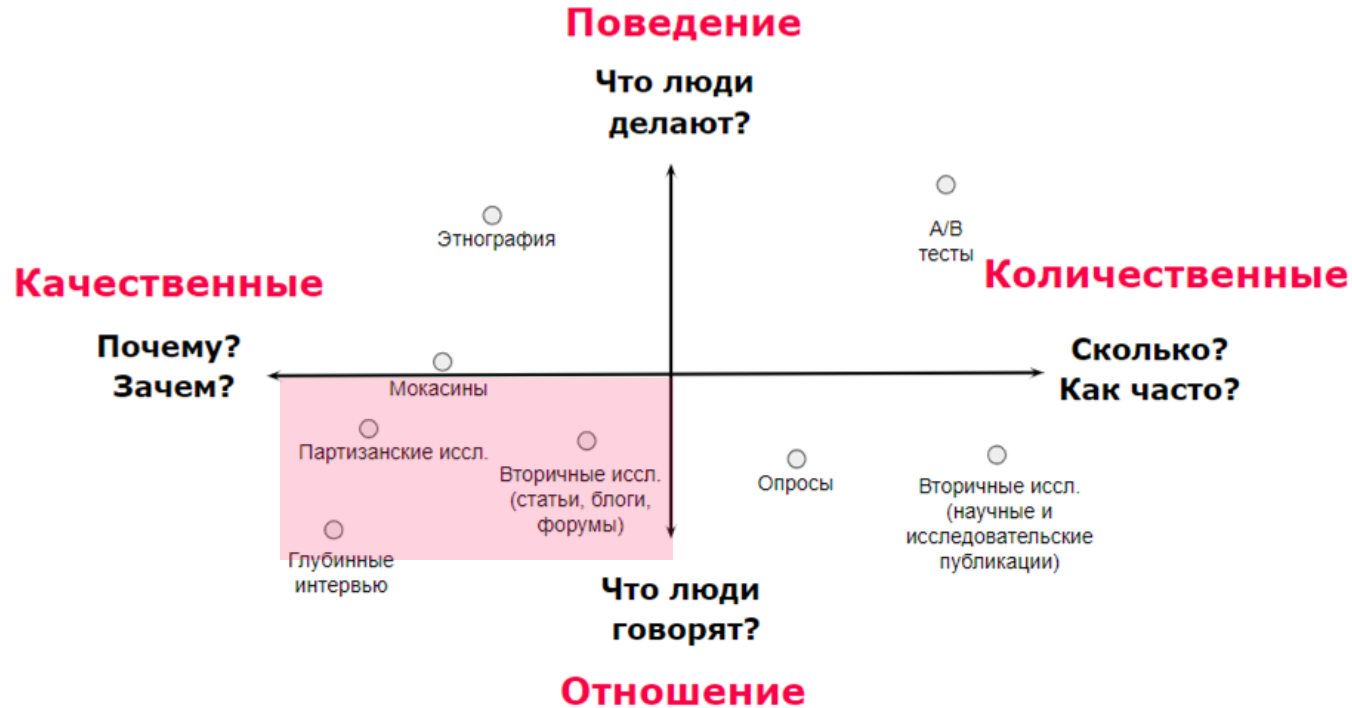


Метод, который позволяет оценить две версии одного продукта и выяснить, какая из них эффективнее (больше соответствует потребности или бизнес-цели). Также можно оценить новую версию продукта по сравнению с предыдущей.



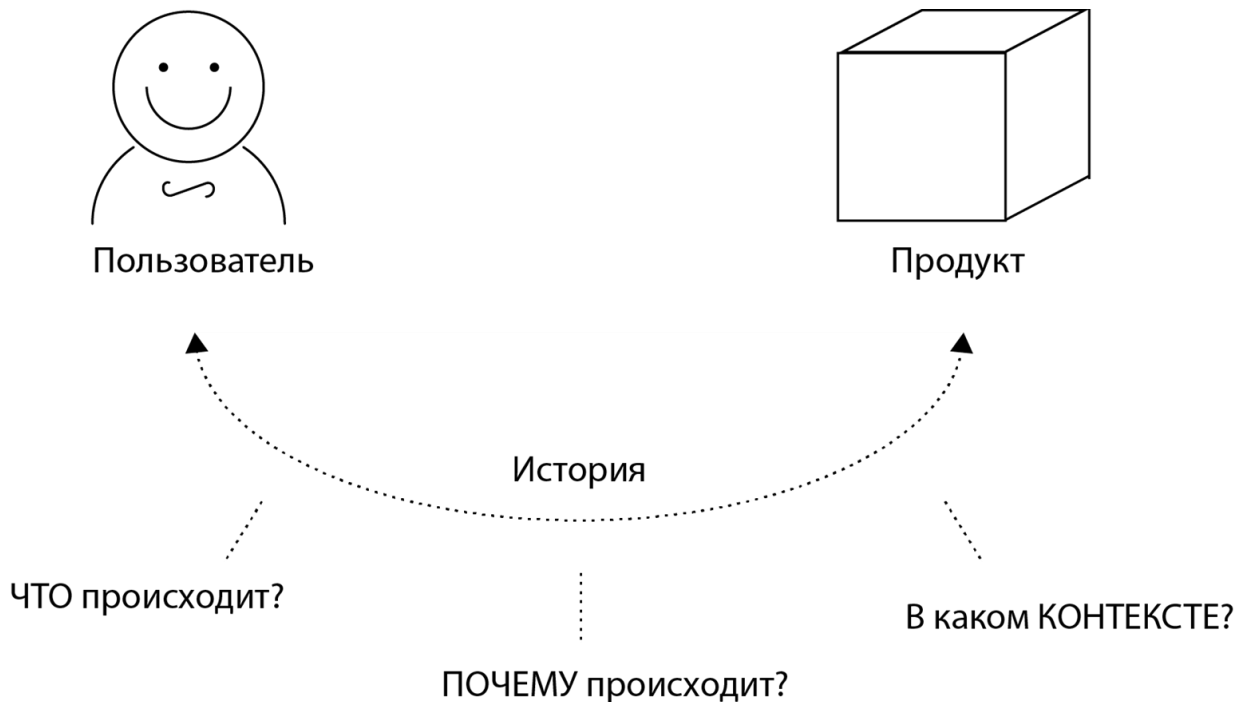
Важная особенность – задействуют не всех пользователей сразу, а только то их количество, которое нужно для обоснованных выводов. Это позволяет на небольшой выборке – и, соответственно, без серьезных рисков – выяснить, действительно ли новая версия выигрывает старую.

Методы исследований



Глубинное интервью

Глубинные интервью / UX-интервью: “охотимся” за историями пользователей



5 элементов хорошей истории





3 важных момента в глубинных интервью

- ❑ Говорите с респондентам об их жизни, а не о вашей идеи
- ❑ Спрашивайте о конкретных вещах, которые происходили в прошлом, а не о взглядах или мнениях на перспективу
- ❑ Меньше говорите, больше слушайте



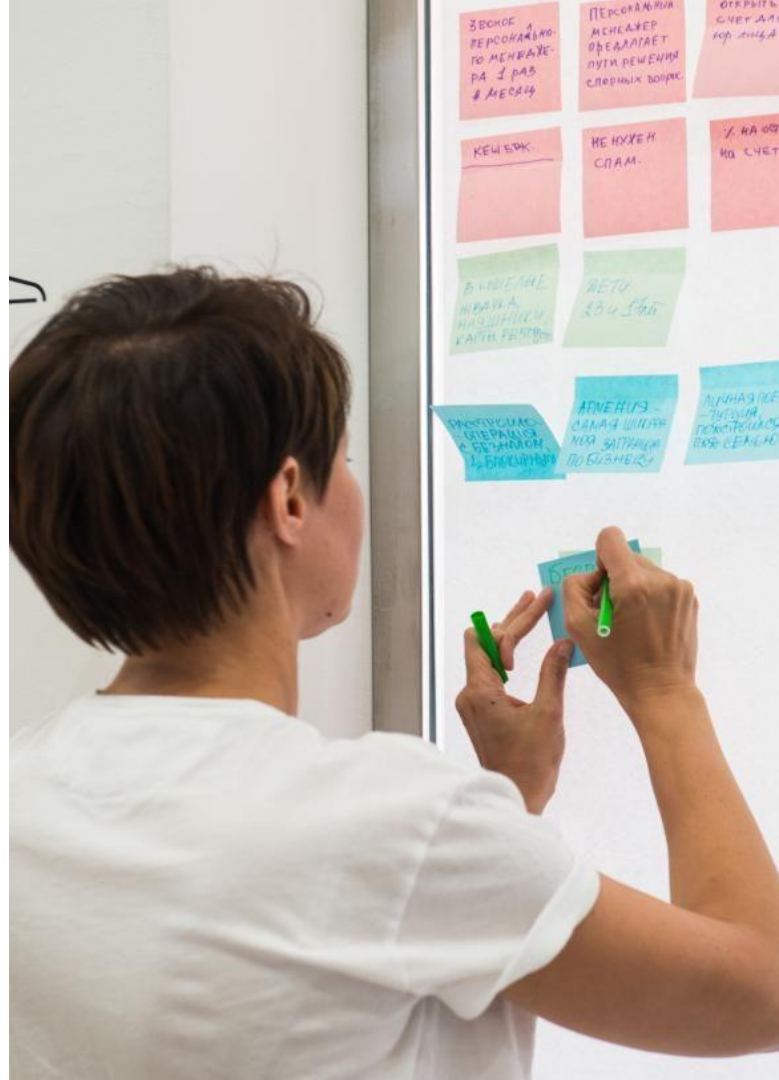
Подготовка к интервью

- Выберите подходящее место
- Расскажите о цели интервью
- Расскажите об условиях конфиденциальности
- Объясните формат интервью и продолжительность
- Представьте команду респонденту
- Попросите у респондента разрешение на запись аудио/видео
- Уточните есть ли у респондента вопросы
- Задаете вопросы для установки контакта и разогрева
- Начинаете задавать вопросы для проверки ваших гипотез



Обработка интервью

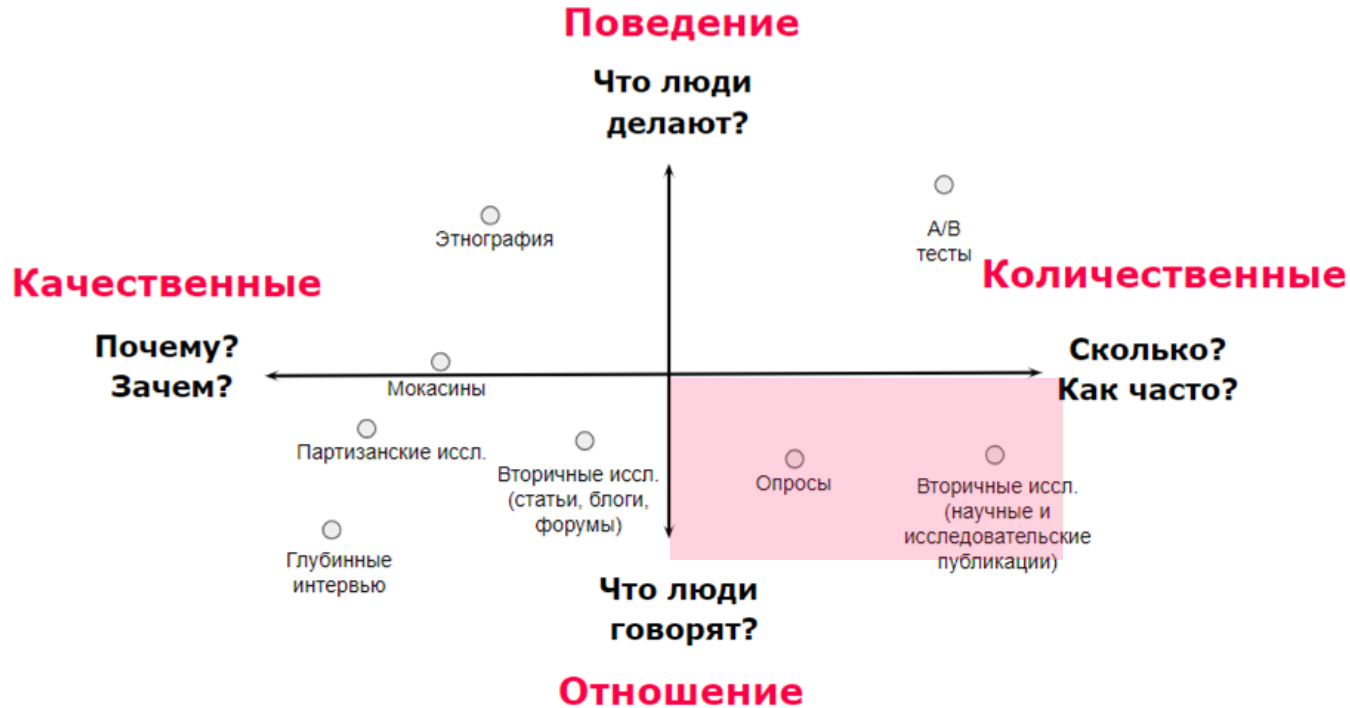
1. Разберите интервью на цитаты на стикерах – можете сначала составить транскрипт, можете сразу слушать и записывать цитаты, как вам будет удобнее;
2. Одна цитата = один стикер = одна часть информации;
3. В одном стикере не более 4 строк;
4. Соблюдайте правила русского языка - орфография, грамматика, пунктуация;
5. Цитаты начинаются с большой буквы, в конце точка не ставится;
6. Названия компаний / продуктов / сервисов пишите на английском (на русском только если в оригинале так и пишется);
7. Чтобы визуально лучше воспринималось - разбивайте цитаты на логические блоки, выделяйте самые важные цветом



Вторичные исследования: Контент-анализ

Образовательный	Выбор университета	Старшие школьники с родителями или без, абитуриенты, приезжают в столицу с целью выбора университета: на день открытых дверей/ подачи оригиналов/ заселение в общежитие.
Медицина	Приехать в Москву на запланированную операцию, так как в родном городе нет специалистов	Людмила (51год) приехала на плановую операцию на сердце в ФГБУ «НМИЦ ССХ им. А.Н. Бакулева). С ж/д вокзала она сразу поехала в больницу на приём к врачу. На операцию ее возьмут через день, а день до операции ей предложили провести в номере в гостинице, что напротив больницы. Гулять ей долго нельзя, поэтому Москву она так и не посмотрела.
Школьный тур/ Студенческий тур / Семейный тур	Экскурсионный тур по столице	Школьный экскурсионный тур для детей (3 и 4класс) из гимназии No17 г. Электросталь длится 1 день: их забирает автобус возле школы, довозит до Дарвиновского музея, ждёт и отвозит их обратно до школы. Еду берут с собой. Школьный тур для детей 7-8 класса. Автобус довозит до метро, потом дети с учителем и несколькими родителями, едут в центр (метро). Экскурсовода нет, всю экскурсию рассказывает учитель.
Транзит	Путь в конечный пункт проходит через столицу	Молодая пара из Екатеринбурга летит в Париж с 6-часовой пересадкой в Москве. Всё это время они планируют гулять, так как в Москве первый раз.
Свидание	Романтическая встреча	Девушка (30лет) из Смоленска познакомилась с парнем через мобильное приложение знакомств. Решила поехать на свидание в Москву на один день, заодно посмотреть город.
		Семья из 3 человек (мама, папа, подросток) приехали из города Выксы на 3 дня на большую насыщенную культурную программу. Они сами выбирают экскурсионные туры через интернет (Мос-Тур), в первый день они сходили на экскурсию «Москва: из прошлого в будущее — экскурсия + Канатная дорога + Панорама 360», на второй день «Третьяковская галерея» и прогулка по Замоскворечью. На третий день решили прогуляться по Измайловскому Кремлю.

Методы исследований



Опросы



Он бывает разных форматов: телефонный опрос, online, face-to-face с интервьюером. Например, после общения с оператором или получения заказа на телефон приходит сообщения со ссылкой на короткую анкету – это и есть массовый опрос клиентов.

**Вторичные исследования:
кабинетные исследования**

Музейное АММА

Меню для музея
Выставка, лекция,
семинар, фестиваль и
даже, возможно, кафе
Музейности, курсы и
лекции



Заглавная страница

Музейное АММА - это проект двух
авторов и партнеров. Задача про-
екта - совместить работу с музеем
с работой на рынке. Главная задача
авторов - вписать музей в рынок
культуры. Наши основные
направления: сотрудничество с
музеями и выставочными центрами,
проектирование выставочных

AMMA on Instagram:
"Сделали очень
красивую линейку
мерча для Музея
Народного Искусства,
г. Ростов. Мы очень
любим работать с
темой русской
культуры. А практика
вообще наша
большая любовь,
как вы знаете!" В
этот раз по просьбе
заказчиков мы
сделали бирочки с
описанием на
заказ. Потому что
музейщики очень
хотелись рассказать
про каждую вещь!
И мы предложили
сделать такие
бирочки ко всем
предметам! И теперь
это станет опцией
при заказе! Потому
что сувенир - это
продолжение вашего
экспоната! И о нем
нужно говорить
также интересно!"

AMMA online в соц. сетях
"Самые свежие новости о музейном
рынке для Музея Народного
Искусства". Также мы делаем
курсы и семинары по музейной
культуре. А практика нашей
большая любовь, со всеми
вами! В этот раз по просьбе
заказчиков."

Village

Покупка и
оформление
билетов на
концерты и
представления в
городе

Покупка и
оформление
билетов на
концерты и
представления в
городе

Покупка
билетов на
концерты
и представления
в городе

МЭС ВЕБИНИ

Проект и
выпуск
билетов

Проект и
выпуск
билетов

Проект и
выпуск
билетов

Проект и
выпуск
билетов

**Авторские экскурсии
по Москве**

Привет! в Москву впервые,
лучше всего увидеть город не на
бегущей ленте метро и поезда, а
вдоль набережной Москвы-реки,
но не делясь тем, что уже видел
раньше. Авторские экскурсии по
Москве с обзором и рассказом
по вечерам.

Москва
глазами
инженера

ИМПРЕСариО

Импредарио -
независимая
театральная
компания Федора
Елютина

Проект и
выпуск
билетов

Продюсер
эксперимен-
тального
театра

KUDAGO Москва

ВЫСТАВКИ | КОНЦЕРТЫ | ТЕАТР

ПРИ ПОДДЕРЖКЕ
ФОНДА
ПРЕЗИДЕНТСКИХ
ГРАНТОВ

ИМПРЕСариО

Импредарио -
независимая
театральная
компания Федора
Елютина

Проект и
выпуск
билетов

Remote

МКГ
диджитал-проект
при поддержке
Русского
аудиториума в
разных районах и
городах

МКГ — аббревиатура от «Музыкального культурного театра».
Это продолжение с театральными аудиовидеокассетами, и благодаря
им авторская подборка концертов по Москве. Часта можно слушать
бесплатно, иногда стоить \$9 Р.

Чаще всего мы слышим о МКГ, когда мы выступаем на телефоне и в интернете. В каталоге при достоянстве артистов, которые
знают с разными людьми. Мысли.

Все спектакли слышали друг друга, режиссеры, музыканты и
актеры. Параллельно рассказывали о спектакле. Это год.
Безопасно, автор «Современный» полагали, их выступал театр
Москва в 1950 году. Мысли Кондропы по рождению Театральной
улицы, а Вадим Шандалов и Михаил Матвеев - по его голосам
оживили из «Фойе и кинотеатра».

Популярная экскурсия «Москва по культуре». Сидеть на поезд

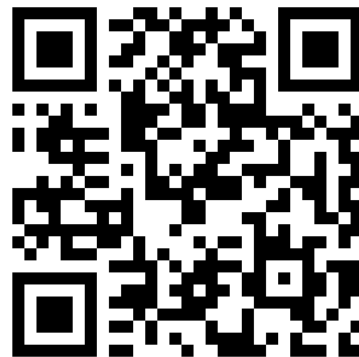
Проект и
выпуск
билетов

Проект и
выпуск
билетов

Проект и
выпуск
билетов

collaboration
с музеем
Москвы?

ИЛИ СО



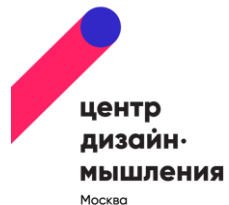
<https://t.me/+RbL6RQOPAN1kMTM6>

**ЦДМ НКО. Общая
информация по курсу**

Практическая работа и следующие шаги

Задание к следующей встрече (15 марта 23):

1. Закончить работу с Картой стейкхолдеров в вашем проекте.
2. Предложить группы пользователей и стейкхолдеров, которых вы хотите изучать (опционально: описать гипотезы для дальнейших исследований по HADI)
3. Проработать с фасилитаторами ваши брифы, уточнить цели и задачи по SMART, войти в проектную логику.



@ mail@dtcenter.ru

w dtcenter.ru

f t.me/dtcenter_moscow