

Park  
side

ММ ГГ

# UX-исследование

ООО «...»

Информация данной презентации является  
коммерческой тайной \_\_\_\_\_, работающим под  
брендом Parkside согласно ГК РФ ч.4 от 18.12.2006  
№230-ФЗ статья 1538

# Метод и метрики

Задача:

Провести UX-исследование \_\_\_\_\_. По результатам составить рекомендации в понятном для бизнес-читателя стиле.

В рамках проведения исследования был выбран метод Think Aloud (Мысли вслух). Суть его в том, что мы просим респондента озвучивать все мысли, которые возникают у него при работе с интерфейсом и комментировать свои действия.

Беседа с респондентом и его действия фиксируются записью экрана со звуком.

Записи доступны до \_\_.\_\_.\_\_.  
по ссылке \_\_\_\_\_.

В качестве метрик используем:

- успешность выполнения заданий,
- частотность проблем.

# Респонденты

Схематичная вводная часть для респондентов:

Представьте, что \_\_\_\_\_. Вас просят \_\_\_\_\_.

Типичный портрет:

- возраст от 24 до 31 года,
- средний класс,
- профессия от менеджера до врача,
- есть опыт покупок в интернет-магазинах,
- может не быть опыта покупок на \_\_\_\_\_.

# Маршрут

На основе проведенных интервью был составлен маршрут респондентов, который выявил **ключевую проблемную точку**.



# Проблемы в интерфейсе

Безусловно, респонденты не понимали, что они ходят по кругу. Но, когда они стали вникать, то окружающие интерфейсные элементы никак не помогли им в этом разобраться, а, наоборот, вызывали большую путаницу.

**1** из 7  
респондетов \_\_\_\_\_

**5** из 7  
респондетов \_\_\_\_\_

**3** из 7  
респондетов \_\_\_\_\_

**7** из 7  
респондетов \_\_\_\_\_

**4** из 7  
респондетов \_\_\_\_\_

**1** из 7  
респондетов \_\_\_\_\_

**1** из 7  
респондетов \_\_\_\_\_

**3** из 7  
респондетов \_\_\_\_\_

# Рекомендации

---

---

---

---

---

---

---

---



## Комплексный подход

Описанные варианты улучшений лучше применять комплексно.  
Не обязательно применять все варианты. Нужно в процессе проектирования подобрать наиболее эффективный.