

Применение методов UX-исследований при проектировании интерфейса e-commerce проекта

Цогоева Т.В. (Университет ИТМО)

Научный руководитель – доцент, кандидат технических наук, Ананченко И.В.
(Университет ИТМО)

Введение. Исследование является неотъемлемой частью разработки нового it-продукта. Исследования помогают создать сервис, которым действительно будет пользоваться целевая аудитория. Этот этап включает в себя изучение предметной области, анализ целевой аудитории, создание образов типичных пользователей системы, составление схем взаимодействия с интерфейсом [2]. С помощью таких исследований можно выявить проблемы, с которыми сталкиваются пользователи, определить их цели и потребности. Результаты в дальнейшем используются на следующем этапе: UX-проектировании продукта.

UX (User Experience) — это то, какой опыт получает пользователь при взаимодействии с интерфейсом системы. Необходимо, чтобы интерфейс был простым и понятным для целевой аудитории. UX-проектирование является следующим этапом после исследования. Результатом UX-проектирования является интерактивный прототип интерфейса, с которым пользователь может взаимодействовать еще до этапа создания программного кода системы.

С помощью методов Usability тестирования [1] можно определить, насколько удобным получился интерфейс. Обычно формулируется гипотеза, которая подтверждается/отвергается в зависимости от результатов тестирования.

Вышеперечисленные методы проектирования помогают создать понятный для целевой аудитории интерфейс. Это является важным условием для e-commerce проектов, ведь потенциальному покупателю нужно обеспечить возможность быстрой и надежной покупки.

Основная часть

Целью выполненной работы является разработка прототипа интерфейса веб-приложения интернет-магазина косметики.

Предварительно проведен конкурентный UX-анализ аналогов на российском рынке: «Золотое Яблоко»[4], «Babor»[5], «FOR FRESH»[6]. С помощью данного анализа выявлены слабые места существующих продуктов, а также сформулированы методы их решения в предстоящей разработке. На основе полученных данных составлены требования к прототипу интерфейса. Следующий шаг — это изучение потенциального пользователя системы. Для изучения данного вопроса в работе использован метод персон, который помогает описать основные потребности, характеристики, задачи и цели потенциального пользователя.

С помощью метода User Flow спроектирована диаграмма с наглядным представлением предполагаемых действий пользователя для решения его основных задач, выявленных на предыдущих шагах: регистрация на сайте, добавление товара в списки избранного, оформление покупки и доставки товара.

После этапа анализа разработан интерактивный прототип веб-приложения, который позволяет пользователю взаимодействовать с интерфейсом еще до этапа написания программного кода. На этом этапе сформулированы гипотезы для Usability-тестирования.

Следующим этапом проведено Usability-тестирование. Был выбран метод наблюдения за пользователями/исследования на месте (observational methods). В тестировании участвовали 6 потенциальных пользователей, которые взаимодействовали с системой без вмешательства автора. Цель тестирования заключается в проверке гипотез поведения пользователя на сайте. После этого сформулированы слабые стороны проекта, которые планируется исправить в следующей итерации работы над проектом.

Выводы. В ходе работы было проведено UX-исследование e-commerce проекта, сформулирован сценарий взаимодействия пользователя с системой. В соответствии с результатами исследования реализован интерактивный прототип интерфейса, который был протестирован потенциальными пользователями. В результате тестирования выявлены сильные и слабые стороны проекта, сформулированы новые гипотезы.

Планируется дальнейшая работа над проектом: исправление слабых мест, выявленных при тестировании.

Список использованных источников:

1. Кишкурно, Т. В. Дизайн и юзабилити интерфейсов пользователя: учебно-метод. пособие по курсовому проектированию для студентов спец. 1-40 05 01-03 «Информационные системы и технологии (издательско-полиграфический комплекс)» / сост.: Т. В. Кишкурно, Т. П. Брусенцова. – Минск : БГТУ, 2020. – 120 с. (дата обращения: 12.01.2023).

2. Унгер, Р. UX-дизайн. Практическое руководство по проектированию опыта взаимодействия / Р. Унгер, К. Чендлер; пер. с англ. – СПб.: Символ-Плюс, 2011. – 327 с. (дата обращения: 12.01.2023).

3. Яблонски Дж. Законы UX-дизайна: Пер. с англ. — СПб.: БХВ-Петербург, 2022. — 160 с. (дата обращения: 12.01.2023).

4. ЗОЛОТОЕ ЯБЛОКО – интернет-магазин косметики и парфюмерии [Электронный ресурс]: URL: <https://goldapple.ru/> (дата обращения: 12.01.2023).

5. Официальный интернет-магазин Vabor [Электронный ресурс]: URL: <https://babor.ru/> (дата обращения: 12.01.2023).

6. 4fresh.ru – интернет-магазин натуральных товаров [Электронный ресурс]: URL: <https://4fresh.ru/> (дата обращения: 12.01.2023).

Цогоева Т.В. (автор)

Ананченко И.В. (научный руководитель)