

001. Czym jest UX?

Najlepszym miejscem do rozpoczęcia jakiegokolwiek edukacji jest początek. Wszystko ma doświadczenie użytkownika. Twoim zadaniem nie jest tworzenie doświadczenia użytkownika. Twoim zadaniem jest sprawić, by było dobre. A co mam na myśli przez „dobre” doświadczenie użytkownika? Powszechnie uważa się, że dobre wrażenia użytkownika to takie, które uszczęśliwia użytkowników. Nie prawda! Gdyby szczęście było twoim jedynym celem, możesz po prostu dorzucić kilka Lolcats i przypadkowe komplementy i wrócić do domu. Ale - choć nie jest to najgorszy wszechświat, jaki mogę sobie wyobrazić - twój szef może nie być zadowolony z wyników. Celem projektanta UX jest sprawienie, aby użytkownicy byli skuteczni. Doświadczenie użytkownika to tylko wierzchołek góry lodowej: wiele osób błędnie uważa, że „UX” oznacza wrażenia użytkownika, ale w rzeczywistości chodzi o „przeprowadzenie” procesu projektowania doświadczeń użytkownika. Indywidualne doświadczenie użytkownika to jego świadoma, subiektywna opinia o Twojej aplikacji lub witrynie. Opinie

Robimy” UX

UX Design (czasami nazywany UXD) obejmuje proces bardzo podobny do uprawiania nauki: prowadzisz badania, aby zrozumieć użytkowników, opracowujesz pomysły, aby zaspokoić potrzeby użytkowników - i potrzeby biznesowe - oraz budujesz i mierzysz te rozwiązania w prawdziwym świecie, aby sprawdzić, czy działają. O tym wszystkim dowiesz się wkrótce. A jeśli to nie twoja oferta, Lolcats nadal są opcją.

002. Pięć głównych składników UX

Projektowanie User Experience to proces, a te lekcje z grubsza podążają za tym procesem, ale zawsze powinieneś pamiętać o tych pięciu rzeczach: psychologii, użyteczności, projektowaniu, copywritingu i analizie. Każdy z tych pięciu składników może być osobną książką, więc będę nieco upraszczać. To ma być przyspieszony kurs, a nie Wikipedia. Chociaż, żeby być uczciwym, jestem prawie pewien, że strona UX Wikipedii została napisana przez faceta, który kiedyś słyszał o UX... w tamtym momencie... tamtym...

1. Psychologia.

Umysł użytkownika jest złożony. Powinieneś wiedzieć : masz jeden, (zakładam). UXerzy dużo pracują z subiektywnymi myślami i uczuciami, mogą zrobić lub zepsuć twoje wyniki. A projektant musi czasami ignorować swoją własną psychologię, a to trudne!

Zapytaj siebie:

- * Jaka jest przede wszystkim motywacja użytkownika do bycia tutaj?
- * Jak się z tym czują?
- * Ile pracy musi wykonać użytkownik, aby uzyskać to, czego chce?
- * Jakie nawyki powstają, jeśli robią to w kółko?
- * Czego się spodziewają, gdy to klikną?
- * Czy zakładasz, że wiedzą coś, czego się nie nauczyli?
- * Czy to jest coś, co chcą zrobić ponownie? Czemu? Jak często?
- * Myślisz o pragnieniach i potrzebach użytkownika, czy o własnych?
- * Jak nagradzasz dobre zachowanie?

2. Użyteczność

Jeśli psychologia użytkownika jest w większości podświadoma, użyteczność jest w większości świadoma. Wiesz, kiedy coś jest zagmatwane. Są przypadki, w których fajniej jest, gdy coś jest trudne - jak gra - ale we wszystkim innym chcemy, aby było to tak łatwe, aby nawet (głupek) mógł z niego korzystać.

Zapytaj siebie:

- * Czy możesz wykonać pracę przy mniejszym udziale użytkownika?
- * Czy są jakieś błędy użytkowników, którym możesz zapobiec? (Wskazówka: tak, tam są.)
- * Czy mówisz jasno i bezpośrednio, czy to trochę zbyt sprytne?
- * Czy łatwo go znaleźć (dobrze), trudno przeoczyć (lepiej) czy podświadomie oczekiwane (najlepsze)?
- * Pracujesz z założeniami użytkownika czy przeciwko nim?
- * Czy podałeś wszystko, co użytkownik musi wiedzieć?
- * Czy mógłbyś rozwiązać ten problem równie dobrze, robiąc coś bardziej powszechnego?
- * Czy opierasz swoje decyzje na własnej logice lub kategoriach, czy intuicja użytkownika? Skąd wiesz?
- * Jeśli użytkownik nie przeczyta drobnego druku, czy to nadal działa/ma sens?

3. Projekt

Jako projektant UX, twoja definicja „projektu” będzie znacznie mniej artystyczna niż wielu projektantów. To, czy ci się to podoba, nie ma znaczenia. W UX projektowanie jest tym, jak działa i jest to coś, co możesz udowodnić; to nie jest kwestia stylu.

Zapytaj siebie:

- * Czy użytkownicy uważają, że wygląda dobrze? Czy od razu mu ufają?
- * Czy komunikuje cel i funkcję bez słów?
- * Czy reprezentuje markę? Czy to wszystko wygląda jak ta sama strona?
- * Czy projekt kieruje wzrok użytkownika we właściwe miejsca? Skąd wiesz?
- * Czy kolory, kształty i typografia pomagają ludziom znaleźć to, co chcesz i poprawić użyteczność detali?
- * Czy rzeczy klikalne wyglądają inaczej niż rzeczy nieklikalne?

4. Copywriting

Istnieje ogromna różnica między pisaniem kopii marki (tekstu) a pisaniem kopii UX. Brand copy wspiera wizerunek i wartości firmy. Kopia UX robi tak bezpośrednio i prosto, jak to tylko możliwe.

Zapytaj siebie:

- * Czy brzmi pewnie i mówi użytkownikowi, co ma robić?
- * Czy motywuje użytkownika do realizacji celu? Czy tego właśnie chcemy?
- * Czy największy tekst jest najważniejszy? Dlaczego nie?
- * Czy informuje użytkownika, czy zakłada, że już rozumie?

- * Czy zmniejsza niepokój?
- * Czy jest jasne, bezpośrednio, proste i funkcjonalne?

5. Analiza

Moim zdaniem słabym punktem większości projektantów jest analiza. Ale możemy to naprawić! Analiza jest główną rzeczą, która odróżnia UX od innych rodzajów projektowania i sprawia, że jesteś niezwykle cenny. Dosłownie opłaca się być w tym dobrym.

Więc zadaj sobie pytanie:

- * Czy wykorzystujesz dane, aby udowodnić, że masz rację, czy poznać prawdę?
- * Szukasz subiektywnych opinii lub obiektywnych faktów?
- * Czy zebrałeś informacje, które mogą dać Ci tego rodzaju odpowiedzi?
- * Czy wiesz, dlaczego użytkownicy to robią, czy też interpretujesz ich zachowanie?
- * Czy patrzysz na liczby bezwzględne, czy na względną poprawę?
- * Jak to zmierzysz? Czy mierzysz właściwe rzeczy?
- * Ty też szukasz złych wyników? Dlaczego nie?
- * Jak możesz wykorzystać tę analizę do wprowadzenia ulepszeń?

003. Twoja perspektywa

W projektowaniu User Experience sposób, w jaki patrzysz na problem, może utrudnić lub zepsuć twoją pracę. Twoje własne pragnienia i doświadczenie mogą nawet zadziałać przeciwko użytkownikom.

Poznaj siebie

Są dwie rzeczy, o których musisz wiedzieć o sobie, zanim zaczniesz dobrze rozumieć użytkowników:

- * Chcesz rzeczy, które nie mają znaczenia dla użytkowników.
- * Wiesz rzeczy, które nie mają znaczenia dla użytkowników.

Pomedytuj nad tym przez minutę.

Namaste

Empatia: chcieć tego, czego chcą

Jeśli jest jedno słowo, które jest nadmiernie wyprzedane w UX, jest to „empatia”. To jednak ważne. To jest. Ogólnie i w UX. Ale oto sekret: jeśli nie jesteś seryjnym mordercą, masz empatię. Jeśli jesteś seryjnym mordercą, projektowanie UX może nie być dla Ciebie. To, czego pragniemy z natury, może nie być tym, czego chcą użytkownicy. A to wielka sprawa. Oznacza to, że Twoja intuicja dotycząca użytkowników może być błędna!

Odszukiwać informacje. Porozmawiaj z użytkownikami. Przystudiuj dane. Przytul kilka szczeniąt. Kiedy naprawdę zrozumiesz problem, stanie się on twoim problemem, emocjonalnie. To jest empatia. Poczujesz to. Dobre rozwiązanie Cię podnieci. Nie dlatego, że jesteś emocjonalnym superbohaterem, ale dlatego, że odnosisz się do użytkowników.

Jesteś teraz jednym z nich.

pojedyncza ła

Zapytaj siebie:

* Jeśli musisz wybrać między funkcją dla użytkowników a posiadaniem tego projektu w swoim portfolio, co wybierzesz?

* Jeśli użytkownikom nie podoba się Twój projekt, jaki byłby prawdopodobnie powód?

Czy rzeczywiście wypróbowałeś oprogramowanie, czy po prostu klikasz „Dalej”, aby przejść przez to?

Wiesz za dużo

Projektowanie dla ludzi, którzy wiedzą mniej niż ty, jest podstawową częścią UX. Nie ludzie głupszy od ciebie. Ludzi, którzy wiedzą mniej. Wiesz, że Twoja witryna staje się bardziej wydajna, jeśli ją dostosujesz, ale użytkownicy nie. Wiesz, że kategorie menu pasują do zespołów w Twojej firmie, ale użytkownicy nie. I wiesz, że Twoje ceny są wysokie, ponieważ opłaty licencyjne powodują, że tworzenie Twoich treści jest drogie, ale użytkownicy nie.

Jeśli użytkownicy nie wiedzą, ich to nie obchodzi. A czasami, nawet jeśli wiedzą, nie obchodzi ich to! Opłaty licencyjne? To Twój problem. Mogą otrzymać piracką kopię za darmo.

Zapytaj siebie:

* Gdybyś nie przeczytał tekstu, czy zrozumiałbyś?

* Gdyby użytkownik miał tylko kilka kliknięć, aby znaleźć to, czego chce, czy ten projekt byłby najlepszym rozwiązaniem?

* Czy oceniasz funkcję na podstawie czasu potrzebnego na jej zbudowanie, czy wartości dla użytkownika?

* Czy zakładasz, że użytkownicy klikną go tylko dlatego, że istnieje? (Nie będą.)

004. Trzy „co” z perspektywy użytkownika

Ach, wreszcie! Nadszedł czas, aby omówić umysł użytkownika i zawsze dobrze jest zacząć od podstaw i od tego zacząć. Dobry projekt komunikuje trzy rzeczy:

1. Co to jest?

2. Jaka jest korzyść dla użytkownika?

3. Co powinni zrobić dalej?

"Co to jest?"

Zawsze dobrze jest mieć tytuł lub obraz (lub oba), które odpowiadają na pytanie: „co to jest?” Wydaje się dość podstawowe, prawda? Ale to niesamowite, jak wiele stron zapomina o tym. Czemu? Bo już wiemy. Ale użytkownik nie. Czy to artykuł? Formularz rejestracyjny? Impreza dla miłośników cytryn? Miejsce do zobaczenia kóz? Sekretny kanał YouTube Twojego myszokoczka? Po prostu im powiedz. Bezpośrednio. Używaj prostych słów. Nikt nie jest podekscytowany, gdy wyciągasz słownik na imprezie. Zwłaszcza nie cytrynowa impreza.

"Co będę z tego mieć?"

To jest „dlaczego” doświadczenia użytkownika. Co może zyskać użytkownik? Lepiej pokazać użytkownikom, co dostaną, niż im powiedzieć. Możesz użyć wideo, wersji demonstracyjnej, przykładowych obrazów, bezpłatnej wersji próbnej, przykładowej treści, referencji lub kilku z tych rzeczy! Najlepsze odpowiedzi na pytanie „co to jest?” również opowiedzieć trochę o tym, co otrzymujesz. Na przykład „Globalna sieć megalomanów współpracujących, by podbijać świat i udostępniać śmieszne zdjęcia kotów”. To mówi ci, co to jest i co dostajesz (zakładając, że jesteś megalomanem, który kocha koty).

ZAPAMIĘTAJ

Mówisz, co w tym jest dla nich. Nie dlatego, że chcesz, aby się zarejestrowali/kupili/klikali. Motywacja użytkownika jest tysiąc razy cenniejsza niż piękno czy użyteczność - dla firmy - ale ile czasu spędzasz na rozmowie o tym w pracy?

"Co ja robię?"

Jeśli użytkownik rozumie, co to jest i jest zmotywowany, aby wiedzieć lub zobaczyć więcej, jego następane działanie powinno być oczywiste w Twoim projekcie.

Może to być coś małego, na przykład „Co mam teraz kliknąć?” lub „Jak mam zarejestrować się?”

Może to być coś większego, na przykład „Jak zacząć?” lub „Jak kupić?” lub „Gdzie otrzymam więcej szkoleń?”

Zawsze jest „następny” krok. Czasami jest kilka możliwości. Od Ciebie zależy, czego mogą potrzebować użytkownicy, i powiedz im, jak to zdobyć.

005. Rozwiązania kontra pomysły

Projektanci UX muszą być kreatywni na co dzień. Ale nasza definicja kreatywności jest mniej artystyczna i bardziej analityczna niż niektórzy inni projektanci. Jeśli nie rozwiązujesz problemów, nie robisz UX. Wszyscy projektanci pracują z pomysłami. A świetne pomysły są świetne! Pomysły mają różne smaki. Niektóre pomysły to rzeczy, które chcielibyśmy zrobić, na przykład suflet ryбно-czekoladowy. („Kocham obie te rzeczy! Muszą być razem świetne!”). Niektóre pomysły mają dla nas znaczenie w osobisty sposób, na przykład tatuaż, który przypomina twojego chomika, Chewy. Niech Bóg da odpocząć jego duszy. A niektóre pomysły to rozwiązania problemów. Na tym polega UX. Rozwiązania to pomysły mające znaczenie dla innych ludzi. W przeciwieństwie do większości artystów i projektantów, projektanci UX nie skupiają się na pomysłach, które mają dla nich znaczenie. Powinnaś bardzo dbać o kreatywność, ale jeśli Twoje pomysły nie mają znaczenia dla innych ludzi - użytkowników - to nie mają znaczenia dla Ciebie. Oznacza to, że musisz poświęcić dużo czasu na zrozumienie problemów, które nic dla ciebie nie znaczą. I na początku może to wydawać się nienaturalne. Dlatego UX to wyjątkowa, wartościowa praca: jest trudna. Rozwiązania to pomysły, które mogą być błędne. W UX możemy testować rzeczy. Możemy zaprojektować więcej niż jedno rozwiązanie tego samego problemu i sprawdzić, które z nich jest lepsze. I możemy zapytać użytkowników, jakie rozwiązanie preferują. Oznacza to, że UX jest szczególnym rodzajem projektowania: może się mylić. I możemy udowodnić, że jest źle. I to samo rozwiązanie może być dobre dla jednej witryny, a złe dla innej! Tylko dlatego, że Twitter to robi, nie oznacza, że jest odpowiedni dla Ciebie.

006. Piramida wpływu UX

UX to znacznie więcej niż przyciski i makiety. Rzeczy, które wydają się oczywiste, to tylko wierzchołek góry lodowej, a to, co najważniejsze, jest całkowicie niewidoczne. Jako projektant UX Twoim zadaniem jest tworzenie wartości z perspektywy użytkownika. Niektóre części procesu UX tworzą większą

wartość niż inne. Spędź czas mądrze. Do końca tego kursu dowiesz się o każdej części piramidy. Na razie po prostu zrozum, że dno piramidy – duże warstwy – to części, które mogą zniszczyć produkt, jeśli je zignorujesz. I często są niewidoczne. Szczyt piramidy - małe warstwy - to części, które mogą nie dodawać wartości do Twojego produktu, bez względu na to, ile czasu nad nimi poświęcisz. I zazwyczaj są widoczne.