

ОБЗОР И АНАЛИЗ ДИЗАЙНА SUPER APP

*В.А. Серяков, к.т.н., доцент ОАР ИШИТР ТПУ,
О.А. Шукина, студент гр. 8Д91,
Томский политехнический университет
E-mail: oas26@tpu.ru*

Введение

Проектирование интерфейсов на данный момент одна из важных задач при создании сайта, так как от этого зависит популярность приложения среди пользователей, что может очень сильно отразиться на компании, так как при неудобном интерфейсе шанс, что пользователь вернется или справится с поставленной задачей минимален. То есть от качества интерфейса зависит успех компании.

Так как, на сегодняшний день непрерывно расширяющиеся корпорации все чаще объединяют свои сервисы в одно приложение, постоянно конкурируя друг с другом, возрастает потребность дизайна super-app из чего следует важность изучения особенностей данных приложений.

Super app в России

Суперапп — многофункциональное мобильное приложение, которое дает доступ к продуктам и сервисам цифровой экосистемы.

Пользователям супераппы дают множество возможностей для решения различных задач, для владельцев приложений это возможность дополнительного заработка благодаря партнерам и возможность оставаться конкурентноспособными [1].

Таким образом, концепция супераппа это:

1. Единая точка входа в необходимые для пользователя сервисы
2. Создание экосистемы сервисов, связанных общей авторизацией, системой оплаты.

Супераппы можно разделить на две большие категории: закрытые и открытые экосистемы.

У закрытых экосистем количество партнеров очень ограничено, вход в такие экосистемы очень тяжелый или предоставляется только одним партнером, примером такого сервиса можно назвать Яндекс GO. У открытых или частично экосистем порог входа ниже, допускается конкуренция между сервисами, то есть пользователь выбирает между наборами услуг партнеров, например ВКонтакте.

На российском рынке одними из крупных супераппов являются: Яндекс GO, ВКонтакте, Тинькофф, Сбербанк, которые постоянно развиваются, добавляя множество новых сервисов.

Анализ аналогов

При обзоре аналогов наибольшее внимание обращалось на следующие критерии: способ вернуться со страницы сервисов на другие страницы, осуществление поиска по сервисам, наличие информации (содержание того или иного сервиса), их-приложения, (отражение наличия сервиса на других функциях, в том числе на самой основной, например: в Тинькофф на оплате различных услуг, в ВКонтакте на мессенджере).

При анализе ВКонтакте были выявлены следующее соответствие/не соответствие критериям:

- Возможность поиска необходимого сервиса, но отсутствие делений на категории в мини-приложениях
- Возможность при желании прочитать как пользоваться новым сервисом/услугой
- Невозможность выбора наиболее актуальных сервисов и скрытия неактуальных.

Таким образом, было выявлено, что пользователям неудобно использовать сервисы в полной мере, многие не довольны тем, что страница перегружена ненужной информацией, а возможность редактирования экрана сервисов отсутствует.

Sense Super App от Альфа-Банка в отличии от ВКонтакте попытался решить проблему редактирования сервисов пользователями, но данная возможность слабо реализована: пользователю не понятно интуитивно как изменять экран и добавлять значки, что происходит при удалении какого-либо сервиса и как его вернуть. Также в экосистеме плохо развиты основные функции: возможность перевода денег и оплаты счетов.

Когнитивные нагрузки при использовании мобильных приложений

Когнитивные нагрузки – это количество логичных связей необходимых нашему мозгу для осознания и понимания объекта, то есть это те нагрузки, которые люди испытывают, пытаясь понять, что за предмет перед ними находится и какими свойствами он обладает. Тем больше логических связей, тем сложнее оценить и понять объект [2].

Николай Васюнин, Product Designer в компании "Яндекс", в лекции об особенностях проектирования мобильных приложений приводит пример, в котором рассказывает, что, когда в Яндекс добавили множество способов оплаты подписки, ожидая увидеть их увеличение, все произошло наоборот. Из-за слишком большого выбора возросло количество когнитивных нагрузок, следовательно уменьшалось число пользователей, которым было легко решить данную задачу [3].

Все когнитивные нагрузки можно разделить на контексты интерфейсов (то, что можно контролировать) и контексты среды (то, что происходит извне и контролю не подлежит). Использование мобильных приложений это уже некий контекст. При использовании ПК внешние нагрузки минимальны, когда использование смартфона потенциально связано с повышенными нагрузками (человек может идти и просматривать ленту в телефоне или выбирать, что ему надо купить).

Особенностью супер-аппов является наличие большого количества контекста, то есть множество различных нагрузок, которые необходимо облегчить для удобного взаимодействия пользователя и приложения. В данном случае контекст – это отдел экрана, в котором находятся объекты, разделенные по свойствам, например, в сообщениях располагаются только чаты, в ленте только посты.

Заключение

Таким образом, результатом исследования является выявление особенностей проектирования интерфейсов super-апп путем обзора и анализа существующих аналогов.

Выявленные особенности указывают на какие моменты необходимо обратить внимание дизайнеру при разработке приложения. Были составлены основные требования к приложениям, выявлены основные проблемы при использовании мобильных приложений, способы их решения. Проанализированы основные нагрузки на пользователя, удачные и неудачные примеры различной информации, которые сказываются на способностях пользователя выполнять различные задачи в приложении.

С точки зрения деятельности дизайнера рассмотренная тема имеет перспективы дальнейшего развития, так как полученные знания можно применять в профессиональной деятельности.

Список использованных источников

1. Пособие по супер-приложениям [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.linkedin.com/pulse/super-app-playbook-grabs-rise-power-daniel-tuba-d-souza> (дата обращения 16.10.2021);
2. Kahneman D. Attention and Effort. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1973.
3. Николай Васюнин. Особенности проектирования мобильных интерфейсов.