

ЮЗАБИЛИТИ ТЕСТИРОВАНИЕ В КОНТЕКСТЕ ВЛИЯНИЯ НА ПРОДУКТ И КОНЕЧНОГО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ

Костин Д.А.¹

Научный руководитель: Серяков В.А.²

¹ Томский политехнический университет, ИШИТР, гр. 8ИМ32, студент, dak135@tpu.ru

² Томский политехнический университет, ИШИТР, к.т.н, доцент ОАР, seryakov@tpu.ru

Аннотация

Был проведен редизайн приложения психологической диагностики на основе юзабилити тестирования текущего дизайна, оценки предпочтения и юзабилити бенчмаркинга разных сценариев нового дизайна приложения.

Ключевые слова: юзабилити тестирование, оценка предпочтений, интерфейс, приложение, психология.

Введение

Психологическая диагностика сотрудников в эпоху выгорания является одним из основных способов борьбы с текучестью кадров. Так, по данным Хэдхантера, с выгоранием сталкивалось 49 % респондентов, а проблема проявляется в большинстве сфер. В среднем по стране текучесть кадров растет, достигая 45 % в сфере продаж и 42 % в сфере производства. Наиболее частыми причинами ухода являются причины психологического характера. В такой ситуации становится актуальным решение сложившейся проблемы с применением психологических инструментов в новой форме – с помощью приложения самодиагностики.

Целью этого исследования понять влияние исследовательского подхода в дизайне на продукт и пользователей. Как методы исследования позволяют измерять эффективность применяемых инструментов психологической диагностики. Исследовательский подход применялся к приложению психологической помощи «Одеяло» в рамках проведения его редизайна. Поскольку приложение направлено на B2B-сегмент, оно имеет часть для непосредственных пользователей – сотрудников компаний и отдельный сервис для менеджеров и психологов. Конкретно, в рамках этого исследования работа велась над клиентской частью.

Основная часть

Работа над редизайном стартовала с анализа существующего на тот момент дизайна, анализа приложений конкурентов в B2C-сегменте (вместо B2B, так как получить доступ к продуктам для компаний невозможно без прямой договоренности с разработчиками), а также составления гипотез.

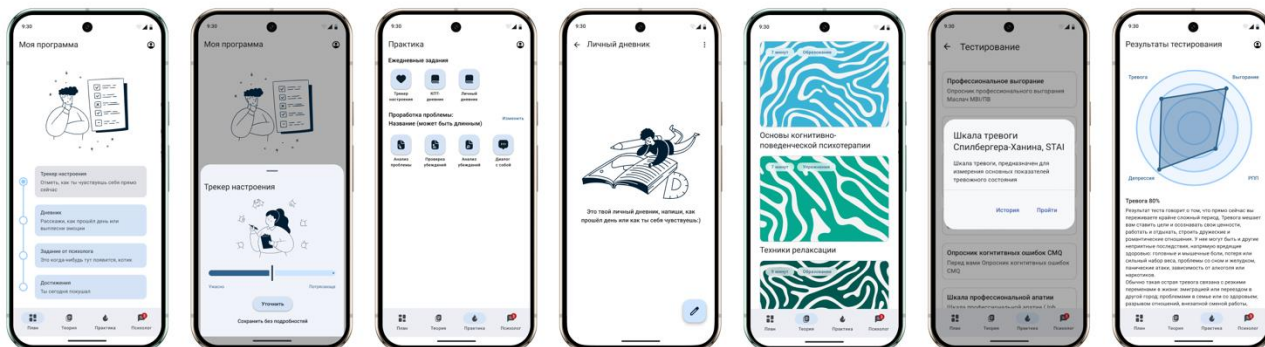


Рис. 1. Экраны приложения «Одеяло» на ноябрь 2024 года

Актуальный на ноябрь 2024 года дизайн основывался на дизайн системе Material You, используемой стандартными приложениями операционной системы Android без оболочек производителей. Приложение не имело своего стиля или айдентики на момент разработки дизайна. В качестве изображений использовались стоковые графические примитивы крайне популярные в Интернете. Такая стилистика не позволяет выделить продукт среди массы других таких же.

К ноябрю субъект уже разработал айдентiku из-за чего потребовалось проведение редизайна. Помимо этого появились планы по переносу приложения на iOS, для которой Material You не является нативной дизайн-системой и идёт в разрез с требованиями к приложениям для операционной системы.

Приложение состоит из четырех ключевых разделов:

- программа работы – раздел, комбинирующий элементы других разделов, с которыми пользователь должен взаимодействовать в течении дня,
- теория – раздел со статьями по когнитивно-поведенческой психологии и практикам применяемым в приложении,
- практика – раздел с упражнениями для проверки состояния и диагностики проблем и методов их решения, опирается на теоретические знания и имеет достаточно сложную терминологию для новых пользователей,
- тесты – раздел с диагностикой состояния пользователя, осуществляемой посредством тестирования и выводом результатов для их дальнейшего сопоставления.

Было проанализировано семь приложений конкурентов: Пирожок, Антидепрессия, Mind Health, WYSA, My Possible Self, VOS, Finch – российских и зарубежных разработчиков. Их можно поделить на те, что имеют выделяющую визуальную часть и механики, погружающие пользователя и удерживающие его, а также те, которые этого не имеют. К первым относятся: Finch и VOS – продукты зарубежных разработчиков. В Finch реализована геймификация по принципу отождествления себя с питомцем в приложении: о нем необходимо заботиться и выполнять практики по контролю целей и описанию дня. VOS не имеет геймификации и работает по модели персонификации продукта за счет детализированного анкетирования на этапе регистрации и онбординга.

Для «Одеяла» геймификацию вводить было рано из-за относительно небольших ресурсов компании и маленькой базы пользователей, а вариант с персонификацией было решено тестировать в процессе редизайна. Но сначала необходимо провести юзабилити тестирование, чтобы понять слабые места приложения.

К тестированию было составлено пять гипотез:

- в приложении нужно сделать акцент на ясности состояний, чтобы пользователям были ясны значения результатов тестирования в непропорциональных шкалах, а также отказаться от непропорциональных и сложновоспринимаемых шкал в пользу процентов или стандартизированной системы баллов;
- перегруппировка элементов по смыслу поможет упростить навигацию и понимание логики работы приложения;
- простые интерфейсные иконки не передают значение психологических тестов и не помогают различать элементы с похожими названиями;
- сокращение текста, выделение ключевых идей и работа с отступами и иерархией позволит повысить читаемость и вовлеченность пользователей, а также необходимо провести работу по упрощению названий элементов и исключить похожие названия;
- необходимо упростить заполнение дневника, предоставив опции для быстрого заполнения, вопросник или готовые поля.

Тестирование проводилось на десяти студентах, только что сдавших зачет по предмету для приближения к стрессовой ситуации. Перед ними была поставлена задача представить, что они регулярно пользуются приложением и им необходимо внести свое настроение,

написать заметку по психологическому состоянию, описать процесс заполнения дневника и объяснить, где можно узнать больше о самом дневнике. Респонденты тестировали работающее приложение, а не прототип дизайна и должны были выполнить задачи без подсказок, все их действия фиксировались. А после тестирования проводилась беседа с рефлексией.

Девять из десяти респондентов нашли трекер настроения и смогли внести свое настроение, только один пользователь потерялся и рассматривал главный экран. С заполнением дневника возникли трудности, респонденты не понимали разницы между «КПТ-дневником» и обычным дневником. Один респондент решил, что «КПТ-дневник» – место, где хранятся внесенные настроения. Треть респондентов не смогла объяснить значение полей в «КПТ-дневнике», что выявило необходимость добавления подсказок.

По этому тестированию можно сделать следующие выводы:

- люди понимают суть теории по названию, даже если оно сложное и правильно объясняют, для чего она необходима;
- не все Android пользователи замечают стандартные в Material You кнопки, хотя предполагается, что они должны быть частью устоявшегося дизайн-паттерна;
- не хватает элемента истории у всех практик.

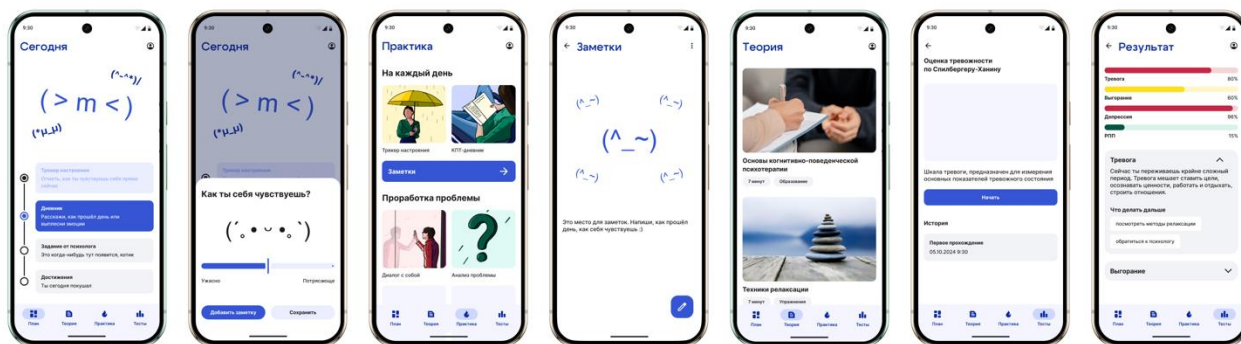


Рис. 2. Промежуточный редизайн для выверения логики работы сценариев

Все гипотезы кроме первой подтвердились, первая же не была протестирована в рамках этого тестирования. Из-за путаницы с дневниками «дневник» стал «заметками», а «КПТ-дневник» сохранил свое название. «Трекер настроения» был объединен с «заметками» для развития текущего сценария заполнения «дневника» сразу после внесения настроения. Также поведение респондентов во время тестирования дало подсказку, что они ожидают наличие этой связи. На базе этого тестирования был проведен промежуточный редизайн с учетом всех результатов, здесь ещё не применена новая айдентика, а шел поиск стиля приложения.

На этом этапе встал вопрос выбора стилистики изображений: на выбор были минималистичные иллюстрации, фотографии и каомодзи. Последние позволяли отобразить конкретную эмоцию, что должно было помочь со считыванием эмоций пользователями. Эта гипотеза была проверена оценкой предпочтений подходов к оформлению. Респондентам были показаны экраны приложения с тремя видами оформления. Каомодзи стали самым спорным вариантам, поскольку больше половины респондентов не смогли четко определить половину обозначаемых эмоций, что опровергло гипотезу. При этом между фотографиями и иллюстрациями большинство респондентов отдало предпочтение фото. Аргументация была схожей: иллюстративный стиль «милый» и «приятный», но с ним сложнее понять значение. Также респонденты указывали несерьезность иллюстраций для психологического приложения. Поэтому в дальнейшей работе предпочтение было отдано фотографиям.

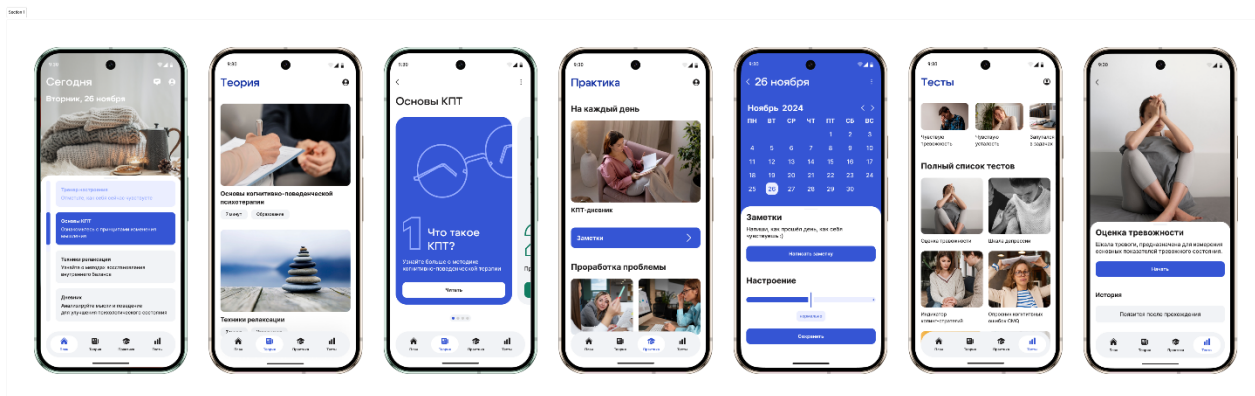


Рис. 3. Экраны редизайна приложения в новой дизайн-системе

Во время редизайна была создана дизайн-система, перекликающаяся с утвержденной айдентикой. А также проведена работа по уточнению состояний экранов для регистрации и авторизации, продуманы состояния ошибок, создан онбординг, описывающий ключевые функции приложения и как ими пользоваться. А подход к работе над экранами был изменен на сценарный. Теперь каждая логическая часть имеет свой сценарий: регистрации и авторизации, онбординг, главная, профиль и настройки, теория, практика (9 сценариев практик), тестов.

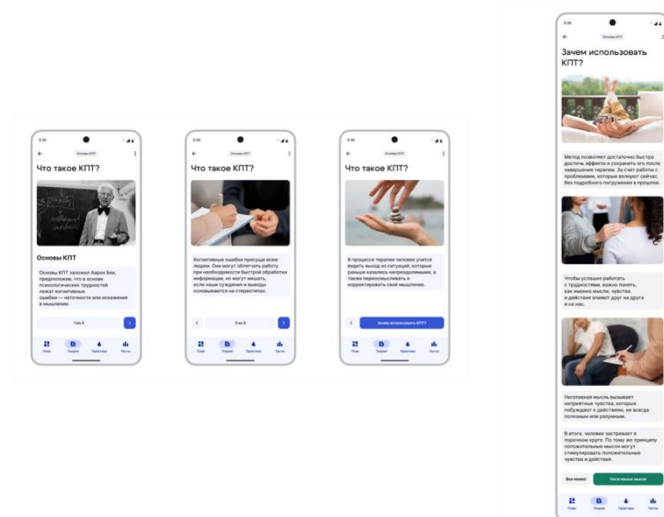


Рис. 4. Тестируемые прототипы экраны теории

В рамках пилотного тестирования «Одеяла» на базе «Газпром трансгаз Томск» был проведен юзабилити бенчмаркинг экранов теории. Всего пилот проходит 20 человек, а бенчмаркинг прошли 12 человек. Пользователи работали с двумя прототипами теории: первый с горизонтальным пролистыванием отдельных страниц и второй с вертикальным скроллом. Оба прототипа имели разные тексты и изображения, так как нельзя проверить понимание одного и того же текста дважды, но были взяты материалы одинакового уровня сложности и объема. Респондентам было необходимо прочитать оба текста и ответить, чего не было в тексте, кратко описать текст. С этой задачей респонденты справились одинаково хорошо как на первом, так и на втором прототипе. В цифрах, это 100 % респондентов. Поэтому можно заявить, что тип прокрутки лента не влияет на качество восприятия информации и больше влияет на удобство использования. Так, 60 % респондентов отметило, что второй прототип удобнее, за счет привычной возможности прокрутки вместо необходимости использования кнопок. Горизонтальная прокрутка была менее очевидна респондентам. Именно этот вариант используется в финальной версии редизайна.

Заключение

Исследовательский подход и его инструменты в дизайне показали свою эффективность: они позволяют сделать дизайн продукта, отвечающий задачам пользователя и бизнеса. На этапе роста продукта важно увеличить DAU и MAU (количество уникальных пользователей за день и месяц), а на это напрямую влияет качество UX-составляющей продукта и удержание клиентов (Retention), проверка влияния дизайна на эти метрики возможна именно с помощью исследовательского подхода и проверки гипотез.

Также они позволяют оценить эффективность работы методик, на которых построено само приложение, не связанных с дизайном напрямую, но сильно от него зависящих, так как практика может оказаться бесполезной, если её реализация не позволяет донести ключевой терапевтический эффект и воспринять информацию должным ключом. Эти аспекты тестировались юзабилити тестированием всего приложения и небольшими юзабилити бенчмаркингами.

В совокупности, метрики и исследования позволяют добиваться ожидаемого результата и манипулировать пользователем и если в случае с приложением психологического самоконтроля это скорее пойдёт человеку на пользу, то зачастую используется во вред другими продуктами.

Список использованной литературы

1. Сгореть на работе. Хэдхантер. – 2024. – [Электронный ресурс]. – URL: hh.ru/article/12445 (дата обращения: 12.01.2025).
2. Текучесть персонала. Результаты опроса, март 2024. ANCOR. - 2024. – [Электронный ресурс]. – URL: ancor.ru/press/research/tekuchest-personala-2024/ (дата обращения: 12.01.2025).
3. Найди путь к душевному спокойствию и эмоциональной стабильности с нами! Одеяло. - 2024. – [Электронный ресурс]. – URL: xn--c1ajjlbc07a.xn----gtbbcb4bjf2ak.xn--p1ai/ (дата обращения: 12.10.2024)
4. Your new self care best friend. Finch Care PBC. – 2024. – [Электронный ресурс]. – URL: finchcare.com/ (дата обращения: 12.01.2025)
5. Your Way to Happier | You. VOS. - 2024. – [Электронный ресурс]. – URL: vos.health/en/ (дата обращения: 12.01.2025)
6. Обзор 20 методов UX-исследований от NNGroup: какой метод выбрать и когда. UxJournal. – 2023. – [Электронный ресурс]. – URL: ux-journal.ru/top-20-metodov-ux-ui-issledovaniy-ot-nngroup.html (дата обращения: 16.01.2025).