

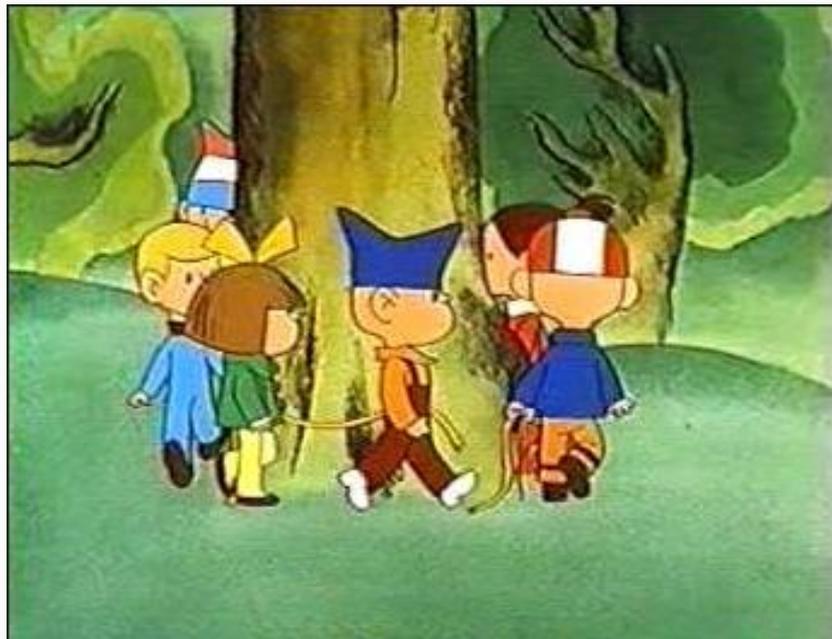
Дизайн мышление: Быстрое и медленное



МЕДЛЕННОЕ ДИЗАЙН МЫШЛЕНИЕ

- Ходишь по кругу, нет уверенности что решение лучшее
- Много итераций обсуждений одного и того же
- Сложно продавать идею руководству
- Запускаешь, а потом получаешь обратную связь уже на готовый продукт

.... переделываешь



БЫСТРОЕ ...

- Легко сразу продавать руководству
- Есть «железный аргумент» - выбор потребителей
- Нет множества итераций обсуждений
- Максимальное вовлечение и интерес команд
- Готовый “бэклог” и экшн-план





Главный принцип дизайна :

отбросить **лишнее,**

сделать **проще :)**



Hodge (2019) "What makes great design"



Hodge (2019) "What makes great design"



Hodge (2019) "What makes great design"

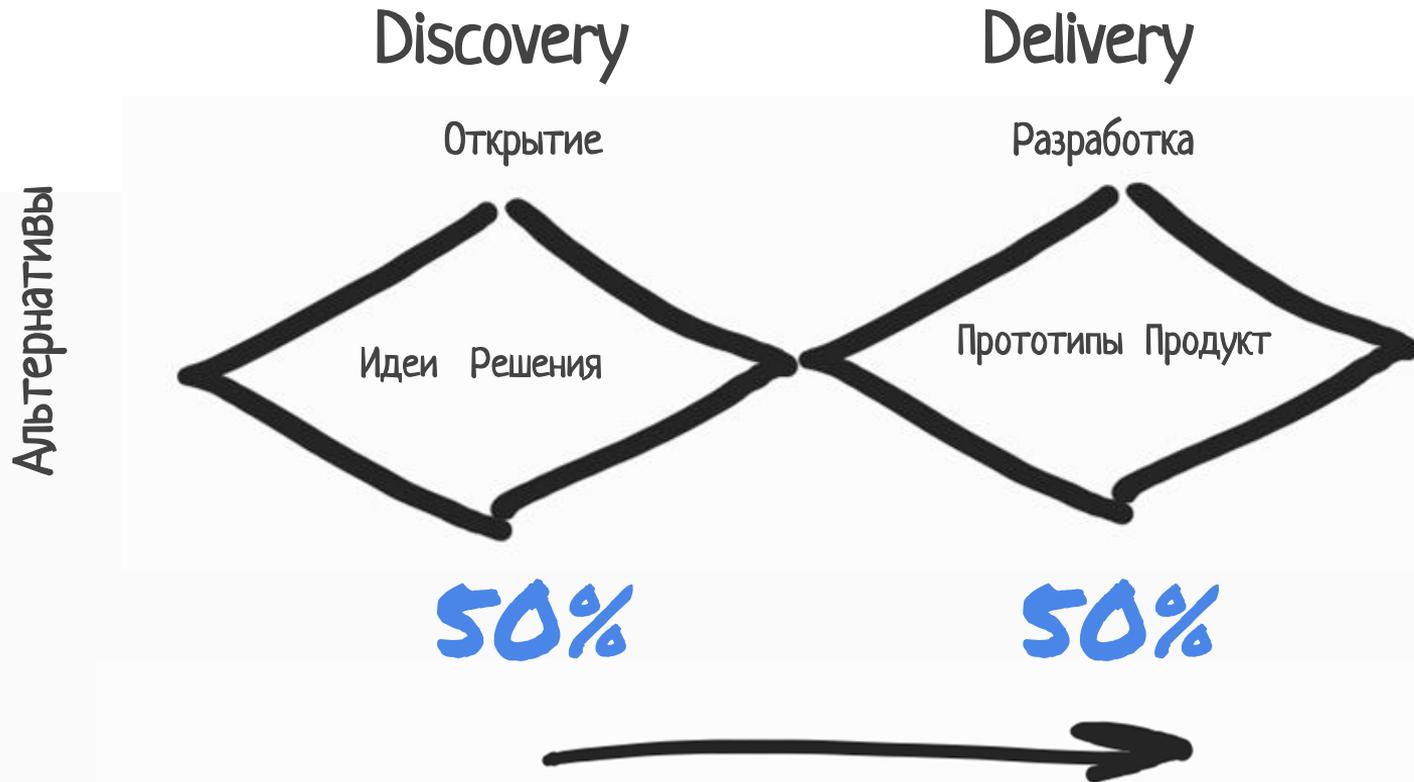
Google



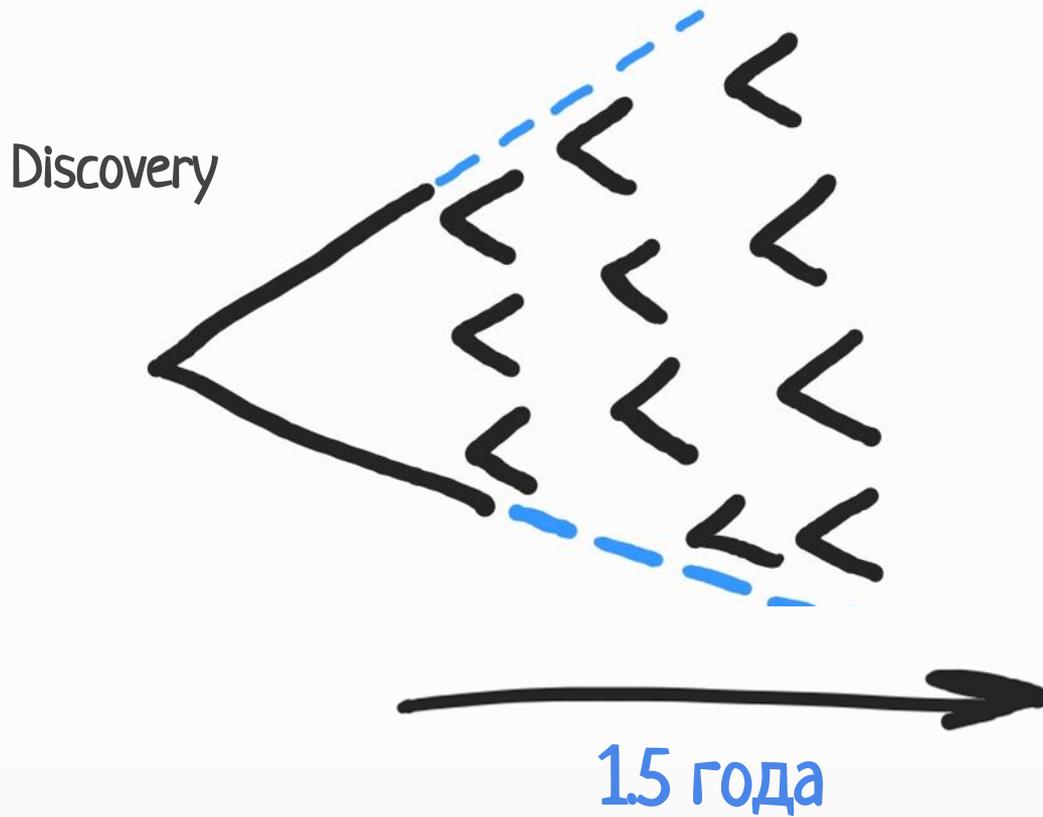
Введите поисковый запрос или URL



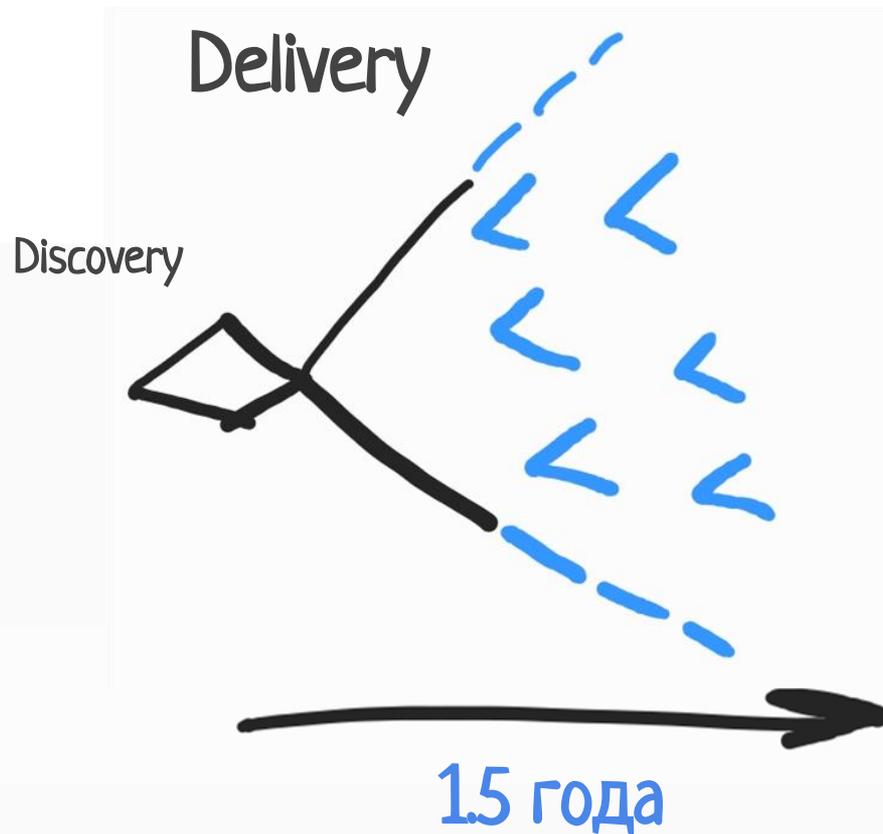
Как сделать проще: Double Diamond



Реальность 1: “Давайте покасдевим”

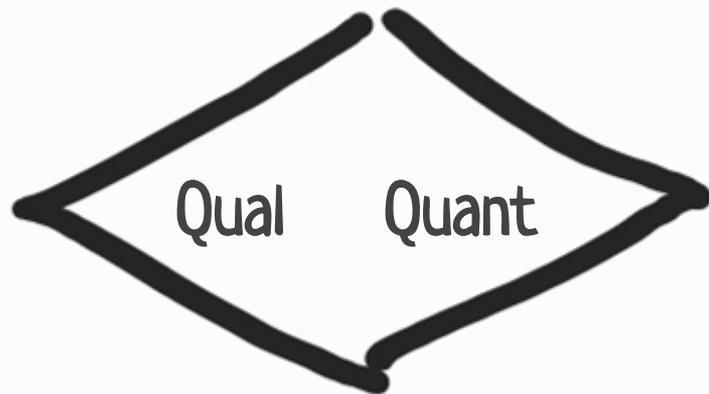


Реальность 2: “Давайте сразу все запилим и протестим в жизни”

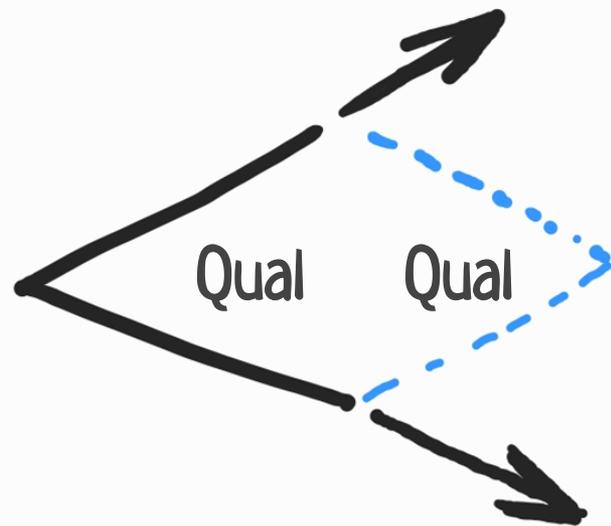


Почему ?

Надо



Сейчас



Скоринг – чаще мы всего голосуем сами.
Это ошибка – судим о предпочтениях потребителей по себе
(или на основании недостаточной или кривой выборки)

Критерии	Критерий 1	Критерий 2	Критерий 3	Критерий 4	Критерий 5	Баллы	Приоритет
Идея 1	+	-	0	+	+	+2	1
Идея 2	-	+	0	-	+	0	3
Идея 3	-	-	0	0	+	-1	4
Идея 4	0	+	+	-	0	+1	2

Токсичный Миф 1. Количественные исследования долгие



Токсичный Миф 2. Они все врут !



Результат без “квонта”

“Слишком **долго**
– пустая трата
времени”

“Хаос,
все слишком
перегружено”

“Опять
ничего
нового”

“Сложно продать
выше, руководство
не покупает итоги
без цифр”

“Нет цифр и
непонятно что
выстрелит у
клиентов”

3 фактора успеха дизайн мышления

- **Свежий инсайт** – только на основе новых знаний
- **Быстро и конкретно** – спринт за 1 день
- **Количественная оценка с клиентами** – моментальная оценка на статистически значимой выборке потребителей

Витрина: Точные количественные оценки за 1-2 часа.

Ad Visual

Насколько баннер или листовка нравится? Все ли понятно? Привлекает клиентов? Какой вариант рекламы лучше? Что улучшить?

Старт

Начиная с
5 000 ₽

Ad Audio

Насколько аудиозапись нравится? Вызывает интерес? Все ли понятно? Привлекает клиентов? Стимулирует к действию? Какой вариант лучше? Что улучшить?

Старт

Начиная с
5 000 ₽

Ad Message

Какой слоган выбрать для вашей рекламы? Какое сообщение больше нравится потребителю? Доносит основную суть?

Старт

Начиная с
5 000 ₽

Ad Video

Насколько видео нравится? Вызывает интерес? Все ли понятно? Привлекает клиентов? Стимулирует к действию? Какой вариант лучше? Что улучшить?

Старт

Начиная с
5 000 ₽

Ad Video (Idea)

Насколько нравится идея? Вызывает интерес? Понятен ли сюжет? Какой вариант сюжета лучше? Что улучшить? Будет ли привлекать клиентов?

Старт

Начиная с
5 000 ₽

Product Idea

Насколько привлекательна идея товара или услуги? Готовы ли купить или воспользоваться? Что нравится, а что нет?

Старт

Начиная с
5 000 ₽

Naming

Как назвать товар, услугу, акцию, событие, мероприятие, да что угодно? Какое название нравится, подходит, вызывает интерес?

Старт

Начиная с
5 000 ₽

Logo

Какой логотип выбрать? Какой логотип нравится больше всего? Подходит ли логотип для товара, услуги, акции, мероприятия или чего угодно?

Старт

Начиная с
5 000 ₽

Claims

Какие УТП выбрать? Какие наиболее перспективны? Какие свойства товара или услуги наиболее важны для потребителя?

Старт

Начиная с
5 000 ₽

Product Design

Дизайн товара или упаковки важен. Насколько он нравится? Какой вариант лучше? Что улучшить? Покупают такой товар по вашей цене?

Старт

Начиная с
5 000 ₽

Promo Idea

Есть идеи рекламных акций? Какие из них наиболее перспективны? Привлекут потребителей? Что можно улучшить?

Старт

Начиная с
5 000 ₽

Rate It

Когда нужно просто составить рейтинг вариантов дизайна, названий, любых коротких текстовых или графических объектов, определить лучшее, не вдаваясь в детали. Потребители расставят свои предпочтения.

Старт

Начиная с
10 000 ₽

Feature Rank

Какие фишки более важны? Какие приоритеты блогера? Что из фишк необходимо? Какие фишки сформируют преимущество? Метод Kano.

Старт

Начиная с
10 000 ₽

DIY

Задайте до десяти произвольных вопросов вашим потенциальным потребителям.

Старт

Начиная с
10 000 ₽

UX Benchmark

Как пользователи оценивают текущий UI? А по сравнению с конкурентами? Какой из прототипов лучше и требует ли он доработки?

Старт

Начиная с
5 000 ₽

UX Test

Как именно пользователь решает задачу? Какие возникают сложности? Что можно улучшить?

Старт

Начиная с
15 000 ₽

UX First Click

Оптимизировать размещение контролов и информации на экране. Правильно ли пользователи начинают решать задачу на конкретном экране? Очевидно ли с первого взгляда на макет, куда нужно кликнуть?

Старт

Начиная с
5 000 ₽

Landing Test

Насколько привлекательна идея вашего предложения? Понятно ли, что нужно сделать, чтобы купить/ воспользоваться?

Старт

Начиная с
5 000 ₽

Популярные задачи



UX-тестирование

Протестируйте дизайн
вашего сайта, сервиса или...



Анализ рынка

Оцените размер рынка и
спрос у целевой аудитории



Оптимальная цена

Узнайте, какая цена будет
оптимальной для продукта



Поведение пользователей

Узнайте, какими продуктами



Анализ конкурентов

Сравните себя
с конкурентами, узнайте их...



Концепция продукта

Поймите, насколько идея
нравится людям, и что нужно...



Выбор названия

Выберите запоминающееся
название, которое будет...



Тест дизайна

Выберите дизайн, который
люди захотят покупать



Создание сегмента для рекламы

Получите сегмент людей.



10 правил
быстрой сессии
дизайн мышления :)

Правило 1. Команда “продукт”+”ресеч”



... начинают с цифр и трендов

- **Big Data** – боль и проблема бизнеса в цифрах
- Верхнеуровневый фин. анализ
- Анализ рынка (что делают конкуренты)
- Примеры из других сфер (телеком, fmcg)

... и не начинают без брифа



- Продать руководству и получить «ok to go»
- Аллоцировать ресурс свой и команды
- Замотивировать команду
- На каждом этапе все будут задавать одни и те же вопросы «зачем» и «что это нам даст»

Правило 2. Фокусировка брифа – количественное pre-study

Проверить гипотезы быстрым DIY “количественником”, Usage & Attitude

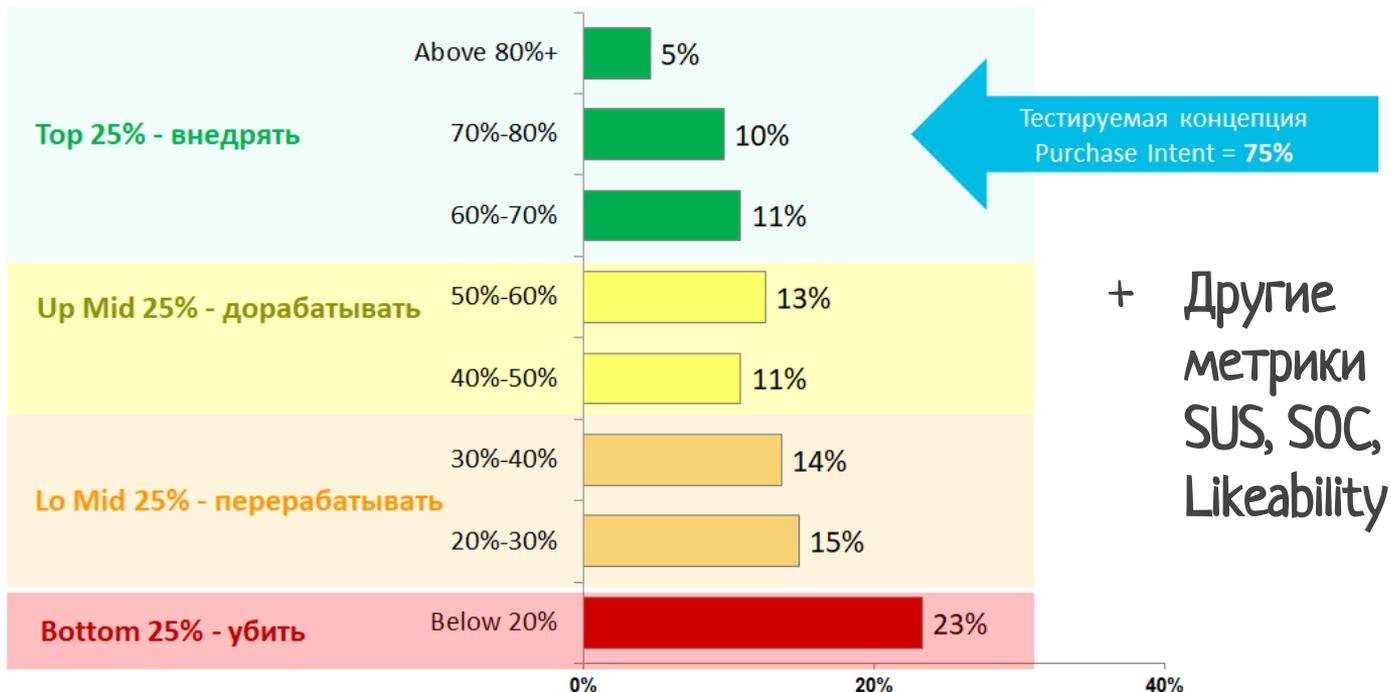


DIY

Задайте до десяти произвольных вопросов вашим потенциальным потребителям.

Правило 3. Action Standard. MVP взлетит, если PI TOP2 > 60%

Purchase Intent Top2 – “Готовность приобрести / воспользоваться”
500+ тестов *



Правило 4. One Pager. Простой гайд на “салфетке”



Правило 5. Простая выгрузка инсайтов (Если найти tension - идея придет легко)

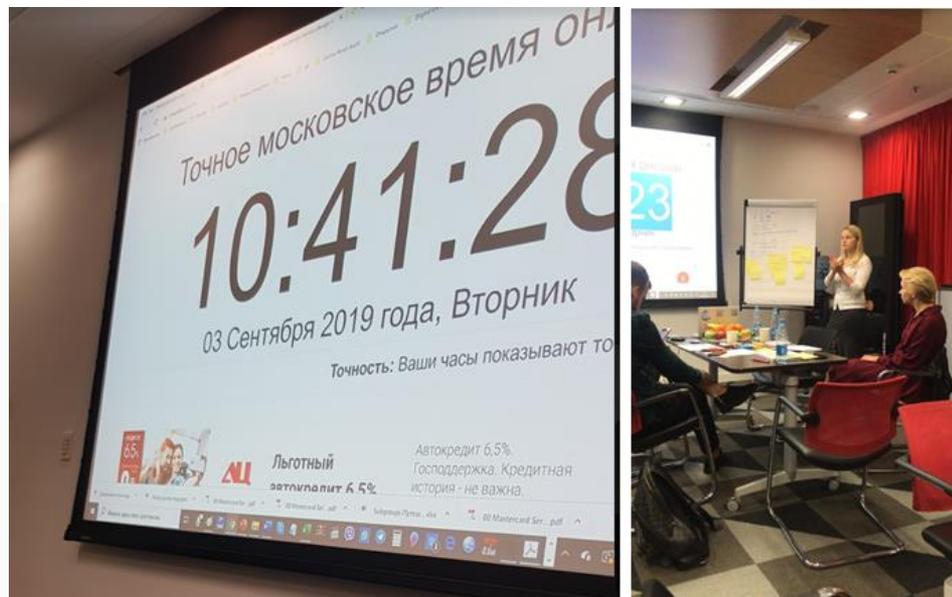
Что делал(а) ? (Поведение / Потребности / Ситуации)	Как делал(а) ? (Истории решения)		Что получил в итоге		Открытие - Гипотеза - Проблема - Дилемма	Идея решения
	Чем пользовались	История	(Gains)	Боли (Pains)	(Tension / Insight)	(Idea)
	Банки, сервисы, другое	Как было дело				
Рождение ребенка	Наличные, Сбербанк	Рождение детей марата, сестенок	Рождение нового члена семьи - Сами со всем разбирались	Банк вообще не знает, что рождается ребенок, не готовится к этому	У банков нет программ по поддержке при рождении малыша	"Спасибо жене за малыша" - программа поддержки при рождении ребенка

Правило 6. Компактные команды



Правило 7. “Брейн-ринг”. Без идей на ланч не идем

- 10.00 Начало
- 10.30 “Семья, которой хочется помочь”.
- 11.30 “Бизнес-территории” и их названия
- 12.30 Генерация “бизнес-идей”
- 13.30 Внутренний отбор “бизнес-идей”
- 14.00 Ланч + Количественный тест
- 15.00 Итоговая часть



Правило 8. Концепция должна быть ясна потребителю

Название услуги:

Проблема и ситуация:

.....

.....

Наше решение:

.....

.....

.....

Почему оно лучшее:

.....

.....

.....

▶ || 🔊 []

Правило 9. Главные метрики – “интерес” и “уникальность”.



Правило 10. Делать прототипы сразу - вход на стадию Delivery

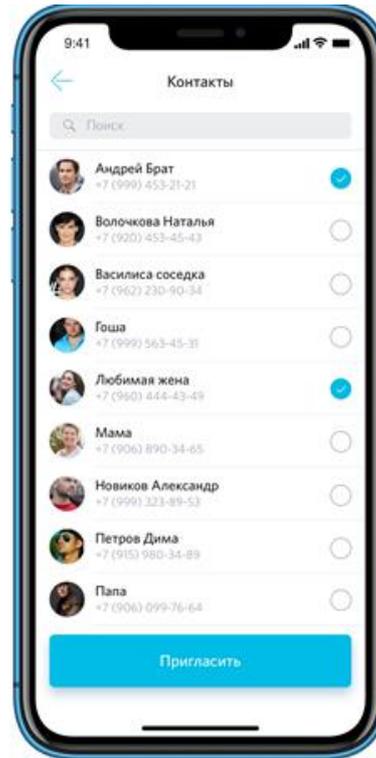
Клиент видит семейное предложение на стартовом экране



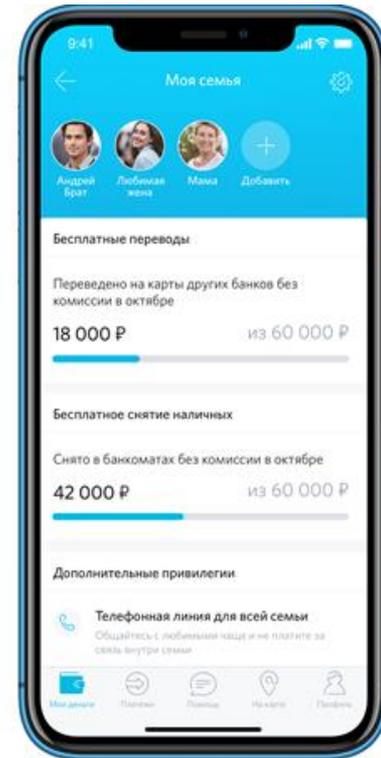
А также на главном экране



Отмечает свою семью



Может управлять «семейными» настройками



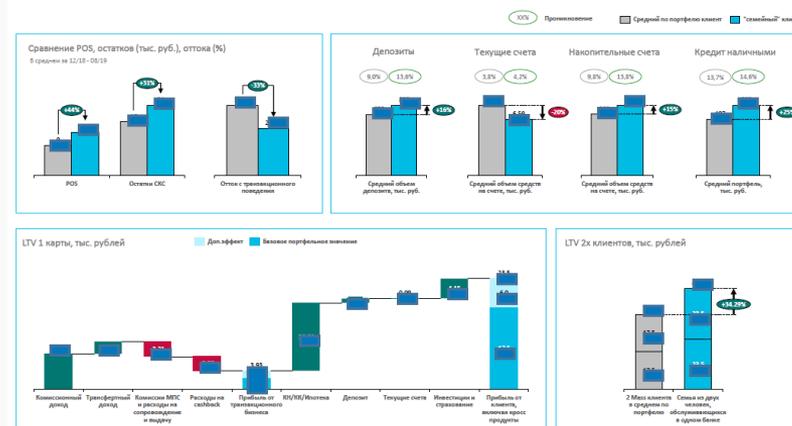
Правила “быстрой защиты”



Защищать через количественный результат по итогам сессии

- Есть понимание продуктовой концепции, а также главное — уверенность в ней
- Есть большое количество полезного материала для финальной презентации
- Есть ресурс аналитика и он уже понимает, что надо посчитать
- Все готово для того, чтобы продать руководству идею с первой встречи
- В бэклог разработки задача встает легко за счет вовлечения

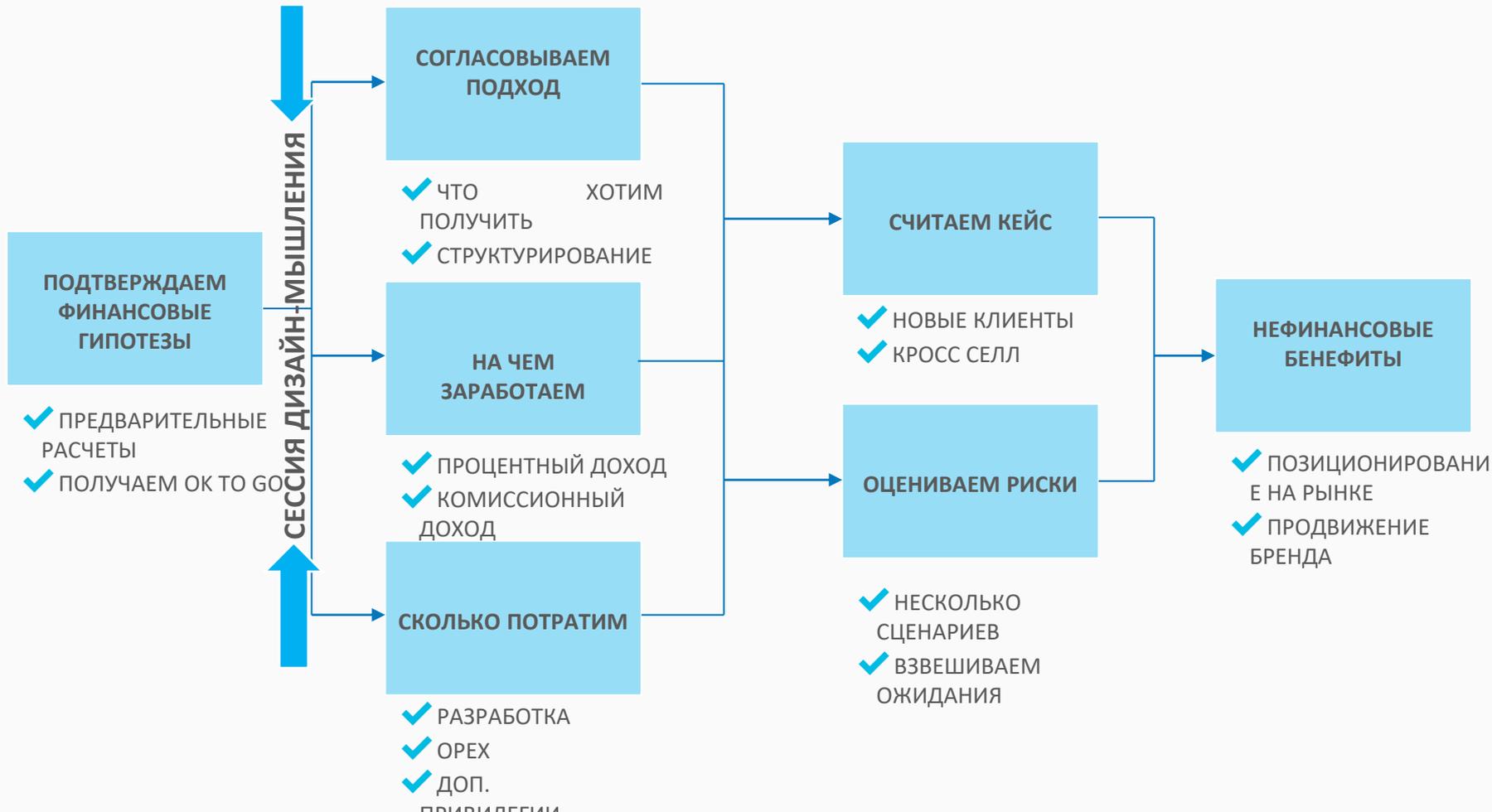
MASS: У КЛИЕНТОВ, ОБСЛУЖИВАЮЩИХСЯ В БАНКЕ С СЕМЬЕЙ, ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЛУЧШЕ СРЕДНИХ ПО СЕГМЕНТУ



ОБЩИЙ РЕЙТИНГ - TOP 3 ПО МОДЕЛИ КАНО MUST-BE (ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ) + PERFORMANCE (ВАЖНЫЕ) + ATTRACTIVE (ИНТЕРЕСНЫЕ)



БИЗНЕС КЕЙС – КОГДА ПОТРЕБНОСТЬ КЛИЕНТА И ЦИФРЫ СОЕДИНЯЮТСЯ



Эти правила и кейсы в книге “Другой маркетинг”

