

14) Привяжите ваш дизайн к эмоциям. Эмоции — одна из основных составляющих, которые заставят вашу аудиторию совершать те или иные действия. Ваш дизайн должен вызывать позитивные эмоции.

15) Постоянно держите связь с вашей аудиторией. Изучайте аналитику, тесно общайтесь с вашей аудиторией. Очень часто пользователи могут вам подсказать полезные вещи, которые упростят взаимодействие с вашим интерфейсом.

Надеюсь, эти советы помогут Вам начать мыслить как истинный дизайнер. Разработка чистого пользовательского интерфейса требует гораздо больше работы чем, кажется. Вы должны поставить себя на место пользователей и посмотреть на сайт их глазами. Это может занять месяцы тренировок, но рост креативности при этом огромен.

ЛИТЕРАТУРА

1 <https://perfecto-web.pro/ru/blog/design/20-beginner-tips-for-mobile-design.html> 20 советов дизайнеру мобильных интерфейсов

УДК 005.745:378.66(063)(476)

Студ. А.Д. Ткаченко

Науч. рук. ст. преподаватель Т.В. Кишкурно
(кафедра информатики и веб-дизайна, БГТУ)

ОНБОРДИНГ – ПЕРВОЕ СВИДАНИЕ С ПОЛЬЗОВАТЕЛЕМ

В мире программного обеспечения под онбордингом понимается совокупность способов обучить пользователя-новичка -донести до него, чего и как он может добиться, используя ваше приложение. Как правило, это всевозможные туры по системе, контекстные подсказки, советы дня и т. д. Онбординг - это ваша первая встреча с пользователем. Другими словами, говорите пользователю только то, что ему необходимо знать как можно меньшим количеством слов. Следуйте простому правилу «меньше слов, больше дела». Также можно представить онбординг в виде руководства по установке вашего приложения или сайта. Ваша главная задача — расположить к себе юзера и приучить его пользоваться вашим продуктом.

Вполне логичен вопрос: когда нам нужен онбординг? В большинстве случаев, когда ваш сайт или приложение отличаются от того, к чему привыкли ваши пользователи. Это часто происходит на

мобильных девайсах - если вы вводите новое действие. Например, проводить пальцем по экрану, чтобы увидеть скрытый предмет.

Существуют различные приемы онбординга. Приём «обзорной экскурсии» показывает пользователю основные элементы вашего приложения и выделяет его главные функции. Способ хорош тем, что он сразу избавляет пользователя от первоначального недопонимания.

Недостатки: пользователь узнает, как что работает, но на самом деле он почти ничего и не делает. Его не просят совершить действие или начать пользоваться продуктом.

Приём «сделай что-нибудь». Попросив пользователя совершить первое действие в приложении, вы сразу же вовлекаете его в процесс. Это распространено в приложениях, которые начинают работать только после совершения юзером каких-либо действий.

Недостатки: в результате пользователи могут разобраться в работе приложения не так хорошо, как нужно.

Приём «настройка». «Настройка» - это приём онбординга, который не учит юзера пользоваться продуктом, а позволяет ему настроить свой собственный аккаунт. Этот подход подразумевает, что понимание работы приложения - не самая сложная часть. А вот «настройка» - это уже настоящее слабое место, требующее поддержки.

Недостатки: В исключительных случаях пользователи всё равно могут сталкиваться с проблемами при работе с вашим сервисом. Этот приём работает при наличии понятного UI.

Приём «всё и сразу». В данном случае сразу после регистрации, пользователи получают общий обзор приложения, во время которого они могут настраивать его, а вы побуждаете совершить действие.

«Непрерывный онбординг» - это тактика, с помощью которой сайт удерживает юзера в процессе использования веб-приложения. На LinkedIn, например, есть понятный чеклист с задачами. Чаще всего они предлагают вам добавить информацию в ваш профиль и призывают «поддерживать» ваши связи. Достижение заполненного на 100% профиля является стимулом и признаком «непрерывного онбординга».

Предварительные настройки приложения. Иногда для начала работы нам надо получить от пользователя какую-то информацию. Социальные сети просят пользователей предоставить как можно больше информации о себе: демографические данные, места учебы и работы, интересы и т. д. Анализируя эту информацию, они смогут

предложить им больше релевантного контента. А значит, с большей вероятностью удержат на сайте и покажут больше рекламы.

Всплывающие подсказки. Наверное, это самый простой способ рассказать о назначении отдельных элементов вашего интерфейса. Вы можете показывать их рядом с ключевыми элементами отдельного экрана, когда пользователь впервые видит его. Обязательно давайте пользователю возможность закрыть такие подсказки.

Слои. Техника является логическим продолжением предыдущей. Новый для пользователя экран приложения мы затеняем полупрозрачной черной «занавеской» и поверх нее со стрелками, текстом и иллюстрациями рассказываем, что к чему.

Видео. Самый очевидный способ научить кого-то делать что-то – наглядно продемонстрировать весь процесс.

Несколько советов, как реализовать онбординг так, чтобы увлечь пользователя.

Используйте стартовые страницы. Пустая стартовая страница при первом запуске приложения – важная часть онбординга. Пустые экраны тонко дают юзеру понять, что ему нужно что-то сделать. Смысл сайтов и приложений заключается в их контенте. Если на странице контента нет – это еще не повод оставлять ее без внимания. Ваша задача – показать пользователю, как заполнить эту страницу и чего ждать от нее дальше. Помогите им освоиться и расскажите, как будет выглядеть страница дальше. Расскажите, про первое возможное действие – оно должно быть очевидным.

В Instagram, например, страница нового пользователя абсолютно пуста. В других профилях есть фото, комментарии и лайки, но аккаунт нового пользователя пуст – ни постов, ни фолловеров. Чтобы подтолкнуть к действию, Instagram превращает это «пустое место» в обучающую страницу: там, где должны быть фото, написано «У вас еще нет постов. Нажмите на камеру, чтобы поделиться первым фото или видео» с указателем на кнопку камеры.

Радуйтесь вместе с пользователем. Момент, когда пользователь решает какую-то задачу с помощью приложения, идеально подходит для установления эмоциональной связи между ним и продуктом. Дайте ему понять, что он классно справляется, и похвалите за победу.

Обучайте постепенно. Старайтесь делать так, чтобы пользователь больше работал с приложением, чем обучался работе с ним. Помогайте ему в трудных и неочевидных сценариях, но не заставляйте сначала выучить все функции, а только потом начинать пользоваться. Используйте «прогрессивный» онбординг. Подавайте

информацию порциями и в контексте текущей пользовательской задачи.

Не объясняйте очевидного. Не стоит объяснять пользователям, что крестик в правом верхнем углу закрывает окно, а клик на иконку с мусорным ведром приведет к удалению строки из списка. Общеупотребимые метафоры используются в интерфейсах десятилетиями, поэтому назначение этих элементов очевидно.

Расставляйте приоритеты. Не пытайтесь рассказать обо всех функциях вашего приложения в мобильных экранах онбординга и туре по системе. Выберите не более пяти ключевых возможностей и отведите для каждой отдельный слайд.

Если ваша идея сложна, сформулируйте её точнее. Поймите, какой приём сработает на вашем сайте. Если вы представляете пользователю совершенно новый концепт, преподнесите его как можно понятнее, всё равно оставаясь лаконичными. Чем дольше идёт онбординг, тем важнее показать, что завершение онбординга совсем близко.

ЛИТЕРАТУРА

1. <https://habrahabr.ru/post/238965/> Онбординг в мобильных и веб-интерфейсах. Как правильно рассказать пользователям о возможностях вашего продукта.

2. <http://uxgu.ru/onboarding-techniques/> 5 отличных способов привлечь новых пользователей.

УДК 621.357.74:628.54

Студ. К. С. Бердник

Науч. рук. ст.преп. Т. В. Кишкурно
(кафедра информатики и веб-дизайна, БГТУ)

МЕНТАЛЬНЫЕ МОДЕЛИ КАК ОПОРА ДЛЯ ДИЗАЙНЕРСКИХ РЕШЕНИЙ

Создание веб-страницы — это процесс взаимодействия между веб-дизайнером и пользователем.

Начну с примера. Пользователь набрал в поисковой системе интересующий его вопрос и получил на него огромное количество результатов. Он переходит на понравившийся ему ресурс и попадает не на начальную страницу сайта, а в самую середину. Вот здесь и начинает работать ментальная модель. Пользователь знает, что,