

ДИЗАЙН-МЫШЛЕНИЕ В ПРОЕКТИРОВАНИИ ИНТЕРФЕЙСОВ

Дизайн-мышление – это метод создания продуктов и услуг, ориентированных на человека. Главная цель дизайн-мышления – выйти за пределы существующих стереотипов и привычных способов решения задачи. Для этого, прежде всего, нужно погрузиться в проблемы пользователей с помощью создания карты стейкхолдеров, на которой определяются и фиксируются



**Рисунок 1 – Карта стейкхолдеров
для сайта велопроката**

исследовательской информации, который отражает сценарий пользователя: шаги, эмоциональные реакции, время, ключевые цитаты.

Затем следует расписать основные идеи. Расставляются оценки, с точки зрения полезности для человека, ценности для бизнеса и возможностям технической реализации. Подсчитываются итоговые баллы и выявляются самые удачные решения (рисунок 2).

Идеи	Польза для человека	Ценность для бизнеса	Возможность технологий	Итоговая ценность
Бронь велосипеда онлайн	10	8	7	✓ 8,33
Возможность просмотра велодорожек на карте	7	5	5	↓ 5,66
Оплата онлайн	7	6	3	↓ 5,33
Версия сайта на английском языке	8	8	8	✓ 8
3д изображения велосипедов	3	2	1	✗ 2

Рисунок 2 – Поиск удачных идей для сайта велопроката

Для успешного создания продукта, необходимо проводить тщательные исследования, искать наиболее удачные идеи для компании по эффективному развитию клиентского сервиса, учитывать потребности покупателя. Дизайн-мышление помогает быстро погрузиться в опыт пользователя и досконально разобраться в любой сфере.