

---

Кэрол М. Барум

**ОСНОВЫ**

**юзабилити-**

**тестирования**

**На старт, внимание... тест!**

# Содержание

<i>Предисловие</i> .....	13
<i>Благодарности</i> .....	15
<i>Об авторе</i> .....	16

## **Введение: руководство по началу работы**..... 18

### **Глава 1. Закладываем основы**..... 27

Фокусируйтесь на пользователе, а не на продукте.....	28
Начнем с важных определений .....	29
Что такое юзабилити? .....	29
Что такое юзабилити-тестирование?.....	32
Что такое опыт взаимодействия пользователя с продуктом?.....	35
Что такое дизайн, ориентированный на пользователя?.....	35
Как и зачем проводить небольшие юзабилити-исследования .....	36
Установка профиля пользователя.....	37
Создание сценариев на основе задач .....	37
Думать вслух.....	37
Внесение изменений и проведение повторного тестирования.....	38
Как и зачем проводить крупные исследования .....	39
Используйте одни и те же или разные задачи.....	40
Собирайте метрики для количественной оценки результатов – с процессом «мысли вслух» или без него.....	40
Выберите метод или комбинацию методов .....	41
Сбалансируйте свои цели и бюджет.....	41
Заручитесь поддержкой для проведения юзабилити-тестирования.....	42
Познакомьтесь с заинтересованными лицами.....	42
Привлекайте заинтересованные лица к исследованию от начала до конца.....	42
Выступайте за более частое (и более раннее) юзабилити-тестирование в процессе разработки продукта .....	43
Обоснуйте необходимость экономичного юзабилити-тестирования .....	43
Идите в ногу со временем .....	45
Гибкая методология разработки – быстрая и целенаправленная.....	46
Текущий подход к дизайн-мышлению сфокусирован на 5-дневном спринте.....	46
Резюме к главе 1 .....	48

### **Глава 2. Юзабилити и инструменты UX-специалиста**..... 50

Открываем набор инструментов и смотрим, что там есть.....	52
Инструменты анализа закладывают фундамент.....	52
Инструменты проектирования и реализации позволяют встраивать пользовательские исследования в процесс разработки.....	55

Инструменты развертывания предоставляют обратную связь о фактическом использовании .....	57
Разбираемся, какой инструмент подходит для работы .....	58
Выбираем эвристическую оценку из набора инструментов .....	61
Эвристическая оценка – это проверка, осуществляемая экспертами .....	61
Эвристическая оценка имеет четко определенную методологию .....	63
Для разных людей экспертная оценка может означать разные вещи .....	64
У неформальной оценки может не быть правил .....	65
Сравнение результатов эвристической оценки и юзабилити-тестирования .....	66
Использование повествования для эвристической оценки .....	70
Объединяем оба метода: двойной удар .....	71
Признание процесса проектирования, ориентированного на пользователя .....	72
Резюме к главе 2 .....	73
Образец отчета .....	75

### **Глава 3. Тестируем и тут и там** .....

Приобретение базового оборудования для юзабилити-тестирования .....	82
Расширяем свои возможности с помощью специализированного оборудования и программного обеспечения .....	84
При тестировании мобильных устройств используется специализированное оборудование и программное обеспечение .....	84
Оборудование для окулографии показывает, куда смотрят пользователи .....	85
Использование конференц-зала или офиса .....	89
Инвестиции в отдельную лабораторию .....	90
Оценка недостатков лабораторного тестирования .....	94
Попадаем в мир пользователя с помощью полевого тестирования .....	94
Преимущества полевого тестирования .....	95
Недостатки полевого тестирования .....	96
Доступ к пользователям всегда и везде с помощью удаленного тестирования .....	97
Модерируемое удаленное тестирование является синхронным .....	97
Немодерируемое удаленное тестирование является асинхронным .....	99
Использование других онлайн-инструментов для расширения возможностей удаленного немодерируемого тестирования .....	102
Выбор правильного метода .....	105
Резюме к главе 3 .....	106

### **Глава 4. Пользователи и их цели** .....

Люди целеустремленны .....	110
Когда люди пользуются интернетом, они делятся своим опытом и ожиданиями .....	112
Люди ожидают, что элементы на странице сайта будут находиться в определенных местах .....	113
Произведите хорошее впечатление с самого начала. Второго шанса может и не быть .....	116
Пользователи сразу решают, можно ли доверять сайту .....	116
Люди не хотят читать. Они хотят действовать .....	117

## 8 Содержание

Когда дело доходит до использования технологий, различия между поколениями имеют значение.....	118
Три четверти взрослых американцев ежедневно выходят в интернет.....	119
Что мы знаем о пожилых пользователях в интернете.....	120
Что мы знаем о миллениалах, сидящих в интернете.....	122
Что мы знаем о подростках, пользующихся интернетом.....	124
Что мы знаем о детях, проводящих время в интернете.....	125
Гендерные различия имеют значение, когда речь идет об использовании интернета и социальных сетей.....	126
Пол влияет на дизайн сайта.....	126
Пол влияет на использование технологий и социальных сетей.....	127
Пол влияет на стиль общения в социальных сетях.....	128
Гендерные исследования и исследования поколений проливают свет на ваших пользователей.....	129
Персонажи помогут вам узнать своих пользователей.....	129
Персонажи основаны на реальной информации о реальных пользователях.....	129
Персонажи – занятие творческое, но не увлекайтесь.....	131
Количество персонажей должно быть управляемым.....	132
Персонажи должны быть видны.....	132
Сценарии рассказывают историю целей ваших пользователей.....	133
Разница между задачей и целью.....	133
Разница между вариантом использования и сценарием.....	134
Разница между пользовательской историей и сценарием.....	136
Рассказывайте о своих персонажах убедительно.....	136
Резюме к главе 4.....	139
<b>Глава 5. Планирование юзабилити-тестирования.....</b>	<b>142</b>
Совещание по планированию.....	143
Установите цели тестирования.....	143
Определите, как тестировать продукт.....	149
Согласуйте подгруппы пользователей.....	155
Определите характеристики подгруппы.....	156
Сосредоточьтесь на мотивации пользователей.....	157
Смешивайте характеристики внутри подгруппы.....	158
Комбинируйте характеристики в профиле пользователя.....	160
Определите размер вознаграждения для участников.....	162
Составьте скринер для отбора участников.....	164
Создавайте сценарии на основе задач, соответствующих целям тестирования.....	175
Определить методы обратной связи для сбора количественных и качественных данных.....	183
Установите даты для тестирования и результатов работы.....	185
Составление плана тестирования.....	189
Написание неформального плана тестирования.....	190
Использование других неформальных способов документирования планов тестирования.....	190

Написание формального плана тестирования .....	194
Резюме к главе 5 .....	195
<b>Глава 6. Подготовка к юзабилити-тестированию</b> .....	<b>197</b>
Отбор участников .....	198
Как самому отбирать участников .....	198
Как вести отбор участников через рекрутинговую компанию .....	202
Как отбирать участников через рекрутинговую компанию в режиме онлайн .....	203
Как отбирать участников через платформу онлайн-тестирования .....	203
План на случай неявки участника .....	203
Распределение командных ролей и обязанностей .....	205
Разработка контрольных списков .....	207
Написание сценария модератора .....	211
Написание сценария модератора для тестирования с личным присутствием участника .....	212
Написание сценария модератора для удаленного тестирования .....	216
Подготовка или использование других форм .....	217
Подготовка формы согласия на видеосъемку .....	218
Подготовка специальной формы согласия на тестирование при участии несовершеннолетних .....	219
Использование соглашения о неразглашении .....	219
Подготовка формы наблюдателя .....	220
Создание анкет .....	220
Создание анкеты, которая выдается перед началом тестирования .....	221
Создание анкеты, которая выдается после выполнения задачи .....	223
Создание анкеты, которая выдается после тестирования .....	224
Использование стандартных анкет после выполнения тестирования .....	228
Использование анкеты SUS .....	229
Использование анкеты CSUQ .....	231
Использование NPS® (Net Promoter Score®) .....	231
Создание или использование методов обратной связи для сбора качественных отзывов .....	233
Использование карточек реакции на продукт .....	233
Завершающее интервью .....	234
Подготовка к тестированию .....	236
Проведение разбора .....	236
Проведение пилотного теста .....	237
Управление всей этой подготовкой к тесту .....	239
Резюме к главе 6 .....	239
Образец отчета .....	241
<b>Глава 7. Проведение юзабилити-теста</b> .....	<b>244</b>
Подготовка к тестированию .....	245
Быть эффективным и непредвзятым модератором .....	245
Следите за языком тела .....	248

## 10 Содержание

Следите за похвалой .....	248
Задавайте хорошие вопросы.....	249
Избегайте плохих вопросов.....	253
Знайте, как и когда вмешаться.....	254
Механизмы обратной связи после проведения тестирования.....	256
Управление вариациями на тему тестирования.....	259
Тестирование с двумя и более участниками.....	259
Тестирование с двумя и более модераторами.....	260
Удаленное тестирование с модератором.....	261
Работа с наблюдателями.....	263
Наблюдатели с вами и участником.....	263
Наблюдатели в комнате.....	266
Удаленные наблюдатели.....	268
Предоставление справки или помощи от службы поддержки клиентов.....	268
Регистрация наблюдений.....	270
Работа в одиночку.....	270
Резюме к главе 7.....	271
Образец журнала.....	274
<b>Глава 8. Анализ результатов.....</b>	<b>278</b>
Что мы увидели?.....	279
Соберите данные, полученные ото всех лиц.....	279
Соберите лучшие и неожиданные результаты.....	280
Выберите свой метод организации.....	281
Что это значит?.....	286
Определите, кто должен проводить анализ.....	286
Сопоставьте результаты.....	287
Предоставьте количественные данные.....	288
Как и когда работать со статистикой.....	289
Проанализировать анкеты.....	293
Используйте качественные отзывы из процесса размышлений вслух.....	295
Сопоставьте ответы из карточек реакции на продукт.....	295
Что с этим делать?.....	296
Триангулируйте данные результатов.....	296
Охарактеризуйте результаты по степени серьезности.....	298
Определите глобальные и локальные результаты.....	299
Дать рекомендации.....	300
Резюме к главе 8.....	303
Примеры результатов.....	305
<b>Глава 9. Подготовка отчета о полученных результатах.....</b>	<b>309</b>
Следуя совету Аристотеля.....	311
Подготовка сообщения.....	311
Написание неофициального отчета.....	312
Подготовка официального отчета.....	315
Планирование отчета в виде документа.....	317

Написание резюме.....	319
Организация остальной части отчета в соответствии с потребностями вашей аудитории .....	321
Планирование отчета в стиле презентации .....	323
Представление результатов .....	325
Использование таблиц .....	326
Использование скриншотов.....	328
Использование диаграмм и графиков.....	331
Вставка видеороликов.....	334
Упорядочивание результатов .....	335
Представление результатов после выполнения заданий и проведения тестирования.....	336
Представление ответов, полученных в ходе анкетирования.....	336
Представление результатов по анкете SUS.....	338
Представление качественных ответов.....	338
Даем рекомендации .....	340
Предоставление устного отчета.....	343
Планирование презентации.....	344
Подготовка видеороликов .....	344
Репетиция презентации .....	345
Проведение презентации .....	345
Как и когда задавать вопросы.....	346
Больше ориентированного на пользователя проектирования .....	347
Резюме к главе 9 .....	348

## **Глава 10. Юзабилити-тестирование с участием пользователей из других стран**

Сбор информации о пользователях из других стран.....	351
Некоторые пользователи находятся «здесь» .....	351
Другие пользователи находятся «там».....	352
Понимание культурных различий .....	352
Книги для получения дополнительной информации .....	352
Статьи для получения дополнительной информации .....	353
Применение работы Холла и Хофстеде для анализа пользователей из других стран .....	362
Концепция высококонтекстных и низкоконтекстных культур Эдварда Холла.....	362
Концепция культурных измерений Герта Хофстеде.....	363
Создание персонажей пользователей.....	365
Сосредоточьтесь на конкретных культурных особенностях .....	366
Учитывайте другие соображения.....	367
Составьте план исследования.....	368
Планирование тестирования.....	371
Где проводить тестирование .....	372
Как проводить тестирование .....	376
Структурирование протокола тестирования .....	378

---

## 12 Содержание

Локализация сценариев .....	378
Локализация анкет.....	380
Планирование отдельных сеансов или сеансов co-discovery.....	383
Размышления вслух или ретроспективное воспоминание: что выбрать.....	383
Выбор модератора.....	384
Предвидение других аспектов.....	385
Что, если участник придет не один? .....	386
Следует ли уделять больше времени знакомству и приветствиям?.....	387
Нужно ли увеличить перерывы между сеансами?.....	387
Можете ли вы интерпретировать невербальные коммуникативные сигналы? .....	388
Резюме к главе 10.....	388
Образец отчета.....	390
<i>Список статей и литературы</i> .....	392
<i>Предметный указатель</i> .....	406