

УДК 086.8:681.5

РАЗРАБОТКА ТЕХНОЛОГИИ ПРОЕКТИРОВАНИЯ ИНТЕРФЕЙСА МОБИЛЬНОГО ПРИЛОЖЕНИЯ

Губницкая Ю.С., ст. преподаватель, кафедра МСТ ХНУРЭ
Писаревский Н.Я., бакалавр, кафедра МСТ ХНУРЭ

Аннотация. Рассмотрены особенности создания удобного и продуманного интерфейса для мобильных приложений. Разработана детализированная технология, которой необходимо придерживаться при проектировании интерфейса мобильного приложения, перед усиленной разработкой визуального дизайна.

Ключевые слова: ИНТЕРФЕЙС, РАЗРАБОТКА, МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ, ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ, ПРОЕКТИРОВАНИЕ, СТРУКТУРА, НАВИГАЦИЯ, ВАРФРЕЙМ.

В нынешнее время большой популярностью пользуются мобильные приложения. Это обусловлено тем, что современный человек, строит вокруг себя собственную цифровую экосистему, которая включает в себя множество цифровых аналогов реальных вещей, приспособлений и процессов, в тоже время, ускоряя процесс решения проблем пользователя.

Мобильное приложение – это программное обеспечение, специально разработанное под конкретную мобильную платформу (iOS, Android, Windows Phone и т.д.). Предназначено для использования на смартфонах, планшетах, smart-часах и других мобильных устройствах [3].

Основной составляющей мобильного приложения является интерфейс. Интерфейс обеспечивает взаимодействие пользователя с продуктом. Правильно построенная логика для наиболее быстрого и эффективного достижения результата пользователем в приложении является основной задачей в работе дизайнеров пользовательского опыта (user experience designer).

В данной работе представлена технология проектирования интерфейса мобильного приложения, рассмотрены этапы создания правильного UX дизайна, а также проблемы, с которыми можно столкнуться при неправильно спроектированном мобильном приложении. На данный момент существует огромное разнообразие приложений, их сценариев использования и целей создания.

Рассмотрим мобильное приложение для бизнеса – это имиджевый инструмент для удержания уже имеющихся клиентов и повышения их «возвращаемости» в ваше заведение. Лучшим примером использования правильно проработанного мобильного приложения является американская сеть кофеен “Starbucks”. Основная задача была в увеличении повторных посещений заведения, а также построения автоматического процесса распространения продукта за счет рекомендаций пользователей. Если раньше клиент изредка контактировал через сайт с продуктом, то сейчас мобильные приложения позволяют находиться на расстоянии вытянутой руки с пользователем 24 часа в сутки [4].

Существует распространенная среди дизайнеров проблема проектировки приложения, они начинают разработку с «середины». Эта проблема проявляется каждый раз, когда к дате публикации продукта необходимо спроектировать опыт взаимодействия нового пользователя. «Середина» – это когда у пользователя возникает проблема, он открывает приложение, проходит через процесс взаимодействия и находит решение.

Доказано, что пользователю нет дела до вашего нового продукта/функции, пока вы не проведете его через “начало”. Когда вы приступаете к проектированию приложения, необходимо ответить на следующие вопросы [2].

1. Где и как люди впервые узнают о вашем продукте/функции?
2. Что люди должны понять о вашем продукте с первого взгляда? Достаточно ли он интересный, чтобы пользователь удосужился его попробовать?
3. Каким должен быть первый опыт взаимодействия с вашим продуктом и как вы планируете продемонстрировать ценность продукта в первую же минуту работы?
4. Как вы планируете развивать социальную среду, хранилище контента, рынок, если от них зависит успех вашего продукта?
5. Что должно убеждать пользователя вернуться и воспользоваться вашим продуктом во второй или третий раз?

Провести пользователя через “начало” – задача не из простых. Именно поэтому большинство новых приложений терпят неудачу. У среднего пользователя смартфона как минимум 2-4 приложения, которые он использовал всего пару раз, и теперь они лежат мертвым грузом. Также существует огромный рынок приложений, о которых пользователи ничего не знают и даже не собираются узнать, а все потому, что они не провели пользователя через “начало”. Необходимо спроектировать основу проекта на ранних этапах и убедиться, что ценностное предложение четко поставлено, а все идеи чисты и понятны, и что пользователю предлагается четкое описание, которое убедит его, что приложение того стоит.

Изучив множество успешных мобильных продуктов, была разработана последовательность действий, придерживаясь которой, при разработке приложения удастся добиться успеха.

1. Исследование пользователя, рынка. Определение идеи продукта.

Изучение продуктов, четкая постановка идеи, построение схемы действия пользователя. Количество минимальных шагов для выполнения поставленных приложением задач, как можно скомпоновать несколько действий в одно. Проектировка опыта взаимодействия нового пользователя (new user experience, NUX): первый человек, который пришел воспользоваться приложением. Каким будет его пошаговый процесс при первом использовании? Если производится запуск новой функции в рамках существующего приложения, нужно задуматься: кто первым получит к ней доступ и как правильно презентовать ее. При запуске нового приложения нужно подумать о первом впечатлении от продукта.

2. Описать требования к функциям продукта.

Чтобы описать взаимодействие пользователя с продуктом, необходимо ограничить продукт требованиями. Определить, что собой представляют экраны приложения, какие их функциональные особенности. Первичное взаимодействие представляет основные составляющие функции продукта, которые отличают его от других или являются основной составляющей. Вторичные же, в свою очередь, включают дополнительные функции, такие как поделиться, вызвать дополнительные настройки и тому подобные.

3. Планирование UX.

Корректность планирования зависит от сложности продукта и желательных акцентов (точки касания, элементов взаимодействий).

Для продукта с ограниченным количеством экранов и взаимодействий лучше всего использовать подход “пользователь видит – пользователь делает” или DWIM (англ. Do What I Mean). DWIM требует, чтобы система работала предсказуемо, чтобы пользователь заранее интуитивно понимал, какое действие выполнит программа после получения его команды. Также при создании элементов интерфейса необходимо учитывать, на какую возрастную категорию он направлен [1].

4. Создание варфреймов интерфейса.

Визуализация первичного интерфейса. Отрисовка первых структурных представлений страниц (wireframes) для определения того, насколько наш продукт соответствует поставленной задаче и насколько он удобен. Символы и иконки изображаются символически. Для реализации данного этапа достаточно использовать бумагу и ручку, можно выделить элементы взаимодействия пользователя при помощи цвета, но используя не более двух дополнительных цветов.

Создание варфреймов это быстрый и дешевый способ планировать структуру страницы или дизайна экрана. Он дает многочисленные выгодные возможности не только для дизайнеров и всей команды разработчиков, но и для клиента. Прежде всего, он является первым визуальным представлением абстрактной идеи дизайнера. Этот шаг гарантирует, что разработчики и клиенты получают четкое представление о дизайне проекта. Если клиент захочет внести изменения, то варфреймы гораздо легче изменить [3].

5. Предварительное тестирование варфреймов и определение недочетов.

6. Проработка интерфейса в цифровом редакторе.

Для создания детализированного интерфейса можно воспользоваться принципами Material Design (Android) или же iOS. Эти принципы эффективно использовать для максимально быстрого создания прототипа. Задача стоит не в разработке красивого дизайна, а в изучении взаимодействий пользователя с элементами приложения. Подготовить четкую структуру приложения с визуализированным взаимодействием между страницами и их элементами.

Для проектирования интерфейса на данном этапе можно использовать такие графические редакторы как Sketch, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop.

7. Создание “кликабельного” прототипа.

Задача данного этапа состоит в создании прототипа, пригодного для тестирования продукта непосредственно на устройстве, для определения положительных и негативных моментов. Использовать для этого можно веб-инструменты для создания прототипов Marvel или Invision.

8. Тестирование продукта на группах пользователей.

Существует прекрасная возможность тестировать разные версии прототипов приложения, получая опыт взаимодействия пользователей, и сразу же внедрять изменения. Также дизайнер проводит A/B тестирование, что собой представляет сравнение двух версий продукта и создание выборки лучших решений. Тестирование выполняется лично дизайнером, фокус-группами, тестировщиками.

9. Цикл действий над приложением до получения финальной версии:

- изменение приложения на основании обратной связи;
- тестирование и получение обратной связи;
- изучение полученных данных.

Хорошо спроектированный продукт становится значимым для пользователя. Значимые для пользователя продукты наделены индивидуальным смыслом, отвечают нуждам людей и соответствуют их жизненным ценностям. Не многим компаниям удается выйти на этот уровень. “Продукты бывают красивыми и удобными, но совершенно ничего не значащими для пользователя” – Стивен Андерсон. С другой стороны, исследование роли эстетики показывает, что, хотя у привлекательных вещей могут быть не самые высокие показатели производительности, люди все равно воспринимают их как более удобные [2].

Можно сделать вывод, что при проектировании интерфейса мобильного приложения следует придерживаться разработанной технологии по разработке дизайна интерфейса. Чтобы построить успешное приложение необходимо уделить внимание в первую очередь UX-составляющей, которая определяет цели и структуру приложения. Но забывать про графическую составляющую тоже не стоит. “Проблемный визуальный дизайн способен так быстро “выключить” пользователя, что он так и не доберется до ваших отличных решений в области навигации и взаимодействия” – UX дизайнер Джесси Джеймс Гарретт.

Литература.

1. Yalanska, M. Bedrock of Interface Usability / M. Yalanska. – Режим доступа: <http://tubikstudio.com/> – 10.04.2017. – Загл. с экрана.
2. Zhuo, J. Design the Beginning / J. Zhuo – Режим доступа: <https://medium.com/@joulee>. – 10.04.2017. – Загл. с экрана.
3. Lastesh, H. From notes to prototype / H. Lastesh. – Режим доступа: <http://sketchapp.me/author/helen>. – 10.04.2017. – Загл. с экрана.
4. Losert, J. Product design / J. Losert. – Режим доступа: <https://medium.com/@JanLoser>. – 10.04.2017. – Загл. с экрана.
5. Дурняк Б. В. Стандарти в поліграфії та видавничій справі: довідник / Б. В. Дурняк, В. П. Ткаченко, І. Б. Чеботарьова // Львів: Українська академія друкарства, 2011. – 320 с.