בריף מקדים לאפיון חוויית משתמש

אודות מסמך זה

מאפיין חוויית משתמש/ יזם/ מנהל מוצר,

לקראת תחילת הפעילות לאפיון חוויית משתמש למוצר חדש, שיפור חוויית המשתמש למוצר קיים או הערכת איכות חוויית המשתמש למוצר קיים, אנו נדרשים לאסוף מידע מקדים שיספק לנו תמונת מצב ובסיס להערכת אופי והיקף תהליך העבודה הצפוי.

המסמך להלן מרכז את השאלות הבסיסיות אשר עליכם לשאול, על מנת לאסוף את חומרי הגלם הנדרשים להבנת המוצר ומאפייני חוויית המשתמש שלו.

ניתן להעביר מסמך זה כמו שהוא ללקוח, למלא אותו באופן עצמאי או למלא אותו במהלכה של פגישת ההתנעה של האפיון, יחד עם הלקוח/מנהל המוצר.

חשוב! זכויות יוצרים למסמך זה

המסמך נוצר על ידי טל פלורנטין וזכויות היוצרים עליו שייכות לחברת UXVision בע"מ.
אבל יחד עם זאת, אפשר ואין כל בעיה לשכפל, להעתיק, לצלם ולהקליט, לשדר או לקלוט בכל אמצעי אלקטרוני, אופטי או מכני אחר. השימוש בחומר מסחרי זה מאושר, ואפילו רצוי ומומלץ, גם בלי אישור כתוב מהמחבר וגם בלא מתן קרדיט למחברו.
אם המסמך הועיל לכם – יהיה מגניב אם תשתפו עם חברים, משפחה, מכרים, ידידים, שכנים או זרים שנראים לכם נחמדים, וגם שתספרו על החוויות, אבל אתם ממש לא חייבים.
מאחר וקיבלתם את המסמך ללא תשלום, בואו נסכם שלא תגבו עליו כסף משום גורם בשום מצב.
\*אגב, הלוגו של UXVision ממוקם בתבנית הבסיס. אני הייתי מוחק אותו משם, אם הייתי אתם.

יאללה. לעבודה.

שם המוצר

ציינו את שמו של המוצר, גם אם שם זמני.

במידה ואינו זמני – אנא הסבירו את השם ומקורו, אם יש סיפור רקע או אג'נדה כלשהי שם.

מהות המוצר

רשמו את מהות המוצר במשפט אחד מייצג.
אם היזם/מנהל המוצר לא הצליח לנסח אותו עד עכשיו, שווה לנסות להבין למה ולהמליץ לו להתגבש על כך.

הרחיבו את התיאור ורשמו את נאום המעלית של המוצר.
במסגרת התיאור התייחסו לנושאים הבאים:

* איזה צורך/כאב המוצר נועד לפתור?
* מי קהל היעד של המוצר?

יעדים עסקיים

הפגשו עם הגורם הבכיר ביותר שניתן על מנת לנתח את התמונה העסקית של המוצר ולענות על השאלות הבאות:

* מהו המודל העסקי של המוצר?
כיצד המוצר מיועד להשיג את יעדיו ולייצר הכנסה שתהפוך את בעליו לעשירים / להוביל לשלום עולמי / צדק חברתי...?
* רפרנסים רלוונטיים:
איפה אפשר למצוא מודל עסקי דומה?
באילו מוצרים אחרים (לאו דווקא בשוק שלכם) ניתן למצוא יישומים מוצלחים למודל זה?

אסטרטגיית חוויית משתמש

* מהי אסטרטגיית חוויית המשתמש?
כלומר – על פי תפיסת מובילי המוצר, מה צריך לקרות ברמת חוויית המשתמש במסגרת המפגש עם המשתמשים שלו, על מנת להוביל לאותה הצלחה?
במילים אחרות - מהם הדברים שעלינו לשים עליהם דגש במסגרת ממשקי המשתמש של המוצר, כדי להוביל את המוצר להיות סיפור הצלחה?

מתחרים ותמונת שוק

* מיהם המתחרים הישירים של המוצר
* מי השחקנים המשמעותיים ביותר בתעשיה בשוק זה?
* האם יש מוצרים בשווקים אחרים שמקבילים למוצר שלכם?
* האם יש סטנדרטים מקובלים בשוק שמאפיינים את כל שאר המוצרים?

עבור כל אחד מן המוצרים, פרטו את הפרטים הבאים:

* שם המוצר
* תחום העיסוק של המוצר

עבור מוצרים מתחרים – ציינו:

* במה הם יותר טובים מכם?

מה אפשר ללמוד מהם, כדי לקצר את הדרך להצלחה?
מה להבנתכם הם עשו נכון שהוביל אותם להיות מוזכרים כמתחרים?

* במה אתם יותר טובים מהם?

מה מייחד אתכם לעומתם? למה שנשתמש במוצר שלכם ולא בשלהם?

מוצרים אחרים

* אילו מוצרים אחרים מובילי המוצר אוהבים (גם בלי קשר לשוק הרלוונטי)
* כמו מי היו מובילי המוצר רוצים להיות (שוב - לאו דווקא בתחום שלהם)

קהל יעד

על סמך התפיסה של מובילי המוצר בשלב ההתחלתי - מי מיועד לעשות שימוש במוצר?

* תארו את קהל היעד בדיוק כמו שיוגדר לכם.
בשלב זה אל תעסקו בניסוח נכון או טיפול בחוסר מודעות אמיתית לקהל היעד.
	+ פילוח דמוגרפי? טווחי גילאים?
	+ פילוח מקצועי? אנשי מקצוע בתחום מסוים? בתפקיד מסוים? שווקים ספציפיים? ורטיקלים מקצועיים?
	+ פילוח גיאוגרפי – מקומי? חו"ל? איפה בחו"ל? עם איזה שוק תהיו מעוניינים להתחיל?
	+ משתמשים מייצגים – בקשו ממובילי המוצר לנסות לחשוב על דמות או מספר דמויות מייצגות של המשתמש ולתאר אותן. שלב זה יעזור לחשוף את רמת המודעות לקהל היעד.
* האם יש אפשרות לפגוש משתמשים באופן אישי? לראיין אותם? לצפות בהם תוך כדי פעולה?

אנאליטיקס, סטטיסטיקות, חקר שוק

* האם יש לכם ידע מקדים אודות התנהגות משתמשים בעולם התוכן שלכם?
אם כן – מה מקור המידע? תחושות בטן? מחקרים אקדמיים? מידע מהאינטרנט? סטטיסטיקות על משתמשים אמיתיים במוצרים דומים? סטטיסטיקות על משתמשים אמיתיים במוצר עצמו?
* האם קיימת לכם מערכת אנאליטיקס אותה ניתן לתחקר על מנת לזהות דפוסי שימוש וקבלת החלטות?
* האם יש ברשותכם משובי משתמשים? פידבקים כתובים?
* האם ניתן לראיין לקוחות/משתמשים קיימים?
* האם יש לכם רפרנס כלשהו למקורות אחרים בהם ניתן ללמוד על כך, בהקשר רלוונטי למוצר
שלכם?

אופי המוצר

הגדירו מה סוג המוצר, השוק והמשתמשים שלו?

* באיזה סוג מוצר מדובר?
	+ כלי Enterprise פנים ארגוני (כגון מערכות CRM, SAP וכיוב'...)
	+ כלי SAAS (שירות ציבורי מבוסס אינטרנט)
	+ כלי או שירות B2B – המיועד לחברות ולקולות עסקים
	+ כלי או שירות B2C – מוצר Consumer המיועד לצרכני קצה פרטיים ולקהל הרחב ישירות
* האם המוצר יוצר בחינם/בתשלום ישירות לקהל הרחב ?
אם כן – באילו פלטפורמות הוא מיועד להיות מוצג לטובת קידומו?
* מה אופי המוצר?
	+ חווייתי לזמן הפנוי – Content/Engagement/gaming
	+ כלי עזר – כלי עבודה/כלי עזר לשיפור פרודקטיביות לקהל הרחב
	+ כלי שיווק ומכירה של שירותים/מוצרים – Landing pages, eCommerce, promotional
	+ פלטפורמה פנים ארגונית לאנשי מקצוע
	+ אחר...

פונקציונאליות ותהליכים עיקריים

* ציינו מהם תהליכי השימוש העיקריים במוצר.
* רשמו מהם המודולים העיקריים של המוצר, ברמה של כותרת כל תהליך,
למשל:
	+ כניסה לחשבון
	+ יצירת חשבון
	+ יצירת מסמך חדש
	+ צפיה בנתוני אנאליטיקס
	+ הפקת דוח יומי
	+ דיווח שעת כניסה/שעת יצירה....

פלטפורמות

מהן הפלטפורמות בהן המוצר מיועד לפעול?

* מערכת פנים ארגונית
* אתר אינטרנט
* אתר אינטרנט רספונסיבי – מותאם לרוחב המסך של המשתמש
* אתר מותאם לטאבלט
* אתר מותאם לסמארטפון
* אפליקציית Native לסמארטפון – iPhone
* אפליקציית Native לסמארטפון – Android
* אחר?

במידה ועדין לא ידוע, בדקו את שאלות היסוד:

* האם המוצר מיועד להפעלה רק באינטרנט?
* האם במסגרת ההצגה באינטרנט יש להתאים את התצוגה לגדלי מסכים שונים?
* האם משתמשים מיועדים לעשות שימוש במוצר גם דרך הסמארטפון?
* האם יש כוונה לתת מענה לטאבלט?

טכנולוגיה, אילוצים ומוסכמות

* האם כבר יש החלטה מגובשת באיזו פלטפורמה לפתח את הפתרון? אם כן – מהי?
* האם קיים צוות פיתוח/גורם טכנולוגי שמוביל את הפיתוח?
* האם יש איזשהם אילוצים טכנולוגיים ידועים שעשויים להגביל את הגמישות בפתרון?

מיתוג, עיצוב גרפי

* האם יש שם סופי ולוגו מעוצב למוצר?
* האם קיימת שפת מותג מוגדרת ברמת החברה או המוצר? האם יש Guidelines, מסמך Style Guide או ספר מותג?