

ПРАКТИКИ ПРИМЕНЕНИЯ СМ В РАБОЧИХ И ЛИЧНЫХ ЦЕЛЯХ



МИХАИЛ ГАЛУШКО

*Руководитель практики управления
дизайном USABILITYLAB*

- Дизайн-менеджер
- Проектировщик интерфейсов цифровых продуктов
- Менеджер цифровых продуктов
- В индустрии с 1996 года

galushko.ru

История Сибири МГУ
Качество ССЛ.IV

ВНИМАНИЕ! ИНФОРМАЦИЯ О РАБОТЕ СЕРВЕРА ССЛ.IV НАХОДИТСЯ ЗДЕСЬ!

Законопослушность. Ежедневно обновляемый юридический портал, который предоставляет своим новым пользователям актуальную правовую документацию Российской Федерации.

MP3-записи. Песни Александра Розенбаума на сервере МГУ. На этой странице Вы увидите описания, около 100 фотографий, статьи и песни в MP3 формате, аккорды и нотные записи. Заходите к нам на огонек!

Сибирская Ассоциация традиционных боевых искусств. Информации о боевых искусствах, кунгфу, каратэ, восточных единоборствах, тайскому боксу, джиу-джитсу, айкидо, восточных единоборствах, информации о единоборствах, актеры, режиссеры и фотографы.

UNIX and GNU Documentation Library. Большая коллекция документации книг и печатных статей по операционной системе UNIX и продуктам проекта GNU (Фонд свободного программного обеспечения). Содержит большую коллекцию текстов на русском языке.

Последнее обновление: 22.03.08 в 19:06:56
Дизайнер: svoboda@yandex.ru

Сибирская Займка
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ИЗУЧЕНИЮ СИБИРИ

Последнее обновление: 08.11.2000

Л. Бобров Военная история енисейских кыргызов в XIX веке

А. Майничева Дворовые церкви Сибири XVII века: формы, символы, образы

Разделы сервера
Новости
Книжный кноск
Каталог ресурсов
Ваши мнения

Рубрики
Археология
Кочевые народы
Освоение Сибири
Религия и люди
История казачества
"Белая" Сибирь
Сибирь советская
Личность в истории
Власть и народ
Сибирские традиции
Культурное наследие
Научная жизнь

Понск
Search system:
Искать

Сервис InfoArt

Новые публикации
Шинкин В.И. Поселенная структура сибирской деревни: необходимость и возможности изучения. Необходимость комплексного изучения истории, современного состояния и перспектив развития сибирской деревни настоятельно требует выработки стратегий исследовательского поиска, определения его приоритетных направлений и постановки первоочередных задач, без решения которых невозможно достижение серьезных научных результатов. На наш взгляд, к числу важнейших проблем, необходимость изучения которых явно недооценивается аграрными рынками и по-прежнему недооценивается сегодня, нужно отнести динамику поселенной структуры сибирской деревни...

[zlr-архив | прочитать](#)

Бурмыкин А.А. Легендарный пролив Аниам: "Аниам" или "Альма"?
История открытия Берингова пролива, разделяющего азиатский и американский континенты, всегда представляла собой один из сюжетов, привлекавших внимание отечественных историков и географов. Этому есть множество причин: данная тема позволяет очень рельефно осветить все русские географические открытия в Арктике, на Северо-Востоке Азии и на Северо-Западе Америки, от первых известных античных походов русских моремор и до злого пролива в конце

[zlr-архив | прочитать](#)

zlr-архив | прочитать
ты по шаманству эвенков
потому: любые
анских образов эвенков, и
редствают
лингвистов. К большому
Ъ, ныне почти
ств при наблюдении
всех описания образа или
памяти обладают
исследователей...

[zlr-архив | прочитать](#)

Сибирская Займка
История Сибири в научных публикациях

Поиск по журналу...

О журнале | Политическая история | Культура и традиции | Социальная история | Научная жизнь

**Присоединение Сибири
Россией: орднское
наследие и исторические
реалии**

Присутствующее в историографии мнение о заимствовании Московским государством от Золотой Орды основополагающих компонентов своей политики и этнографии сибирских народов не соответствует действительности.

Маяковский, Брики и чекисты
15.03.2023 | Тетюшки А.Г., Шолоховский Д. М.

Госбезопасность активно работала среди творческой интеллигенции, поддерживая лояльную часть и накапливая компрометирующие материалы в отношении противников режима. Вокруг Маяковского и его литературного окружения детально работали негласные агенты ОГПУ Осип и Лилия Брики.

Рубрика — Человек и государство

- Политическая история
- Коренные народы
- Освоение Сибири
- Сибирь в Гражданскую войну
- Сибирь советская
- Современная Сибирь
- Культура и традиции
- Народные традиции
- Археология Сибири
- Культурное наследие
- Языки и фольклор
- Социальная история
- Власть и общество
- Историческая память
- Религия и люди
- Человек и государство
- Научная жизнь
- Рецензии на книги
- Архив 1998-2001 гг.

Подпишитесь на наши обновления в соцсетях или через RSS.

Сибирская Займка
История Сибири в научных публикациях

О журнале | Условия сотрудничества | Архив 1998—2011 гг.

Страницы истории
Археология Сибири
Языки и фольклор
Культура и традиции
Социальная история
Личность в истории
Научная жизнь
Архив 1998—2011 гг.

В связи с переходом на новую программную платформу публикации «Сибирской Займки» за 1998—2011 гг. доступны в архиве.

Искать в журнале

Результов 111.

Этноархаика в современном сибирском культурном пространстве
Posted 7 часов ago under 'Культура и традиции' | [Современная Сибирь](#)

В наиболее общем смысле этноархаика — это экспликация средствами современного искусства наследия архаических и традиционных культур.

Древность прочитывается как совокупность текстов (в роли которых выступают археологические и этнографические артефакты), точнее — как система знаков.

Пример эволюции цифрового электронного журнала с 1998 по 2023 годы

КРАТКО

НЕМНОГО ТЕОРИИ

НЕМНОГО ПРАКТИКИ

НЕМНОГО РЕКОМЕНДАЦИЙ

НЕМНОГО ТЕОРИИ



Карты всегда помогали ориентироваться в окружающем мире,
а не путешествовать наобум

Что такое Customer Journey Map

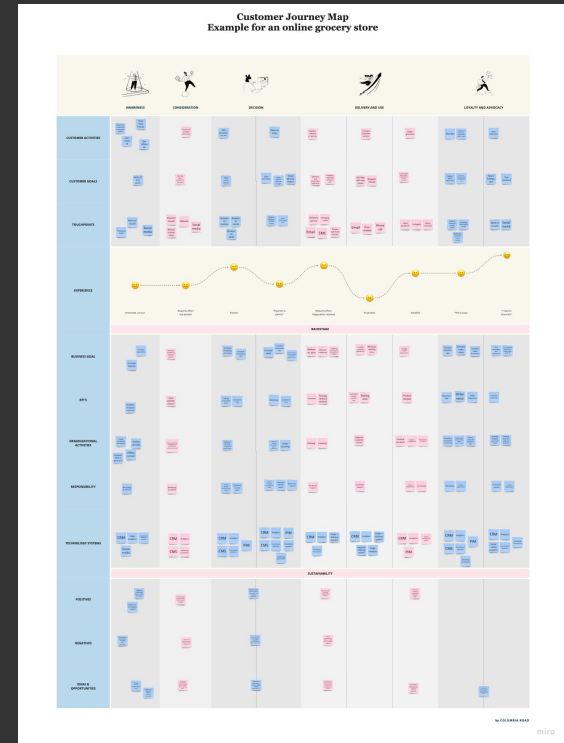
Карта взаимодействия с клиентом, которая подробно описывает его путешествие между точками взаимодействия с компанией или с конкретным продуктом. Карта помогает исследовать опыт клиента: какие вопросы он себе задает, какие задачи хочет решить, какие эмоции испытывает и насколько удовлетворен в процессе взаимодействия.

Customer Journey Map наиболее часто используется в контексте методологии Jobs To Be Done (JTBD), но может использоваться как независимый инструмент



Яндекс при поиске оригинала этой фотографии предположил, что я ищу блочный щит управления АЭС

Journey Steps Which step of the experience are you describing?	Discovery Why do they even start the journey?	Registration Why would they trust us?	Onboarding and First Use How can they feel successful?	Sharing Why would they invite others?
Actions What does the customer do? What information do they look for? What is their context?				
Needs and Pains What does the customer want to achieve or avoid? Tip: Reduce ambiguity, e.g. by using the first-person narrator.				
Touchpoint What part of the service do they interact with?				
Customer Feeling What is the customer feeling? Tip: Use the emoji app to express more emotions				
Backstage				
Opportunities What could we improve or introduce?	<div style="border: 1px solid blue; padding: 2px;">Increase/decrease a leading metric by improving X or introducing Y.</div>	<div style="border: 1px solid red; padding: 2px;">Increase/decrease a leading metric by improving X or introducing Y.</div>	<div style="border: 1px solid green; padding: 2px;">Increase/decrease a leading metric by improving X or introducing Y.</div>	<div style="border: 1px solid green; padding: 2px;">Increase/decrease a leading metric by improving X or introducing Y.</div>
Process ownership Who is in the lead on this?				miro



В цифровом продукте обычно используются более короткие карты, и мы можем использовать разные шаблоны и наборы атрибутов

ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ

Поиск

Поиск способа
удовлетворения
потребности

Выбор

Изучение предложения

Покупка

Продажа, совершение
действия

Удержание

Удержание и
возвращение клиента

Лояльность

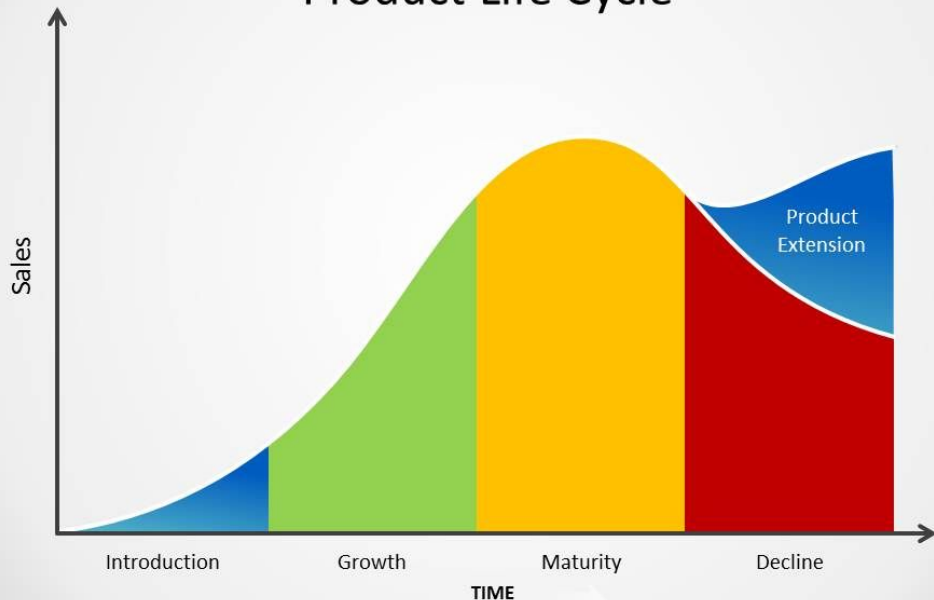
Превращение клиента
в адвоката бренда

Этапы	Поиск	Выбор	Покупка	Удержание	Лояльность (адвокат бренда)
Цель	Найти хороший сервис	Выбрать сервис с наилучшей ценой/качеством	Начать получать выгоду от сервиса	Убедиться, что сервис соответствует ожиданиям	Понять, что сервис незаменим и приносит максимальную выгоду
Вопросы	<i>Что может решить мою проблему?</i>	<i>У кого лучшее предложение и больше экспертизы?</i>	<i>Как скоро я смогу пользоваться продуктом?</i>	<i>Как добиться лучшего эффекта от сервиса?</i>	<i>Подходит ли этот сервис больше всего для моих нужд?</i>
Точки соприкосновения	<ul style="list-style-type: none"> • Google • Facebook • Twitter 	<ul style="list-style-type: none"> • Форум • Кейс • Прайс на сайте 	<ul style="list-style-type: none"> • Сайт • Колл-центр 	<ul style="list-style-type: none"> • Техподдержка • Блог • FAQ 	<ul style="list-style-type: none"> • Customer Success • Партнерская программа
Решения	<ul style="list-style-type: none"> • SEO • PPC • Лидеры мнений 	<ul style="list-style-type: none"> • Крауд-маркетинг • Контент-маркетинг • Тур по продукту • Отзывы 	<ul style="list-style-type: none"> • UX • Быстрый ответ оператора • Много способов оплаты 	<ul style="list-style-type: none"> • Чат • Обучающие статьи • Рассылка с советами 	<ul style="list-style-type: none"> • Программа лояльности • Личный консультант • Упоминания в СМИ

Один из примеров CJM

КОГДА НУЖНА CJM?

Product Life Cycle



Старт продукта

Анализ потребностей ЦА и точек ее соприкосновения с продуктом на старте

Существующий продукт

Коррекция позиционирования и УТП в соответствии с потребностями клиентов

Зрелый продукт

Анализ того, как устранить препятствия, внести нужные изменения и продлить взаимодействие с клиентом

ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ СТОРОНЫ CJM

Целостное и визуально понятное отображение взаимодействия кого угодно с нашим продуктом

Легкая возможность поделиться со всей командой пониманием потребностей пользователя в контексте взаимодействия с продуктом

ОСОБЕННОСТИ CJM В КРУПНЫХ КОМПАНИЯХ

Клиент ожидает бесшовного опыта взаимодействия с компанией или продуктом

За отдельные этапы CJM в рамках одного продукта отвечают отдельные подразделения, зачастую не взаимодействующие между собой

ПРОБЛЕМНЫЕ ВОПРОСЫ

CJM описывается предвзято, с позиций людей знающих о продукте, без учета мнения и реального опыта конечных пользователей.

Негативные сценарии взаимодействия с пользователем выкидываются из карты или не описываются достаточно подробно.

СЕГМЕНТИРОВАНИЕ

В идеальном мире построение карты должно исходить из задач пользователя, опираясь на ситуацию возникновения потребности и конечную цель, которая должна быть достигнута.

НЕМНОГО ПРАКТИКИ

КОГДА ПРОЕКТ ПРЕВРАЩАЕТСЯ В АД

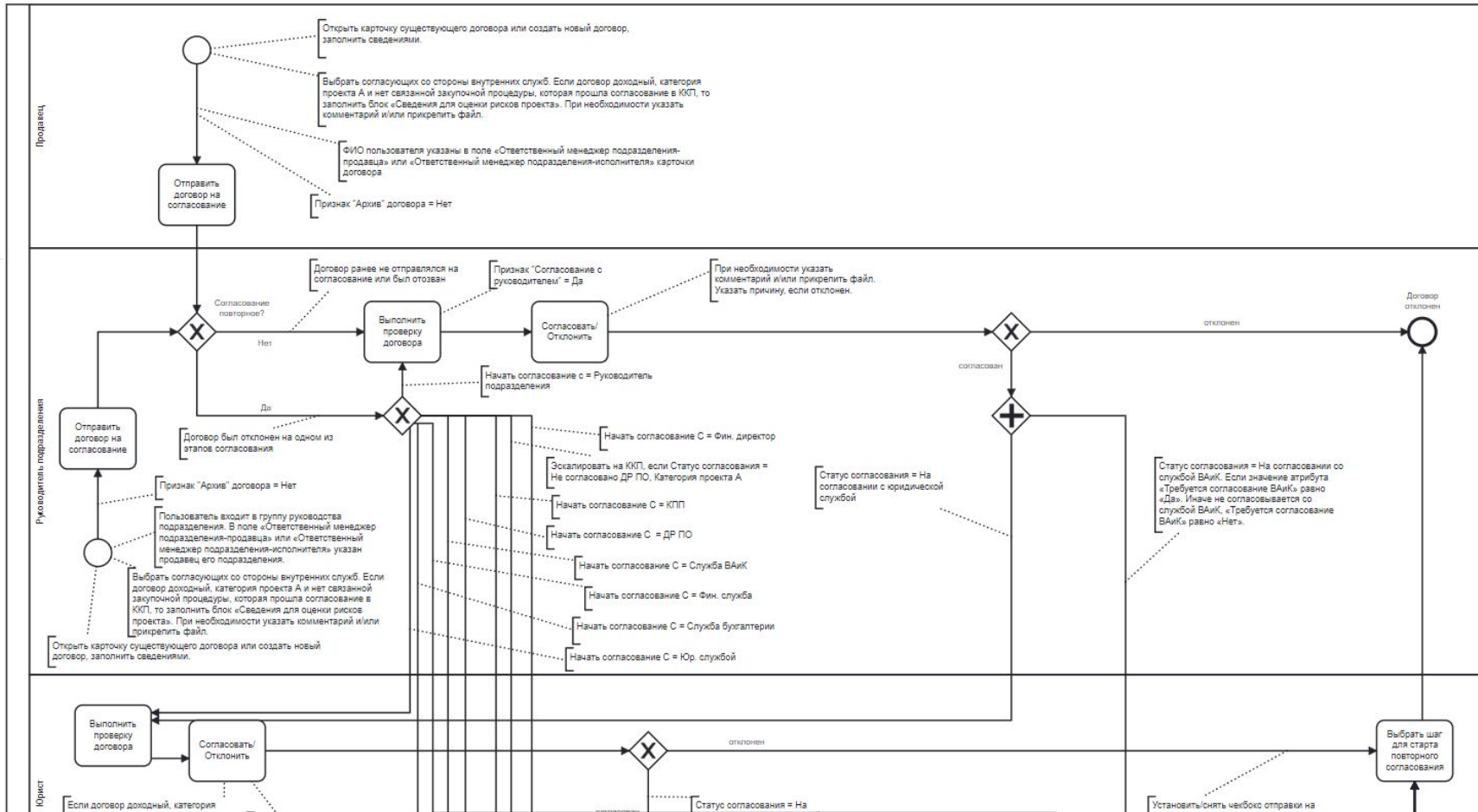
Прототип проекта сделан на основе технического задания и принят заказчиком.

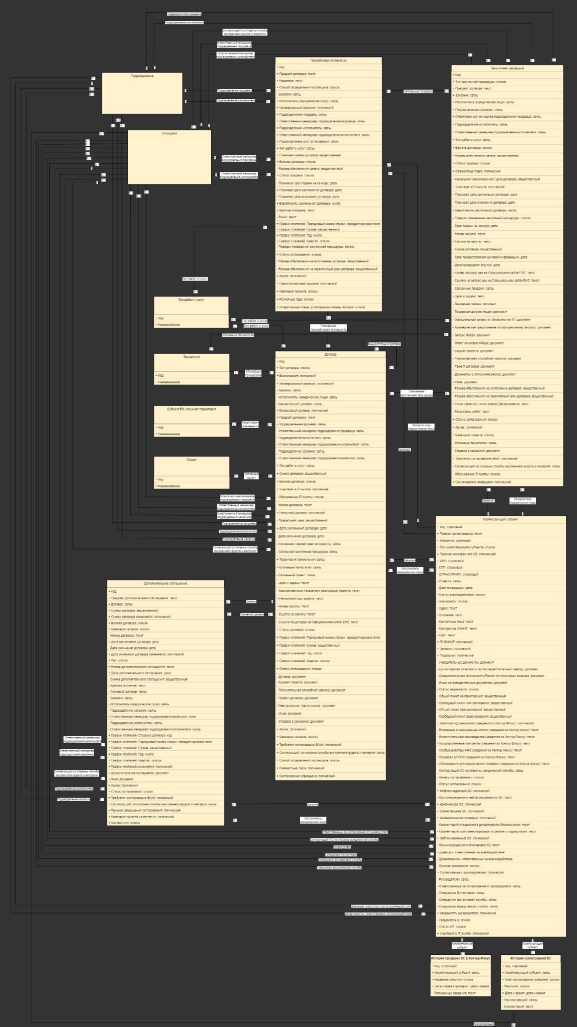
На основе прототипа нарисованы макеты дизайна.

На этапе разработки приходят новые требования и уточнения, возвращающие процесс к прототипу.

**КОГДА НЕТ ЕДИНОГО ИНСТРУМЕНТА
ПРЕДСТАВЛЕНИЯ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ
С ПРОДУКТОМ**







▼ Проекты

➢ _Микросервисы. Общее

➢ Ипортозамещение LDAP (AD)

▼ КСУП 2.0

➢ КСУП 2.0. Общая информация о проекте

➢ КСУП 2.0 Архитектура

▼ КСУП 2.0. Описание постановки задачи

➢ КСУП. Общие положения

➢ КСУП. Подсистема администрирования

➢ КСУП. Подсистема согласования

▼ КСУП. Бизнес-модель данных для ГК ЛАНИТ

• КСУП. ГК ЛАНИТ. Модель данных

• КСУП. ГК ЛАНИТ. Ролевая модель

▼ КСУП. ГК ЛАНИТ. Справочники модели

• КСУП. Хозяйствующие субъекты

• КСУП. Пресеивловые активности

• КСУП. Закупочные процедуры

• **КСУП. Договоры**

• КСУП. Дополнительные соглашения

• КСУП. Командировки (черновик)

➢ КСУП 2.0. Разработка

➢ КСУП 2.0. Инфраструктура

➢ Мессенджер

➢ Почта РФ

• Сайты на Тильде

➢ Статьи

➢ Регламенты и инструкции

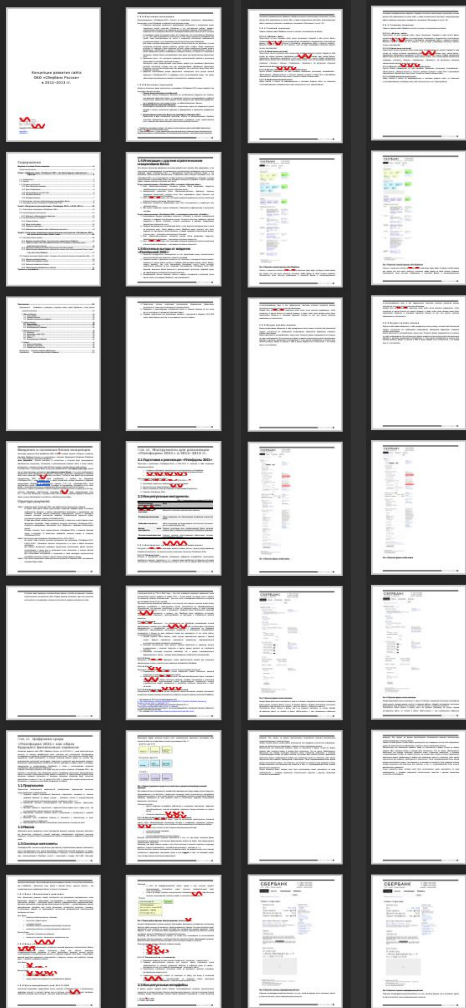
• File lists

• ИПР

Матрица действий с договорами

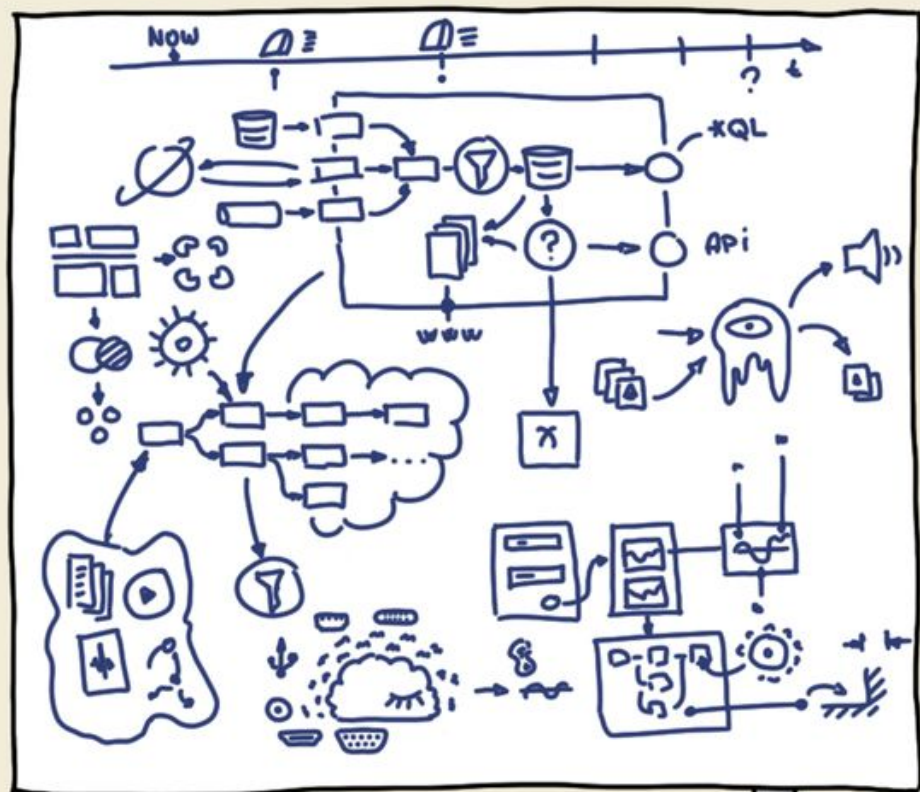
Матрица описывает правила доступа к действиям над объектом справочника в зависимости от статуса согласования. В данной матрице не учитываются ограничения доступа, предусмотренные ролевой моделью.

Статус / действие	При создании	Статус согласования договора				
		Не отправлено	На согласовании	Отозвано с согласования	Не согласовано	Согласовано
Создание	+	-	-	-	-	-
Изменение	-	+	-	+	+	+
Просмотр	-	+	+	+	+	+
Отправка в архив	-	+	-	+	+	-
Возврат из архива	-	+	-	+	+	-
Отправка на согласование	-	+	-	+	+	-
Замена файла с бюджетом	-	-	+	-	-	-
Согласование / отклонение	-	-	+	-	-	-
Внесение информации для формирования файла по расчету рисков	-	-	+	-	-	-
Отправка договора на пересогласование	-	-	-	-	-	+
Отзыв договора с согласования	-	-	+	-	-	-
(к) Отправка договора на подпись в канцелярию	-	-	-	-	-	+
(к) Взятие в работу договора	-	-	-	-	-	+
(к) Подтверждение подписания договора	-	-	-	-	-	+
(к) Отправка на доработку договора сотрудником канцелярии	-	-	-	-	-	+
Формирование листа согласования	-	+	+	+	+	+
Просмотр маршрутов согласования	-	+	+	+	+	+
Нет в списке операций						



Плюс техническое задание
в режиме постоянного
редактирования

ПОТРЕБНОСТИ И ЭМОЦИИ КОНЕЧНОГО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ



что тебе нужно,
чтобы выполнить
это в срок?

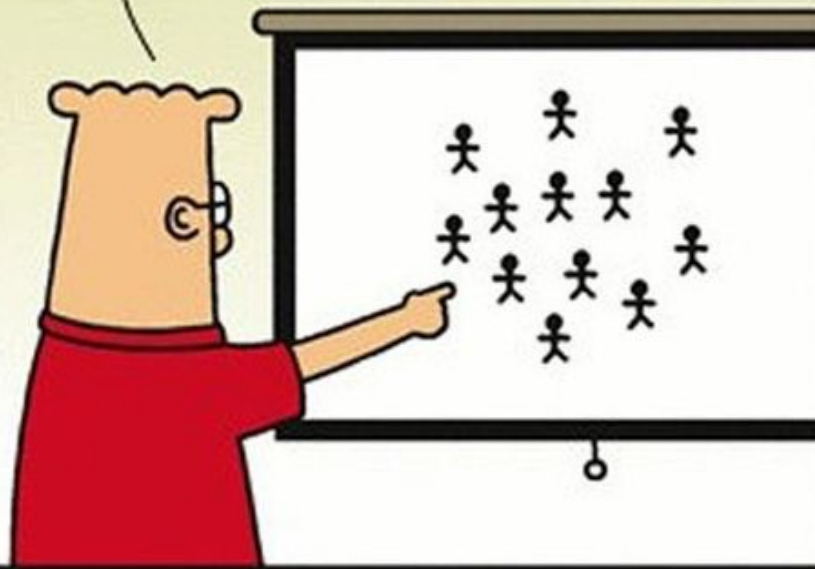
машина
времени...?



Я нашел главную
причину всех наших
проблем



Это люди. Они делают
всё не так, как задумывал
программист



ЯЗЫК КОММУНИКАЦИИ В КОМАНДЕ

Customer Journey Map

Представление об этапах взаимодействия пользователя с продуктом и возникающих эмоциях

User Story Map

Создание пользовательских историй в рамках каждого этапа

User Journey Map


Перевод каждой пользовательской истории в последовательность шагов по интерфейсу продукта


CJM + USM + UJM

CX / UX / UI

ПОНЯТНЫЙ КОМАНДЕ ЯЗЫК

ЛЕГЕНДА

 Можно брать в дизайн

 Ждем согласование

 MVP

 Номер релиза

Причина
возникновения



Цель
пользователя



Пользовательская
история

Экран/
состояние

Проектируемый
сценарий

Сторонняя
система/ бэкэнд

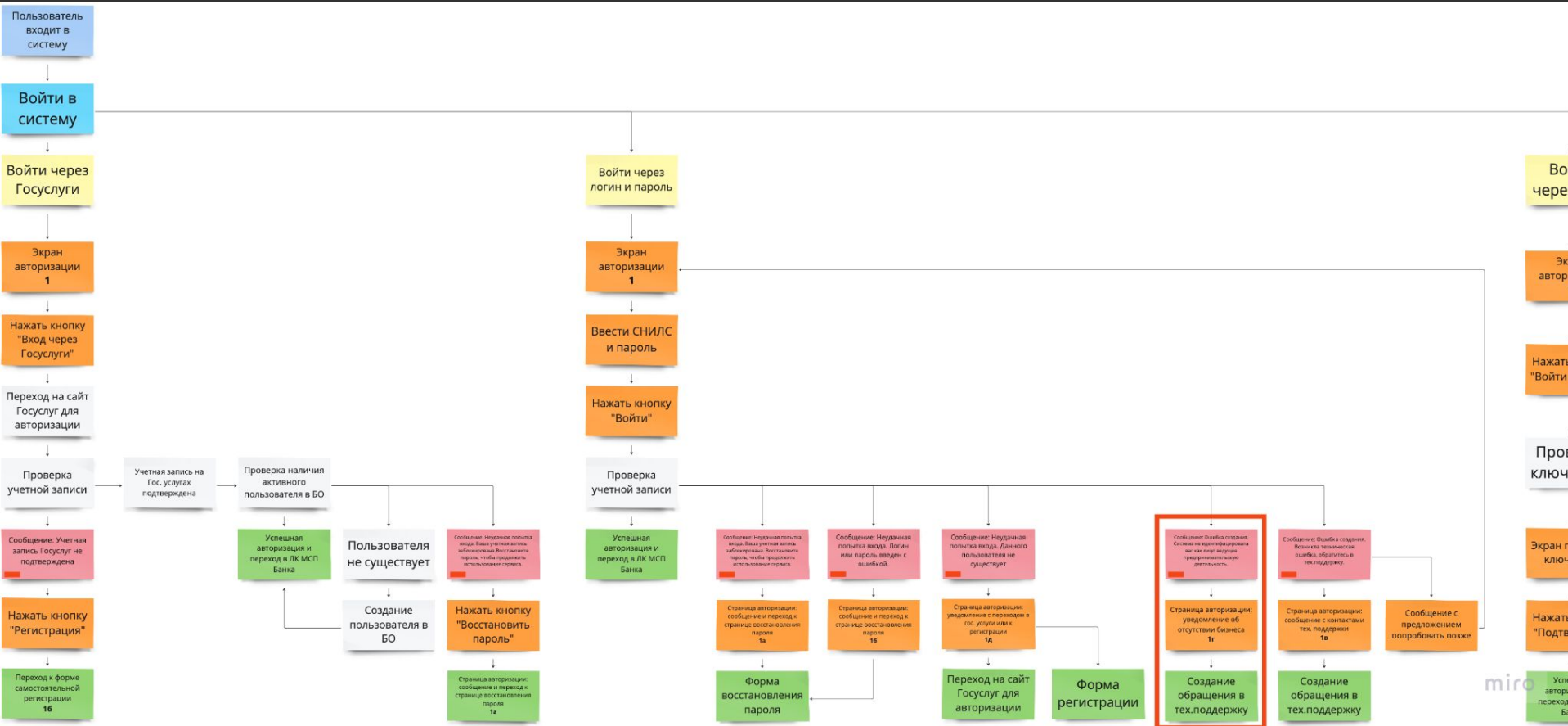
Ошибка
сценария

Результат

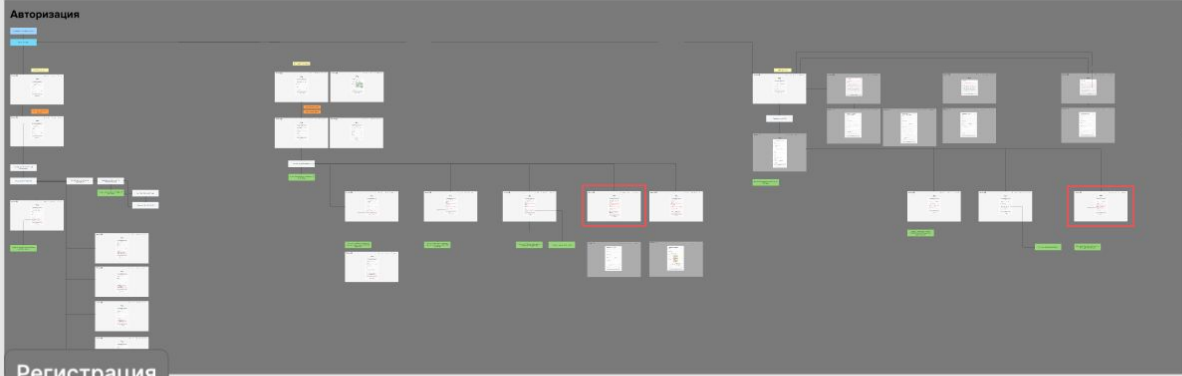
Экран/
состояние

тег "Мод. окно"

miro



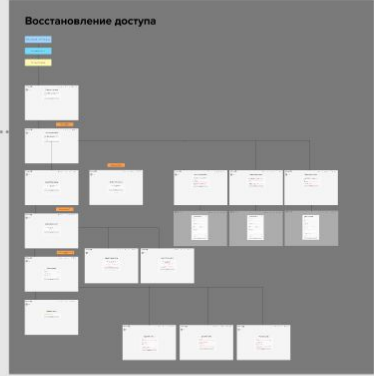
Авторизация



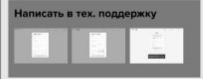
Регистрация



Восстановление пароля



Написать в т...



**СЛЕПОК БИЗНЕС-ПРОЦЕССА
С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ИНТЕРФЕЙСА
КОНЕЧНОГО ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ**

ЭМОЦИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

**Подготовить задание
на проектирование**

**Составить карту
пользовательских
историй**

**Разработать
информационную
архитектуру продукта**

**Спроектировать
прототип**

**Протестировать
прототип**

**Поставить задачу
разработчикам**

Customer Journey Map как основа для построения программы обучения проектированию цифровых продуктов Школы UsabilityLab

72	Место спецификации и постановки задачи в цикле продуктовой разработки	0:05	Дать представление о месте спецификации в цикле проектирования продукта	Слушатели понимают, как из спецификации появляется постановка задачи на реализацию	Лектор на примере схемы, показывающей цикл проектирования цифрового продукта, рассказывает о месте и роли спецификации
73	Зачем и кому нужна постановка задачи на реализацию	0:05	Узнать зачем, кто именно, и с какими целями готовит постановку задачи на реализацию	Слушатели получают представление о том, как именно постановка задачи помогает в прогрессе разработки цифрового продукта, кто именно должен готовить постановку и кто ее использует.	Лектор разъясняет смысл возникновения постановки в продуктовой команде и описывает распределение ролей заинтересованных членов команды
74	Основные разделы постановки задачи на реализацию	0:20	Предоставить структурированное представление о разделах постановки задачи на реализацию	Слушатели узнают о ключевых разделах постановки задачи: - Контекст задачи - Ключевые источники информации - Заинтересованные стороны - Критерии приемки результата...	Лектор последовательно излагает значение каждого из разделов постановки задачи
75	Объем документирования	0:05	Дать понимание того, насколько подробно должна быть задокументирована задача при ее постановке	Слушатели получают рекомендации по объему документирования, прилагаемого к постановке задачи.	Лектор на примерах разъясняет, насколько подробным должно быть документирование и почему

User Story Map и User Journey Map как основа для составления сценария обучения проектированию цифровых продуктов Школы UsabilityLab

ПОЧЕМУ ЭТО РАБОТАЕТ?

Мы наглядно видим

- какая проблема пользователя решается
- какие действия предпринимаются для решения
- какие сценарии возникают в процессе решения
- какие задачи являются наиболее важными
- как команда продвигается в реализации проекта

НЕМНОГО РЕКОМЕНДАЦИЙ

РЕКОМЕНДАЦИИ

Сегментирование

Карты должны опираться на потребности, задачи и цели конкретных целевых сегментов.

Общие правила

Правила кодирования на карте должны быть донесены до всей команды

Актуальность

Постоянная актуализация карты и отдельных сценариев по мере работы над проектом

Эмпатия

Полный бизнес-процесс с интеграциями, функциями, документами и прочими атрибутами не поможет, если мы не понимаем потребности и цели конечного пользователя

Итого

Карты взаимодействия помогают команде делать продукт более ориентированным на пользователей, найти новые взаимосвязи внутри проекта, а также добавлять в бэклог те задачи, которые принесут больше ценности продукту и бизнесу

Карты взаимодействия являются инструментом проектирования продукта, в основе которого лежит путь клиента

ЭМПАТИЯ СПАСЕТ МИР