**UX-тестирование для всех: простое и экономически эффективное**  
  
Проектирование пользовательского опыта (UXD или UED) – это процесс повышения уровня удовлетворенности пользователей путем улучшения юзабилити, доступности и создания приятного впечатления от взаимодействия с продуктом.

Безусловно, графическое оформление имеет большое значение, но не стоит забывать и об UX-тестировании, которое является необходимым этапом UX-дизайна. Он должен быть эффективным и привлекать самых важных людей – ваших пользователей и клиентов.

Тестирование может показаться сложной и необъятной задачей из-за своего масштаба и многообразия затрагиваемых областей. Иногда это может сбить с толку и ввести в заблуждение в зависимости от того, на какой области вы хотите сфокусироваться и каким профессиональным опытом обладаете.

В нашей статье мы рассмотрим UX-тестирование с точки зрения проектировщика веб-сайтов и приложений, который хотел бы улучшить свои навыки UI-дизайна и лучше понять суть дизайна, ориентированного на пользователя ([User Centered Design](https://clck.yandex.ru/redir/dv/*data=url%3Dhttps%253A%252F%252Fen.wikipedia.org%252Fwiki%252FUser-centered_design%26ts%3D1474720285%26uid%3D2458103741474178518&sign=fc7682a40262233c83844ed927da7cb5&keyno=1) (UCD)), прежде чем включить Photoshop или Axure.

**Понимание дизайна, ориентированного на пользователя (UCD)**

Прежде чем перейти непосредственно к тестированию, давайте разберемся, в чем заключается основная концепция UCD-дизайна.

UCD ставит пользователя на первое место в цикле проектирования и разработки приложения или сайта. Он базируется на понимании энвайромента приложения, его задач и собственно самих пользователях.

Таким образом реальные пользователи оказываются вовлечены в весь процесс проектирования. В результате конечный продукт максимально соответствует первоначальным требованиям.

Обобщая выше сказанное можно выделить следующие этапы основного вида UCD-дизайна:

* Контекст использования: необходимо определить кто, для чего и в каких условиях будет использовать продукт;
* Требования: определите все бизнес-требования или пользовательские цели, которые должны быть удовлетворены или достигнуты, чтобы сделать продукт успешным;
* Проектные решения: эта часть процесса может осуществляться в несколько этапов – от создания предварительной концепции до законченного дизайна;
* Оценка разработок: в идеале это должно быть тестирование юзабилити с помощью реальных пользователей. Данный шаг важен для UCD и является показателем качества проведенной работы.

Вот некоторые методы и технологии, применяемые в UCD:

*Сортировка карт*

Метод сортировки карт поможет получить полезную информацию на этапах UX-дизайна.

Участники получают несортированную группу карт, каждая из которых обозначает страницу или раздел веб-сайта. Затем пользователей просят рассортировать карты по группам и назвать их.

Это отличный способ узнать, как должны выглядеть навигация и структура содержимого веб-сайта, а также выяснить как они должны работать, чтобы с точки зрения вашей целевой аудитории все выглядело логично.

*Сессии тестирования юзабилити*

Сессия тестирования юзабилити включает в себя сбор данных из группы о том, как они используют веб-сайты или интерактивные прототипы. Зачастую это стоит относительно дорого, поскольку предполагает множество взаимодействии между людьми.

Как выглядят сами сессии тестирования? Люди приглашаются на встречу, где им предлагают выполнить серию заданий на веб-сайте. В это время вы или модератор делаете записи о происходящем. В конце тестирования пользователей просят заполнить анкету, чтобы выяснить насколько трудными оказались определенные задания, например покупка товара на веб-сайте электронной коммерции в определенной категории и переход к оформлению заказа.

Этот вид тестирования как правило используется для интерактивных прототипов высокого класса или интерактивных каркасов. Это отличный способ для сбора данных по наиболее распространенным проблемам, с которыми могут столкнуться реальные пользователи.

*Фокус-группа*

Этот метод наиболее очевиден. Он предполагает обращение к членам фокус-группы, которые могут быть пользователями сайта или его целевой аудиторией. Им задается ряд вопросов, связанных с веб-сайтом, а затем просят поделиться своими мыслями и чувствами о различных областях дизайна сайта или каркасов.

Для проведения такого исследования хорошо найти опытного модератора, который сможет сделать грамотные и точные записи. Кроме того, квалифицированный модератор должен уметь определить признаки группового мышления, и быть уверенным, что оно не окажет негативное воздействие на общий результат.

*Анкетирование*

Анкеты с правильно поставленными вопросами могут стать отличным инструментом для получения бесценных статистических данных. Вопросник особенно полезен, если вы хотите собрать больше разнообразной информации, чем может дать небольшая фокус-группа. Кроме того, при такой форме опроса люди склонны быть более честными.

Фактор группового мышления отсутствует, а потому каждый человек самостоятельно будет принимать решения.

*Испытания ограниченным бюджетом и сжатыми сроками*

Не волнуйтесь, ни один из этих пунктов не является обязательным. В случае, если вам приходится работать с ограниченным бюджетом или пытаться уложиться в жесткие сроки, можно найти способы оптимизировать работу практически без ущерба для проекта.

Например, часть процессов можно осуществить по-отдельности или, наоборот, объединить их и в случае необходимости попросить своих друзей и членов семьи протестировать продукт.

Если бюджет и сроки не позволяют вам в полной мере выполнить реализовать свои идеи, нужно мыслить нестандартно и придумывать новые способы получения пригодных результатов тестирования. Несмотря на некоторые компромиссы, так или иначе вы должны иметь возможность получить достаточно информации.

**Методы UX-тестирования для начинающих**

Итак, вы провели исследования, осуществили планирование и разработали стратегию работы веб-сайта, целевой страницы или приложения. Но как в полной мере реализовать потенциал продукта и оправдать потраченное время? Каким образом оценить результаты UX-тестирования и исследования?

Вот несколько полезных сервисов, которые помогут вам. Некоторые из них бесплатны, а другие нет. В любом случае эти инструменты незаменимы для сбора реальных данных о вашем веб-сайте.

*Crazy Egg*

[Crazy Egg](https://clck.yandex.ru/redir/dv/*data=url%3Dhttp%253A%252F%252Fwww.crazyegg.com%252F%26ts%3D1474720285%26uid%3D2458103741474178518&sign=3a899b0dfaba930f7479cf7e74258952&keyno=1) позволяет выяснить как пользователи пользуются вашим веб-сайтом и куда они «кликают». Сервис платный, но предлагает 30-дневную бесплатную версию. Если вы ограничены в средствах и времени, воспользуйтесь пробной версией для совершенствования своего проекта.

Crazy Egg использует теплокарты, чтобы показать в какой части сайта происходит основная часть действий и позволяет выяснить что работает, а что нет.

Теплокарты – бесценное дополнение к UX-дизайну. В данном контексте мы говорим в большей степени об отслеживании активности мыши, а не об айтрекинге, который считается более продвинутой технологией. Основная часть проектировщиков, в особенности фрилансеры и те, кто работает с ограниченным бюджетом, скорее всего будут ограничены в использовании теплокарт активности мыши. Айтрекинг может дать достаточно информации о том, как пользователи воспринимают ваш сайт, однако для большинства разработчиков этот метод оказывается недоступен.

**Optimizely**

[Optimizely](https://clck.yandex.ru/redir/dv/*data=url%3Dhttps%253A%252F%252Fwww.optimizely.com%252F%26ts%3D1474720285%26uid%3D2458103741474178518&sign=133743e01197c7e6db8decc800a0fc47&keyno=1) относительно легок в использовании и позволяет проводить углубленное и эффективное A/B тестирование.

A/B тестирование – это сравнение одними и теми же пользователями двух версий страницы ресурса и выбора наиболее удачной из них.

У этого инструмента есть один недостаток – он платный. Конечно, существует бесплатная версия, но в ней не достает функций, необходимых для полноценной работы. Цена может стать настоящей проблемой для независимых разработчиков и небольших предприятий.

Ссылка на оригинал: [https://uxplanet.org/ux-testing-for-the-masses-keep-it-simple-and-cost-effective-2c63d4db946c#.dk34c3lmr](https://clck.yandex.ru/redir/dv/*data=url%3Dhttps%253A%252F%252Fuxplanet.org%252Fux-testing-for-the-masses-keep-it-simple-and-cost-effective-2c63d4db946c%2523.dk34c3lmr%26ts%3D1474720285%26uid%3D2458103741474178518&sign=b3d71cc68160e5f895fd900b045835d1&keyno=1)