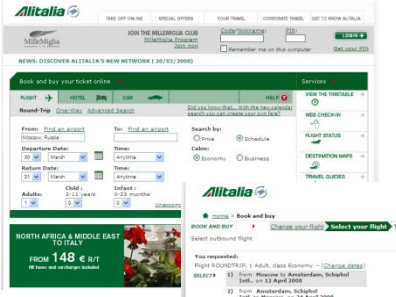
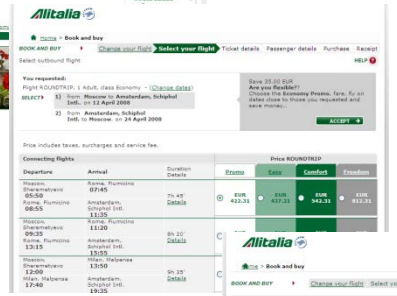
Дизайн пользовательского интерфейса приложений для мобильной коммерции

Иван Бурмистров
Факультет психологии МГУ

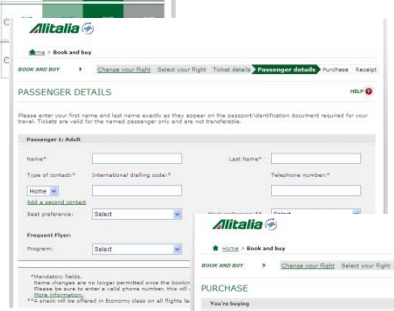
Процесс покупки а/билетов в интернете



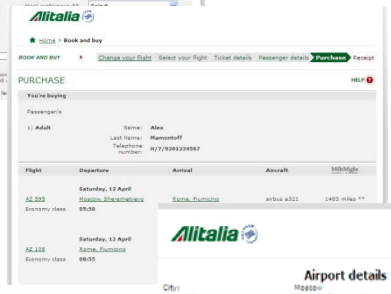
Форма поиска



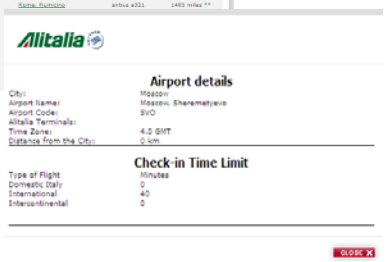
Просмотр найденных рейсов и выбор полёта



Пассажиры



Оплата



Подтверждение оплаты

Ключевые факторы м-коммерции (1)

- Прогнозы, дававшиеся 10 лет назад, что первое десятилетие XXI века станет десятилетем мобильных приложений, не оправдались
- Выяснилось, что M ≠ E
- На передний план вышла проблема, как заставить потребителей использовать мобильные приложения
- Добавление стоимости (value-adding), субъективно воспринимаемой потребителем полезности продукта
- Поставщики мобильных услуг ожидают невероятных достижений, но потребители так не считают

Ключевые факторы м-коммерции (2)

- Уже ранние исследования wap-приложений показали невысокую готовность потребителей к использовании этой технологии
- Для успеха м-коммерции необходимо понять, когда, где и кому именно будут нужны м-сервисы
- Требуются: тщательное сегментирование рынка, использование возможностей location awareness, повышение юзабильности и эмоциональной привлекательности продуктов

Пример исследования (Oulasvirta ea, 2005)

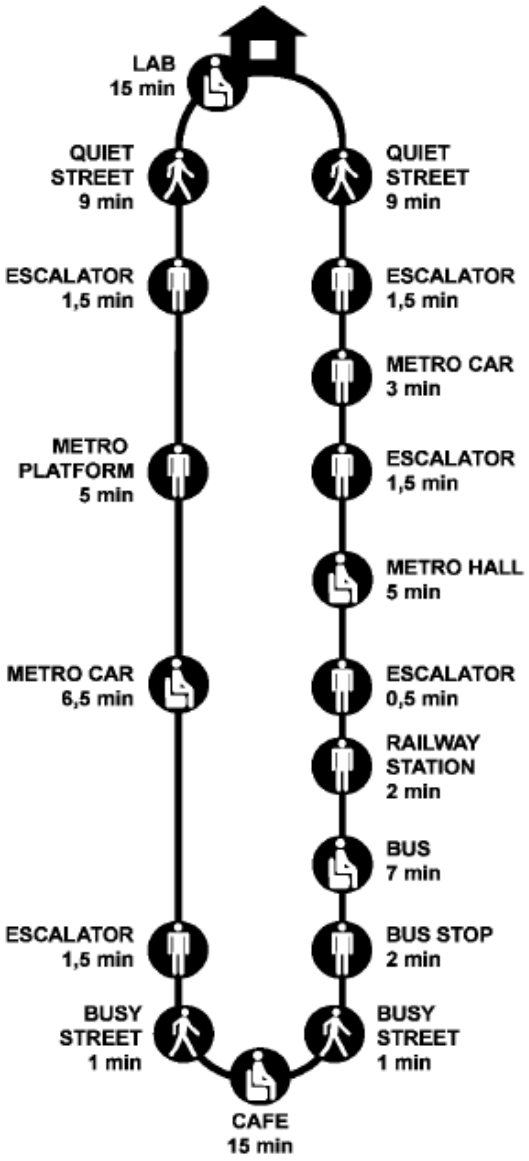
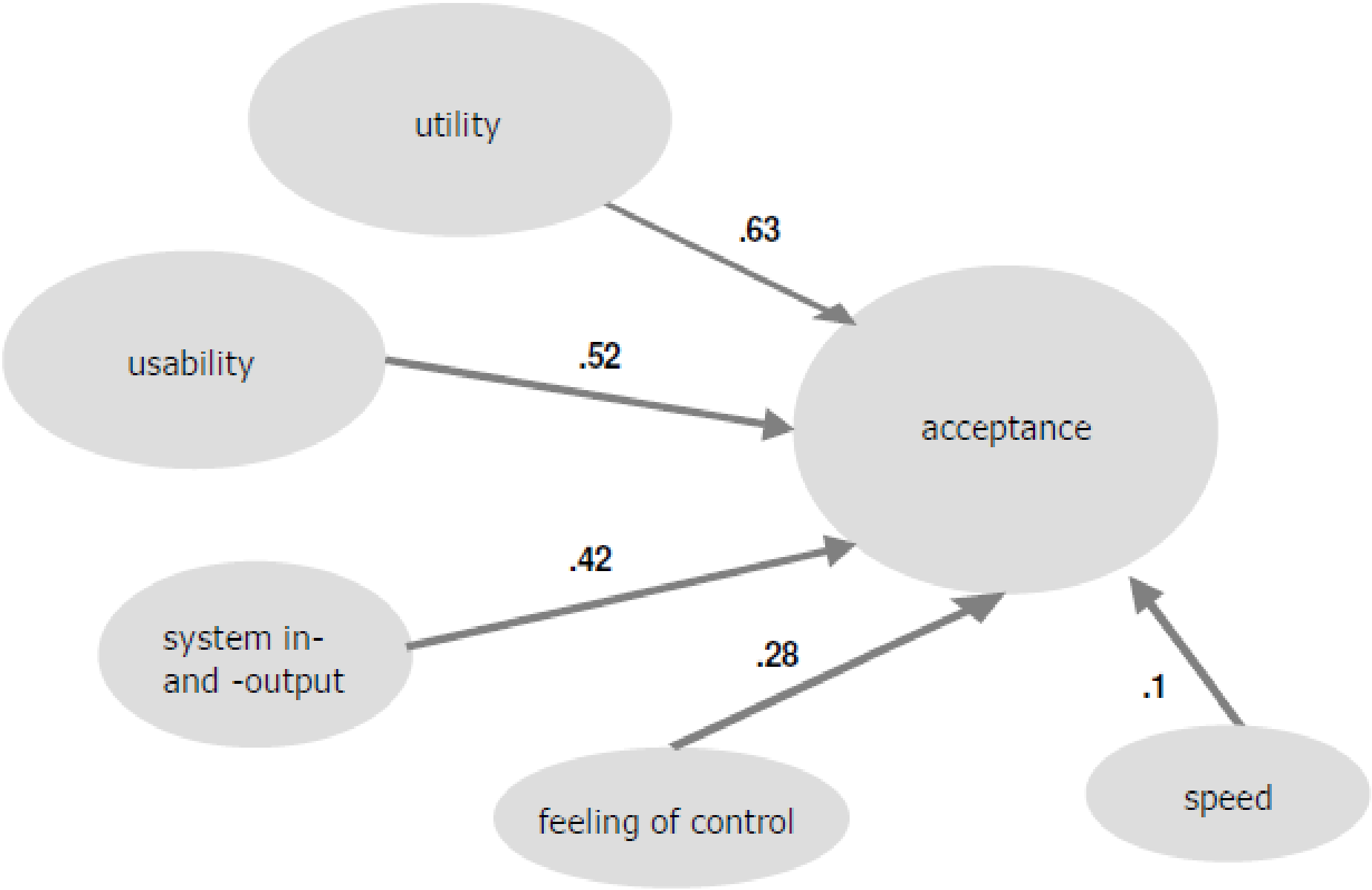


Figure 2. Configuration of recording equipment.

Figure 3. Output video data integrated on-the-fly.

Другое исследование (eye square GmbH, 2001)



Рекомендации по м-дизайну (1)

- Сделайте продукт ***полезным*** для потребителя в тех контекстах использования, для которых он предназначен
- Редуцируйте функционал по максимуму, не пытайтесь скопировать свой вебсайт в мобильник
- Учитывайте разнообразие моделей мобильных устройств
- Разбивайте интерфейс на шаги, обеспечьте их визуальное отличие друг от друга
- Сделайте удобным возврат на предыдущий шаг

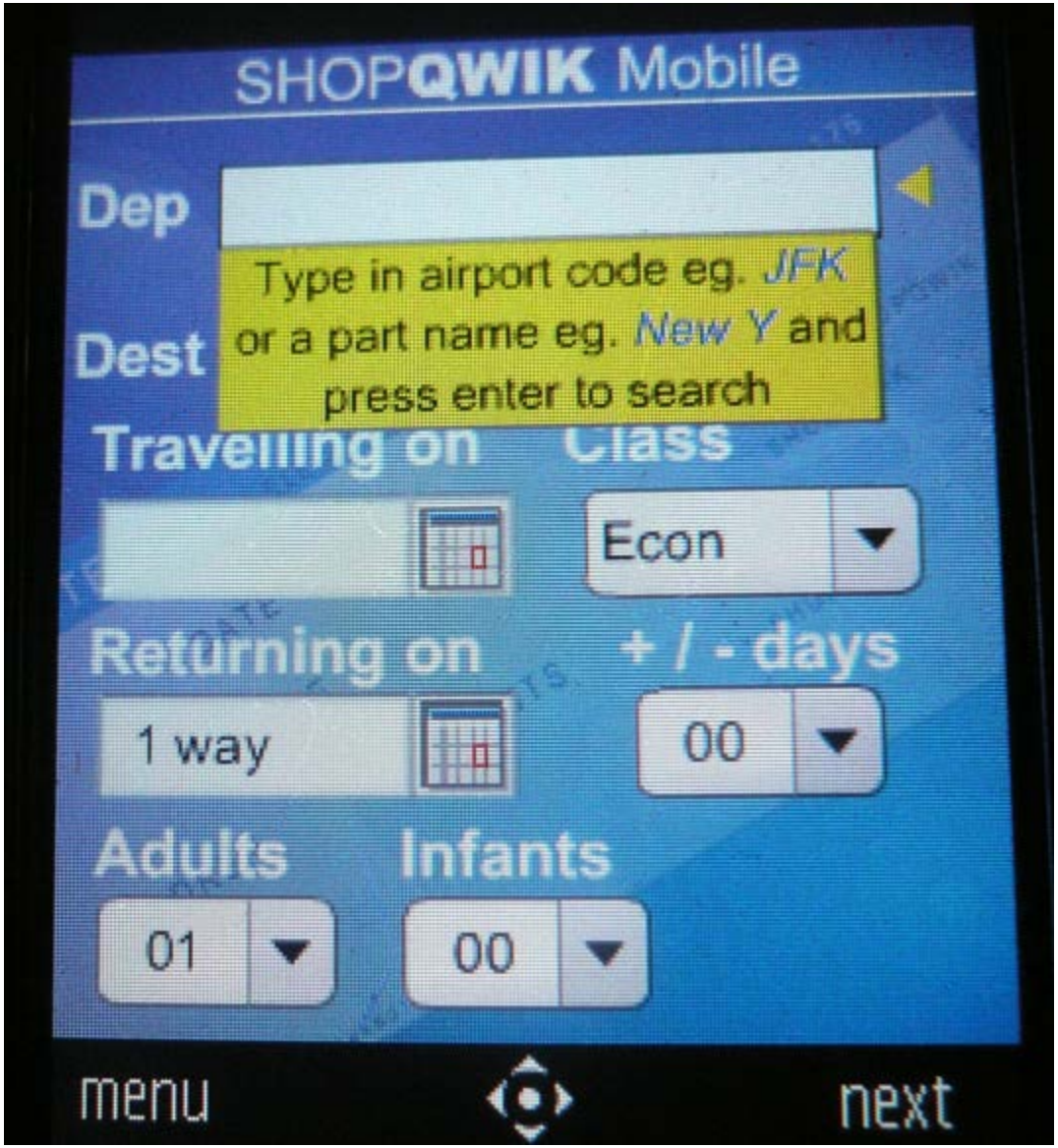
Рекомендации по м-дизайну (2)

- Сделайте интерфейс максимально простым: у пользователя должно быть чувство контроля
- Обеспечьте возможности персонализации
- Предпочитайте скроллирование кликам
- Если экран скроллируется, удалите все пустые строки
- Минимизируйте текстовый ввод, предлагайте выбор вариантов из списка (если он короче 20 позиций)
- Кликабельная графика должна выглядеть как кликабельная
- Постоянно тестируйте продукт на реальных пользователях

Сегментирование пользователей

- Для целей нашего проекта требовалось определение потенциальных пользователей мобильного бронирования авиабилетов
- По счастью, уже имелось именно такое исследование (Lubbe & Louw 2009): готовность путешественников-туристов использовать мобильное бронирование невысока, однако, деловые путешественники смотрят на подобный продукт более позитивно (при этом бизнес-путешественники с более высоким уровнем образования несколько скептичнее менее образованных)

Существующие приложения: ShopQwik



Наш дизайн (1)

Moscow DME **Barcelona BCN**

21/10/08 **09/11/08**

05:50 **16:35**

Оплата выполнена успешно

На ваше имя выписан электронный билет

Ваш код бронирования

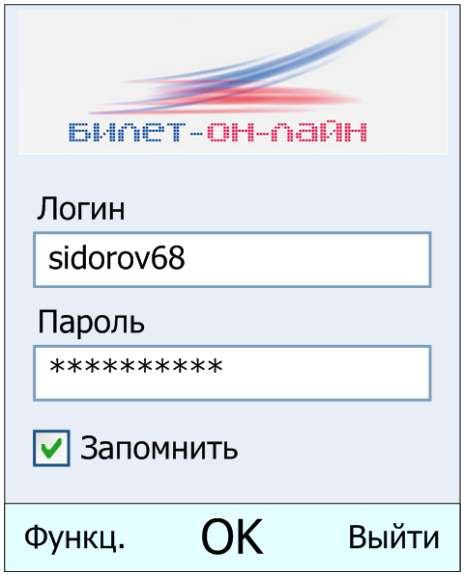
A1B2C3

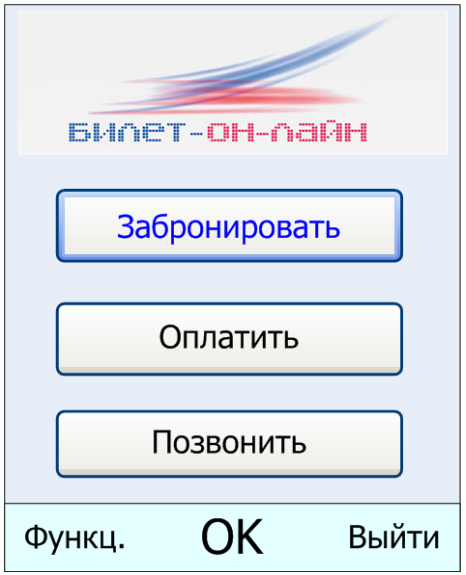
Посмотреть билет

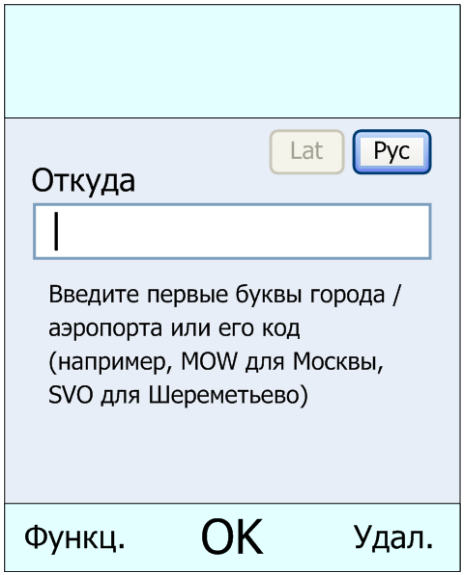
Посмотреть список бронирований

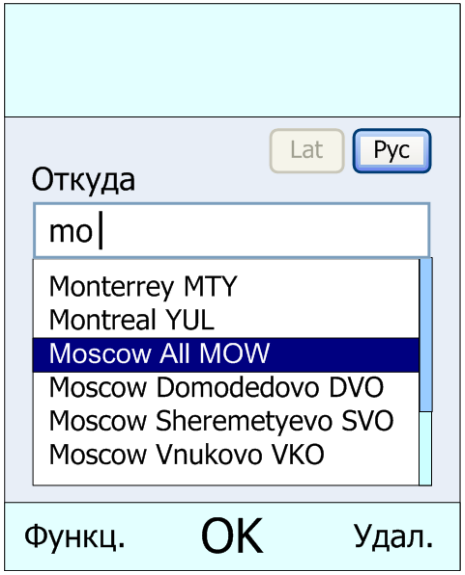
Функц. OK Выйти

Наш дизайн (2)


БИЛЕТ-ОН-ЛАЙН
Логин
sidorov68
Пароль
****
Запомнить
Функц.
OK
Выйти


БИЛЕТ-ОН-ЛАЙН
Забронировать
Оплатить
Позвонить
Функц.
OK
Выйти


Lat
Рус
Откуда
Введите первые буквы города / аэропорта или его код (например, MOW для Москвы, SVO для Шереметьево)
Функц.
OK
Удал.


Lat
Рус
Откуда
mo
Monterrey MTY
Montreal YUL
Moscow All MOW
Moscow Domodedovo DVO
Moscow Sheremetyevo SVO
Moscow Vnukovo VKO
Функц.
OK
Удал.

Moscow MOW
Lat
Рус
Куда
bc
Barcelona BCN
Функц.
OK
Удал.

Moscow MOW
Barcelona BCN
Туда
Октябрь 2008
Пн Вт Ср Чт Пт Сб Вс
29 30 1 2 3 4 5
6 7 8 9 10 11 12
13 14 15 16 17 18 19
20 21 22 23 24 25 26
27 28 29 30 31 1 2
Функц.
OK
Назад

Наш дизайн (3)

Moscow MOW **Barcelona BCN**
21/10/08

Нужен обратный билет?

Функц. Да Нет

Moscow MOW **Barcelona BCN**
21/10/08

Обратно

Ноябрь 2008

Пн	Вт	Ср	Чт	Пт	Сб	Вс
27	28	29	30	31	1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

Функц. OK Назад

Moscow MOW **Barcelona BCN**
21/10/08 **09/11/08**

Выполняется поиск...

Функц. Назад

Moscow MOW **Barcelona BCN**
21/10/08 **09/11/08**

Выберите рейс **Туда**

21/10/08 05:40 **09:25**
Lufthansa – 1 Stop € 834

21/10/08 07:05 **11:55**
Lufthansa – 1 Stop € 839

21/10/08 05:50 **12:30**
British Airways – 1 Stop € 1036

21/10/08 10:05 **12:35**
Air Europa – Nonstop € 638

21/10/08 10:05 **12:35**
Aeroflot – Nonstop € 1005

Функц. OK Назад

Moscow MOW **Barcelona BCN**
21/10/08 **09/11/08**

Подробно о рейсе **Туда**

21/10/08 Tue
05:50 Moscow Domodedovo DME
06:55 London Heathrow LHR
British Airways 881
Connection Time: 2 h 30 m
09:25 London Heathrow LHR
12:30 Barcelona BCN
British Airways 484
Total Travel Time: 8 h 40 m
€ 1036

Функц. OK Назад

Moscow DME **Barcelona BCN**
21/10/08 **09/11/08**
05:50 **16:35**

Ваш код бронирования

A1B2C3

Детали бронирования

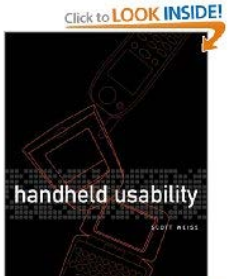
Вы можете оплатить билет картой, зарегистрированной в МТС

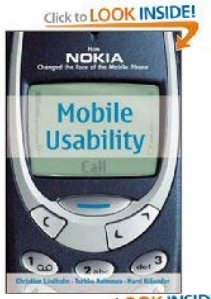
Оплатить сейчас

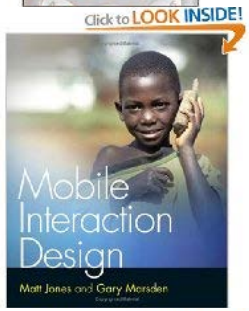
Оплатить позднее

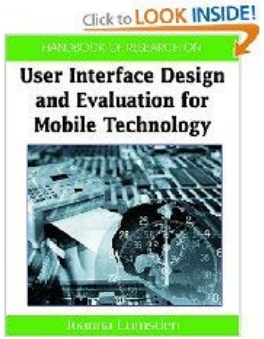
Функц. OK

Литература









- Weiss (2002) *Handheld Usability*, Chichester: Wiley
- Lindholm, Keinonen & Kiljander (2003) *Mobile Usability: How Nokia Changed the Face of the Mobile Phone*, McGraw-Hill
- Jones & Marsden (2006) *Mobile Interaction Design*, Chichester: Wiley
- Lumsden (2008) *Handbook of Research on User Interface Design and Evaluation for Mobile Technology (2 Volumes)*, Information Science Reference

Спасибо за внимание

Контакт:
ivan@interux.com