

Как я портил продукты

Фил Смирнов (motka.ru)

Designer POV

- Что такое продукт?
- За что отвечает дизайнер в продукте?
- Удержание позиции, коммуникация с командой проекта

Модели

- Чем полезны модели
- Чем вредны модели
- Обратная связь, итерации

Converge / Diverge

- наброс на вентилятор
- метод проб и ошибок
- метод тыка
- быстрый перебор

Бизнес-value

- Market opportunity
- Прибыль (купил/продал)
- Команда => интересы

Самое сложное – всем согласится на один
проект *from UX1*

=> Рамка

Personas

- Моделирование аудитории
- Голем, но не Франкенштейн
- Шкалы: соцдем (возраст, пол, семья, работа, друзья) *from UXI*
- Имя, портрет (it's alive!)
- Балансировка, updates

=> «Кто здесь?»»

Engagement model

- Unaware (как расскажем?)
- Aware (что подумает? как запомнил?)
- 1st time user (ожидания? как запомнимся?)
)
- Returning (почему будет возвращаться?)
- Frequent (какова польза?)
- Fan (какие возможности)

from Joshua Porter

Navigation map

- На основе use cases
- Data model
- “Web NLP” – диалог с пользователем

=> карта!

Метафора

- Персонификация *from R. Dawkins*
- Артефакт
- Знакомая ситуация

=> понятная роль

... брендинг

Схема производства

- Idea + team (idea * execution) *from Seth Godin*

=> ready to start

- Proto (ready to make)
- Alpha, Beta, ... (ready to grow)
- Version (ready to scale)

«Модель успеха»

- Luck
- Skill
- Persistence