

CHECKLISTA

CO MUSI ZNALEŹĆ SIĘ W AUDYCIE UX?

Określenie obszaru analizy

Opisz w skrócie, jakie obszary produktu będziesz analizował. Wybierz istotne ścieżki do analizy i wskaż je. Opisz też kontekst, dlaczego przeprowadzany jest audyt oraz na jakim etapie jest produkt, np.

1. Audyt prototypu po przebudowaniu produktu
2. Audyt obecnego wdrożenia
3. Audyt przygotowujący do modyfikacji produktu

Dobór metody

Opisz, w jakiej skrócie metody użyjesz do audytu. Najpopularniejsze to połączenie dwóch metod:

1. Wędrówka poznawcza
2. Analiza heurystyczna

CHECKLISTA

CO MUSI ZNALEŹĆ SIĘ W AUDYCIE UX?

Określenie scenariusza użycia

Zamieść opis co właściwie testujesz, pomocny będzie zapis w postaci zbliżonej do user stories. Określ jaką personą jesteś, co zamierzasz zrobić i dlaczego.

Przykład sklepu internetowego z rowerami:
Jako klient indywidualny (tu warto dodać nazwa osoby) chcę wyszukać i skonfigurować swój rower, a następnie zamówić go.

Działaj w parze

Krzyżowa weryfikacja to dobra praktyka, jeśli budżet Ci pozwala, realizacja audytu w duecie da lepszą kontrolę nad wnioskami i szerszą perspektywę.

Np. perspektywa badacza + designera
lub designera + designera



CHECKLISTA

CO MUSI ZNALEŹĆ SIĘ W AUDYCIE UX?

Mocne strony

Praktycznie nie ma rozwiązań na rynku, które są całkowicie złe. W większości przypadków będziesz nową osobą w organizacji dodatkowo w trudnej roli audytora. Pamiętaj, że po drugiej stronie są ludzie, którzy poświęcili dużo czasu i wysiłku, by przygotować produkt, który właśnie audytujesz.

Doceń ich pracę, wskaż dobre strony rozwiązania, a zobaczysz, że zupełnie inaczej rozpocznie się współpraca (rozpoczęcie od "strzelania" listą błędów jedynie zamknie drugą stronę na współpracy).

Stosunek prezentacji mocnych/słabych stron zazwyczaj działa w stosunku 30/70%



CHECKLISTA

CO MUSI ZNALEŹĆ SIĘ W AUDYCIE UX?

Podsumowanie dla zarządu

Teraz smutne zdanie. Prawdopodobnie niewiele osób przeczyta Twój audyt. Osoby na wysokich stanowiskach cierpią zazwyczaj na brak czasu i musisz mieć coś dla nich.

Tym czymś jest krótkie (!) podsumowanie dla zarządu. Wypisz kluczowe wnioski, kondycje produktu oraz główne rekomendacje.

Spraw, by osoba decyzyjna po przeczytaniu Twojego podsumowania powiedziała "to ma sens, idziemy w tym kierunku" i przekazała dalszą część raportu do szczegółowego wdrożenia przez pracowników operacyjnych.

Podsumowanie ma jeszcze jedna funkcje. Gdy do audytu wróci się po czasie, od razu widać czego dotyczył i jakie przyniósł wskazówki.

CHECKLISTA

CO MUSI ZNALEŻĆ SIĘ W AUDYCIE UX?

Screeny

Jeden obraz znaczy więcej niż 1000 słów.

W przypadku audytu jest równie prawdziwe.

Screeny powinny być załączone do niemal każdego z prezentowanych elementów audytu. Jeśli proces jest trudny do uchwycenia na pojedynczym screenie, warto nagrać film z komentarzem (np. użyciem bezpłatnego OBS Studio/Loom).

Nagranie swojej pierwszej styczności z aplikacją oraz przejście scenariusza z komentarzem jest też dobrą praktyką w pracy. Analiza własnej interakcji może przynieść wartościowy insight, łatwiej też będzie odtworzyć błędy procesu (np. gdy "złapiesz" się na tym, że nie wiesz, co zostało wykonane wcześniej, a system zwrócił nietypowy rezultat, ważny do opisanie).

CHECKLISTA

CO MUSI ZNALEŹĆ SIĘ W AUDYCIE UX?

Priorytety

Problemowe obszary relatywnie łatwo zidentyfikować i opisać. Docelowo zaprojektować można wszystko, ale wdrożenie to już inna sprawa.

Programowanie to najdroższy element niemal każdego projektu wytwarzania oprogramowania. Czas programistów jest zazwyczaj napięty i kosztowny. Dlatego każdą zmianę należy szczegółowo przeanalizować pod kątem wpływu na odbiór produktu oraz kosztu/czasu (czas to waluta devów).

Jeśli stosunek siła wpływu/koszt nie jest korzystna, zmianę przenosimy na dalszy plan.

Niekiedy tak samo należy postąpić z drobnymi błędami użyteczności. Sztuka kompromisu UX i Dev leży u podstaw optymalizacji.

CHECKLISTA

CO MUSI ZNALEŻĆ SIĘ W AUDYCIE UX?

Opisy, ale nie za długie!

Czytanie to wysiłek, a tego nikt nie lubi.

Nie rozpisuj się przesadnie. Lepiej pokaż za pomocą screenów, wideo lub wizualizacji. Unikaj opisów problemu na więcej niż 1 / 2 slajdy.

Porady i uwagi

Jeśli chcesz przekazać własny feedback i porady biznesowe, które nie są podparte teorią (np. heurystykami), możesz to zrobić, ale zaznacz wyraźnie, że te rekomendacje opierają się na wiedzy własnej, czy doświadczeniu biznesowym i należy je wnikliwie przetestować, np. w formie testów a/b.

Pamiętaj też, że to Ty znasz się na użyteczności, ale to klient jest ekspertem w swoim biznesie. Nie próbuj uczyć go jego fachu.



CHECKLISTA

CO MUSI ZNALEŻĆ SIĘ W AUDYCIE UX?

Rekomendacje, audyt to nie faktografia!

Pamiętaj, że audyt to nie faktografia. Opisania tylko zastanego stanu to za mało. Pisz rekomendacje zamiast faktów.

Zamiast: Nawigacja desktopowa w formie ikony znanej jako hamburger jest mało czytelna dla użytkowników.

Napisz: Nawigacja desktopową lepiej przedstawić w formie rozwiniętej, by ułatwić czytelność i stosować znajome użytkownikom standardy branżowe.

Jeśli budżet ci pozwala, warto dodać makiety proponowanego rozwiązania lub przykład z innego produktu. Pamiętaj też o podstawie teoretycznej. Heurystyki Nielsena są po to, by zarówno kontrolować siebie (czy za bardzo nie korzystam ze swoich preferencji), jak i legitymizować rekomendacje (kliencie, spójrz, że to ma podstawy teoretyczne). Warto też sięgać po opracowania branżowe (np. wyniki badań UX) lub rezultaty testów A/B.

CHECKLISTA

CO MUSI ZNALEŻĆ SIĘ W AUDYCIE UX?

Zorganizuj spotkanie po audycie

Omówienie audytu z interesariuszami to ważny krok pozwalający doprecyzować wątpliwości, dopracować priorytety lub... sprzedać kolejną Twoją usługę (jeśli to Ty będziesz projektować dalsze zmiany lub realizował pogłębione badania UX).

Podpis i dane firmy

Mogłoby wydawać się banalne, ale dodanie informacji o autorze na każdym slajdzie to istotna rzecz. Twój audyt może być wykorzystywany w różnym czasie, niekiedy przesyłany fragmentarycznie różnym osobom itd. (i np. ktoś wyciął fragment z danymi do Ciebie) Zdarza się, że odpowiednie oznakowanie audytu może przynieść Ci nowe zlecenie w przyszłości.



DZIĘKI ZA UWAGĘ!

Więcej UX'owych treści znajdziesz
na naszym [blogu](#) i... [mikroblogu](#) :)

Sprawdź też nasze [szkolenia](#)!

