



PING Podcast

Co to UX?

Witam. Z tej strony Norbert Jankowski z firmy PING i zapraszam do pierwszego podcastu w Polsce o testowaniu oprogramowania.

Witam wszystkich w kolejnym odcinku. Dzisiaj ze mną Dorota Rajska.

Dzień dobry.

Specjalista od UX-a. Jakbyś mogła powiedzieć kilka słów o sobie.

Nazywam się Dorota Rajska. Zajmuję się UX-em od 2012 roku, czyli to już będzie mój siódmy rok w zasadzie. Mam background informatyczny, kiedyś pracowałam jako programista. Potem ewaluowałam w analityka biznesowego i z tego analityka biznesowego przekwalifikowałam się na UX-a. Obecnie jestem UX-owcem.

UX-owiec, taki trochę żart. Ale czy on obraźliwy jest tak w zasadzie?

Nie, ja jestem bardzo dumna, że jestem UX-owcem.

No tak, tyle lat. Ale zacznijmy od początku. Co to jest UX?

UX to jest *user experience*. Jest to – jak samo słowo wskazuje – *experience* to jest doświadczenie. W zasadzie jest to doświadczenie osoby, jej uczucia, jej myśli. To co ta osoba przeżywa, kiedy wchodzi w kontakt z jakimś produktem. Z dowolnym. I dla mnie to jest właśnie bardzo ważne, że to są odczucia tej osoby. To nie jest żadna rzecz, której można dotknąć. Tak jak ktoś ładnie powiedział: to nie jest coś, co można sobie upuścić na stopę. Czyli używamy czegoś i to co myślimy na ten temat, to co czujemy w danym momencie, to jest *experience* nasz.

Takie dwa najczęściej spotykane obok siebie – niektórzy to robią łamane na UX/UI. I czym to się różni?

UI czyli jest rzeczą. Na tyle na ile software może być namacalny jest rzeczą namacalną. Ale też dotyczy to produktów takich fizycznych. Czyli jest to zbiór rzeczy, które umożliwiają użytkownikowi wykonać pewne funkcje z daną rzeczą. A konkretnie wykonać funkcje tego produktu. Schodząc do software'u jest to ekran aplikacji, programu komputerowego. I wszystko, co na nim widzimy, wszystko co możemy na nim zrobić – to jest *user interface*. Natomiast to, co się znajduje na tym *user interface*, jest wynikiem pracy UX-owców, czyli projektantów. Ale też badaczy, grafików. Tak naprawdę sztabu ludzi.

Bo bardzo często się spotyka takie mylne postrzeganie tego, że to i to to jest to samo.

To nie jest to samo. Tak jakby ktoś porównał nawet nie wiem do czego. To kompletnie nie jest to samo.

Kilka lat temu jeszcze UX nie był taki popularny tudzież rozpoznawany w Polsce. Więc te określenia bardzo się mieszały ze sobą i dużo osób traktowało je jako jedność.

To jest trochę tak... Chcemy zbudować jakiś produkt, chcemy zbudować jakiś software i my wiemy co ten software ma robić. I my myślimy, że on będzie działał tak i tak, i tak. I że ten interface musi mieć takie pola, takie guziki, tak musi wyglądać. I wtedy ludzie będą mogli kupić buty. Wykonać przelew, zapłacić za czynsz. Prawda jest taka, że ci ludzie, którzy to muszą zrobić, mogą mieć zupełnie inne zdanie na ten temat. Mogą nie zauważać pewnych rzeczy, które my jako projektanci wiemy, że tam są. Bo my je tam stawialiśmy. Może się okazać, że ludzie patrzą i nie wiedzą na co patrzą. W zasadzie chcieliby zrobić ten przelew, ale nie wiedzą gdzie mają kliknąć, wejść, coś podać. Więc różnica jest ogromna. Jakie było pytanie?

Różnica UX/UI.

No właśnie, więc UX to jest cała praca u podstaw, która ma zagwarantować, że jak użytkownika posadzimy przed tym ekranem końcowym, to on będzie wiedział, co tam ma zrobić. To co użytkownik będzie rozumiał jest zgodne z zamiarem projektanta. I tego się nie da dobrze zrobić bez zaangażowania tego użytkownika końcowego, jakichś użytkowników końcowych, grupę reprezentatywną. Przynajmniej się nie da się tego zrobić w prosty sposób przy złożonych projektach, programach, przy rzeczach, które robimy po raz pierwszy w życiu.

Czyli na przykład możemy wziąć istniejący sklep internetowy, zresztą tak się robi, prawda. Bierze się kilka sklepów internetowych, porównuje się co one mają fajnego, słabego, który jest lepszy. I zaprojektujemy nasz własny sklep internetowy na podstawie tych sklepów i może bez angażowania użytkowników końcowych, którzy w zasadzie będą robili to samo, co w każdym innym sklepie. To może się udać. Ale ja np. w tej chwili projektuję software, który po prostu nie istniał. Dla bardzo wąskiej dziedziny biznesowej. Jest kilka firm na świecie, które się takimi rzeczami zajmują. I ja nie mam pojęcia w jaki sposób ci ludzie będą z tego korzystać. Więc nawet nie odważyłabym się dać czegoś deweloperom, żeby zbudowali bez dobrej współpracy z prawdziwymi użytkownikami końcowymi. Żeby oni na pewno sprawdzili czy to co ja zrozumiałam z tego co oni potrzebują – czy to się pokrywa z ich wyobrażeniem na ten temat. Z tym, żeby oni potrafili z tego skorzystać. Bo to, że to działa to wcale nie gwarantuje, że ktoś będzie potrafił z tego skorzystać. I to jest dla mnie takie bardzo kluczowe.

Już wspomniałaś o tym, że pewne rzeczy trzeba zaprojektować, zanim one w ogóle trafią do programistów. Mogłabyś coś więcej powiedzieć o tym, jak proces wytwarzania oprogramowania razem z UX-owcami wygląda?

Nie chcę wchodzić za bardzo w agile dlatego, że każdy agile da się na odpowiednio małe waterfallowe kroki podzielić. UX się odbywa, UX. Czynności UX się odbywają się przed czynnościami deweloperskimi. I wtedy na początku się identyfikuje użytkowników. Rozmawiamy z nimi na takim bardzo ogólnym poziomie kim oni są, co oni robią. I gdzie

ten produkt, który projektujemy, wplata się w ich codzienność. W ich cały ekosystem. Potem pogłębiamy te rozmowy, rysujemy architekturę informacji. Z jakimi pojęciami my w ogóle tutaj mamy do czynienia. Jak te pojęcia się ze sobą łączą.

Trzymając się pojęcia sklepu to mamy jakieś kategorie produktów, produkty, te produkty mają cechy, rozmiar, kolor, producent. Czy to są spodnie, czy to jest bluzka. Wszystko to budujemy w takich, no nie wiem, Excelu, chmurkach, na tablicy. Budujemy flow, czyli krok po kroku co w danym procesie biznesowym ten użytkownik będzie robił. Kiedy ten proces zakończy się sukcesem. Kiedy ten proces może się wywalić albo nie zakończyć sukcesem. Musimy zdefiniować, co to znaczy sukces. Źle zdefiniowane sukcesy nie dadzą dobrych wyników, tak. Mam tu na myśli – sukcesem jest wykonanie zakupu, zapłacenie. A nie wsadzenie produktu do koszyka trzymając się pomysłu sklepowego.

Mamy zaprojektowany interface, to są narzędzia do projektowania takie bardzo wysokopoziomowe. Takie trochę można powiedzieć zaawansowane rysunki, painty. No i co, siadamy z tymi naszymi użytkownikami, z którymi rozmawialiśmy albo z użytkownikami podobnymi, z którymi nie rozmawialiśmy. I próbujemy z nimi, niech oni wykonają ten proces. To zawsze jest zdefiniowany proces, czyli niech oni kupią zielone spodnie w rozmiarze 38, jeansowe. Patrzymy jak sobie z tym radzą po prostu. Czy rzeczywiście robią to, co my oczekujemy, że wykonają. No, ci użytkownicy jakoś sobie radzą, wprowadzamy poprawki do tych naszych projektów. Testujemy albo nie, drugi raz. To też się wiąże z kosztami. Nie chcę tutaj mówić o kosztach w dolarach tylko też czas użytkowników. Ci ludzie mają swoją pracę bardzo często albo często się bierze ludzi z ulicy, którym trzeba zapłacić fizycznie za ich czas. Więc te testy też są, optymalizując koszty trzeba te testy sprawnie przeprowadzić po prostu.

Jak już mamy ten typ prototyp, to się nazywa prototyp – ten projekt. Mamy ten prototyp przetestowany, wiemy jak użytkownicy sobie z nim radzą, na to nachodzi warstwa graficzna. Z tą warstwą graficzną też możemy przetestować, zapytać, który kolor się bardziej podoba użytkownikom, ale to już takie pytanie co się bardziej podoba użytkownikom. To jest śliski temat, może na inny raz. W każdym razie taki prototyp działający, opisany co każdy guzik robi, dlaczego. Plus ta warstwa graficzna, plus ewentualnie animacje. To jest jakby paczka, która trafia do deweloperów i to nie musi być cała aplikacja naraz, to może być jeden ekran. To może być jeden ekran, jeden komponent na ekranie. Ale takie coś trafia do deweloperów. No i potem użytkownik, UX-owiec jest o tyle zaangażowany, że papier przyjmie wszystko jak to się mówi. I nie zawsze to się da zbudować tak jak to było zaprojektowane. Oczywiście deweloperzy są konsultowani wcześniej, przynajmniej tak byłoby idealnie. Żeby nie zaprojektować czegoś, czego się nie da zbudować albo co będzie bardzo kosztowne. No i są te interakcje takie trochę tu, trochę tam. No i co, tak naprawdę prawdziwy UX wchodzi wtedy kiedy produkt już trafi na rynek, na produkcję tak zwaną. Kiedy prawdziwi użytkownicy są. No i wtedy można patrzeć czy to, co zaprojektowaliśmy, to co przetestowaliśmy z tą naszą małą próbką użytkowników, czy to się pokrywa na większą skalę, czy używają zgodnie z przeznaczeniem, że tak powiem.

Zastanawiam się, żeby to jakoś podsumować.

Trochę pojechałam.

Żeby pokazać jak to jest ważne. Bo ja przechodziłam kurs, szkolenie roczne UX, więc wiem z czym to się je. Taki prosty przykład, żeby zobrazować projekt bez udziału UX-owców z UX-owcem, jak to może się skończyć.

Wiesz co, jeszcze do niedawna bym zrobiła bardzo mądry wywód na ten temat dlaczego ci UX są ważni i tak dalej. Ale dzisiaj mam inne zdanie. A to dlatego, że zaczęłam swoją własną działalność robić i teraz, znaczy UX-owcy są ważni, ale tylko po to, żeby wprowadzić użytkowników. Bo UX-owiec bez użytkownika to jest taki, on ma swoje doświadczenie. On dużo wie, w ogóle informatyka to jest bardzo szerokie pojęcie i każdy musi dużo wiedzieć, a nikt nie może wiedzieć wszystkiego. I dlatego są ci UX-owcy, żeby wiedzieli swoją działkę, deweloperzy wiedzą swoją działkę. Ale tak naprawdę to użytkownicy są kluczowi.

Ja jestem UX-owcem, ja projektuję aplikację. Pracowałam przy ponad 20 systemach lekką ręką. Naprawdę fajne, duże, złożone rzeczy. I zaprojektowałam na swoje potrzeby – organizuję treningi rowerowe – zaprojektowałam interface dla ludzi, żeby się wpisywali na treningi rowerowe. Myślałam, że prościej się nie da, jestem profesjonalistą w swojej dziedzinie, to nie może się udać. W końcu na ile sposobów można źle zaprojektować: data, informacja, kto to będzie w danym dniu przy jakimś tam ograniczonym limicie osób. No więc efekt jest taki, że ludzie mają tak dużo problemów ze zrozumieniem kiedy, co, gdzie kliknąć i dlaczego. A ja mam przez to tak dużo dodatkowej pracy, bo mi ludzie klikają nie to co trzeba. Albo klikają, kiedy nie muszą klikać, albo nie klikają kiedy powinni klikać, albo nie stosują się do poleceń, albo nie czytają instrukcji. Że gdybym miała płacić komuś za pracę do obsługi tego źle zrobionego interface'u, to już bym dawno splajtowała, nie mówiąc o rzuceniu działalności gdzie pieprz rośnie.

I dzisiaj tak bym właśnie to podsumowała, robienie UX-a. mam na myśli proces *user-centered design*, angażowania użytkowników, wykonywania tych wszystkich kroków i testowania. Koszt źle wykonanego interface'u użytkownika są ogromne. Są po prostu ogromne koszty, jednocześnie z utratą renomy, utratą dobrej marki, z odchodzącymi klientami, przy ogromnej konkurencji jednocześnie. Zależy w jakiej dziedzinie robimy. Ja akurat robię w dziedzinie bardzo niszowej, więc jeszcze wszyscy ode mnie nie pouciekali. Mam nadzieję to szybko naprawić. Ale jeżeli robimy w wysokokonkurencyjnej dziedzinie, dzisiaj nie uda się bez tego. Tak bym powiedziała.

To w zasadzie chyba każdy odczuł, że wejście na jakąś stronę internetową – każdy ma styczność. Nie mówię o systemach kasowych, ale o stronach internetowych. Na niektórych stronach jest przyjemnie, fajnie to wszystko się odbywa. Człowiek chce na nich zostać, chce przez ten proces zakupowy przejść. A na niektórych wejście i krew go zalewa jak coś ma zrobić. Nie wiem, ja miałem takie odczucia jak mBank zmienił trochę szatę graficzną.

Tak. Ale się przyzwyczailiśmy, prawda.

Nie no, pewnie. Człowiek się do wszystkiego może przyzwyczaić. Natomiast przez długi czas miałem wrażenie, że tam czegoś brakuje.

Ramek, kolorów, tła.

Czegokolwiek.

Tak. Wiesz co, człowiek się do wszystkiego przyzwyczai pod warunkiem, że tego potrzebuje. Żyjemy w coraz, na szczęście, zamożniejszym środowisku i ludzie, którzy kupują, ja wiem, nie wszyscy są tacy sami oczywiście. Ale ja już zauważyłam po sobie, że wybieram te sklepy internetowe, w których się kupuje przyjemnie, które mają łatwą,

bezproblemową politykę zwrotów. I w ogóle nie marnuję czasu na chodzenie po sklepach, gdzie ten interface bije po oczach. Nawet jeżeli miałyby tam być lepsze ceny. Bo ja nie spędzę czasu porównując te ceny. Bo dla mnie czas stracony na szukanie tańszej oferty nie jest wart tego, że ja zapłacę trochę więcej. I nie wiem jak ja się mam do normy społeczeństwa, ale wiem, że jest kilka sekund zanim człowiek zdecyduje czy zostanie na stronie czy nie zostanie. Nie jestem ekspertem od e-commerce'u, ale takie rzeczy słyszałam w branży. To jest bardzo ważne. Tam, gdzie nie mamy konkurencji, to możemy sobie troszeczkę popołgować, tak. Ale tam gdzie ta konkurencja jest, to pozorna oszczędność kasy na początku, może bardzo się zemścić w przyszłości.

Właśnie przykład jakiś pamiętam, nie wiem skąd, albo w jakimś supermarkecie albo magazynie. Oni próbowali przerobić program czy kupić jakiś do robienia zakupów czy tam do obsługi magazynu. I był tak toporny, tak wolny, że tam ludzie narzekali, to wolno szło. Produktywność spadła o połowę no i w końcu ktoś z góry zszedł na dół się spytać: ale o co wam chodzi ludzie? I mu pokazali system. Dobra, to wracamy do poprzedniego, który tam wyglądał jak DOS w zasadzie. Bo był najszybszy w obsłudze po prostu.

Nie wiem czy nadal istnieje, ale kiedyś pracowałam w takiej firmie, tam bardzo często słyszało się pojęcie efekt WOW. Bo my chcemy zrobić „WOW” i po prostu naszych klientów zawowować. Okej, efekt WOW jest fajny na jednorazowy strzał. Ale jeżeli mamy z czymś pracować, to nie ma być „WOW”. To ma być szybkie, przejrzyste, niezawodne. Ma robić to, co chce, wtedy kiedy chcę i ja mam rozumieć to coś. I to coś ma mnie rozumieć, ma mnie nie oszukiwać, ja muszę temu zaufać. To też jest UX. Dlatego mówiłam, że UI to jest tylko bardzo mały wycinek UX-a, bo prędkość działania, ale też feedback. Widzimy interface, on jakoś wygląda. Powiedzmy że wygląda świetnie. Klikamy guzik i nic się nie dzieje i nie wiemy czy on nie usłyszał tego kliknięcia, czy on myśli. To klikamy drugi raz. Potem co robimy, to klikamy 50 razy bardzo szybko. To system mówi: error, koniec. To jest wszystko prawda. A

le jeszcze ciekawe jest, że w dzisiejszych czasach ja używam słowa awatar. Gdzie do niedawna awatarem były urządzenia. Ale teraz awatarem nawet bym nazwała aplikacje całe, gdzie jest usługa. I to jest ważne, całość jest ważna. Więc co ja chcę zarobić za pomocą tego awatara, tej aplikacji komputerowej, telefonu, komputera. Teraz mamy mnóstwo dedykowanych urządzeń. Masz bransoletkę, która teraz ma całą usługę ogromną zaszytą w sobie. I tutaj jest ogromne pole do popisu dla UX-owców, gdzie się zaczyna potrzeba mojego użytkownika, gdzie ona się kończy i jakie ma odnogi.

Wracając do pomysłu e-commerce, to usługa zaczyna się, że ja chcę coś kupić. Chcę fizycznie coś otrzymać. Ale jak już coś otrzymam i to nie będzie to, co chcę, to co ja mogę dalej zrobić. Czy ja mogę wymienić, czy mogę zwrócić. Jeżeli ja mogę zwrócić czy to nie będzie dla mnie. Ja się bardzo stresuję, Boże, będę kogoś fatygowała, żeby przyjechał. Czy ja będę w domu w tym czasie? A ja nie chcę robić komuś kłopotu. To są wszystko – i dlatego mówiłam o tych odczuciach, prawda. To są wszystko rzeczy, które siedzą w ludziach, w głowie ludzi, tych użytkowników. I ważne jest też to, co jest w głowie użytkownika, my tego nie zmienimy. My musimy pracować wokół tego, musimy uwzględnić, bo natury nie zmienimy.

I dlatego na przykład korzystam z mojego ulubionego sklepu internetowego, którego nazwy nie będę wymieniać. Bo tam się szybko szuka, łatwo zamawia i genialnie zwraca jak mi cokolwiek nie pasuje. Ponieważ ten zwrot jest takim etapem troszeczkę no krępującym, po ludzku trudnym. To oni go zrobili zupełnie anonimowo. W paczce dostaję

naklejkę, którą przyklejam na pudełko do zwrócenia. Pudełko jest zaprojektowane w taki sposób, żeby można było łatwo spakować rzeczy, zakleić i zwrócić w niezmienionej formie. Wchodzę na stronę internetową i klikam co chcę zwrócić i mówię dlaczego, i już. Żadnych pytań, żadnego niczego. Pieniądze są z powrotem na koncie czy na karcie, bez problemu. I to jest UX. On uwzględnia potrzeby ludzi. I tutaj bardzo odważnie poszli UX-owcy. Bo biznes pewnie powiedziałby: nie ułatwiamy ludziom zwrotów, bo będą zwracać. Tylko jeżeli ja bym nie mogła czegoś zwrócić ja bym się czuła niekomfortowo. Jak ja się będę czuła niekomfortowo, ja tam nigdy nie wrócę. Bo nie chcę się czuć niekomfortowo, nikt nie chce się czuć niekomfortowo. A ja prawie za każdym razem coś im zwrócę, ale zawsze wracam do nich, żeby zrobić zakupy.

Wracasz bo jest łatwo zwrócić, więc jak będzie chybiony...

Zwracam, bo całość mojej potrzeby jest obsłużona w przyjemny sposób. I ja w żadnym momencie nie czuję się nieprzyjemnie, wręcz czuję się przyjemnie. Bo czuję się potraktowana z szacunkiem w odpowiedzi na moje potrzeby. I to jest dla mnie też taka wysokopoziomowa kwintesencja UX i to można zastosować czego byśmy nie projektowali. My możemy projektować system do diagnostyki samochodów, ale pomyślmy, co ten mechanik ma w głowie i w sercu. Mechanicy mają serce, naprawdę odczuwają różne rzeczy. Nie chcę tak bardzo popłynąć, ale to ma swoje konotacje. Bo będzie mechanik, który będzie miał fajny software, który fajnie zdiagnozuje silnik. Który powie klientowi w dobrym nastroju: proszę pana, proszę tutaj wydruk, tak samochód się zachowuje. Ten klient powie: o, jaki fajny mechanik, będę wracał do tego mechanika. W przeciwieństwie do: ten badziew nie działa, ja tu nic nie wiem. Klientowi nie wiem co powiedzieć. Klient przychodzi, to ja już jestem na niego zły, bo tak naprawdę to nie wiem co mu powiedzieć. Klient powie: Boże, jaki buc, więcej tu nie wrócę. Ale to tak naprawdę po prostu działa.

Fajny wywód.

Boję się, że nie zadasz następnego pytania.

Spokojnie. To był tylko proces tworzenia. A jakich narzędzi używają UX-owcy?

Excela, Mind Map i dedykowanych narzędzi do projektowania, do prototypowania, przede wszystkim, do tworzenia makiet. Ja używam Axure. Wiem, że to nie jest jedyne narzędzie. Jest Invision, są Sketche, to już takie bardziej graficzne. Photoshopa nie używają UX-owcy, bo Photoshop to już jest następny etap. Adobe XD wydało. W ogóle Adobe ma cały pakiet narzędzi wywodzących się z grafiki i teraz właśnie uzupełniają to przez XD, ale nie mam doświadczenia w tym temacie. UX używają papieru i ołówka.

Karteczek żółtych.

Bardzo dużo karteczek żółtych, flamastrów różnych kolorów, PowerPointa. Dużą częścią pracy UX jest przekonanie do swoich pomysłów i to trzeba jakoś zaprezentować. Można zaprezentować na prototypie i jak najbardziej należy, ale żeby sprzedać – PowerPoint bardzo często.

Wracając do tego procesu. To jest tak. Najpierw jest jakaś potrzeba, którą widzi biznes. Później ktoś to przekuwa w dokumentację, wymogi, podobne rzeczy. Gdzieś właśnie w tym momencie jest dokumentacja prawie zamknięta lub w

niewielkim stopniu brakuje jej do zamknięcia. Wszyscy wiedzą z branży IT, że to jest nieprawda.

Czyli chcesz powiedzieć, że jesteśmy po tym etapie, kiedy produkt został wdrożony na produkcję.

Dokumentacja, w każdym razie, w IT cały czas się tworzy. Ona nigdy nie jest zamknięta. Natomiast gdzieś tam jak już jest taki draft solidny, pod którym większość osób może się podpisać to tam właśnie wchodzi UX, żeby doprecyzować, zobaczyć.

Nie, nie. Jak się próbuje nadać kształt, jak się spróbuje narysować ekran odpowiadający na wymagania. To nagle wyskakują, odkrywa się, że to co się dało napisać słowem pisanym nie do końca się sprawdza jaka UI. I analogicznie, zaczynasz coś rysować i to się wszystko wydaje ok. Jak chcesz to opisać, różne przypadki, to nagle się okazuje kurczę, nie obsługuję tego, tego i tego. To jest bardzo powiązany proces. I tak dokumentacja, to się tworzą jednocześnie. Ja lubię myśleć w postaci deliverables, przepraszam za polskie piękne, nowe słowo, nie znam lepszego. Ale ja lubię o procesie UX pomyśleć co ma być wyprodukowane na końcu tego etapu procesu. Że tworzymy persony. Jest jakiś proces do stworzenia person, ale to jest jakby templatka persony i to chcemy uzyskać. Tworzymy makietę, to wiemy czym jest makietka. To jest na niby aplikacja klikalna, ruchoma, ale jeszcze nie kolorowa. Natomiast aplikacja działa na jakiejś podstawie, według jakichś reguł. Te reguły są spisane, to jest właśnie ta dokumentacja. I to, aplikacja bazuje na personach i jeszcze tam gdzieś są flowy. To wszystko powstaje tak naprawdę w tym samym czasie w wyniku wielu rozmów albo przynajmniej idealnie, żeby to tak powstawało. Ale na pewno jedno wpływa na drugie.

Okej, to chciałem to doprecyzować jak to powstaje ta piękna dokumentacja. Usability testing.

Usability testing. To oddzielne testy jakościowe od testów ilościowych. Testy ilościowe po prostu statystyka klikania, gdzie ludzie klikają ewentualnie, jakieś śledzenie oczu. Ale powiedzmy o testach jakościowych. Gdzie tester to nie musi być projektant. A nawet lepiej, żeby to nie był projektant. Siada 1:1 z osobą testowaną. Mogą być takie wieloosobowe testy. I według wcześniej zdefiniowanego scenariusza próbuje wykonać dane zadanie, czyli to jest zawsze jakiś cel określony. Nie ma czegoś takiego usiądź, sobie poklikaj – to w ogóle nie o to chodzi. Jest cel, aplikacja ma spełniać pełne funkcje, nie każdą z tych funkcji, ale kluczowe funkcje – próbujemy je przetestować. Najlepiej, żeby je przetestować na kilku osobach, to jest tak jak prowadzenie badań po prostu.

Też jest prototyp. To jest teza. Jest scenariusz, protokół badania i są wnioski i patrzymy krok po kroku, gdzie człowiek się wysypał, co zrobił dobrze. Na koniec możemy zapytać jak oceniasz, czy to jest fajne, czy to jest trudne. Różne są metody. No ważna rzecz. z tego co mówiłam z tą moją działalnością, gdzie ja tego nie zrobiłam i w zasadzie teraz mi to wychodzi w praniu, gdzie koszty obsługi tego są ogromne. Ja z drugiej strony, chociaż mogłam zrobić te testy w sumie. No ryzyko nierobienia testów – ja się przekonuję na własnej skórze – jest kosztowne po prostu. To nawet nie jest ryzyko, chociaż może być ryzyko. Jest to kosztowne. To nie jest do końca, może tester wykonywać usability testy, jak najbardziej. Tylko właśnie ważne, żeby to było według scenariusza i żeby można z tego było jakieś sensowne wnioski wyciągnąć. Żeby wiedzieć co poprawiać i dlaczego poprawiać. To, że jedna osoba się pomyliła, ale siedem się nie pomyliło. No to nie znaczy, że trzeba coś poprawiać, prawda.

Jak zostać UX?

Ja zostałam UX trochę przez przypadek. UX już zaczynał istnieć w firmie, w której wtedy pracowałam. To było takim buzzwordem, a ja bardzo chciałam zmienić to czym się zajmowałam i interesowała mnie analiza biznesowa, już wtedy byłam analitykiem. Więc tak trochę przeszłam na stronę UX. Byłam na kilku konferencjach czym jest UX. Ja byłam na *Usability Weeku* Normana, Nielsen Norman. Bardzo fajna rzecz. Teraz, jak ktoś mnie pyta, to kieruję na grupę na Facebooku, która się nazywa *Usability.pl* i odsyłałabym ludzi do Internetu, żeby poszukali jak zostać UX. Na pewno chęci, może ktoś akurat potrzebuje UX i pomóc i można się organicznie trochę uczyć jak ja.

A jakbyś miała powiedzieć jakieś predyspozycje jakie trzeba mieć do tego, żeby być UX. Czy jest coś takiego?

Ja myślę, że dobrze jest, jeżeli to się lubi. Dobra, jakie predyspozycje? Trzeba umieć słuchać ludzi. UX to jest dziedzina, która nie ma zdefiniowanego, czarno-białych zasad początku i końca. Jest bardzo płynna, każdy może mieć swoje zdanie na ten temat. Więc współpraca z ludźmi, kiedy nie ma jednej słusznej racji, jest tutaj bardzo kluczowa. Ja mogę powiedzieć, że trochę się przejechałam właśnie na takim podejściu, że ja jestem UX i ja wiem, czego Ty potrzebujesz. Albo ja wiem jak rozwiązać ten problem i ja Ci pokażę. Na tym się przejechałam i tego absolutnie odradzam. Nie wiemy jak rozwiązać ten problem. Powiem więcej, prawie nigdy nie wiemy, jaki jest ten problem. A przynajmniej nie wiemy na początku, kiedy ktoś przychodzi do nas i mówi: potrzebujemy Twojej pomocy. Więc umiejętność słuchania, słuchania ze zrozumieniem i słuchania, co ten człowiek potrzebuje. Następnie umiejętność jasnego wyrażania swoich pomysłów.

Jak narysujemy coś, to musimy potrafić to wytłumaczyć. Umiejętność analitycznego myślenia i klarownego przedstawiania skomplikowanych pomysłów. To są też takie umiejętności, nasza praca to jest nie tylko na papierze. To musi ktoś zbudować i musimy przekonać, żeby właśnie to zbudował. I jednocześnie, musimy zrozumieć czy to co my zaprojektowaliśmy jest tym co użytkownik potrzebuje. I tutaj właśnie te dwie umiejętności słuchania i przekonywania i wywierania wpływu, nawet mogłabym powiedzieć. Czasami cierpliwość do detali jest przydatna, chociaż myślę że ta cierpliwość to bardziej już osobom zajmującym się typowym UI, grafiką. UX to ważniejsze, żeby ten przekaz był.

No i czasami jednak dużo ślęczenia nad dokumentami i wyciągania, taka analiza i wyciąganie wniosków, prawda. Bo robimy te wywiady z użytkownikami i mamy taką stertę informacji. Zupełnie nieuporządkowaną stertę informacji i musimy na podstawie tej sterty informacji narysować jakiś ekran lub zbiór ekranów. Więc to trzeba podsumować, spriorytetyzować, wyrzucić to co jest zupełnie niepotrzebne. To co będzie potrzebne za 2 lata odstawić na bok, wybrać kilka kluczowych rzeczy. Umiejętność słuchania, komunikacja, wywieranie wpływu i analityczne myślenie – bym powiedziała, że jest kluczowe. Narzędzi się da rady nauczyć. Nie trzeba umieć rysować. Potem to jest warsztat. Reszta to jest warsztat, to się da tego nauczyć, nauczyć, doszkolić. Jakaś taka ciekawość, myślę. Ciekawość świata jest przydatna. Bo to chyba dotyczy ogólnie branży IT. Ja lubię myśleć, że informatycy, deweloperzy to trochę taka rola jak aktor. Że jednego dnia jesteś lekarzem, jednego dnia jesteś prawnikiem, jednego dnia jesteś zbójem. I tutaj też. Dzisiaj projektujemy szpital, jutro projektujemy bank. A pojutrze projektujemy sklep internetowy. I musimy być każdym z tych ludzi w danym momencie, prawda. I

często trzeba dosyć głęboko wejść w każdą dziedzinę, żeby właśnie dobrze zrozumieć. Więc taka ciekawość świata też jest potrzebna.

To jeszcze zadam takie ostatnie pytanie. Kogo ciężiej przekonać: programistów czy biznes?

Programistów. Tylko biznes też trzeba umieć. Łatwo jest przekonać każdego, jeżeli wiemy, jak do niego trafić. A jak do niego trafić – musimy wiedzieć, co go interesuje. To jest cały UX. Dowiadujemy się o naszych odbiorcach. Biznes przekonujemy, mówiąc ile zarobią, jak wdrożą nasze rozwiązanie. Deweloperów przekonujemy, mówiąc do nich ich językiem. Ale myślę że deweloperów trudniej, bo ostatecznie biznes po prostu chce tego, oni chcą mieć pewność, że dobrze wydadzą pieniądze. Deweloperzy chcą mieć udział w tym co robią, to są bardzo inteligentni ludzie i oni nie chcą być wyrobnikami czegoś, co ktoś za nich wymyśli i mają to po prostu wdrożyć. Oni też chcą mieć w tym udział i tutaj myślę że jest najwięcej starć. Poza tym, deweloperzy nie lubią się napracować. A czasami to jest sprzeczne z UX, bo to co chce użytkownik, to nie jest najłatwiejsze dla deweloperów. Oni nie rozumieją często dlaczego muszą dłużyć. Przecież to jest taka drobna różnica dla użytkownika, a deweloperzy muszą nad tym spędzić dodatkowych kilka dni. A właśnie to są te drobne różnice, które wygrywiają ponad konkurencją, prawda. Więc myślę że deweloperów, ale do każdego trzeba umieć dotrzeć.

No dobrze. To dziękuję Ci za rozmowę, za poświęcony czas.

Dziękuję.

Mam nadzieję, że słuchaczom spodobał się ten odcinek i że dowiedzieli się dużo ciekawych rzeczy na temat UX. Dziękuję, zapraszam do kolejnego odcinka i do usłyszenia.

Do usłyszenia.

Jeżeli odcinek Wam się podobał zostawcie pozytywną opinię na iTunes. Przyczynicie się do dalszego rozwoju tego podcastu. Zachęcam też do zapisania się na listę mailingową. Dużo fajnych materiałów będę tam wysyłał. Dzięki, do usłyszenia wkrótce.