

КАК UX ЗАВИСИТ ОТ ВОЗРАСТА

2023

Инсайты, которые помогут проектировать цифровые сервисы для людей разных возрастов



Алексей Скобелев

Рассказывает об исследованиях пользователей



Александра Власова

Рассказывает о зависимостях UX и возраста



Юлия Морозова

Модерирует презентацию



ПРОГРАММА ОНЛАЙН-МИТАПА

Об исследованиях пользователей

- На кого ориентируются сервисы — типичный портрет респондента.
- Глубина исследования связи UX-опыта и возраста.
- Уникальность UX-опыта у людей разного возраста



Алексей Скобелев

О зависимостях UX и возраста

- Особенности исследования клиентского опыта разных поколений в цифровых сервисах.
- Инсайты — как UX зависит от возраста на примере пользовательского пути.
- Выводы о UX-опыте молодых людей и старшего поколения.



Александра Власова

ИССЛЕДОВАНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В MARKSWEBB



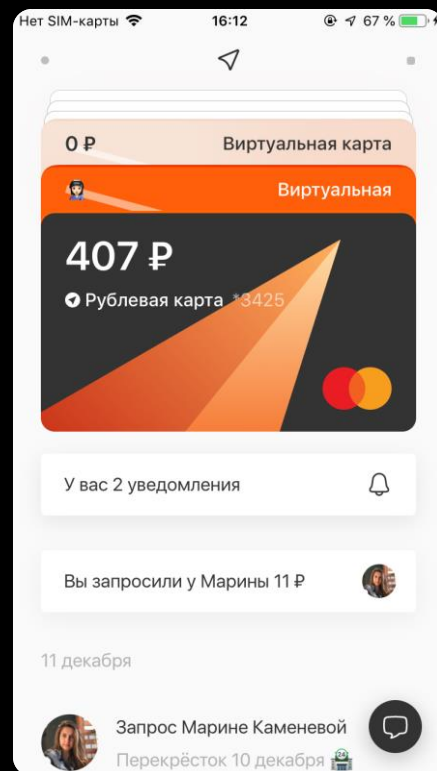
Алексей Скобелев

Генеральный директор Marksw Webb

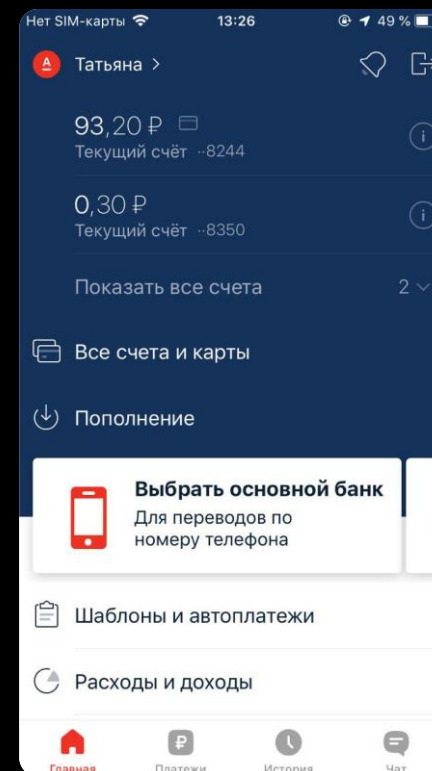
3000+ проведенных UX-тестов за последние 5 лет

- Если сервис изначально не сфокусирован на конкретную возрастную группу, он будет проектироваться под «ядро»
- Типичный портрет респондента — городской житель 25-45 лет со средним доходом

UX-проблемы не универсальны



Рокетбанк



Альфа-Банк

UX-проблема

Сервис не предлагает очевидного пути к нужной функции или информации

Слишком много навигационных действий, чтобы добраться до нужной функции

Используются непривычные элементы интерфейса/действия нужно совершать непривычным образом

?

?

?

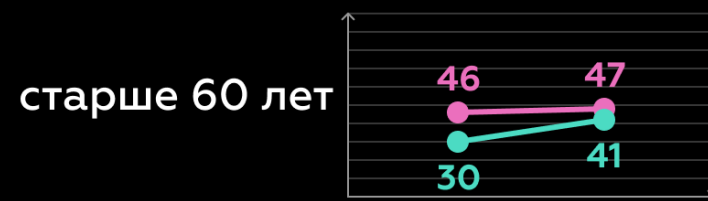
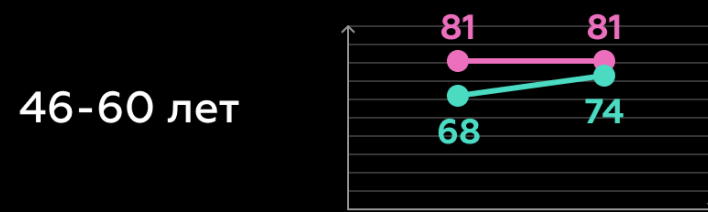
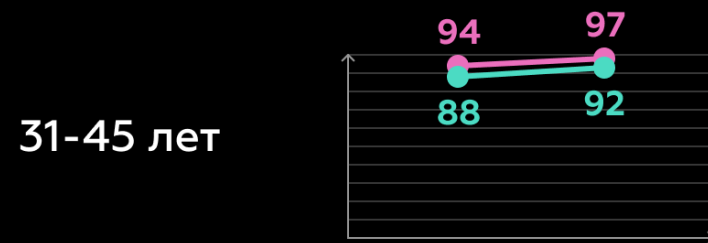
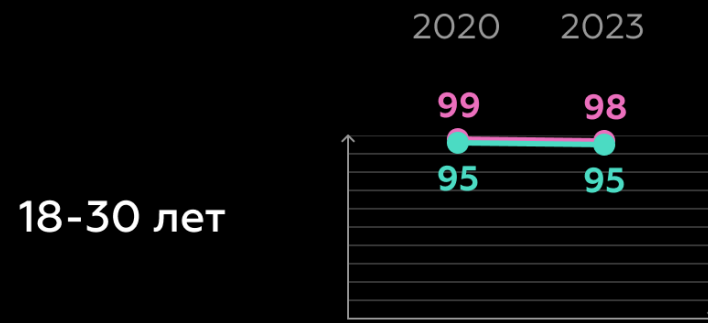
?

?

?

Миллионы людей приходят в цифровую среду с другими привычками и барьерами

Данные ФОМ



суточная аудитория пользуются интернетом



ВЛИЯНИЕ ВОЗРАСТА НА UX НЕДОИССЛЕДОВАНО

NN/g 2016: Young Adults/ Millennials as Web Users

18-25 лет

- Используют множество закладок браузера для отдельных задач
- Любят интерактивность, только если она поддерживает их задачу
- Чувствительны к tone of voice
- Работают с интерфейсом быстрее и больше ошибаются
- Склонны винить в ошибках интерфейс, а не свои действия

NN/g 2013: Usability for Senior Citizens

65+ лет

- Испытывают сложности в прочтении мелкого текста
- Некомфортно пробовать новое и исследовать
- Более склонны отказаться от выполнения задачи, если что-то не получается

Как UX зависит от возраста — база инсайтов о работе с интерфейсами людей из разных возрастных групп

- 3 возрастные группы:
16-19 лет
32-37 лет
60-64-года
- **25** модерлируемых UX-тестов для формирования гипотез
- **150** немодерлируемых UX-тестов для проверки гипотез
- Фокус на UX-проблемах, коррелирующих с возрастом

КАК МЫ ИССЛЕДУЕМ ЗАВИСИМОСТЬ ИХ И ВОЗРАСТА



Александра Власова

Тимлид исследования

ПЕРИМЕТР ИССЛЕДОВАНИЯ

Три возрастные
группы

Универсальные
частотные задачи

Приложения
с разнообразными
реализациями

ПЕРИМЕТР ИССЛЕДОВАНИЯ

Три возрастные группы

Опытные пользователи Android и мобильных приложений:

- 16-19 лет, молодые
- 32-37 лет, средний возраст
- 60-64 года, старшее поколение.

Универсальные частотные задачи

Приложения с разнообразными реализациями

ПЕРИМЕТР ИССЛЕДОВАНИЯ

Три возрастные группы

Универсальные частотные задачи

Приложения с разнообразными реализациями

1. Навигация
2. Поиск по большим спискам элементов
3. Выбор и сравнение нескольких продуктов
4. Детали: текстовые описания
5. Заполнение форм и работа с картами
6. Уведомления
7. Управление программой лояльности
8. Решение проблем, обращение в поддержку
9. Голосовое управление
10. Взаимодействие с игровыми механиками, интерактивными элементами

ПЕРИМЕТР ИССЛЕДОВАНИЯ

Три возрастные группы

Универсальные частотные задачи

Приложения с разнообразными реализациями 

eGrocery: Самокат, Окей, Пятерочка, Ашан

Маркетплейсы: Озон, Яндекс Маркет, СберМегаМаркет,

Банки: Альфа-Банк, Почта Банк, Ак Барс Банк, Открытие

Доски объявлений: Авито, Профи, Юла

Мобильные операторы: МегаФон, билайн, МТС

ДАННЫЕ О ПОВЕДЕНИИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ВАЛИДИРОВАНЫ КОЛИЧЕСТВЕННО



1. Модерируемые UX-тесты

- 7 респондентов 16-19 лет
- 7 в возрасте 32-37
- 9 пользователей 60-64 лет



2. Гипотезы о возрастных особенностях

Систематизация и глубокий анализ инсайтов



3. Количественное исследование

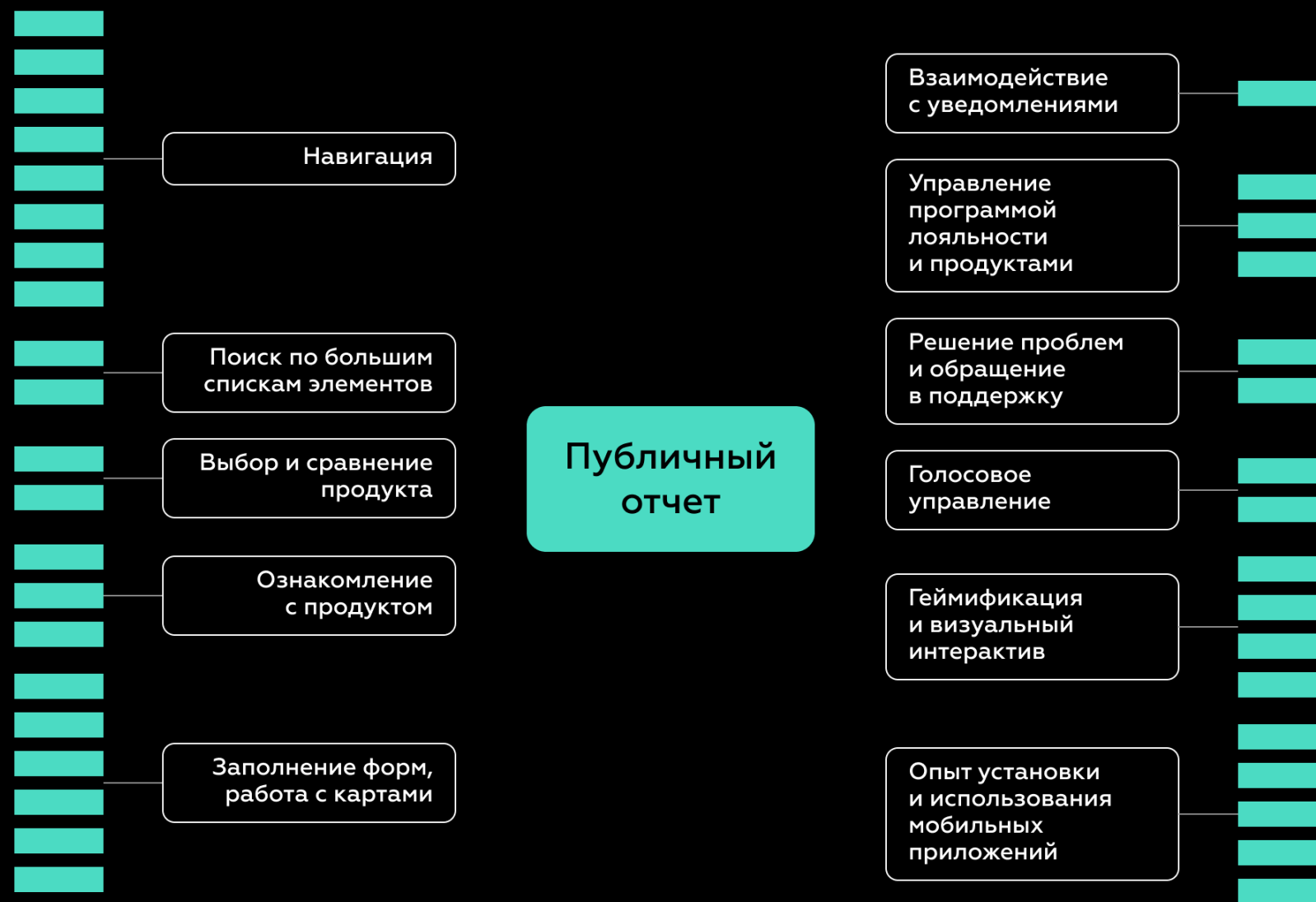
- Немодерируемые удаленные UX-тестирования
- 150 респондентов



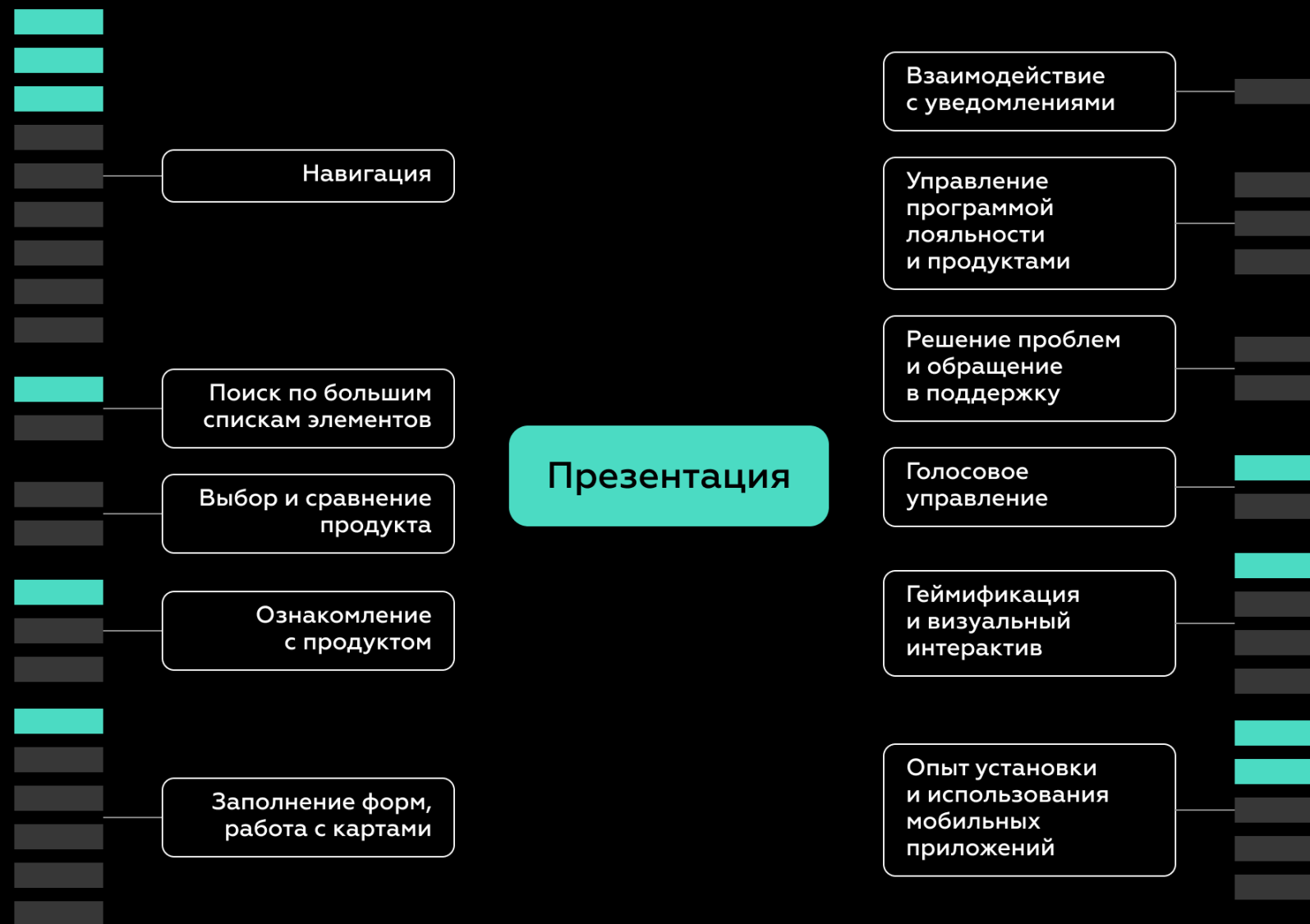
4. Подсчет статистических значимостей

Проверили, что инсайты будут актуальны для всех представителей возрастной группы

РЕЗУЛЬТАТ ИССЛЕДОВАНИЯ: 37 ИНСАЙТОВ О СВЯЗИ UX И ВОЗРАСТА



ПРЕЗЕНТАЦИЯ: 10 ИНСАЙТОВ О СВЯЗИ UX И ВОЗРАСТА



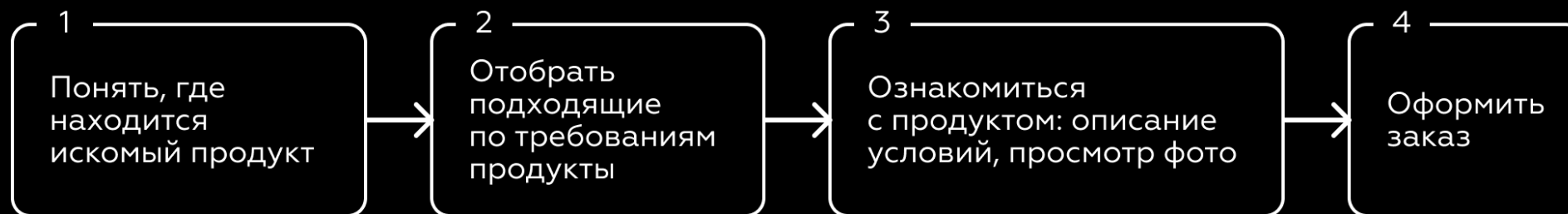
КАК UX ЗАВИСИТ ОТ ВОЗРАСТА



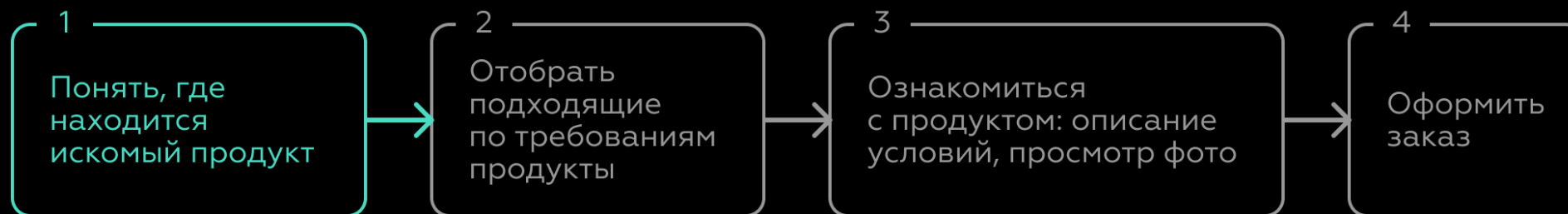
Александра Власова

Тимлид исследования

ШАГИ ПРОЦЕССА ПОКУПКИ В МОБИЛЬНОМ ПРИЛОЖЕНИИ



ШАГИ ПРОЦЕССА ПОКУПКИ В МОБИЛЬНОМ ПРИЛОЖЕНИИ

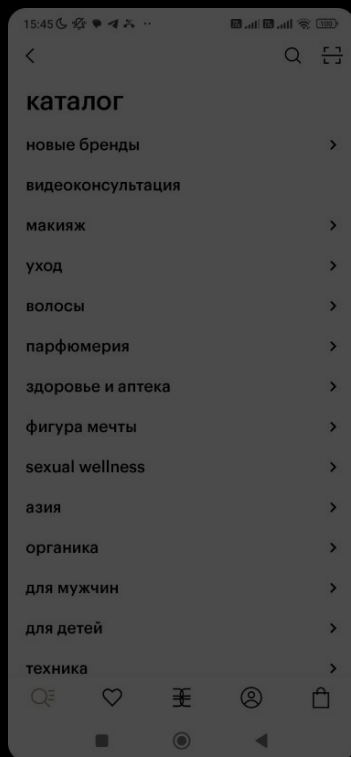


КАК ЭФФЕКТИВНО ПОКАЗАТЬ КАТАЛОГ ТОВАРОВ?

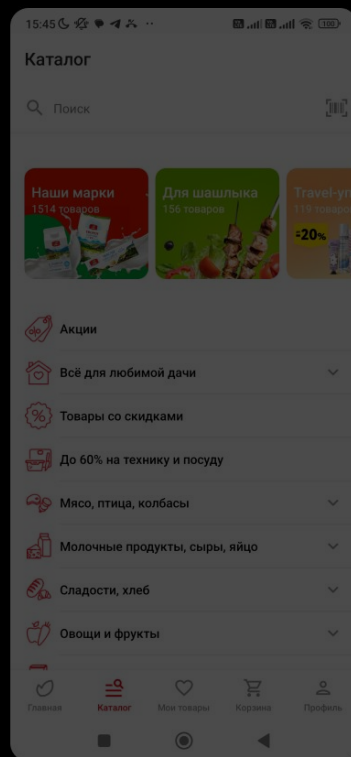


Список

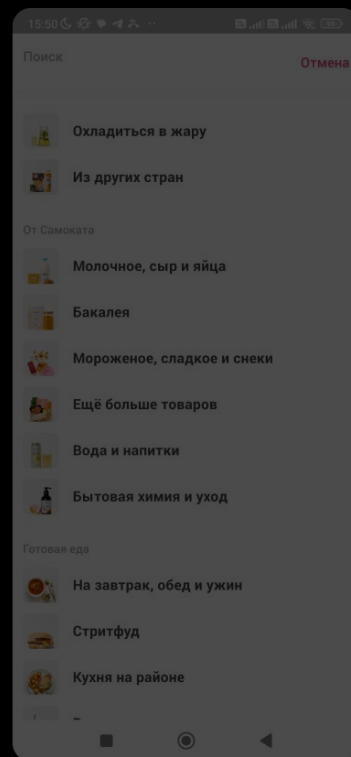
КАТАЛОГ С ФОТО ТОВАРОВ – САМЫЙ ЭФФЕКТИВНЫЙ ДЛЯ ВСЕХ ВОЗРАСТОВ



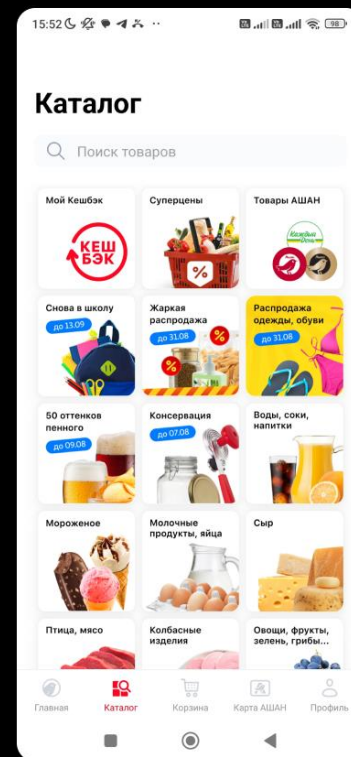
Список



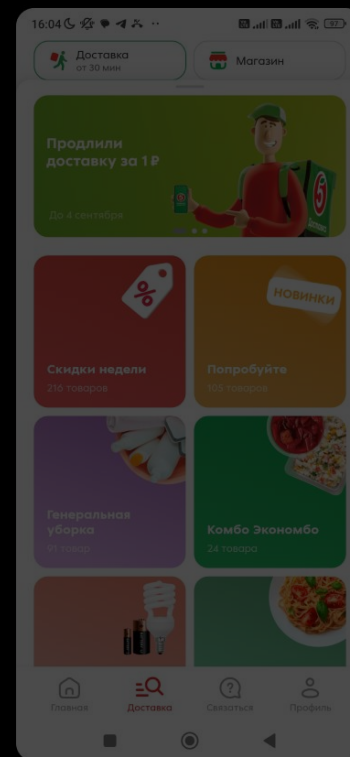
Список с пиктограммами



Список с фото



Карточки среднего размера



Карточки крупного размера

Ориентироваться по изображениям легче, чем читать текст

● Понять, где находится искомый продукт ● ● ●





ТИП КАТАЛОГА ВЛИЯЕТ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОИСКА

Вид каталога

Молодые

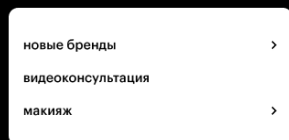
5,4% – доверительный интервал

Средний возраст

6,1%

Старшее поколение

5,1%

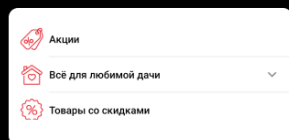


Список

95,8%

100%

100%

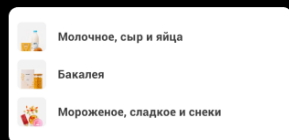


Список с пиктограммами

100%

100%

97,7%

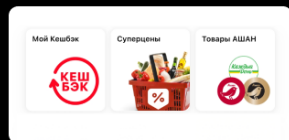


Список с фото

95,3%

90,2%

95,1%

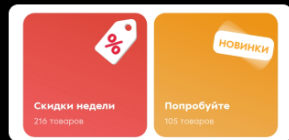


Карточки среднего размера

97,9%

97,8%

97,7%



Карточки крупного размера

100%

97,4%

100%



ВИД КАТАЛОГА ВЛИЯЕТ НА ОПЫТ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ МОЛОДОГО И СРЕДНЕГО ВОЗРАСТА

Вид каталога

Молодые

Средний возраст

Старшее поколение

1,2 – доверительный интервал
время в секундах

1,1

1,5



● Понять, где находится искомый продукт ● ● ●





ПОИСК В ТЕКСТОВОМ КАТАЛОГЕ ЗАНИМАЕТ В ДВА РАЗА БОЛЬШЕ ВРЕМЕНИ

Вид каталога

Молодые

1,2 – доверительный интервал

Средний возраст

1,1

Старшее поколение

1,5



● Понять, где находится искомый продукт ● ● ●





КАРТОЧКИ СРЕДНЕГО РАЗМЕРА – САМЫЕ ЭФФЕКТИВНЫЕ

Вид каталога

Молодые

1,2 – доверительный интервал

Средний возраст

1,1

Старшее поколение

1,5



● Понять, где находится искомый продукт ● ● ●





СТАРШЕЕ ПОКОЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНО ВЗАИМОДЕЙСТВУЕТ СО ВСЕМИ КАТАЛОГАМИ

Вид каталога

Молодые

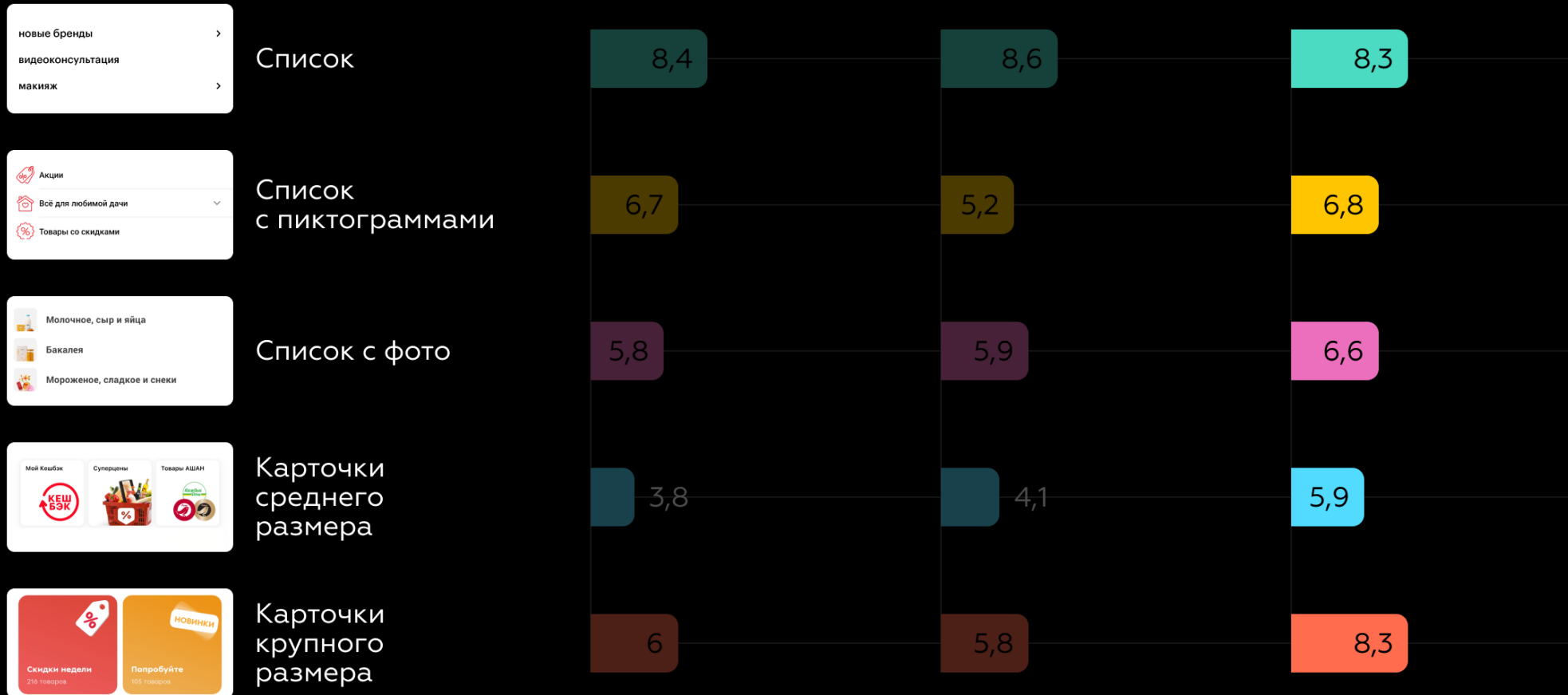
1,2 – доверительный интервал

Средний возраст

1,1

Старшее поколение

1,5



● Понять, где находится искомый продукт ● ● ●





МОЛОДЫЕ ПРЕДПОЧИТАЮТ КАТАЛОГИ С ИЛЛЮСТРАЦИЯМИ, А СТАРШЕЕ ПОКОЛЕНИЕ – В ВИДЕ СПИСКА





МОЛОДОЕ ПОКОЛЕНИЕ ПРЕДПОЧИТАЕТ ИЗОБРАЖЕНИЯ

Вид каталога

Молодые

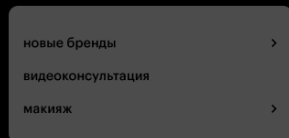
9,2% – доверительный интервал

Средний возраст

10,1%

Старшее поколение

10,3%

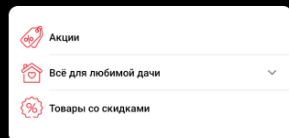


Список

4,2%

11,1%

11,4%

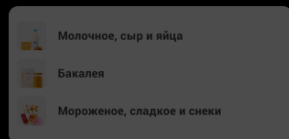


Список с пиктограммами

25%

28,9%

40,9%

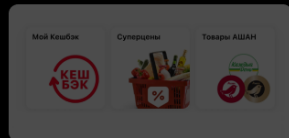


Список с фото

8,3%

11,1%

11,4%

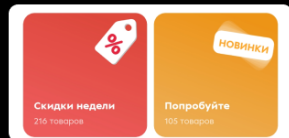


Карточки среднего размера

20,8%

24,4%

15,9%



Карточки крупного размера

39,6%

22,2%

9,1%





СПИСОК С ПИКТОГРАММАМИ И ИЗОБРАЖЕНИЯ ЛУЧШЕ РАБОТАЮТ ДЛЯ СРЕДНЕГО ВОЗРАСТА

Вид каталога

Молодые

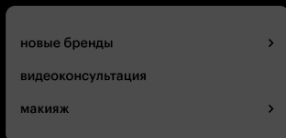
9,2% – доверительный интервал

Средний возраст

10,1%

Старшее поколение

10,3%

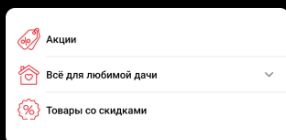


Список

4,2%

11,1%

11,4%

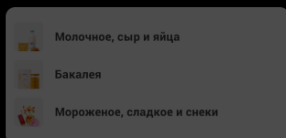


Список с пиктограммами

25%

28,9%

40,9%

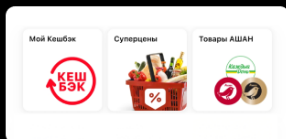


Список с фото

8,3%

11,1%

11,4%

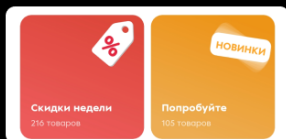


Карточки среднего размера

20,8%

24,4%

15,9%



Карточки крупного размера

39,6%

22,2%

9,1%

● Понять, где находится искомый продукт ● ● ●





СТАРШЕЕ ПОКОЛЕНИЕ ПРЕДПОЧИТАЕТ СПИСОК С ПИКТОГРАММАМИ

Вид каталога

Молодые

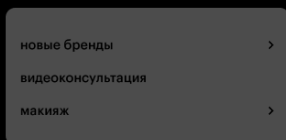
9,2% – доверительный интервал

Средний возраст

10,1%

Старшее поколение

10,3%

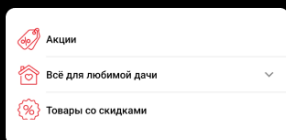


Список

4,2%

11,1%

11,4%

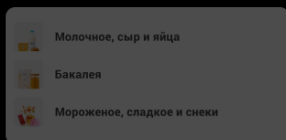


Список с пиктограммами

25%

28,9%

40,9%

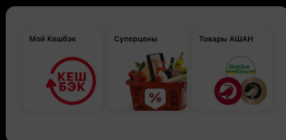


Список с фото

8,3%

11,1%

11,4%

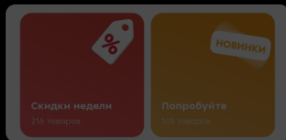


Карточки среднего размера

20,8%

24,4%

15,9%



Карточки крупного размера

39,6%

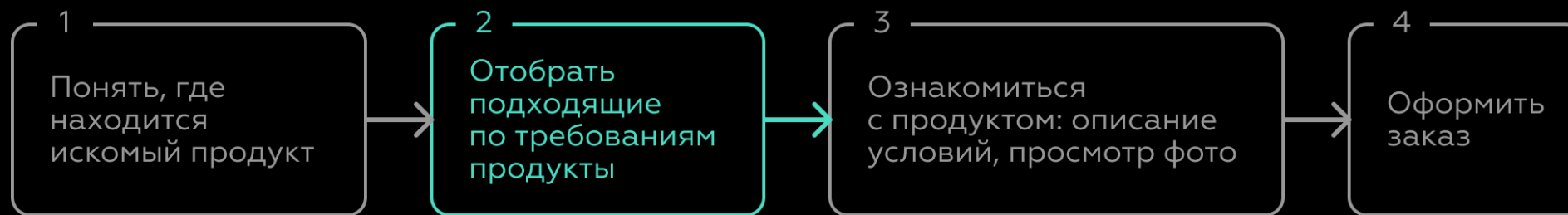
22,2%

9,1%

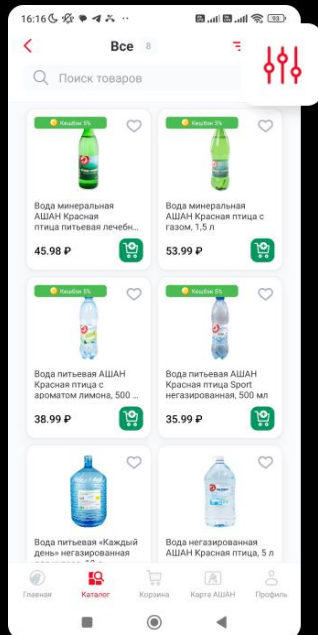
● Понять, где находится искомый продукт ● ● ●



ШАГИ ПРОЦЕССА ПОКУПКИ В МОБИЛЬНОМ ПРИЛОЖЕНИИ



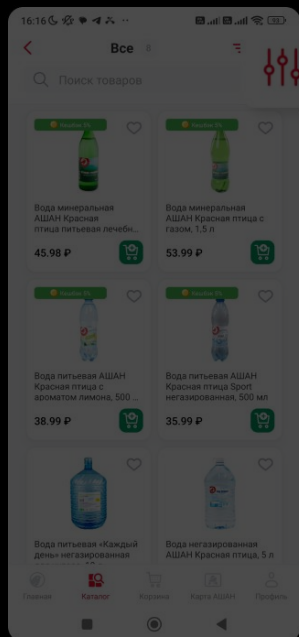
КАК ОФОРМЛЯТЬ ТОЧКУ ВХОДА В ИНТЕРФЕЙС ФИЛЬТРОВ?



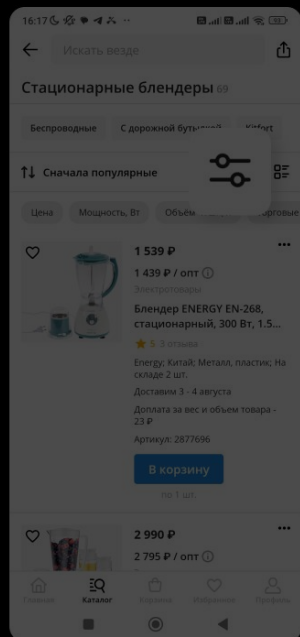
Вертикальная
пиктограмма
справа

- ● Отобрать подходящие по требованиям продукты ● ●

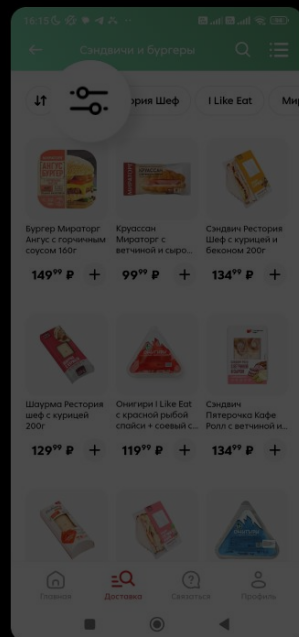
ДЛЯ СТАРШЕГО ПОКОЛЕНИЯ – С ПОДПИСЬЮ, ДЛЯ МОЛОДОГО И СРЕДНЕГО БЕЗ РАЗНИЦЫ



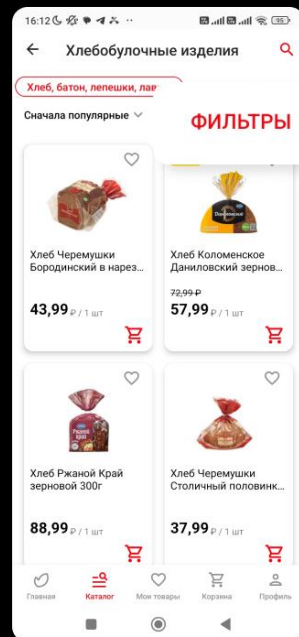
Вертикальная
пиктограмма
справа



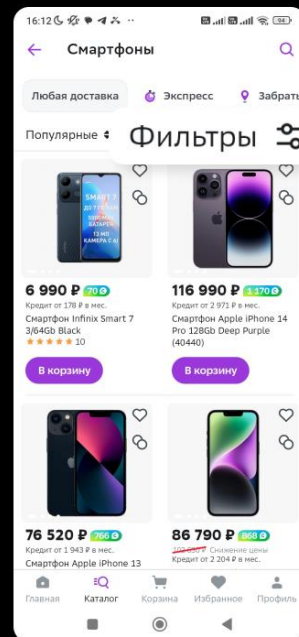
Горизонтальная
пиктограмма
справа



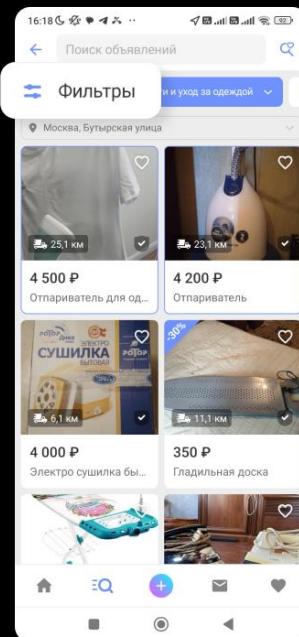
Горизонтальная
пиктограмма
слева



Текстовая
кнопка
«Фильтры»



Пиктограмма
с подписью
справа



Пиктограмма
с подписью
слева



ТЕКСТОВОЕ ОБОЗНАЧЕНИЕ ФИЛЬТРОВ ОБЛЕГЧАЕТ РАСПОЗНАВАНИЕ

Расположение фильтра

Молодые

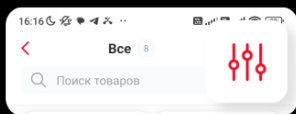
7,1% – доверительный интервал

Средний возраст

9,6%

Старшее поколение

12,5%

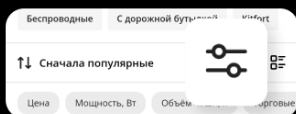


Вертикальная пиктограмма справа

91,4%

89,7%

47,4%

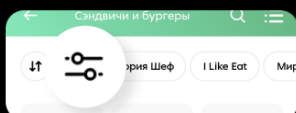


Горизонтальная пиктограмма справа

93,8%

82,2%

56,8%

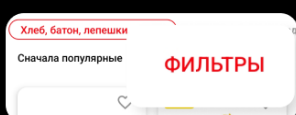


Горизонтальная пиктограмма слева

88,4%

78%

51,2%

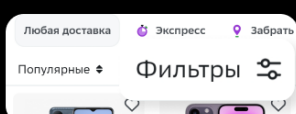


Текстовая кнопка «Фильтры»

95,3%

87,8%

82,9%

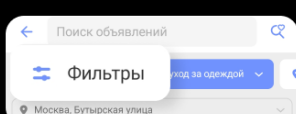


Пиктограмма с подписью справа

95,8%

100%

77,3%



Пиктограмма с подписью слева

100%

97,8%

90,9%



МОЛОДОЕ ПОКОЛЕНИЕ УСПЕШНО СЧИТЫВАЕТ ВСЕ ФИЛЬТРЫ

Расположение фильтра

Молодые

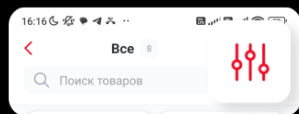
7,1% — доверительный интервал

Средний возраст

9,6%

Старшее поколение

12,5%

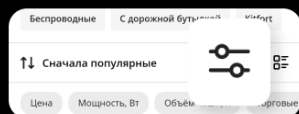


Вертикальная пиктограмма справа

91,4%

89,7%

47,4%

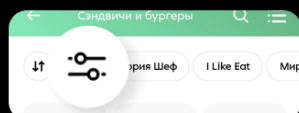


Горизонтальная пиктограмма справа

93,8%

82,2%

56,8%

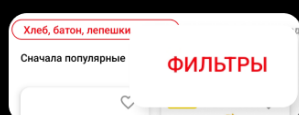


Горизонтальная пиктограмма слева

88,4%

78%

51,2%

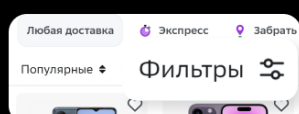


Текстовая кнопка «Фильтры»

95,3%

87,8%

82,9%

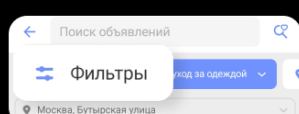


Пиктограмма с подписью справа

95,8%

100%

77,3%



Пиктограмма с подписью слева

100%

97,8%

90,9%



ЛЮДИ СРЕДНЕГО И СТАРШЕГО ВОЗРАСТА ХУЖЕ СПРАВЛЯЮТСЯ С ПИКТОГРАММАМИ

Расположение фильтра

Молодые

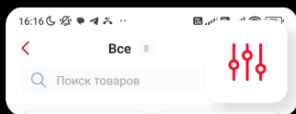
7,1% – доверительный интервал

Средний возраст

9,6%

Старшее поколение

12,5%

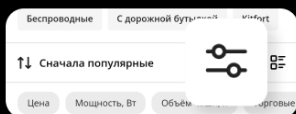


Вертикальная пиктограмма справа

91,4%

89,7%

47,4%

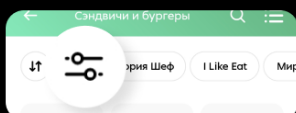


Горизонтальная пиктограмма справа

93,8%

82,2%

56,8%

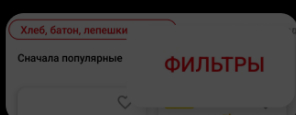


Горизонтальная пиктограмма слева

88,4%

78%

51,2%

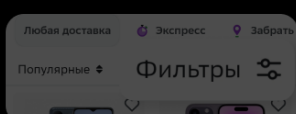


Текстовая кнопка «Фильтры»

95,3%

87,8%

82,9%

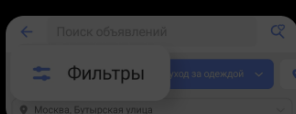


Пиктограмма с подписью справа

95,8%

100%

77,3%



Пиктограмма с подписью слева

100%

97,8%

90,9%

● ● Отобрать подходящие по требованиям продукты ● ●





ФИЛЬТРЫ С ПИКТОГРАММОЙ И ПОДПИСЬЮ ЛУЧШЕ ДЛЯ СРЕДНЕГО И СТАРШЕГО ВОЗРАСТА

Расположение фильтра

Молодые

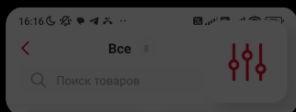
7,1% – доверительный интервал

Средний возраст

9,6%

Старшее поколение

12,5%

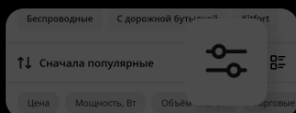


Вертикальная пиктограмма справа

91,4%

89,7%

47,4%

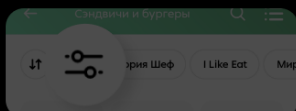


Горизонтальная пиктограмма справа

93,8%

82,2%

56,8%

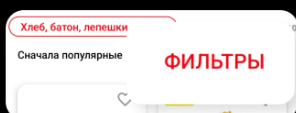


Горизонтальная пиктограмма слева

88,4%

78%

51,2%

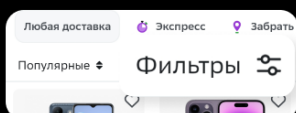


Текстовая кнопка «Фильтры»

95,3%

87,8%

82,9%

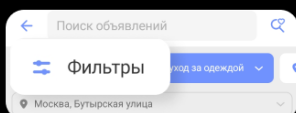


Пиктограмма с подписью справа

95,8%

100%

77,3%



Пиктограмма с подписью слева

100%

97,8%

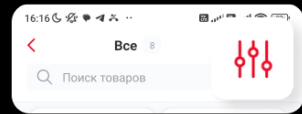
90,9%

● ● Отобрать подходящие по требованиям продукты ● ●

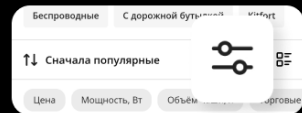


ТЕКСТОВОЕ ОБОЗНАЧЕНИЕ ФИЛЬТРОВ УСКОРЯЕТ ИХ ПОИСК

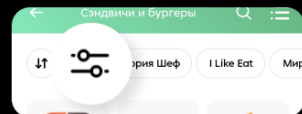
Расположение фильтра



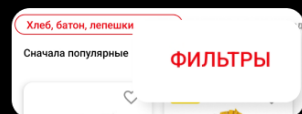
Вертикальная
пиктограмма
справа



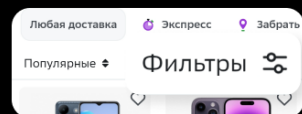
Горизонтальная
пиктограмма
справа



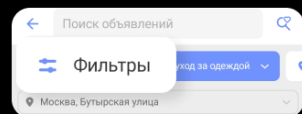
Горизонтальная
пиктограмма
слева



Текстовая кнопка
«Фильтры»



Пиктограмма
с подписью
справа



Пиктограмма
с подписью
слева

Молодые

2,1 – доверительный интервал
время в секундах

6

7,6

5,5

4,1

6

3,8

Средний возраст

1,9

6,2

10,9

5,5

5,1

7,1

4,3

Старшее поколение

3,1

10,3

16,3

10,9

7,4

8,4

7,6



МОЛОДОЕ ПОКОЛЕНИЕ ОДИНАКОВО БЫСТРО НАХОДИТ ВСЕ ФИЛЬТРЫ

Расположение фильтра

Молодые

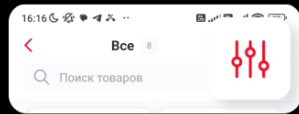
2,1 – доверительный интервал

Средний возраст

1,9

Старшее поколение

3,1

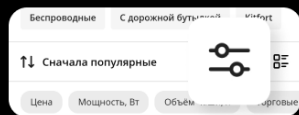


Вертикальная пиктограмма справа

6

6,2

10,3

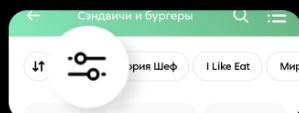


Горизонтальная пиктограмма справа

7,6

10,9

16,3

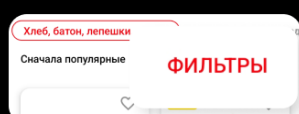


Горизонтальная пиктограмма слева

5,5

5,5

10,9

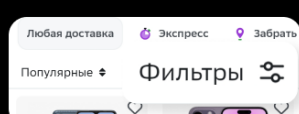


Текстовая кнопка «Фильтры»

4,1

5,1

7,4

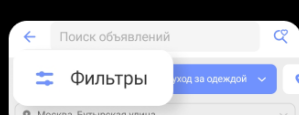


Пиктограмма с подписью справа

6

7,1

8,4



Пиктограмма с подписью слева

3,8

4,3

7,6



ПОИСК ФИЛЬТРОВ В ВИДЕ ПИКТОГРАММЫ ЗАНИМАЕТ В 1,5-2 РАЗА БОЛЬШЕ ВРЕМЕНИ

Расположение фильтра

Молодые

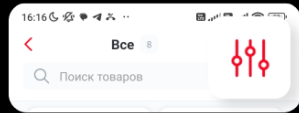
2,1 – доверительный интервал

Средний возраст

1,9

Старшее поколение

3,1

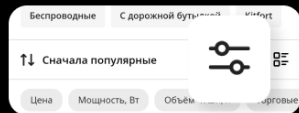


Вертикальная
пиктограмма
справа

6

6,2

10,3

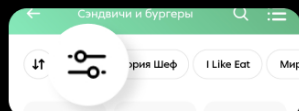


Горизонтальная
пиктограмма
справа

7,6

10,9

16,3

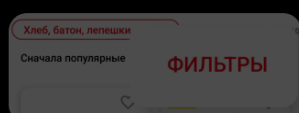


Горизонтальная
пиктограмма
слева

5,5

5,5

10,9

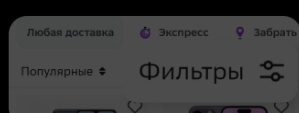


Текстовая кнопка
«Фильтры»

4,1

5,1

7,4

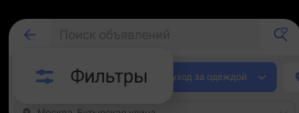


Пиктограмма
с подписью
справа

6

7,1

8,4



Пиктограмма
с подписью
слева

3,8

4,3

7,6

● ● Отобрать подходящие по требованиям продукты ● ●



ФИЛЬТРЫ С ПИКТОГРАММОЙ И ПОДПИСЬЮ ЛУЧШЕ ДЛЯ СРЕДНЕГО И СТАРШЕГО ВОЗРАСТА

Расположение фильтра

Молодые

2,1 – доверительный интервал

Средний возраст

1,9

Старшее поколение

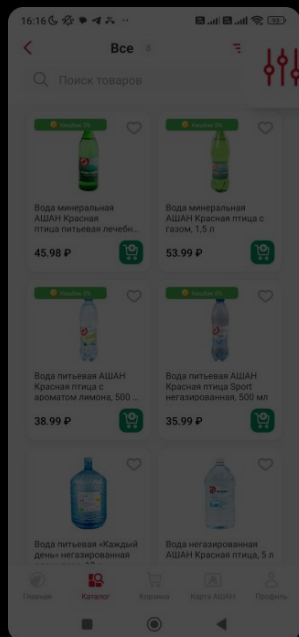
3,1



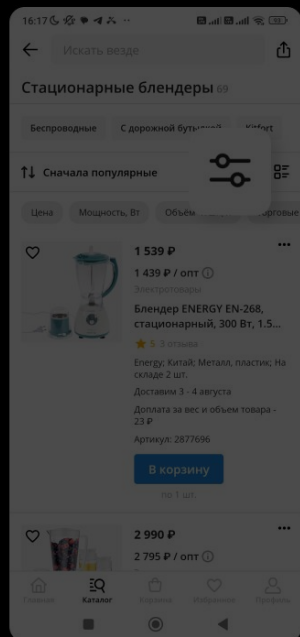
● ● Отобразить подходящие по требованиям продукты ● ●



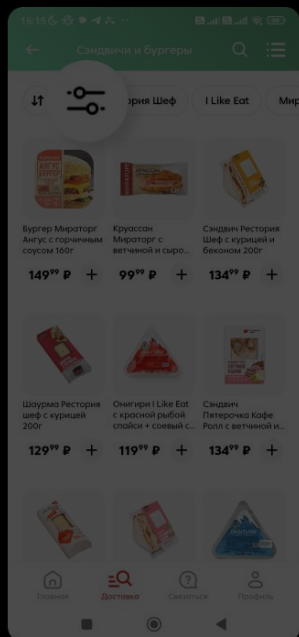
УНИВЕРСАЛЬНОЕ ДЛЯ ВСЕХ ВОЗРАСТОВ РЕШЕНИЕ – ПИКТОГРАММА + ТЕКСТ



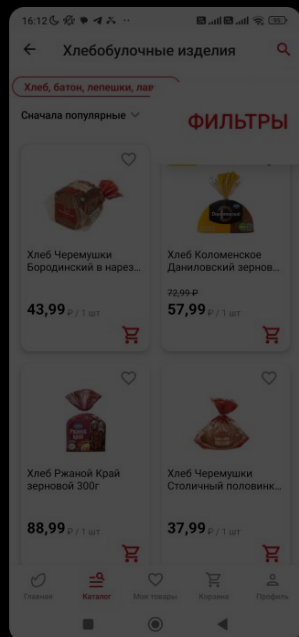
Вертикальная
пиктограмма
справа



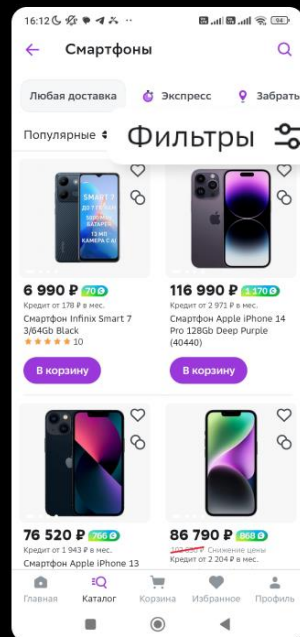
Горизонтальная
пиктограмма
справа



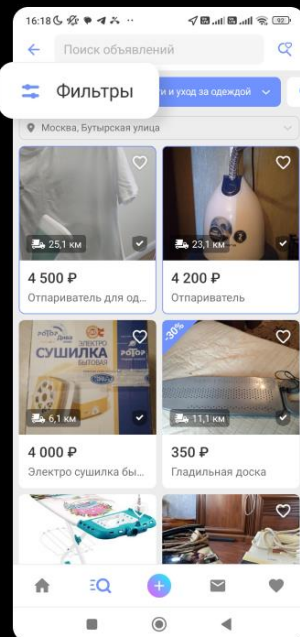
Горизонтальная
пиктограмма
слева



Текстовая
кнопка
«Фильтры»

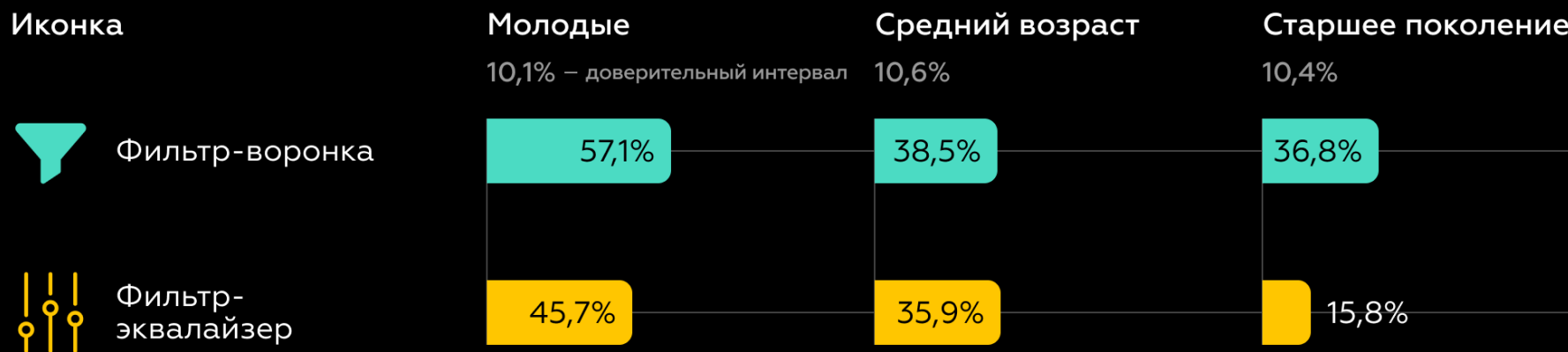


Пиктограмма
с подписью
справа



Пиктограмма
с подписью
слева

ФИЛЬТР-ЭКВАЛАЙЗЕР ЛЮДИ ВСЕХ ВОЗРАСТОВ СЧИТЫВАЮТ ХУЖЕ, ЧЕМ ВОРОНКУ



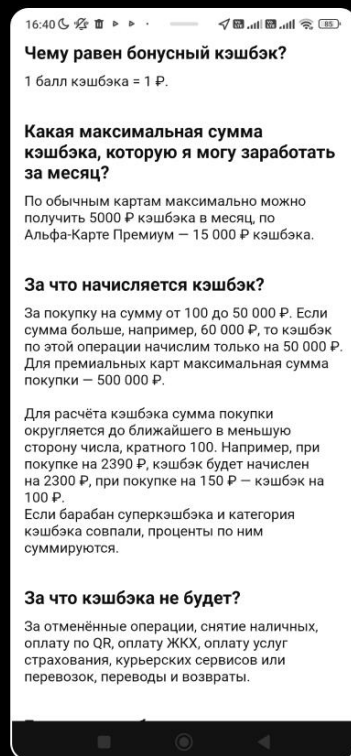
ШАГИ ПРОЦЕССА ПОКУПКИ В МОБИЛЬНОМ ПРИЛОЖЕНИИ



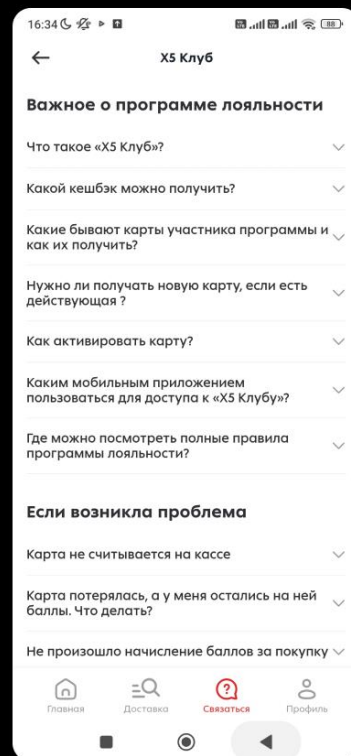
КАК ОФОРМИТЬ ТЕКСТОВОЕ ОПИСАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРОДУКТА ИЛИ УСЛОВИЙ?



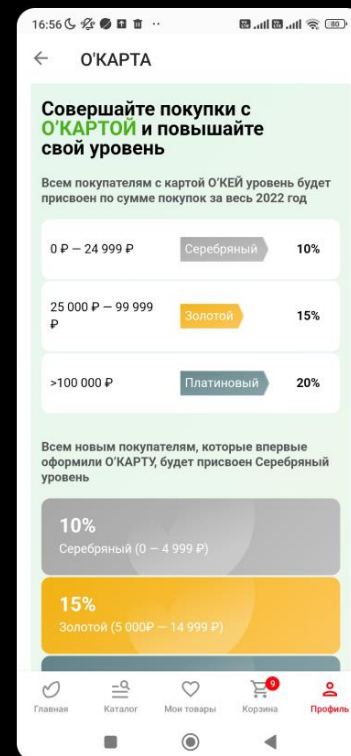
Сплошной текст без абзацев и заголовков



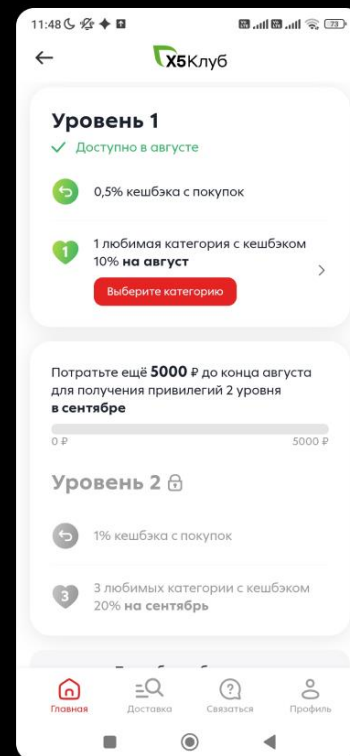
Текст с абзацами и заголовками



Раскрывающиеся блоки



Иллюстративная таблица



Изображения и график

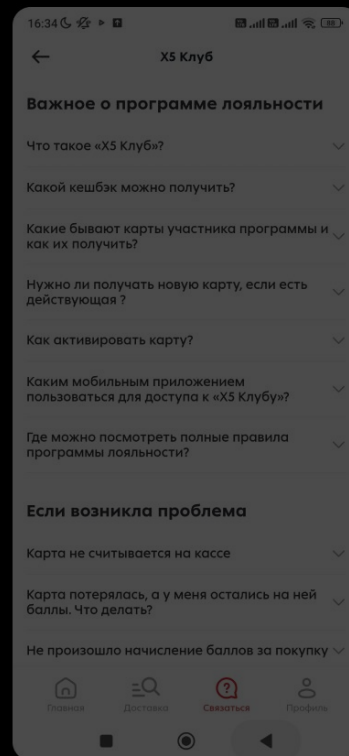
КАК ОФОРМИТЬ ТЕКСТОВОЕ ОПИСАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРОДУКТА ИЛИ УСЛОВИЙ?



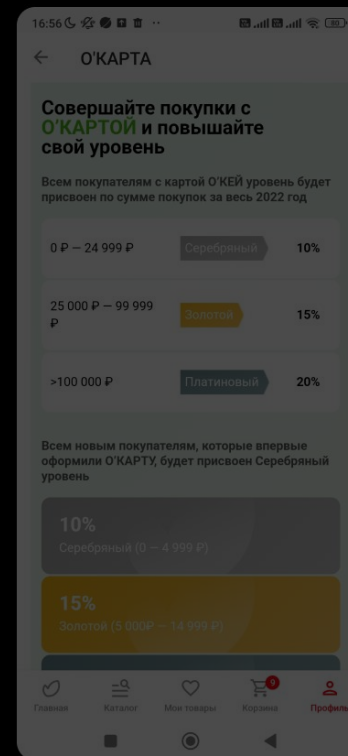
Сплошной текст без абзацев и заголовков



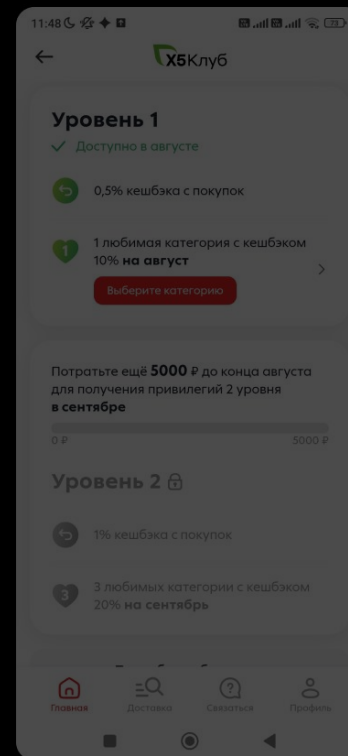
Текст с абзацами и заголовками



Раскрывающиеся блоки



Иллюстративная таблица



Изображения и график



ЭФФЕКТИВНЫЙ ТЕКСТ ДОЛЖЕН ИМЕТЬ АКЦЕНТЫ И СМЫСЛОВЫЕ БЛОКИ

Подача информации

Молодые

9,3% – доверительный интервал

Средний возраст

12,3%

Старшее поколение

9,9%

5.1. В рамках Акции Участникам Акции предоставляется возможность получить 150 (сто пятьдесят), 200 (двести) или 300 (триста) Акционных баллов при оформлении Подписки на условиях, изложенных в настоящих Правилах. Количество Акционных баллов (из перечня, указанного в п. 5.1. Правил) определяется Организатором случайным образом.

Сплошной текст без абзацев и заголовков

2,1%

0%

4,5%

Какая максимальная сумма кэшбэка, которую я могу заработать за месяц?

По обычным картам максимально можно получить 5000 Р кэшбэка в месяц, по Альфа-Карте Премиум – 15 000 Р кэшбэка.

Текст с абзацами и заголовками

25%

24,4%

30%

Какой кешбэк можно получить?

Какие бывают карты участника программы и как их получить?

Нужно ли получать новую карту, если есть действующая?

Раскрывающиеся блоки

25%

24,4%

4,5%

Совершайте покупки с O'КАРТКОЙ

0 Р – 24 999 Р

Серебряный 10%

25 000 Р – 99 999 Р

Золотой 15%

Иллюстративная таблица

8,3%

13,3%

34,1%

Уровень 1

Потратьте ещё 5000 Р до конца августа для получения привилегий 2 уровня в сентябре

0 Р 5000 Р

Изображения и график

35,4%

37,8%

15,9%



ПЕРВЫЙ ВЫБОР У ВСЕХ ПОКОЛЕНИЙ – ВИЗУАЛЬНЫЕ ФОРМАТЫ

Подача информации

Молодые

9,3% – доверительный интервал

Средний возраст

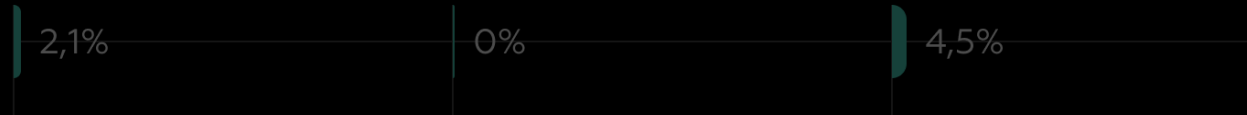
12,3%

Старшее поколение

9,9%

5.1. В рамках Акции Участникам Акции предоставляется возможность получить 150 (сто пятьдесят), 200 (двести) или 300 (триста) Акционных баллов при оформлении Подписки на условиях, изложенных в настоящих Правилах. Количество Акционных баллов (из перечня, указанного в п. 5.1. Правил) определяется Организатором случайным образом.

Сплошной текст без абзацев и заголовков



Какая максимальная сумма кэшбэка, которую я могу заработать за месяц?
По обычным картам максимально можно получить 5000 Р кэшбэка в месяц, по Альфа-Карте Премиум – 15 000 Р кэшбэка.

Текст с абзацами и заголовками



Какой кэшбэк можно получить?
Какие бывают карты участника программы и как их получить?
Нужно ли получать новую карту, если есть действующая?

Раскрывающиеся блоки



Совершайте покупки с O'КАРТКОЙ

0 Р – 24 999 Р	Серебряной	10%
25 000 Р – 99 999 Р	Золотой	15%

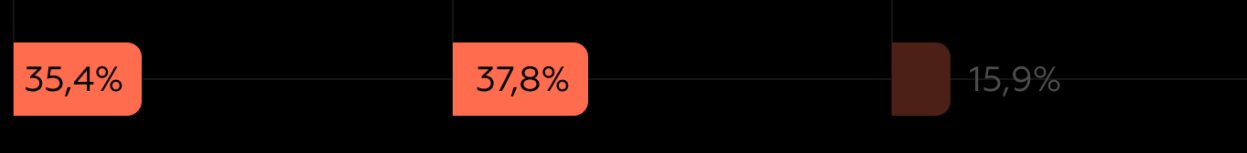
Иллюстративная таблица



Уровень 1
Потратьте ещё 5000 Р до конца августа для получения привилегий 2 уровня в сентябре

0 Р — 5000 Р

Изображения и график





ТЕКСТ – НЕ ПРЕДПОЧТИТЕЛЬНЫЙ ВАРИАНТ, НО ВХОДИТ В ТОП-3 У ВСЕХ ВОЗРАСТОВ

Подача информации

Молодые

9,3% – доверительный интервал

Средний возраст

12,3%

Старшее поколение

9,9%

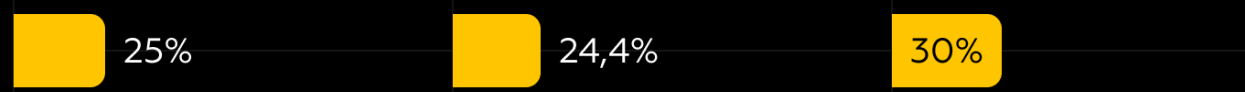
5.1. В рамках Акции Участникам Акции предоставляется возможность получить 150 (сто пятьдесят), 200 (двести) или 300 (триста) Акционных баллов при оформлении Подписки на условиях, изложенных в настоящих Правилах. Количество Акционных баллов (из перечня, указанного в п. 5.1. Правил) определяется Организатором случайным образом.

Сплошной текст без абзацев и заголовков



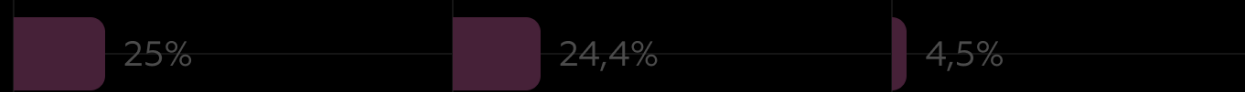
Какая максимальная сумма кэшбэка, которую я могу заработать за месяц?
По обычным картам максимально можно получить 5000 Р кэшбэка в месяц, по Альфа-Карте Премиум – 15 000 Р кэшбэка.

Текст с абзацами и заголовками



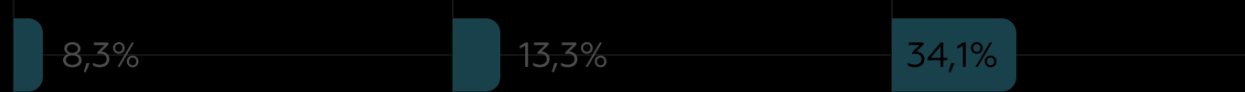
Какой кэшбэк можно получить?
Какие бывают карты участника программы и как их получить?
Нужно ли получать новую карту, если есть действующая?

Раскрывающиеся блоки



Совершайте покупки с О'КАРТОЙ
0 Р – 24 999 Р 10%
25 000 Р – 99 999 Р 15%

Иллюстративная таблица

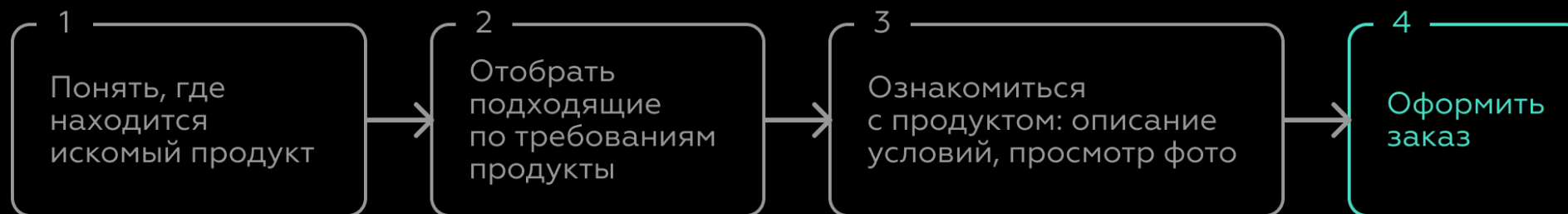


Уровень 1
Потратьте ещё 5000 Р до конца августа для получения привилегий 2 уровня в сентябре

Изображения и график

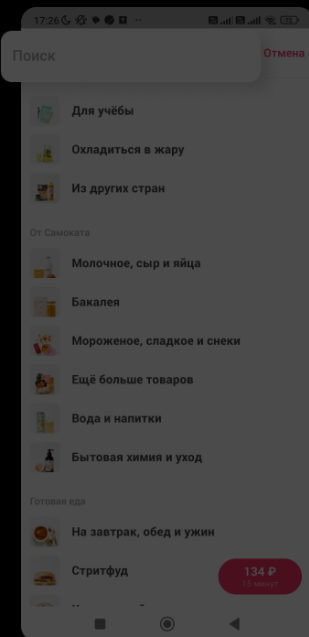


ШАГИ ПРОЦЕССА ПОКУПКИ В МОБИЛЬНОМ ПРИЛОЖЕНИИ

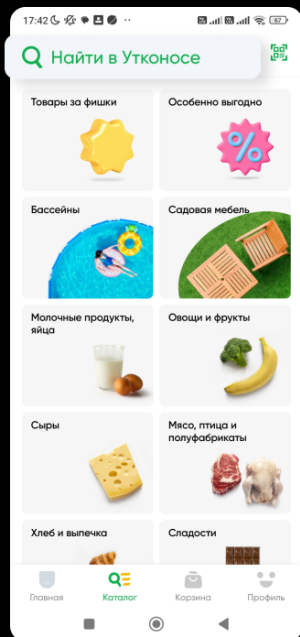


КАКИЕ ПОЛЯ ТОЧНО ЗАМЕТЯТ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ЛЮБОГО ВОЗРАСТА?

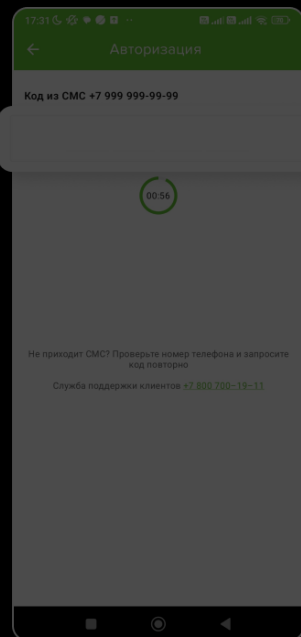
КАКИЕ ПОЛЯ ТОЧНО ЗАМЕЧАТ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ЛЮБОГО ВОЗРАСТА?



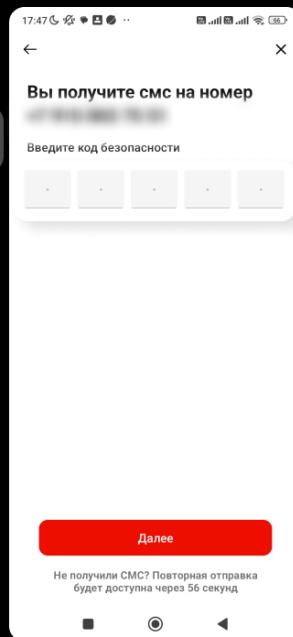
Низкий визуальный вес, сверху экрана



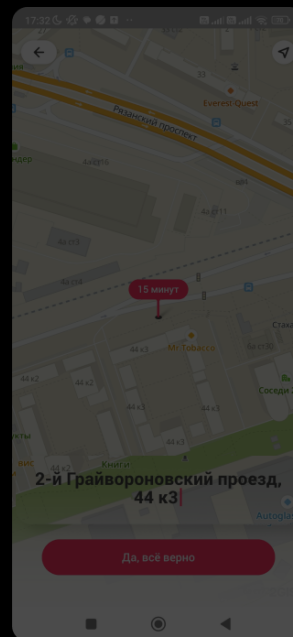
Высокий визуальный вес, сверху экрана



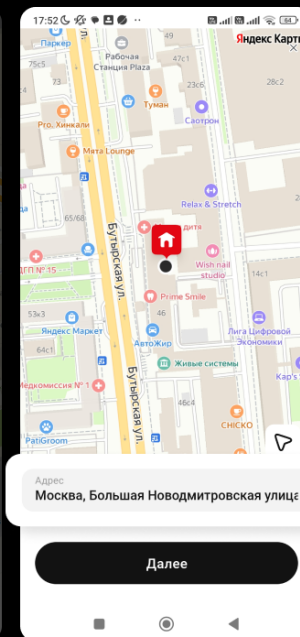
Низкий визуальный вес, ближе к центру экрана



Высокий визуальный вес, ближе к центру экрана



Низкий визуальный вес, внизу экрана



Высокий визуальный вес, внизу экрана



СТАРШЕЕ ПОКОЛЕНИЕ БОЛЕЕ ЧУВСТВИТЕЛЬНО К ВИДУ ПОЛЕЙ, НО ТРУДНОСТИ ИСПЫТЫВАЮТ ВСЕ

Расположение и вес

Молодые

7,4% – доверительный интервал

Средний возраст

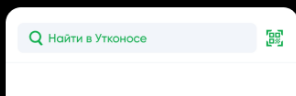
7,5%

Старшее поколение

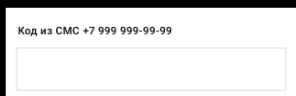
10%



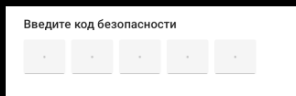
Низкий визуальный вес, сверху экрана



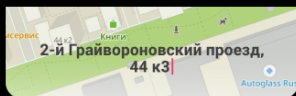
Высокий визуальный вес, сверху экрана



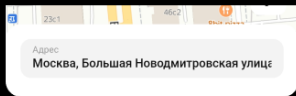
Низкий визуальный вес, центр экрана



Высокий визуальный вес, центр экрана



Низкий визуальный вес, внизу экрана



Высокий визуальный вес, внизу экрана





СТАРШЕЕ ПОКОЛЕНИЕ ХУЖЕ РАСПОЗНАЕТ ПОЛЯ С НИЗКИМ ВИЗУАЛЬНЫМ ВЕСОМ

Расположение и вес

Молодые

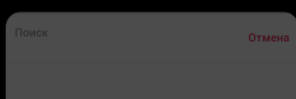
7,4% – доверительный интервал

Средний возраст

7,5%

Старшее поколение

10%



Низкий визуальный вес, вверху экрана

100%

97,4%

100%

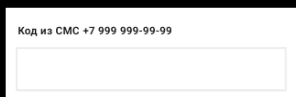


Высокий визуальный вес, вверху экрана

100%

94,9%

97,4%

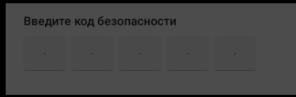


Низкий визуальный вес, центр экрана

97,9%

91,1%

84,1%

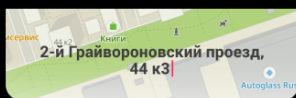


Высокий визуальный вес, центр экрана

100%

97,8%

100%

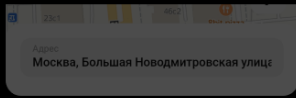


Низкий визуальный вес, внизу экрана

75%

68,9%

52,3%



Высокий визуальный вес, внизу экрана

95,8%

93,3%

88,6%



ПРАКТИЧЕСКИ ВСЕ РЕСПОНДЕНТЫ СТАРШЕГО ВОЗРАСТА РАСПОЗНАЮТ ВЫДЕЛЕННЫЕ ПОЛЯ

Расположение и вес

Молодые

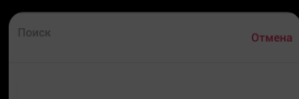
7,4% – доверительный интервал

Средний возраст

7,5%

Старшее поколение

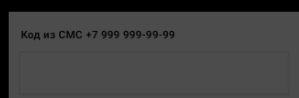
10%



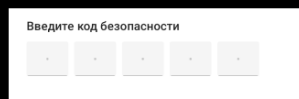
Низкий визуальный вес, вверху экрана



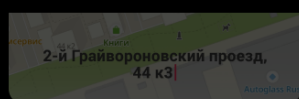
Высокий визуальный вес, вверху экрана



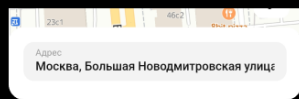
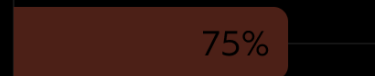
Низкий визуальный вес, центр экрана



Высокий визуальный вес, центр экрана



Низкий визуальный вес, внизу экрана



Высокий визуальный вес, внизу экрана





ПОЛЯ В НИЖНЕЙ ЧАСТИ БЕЗ ВЫДЕЛЕНИЯ СЛОЖНО НАЙТИ МОЛОДОМУ И СРЕДНЕМУ ВОЗРАСТУ

Расположение и вес

Молодые

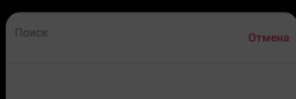
7,4% – доверительный интервал

Средний возраст

7,5%

Старшее поколение

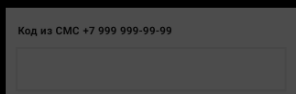
10%



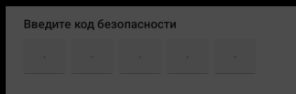
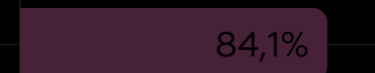
Низкий визуальный вес, вверху экрана



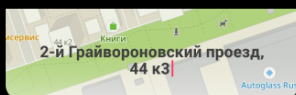
Высокий визуальный вес, вверху экрана



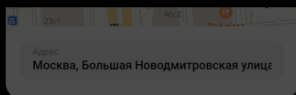
Низкий визуальный вес, центр экрана



Высокий визуальный вес, центр экрана



Низкий визуальный вес, внизу экрана



Высокий визуальный вес, внизу экрана





ЯВНОЕ ВЫДЕЛЕНИЕ ПОЛЯ ПОВЫШАЕТ УСПЕШНОСТЬ ПОИСКА НА 20 П.П.

Расположение и вес

Молодые

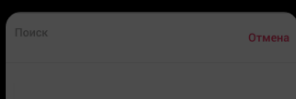
7,4% – доверительный интервал

Средний возраст

7,5%

Старшее поколение

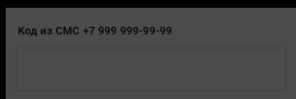
10%



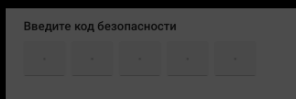
Низкий визуальный вес, вверху экрана



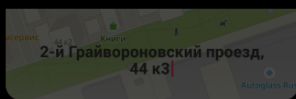
Высокий визуальный вес, вверху экрана



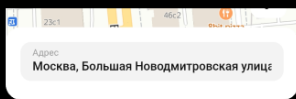
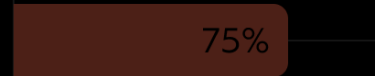
Низкий визуальный вес, центр экрана



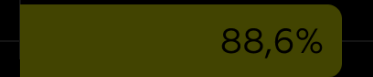
Высокий визуальный вес, центр экрана



Низкий визуальный вес, внизу экрана



Высокий визуальный вес, внизу экрана





ПОЛЕ В ВЕРХНЕЙ ЧАСТИ ЭКРАНА ПРИ ЛЮБОМ ОФОРМЛЕНИИ ОСТАЕТСЯ ЗАМЕТНЫМ ДЛЯ ВСЕХ

Расположение и вес

Молодые

7,4% – доверительный интервал

Средний возраст

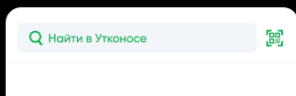
7,5%

Старшее поколение

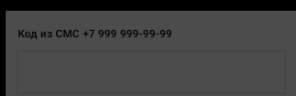
10%



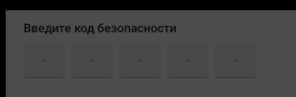
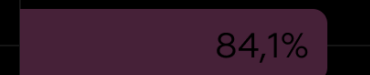
Низкий визуальный вес, вверху экрана



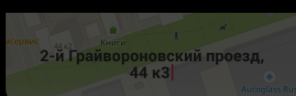
Высокий визуальный вес, вверху экрана



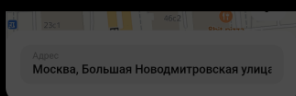
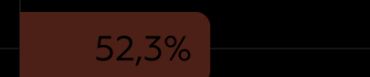
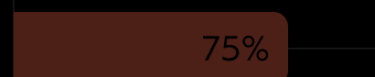
Низкий визуальный вес, центр экрана



Высокий визуальный вес, центр экрана



Низкий визуальный вес, внизу экрана



Высокий визуальный вес, внизу экрана





ЧЕМ НИЖЕ ПОЛЕ, ТЕМ ВАЖНЕЕ ЕГО ВЫДЕЛЯТЬ

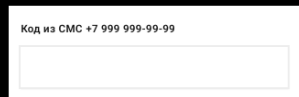
Расположение и вес



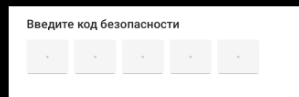
Низкий визуальный вес, сверху экрана



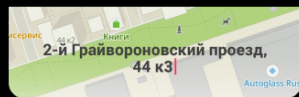
Высокий визуальный вес, сверху экрана



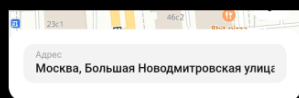
Низкий визуальный вес, центр экрана



Высокий визуальный вес, центр экрана



Низкий визуальный вес, внизу экрана



Высокий визуальный вес, внизу экрана

Молодые

1,7 – доверительный интервал
время в секундах



3,7



4,4



4,1



2,2



6,3



3,8

Средний возраст

0,9



2,9



2,3



3



1,8



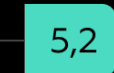
7,7



3,7

Старшее поколение

2,4



5,2



2,8



6,4



3,5



13,8

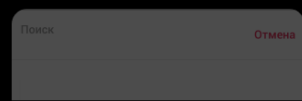


7,8

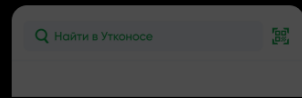


ВСЕМ ВОЗРАСТАМ ТРУДНЕЕ НАЙТИ НЕЗАМЕТНОЕ ПОЛЕ В СРЕДНЕЙ И НИЖНЕЙ ЧАСТЯХ ЭКРАНА

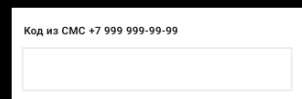
Расположение и вес



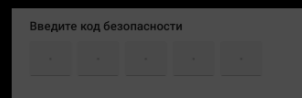
Низкий визуальный вес, вверху экрана



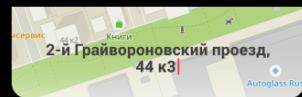
Высокий визуальный вес, вверху экрана



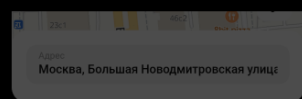
Низкий визуальный вес, центр экрана



Высокий визуальный вес, центр экрана



Низкий визуальный вес, внизу экрана



Высокий визуальный вес, внизу экрана

Молодые

1,7 – доверительный интервал

Средний возраст

0,9

Старшее поколение

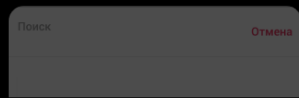
2,4





ЯВНОЕ ВЫДЕЛЕНИЕ ПОЛЯ СОКРАЩАЕТ ВРЕМЯ ЕГО ПОИСКА В 2 РАЗА

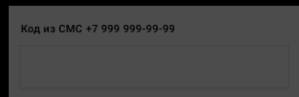
Расположение и вес



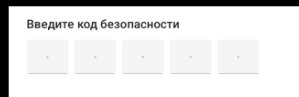
Низкий визуальный вес, вверху экрана



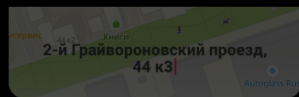
Высокий визуальный вес, вверху экрана



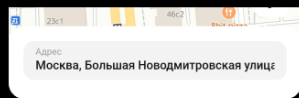
Низкий визуальный вес, центр экрана



Высокий визуальный вес, центр экрана



Низкий визуальный вес, внизу экрана



Высокий визуальный вес, внизу экрана

Молодые

1,7 – доверительный интервал

Средний возраст

0,9

Старшее поколение

2,4





ПОИСК ПОЛЯ В ВЕРХНЕЙ ЧАСТИ ОДИНАКОВО ЭФФЕКТИВЕН ПРИ ЛЮБОМ ОФОРМЛЕНИИ

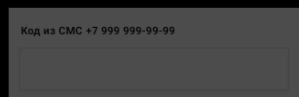
Расположение и вес



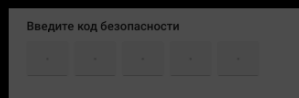
Низкий визуальный вес, вверху экрана



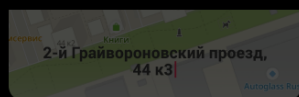
Высокий визуальный вес, вверху экрана



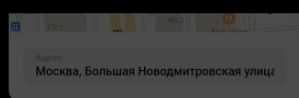
Низкий визуальный вес, центр экрана



Высокий визуальный вес, центр экрана



Низкий визуальный вес, внизу экрана



Высокий визуальный вес, внизу экрана

Молодые

1,7 – доверительный интервал

3,7

4,4

4,1

2,2

6,3

3,8

Средний возраст

0,9

2,9

2,3

3

1,8

7,7

3,7

Старшее поколение

2,4

5,2

2,8

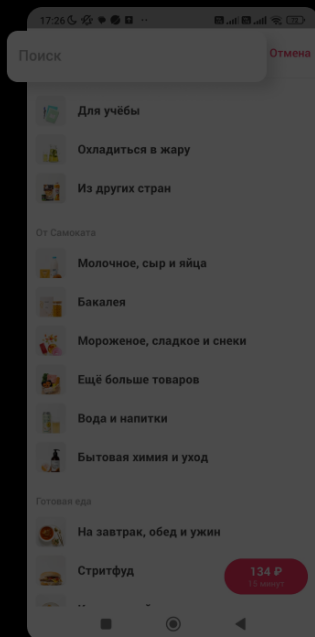
6,4

3,5

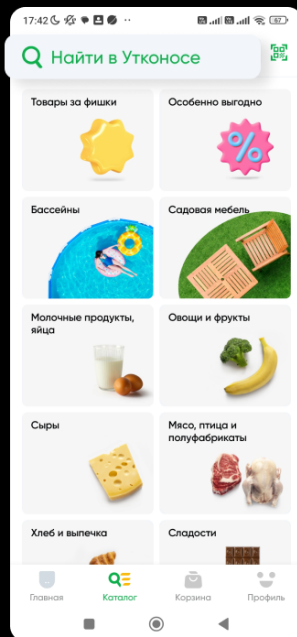
13,8

7,8

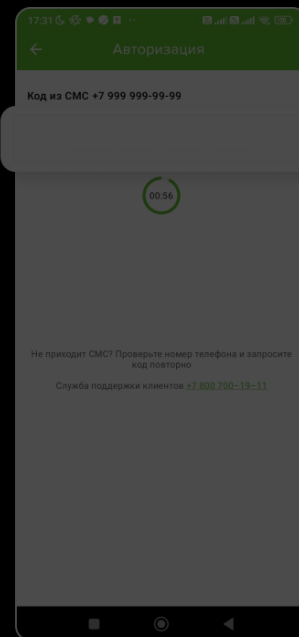
УНИВЕРСАЛЬНОЕ РЕШЕНИЕ ДЛЯ ВСЕХ – ЯВНО ВЫДЕЛЯТЬ ВАЖНЫЕ ПОЛЯ



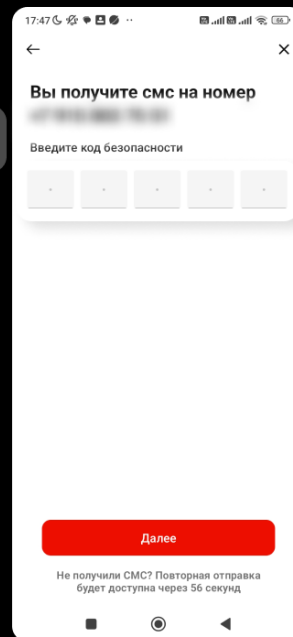
Низкий визуальный вес, сверху экрана



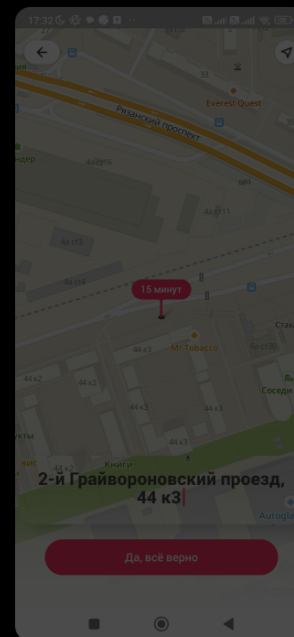
Высокий визуальный вес, сверху экрана



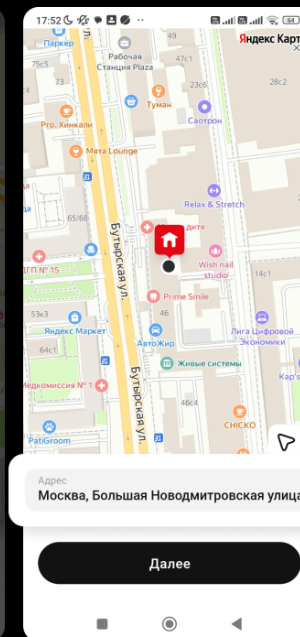
Низкий визуальный вес, ближе к центру экрана



Высокий визуальный вес, ближе к центру экрана



Низкий визуальный вес, внизу экрана



Высокий визуальный вес, внизу экрана

НАСКОЛЬКО ОТЛИЧАЕТСЯ ОПЫТ РАЗНЫХ ВОЗРАСТОВ?

ЧЕМ ОТЛИЧАЕТСЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИЙ ОПЫТ ПОКОЛЕНИЙ

1. Особенности восприятия интерфейса

- На что обращают внимание при работе с интерфейсами?
- Что влияет на эффективность работы с интерфейсом?

2. Уровень цифровой грамотности

- Насколько знакомы с вариациями интерфейсных элементов?

3. Опыт установки и использования приложений

- С какими проблемами чаще сталкиваются?
- Как решают проблемы в интерфейсе?



1. ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ИНТЕРФЕЙСА И ЕГО ЭЛЕМЕНТОВ

Интерпретация элементов

Молодые

Средний возраст

Старшее поколение



Ориентировались на символ:
перевод прошел успешно

Ориентировались на цвет:
возникли проблемы

Затруднялись дать ответ



Ориентировались на символ:
возникли проблемы

Ориентировались на цвет:
успешно

Затруднялись дать ответ



МОЛОДОЕ ПОКОЛЕНИЕ СЧИТЫВАЮТ ЗНАЧЕНИЕ ПИКТОГРАММЫ ПО СИМВОЛУ

Интерпретация элементов

Молодые

11,3% – доверительный интервал

Средний возраст

12,9%

Старшее поколение

12,8%



Ориентировались на символ:
перевод прошел успешно

52%

49%

32%



Ориентировались на цвет:
возникли проблемы

33%

44%

59%



Затруднялись дать ответ

15%

7%

9%



Ориентировались на символ:
возникли проблемы

75%

36%

39%



Ориентировались на цвет:
успешно

6%

40%

43%



Затруднялись дать ответ

19%

24%

18%



СТАРШЕЕ ПОКОЛЕНИЕ СЧИТЫВАЕТ ЗНАЧЕНИЕ ПИКТОГРАММЫ ПО ЦВЕТУ

Интерпретация элементов

Молодые

11,3% – доверительный интервал

Средний возраст

12,9%

Старшее поколение

12,8%



Ориентировались на символ:
перевод прошел успешно

52%

49%

32%



Ориентировались на цвет:
возникли проблемы

33%

44%

59%



Затруднялись дать ответ

15%

7%

9%



Ориентировались на символ:
возникли проблемы

75%

36%

39%



Ориентировались на цвет:
успешно

6%

40%

43%



Затруднялись дать ответ

19%

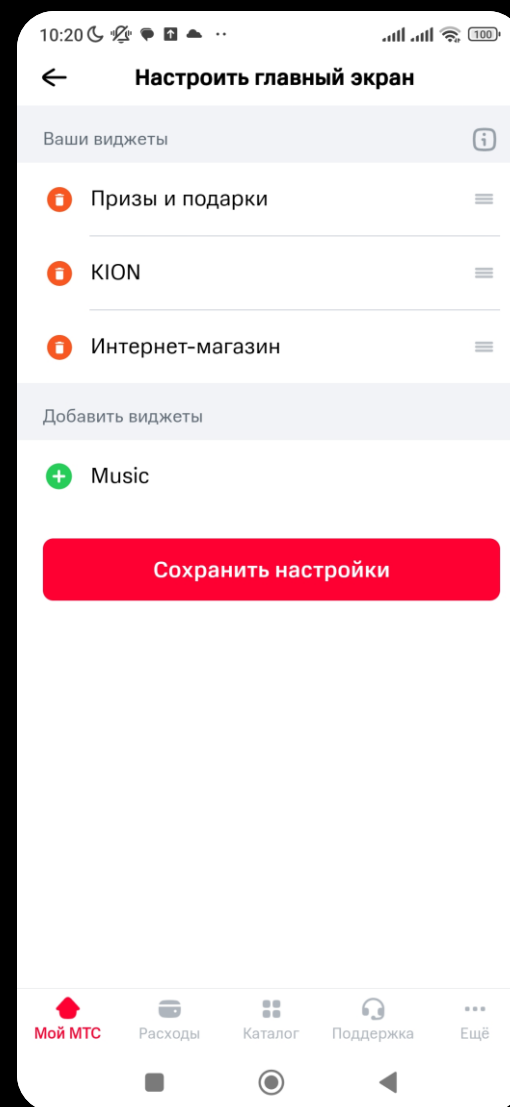
24%

18%

Неоднозначная цветовая индикация может стать барьером для старшего поколения

“ Тут «Добавить виджеты» незаметно. И зеленое обычно то, что включено, а красное — наоборот, обычно все в таких цветах... Очень не понравилось, что добавленные виджеты красным. Если бы цвета были другими, это было бы более понятно. ”

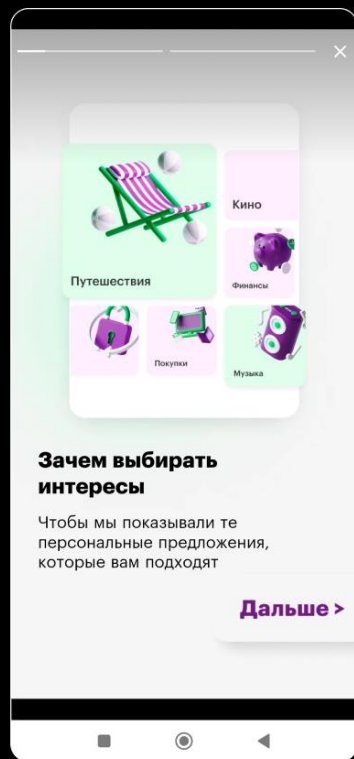
Олег, 63 года



2. БОЛЕЕ НИЗКИЙ УРОВЕНЬ ЦИФРОВОЙ ГРАМОТНОСТИ У СТАРШЕГО ПОКОЛЕНИЯ НЕГАТИВНО ВЛИЯЕТ НА ИХ ОПЫТ



Стандартное оформление историй



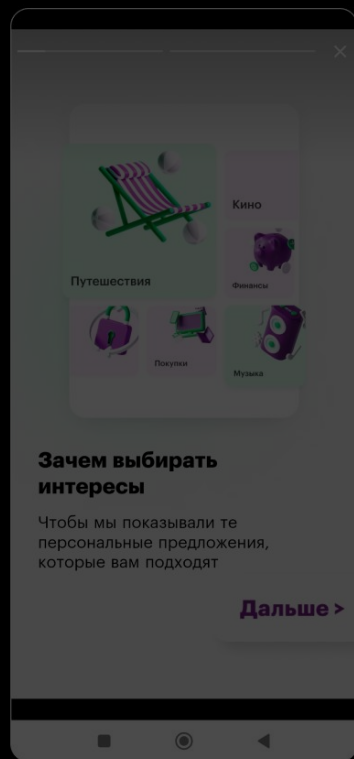
Кнопка Дальше подсказывает способ переключения истории

2. БОЛЕЕ НИЗКИЙ УРОВЕНЬ ЦИФРОВОЙ ГРАМОТНОСТИ У СТАРШЕГО ПОКОЛЕНИЯ НЕГАТИВНО ВЛИЯЕТ НА ИХ ОПЫТ



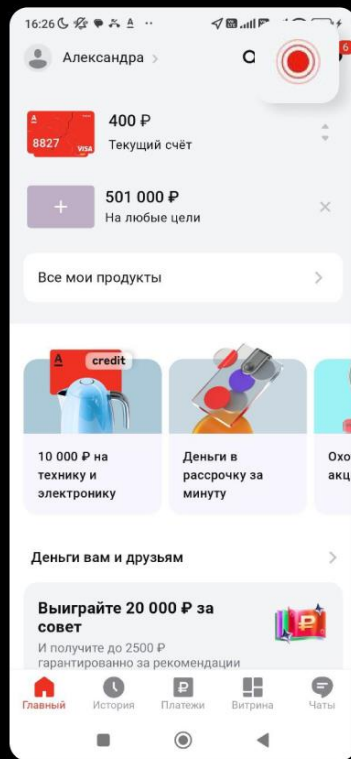
16-19 32-37 60-64

Стандартное оформление историй

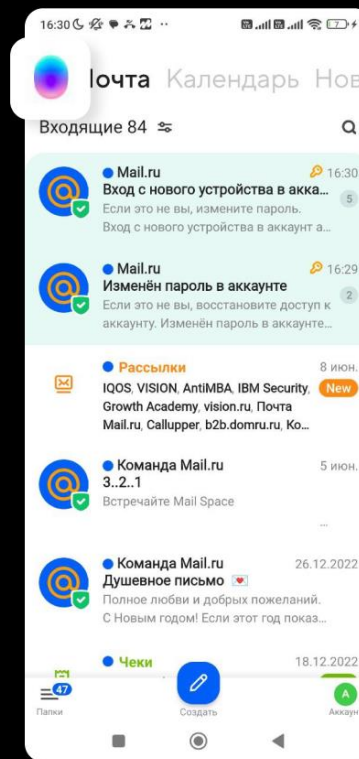


16-19 32-37 60-64

Кнопка Дальше подсказывает способ переключения истории



Точка входа в голосовой помощник не отражает содержание



3. Отношение пользователей к проблемам отличается в зависимости от возраста

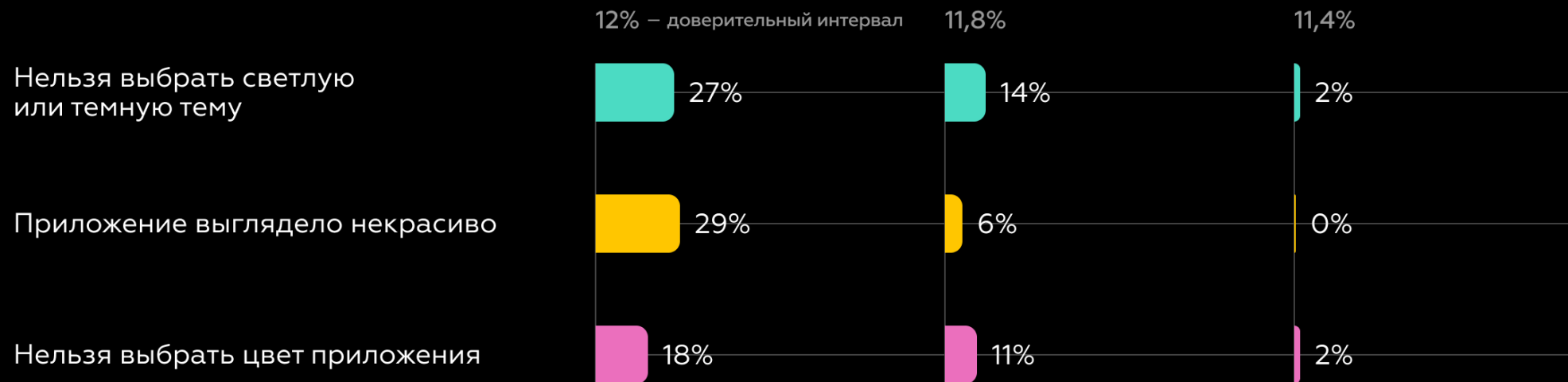
- Нельзя выбрать светлую или темную тему
- Приложение выглядело некрасиво
- Нельзя выбрать цвет приложения
- Нельзя настроить шрифт
- Нельзя настроить главный экран так, как хочу
- Мелко или плохо видно
- Не получалось установить приложение
- Неудобно входить: все время требуется логин и пароль, не приходит код
- Непонятно, как пользоваться при первом входе
- Сложно ориентироваться внутри приложения
- Слишком много всплывающих окон
- Слишком много уведомлений
- Долго загружалось
- Зависало

3. Отношение пользователей к проблемам отличается в зависимости от возраста

- Нельзя выбрать светлую или темную тему
- Приложение выглядело некрасиво
- Нельзя выбрать цвет приложения
- Нельзя настроить шрифт
- Нельзя настроить главный экран так, как хочу
- Мелко или плохо видно
- Не получалось установить приложение
- Неудобно входить: все время требуется логин и пароль, не приходит код
- Непонятно, как пользоваться при первом входе
- Сложно ориентироваться внутри приложения
- Слишком много всплывающих окон
- Слишком много уведомлений
- Долго загружалось
- Зависало

МОЛОДОЕ ПОКОЛЕНИЕ ЦЕНИТ ПЕРСОНАЛИЗАЦИЮ, А СТАРШЕЕ – ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ

Проблема интерфейса



“ Важно, чтобы дизайн был светлый, не люблю темный, на светлом все видно. И чтобы цвета были не слишком яркие...
Таковыми приложениями не пользуюсь, потому что дизайн не нравится. ”

Екатерина, 19 лет

“ Обращаю внимание на удобство выполнения задач, настраиваемый дизайн, круто когда можно подогнать под хотелки. Нравится, когда приложение персонализировать. ”

Семен, 17 лет

2/3 МОЛОДЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ УДАЛЯЮТ СЕРВИС ИЛИ МЕНЯЮТ КАНАЛ В СЛУЧАЕ ПРОБЛЕМ

Решение проблемы

Молодые

12% – доверительный интервал

Средний возраст

11,8%

Старшее поколение

11,4%

Поиск ответа в интернете

77,1%

51,1%

52,3%

Удаление приложения

64,6%

51,1%

38,6%

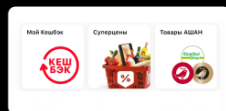
ИТОГИ. ЧТО ВАЖНО УЧИТЫВАТЬ?

Молодые

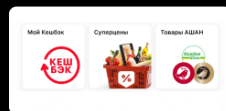
Средний возраст

Старшее поколение

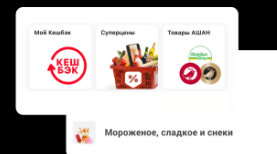
Каталог



Иллюстрации

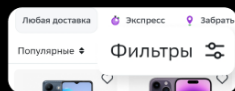


Иллюстрации

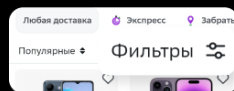


Любой каталог, в том числе в виде текстового списка

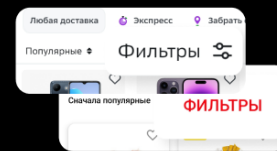
Точка входа в фильтр



Пиктограмма с подписью

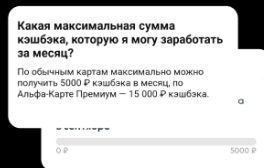


Пиктограмма с подписью

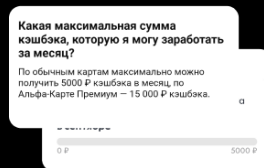


Пиктограмма с подписью или только подпись

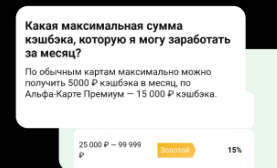
Текстовые описания



Иллюстрации и графики, структурированный текст



Иллюстрации и графики, структурированный текст



Таблица, структурированный текст

Поля ввода



Ярко выделенные поля



Ярко выделенные поля



Ярко выделенные поля

Цвет vs символы

Преобладает значение символов

Ориентируются и на символы, и на цвет

Преобладает значение цвета

Stories

Подсказки не требуются

Подсказки не требуются



Подсказки о способе управления, «номинальные» кнопки на экране истории

Точка входа в голосовой помощник



Любое оформление



Точка входа явно отражает содержание



Точка входа явно отражает содержание

КАК ПОЛУЧИТЬ ПОЛЬЗУ ОТ ИССЛЕДОВАНИЯ

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ «КАК UX ЗАВИСИТ ОТ ВОЗРАСТА»

Публичный бесплатный отчет

- Все инсайты исследования
- 10 элементов пользовательского взаимодействия
- 38 инсайтов о зависимости UX-проблем от возраста

Полный отчет с дополнительными данными

- Весь полный бесплатный отчёт
- Методика проведенных UX-тестов: модерлируемых и нет
- Метрики, полученные на тестах
- Описание лучших и неудачных интерфейсных решений для разных возрастных групп + иллюстрации



КАК МЫ МОЖЕМ ПОМОЧЬ В РАЗВИТИИ ЦИФРОВОГО СЕРВИСА

Наша экспертиза

- + Глубокое понимание причин возникновения UX-проблем и их зависимости от аудитории
- + Методики проведения модерируемых и немодерируемых UX-тестов
- + База знаний по лучшим интерфейсным решениям

Задачи для Markswebb

- + UX-аудит сервиса со специфическим сегментом пользователей
- + Трансформация в сервис первого выбора для молодой или пожилой аудитории
- + Тестирование и доработка продуктовых идей до выхода в релиз

Купить отчет или аудит:

hello@markswebb.ru

Почитать публичные результаты

📍 @markswebb

Если остались вопросы



Александра Власова

Тимлид. Задать вопрос:

av@markswebb.ru



Юлия Морозова

PR. Получить материалы:

julia@markswebb.ru

Команда проекта



Алена Тарасова

Менеджер проекта



Анастасия Зюбанова

UX-исследователь



Тимофей Барсов

Директор по исследованиям
и консалтингу



Кристина Усвяцова

Дизайнер