



Дипломный проект:

личный кабинет пользователей мобильных роутеров «Yota»

студент: Жураков Александр

01 Аудит

4-23

Целевая аудитория

6

Тренды

11

Выводы

22

02 Прототип

24-35

Путь пользователя

26

Адаптивность

33

Структура

34

Задача

Личный кабинет является центральной точкой в управлении услугами. Удобство пользования играет решающую роль в предпочтениях потребителя. Чтобы определить ключевые точки нужно знать: кто наш потребитель, как взаимодействуют с потребителем наши конкуренты. На основе собранных данных спроектировать удобный, предельно простой инструмент управления услугами связи.

01

аудит

Дипломный проект: личный кабинет «Yota»
студент: Жураков Александр

Цель

Оценить конкурентную среду и существующий продукт в плане эффективности взаимодействия пользователя с продуктом.

«YOTA – ПРОВОДНИК НОВОГО ОПЫТА. И очень важный момент - МЫ НЕ ХИПСТЕРЫ. Потому, что нам не нужно быть похожим на кого-то! Потому, что нам не важно как нас воспринимают другие! Потому, что мы ничего не делаем напоказ!»

/бриф/

Целевая аудитория продукта

Наш потребитель

Нам нужны: активные пользователи мобильного интернета, 18-38 лет. Для них нет незыблемых авторитетов и правил, а слова «так принято» вызывают у них лишь лёгкую усмешку и желание попробовать сделать по-другому, так, как они сами считают правильным. Они никогда не останавливаются, и у них всегда в голове звучит вопрос «а возможно по-другому / проще / удобней / лучше / интереснее / правильнее?».

/бриф/

Целевая аудитория продукта

Мужчин – пользователей мобильного интернета лишь немногим больше, чем женщин – 52,6% против 47,4%. Правда, на сильную половину человечества приходится почти на треть больше потребляемого трафика. В среднем мужчина скачивает в сети Северо-Западного филиала 3 ГБ в месяц, в то время как женщина – только 2,2 ГБ.

Единодушие в выборе устройств для выхода в интернет выразили пользователи обоих полов и всех возрастов. 74% мужчин и 78% женщин пользуются интернетом с помощью смартфонов и мобильных телефонов, наиболее популярны эти устройства у молодых людей в возрасте от 18 до 25 (83%).

На втором месте хит-парада мобильных гаджетов – USB-модемы. Хотя они значительно уступают смартфонам и мобильным телефонам по числу пользователей (всего 13% мужчин и 11% женщин), но лидируют по объему скачиваемого трафика (50% от общего объема). **Причем выбор в пользу USB-модемов чаще всего делают люди старше 45 лет (почти 15%).**

«То, что USB-модемы берут на себя основной объем трафика, вполне понятно. Они незаменимы там, где нужен хороший доступ в интернет с ноутбука или стационарного компьютера, а возможности проложить кабель нет. Через USB-модемы в интернет заходят не только почту проверить, обменяться

сообщениями в соцсетях или посмотреть короткое видео. Их используют для работы, загрузки больших файлов, онлайн-просмотра фильмов в HD-качестве, тем более что наши тарифы и опции включают такой объем трафика, который позволяет полноценно пользоваться мобильным интернетом», - говорит директор по развитию бизнеса на массовом рынке СЗФ ПАО «МегаФон» Вадим Меркулов.

Выбор той или иной выгодной интернет-опции во многом зависит от типа устройства, которым пользуется абонент. Так, владельцы USB-модемов и роутеров по-прежнему «голосуют» за объемные опции «Интернет L» и «Интернет XL».

Источник: spbit.ru

Персона 1

Зам. директора евент-агентства. Доход выше среднего. 32 года. Женат, двое детей. Он пользуется 3G USB-модемом МТС. Он его полностью устраивает, но ему приходится звонить каждый месяц, чтобы продлить тариф, который по истечению срока становится «золотым», тем не менее, личным кабинетом он не пользуется и даже не знает как в него зайти. С собой в путешествия модем не берёт. Полностью используется как домашний интернет, поскольку кабель тянуть далеко, не смотря на близость к городу. Интернет используется для медиа контента, игр для всей семьи из 4-х человек. Для них важен стабильный и скоростной доступ в интернет с ноутбука или стационарного компьютера. Поэтому им будет интересна зона покрытия и скорость в большей степени, чем цена. Будет действовать по принципу «включил и забыл».

Персона 2

Руководитель отдела, программист SAP. Доход выше среднего. 36 лет. Женат, сын. Пользовался usb-модемом Мегафон. Он всегда знает где и что лежит. Он даже отдыхает за компьютером в интернете, поэтому скорость и стабильность соединения будут в приоритете. Были случаи покупки модемов yota с безлимитом на всю команду в проекте. Это говорит о приемлемой цене за услуги. Управлял модемом через "агента" который ставился при установке модема, контролировал трафик. Перепрошил модем на других операторов. Ему будет интересно более детально настраивать тарифный план и точно знать расходы. Квалифицированные специалисты, творческие люди вынужденные путешествовать от проекта к проекту. Они уделяют внимание зоне покрытия, роумингу, тарифам. Они будут искать баланс цены и качества. Им будет важно иметь стабильный доступ в интернет, пусть даже не всегда на максимальной скорости.

Выводы

Возраст — это преимущественно молодые люди от 25 до 37 лет.

Уровень дохода — средний, выше среднего.

Социальное положение — квалифицированные специалисты или руководители (среди женщин руководителей меньше, чем среди мужчин).

Используют модем там, где нет подключения к кабельным сетям, либо в поездках по России.

Скорость и зона покрытия играют ключевую роль в выборе продукта.

Тренды

Общие тренды

Во всех информационных средах, для всех устройств **карточки становятся основой структуры и функционала**. По мере развития технологий их форма может видоизменяться, но само их присутствие в интерфейсах будущего не вызывает сомнений. Карточные интерфейсы будут усложняться в плане анимации. Тренд **заменять любую статику на динамику** — один из самых устойчивых в последние годы. Мы видим анимированные объекты повсюду: иконки на сайтах и в приложениях, переходы между состояниями объектов в material design, синемаграфы в социальных сетях, даже в почтовых рассылках.

2016 год был годом VR и нейросетей. **И эти модные технологии обязательно повлияют на проектирование интерфейсов.**

Совместная работа машинных обучаемых алгоритмов, которые выполняют рутинную работу, и продуктового дизайнера. Такие технологии уже работают — например, Yandex Launcher анализирует иконку приложения и на её основе генерирует гармоничный баннер. Нейросети выполняют также и редакторскую работу: распознают лица на фото, кадрируют изображения, генерируют журнальную верстку — это со временем приведёт к тому, что живые специалисты будут нужны только на ведущих должностях. Так, например, создаётся онлайн-журнал Flipboard.

Мобильные устройства становятся главным орудием интернет-пользователей — это значит, что и веб будет меняться в угоду мобильному трафику. **Элементы интерфейса и мобильные механики взаимодействия будут проникать в обычный веб.** Веб-дизайн постепенно отходит от условностей классической

модели: исчезают стрелки на слайдерах, подчёркивания у ссылок и другие интерфейсные подсказки для неопытных пользователей.

Адаптивность контента — то, на что действительно стоит обратить внимание. Контент тоже может быть адаптивным — например, когда размер шрифта и длина текста заголовков подстраивается под размер экрана устройства (адаптивная типографика). **Параметрические шрифты**, которые имеют множество программно генерируемых промежуточных начертаний. Стандартные black, bold, semibold и прочие, вероятно, скоро будут вытеснены параметрическими шрифтами.

Скетч-арт. Крафтовая тематика захватила бизнес-умы, а иллюстрации «от руки» завоевали современную полиграфию.

Лайн-арт-иконки. Техника рисования контурами будет и дальше находить применение в вебе: например, как сейчас при создании паттернов и сложных иконок (они выигрывают у стоковых по уровню визуального исполнения).

Сохраняется тяготение дизайнера к **минимализму**. Появляются любопытные новые формы вроде «белых объектов с тенями», которые, однако, являются всего лишь модным веянием.

Продолжается **стандартизация проектирования интерфейсов**, на первый план выходит компонентный дизайн. Качество мокапов, UI-китов, готовых скриптов анимации, цветовых палитр и других компонентов значительно выросло.

Личный кабинет

Стандартный функционал личного кабинета

- Просмотр и редактирование персональной информации;
- Проверка баланса и пополнение счёта без комиссии;
- Просмотр и изменение текущего тарифного плана;
- Просмотр и управление списком подключённых и доступных услуг;
- Заказ детализации на электронную почту;
- Заказ автоматических настроек интернета и MMS на телефон;
- Добровольная блокировка SIM-карты;

- Линейка доп. услуг: сменить гудок, автоплатеж с привязкой карточки, обещанный платеж;

- Техподдержка: обратным звонком, простым номером, базой часто задаваемых вопросов. Кроме того есть уведомления о том или ином событии относящимся к хозяину кабинета.

Нововведения

- Виртуальная банковская карточка;

- Оплата товаров и услуг: сторонние платежи(пошлины, ГИБДД и пр.), интернет-магазин, покупка билетов, оплата по реквизитам;

- Техподдержка: чатом, страницами в соц сетях с онлайн помощью, базой часто задаваемых вопросов;

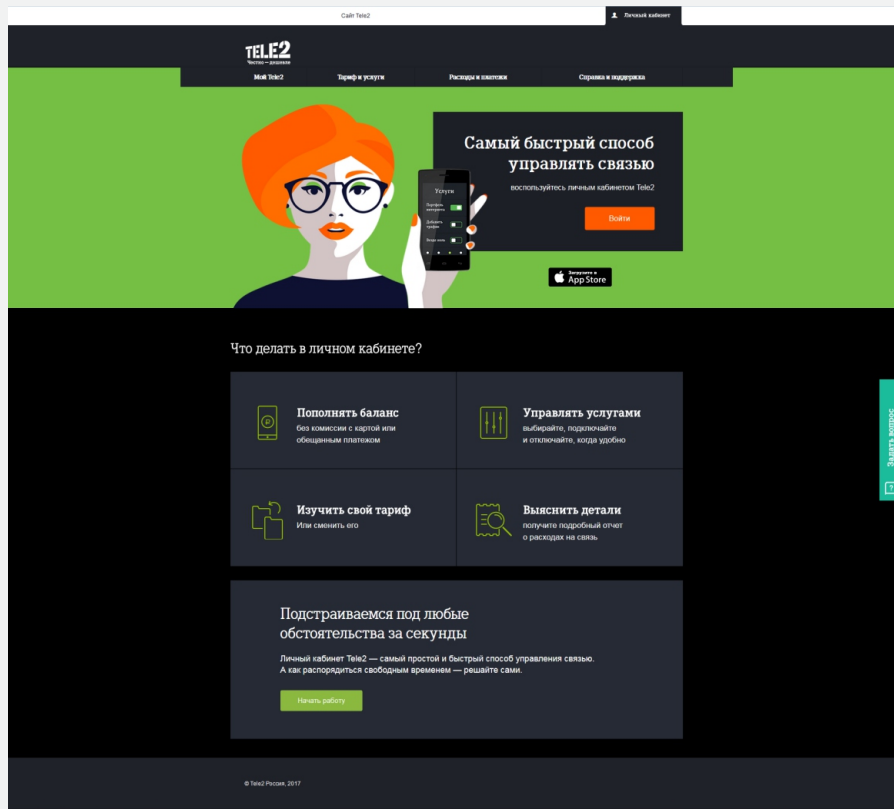
- Программа лояльности;

- Приложения «личный кабинет» для смартфонов

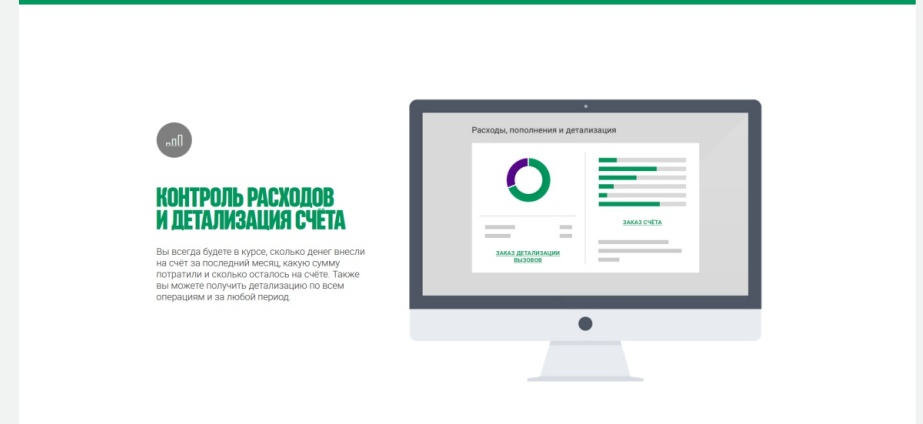
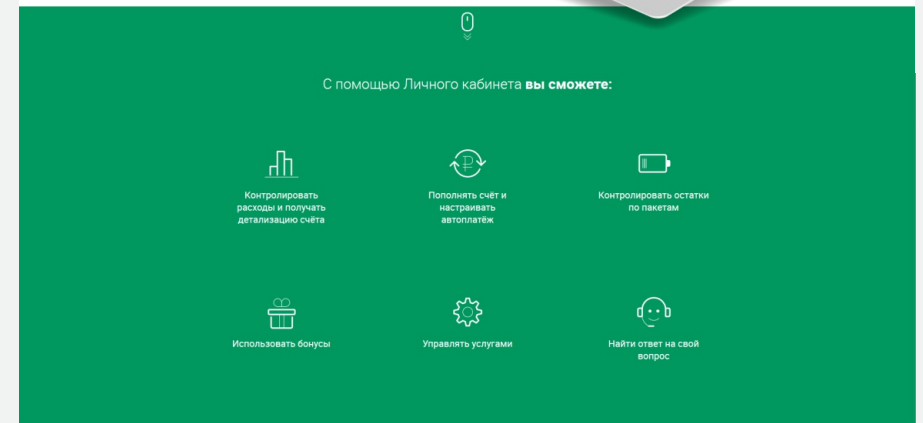
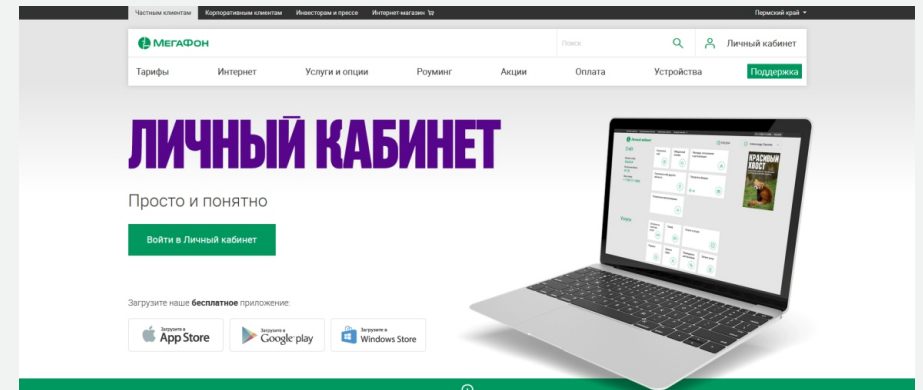
Личный кабинет

Перед входом в личный кабинет появляется описание возможностей личного кабинета, чтобы снизить нагрузку на колл-центры.

Теле 2



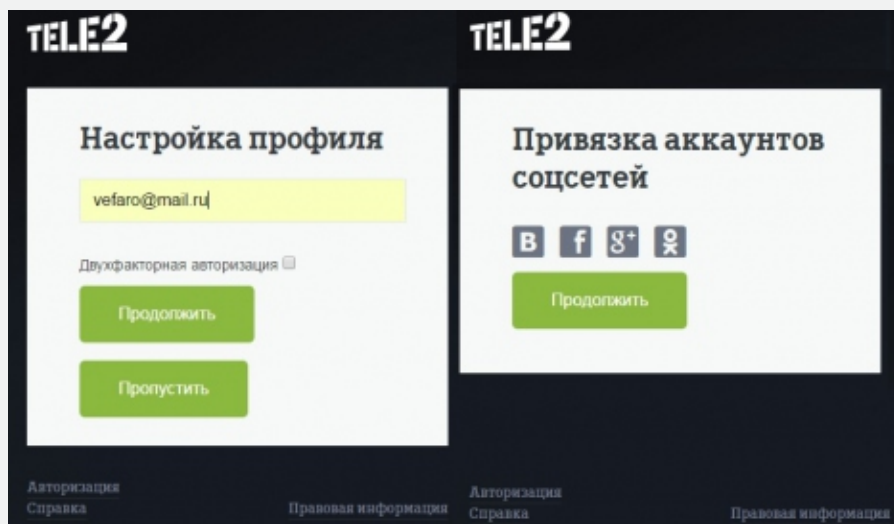
МегаФон



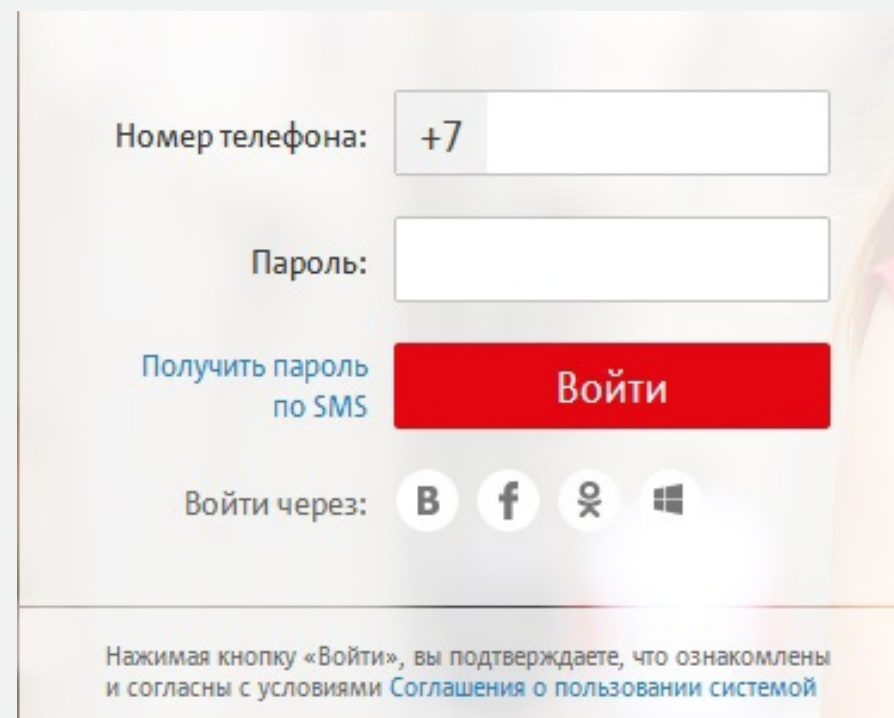
Личный кабинет

Интеграция с соц сетями набирает популярность во всем. Кроме входа по номеру телефона на который приходит одноразовый пароль, вход может осуществляться через социальные сети, которые используются и для тех поддержки. У мегафона нет привязки к соц сетям, только страница помощи.

Теле 2



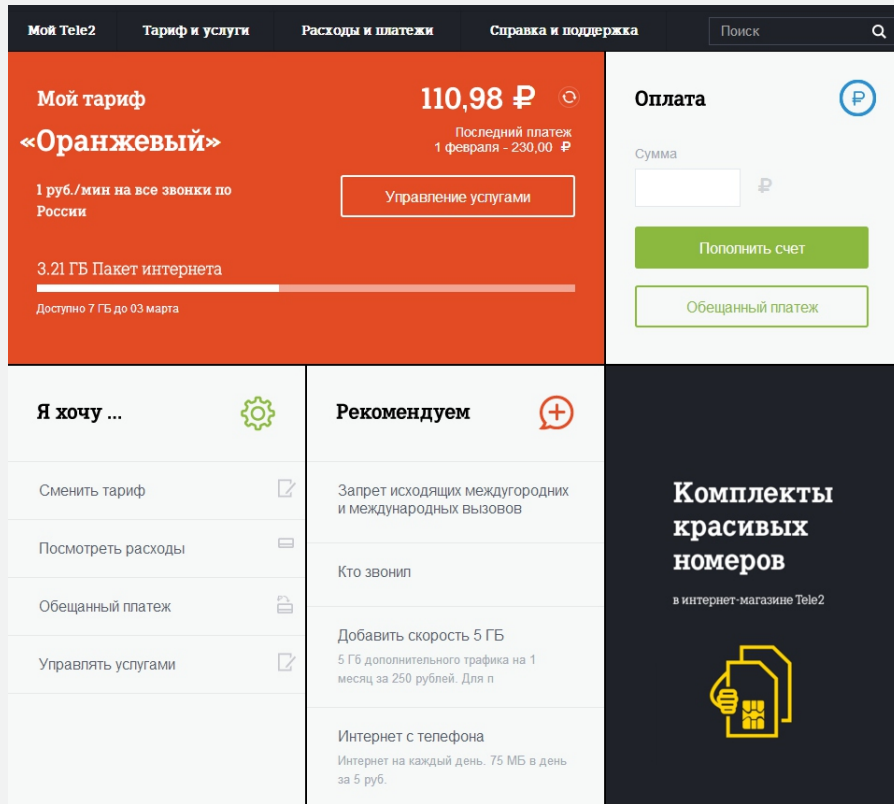
МТС



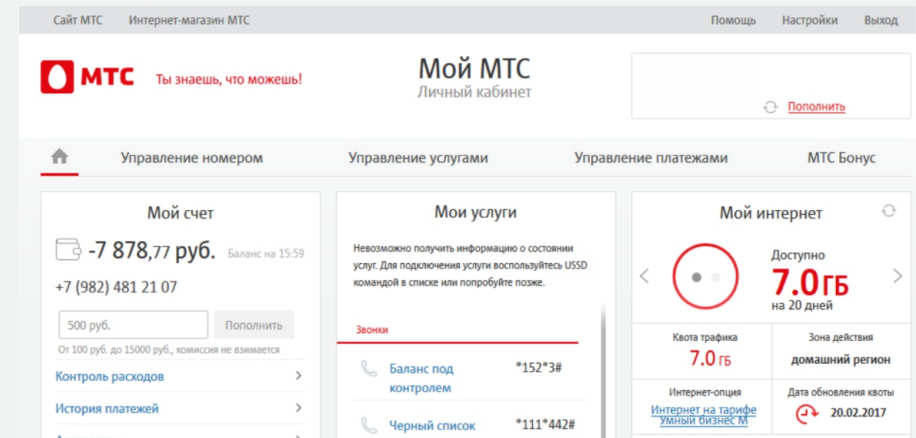
Личный кабинет

Интерфейс преимущественно адаптивный, карточный, у Мегафона анимирован.

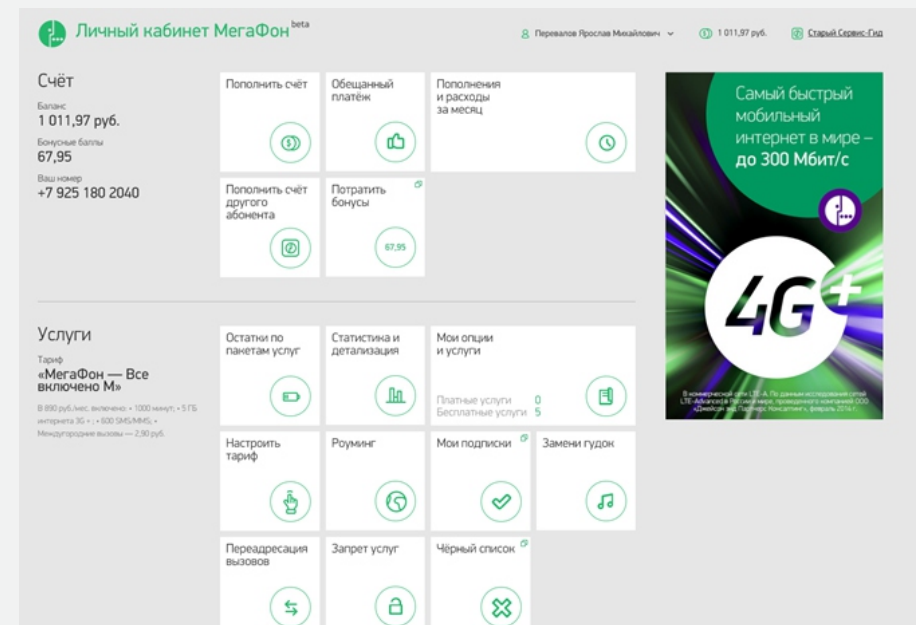
Теле 2



МТС



Мегафон



Личный кабинет

Личный кабинет становится отправной точкой, через которую можно не только управлять своим тарифом, но и осуществлять массу операций так или иначе связанных со связью (сторонние платежи, оплата покупок, билеты, игры и пр.). Есть ссылки на интернет-магазины оператора. У МТС личный кабинет перегружен доп. услугами и найти нужные операции становится сложнее.

Теле 2

TELE2 Виртуальная карта Tele2 MasterCard

Поддержка абонентов
8 800 555 31 15

Идеальна для покупок в Интернете

- Выпускается быстро, пользоваться удобно
- Безопасна для платежей
- Принимается по всему Интернету
- Прямая связь со счетом мобильного

5338 79XX XXXX 0555

VALID THRU 12/14

IVAN IVANOV

MasterCard

Эта карта выпускается Банком "Таврический" (ОАО) в соответствии с лицензией MasterCard International Incorporated

Выпустить карту Получить CVC2-код

О сервисе Как пользоваться Условия использования Помощь

Виртуальная карта Tele2 Mastercard

МТС

Сайт МТС Интернет-магазин МТС Помощь Настройки Выход

МТС Ты знаешь, что можешь!

Мой МТС
Личный кабинет

ООО "СИА Групп"
+7 982 4812107
Баланс: -7878.77 руб Пополнить

Управление номером Управление услугами Управление платежами МТС Бонус

Платежи

Оплата товаров и услуг

- Мобильный телефон
- Интернет и ТВ
- Игры
- Квартплата
- Погашение кредитов
- Денежные переводы**
- Связь
- Электронные деньги
- Благотворительность
- Транспорт
- Разное

Мои банковские карты

- Мои карты

Автоплатежи **new**

Напоминания **new**

Автопополнение счета МТС

Оплата по реквизитам

Избранные платежи

История платежей

Справка и тарифы

Легкий платеж с телефона

Как стать партнером

ДЕНЕЖНЫЕ ПЕРЕВОДЫ (РУБЛИ)

ЮНИСТРИМ Россия ЮНИСТРИМ СНГ и Грузия CONTACT Россия

Почта России Почта России Anelik ANELIK

BLIZKO Россия BLIZKO Россия

ПЕРЕВОДЫ В ВАЛЮТЕ (USD, EUR)

ЮНИСТРИМ

Киргизия, Казахстан, Армения, Грузия, Таджикистан, Беларусь, Узбекистан и Молдова

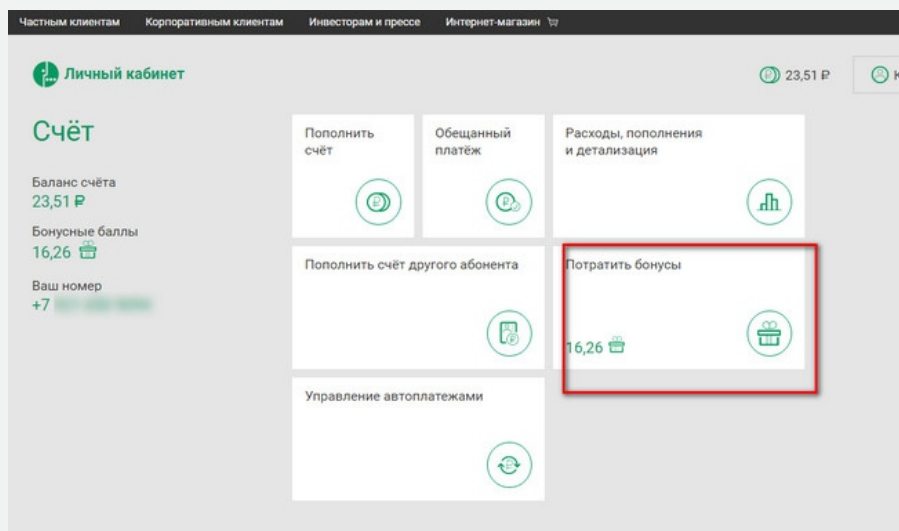
Звоните нам:
8-800-250-0890

thawte
AUTHENTIC SITE
CLICK TO VERIFY
Secured by SSL

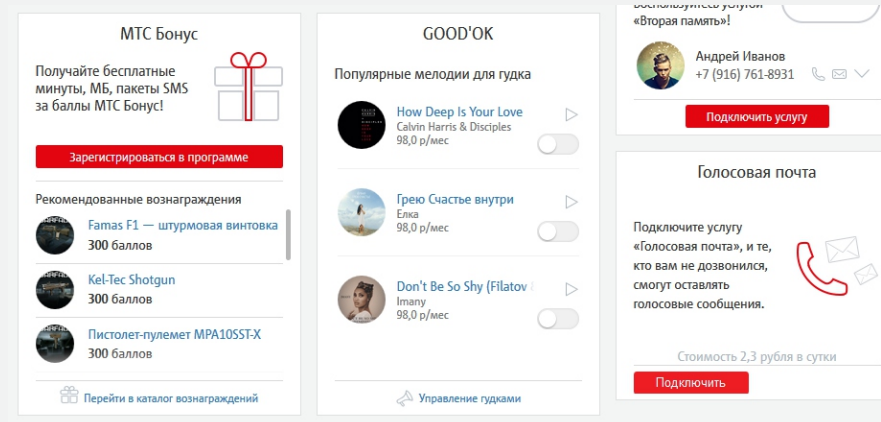
Личный кабинет

Через личный кабинет реализуются программы лояльности (начисляются бонусы или баллы, которые можно потратить на абонентскую плату, скидки в интернет-магазинах). Есть место акциям и рекламному контенту.

Мегафон



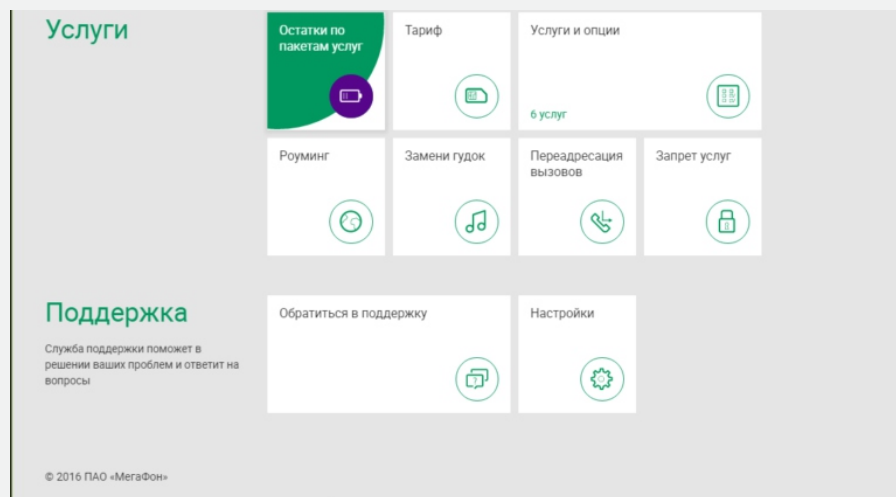
МТС



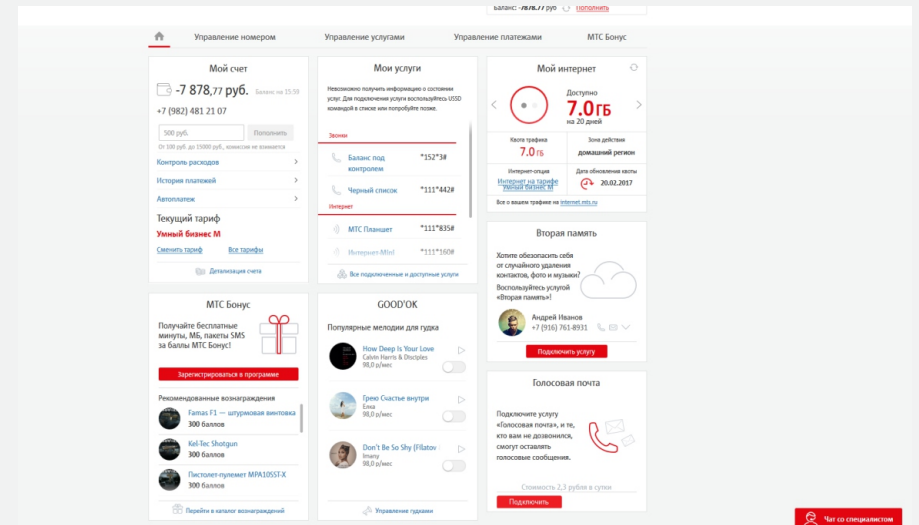
Личный кабинет

Кроме стандартной техподдержки: обратным звонком, простым номером, базой часто задаваемых вопросов появляется чат, страницы в соц сетях с онлайн помощью. Кроме того есть уведомления о том или ином событии относящимся к хозяину кабинета.

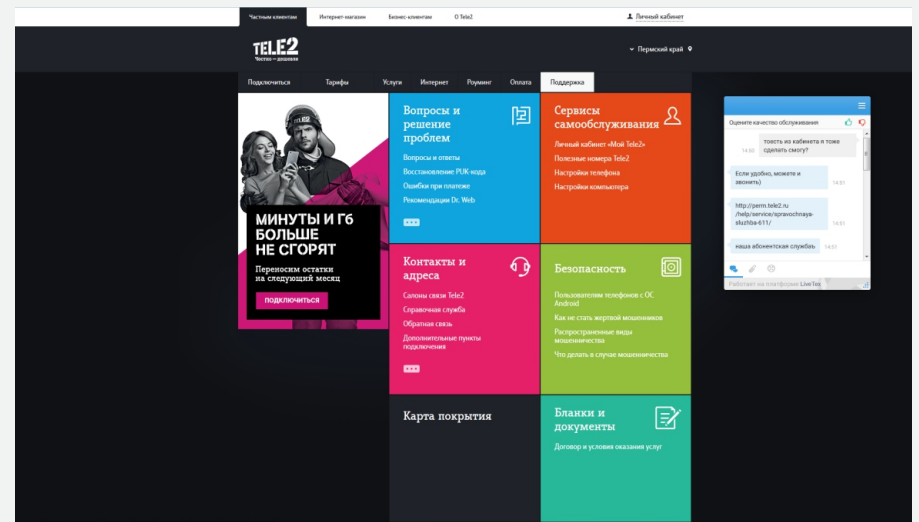
МегаФон



МТС



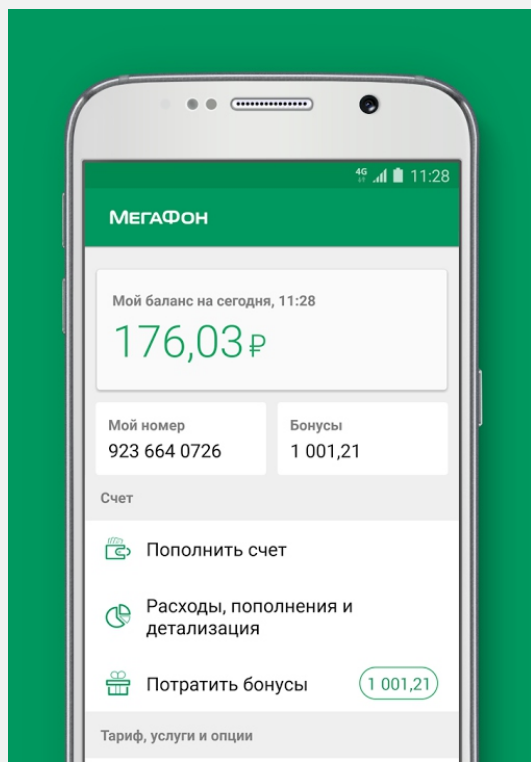
Теле 2



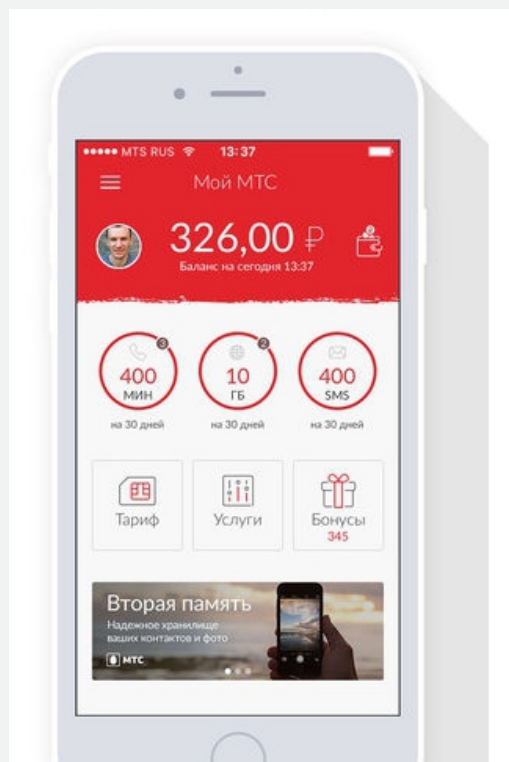
Личный кабинет

Также у каждого оператора есть приложения «личный кабинет» для смартфонов

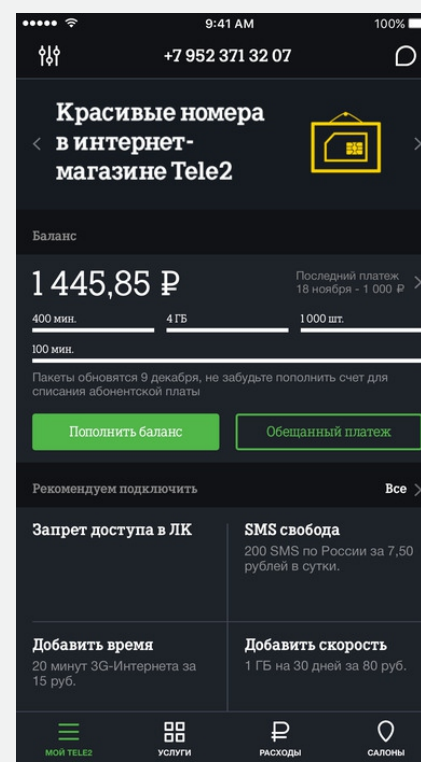
Мегафон



МТС



Теле 2



Сравнение

| | МТС | Мегафон | Теле 2 | Yota |
|---|-----|---------|--------|------|
| Адаптивный карточный интерфейс | ● | ● | ● | ✘ |
| Описание возможностей личного кабинета | ✘ | ● | ● | ✘ |
| Стандартные возможности личного кабинета | ● | ● | ● | ● |
| Линейка доп. услуг | | | | |
| Сменить гудок | ● | ● | ● | ✘ |
| Виртуальная банковская карточка | ✘ | ✘ | ● | ✘ |
| Автоплатеж с привязкой карточки | ● | ● | ● | ● |
| Обещанный платеж | ● | ● | ● | |
| Оплата товаров и услуг: сторонние платежи (пошлины, ГИБДД и пр.) интернет-магазин, билеты, оплата по реквизитам | ● | ● | ● | ✘ |
| Вход через соцсети | ● | ✘ | ● | ● |
| Поддержка | | | | |
| в соц сетях | ● | ● | ● | ● |
| по телефону | ● | ● | ● | ● |
| онлайн чат | ● | ● | ● | ● |
| Программа лояльности | ● | ● | ✘ | ✘ |
| Акции, рекламный контент | ● | ● | ● | ✘ |

Выводы

Что делать?

— «ЛК должен быть доступен с любого устройства, иметь адаптивную вёрстку.»

/бриф/

Адаптивность и карточный интерфейс позволяет не создавать дополнительные версии для мобильных устройств. Можно сделать отдельный мобильный сайт и приложения для Android и iOS. Это позволит максимально охватить рынок мобильных устройств. приложение для сайта должно отвечать требованиям производителя ОС к интерфейсу пользователя. В этом есть свои преимущества: приложение для мобильного выглядит более «родным» для ОС и работает быстрее благодаря интеграции с платформой. Пользователи проводят в них в 18 раз больше времени, чем на мобильных версиях сайтов. Решение нужно принимать на основе А/В теста выявить предпочтения клиентов по способу взаимодействия с личным кабинетом.

— «Будет ли сопряжение лк с соц. сетями, например: очень удобная точка входа, через зарегистрированный аккаунт в фейсбуке? — Да.»

/бриф/

Поддержка и вход через соц. сети уменьшит нагрузки на коллцентры и даст дополнительный канал привлечения клиентов.

Персонализация играет ключевую роль в лояльности клиента. Предусмотреть программу лояльности, она уменьшит отток клиентов. Нужно предоставить возможность клиенту выбирать инструменты ЛК, либо автоматизировать подбор инструментов под каждого пользователя, на основе мониторинга действий клиента. Нужно предложить персональные бонусы.

Перед входом в ЛК разместить краткое анимированное **руководство по возможностям ЛК**. Это позволит сократить обращение за помощью.

Возможно размещение нескольких доп. услуг связанных со связью (оплата мобильного, перевод средств другому клиенту YOTA)

02

ПРОТОТИП

Дипломный проект: личный кабинет «Yota»
студент: Жураков Александр

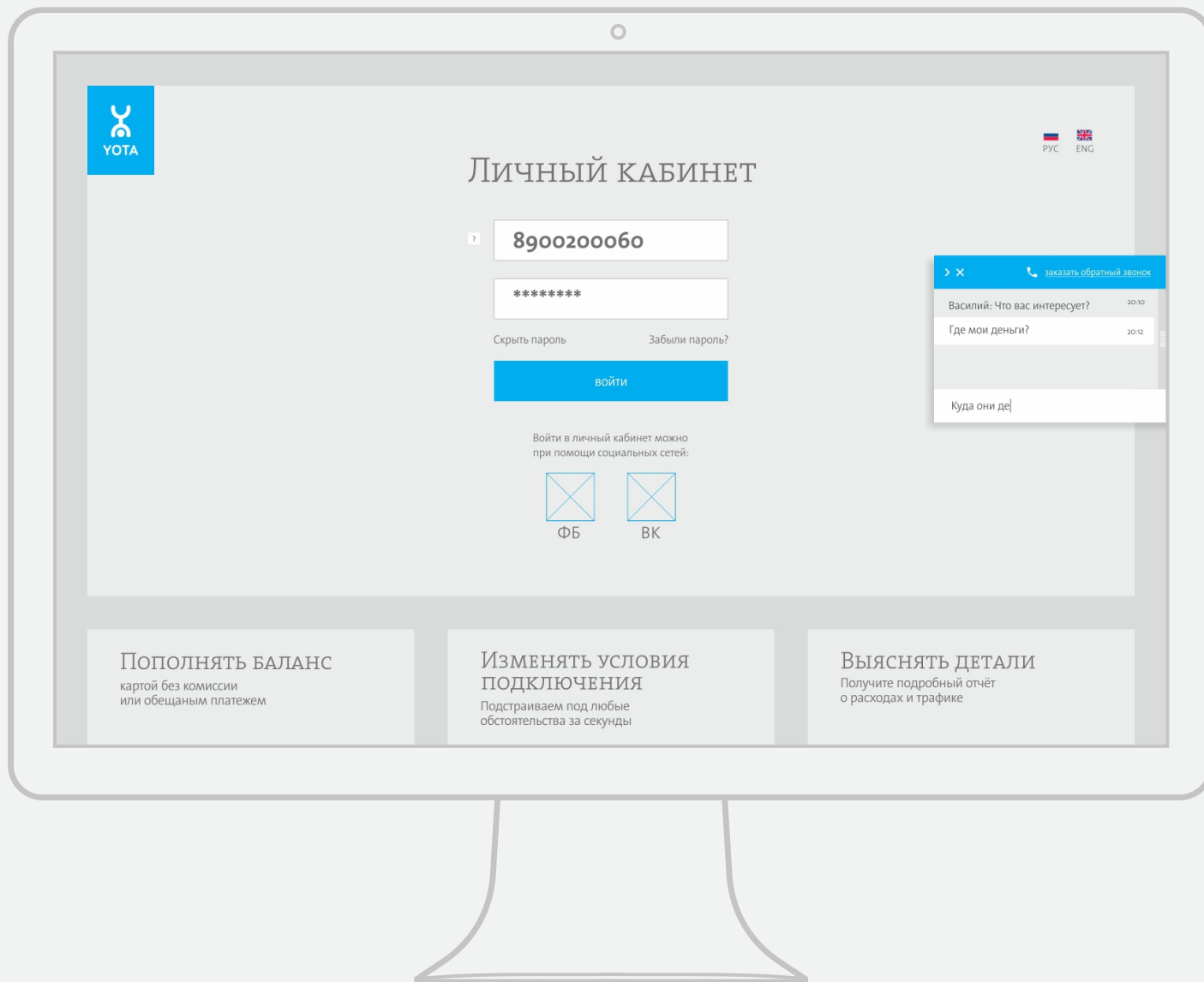
Задача

Спроектировать удобный, предельно простой инструмент управления услугами связи.

Пользователь должен почувствовать внимание и заботу на каждом шаге.

Путь пользователя

Вход в личный кабинет осуществляется по логину (номер модема, почта или номер телефона) и паролю. Либо через аккаунт соц. сетей (ФБ, ВК). Ниже формы входа расположен блок с кратким описанием возможностей ЛК. Если у пользователя возникают вопросы, справа расположен виджет тех. поддержки. Он предлагает воспользоваться чатом, заказать обратный звонок или посетить группы в соц. сетях.

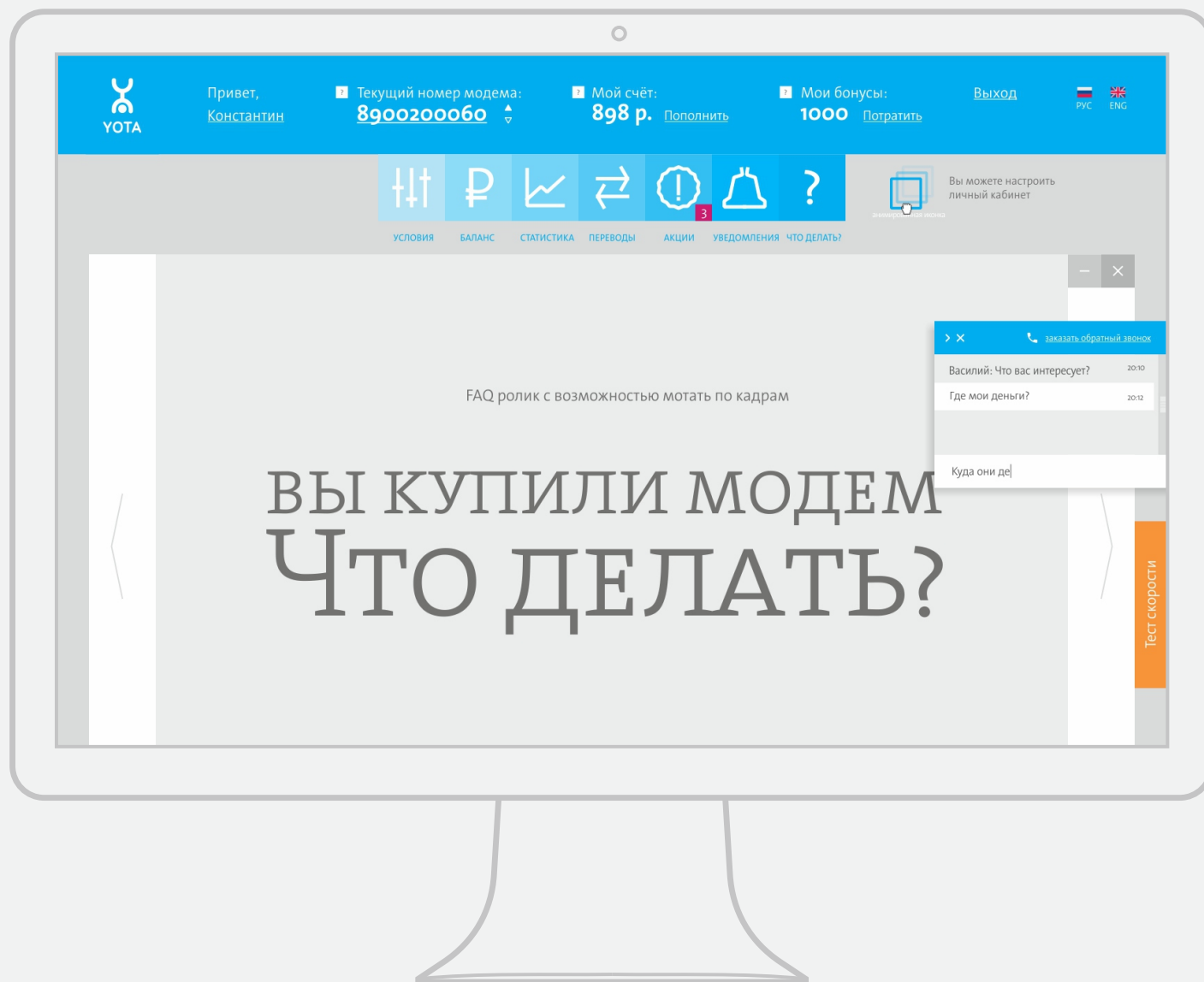


Путь пользователя

Встречает пользователя

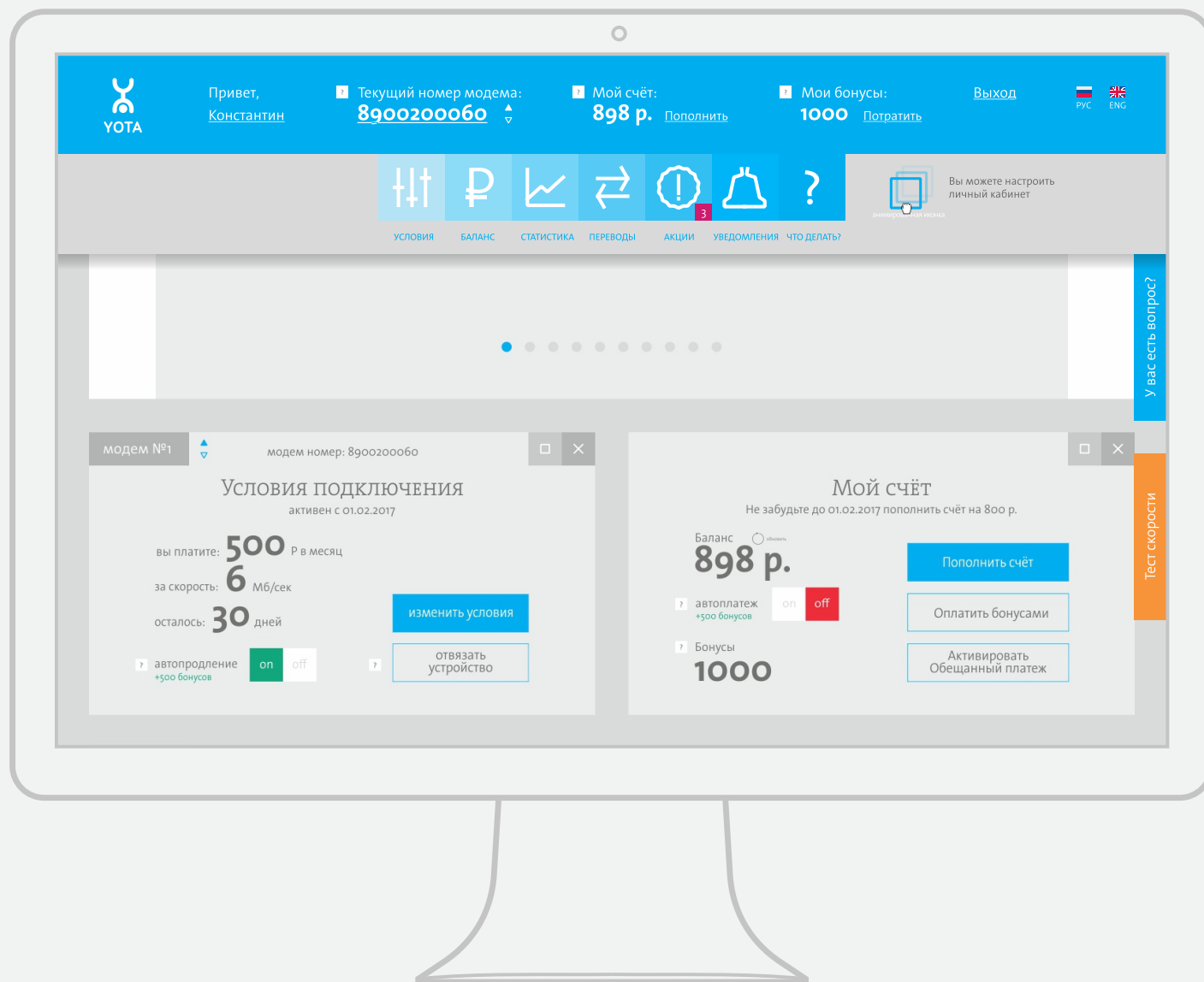
вопрос «Вы купили модем... Что делать?». Анимированный ролик (10-12 слайдов) с возможностью промотки расскажет о функционале кабинета и способах взаимодействия с ним. Возможно разместить на этом месте, при первоначальном посещении, пошаговую активацию модема.

Наглядные инструменты ЛК размещены в центре сверху сразу после основной информации (шапки) о владельце кабинета, номере модема и счёте пользователя. Меню инструментов снабжено уведомлениями о событиях и анимированной иконкой о способе взаимодействия с меню.



Путь пользователя

Предоставляем пользователю возможность выбирать инструменты, перетаскивать на рабочий стол и изменять их размерность в 2-х вариациях (общая и полная информация), закрывать, если в них нет надобности, и перетаскивать по ячейкам. До 9-ти виртуальных ячеек на экран. Каждый инструмент это масштабируемая карточка с изменяемыми параметрами (2 состояния — общая и полная информация). Управляют состояниями 2 кнопки в правом верхнем углу «развернуть-свернуть» и «закрывать». Добавляем стационарный виджет «тест скорости» (абонент может искать лучшее место для модема:)). Первый ряд инструментов — «условия подключения» и «мой счёт», наиболее часто используемые инструменты.

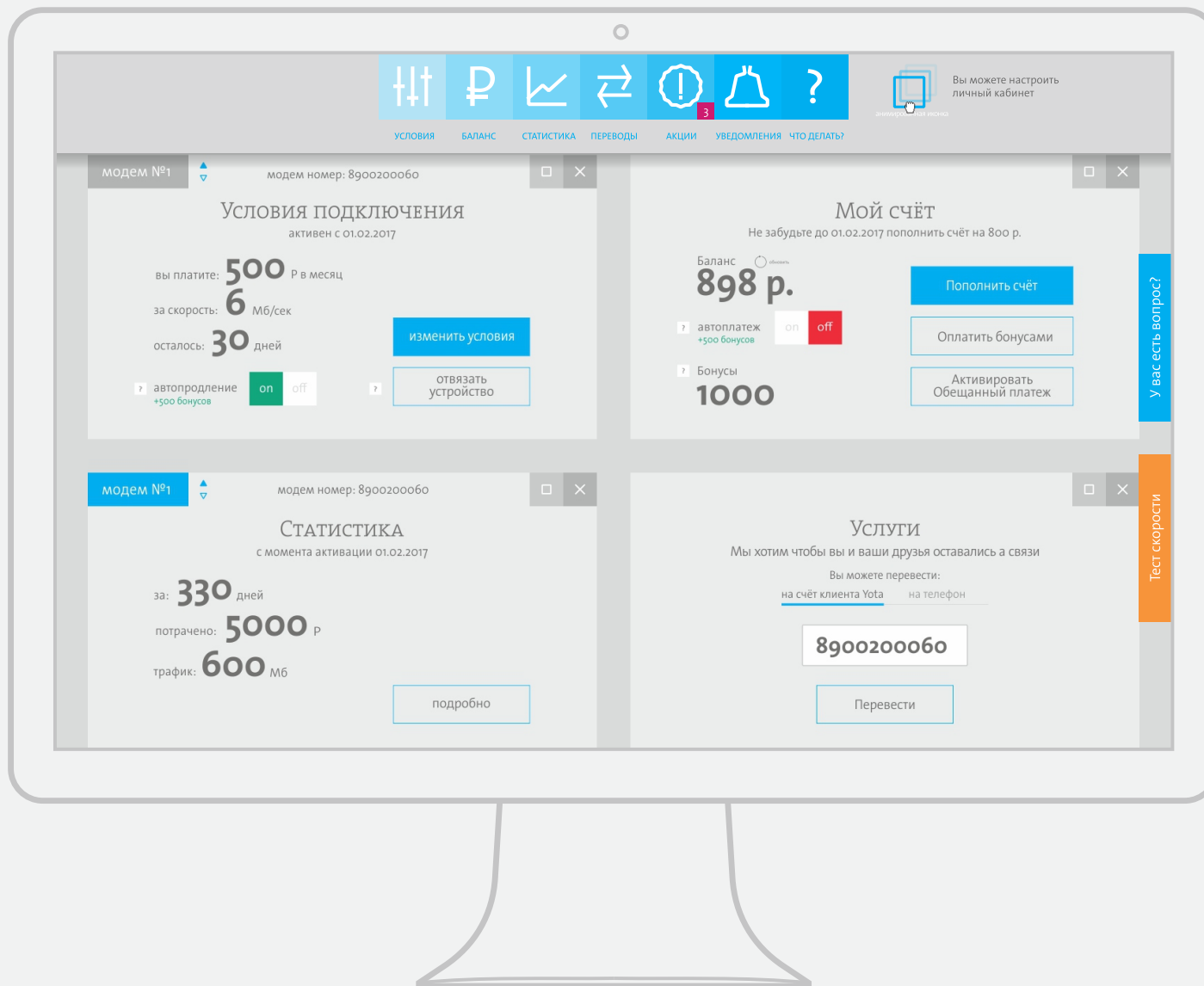


Путь пользователя

Инструмент «Условия подключения» состоит из 2-х страниц.

1. Стандартный вариант:

- сводная информация (номер модема (+возможность переключаться между модемами);
- ежемесячный платёж(при любом тарифе нужно показывать стоимость месяца, будь то 24 часа или 2 часа или месяца, пользователь будет видеть стоимость и понимать что, чем больше срок, тем дешевле стоимость месяца, а как следствие будет покупать на более длительный период);
- скорость доступа (возможно добавить кнопку «турбо», которая активируется за бонусы или деньги);
- срок до окончания действия условий;
- автопродление (это в основном, для тех кто «включил и забыл»);
- изменить условия и заблокировать модем.



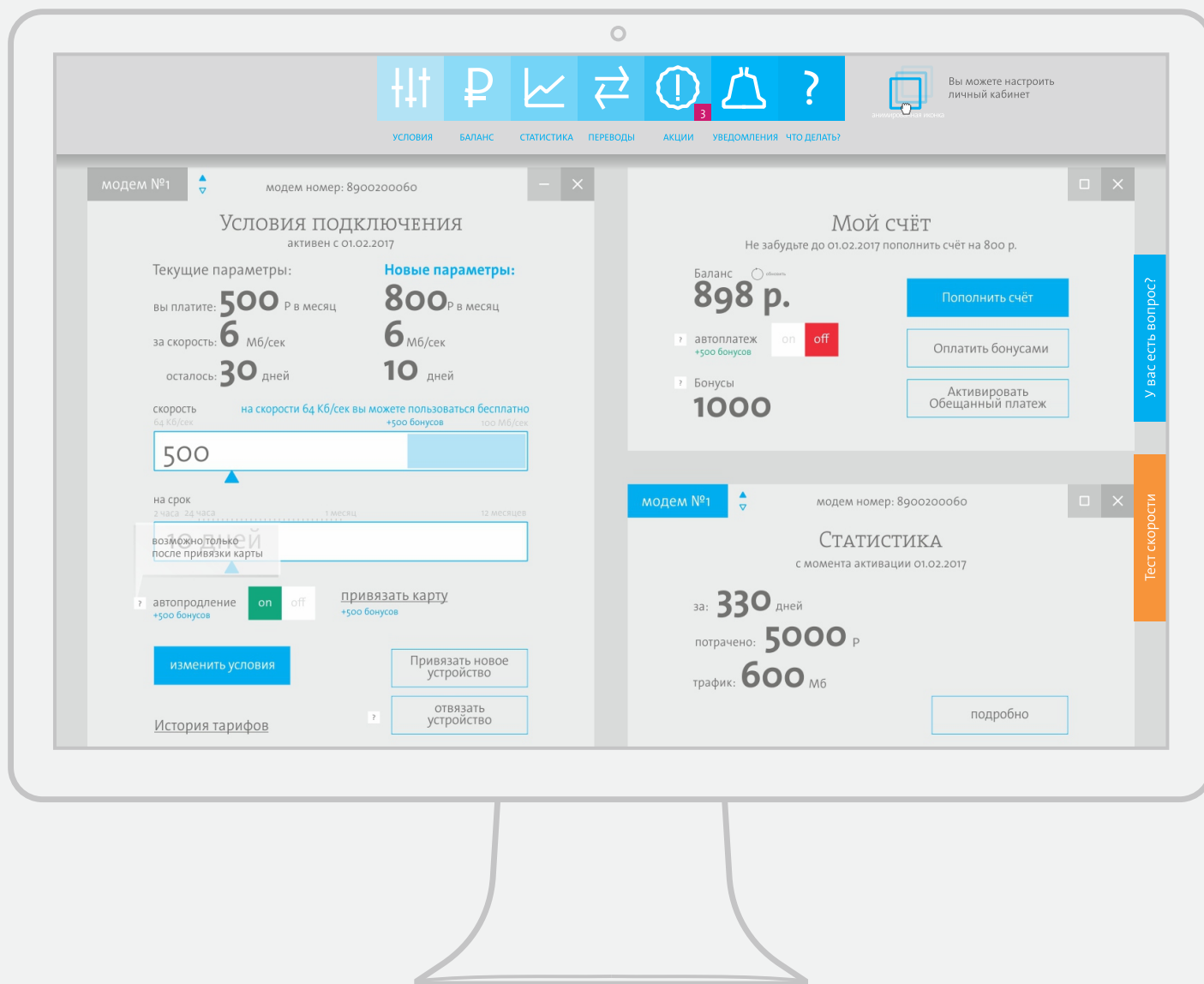
Путь пользователя

2. Расширенный вариант:

с ползунками скорость, срок. Так же добавлена ссылка на историю тарифов, на случай поиска оптимальных условий и мониторинга не санкционированного доступа.

Возможность переключения между несколькими устройствами обозначается иконкой «модем №1» на карточке «условия подключения» и «статистика». При желании можно выложить на рабочий стол несколько карточек «условия подключения» и «статистика» на разные модемы.

Инструмент «мой счёт» имеет стандартный набор функций. Пополнить счёт, потратить бонусы, взять обещанный платёж и включить автоплатёж (после включения показывает размер месячной оплаты всех устройств). Автоплатёж в расширенной версии инструмента позволяет выбрать привязанную карту если она привязана не одна и перейти к списку привязанных карт, где можно удалить карту, сделать активной, привязать новую.



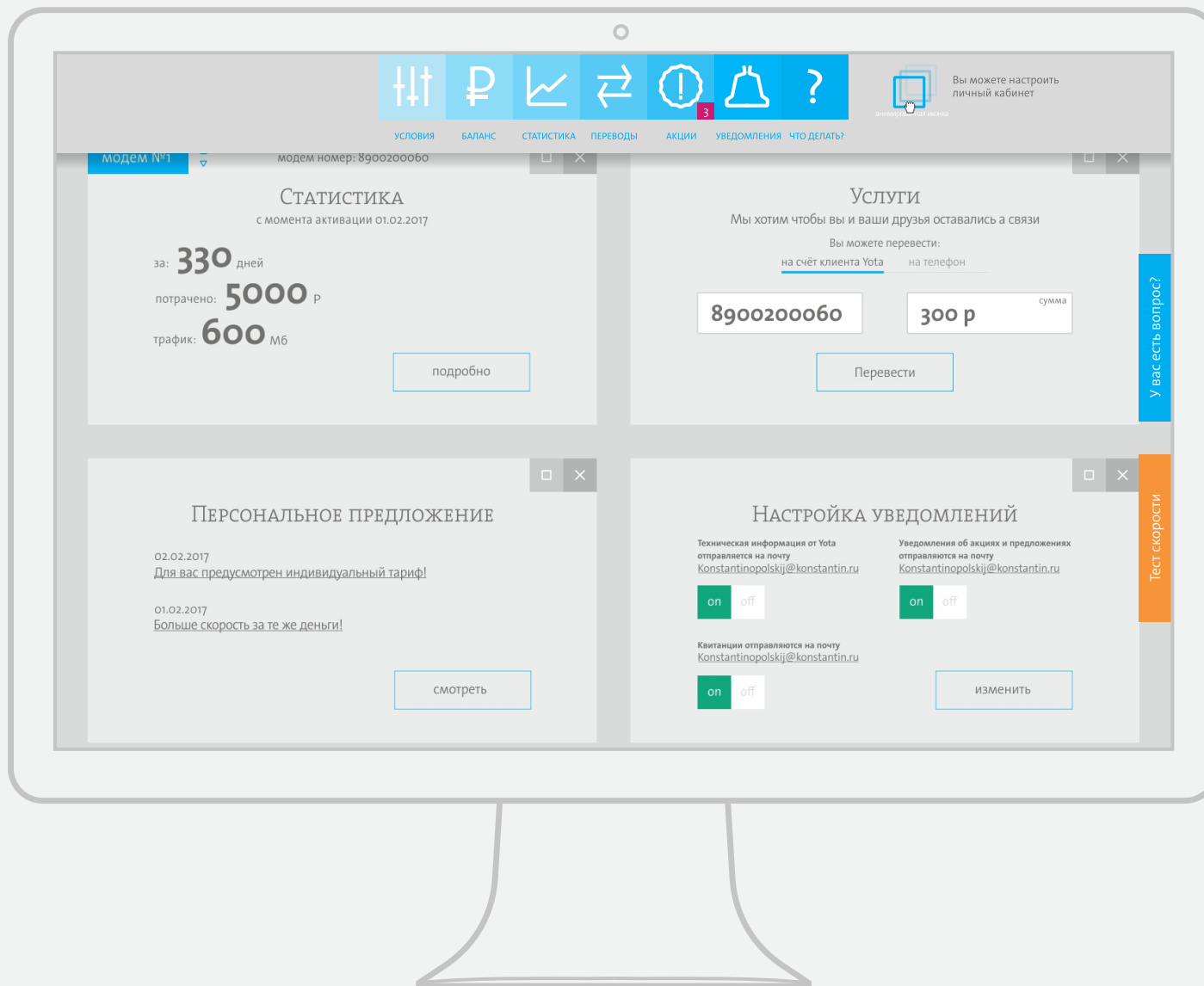
Путь пользователя

Статистика имеет 2 состояния. Общие данные за всё время использования текущего устройства (устройство можно сменить в левом верхнем углу). И расширенное окно с запросом промежутка выдаваемой статистики по трафику, платежам, тарифам (история тарифов).

Инструмент «Услуги» предлагает перевести деньги на счёт другого клиента либо пополнить счёт телефона. Подтверждая одноразовым паролем присылаемым на указанный в профиле пользователя телефон. При необходимости можно расширить услуги.

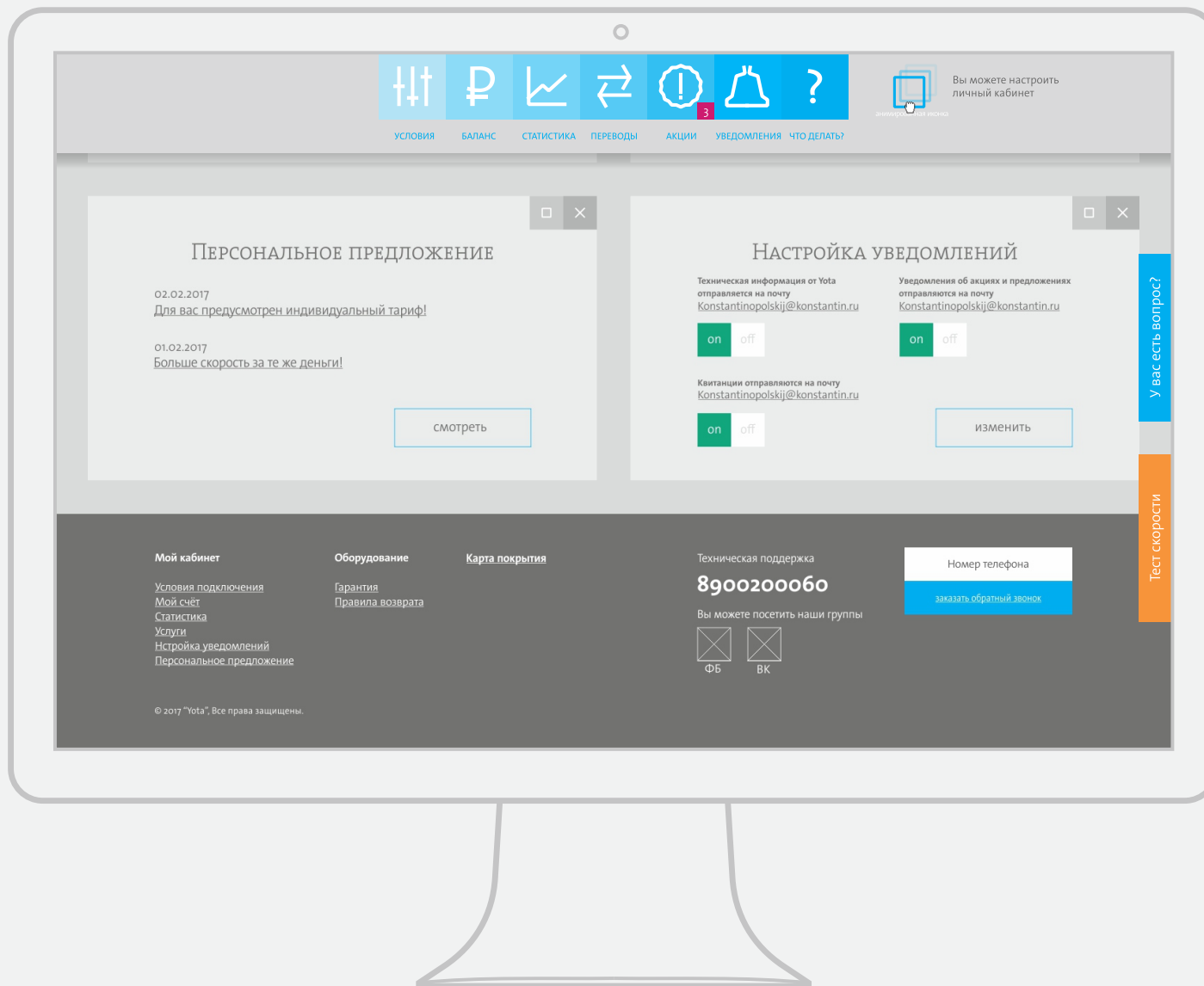
Персональное предложение — окно акций и рекламных предложений

Настройка уведомлений в свернутом виде можно включать и выключать. В расширенном — изменять цель (почта или телефон), адрес и номер телефона.



Путь пользователя

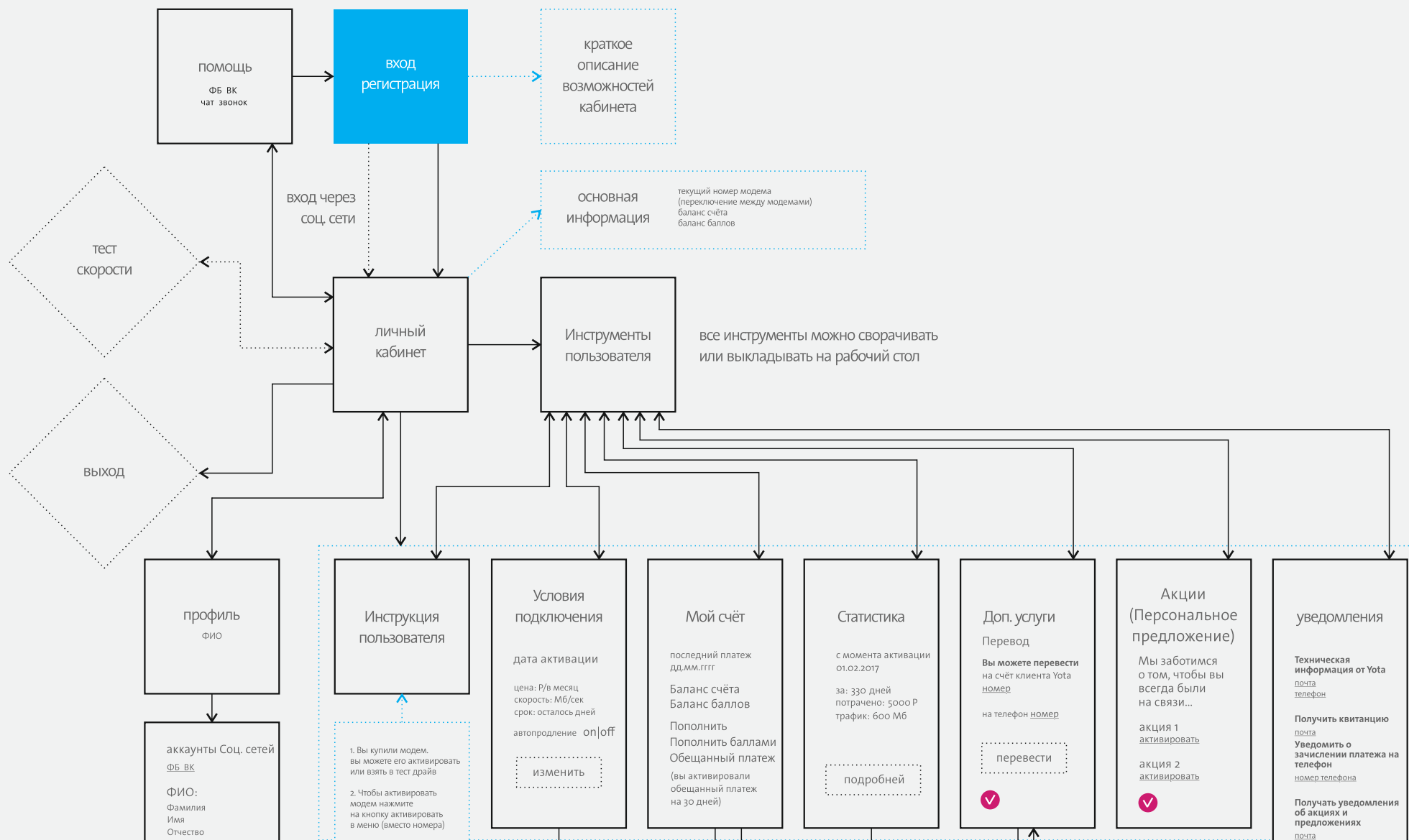
В подвале дубликат меню, гарантии и правила возврата оборудования, карта покрытия, телефон колл-центра, кнопка «перезвоните мне» и ссылки на группы в соц. сетях.



Адаптивность



Структура



Спасибо за внимание