

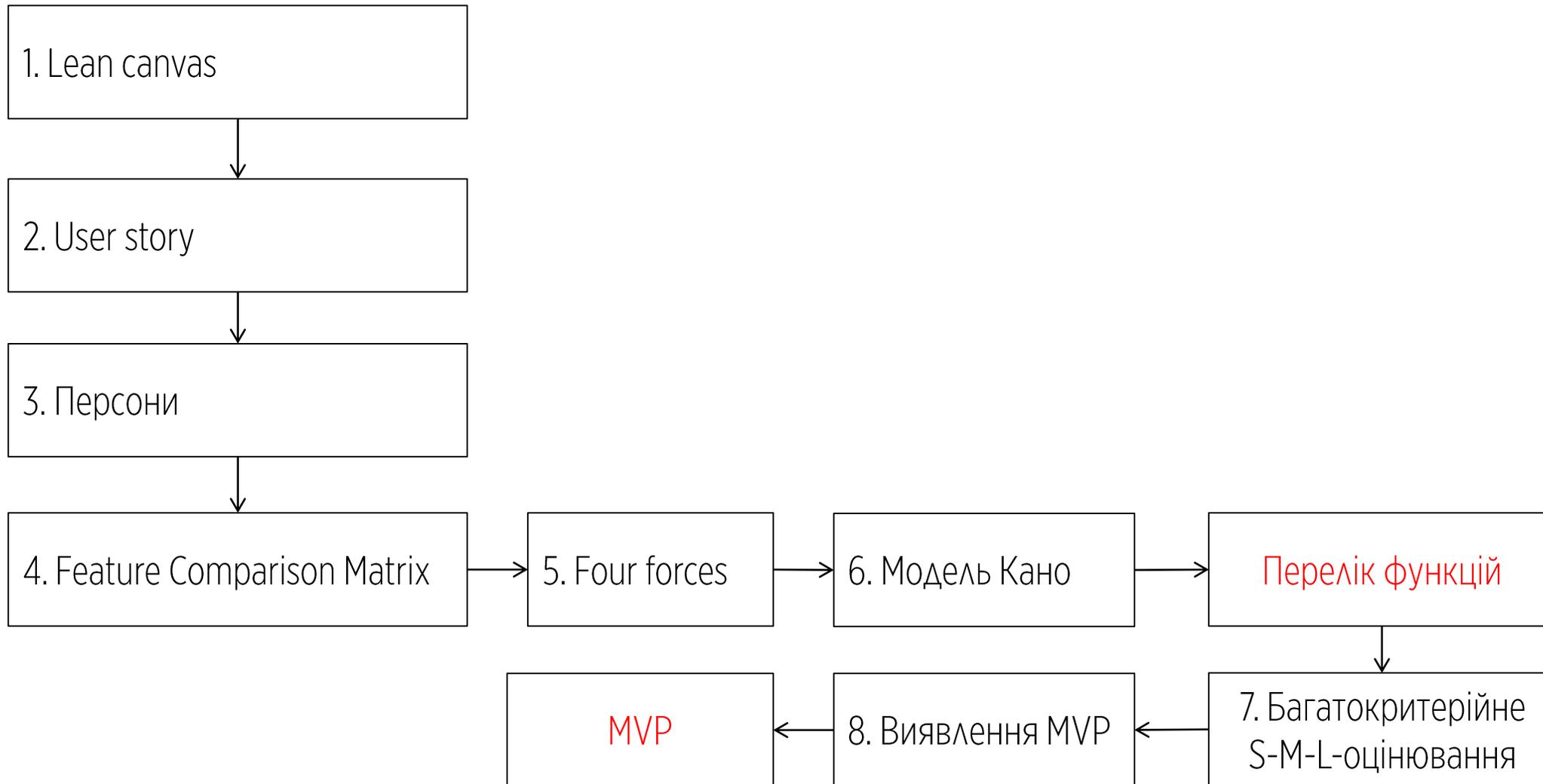
ТЕМА 2. МЕТОДИ РОЗРОБЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ ПРОДУКТУ

Лектор: Потрашкова Людмила Володимирівна



We believe designers
are thinkers as much as
they are makers.

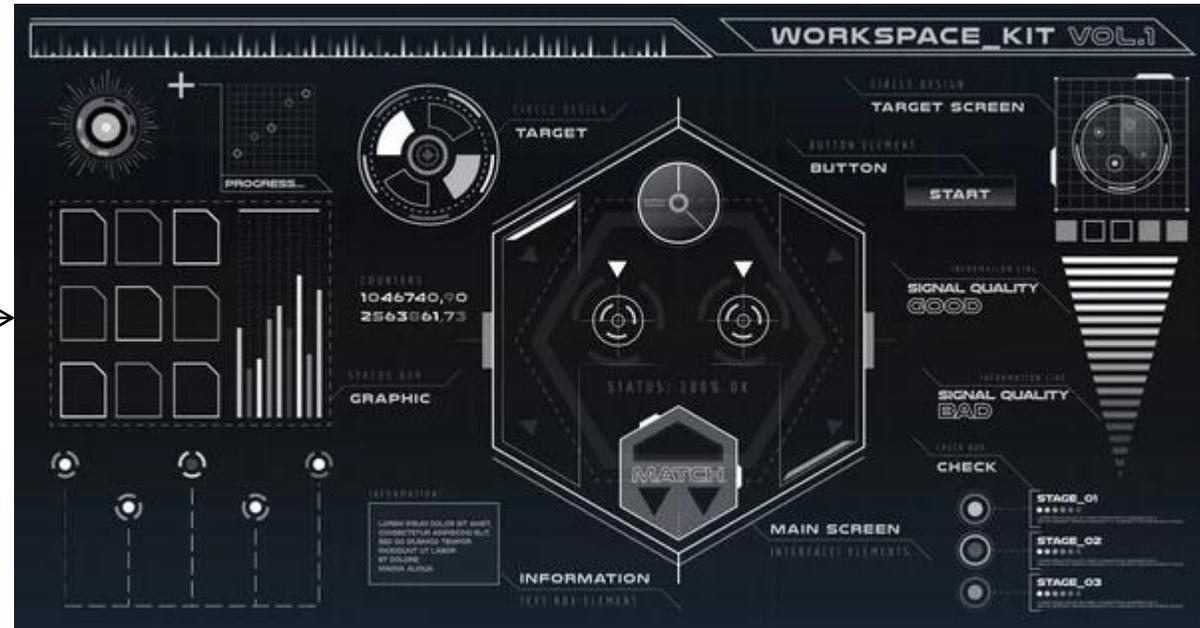
<https://linktr.ee/uxc>



інтерфейс

функції MVP

...



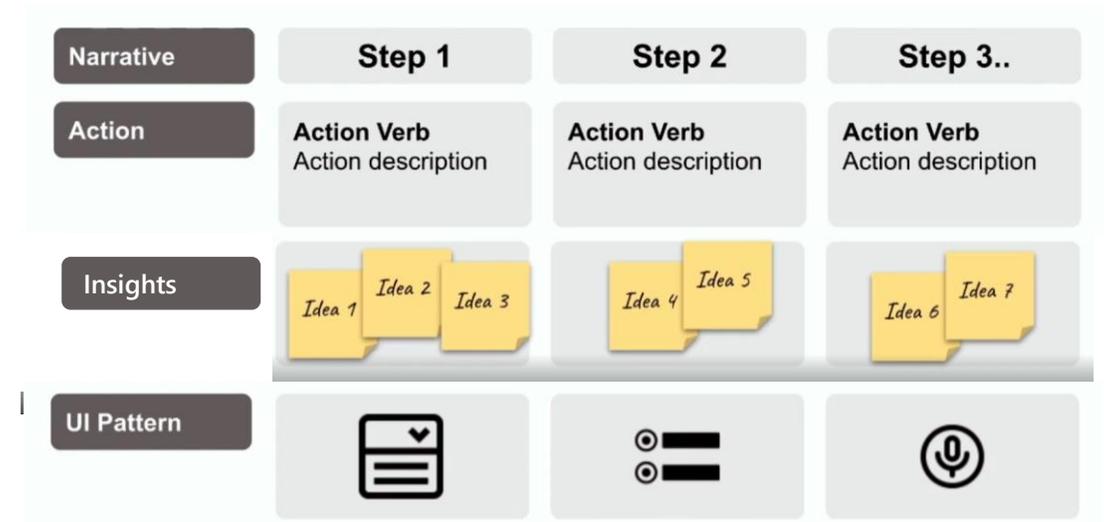
Customer Journey Map — це діаграма, на якій зображуються кроки, які здійснюють користувачі для реалізації певної функції продукту, а також вказуються різні характеристики взаємодії користувачів з продуктом на кожному кроці: емоції користувачів; їхні коментарі; проблеми використання продукту; інсайти.

CJM описує взаємодію з продуктом з **погляду користувача**, фокусується на емоційних та поведінкових аспектах користувальницького досвіду.

Допомагає зрозуміти, як користувач взаємодіє з продуктом на кожному етапі його шляху, починаючи від першого знайомства до можливих проблем чи догляду.

Два різновиди карти:

- 1) “as-is” CJM (карта фактичного маршруту користувача)
- 2) “to-be” CJM (карта майбутнього маршруту)



CJM для продукту, що проєктується

CJM для аналога або продукту, що удосконалюється

з курсу Ярослава Шуваєва

Customer journey map

Benefits



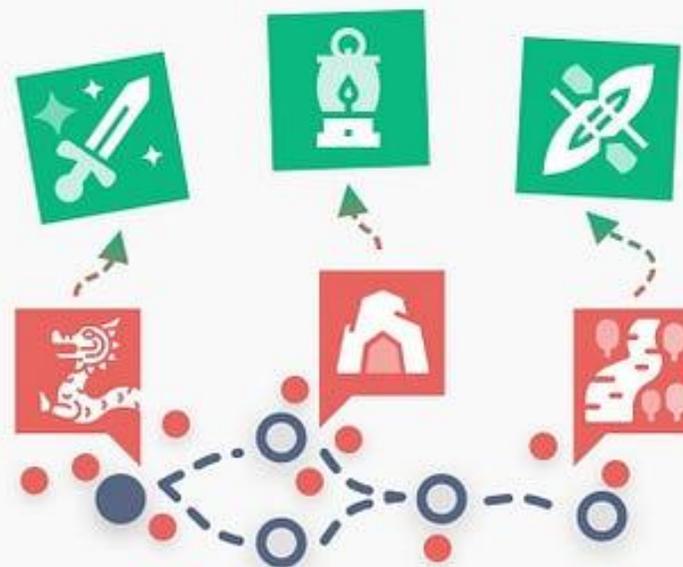
Understanding of step by step process towards the customer/user goals



Insight in customer thoughts, emotions, and motivation



Listing key task interactions on every stage of the journey



Identify key pain points along the way and convert them to improvement opportunities

by Taras Bakusevych

Customer journey map



Persona

Scenario and goals

 Stages
 Doing
 Thinking & feeling
 Touchpoints & tools

Fill in - Step 1

Setting the stage

1

Customer journey map
FIRST TIME USING UBER TO GET TO THE OPERA

As-Is As-to-be

Persona
SUSAN
32, LAWYER

Stages

Doing

Thinking & Feeling

Touchpoints & tools

Scenario and Goals
*SUSAN WITH HER HUSBAND
WOULD LIKE TO VISIT THE OPERA
HOUSE AFTER WORK, AS IT IS ON
THE OPPOSITE SIDE OF THE TOWN
SHE DECIDED TO USE A TAXI TO
GET THERE.*

As-Is To-Be

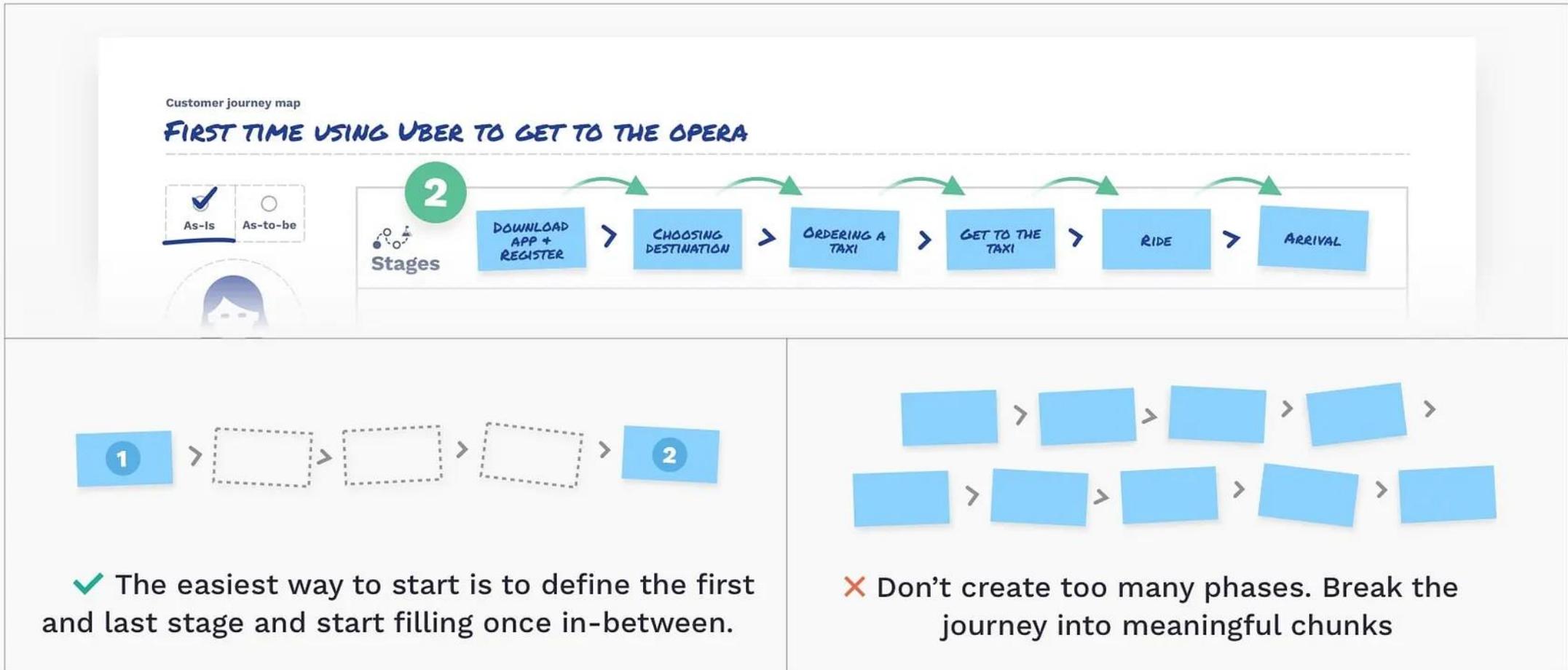
Define journey lens, current state vs future state.

Chose persona or user - who experiences the journey

Describe the situation and goals that the journey map addresses

Fill in - Step 2

Define the phases



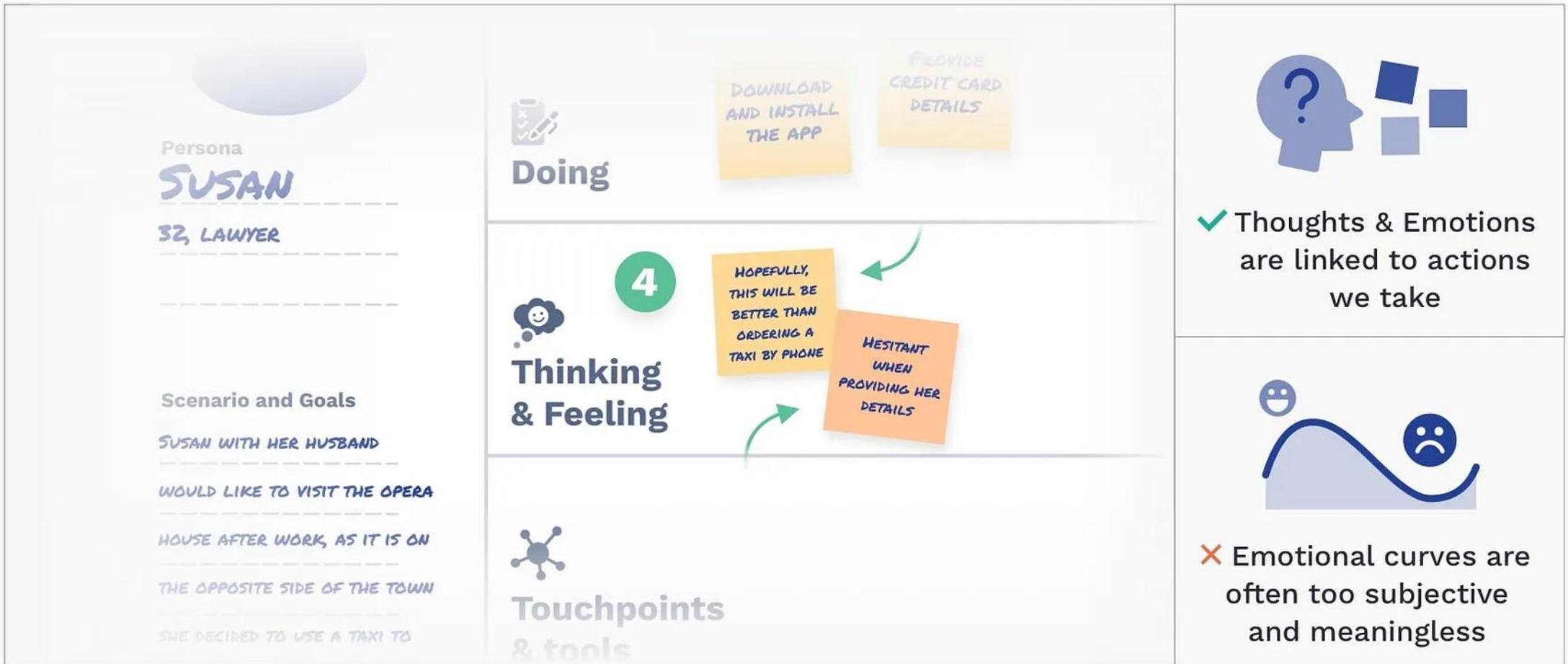
Fill in - Step 3

List actions



Fill in - Step 4

Add Thought & Feelings

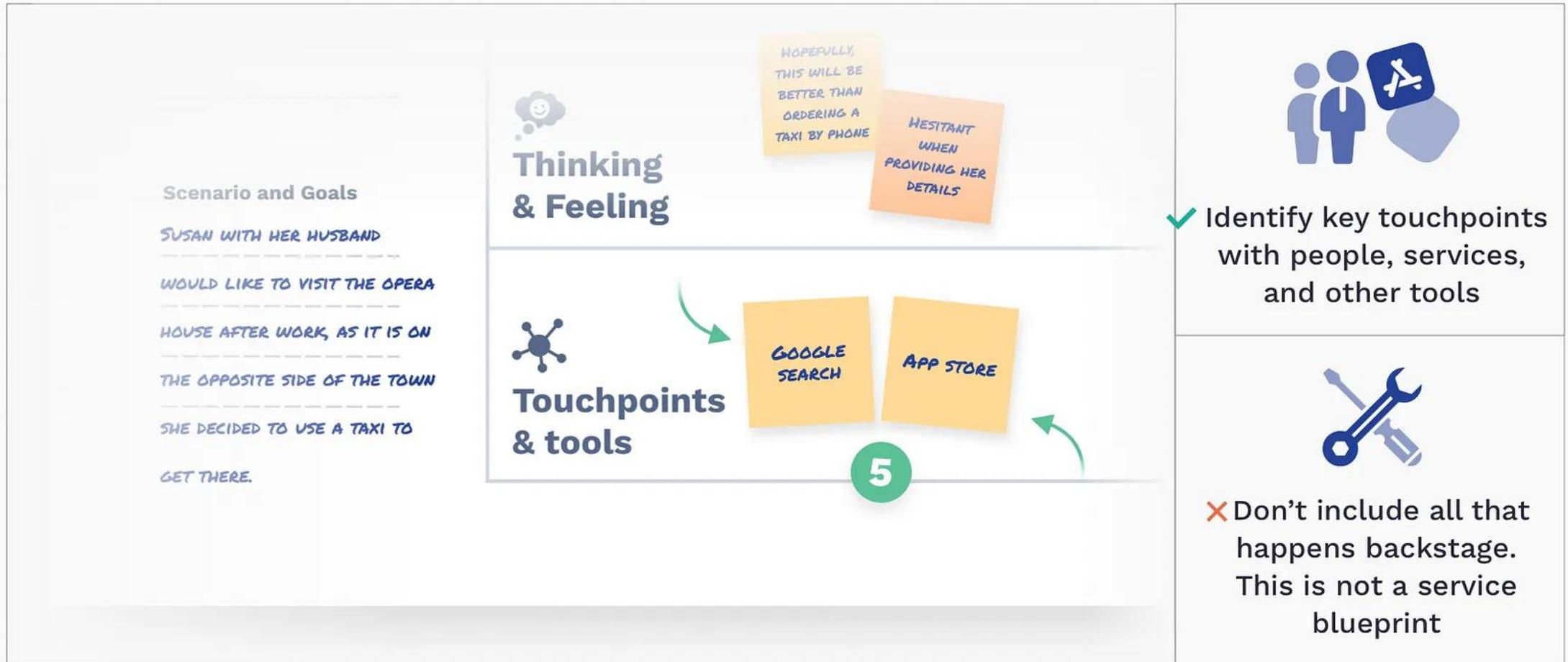


Fill in - Step 5

Identify touchpoints

Точки контакту

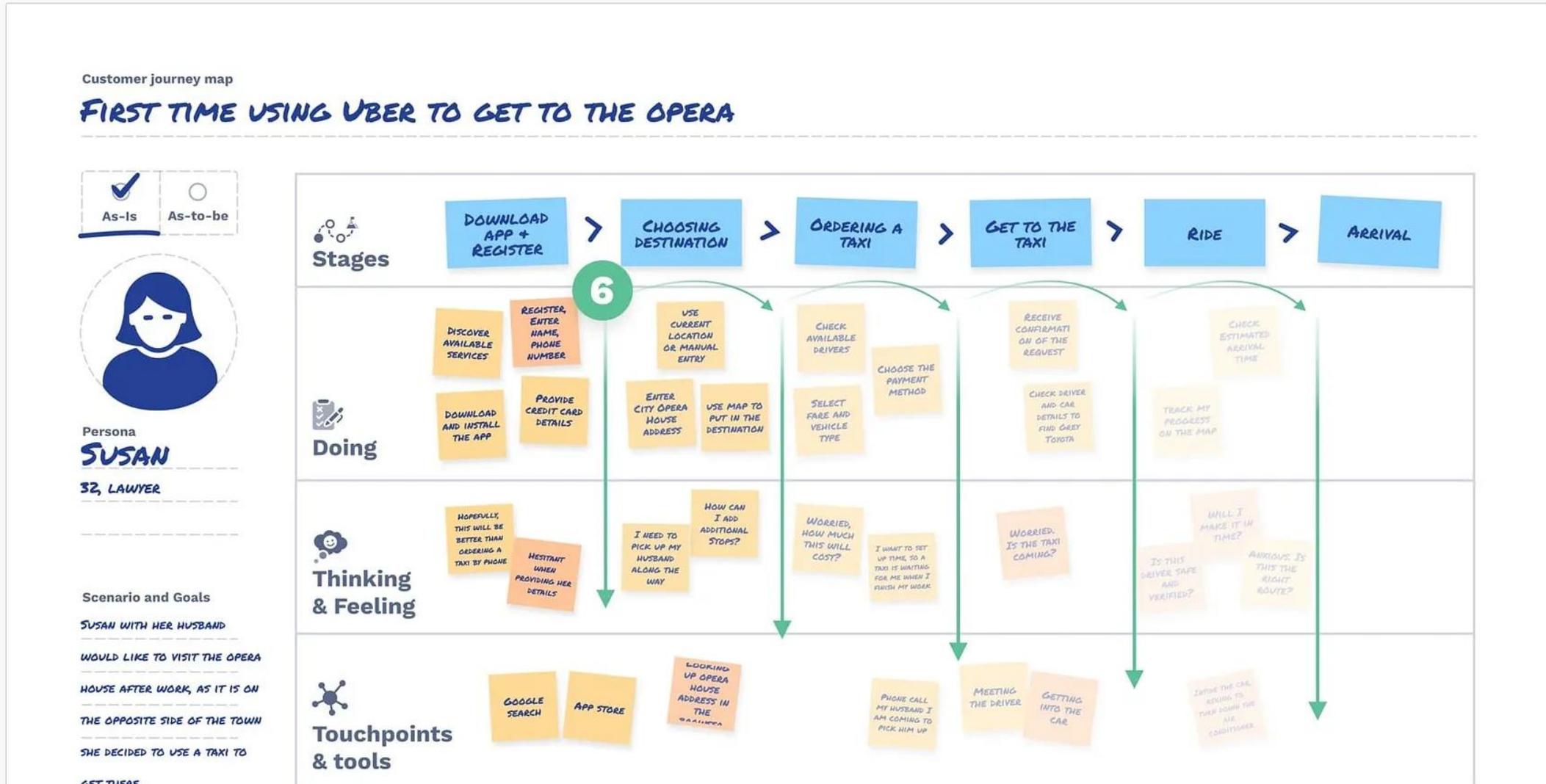
Тут наводяться всі цифрові чи фізичні взаємодії з іншими інструментами, людьми чи сервісами.



Fill in - Step 6

Proceed phase by phase

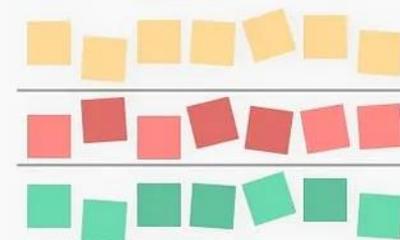
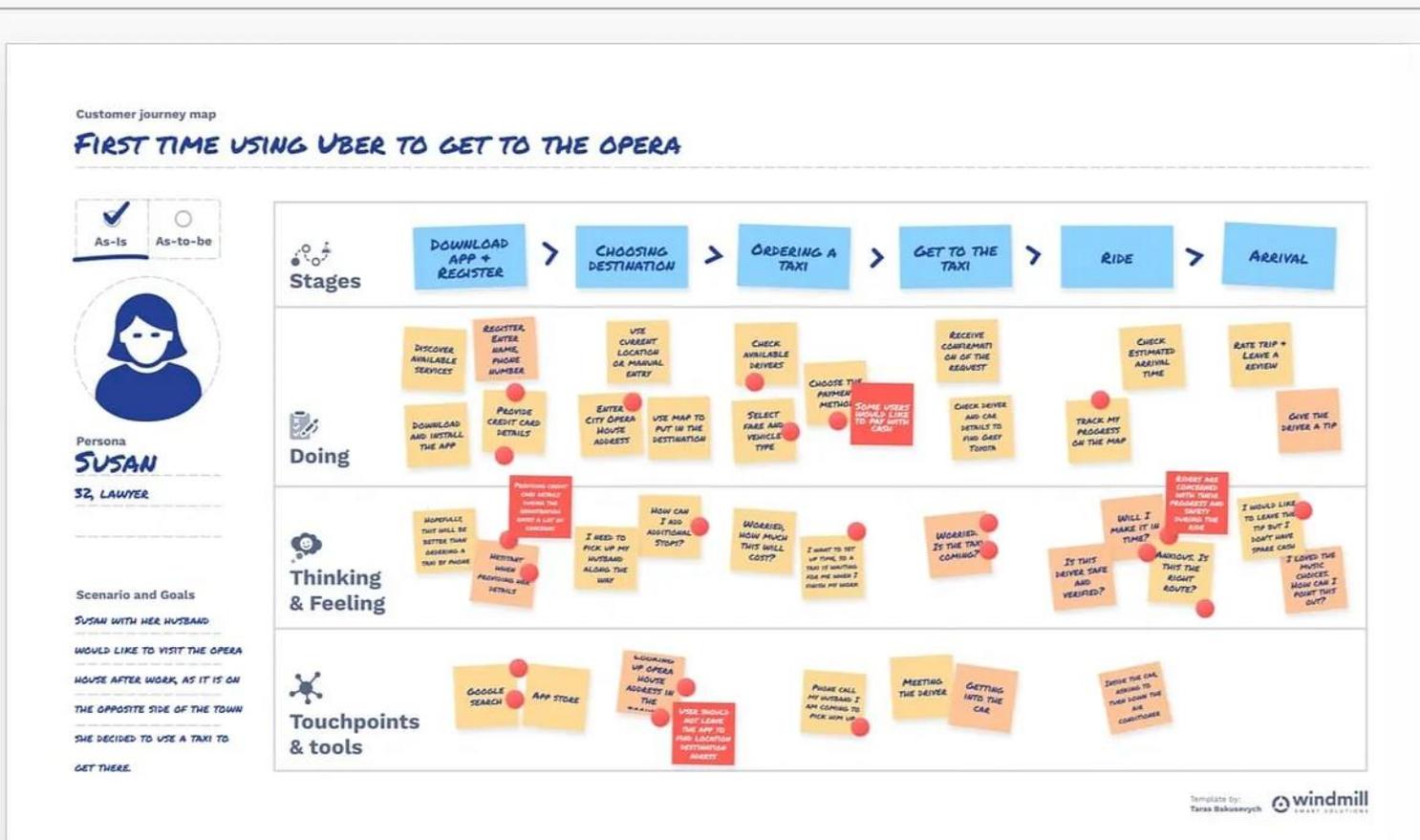
Після завершення першого стовпця фази (етапу) послідовно переходьте до всіх наступних етапів.



Fill in - Step 7

Identify the pain points

7



✗ Don't create a separate row for pain points

PROVIDING CREDIT CARD DETAILS DURING THE REGISTRATION RAISES A LOT OF CONCERNS

✓ Use red dots to vote on the biggest pain points and describe them if needed

Fill in - Step 8

Find improvement opportunities

Генерування ідей щодо того, які функції чи послуги можна впровадити для усунення виявлених проблем.

Customer journey map

FIRST TIME USING UBER TO GET TO THE OPERA



Persona
SUSAN

32, LAWYER

Scenario and Goals

SUSAN WITH HER HUSBAND

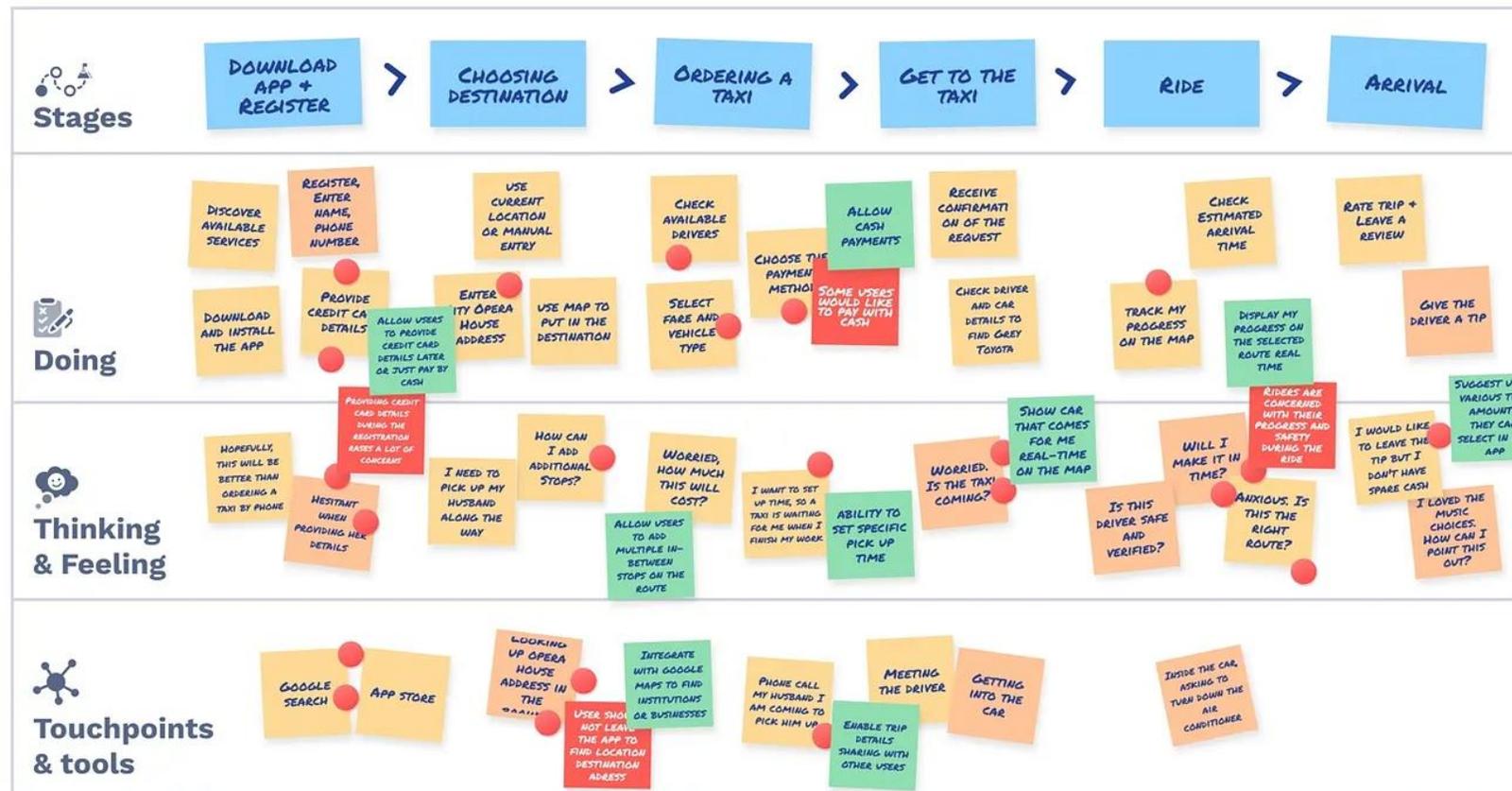
WOULD LIKE TO VISIT THE OPERA

HOUSE AFTER WORK, AS IT IS ON

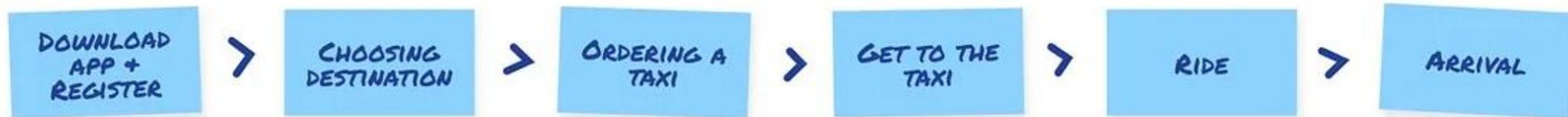
THE OPPOSITE SIDE OF THE TOWN

SHE DECIDED TO USE A TAXI TO

GET THERE.



Stages



Doing



Thinking & Feeling



Touchpoints & tools



CUSTOMER JOURNEY MAP *Shopping for a New Car*

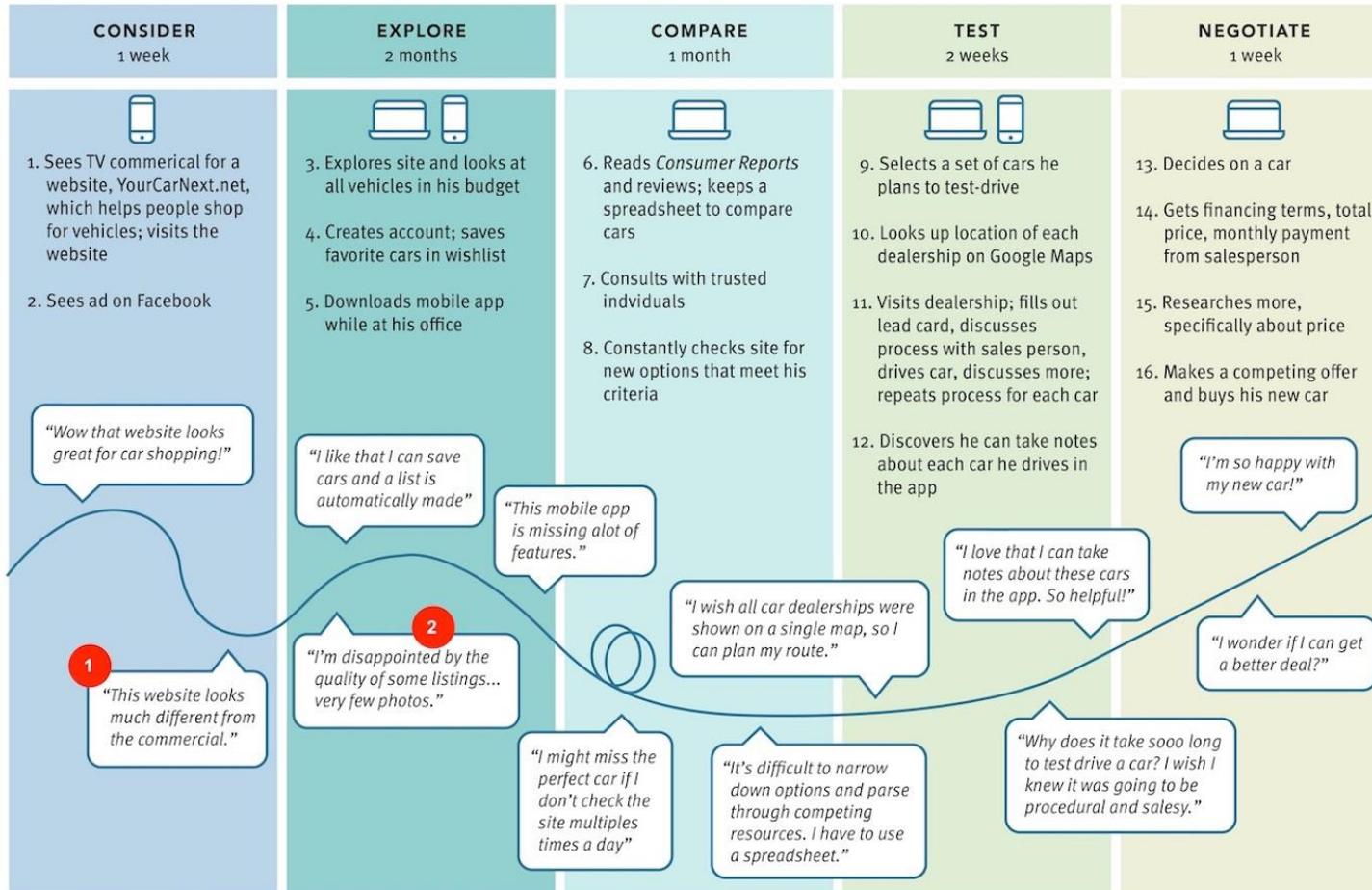


EMOTIONAL ERIC

Eric is an emotional car buyer. He purchases based on aesthetics and status.
Scenario: Eric recently moved to the area. He is shopping for a car that is fun to drive and dependable enough for use for everyday commuting.

EXPECTATIONS

- Ability to compare cars and their breakdowns
- Good photography with closeups, inside and out
- Video overview of car with demonstrations



1. Зверніть увагу на моменти у процесі роботи, коли **очікування не виправдовуються**.

Ерік побачив рекламний ролик сайту yournextcar.com по телевізору, що вплинуло на його очікування від сайту. Зображення та приклади, використані в рекламі, демонстрували рівень деталізації та функціональності, недоступний для його регіону та автомобілів, які він переглядав на сайті. З цієї причини його очікування не виправдалися, що відразу викликало проблеми у його взаємодії з цією компанією.

CUSTOMER JOURNEY MAP *Shopping for a New Car*

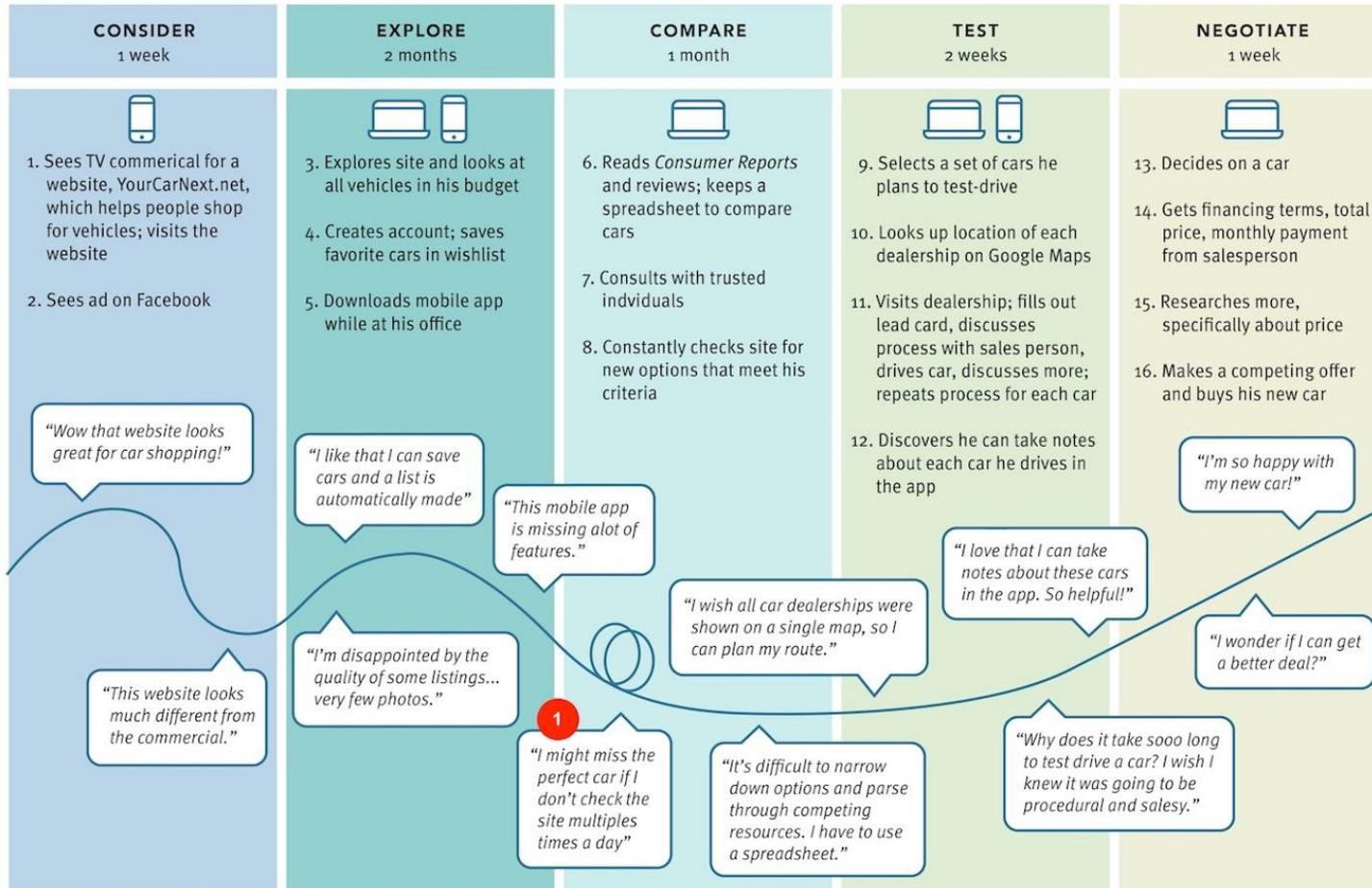


EMOTIONAL ERIC

Eric is an emotional car buyer. He purchases based on aesthetics and status.
Scenario: Eric recently moved to the area. He is shopping for a car that is fun to drive and dependable enough for use for everyday commuting.

EXPECTATIONS

- Ability to compare cars and their breakdowns
- Good photography with closeups, inside and out
- Video overview of car with demonstrations



2. Виявіть будь-які **непотрібні точки дотику** чи взаємодії

В ході цього процесу покупки Ерік відвідує веб-сайт багато разів на день, щоб побачити нові автомобілі, що відповідають його критеріям, до продажу. Така поведінка створює у Еріка непотрібний занепокоєння і збільшує зусилля, які він вкладає в процес, за рахунок додавання безлічі непотрібних точок контакту. YourNextCar.com слід врахувати це і повідомляти Еріка про додавання нових автомобілів, позбавляючи його необхідності постійно перевіряти сайт.

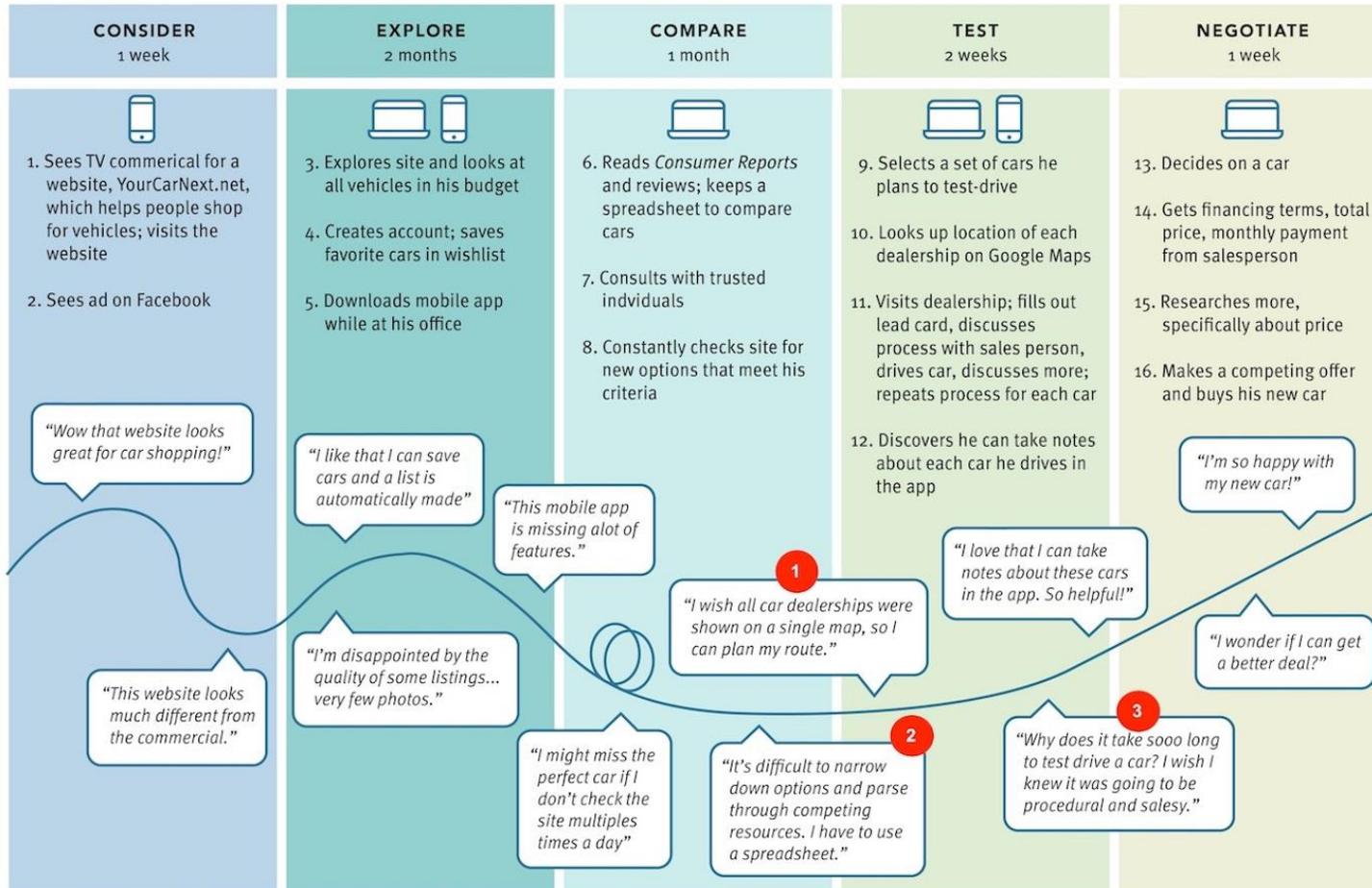
CUSTOMER JOURNEY MAP *Shopping for a New Car*

EMOTIONAL ERIC

Eric is an emotional car buyer. He purchases based on aesthetics and status.
Scenario: Eric recently moved to the area. He is shopping for a car that is fun to drive and dependable enough for use for everyday commuting.

EXPECTATIONS

- Ability to compare cars and their breakdowns
- Good photography with closeups, inside and out
- Video overview of car with demonstrations



NNGROUP.COM NN/g

3. Визначте точки з найбільшими проблемами

Найнижчий рівень переживань Еріка відповідає етапам порівняння та тестування.

1. Сайт не допоміг Еріку порівняти та звузити вибір, змусивши його самостійно розробити ручний процес.

2. Сайт дозволив йому скласти список цікавих автомобілів, але їхнє розташування не було показано на єдиній карті, тому Еріку довелося самому шукати найкращий спосіб подивитися їх усі.

3. Нарешті він не був готовий до переходу з сайту в автосалони. Відвідування автосалонів під час тест-драйвів виявилися довгими, ніж він очікував.

CUSTOMER JOURNEY MAP *Shopping for a New Car*

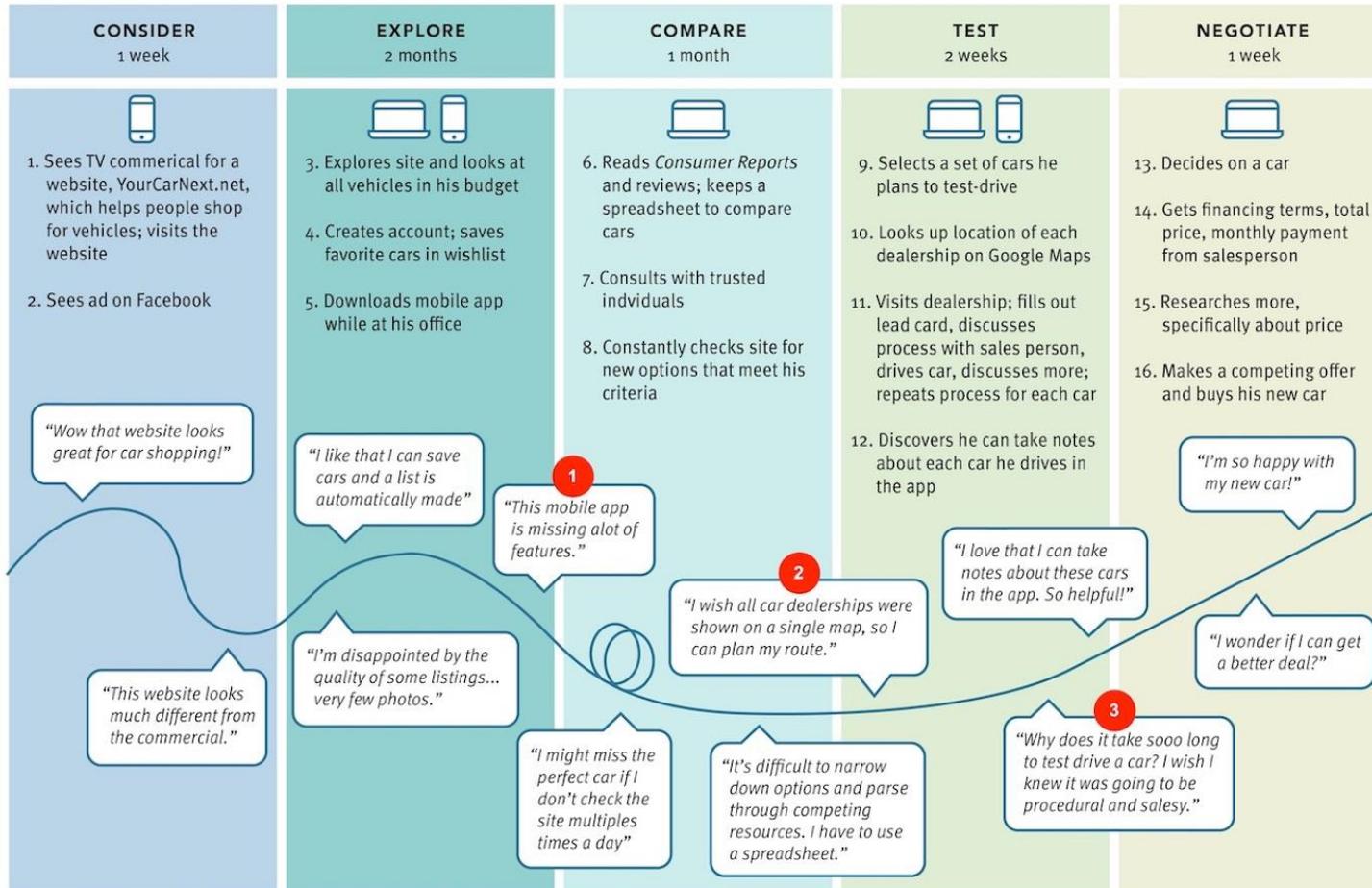


EMOTIONAL ERIC

Eric is an emotional car buyer. He purchases based on aesthetics and status.
Scenario: Eric recently moved to the area. He is shopping for a car that is fun to drive and dependable enough for use for everyday commuting.

EXPECTATIONS

- Ability to compare cars and their breakdowns
- Good photography with closeups, inside and out
- Video overview of car with demonstrations



4. Визначте **місця переходу каналів із перешкодами**

1. Спочатку Ерік хотів використати мобільний додаток, але виявив, що в ньому немає всіх функцій веб-сайту. Він даремно витратив час на завантаження програми і відразу розчарувався. Він перестав використовувати додаток на ранньому етапі, упустивши можливості, які були доступні пізніше.
2. Він також зіткнувся з труднощами під час переходу від етапу онлайн-порівняння до етапу особистого тест-драйву, оскільки відсутня підтримка планування маршруту.
3. Не були встановлені очікування щодо взаємодії з дилерським центром.

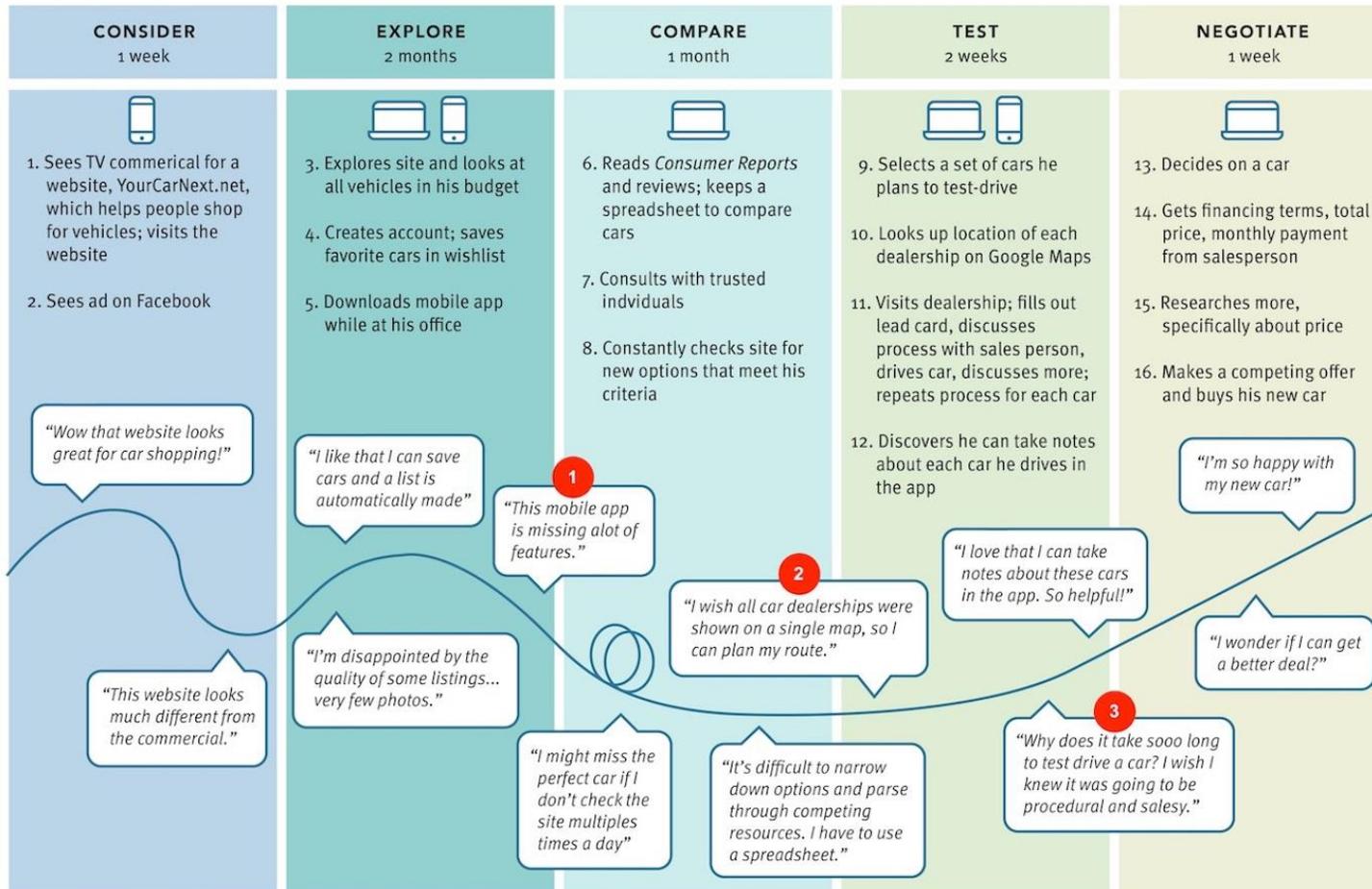
CUSTOMER JOURNEY MAP *Shopping for a New Car*

EMOTIONAL ERIC

Eric is an emotional car buyer. He purchases based on aesthetics and status.
Scenario: Eric recently moved to the area. He is shopping for a car that is fun to drive and dependable enough for use for everyday commuting.

EXPECTATIONS

- Ability to compare cars and their breakdowns
- Good photography with closeups, inside and out
- Video overview of car with demonstrations



До п.1.

Оскільки Ерік перестав використовувати мобільний додаток на етапі «Вивчення», він не виявив важливих функцій, які б допомогли йому на етапі «Порівняння». Мобільний додаток дозволяв користувачам легко налаштовувати повідомлення про нові автомобілі, що відповідають їх критеріям пошуку. Ця функція могла б усунути найбільший недолік у його досвіді - тривогу та зусилля, викликані необхідністю постійно перевіряти сайт на наявність потенційних нових автомобілів. Оскільки відмова від програми обходилася так дорого, цей момент можна вважати переломним. Якби він продовжив використовувати програму, його досвід міг би бути набагато успішнішим.

CUSTOMER JOURNEY MAP *Shopping for a New Car*

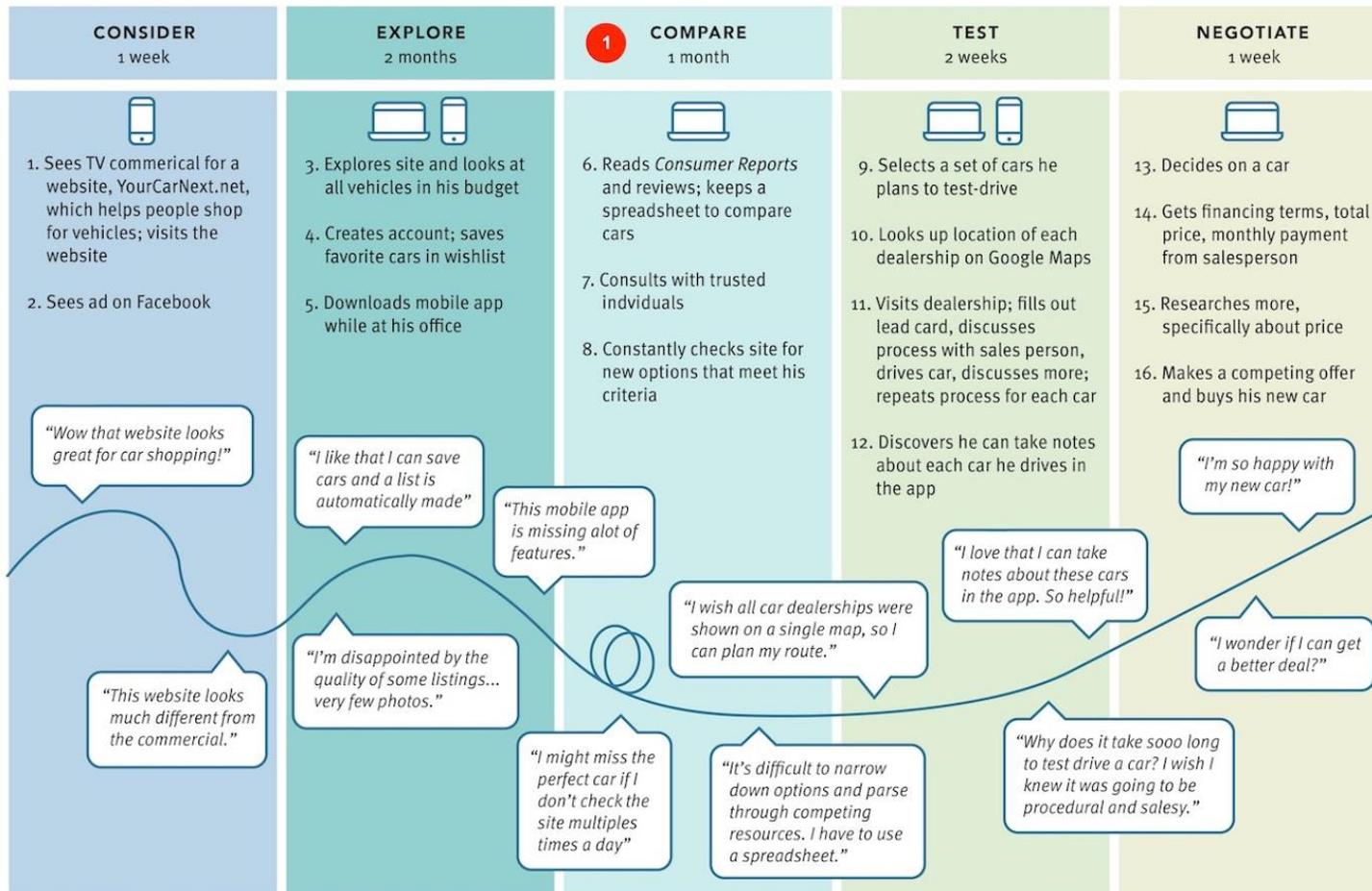


EMOTIONAL ERIC

Eric is an emotional car buyer. He purchases based on aesthetics and status.
Scenario: Eric recently moved to the area. He is shopping for a car that is fun to drive and dependable enough for use for everyday commuting.

EXPECTATIONS

- Ability to compare cars and their breakdowns
- Good photography with closeups, inside and out
- Video overview of car with demonstrations



5. **Оцініть витрачений час.** На карті маршруту вкажіть тривалість основних етапів подорожі

Етап порівняння автомобілів у подорожі Еріка зайняв 1 місяць. Цей етап здається досить довгим і існує ризик, що Ерік не зможе успішно продовжити свій шлях. Є кілька причин, через які цей етап міг зайняти так багато часу. Можливо, обсяг ручної роботи, яку Ерік виконував, порівнюючи автомобілі поза додатком, в Excel і відстежуючи місцеві пропозиції щодо можливих збігів, також сприяв тривалому етапу порівняння. YourNextCar має кілька можливостей оптимізувати платформу, щоб спростити цей етап взаємодії з клієнтом.

CUSTOMER JOURNEY MAP *Shopping for a New Car*

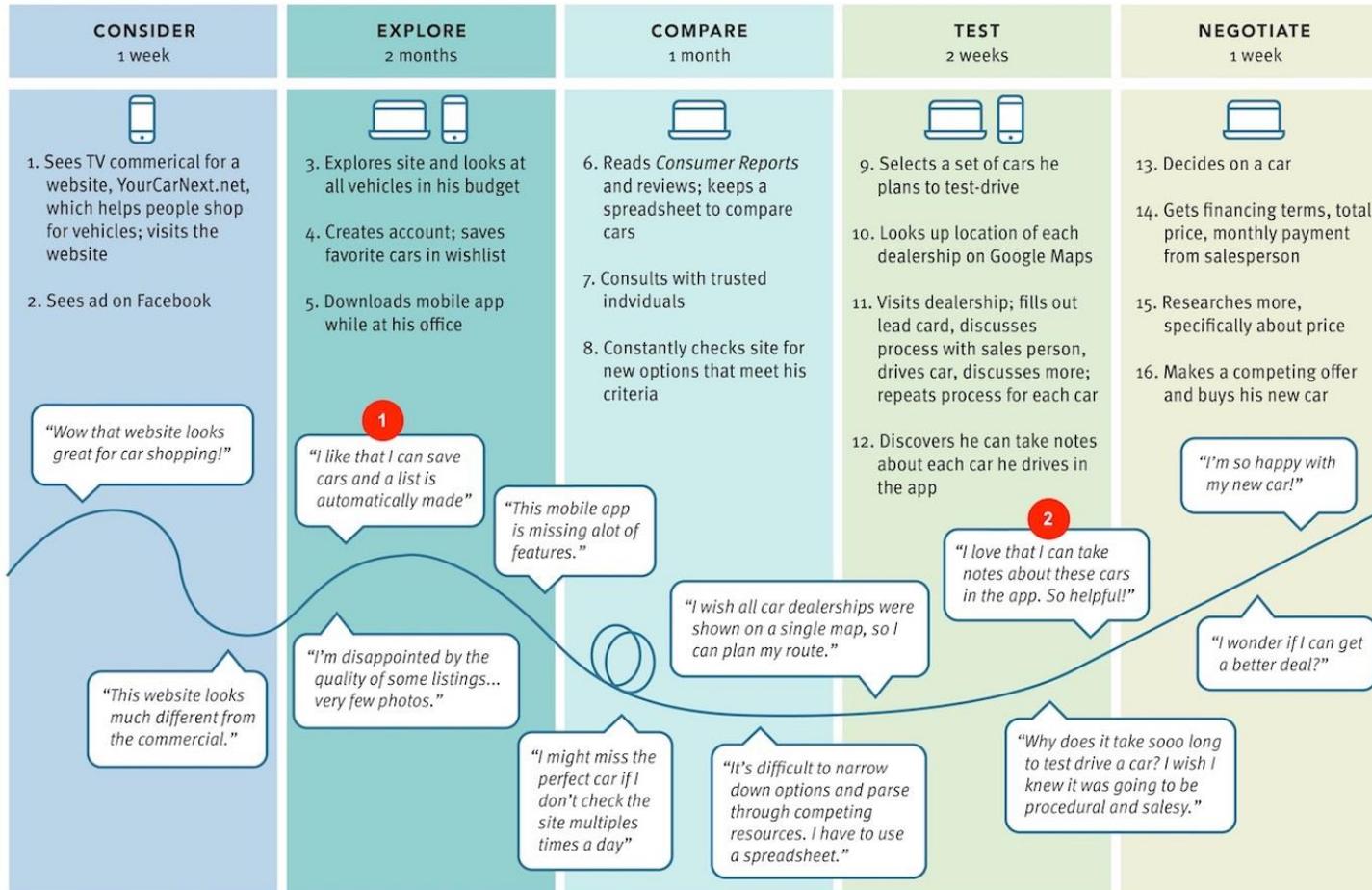


EMOTIONAL ERIC

Eric is an emotional car buyer. He purchases based on aesthetics and status.
Scenario: Eric recently moved to the area. He is shopping for a car that is fun to drive and dependable enough for use for everyday commuting.

EXPECTATIONS

- Ability to compare cars and their breakdowns
- Good photography with closeups, inside and out
- Video overview of car with demonstrations

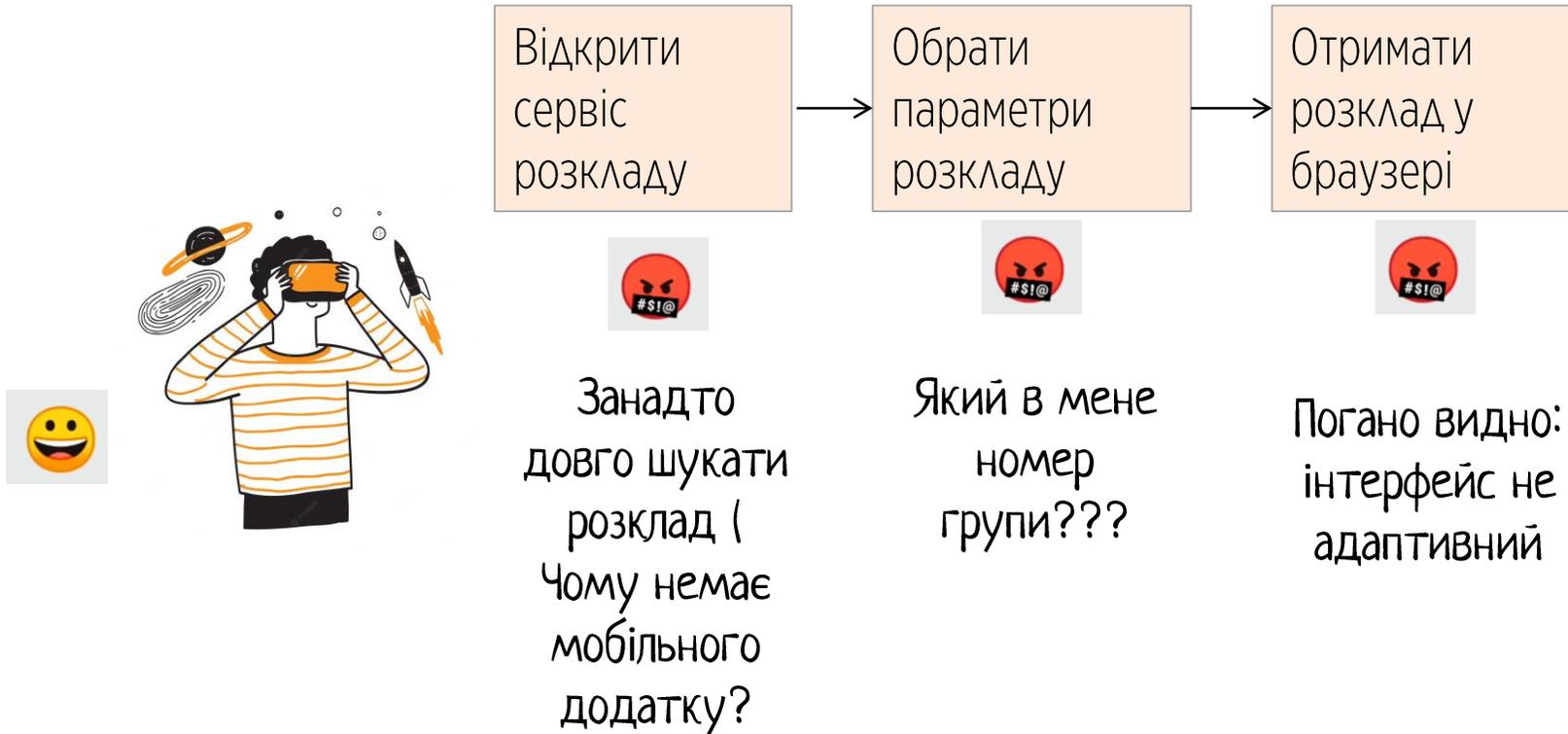


6. Виявіть ПОЗИТИВНІ КЛЮЧОВІ МОМЕНТИ

У ході поїздки Ерік двічі відчував позитивні емоції, оскільки виявив функції, які значно полегшили процес купівлі автомобіля. Це може мати вирішальне значення для емоційного стану клієнта та успіху всього процесу покупки.

Дослідження взаємодії реального користувача з реальним продуктом.

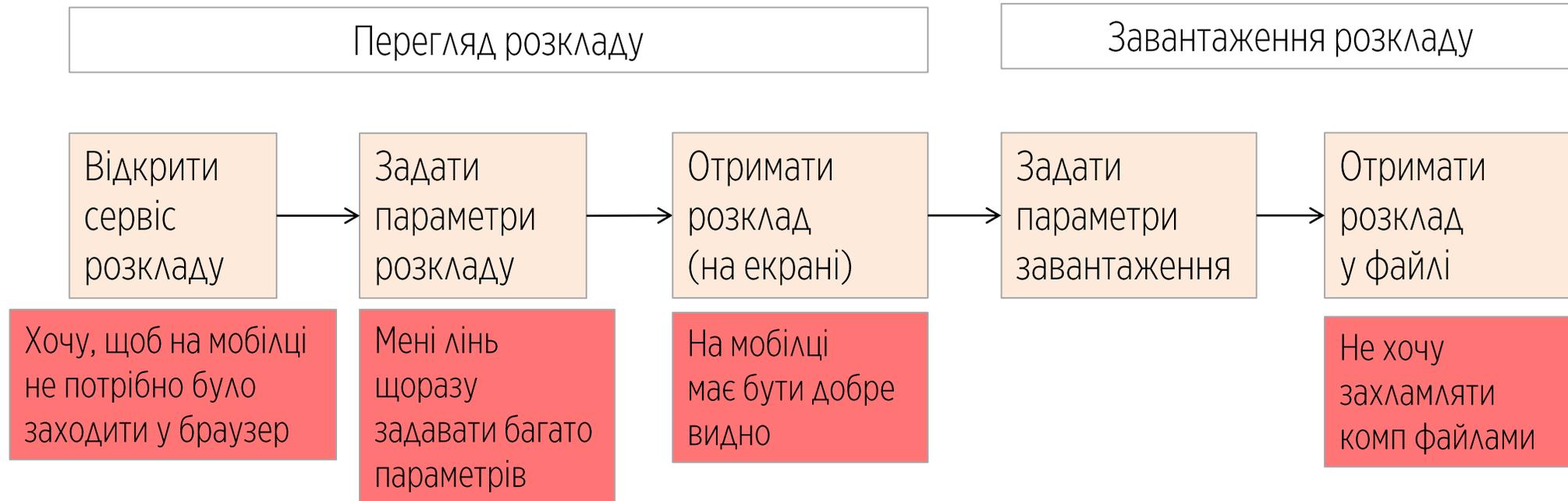
Дослідження реалізації функції «Перегляд розкладу».



Дії користувачів для функції «Перегляд і завантаження розкладу»



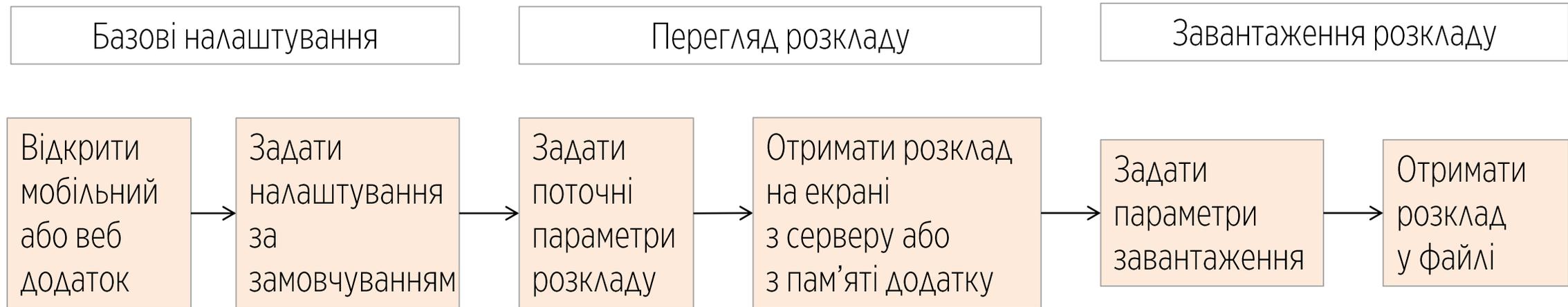
Дії користувачів для функції «Перегляд і завантаження розкладу»



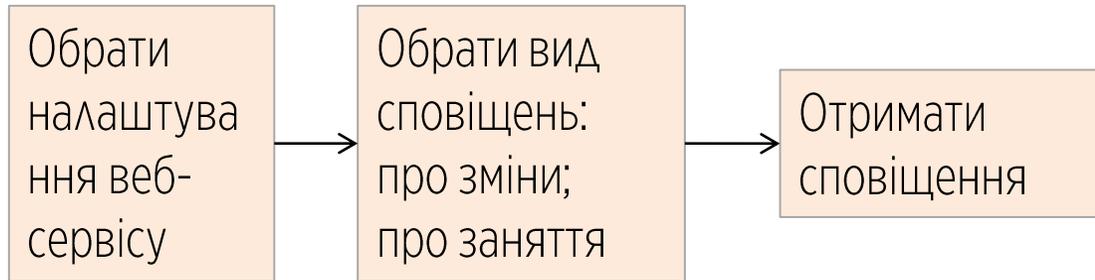
Дії користувачів для функції «Перегляд і завантаження розкладу»



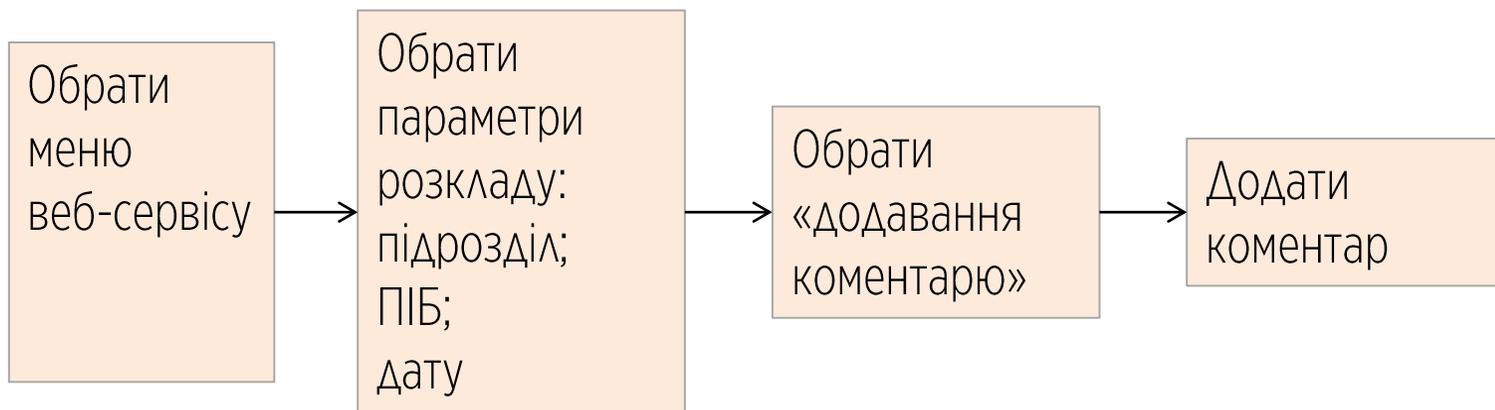
Дії користувачів для функції «Перегляд і завантаження розкладу» (змінено)



Кроки користувачів для функції «Включення сповіщень»:

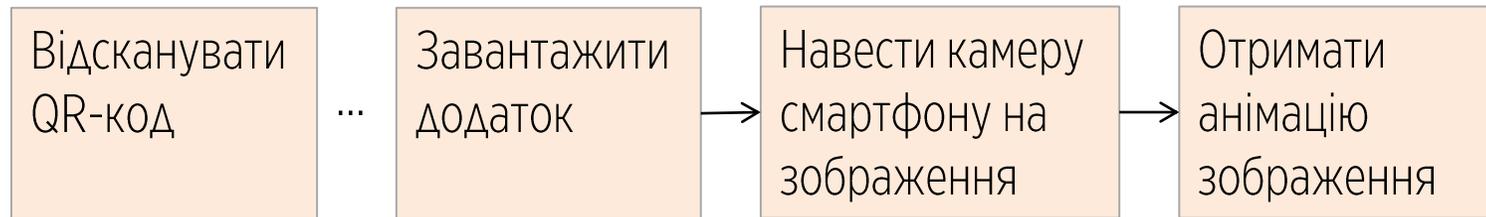


Кроки користувачів для функції «Додавання коментарів»:



Кроки користувачів для функції «Завантаження AR-контенту з анімацією зображення»:

Як поціновувач мистецтва,
я хочу/можу завантажити AR-контент з анімацією картин,
щоб познайомитися із шедеврами українського живопису та сучасним цифровим мистецтвом



Часто дії розписують менш детально

User story map — це карта *декомпозиції* на кроки дії користувача, записаної у User story, з описанням *засобів підтримки* продуктом кожного кроку і з розділенням цих засобів на *рівні від простого до складного*. Допомагає визначити, які завдання мають бути вирішені та розташувати їх у порядку пріоритетності.

User story:

- Як <роль або тип користувача>,
- я хочу <виконати дію або отримати результат>,
- щоб <отримати цінність>



Дії

Activities

High-level tasks users can do in the digital product

CHECK ACCOUNT
BALANCEDEPOSIT A
CHECK

кроки

Steps

Steps users go through to complete the activity above

LOG IN

ACCESS
ACCOUNTSENTER MOBILE
DEPOSIT DETAILS

SIGN CHECK

PHOTOGRAPH
CHECKSUBMIT
DEPOSITCONFIRM
DEPOSIT

реалізація

Details

Granular, discrete interactions to complete the step above

ENTER USERNAME
OR EMAILVIEW ACCOUNT
BALANCES

CHOOSE ACCOUNT

READ TIPS FOR
TAKING CHECK
PHOTOSENABLE CAMERA
ACCESSCONFIRM
DEPOSITVIEW
CONFIRMATION
MESSAGEENTER
PASSWORDSEE PENDING
TRANSACTIONSENTER DEPOSIT
AMOUNTTURN PHONE
HORIZONTALUNDERSTAND
AMOUNT
AVAILABLERECEIVE EMAIL
CONFIRMATIONPRESS LOGIN
BUTTONOPEN NEW
ACCOUNTVIEW
TRANSACTION
LIMITSTAKE A PHOTO
OF FRONT AND
BACK

CANCEL DEPOSIT

Future Releases

Deferred details for future sprints and releases

INITIATE
FORGOT
PASSWORDSEE LEGAL
DISCLOSURESAUTOFILL
NUMBERSGET INSTANT
ACCESS TO ALL
FUNDSVIEW DEPOSIT IN
PAST DEPOSITS

Базові налаштування

Перегляд розкладу

Завантаження розкладу



Перегляд розкладу

За необхідності
задати поточні
параметри
розкладу

Вибір суб'єкта розкладу
(особи або групи)

Вибір дати розкладу

Вибір кількості днів
у розкладі

Вибір одного суб'єкта
розкладу

За замовчуванням –
поточний тиждень

За замовчуванням
– 7 днів

Вибір з варіантів:
поточний тиждень
або місяць

Вибір кількості днів
у розкладі: 7-31

Вибір декількох суб'єктів
розкладу

Вибір дат за
календарем

дія

кроки

реалізація

MVP

Завантаження розкладу

Дія
Задати
параметри
завантаження

кроки
Вибір типу файлу
для завантаження

Вибір місця
завантаження

Запуск
завантаження

реалізація
За замовчуванням – jpg

За замовчуванням –
папка «Завантаження»

Кнопка
«Завантажити»

Вибір: xls, doc

Вибір папки

Завантаження розкладу

Задати
параметри
завантаження

Вибір типу файлу
для завантаження

Вибір місця
завантаження

Запуск
завантаження

Кнопка
«Завантажити»

Поле для вибору типу
файлу (xls, doc)

Форма для вибору
папки

дія

кроки

інтерфейс

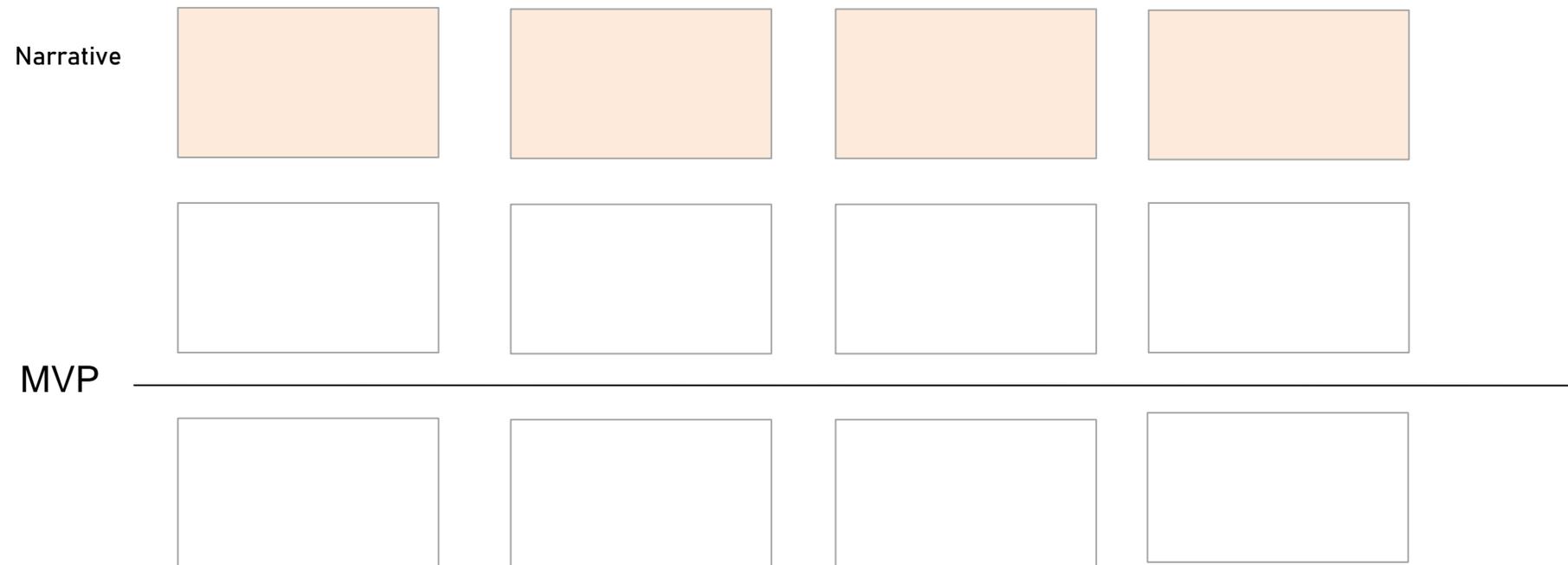
User story map для функції «Завантаження розкладу»:

Як студент,
я хочу завантажити розклад занять,
щоб мати зручний доступ до розкладу навіть за відсутності інтернету



User story map для функції ... продукту, який розробляється у дипломній роботі:

- **Як** <роль або тип користувача/ситуація> ,
- **я хочу** <виконати дію або отримати результат> ,
- **щоб** <отримати цінність>

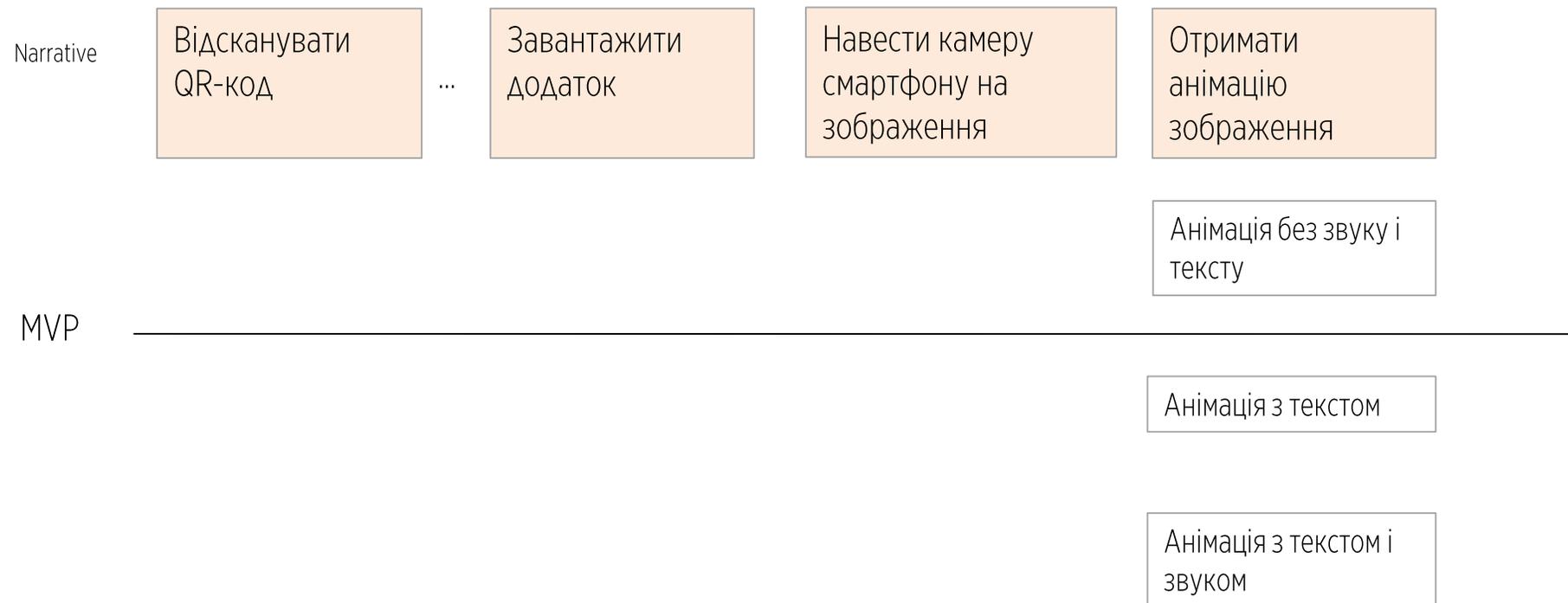


User story map для функції «Завантаження AR-контенту з анімацією зображення»:

Як поціновувач мистецтва,

я хочу завантажити AR-контент з анімацією картин,

щоб познайомитися із шедеврами українського живопису та сучасним цифровим мистецтвом



Обрати
меню
веб-
сервісу

Обрати
параметри
розкладу

Форма вибору
параметрів
розкладу:
викладач,
група

Отримати
розклад у
браузері

Таблиця з
розкладом
на тиждень

Обрати
меню
веб-
сервісу

Обрати
параметри
розкладу

Форма вибору
параметрів
розкладу:
викладач,
група

Обрати вид
завантаження

Кнопка
«завантажити
»

Зберегти
завантажений
файл

Автоматичне
завантаження
у папку
«Загрузки»

Форма вибору параметрів розкладу

На групу На викладача Розклад дзвінків Фізичне виховання Мобільні додатки

Факультет

Спеціальність

Курс

Група

Студент

Остання переглянута група: 8.04.186.010.22.1

	Дата1	Дата2	Дата3	Дата4	Дата5	Дата6	...
пара 1							
пара 2							
пара 3							
пара 4							
пара 5							
пара 6							

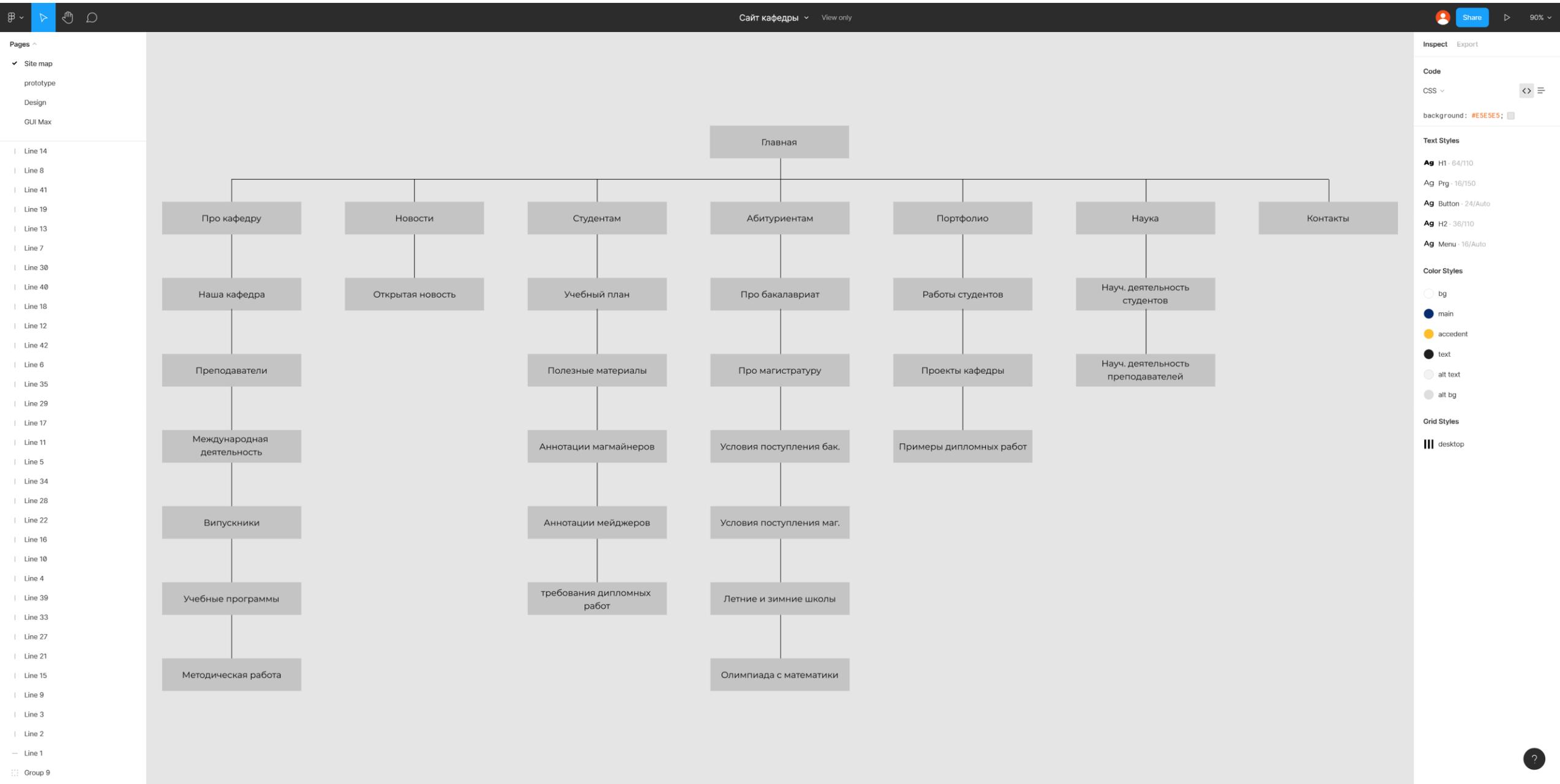
Wireframe — це блок-схема інтерфейсу, яка показує, де що має бути розташоване, але не вдаючись до деталей зовнішнього вигляду.

Завдання блок-схеми – показати структуру сторінки, затвердити розташування та кількість елементів, зібрати спільну композицію.

У блок-схемі нічого не повинно відволікати від структури контенту, тому зазвичай у блок-схемах використовують лише ахроматичні кольори. Блоки інформації зображуються сірими прямокутниками та іншими графічними примітивами з мінімальним описом.



Метод 10. Wireframe. Блок-схема загалвної структури сайту





- Pages
- Site map
- ✓ prototype
- Design
- GUI Max
- Text
- здесь можно тезисно показать п...
- здесь так же можно чередовать ...
- здесь могут чередоваться фото / ...
- про кафедру
- открытая новость
- информация про специальность
- короткая информация
- кнопки для выбора
- кнопки для выбора
- Студентам
- Студентам
- Абитуриентам
- Примеры дипломных работ
- Проекты кафедры
- Работы студентов
- преподаватели
- новости
- главная



здесь можно тезисно показать преимущества кафедры



кнопки для выбора

короткая информация

информация про специальность



кнопки для выбора



Inspect Export

Code

CSS

background: #E5E5E5;

Text Styles

- Ag H1 - 64/110
- Ag Prg - 16/150
- Ag Button - 24/Auto
- Ag H2 - 36/110
- Ag Menu - 16/Auto

Color Styles

- bg
- main
- accented
- text
- alt text
- alt bg

Grid Styles

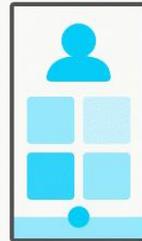
- desktop

Interface Design

1.
Thumbnail
page level



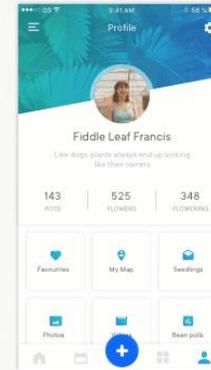
2.
Blockframe
layout level



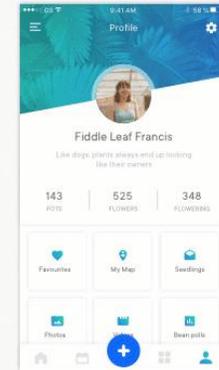
3.
Wireframe
component level



4.
Interface
styles level

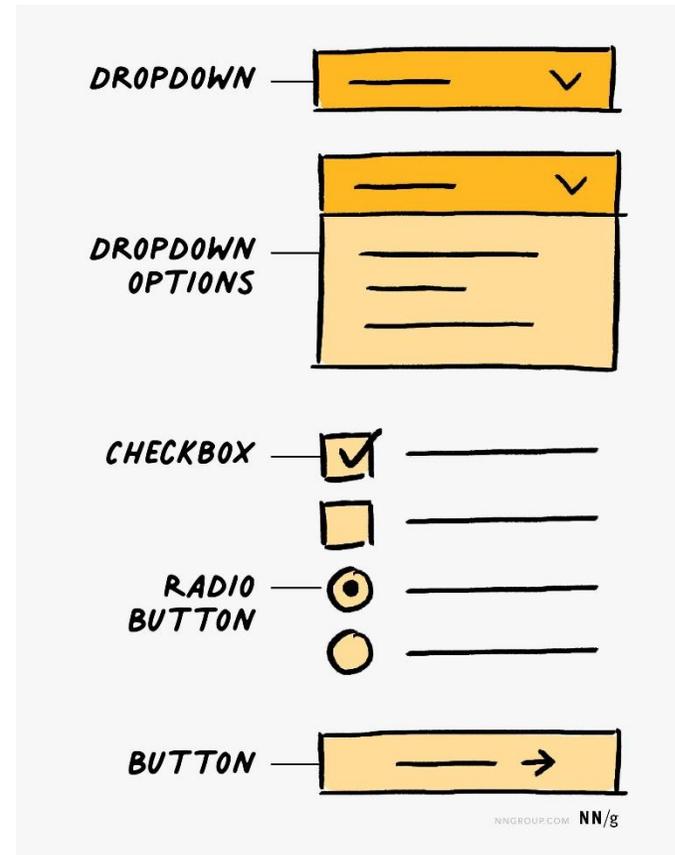
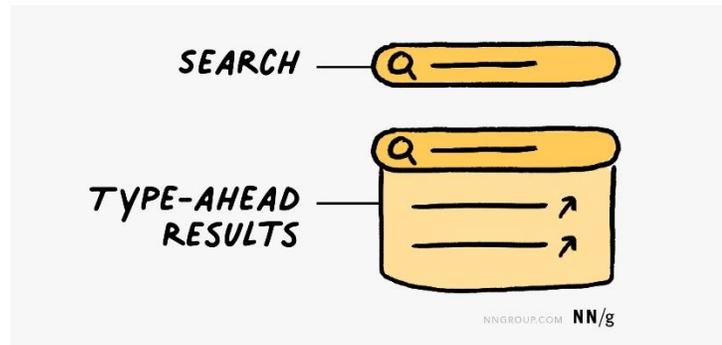
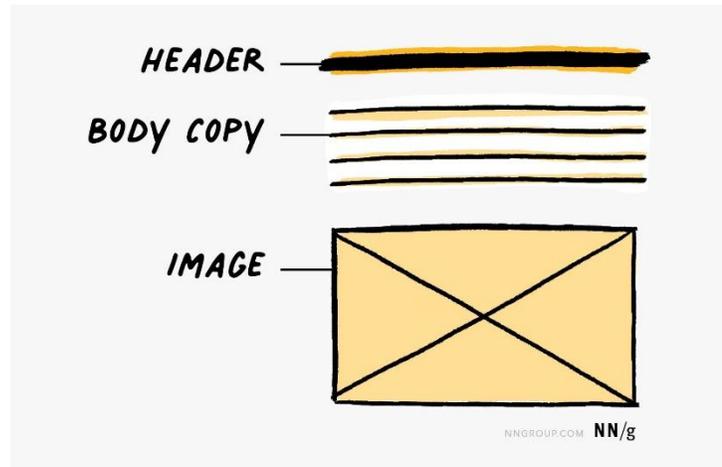


5.
Prototype
interactions level



low-res ↔ high-res

NN/g Nielsen Norman Group



 ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені Семена Кузнеця

РОЗКЛАД. Головна сторінка

На групу | На викладача | Розклад дзвінків | Фізичне виховання | Мобільні додатки

Факультет:

Спеціальність:

Курс:

Група:

Студент:

Остання переглянута група: [8.04.186.010.22.1](#)

 ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені Семена Кузнеця

РОЗКЛАД із заданими параметрами

	Дата1	Дата2	Дата3	Дата4	Дата5	Дата6	...
пара 1							
пара 2							
пара 3							
пара 4							
пара 5							
пара 6							

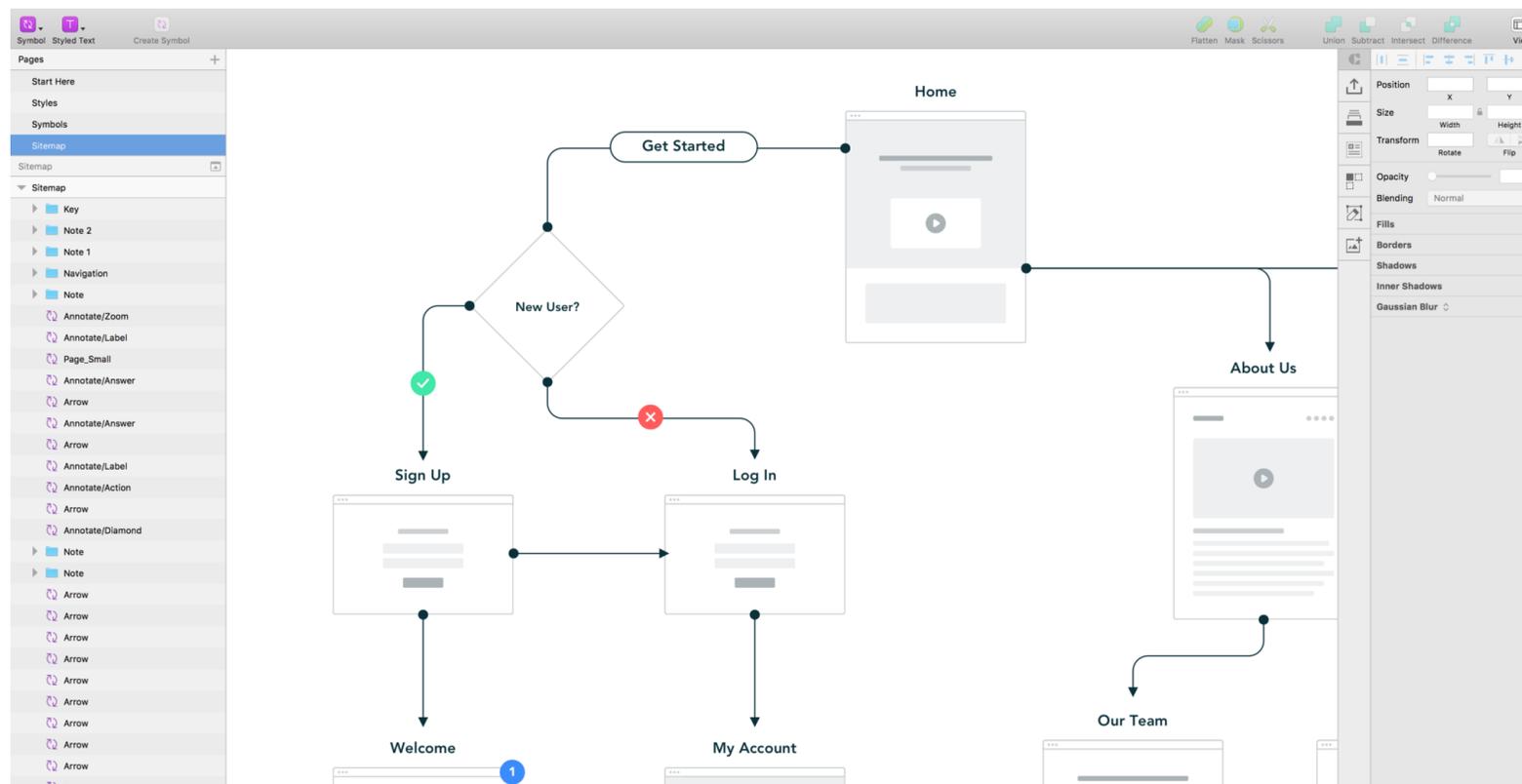
User flow — це візуальне представлення шляху користувача у вигляді схеми дій, які користувач повинен виконати з продуктом з моменту відкриття (запуску) продукту до досягнення своєї мети.

User Flow відображає кроки користувача для досягнення конкретної мети через інтерфейс.

User Flow можна скласти як для всього продукту в цілому, так і для його окремої функції.

User Flow можна візуалізувати як на макеті продукту, так і окремо.

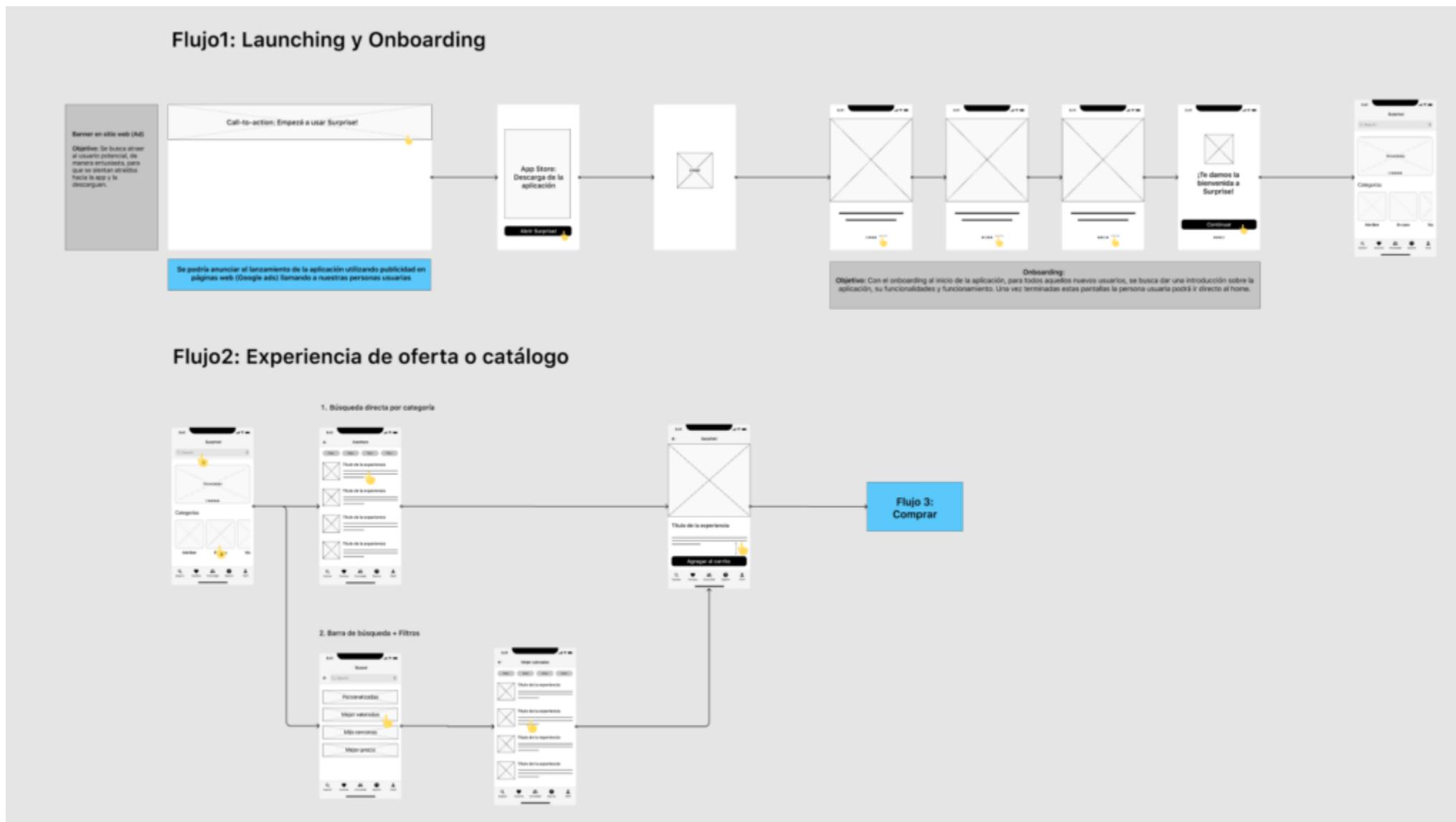
Малювати UF можна будь-де. Але для зручності краще використовувати платформи з готовим набором елементів (FigJam, Miro, Draw.io тощо).



1. User flow



2. Wire flow



Етапи:

1. Описати користувача
2. Визначити мету
3. Визначити точки входу
4. Продумати шлях від точки входу до точки виходу

Стандартні блоки:

Коло чи овал – початок і кінець сценарію.

Стрілка – напрямок руху користувача за сценарієм.

Прямокутник — дія, яку потрібно виконати для просування вперед за сценарієм.

Ромб - рішення або вибір, який повинен зробити користувач, якщо він має кілька опцій.

Паралелограм - введення або виведення нової інформації.

Оптимізація шляху користувача:

- скорочення кількості дій (кліків тощо);
- скорочення когнітивного навантаження;
- скорочення траєкторії погляду (скорочення відстані на екрані між взаємопов'язаними елементами)

Доцільно виписати топ 30 основних дій користувача, щоб надати їм доступ із головного екрана



Форма вибору параметрів розкладу

На групу На викладача Розклад дзвінків Фізичне виховання Мобільні додатки

Факультет

Спеціальність

Курс

Група

Студент

Остання переглянута група: 8.04.186.010.22.1

Розклад із заданими параметрами

	Дата1	Дата2	Дата3	Дата4	Дата5	Дата6	...
пара 1							
пара 2							
пара 3							
пара 4							
пара 5							
пара 6							

 ЗАВАНТАЖИТИ



Форма вибору параметрів розкладу

На групу На викладача Розклад дзвінків Фізичне виховання Мобільні додатки

Факультет

Спеціальність

Курс

Група

Студент

Остання переглянута група: 8.04.186.010.22.1

Розклад із заданими параметрами

	Дата1	Дата2	Дата3	Дата4	Дата5	Дата6	...
пара 1							
пара 2							
пара 3							
пара 4							
пара 5							
пара 6							

 ЗАВАНТАЖИТИ

 ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені Семена Кузнеця

РОЗКЛАД. Головна сторінка

На групу | На викладача | Розклад дзвінків | Фізичне виховання | Мобільні додатки

Факультет:

Спеціальність:

Курс:

Група:

Студент:

Остання переглянута група: 8.04.186.010.22.1



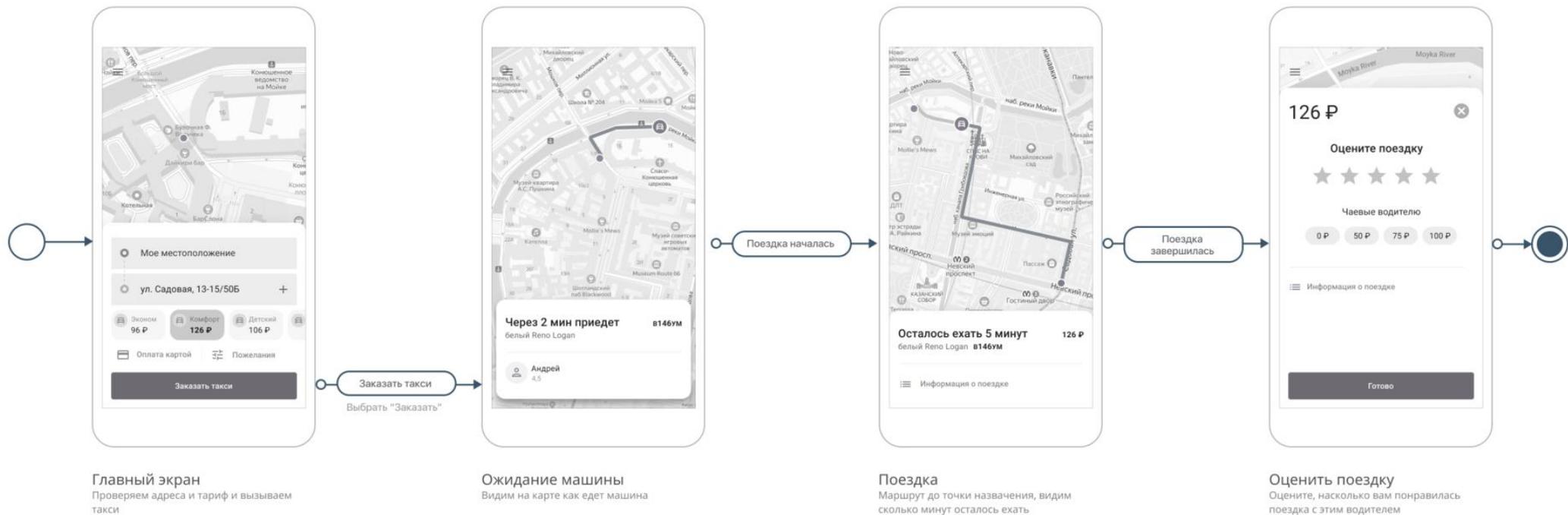
 ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені Семена Кузнеця

РОЗКЛАД із заданими параметрами

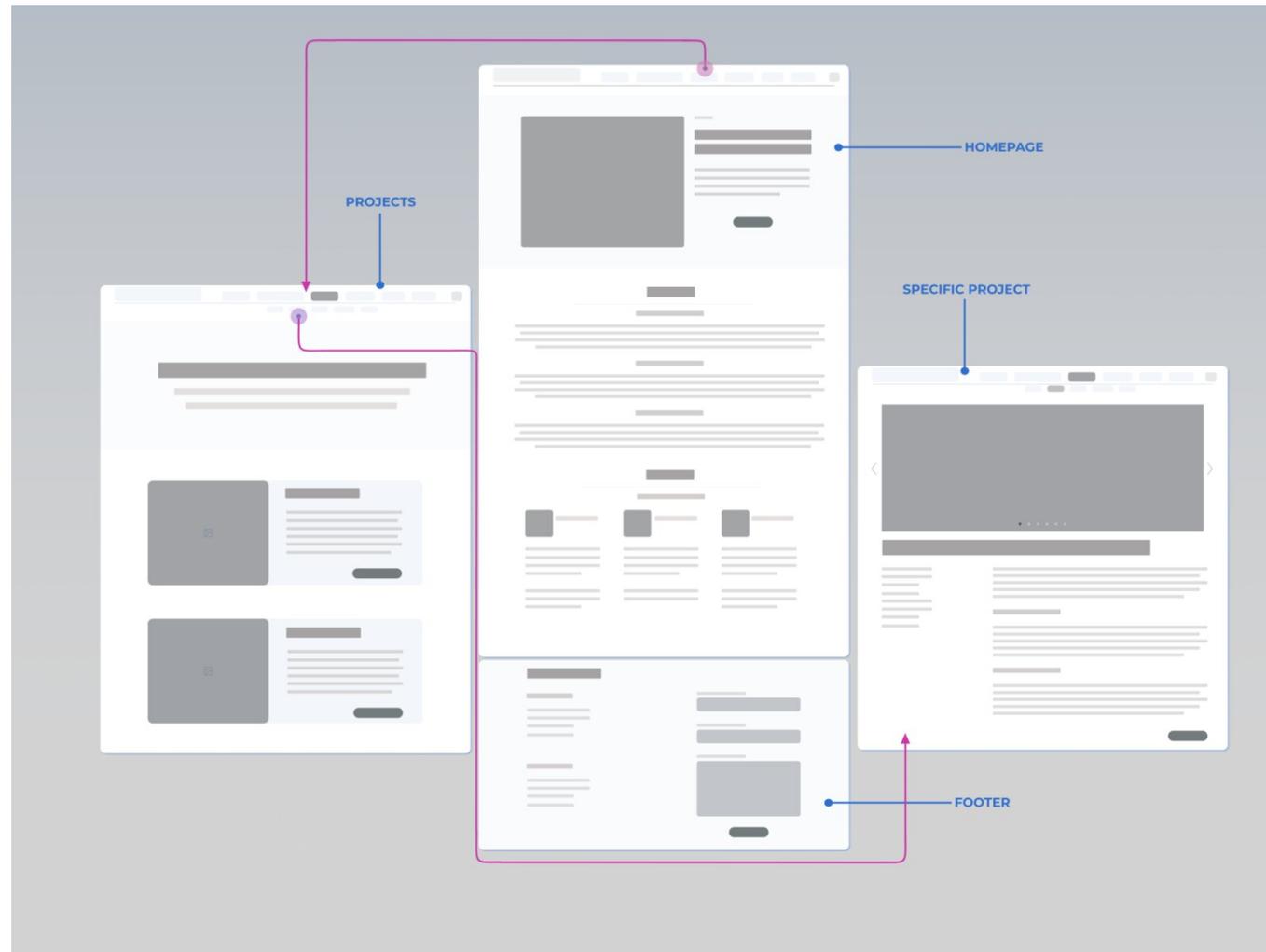
	Дата1	Дата2	Дата3	Дата4	Дата5	Дата6	...
пара 1							
пара 2							
пара 3							
пара 4							
пара 5							
пара 6							



КЕЙС 1 | ПОЕЗДКА НА РАБОТУ НА ТАКСИ



Діаграми User Flow відображають процес взаємодії користувача з продуктом від точки входу до фінальної взаємодії



ІНТЕРАКТИВНИЙ ПУТІВНИК ПО ХАРКОВУ З БОНУСНИМИ ПРОГРАМАМИ

ФУНКЦІЇ:

надання інформації про пам'ятки;
реклама закладів харчування й т. п.

ОТРИМУЙ БАЛИ:

- за перегляд пам'ятки
- за написання відгуку
- за додавання фотографії
- Бали можна використовувати на продукти зі знижками від компаній-партнерів



САЙТ-ПУТІВНИК ПО ХАРКОВУ З БОНУСНИМИ ПРОГРАМАМИ

ФУНКЦІЇ:

надання інформації про пам'ятки;
реклама закладів харчування й т. п.

ОТРИМУЙ БАЛИ:

- за перегляд пам'ятки
- за написання відгуку
- за додавання фотографії
- Бали можна використовувати на продукти зі знижками від компаній-партнерів

Функції сайту	Сторінки сайту
Ознайомлення з проєктом	Головна сторінка
Огляд пам'яток Харкова	Огляд пам'яток Харкова
Ознайомлення з конкретною пам'яткою	Віртуальна екскурсія
Рекламування закладів-партнерів	Огляд закладів харчування у Харкові
Збір відгуків	Особистий кабінет користувача
Нарахування бонусів	Особистий кабінет користувача
Надання знижок у закладах-партнерах	Особистий кабінет користувача
Списання бонусів	Особистий кабінет користувача

Головна
сторінка

Огляд
пам'яток



Віртуальна
екскурсія

Особистий
кабінет

Огляд
закладів



Персонаж 1. Андрій. Студент

Мета: саморозвиток

Фрустрація: буде багато зайвої інформації

Персонаж 2. Борис. Приїжджий

Мета: розвага

Фрустрація: мало часу

Персонаж 3. Віра. Мати з дитиною

Мета: розвиток дитини

Фрустрація: дитині не цікаво

Персонаж 4. Галина. Жінка, яка повернулася з евакуації

Мета: спогади

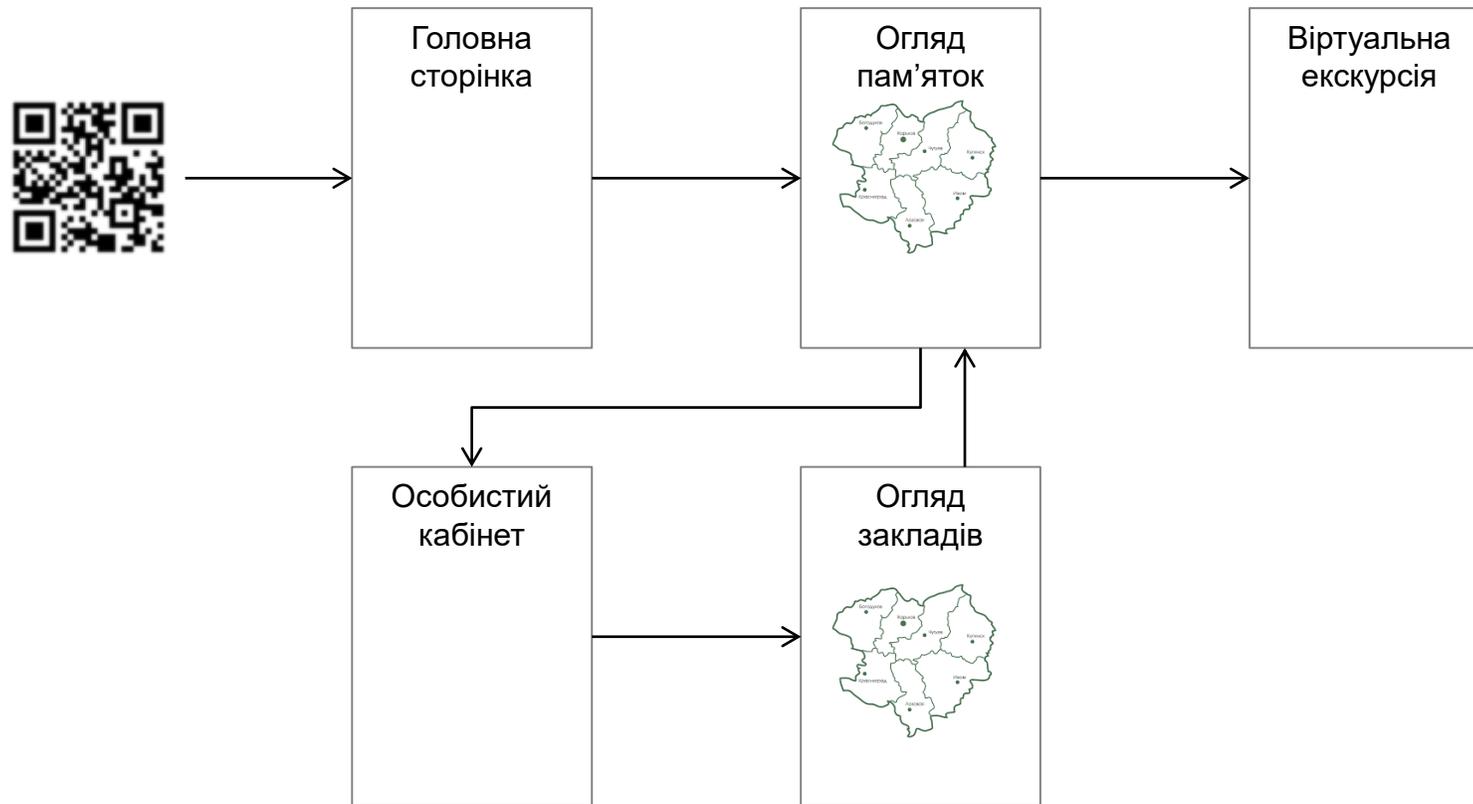
Фрустрація: розчарування від побаченого

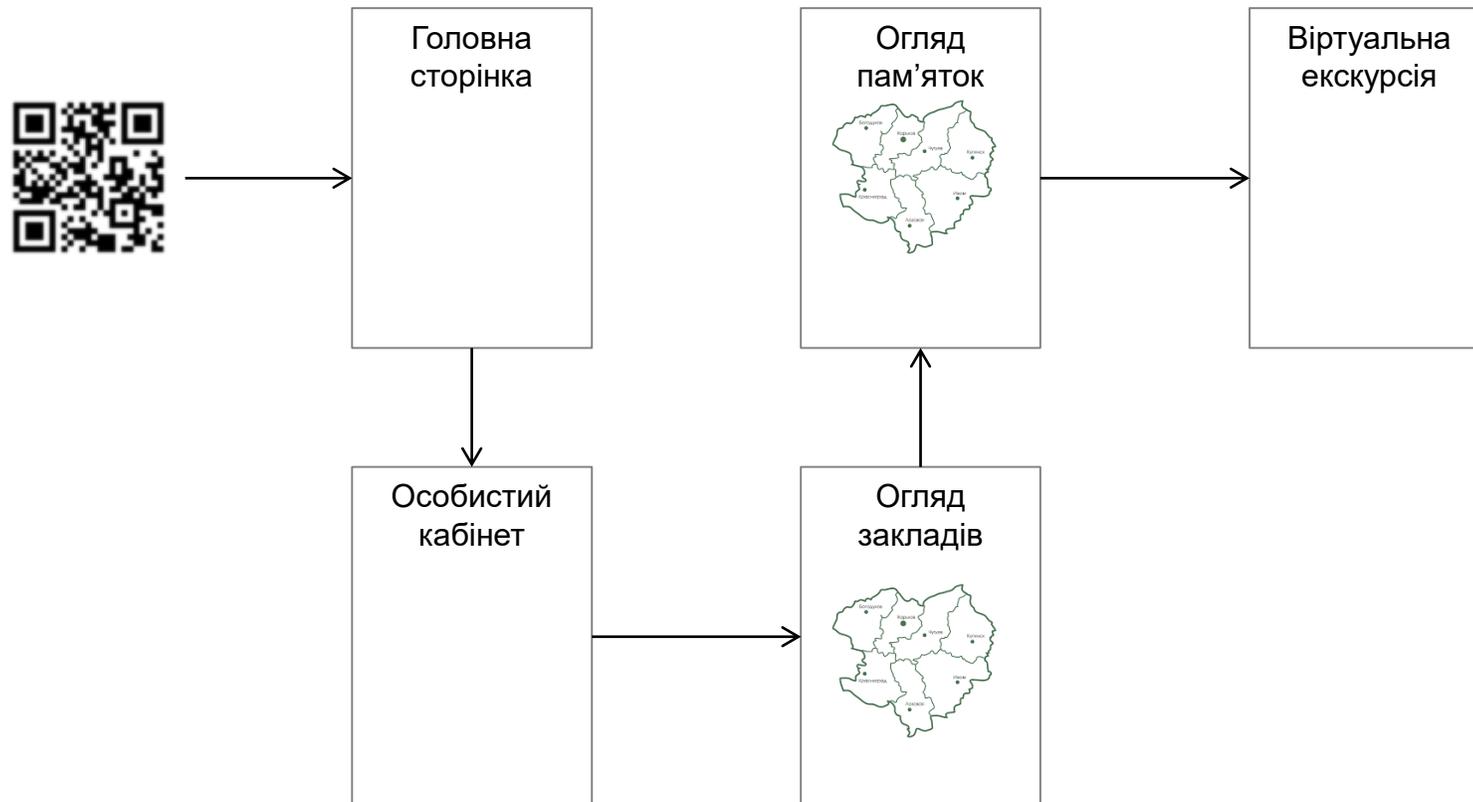
Сценарій 1.

Віра дізналася про сайт від знайомих.

Зайшла на сайт і створила власний кабінет.

Після цього обрала маршрут прогулянок з дитиною.





Сценарій 2.

Приїжджий гуляє містом. Побачив QR-код на будинку. Зацікавився. Зайшов на сайт для того, щоб почитати інформацію про цей будинок

