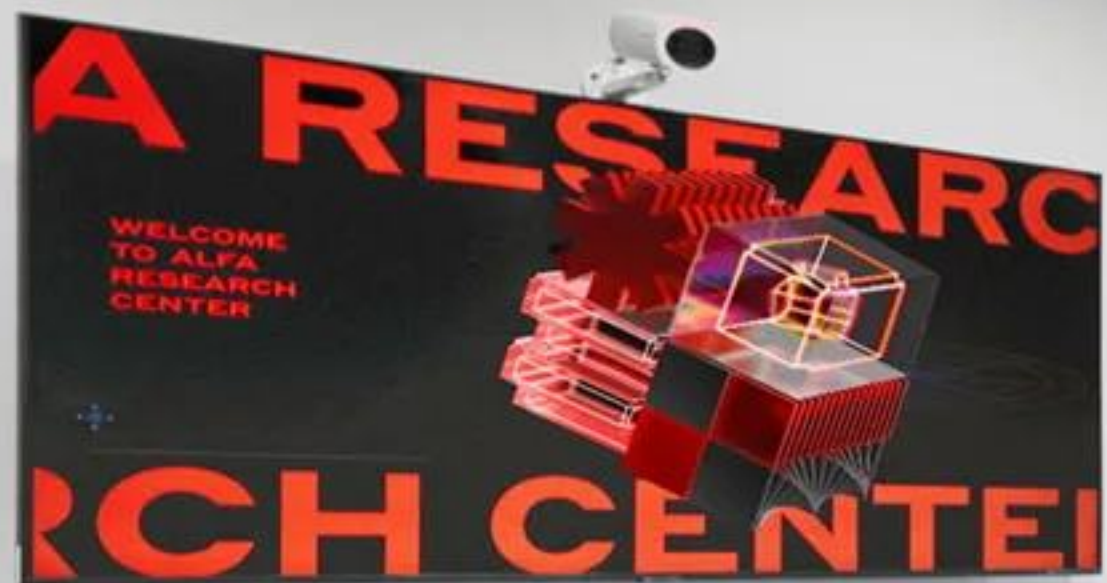


**ТАЙНЫ  
ALFA  
RESEARCH  
CENTER**





Нильсена-Нормана  
улица

UX

квартира

INFO

USABILITY TESTING  
QUANTITATIVE RESEARCH  
EXPERT ASSESSMENT



FOCUS GROUPS  
OBSERVATIONS  
NEUROMARKETING  
SCENARIOS  
PERSONAS  
IN-DEPTH INTERVIEWS  
FIRST CLICK TEST

SURVEYS



TREE TEST

2

EMOTIONAL RESPONSE  
EMPATHY

DESIGN THINKING

EYE TRACKING

UX SPRINT





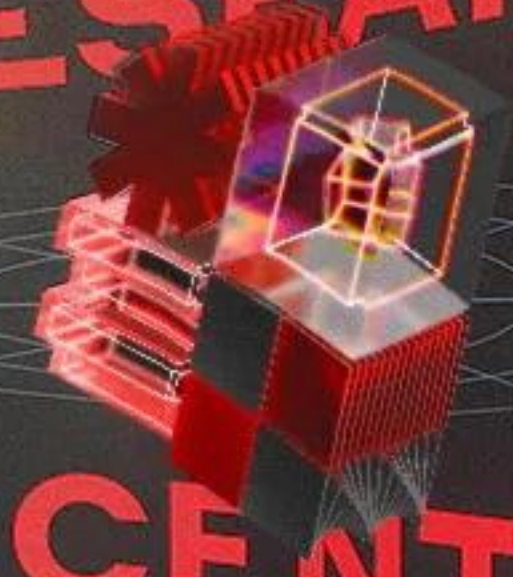






ALFA RESEARCH CENTER

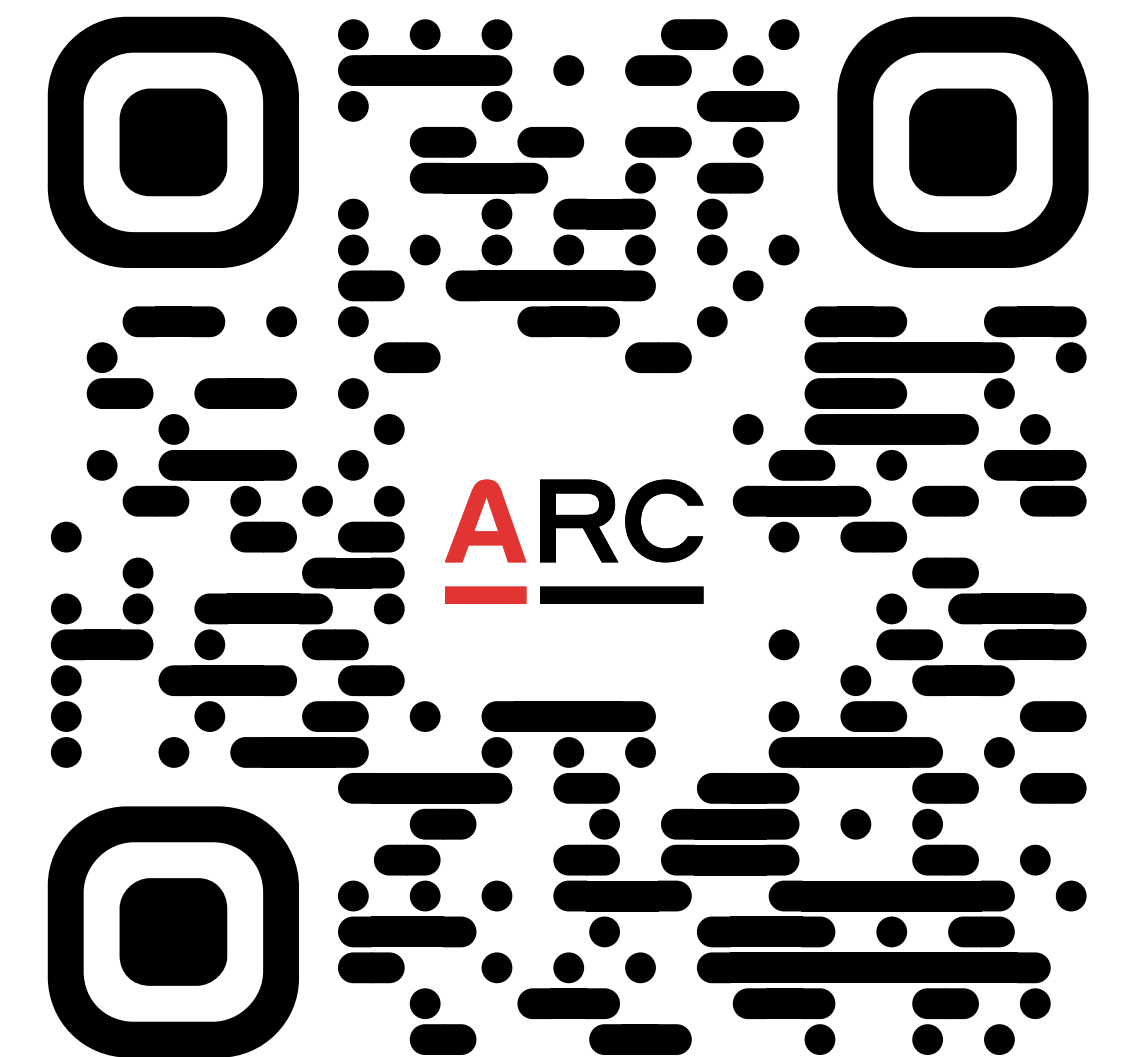
WELCOME TO ALFA RESEARCH CENTER



# ПРИХОДИТЕ В ГОСТИ



**Наталья  
Лукьянович**





# ПОМЕНЯЛИ КРІ

Стратегическая задача Alfa Research Center



**70%**

Прирост числа  
активных клиентов РБ

**30%**

Прирост числа активных  
клиентов ММБ

# КОМПЕТЕНЦИИ ALFA RESEARCH CENTER



Практикуем и пилютируем новые методики исследования контента для привлечения клиентов

## ИССЛЕДОВАНИЕ КОНТЕНТА

МЕТОДЫ ЗАГРУЗКА

**Тестирование рекламных роликов**

очные, удаленные, модерлируемые, немодерлируемые: с айтрекингом, с эмоциональным откликом

**11 дней**

**Тестирование рекламных баннеров**

очные, удаленные, модерлируемые, немодерлируемые: с айтрекингом, с эмоциональным откликом

**5 дней**

**Тестирование наружной рекламы**

очные, удаленные, модерлируемые, немодерлируемые: с айтрекингом, с эмоциональным откликом

**11 дней**

## ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОДУКТА

МЕТОДЫ ЗАГРУЗКА МЕТОДЫ ЗАГРУЗКА

**Глубинные интервью**

Очные, удаленные, модерлируемые, фокусированные

**9 дней**

**Интервью Jobs To Be Done**

**11 дней**

**Дневниковые исследования**

**4 дня**

**Этнография**

**4 дня**

**First Click Test**

**3 дня**

**Количественный опрос**

**4 дня**

**Юзабилити тестирование**

очные, удаленные, модерлируемые, немодерлируемые

**7 дней**

**Сравнительное юзабилити-тестирование**

очные, удаленные, модерлируемые, немодерлируемые: с айтрекингом, с эмоциональным откликом

**11 дней**

**Юзабилити аудит боя**

**7 дней**

**Воркшоп**

генерация идей

**1 день**

**Бенчмарк, конкурентный анализ**

**3 дня**

**Построение CJM**

**2,5 дня**

**Service BluePrint**

«карта сервиса» или фрейм, который визуализирует отношения между различными компонентами сервиса — людьми, оборудованием (материальным или цифровым обеспечением) и процессами

**2,5 дня**

**Фокус-группы**

**4 дня**

**Экспертная оценка (UX-check)**

**0,5 дня**

## ОБУЧЕНИЕ

ВИД ЗАГРУЗКА

**Обучение продуктовых команд Дизайн мышлению**

**2 человека по 2 дня**

**Референс-визит в Alfa Research Center**

**0,5 дня**

**Alfa Research Accelerator**

**4 человека по 10 дней**

## РЕКРУТИНГ

ВИД ЗАГРУЗКА

**Рекрут респондентов**

**3 дня**

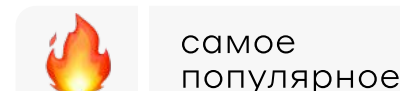
Загрузка рабочих дней, из расчета на 2 сегмента



применяемые технологии



новое



самое популярное

# МАТРИЦА ПОДХОДОВ ALFA RESEARCH CENTER



Формируем функцию управления клиентским опытом на всех этапах создания продукта

## Тестирование Рекламы

Выявляем эмоциональный отклик на рекламные материалы

Определяем на чем концентрируется внимание пользователя

Изучаем контекст и проблемы взаимодействия с различными типами рекламных материалов

## Сравнительное тестирование

очные, удалённые, модерлируемые, немодерлируемые: с айтрекингом, с эмоциональным откликом

9 дней

## Глубинные интервью

9 дней

## Количественный опрос

4 дня

## Фокус-группы

4 дня

СРОК

ЗАГРУЗКА

1-2 недели

**9 дней**

## СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ДИСКАВЕРИ

Поиск идей

Воркшоп 1 день

Глубинные интервью 9 дней

Юзабилити тестирование 7 дней

Количественный опрос 4 дня

Трендотчинг 4 дня

Бенчмарк 3 дня

СРОК

ЗАГРУЗКА

1 квартал

**28 дней**



## ПРОДУКТОВЫЙ ДИСКАВЕРИ

Проверка концепции нового продукта

Воркшоп 1 день

Глубинные интервью 9 дней

Дневниковые исследования 7 дней

Этнография 4 дня

Количественный опрос 4 дня

CJM 3 дня

Service Blue Print 3 дня

СРОК

ЗАГРУЗКА

от 3 недель до 1,5 мес.,  
в зависимости от объёма  
задачи и выбранных методов

**31 день**

## UX — ТЕСТИРОВАНИЕ

Проверка прототипа

Юзабилити тестирование 7 дней

Сравнительное юзабилити  
тестирование 9 дней

First click test 7 дней

СРОК

ЗАГРУЗКА

2-4 недели

**7-23 дня**

## UX-CHECK

UX-чек

Экспертная оценка  
(UX-check) 0,5 дня

СРОК

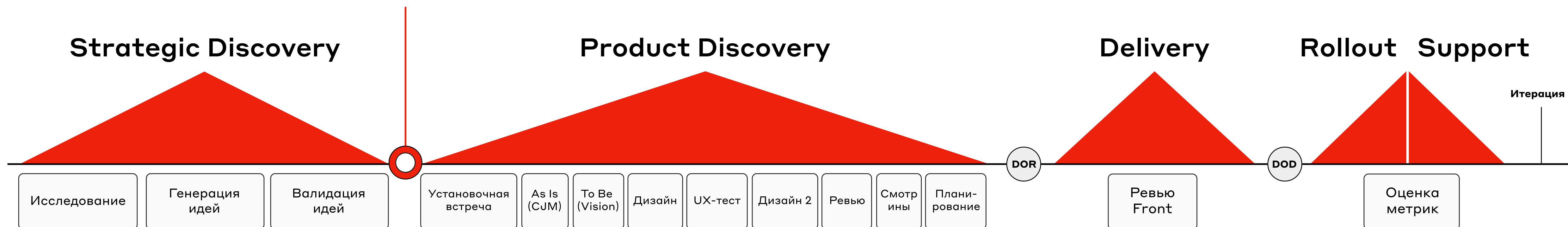
ЗАГРУЗКА

1 день

**0,5 дня**

# ПРОЦЕСС ПРОДУКТОВОЙ РАЗРАБОТКИ

## Мастер-план



# **КАК ФОРМИРУЮТСЯ МАСТЕР ПЛАНЫ**

**Проблема  
формирования  
мастер планов**



# MINI APP В VK

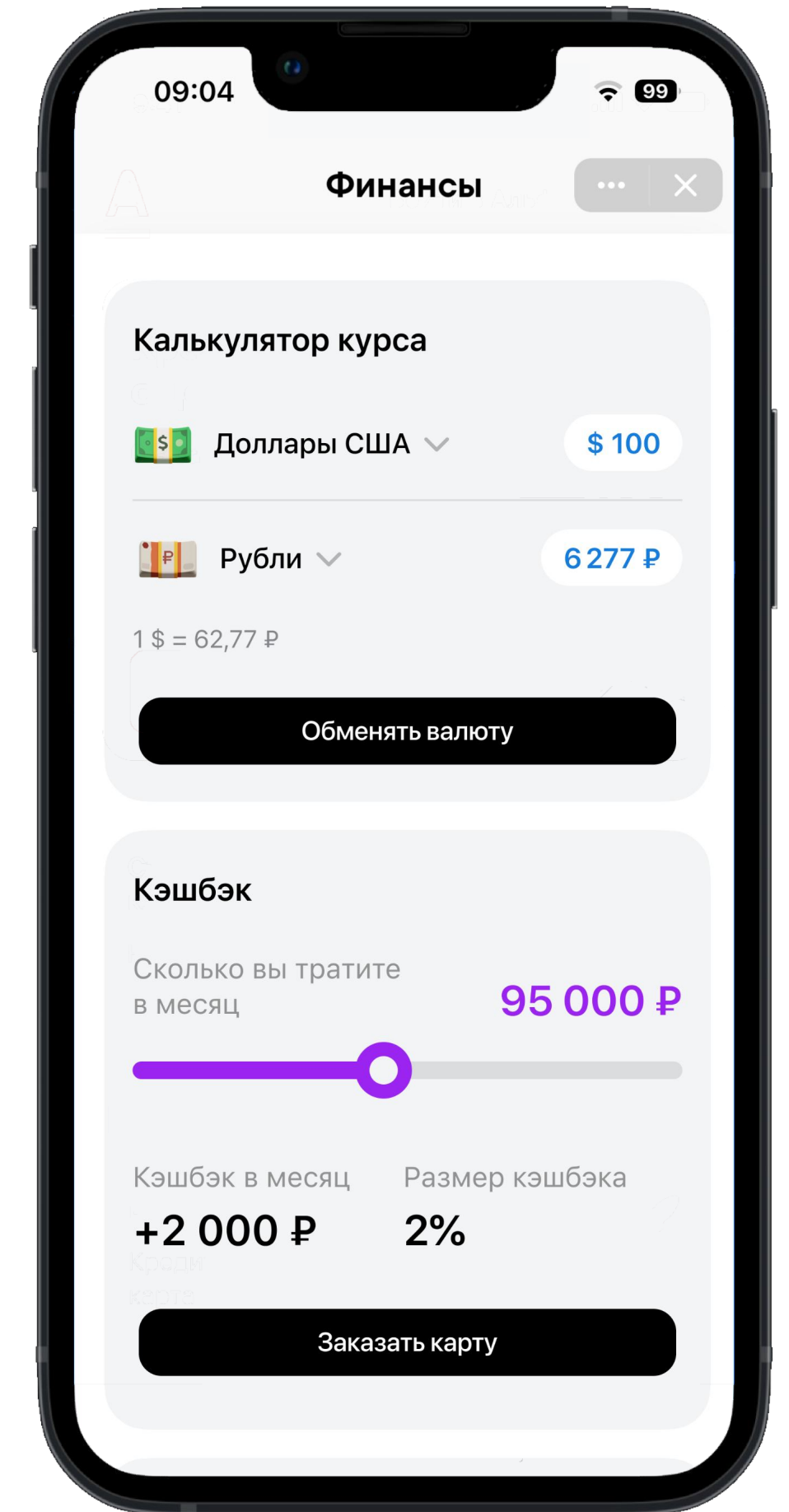
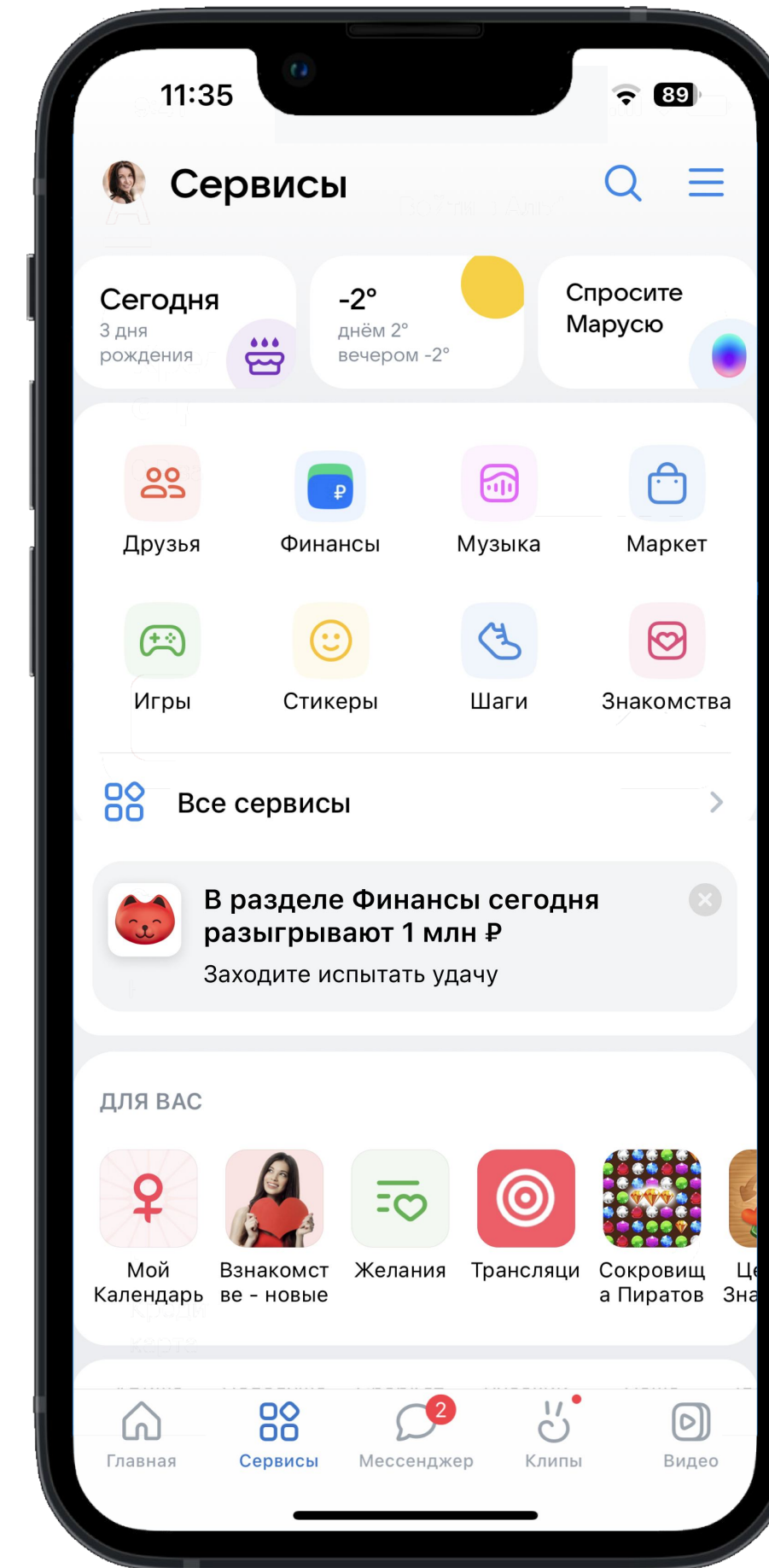
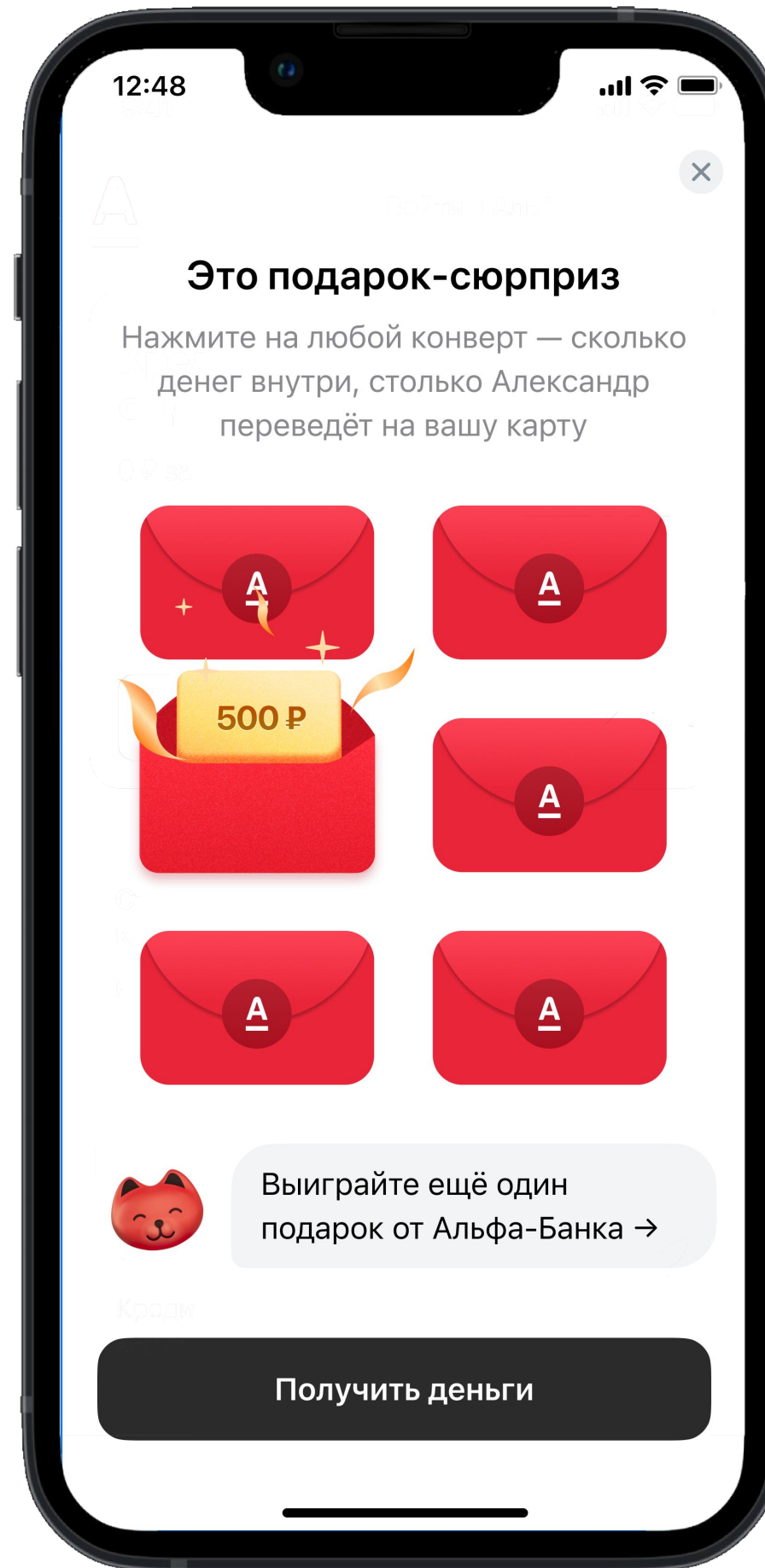
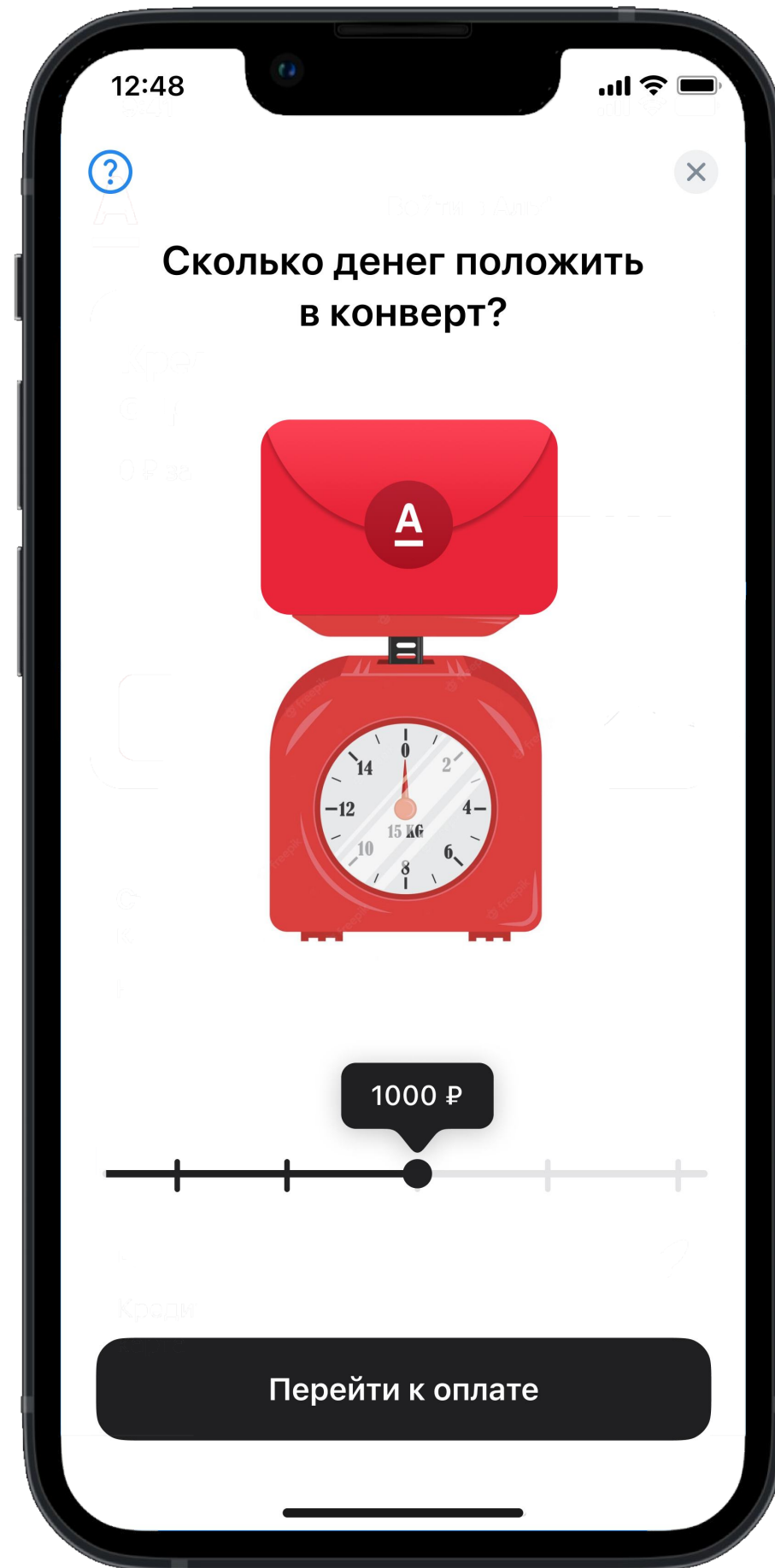
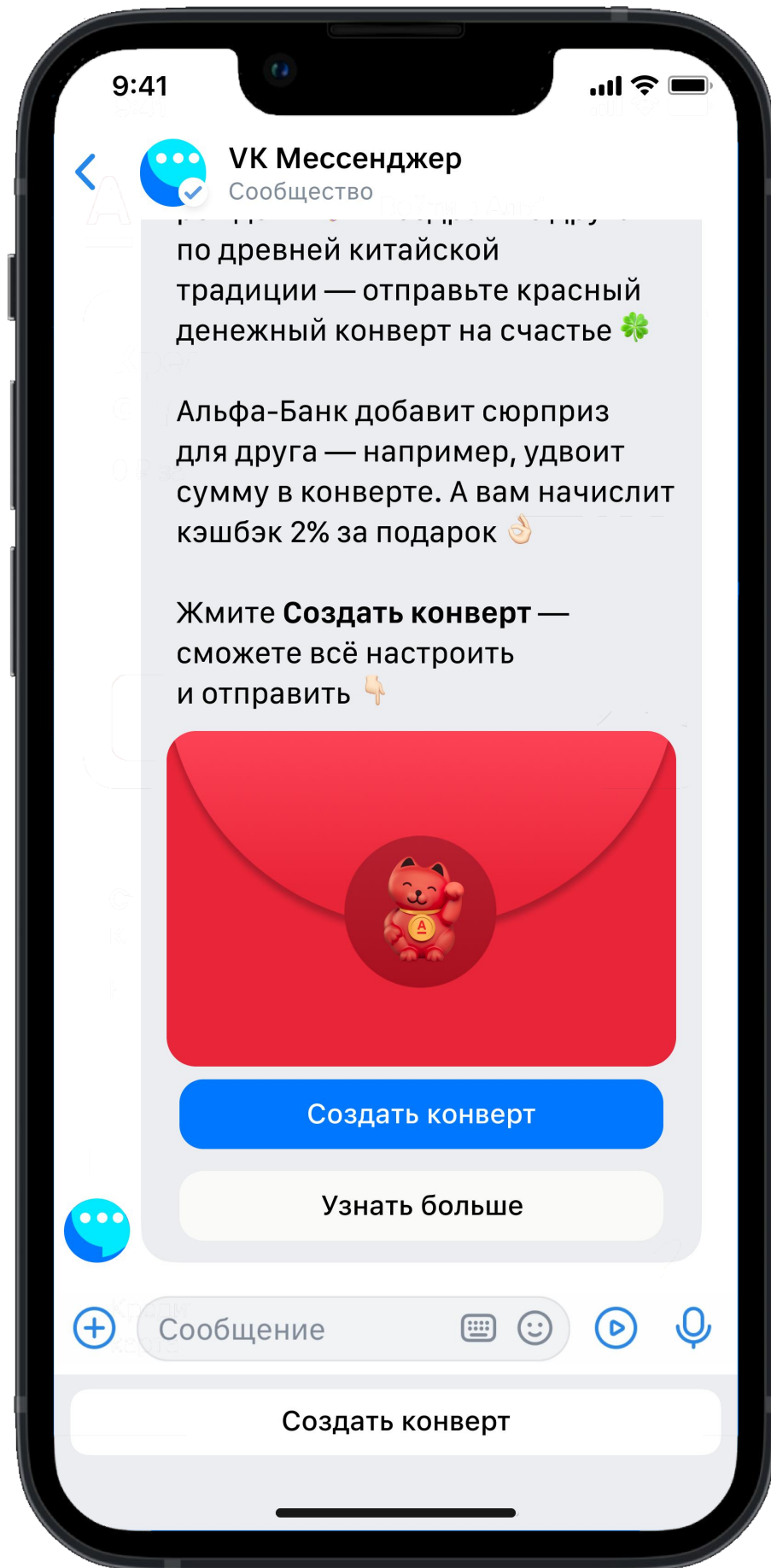
Красные конверты — подарки к праздникам

Игровые механики

Рандомайзер и геймификация

Новые точки входа

Быстры расчёты преимуществ наших продуктов



# STRATEGIC DISCOVERY

Делать **правильные** вещи

Исследование

Генерация  
идей

Валидация  
идей

Мастер-план

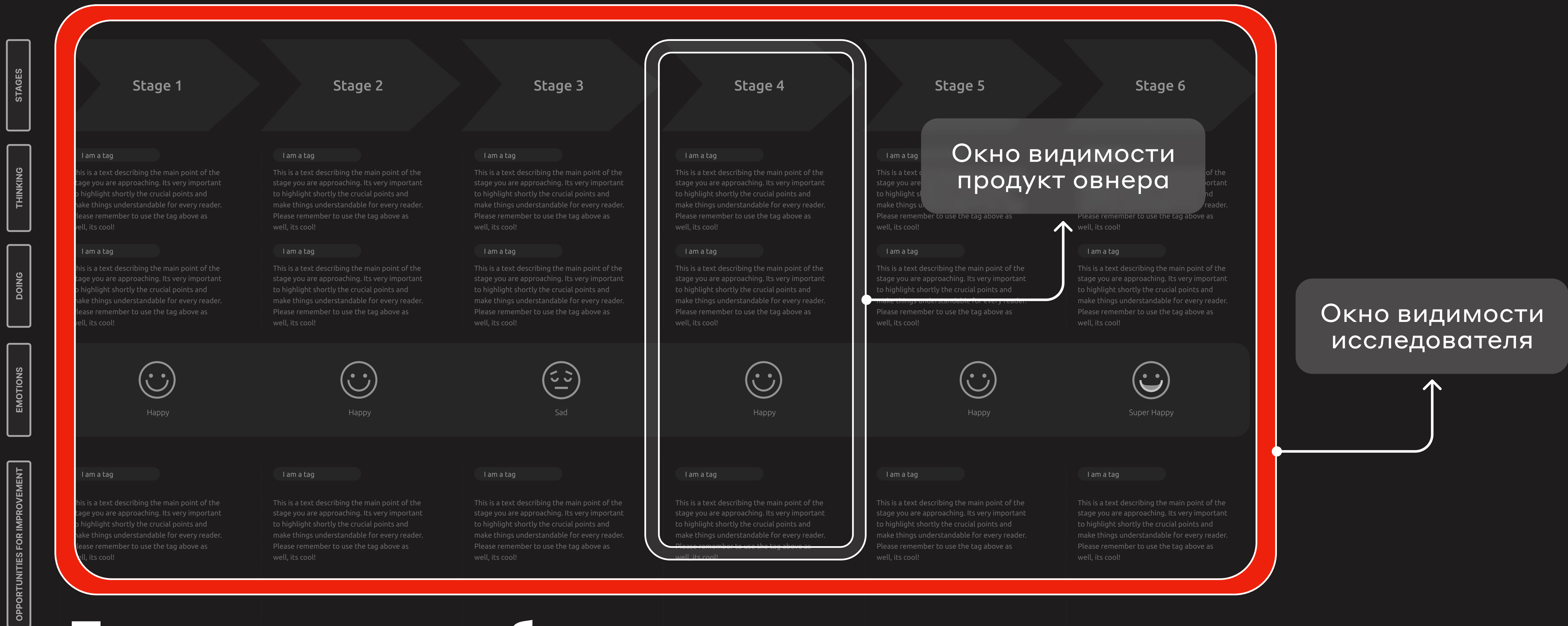
Discovery решений

Делать вещи **правильно**

Delivery

Roll

# PRODUCT DISCOVERY



**Продукт делается без участия всех стейкхолдеров  
и в рамках одной платформы**



# РЕГИСТРАЦИЯ БИЗНЕСА В АЛЬФА-БАНКЕ:

от первого касания до начала использования

START

 точка входа

## Просмотр видеоролика

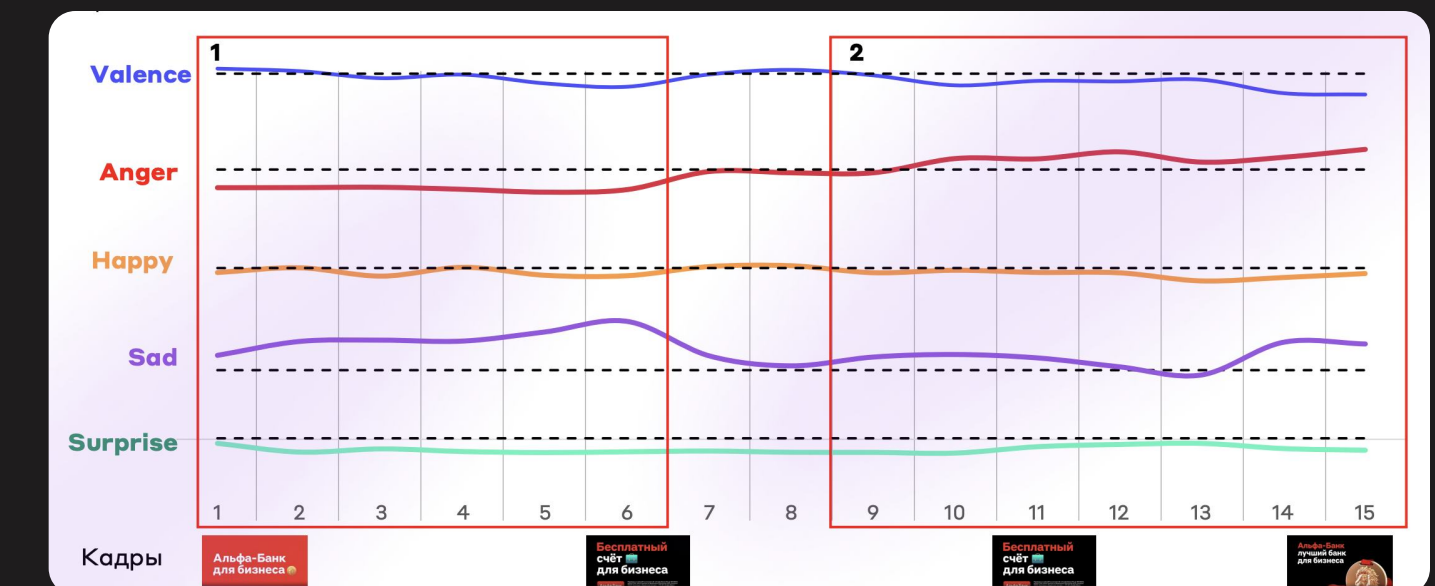
**Цель этапа:** понять, что может помочь сделать креативы более привлекательными и мотивирующими к открытию бизнеса в Альфе

Онлайн-опрос на 200 человек с применением технологий eye-tracker и facial coding

v.1 - 15 сек, графический

Альфа-Банк  
для бизнеса 

v.1 - 25 сек, сюжетный



### Главные рекомендации:

- 1. Использовать понятные ЦА посылы и сюжеты:** фантастические сюжеты про будущее не трогают, аудитория лучше реагирует на истории, которые встречаются в своём личном опыте
- 2. Проговаривать написанное на экране предложение голосом:** не все хорошо воспринимают информацию визуально

# РЕГИСТРАЦИЯ БИЗНЕСА В АЛЬФА-БАНКЕ:

от первого касания до начала использования

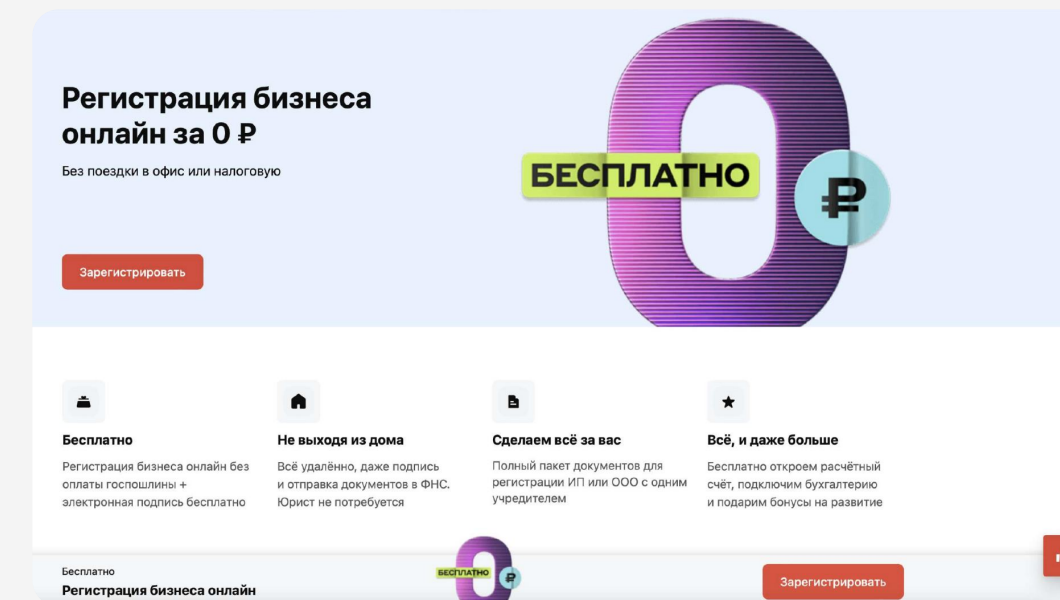


 использование интерфейсов

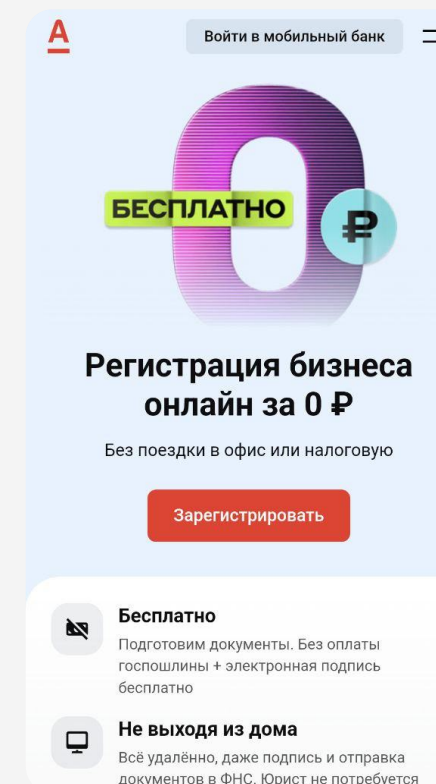
## Заполнение анкеты на регистрацию бизнеса

**Цель этапа:** сбор проблем, влияющих на удобство использования интерфейса и итоговый % прошедших путь пользователей

1. Качественное Usability-исследование двух платформ, 8 человек готовых открыть бизнес (ООО/ИП)
2. Деск-ресерч интерфейса конкурента



 Desktop WEB



 Mobile WEB

- ✗ Несоответствие ожиданий от открытия бизнеса: нет полного онлайн-процесса
- ✗ Большое количество UX-проблем и багов во время заполнения форм
- ✗ Проблемы с прикреплением документов
- ✗ Отсутствие возможности перемещаться между устройствами во время заполнения анкеты
- ✗ Неактуальные партнёрские предложения, нет информации о финальном пакете услуг
- ✗ Сложные непонятные формулировки

# РЕГИСТРАЦИЯ БИЗНЕСА В АЛЬФА-БАНКЕ:

от первого касания до начала использования



## Получение обратной связи от банка и открытие бизнеса

 Обзвон респондентов через неделю после отправки анкеты на регбиз

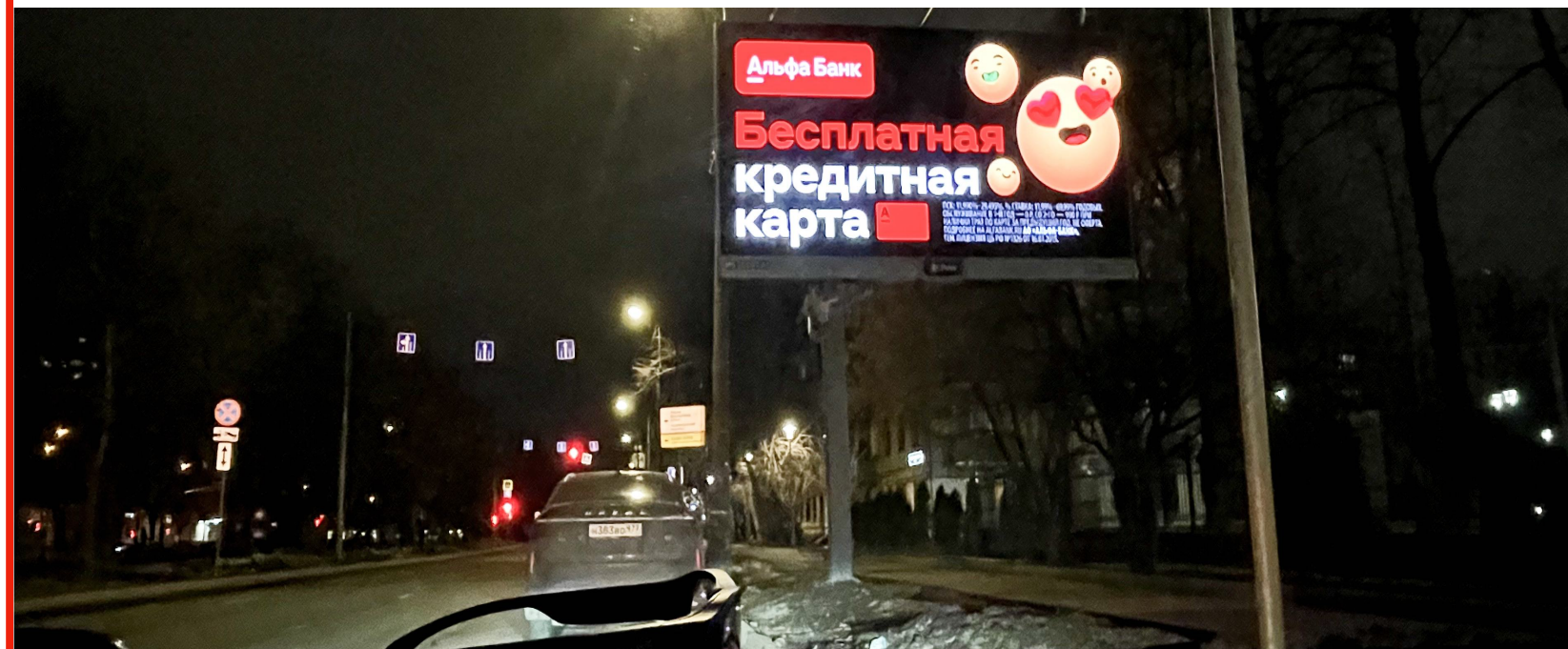
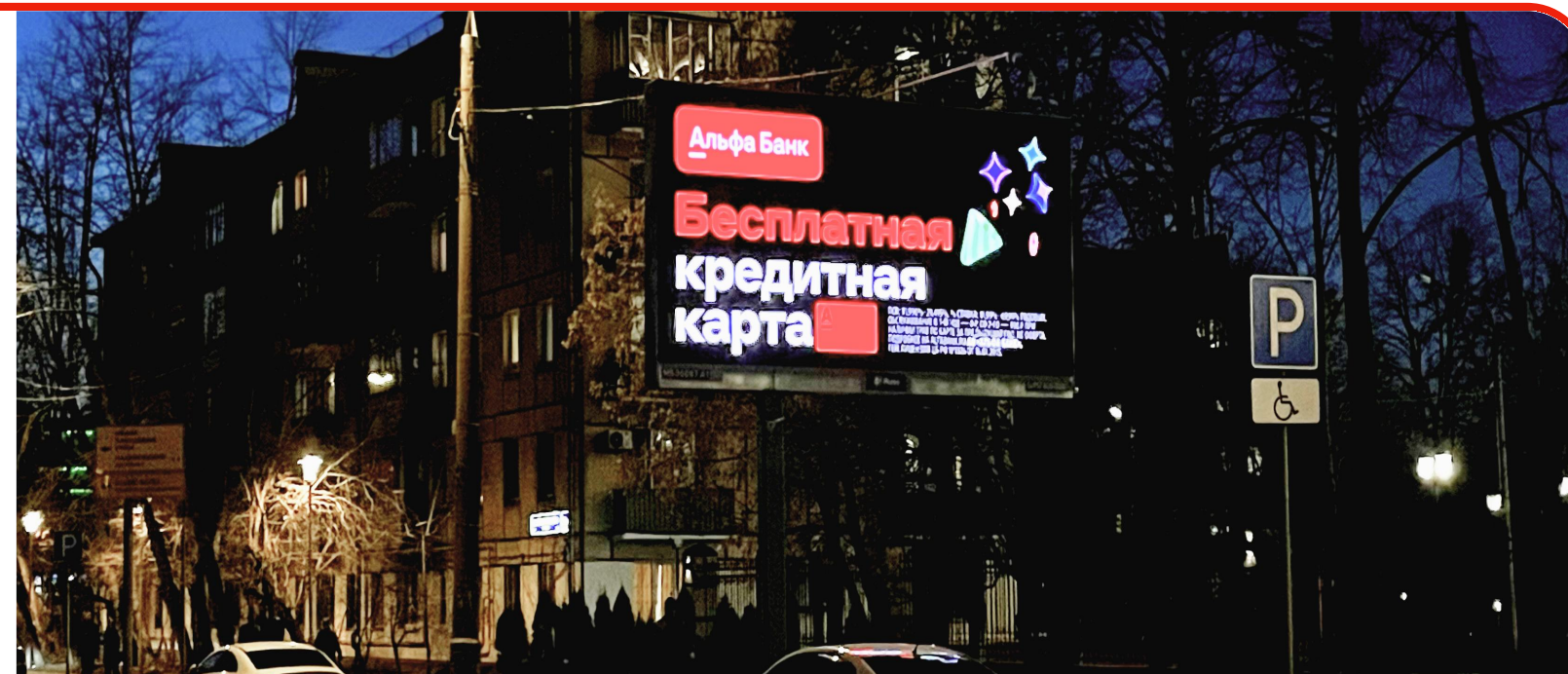
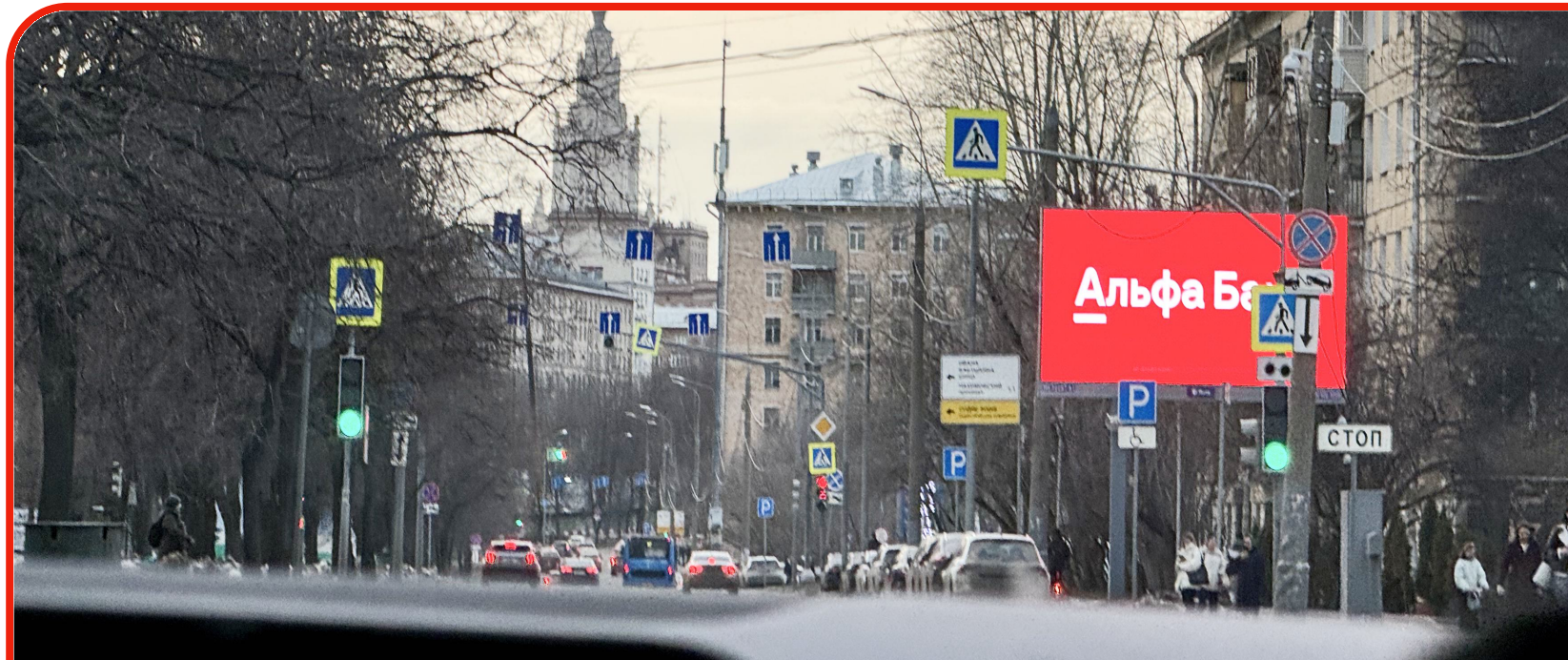
**Только 1 из респондентов смог самостоятельно открыть бизнес.**

Проблемы, с которыми столкнулись остальные:

- менеджер отказался встречаться в отделении банка
- менеджер не перезвонил
- очень долго оформляли документы

- Исследовали полный путь пользователя за полтора месяца
- Повлияли на мастер-план команды и составили бэклог на весь год

# ТЕСТИРОВАНИЕ НАРУЖНОЙ РЕКЛАМЫ В РЕАЛЬНОЙ СРЕДЕ



**Протестировали три ролика для наружной рекламы в среде с использованием eye tracker**

Респонденты проезжали мимо билбордов и рекламы Альфа-Банка в очках eye tracker, а затем отвечали на вопросы.

## Результаты

- Выяснили, что в среднем водители и пассажиры смотрят на рекламу 2,05 секунды.
- Проанализировали, как распределяется внимание на различных элементах креативов: во всех вариантах в первую очередь изучали текст, далее — в зависимости от креатива — логотип или картинку.
- Определили какой вариант креатива наиболее заметный в среде — с учётом погоды, времени суток и рекламы конкурентов.
- В результате, выявили наилучшее соотношение визуала и остальных элементов.

# РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВНИМАНИЯ

Респонденты смотрели креативы в тёмное или сумеречное время суток, но для обработки использовали фото экранов в светлое время



Эмодзи	Общее время просмотра, сек. (Total Fixation Duration)	Доля от общего времени просмотра (Share of Total Time (%))	Удержание внимания, сек. (Average Fixation Duration)
Logo	0,38	7,75	0,28
Message	3,39	69,10	1,07
Visual	1,14	23,15	1,03
Other	0,00	0,00	0,00

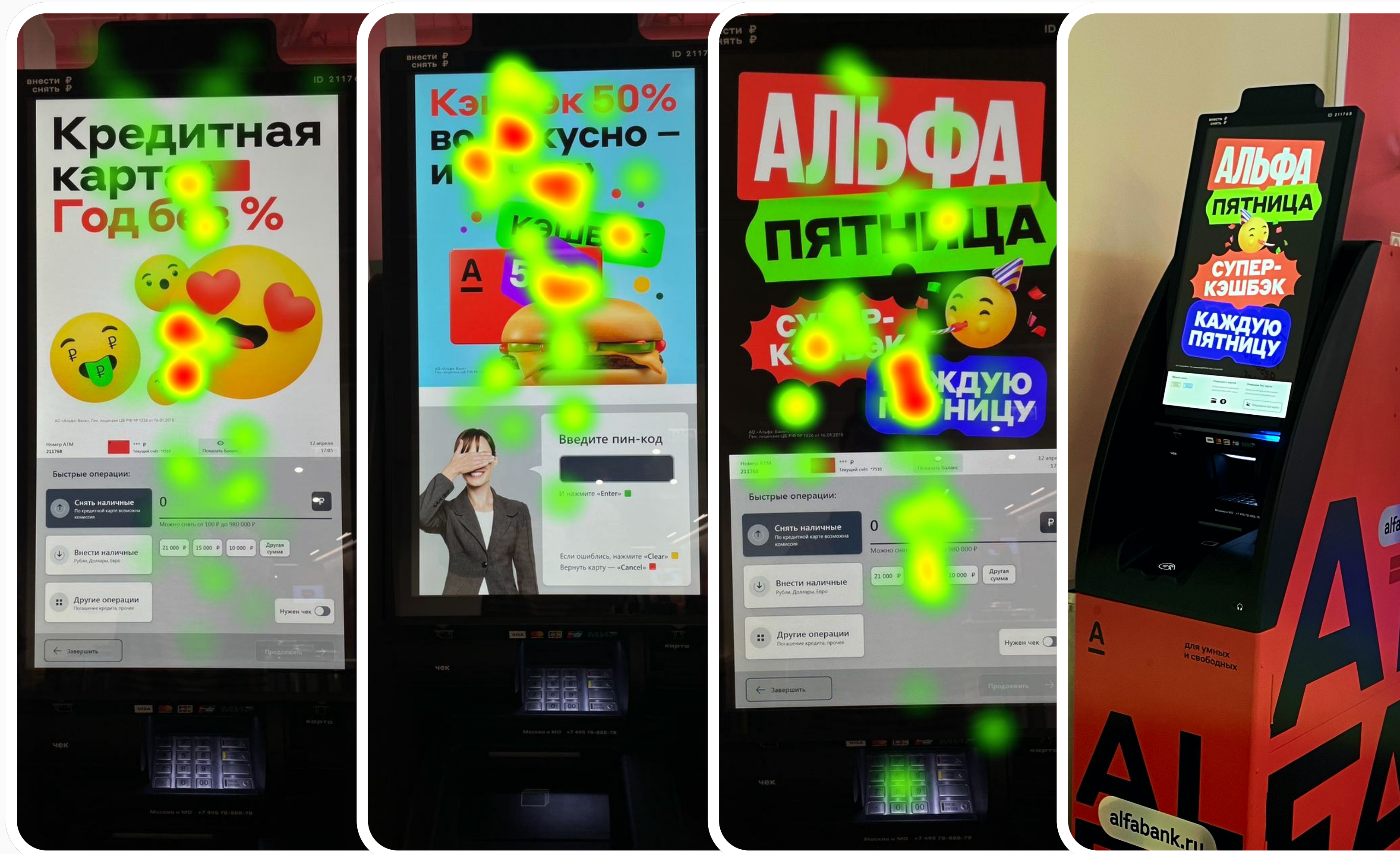


Конфетти	Общее время просмотра, сек. (Total Fixation Duration)	Доля от общего времени просмотра (Share of Total Time (%))	Удержание внимания, сек. (Average Fixation Duration)
Logo	1,09	16,97	1,02
Message	3,51	81,60	0,85
Visual	0,23	0,60	0,23
Other	0,32	0,83	0,32



Ноль рублей	Общее время просмотра, сек. (Total Fixation Duration)	Доля от общего времени просмотра (Share of Total Time (%))	Удержание внимания, сек. (Average Fixation Duration)
Logo	2,21	15,71	0,71
Message	2,87	61,11	0,51
Visual	1,34	22,15	0,36
Other	0,22	1,04	0,22

# ТЕСТИРОВАНИЕ БАНКОМАТОВ



## Протестировали пять рекламных баннеров в банкоматах с использованием eye tracker

Респонденты в очках eye tracker выполняли операцию в банкомате, а затем отвечали на вопросы исследователей.

### Результаты

Выяснили, как распределяется внимание на элементах креатива: в какие области смотрят, а какие — игнорируют.

- Во время выполнения операции респонденты смотрели на рекламу от 1 до 4 секунд — за это время чаще всего изучали текст.
- Если текст был расположен и сверху и снизу — изучали только текст внизу, на уровне глаз.
- Понятные и простые визуальные метафоры сработали лучше всего и для понимания сути оффера, и для привлекательности.
- В креативах на чёрном фоне с большим свободным пространством респонденты часто рассматривали собственное отражение, а не рекламный креатив.

Кроме того, мы проанализировали впечатления респондентов от рекламы и от взаимодействия с банкоматом — таким образом, выяснили не только отношение к самой рекламе, но и особенности восприятия рекламных механик.

Впоследствии провалидировали результаты на количественном исследовании.

# РО VS ИССЛЕДОВАТЕЛЬ

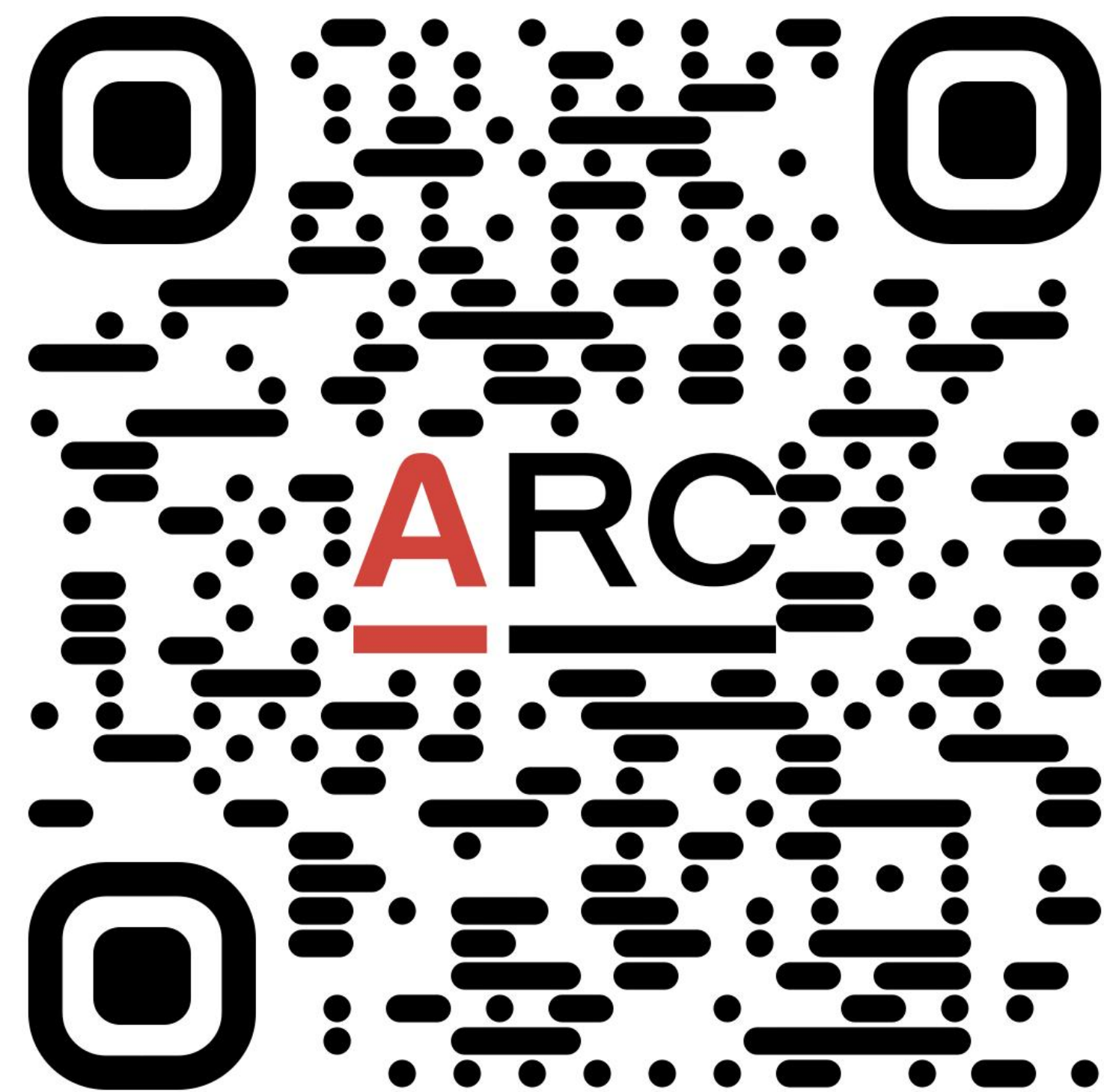
Продакт



Исследователь



ARC –  
уникальная  
бизнес  
функция





# СПАСИБО!

A



**Игорь Захарченко**

Руководитель  
Alfa Research Center

[ivzakharchenko@alfabank.ru](mailto:ivzakharchenko@alfabank.ru)

+79264820730

