

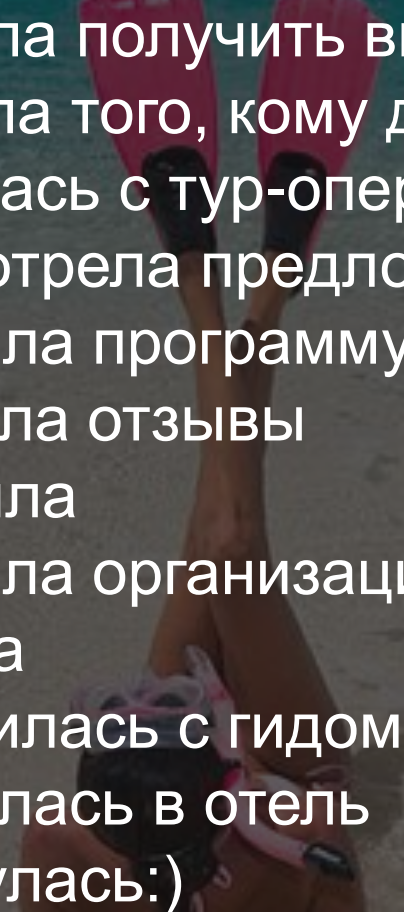


Интерфейс бизнес-целей

Горенко Ольга, USABILITYLAB

1. Захотела
2. Купила
3. Поехала



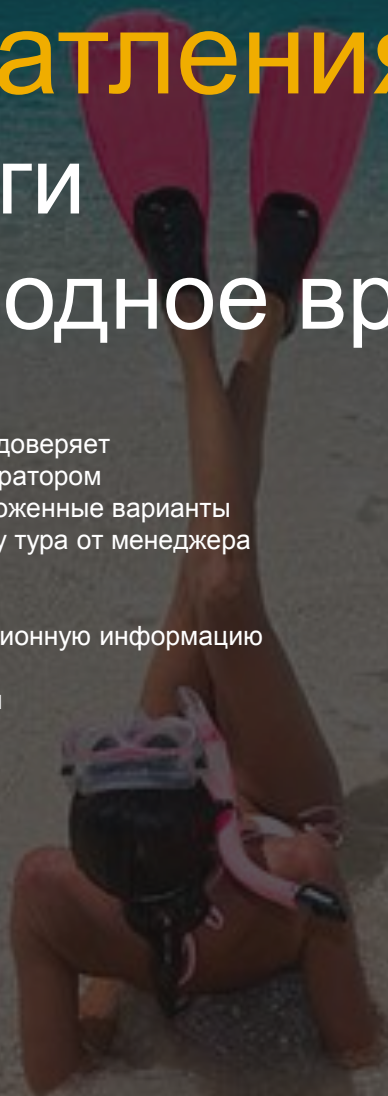
- 
- A person wearing a pink swimsuit and pink fins is performing a handstand on a sandy beach. The background shows a clear blue ocean and a cloudy sky. The text is overlaid on the left side of the image.
1. Захотела получить впечатления
 2. Выбрала того, кому доверяет
 3. Связалась с тур-оператором
 4. Просмотрела предложенные варианты
 5. Получила программу тура от менеджера
 6. Почитала отзывы
 7. Оплатила
 8. Получила организационную информацию
 9. Улетела
 10. Встретилась с гидом
 11. Заселилась в отель
 12. Улыбнулась:)

1. Захотела получить впечатления

Деньги

Свободное время

2. Выбрала того, кому доверяет
3. Связалась с тур-оператором
4. Просмотрела предложенные варианты
5. Получила программу тура от менеджера
6. Почитала отзывы
7. Оплатила
8. Получила организационную информацию
9. Улетела
10. Встретилась с гидом
11. Заселилась в отель
12. Улыбнулась:)



1. Захотела получить впечатления

2. Выбрала того, кому доверяет

Рекомендации друзей

Положительный опыт ★ PR

Маркетинг

3. Связалась с тур-оператором
4. Просмотрела предложенные варианты
5. Получила программу тура от менеджера
6. Почитала отзывы
7. Оплатила
8. Получила организационную информацию
9. Улетела
10. Встретилась с гидом
11. Заселилась в отель
12. Улыбнулась:)

1. Захотела получить впечатления
2. Выбрала того, кому доверяет

3. Связалась с тур-оператором

Как осуществляется обратная
СВЯЗЬ

Какая допустимая нагрузка на call-
центр

Какая скорость реакции
оператора

★ Бизнес-процесс
Call-центр

4. Просмотрела предложенные варианты
5. Получила программу тура от менеджера
6. Почитала отзывы
7. Оплатила
8. Получила организационную информацию
9. Улетела

1. Захотела получить впечатления
2. Выбрала того, кому доверяет
3. Связалась с тур-оператором
4. Просмотрела предложенные варианты

5. Посмотрела предложенные варианты

Критерии оценки вариантов

★ Отдел продаж
Маркетинг

6. Почитала отзывы
7. Оплатила
8. Получила организационную информацию
9. Улетела
10. Встретилась с гидом
11. Заселилась в отель
12. Улыбнулась:)

1. Захотела получить впечатления
2. Выбрала того, кому доверяет
3. Связалась с тур-оператором
4. Просмотрела предложенные варианты
5. Получила программу тура от менеджера

6. Почитала отзывы

Критерии оценки вариантов

★ Отдел продаж
Call-центр
Маркетинг

7. Оплатила
8. Получила организационную информацию
9. Улетела
10. Встретилась с гидом
11. Заселилась в отель
12. Улыбнулась:)

1. Захотела получить впечатления
2. Выбрала того, кому доверяет
3. Связалась с тур-оператором
4. Просмотрела предложенные варианты
5. Получила программу тура от менеджера
6. Почитала отзывы

7. Оплатила

Форма оплаты

Адекватность цены

★ Финансовый отдел
Отдел продаж
Бизнес-процесс

8. Получила организационную информацию
9. Улетела
10. Встретилась с гидом
11. Заселилась в отель
12. Улыбнулась:)

1. Захотела получить впечатления
2. Выбрала того, кому доверяет
3. Связалась с тур-оператором
4. Просмотрела предложенные варианты
5. Получила программу тура от менеджера
6. Почитала отзывы
7. Оплатила

8. Получила организационную информацию

Получить всю вводную информацию

Подтвердить ожидания ★ Ожидания

Call-центр

Бизнес-процесс

9. Улетела
10. Встретилась с гидом
11. Заселилась в отель
12. Улыбнулась:)

1. Захотела получить впечатления
2. Выбрала того, кому доверяет
3. Связалась с тур-оператором
4. Просмотрела предложенные варианты
5. Получила программу тура от менеджера
6. Почитала отзывы
7. Оплатила
8. Получила организационную информацию

9. Улетела

Получить корректную
информацию о
вылете

★ Отдел продаж
Call-центр
Бизнес-процесс

10. Встретилась с гидом
11. Заселилась в отель
12. Улыбнулась:)

1. Захотела получить впечатления
2. Выбрала того, кому доверяет
3. Связалась с тур-оператором
4. Просмотрела предложенные варианты
5. Получила программу тура от менеджера
6. Почитала отзывы
7. Оплатила
8. Получила организационную информацию
9. Улетела

10. Встретилась с гидом

11. Заселилась в отель

Быть встреченной



Отдел продаж

Call-центр

Бизнес-процесс

12. Улыбнулась:)

1. Захотела получить впечатления
2. Выбрала того, кому доверяет
3. Связалась с тур-оператором
4. Просмотрела предложенные варианты
5. Получила программу тура от менеджера
6. Почитала отзывы
7. Оплатила
8. Получила организационную информацию
9. Улетела
10. Встретилась с гидом
11. Заселилась в отель

12. Улыбнулась:)

Ожидания подтвердились

★ Отдел продаж
Бизнес-процесс



Структура бизнеса
Заинтересованные лица
Сбор требований

Найкращий Caddy всіх часів.

від 20490 у.о.

1



avtobazar.ua — продаж авто в Україні.

[Вход](#) [Регистрация](#)

[Помощь](#) [Поддержка он-лайн](#)

(044) 206-56-06

Поиск по сайту

Объявления

Найти

[autocentre.ua](#) [Новости](#) **АвтоБазар** [Фото/Видео](#) [АвтоЖурналы](#) [Техника и Сервис](#) [Интерактив](#) [Полезные советы](#)

[В iPhone](#)

[Найти](#) [Продать](#) [Автосалоны](#) [Новые авто](#) [Запчасти](#) [Автотовары](#) [Каталог фирм](#) [СТО](#) [Отзывы](#) **Автовыкуп** [Личный раздел](#) [Избранное \(0\)](#)

АвтоБазар

Новинка! АвтоБазар в Вашем iPhone

Добавить объявление

[По маркам](#) [По регионам](#)

2

Поиск

Марка
любая

Модель
сначала укажите марку

Регион
любой

Год выпуска
с указ по указ

Цена, \$
от до

Искать только:

3

Свежие объявления

За сутки: 11008, всего: 157598

2009' Mazda CX-7 29 800 \$

2010' Ford Fiesta New 13 300 \$ Одесса

1

від 127 200 грн.

HYUNDAI I30

Автосалоны:

Автосалон "Дністер-Сервіс" Львів
предложений: 70

1. Способы монетизации? Какие предложения приоритетны?
2. В чем основная концепция?

The screenshot shows the PrivatBank website interface as of March 23, 2011. The top navigation bar includes links for 'НОВОСТИ', 'О БАНКЕ', 'УСЛУГИ', 'ФИЛИАЛЫ', 'БАНКОМАТЫ И КАРТЫ', 'ИНТЕРНЕТ-БАНК', and 'ЗАКЛАДКИ'. The main content area features a login section for 'Приват24', a central grid of service icons (Terminals, Agent Services, Internet, etc.), and a 'Стать АГЕНТОМ' (Become an Agent) banner. A news section on the left is titled 'НОВОСТИ' and contains several articles. A central menu lists various services for different client groups. On the right, there is a payment section with a form and a 'Другие услуги' (Other services) link. Three orange callout boxes are overlaid on the page: '1' is placed over the central service icons, '2' is placed over the central menu, and '3' is placed over the news section.

1. Необходимо ли активизировать участие пользователей в ...
2. Какие группы клиентов существуют?
3. Какого типа новости предполагаются?

Найти лот

расширенный...

Добро пожаловать!

Первый раз на Аукро?

Аукро – идеальное место для покупки и продажи товаров.

1

- Категории
- Авто, Мото
 - Электроника
 - Бытовая техника
 - Всё для Детей
 - Фототехника и Оптика
 - Домашний Быт и Уют
 - Спорт, Туризм
 - Книги, Канцелярия
 - Музыка, Инструменты
 - Фильмы, Видео
 - Коллекционирование
- 3

Спецпредложения

Благотворительные аукционы
Фонд Елены Пидкупи

Звезды на продажу

Игра в гольф с Андреем Шевченко

В школу с Александром Педаном

Записать песню с Могилевской

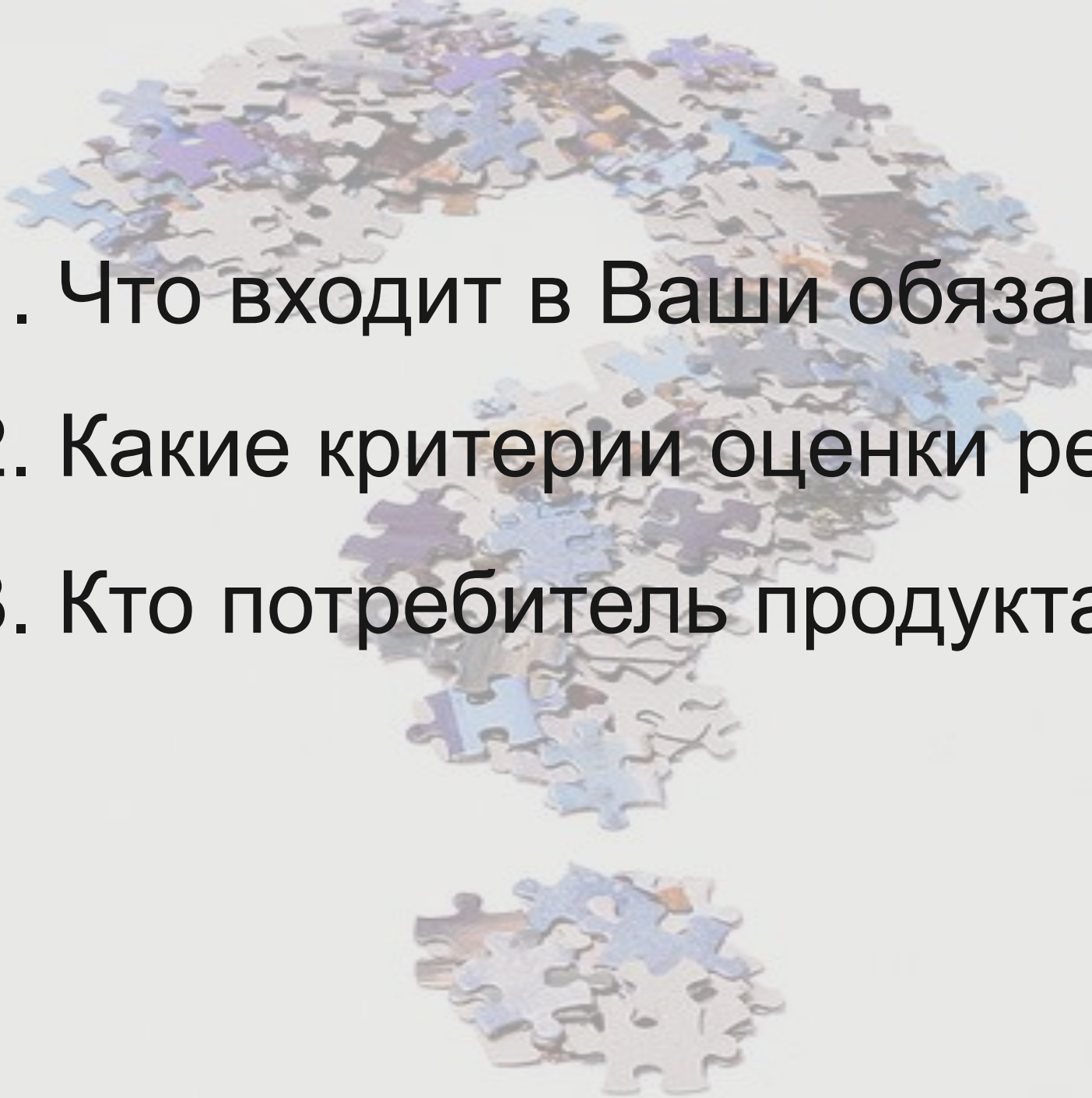
Урок танца от Влада Ямы

Тренировка от Лилии Подкопаевой

И не только!

2

1. На сколько пользователь осведомлен о сервисе?
2. Что нам дает программа?
3. Какие группы товаров пользуются наибольшим спросом?

- 
1. Что входит в Ваши обязанности?
 2. Какие критерии оценки результатов?
 3. Кто потребитель продукта?

Результат?!

Список требований
Бизнеса,
отфильтрованный
потребностями
Пользовател
я



Горенко Ольга
USABILITYLAB

ogorenko@usabilitylab.net

+380 50 380-4180