

Когда проектирование заказывать не нужно

Памятка для клиента и
проектировщика

Юрий Ветров

О чем эта презентация?

- В интерфейсных проектах у клиента часто остается плохое послевкусие – «потратили время и деньги зря».
- У подрядчика тоже хватает претензий на этот счет.
- Обеим сторонам хочется хорошего результата и приятного процесса.
- Что нужно сделать для этого?

Предисловие

За прошедший год в компании изменился формат проектов.

Успели поработать с непривычными типами заказчиков.

Благодаря этому улучшили процесс работы.

В итоге получили интересный опыт и наблюдения – эта презентация о нем.

1. Суть проблемы

говорим на разных языках, начальные установки неверны, низкий бюджет, продажа ненужных услуг, неподходящий процесс проектирования, не тот ответственный со стороны клиента, плохое управление ожиданиями, нет авторской поддержки, слишком поздно, стандартные проблемы ведения проектов, идеализм проектировщиков

2. Последствия

3. Кейсы

4. Выводы

Говорим на разных языках

- Разное понимание того, что такое проектирование и юзабилити.
- Базз-ворды мешают пониманию.
- На обучение неопытного клиента может уйти много времени и ресурсов.

Начальные установки неверны

- Ошибочная оценка бюджета, сроков, самой задачи.
- Клиент хочет все через месяц, а потом оказывается что все было не срочно, но из-за этого выбрали неудачный процесс.

Слишком низкий бюджет

- Большие риски из-за того что общие издержки отнимают значительную часть бюджета.
- Наступление рисков (например, более проблемная сдача работ) делает проект невыгодным.
- (диаграмма, показывающая сработавшие риски на большом и маленьком проекте).
- для компаний, делающих заказное ПО, часто высока ставка – они продают разработчиков по \$25-30, за проектирование обычно берут больше.
- Бедным заказчикам невыгодно вдвойне – могут позволить себе только дешевые и малоэффективные методики.

Продажа ненужных услуг

- Ненужных вообще или на данном этапе.
- Например, попытка впарить мощный интерактивный прототип там, где он не нужен вообще. Или юзабилити-тестирование там, где достаточно небольшой консультации.
- Проектировщик часто не может "передать свою религию" – согласиться, что здесь и сейчас конкретная методика не нужна и только навредит.

Выбран неподходящий процесс проектирования

- Например, слишком большой предварительный этап – это дорого, затягивает разработку, и все равно не дает гарантии точности.
- Или наоборот слишком просто – нет нормальных исследований и т.п. Пример с персонажами – мощная методика, но вкладывается в нее разный смысл.

Клиент неверно выбрал ответственного за работы

- Занимается топ-менеджер, а у него времени мало. Из-за этого задержка в приемке, а что еще хуже – испорченный телефон, требования передаются не так и не те.
- Политические моменты в крупных компаниях.

Плохое управление ожиданиями

- Упомянуть слайды с Software People.
- Нет вовлечения клиента в процесс работы.
- Неверно заданы начальные предпосылки.

Нет авторской поддержки

- Спроектировали-отдали-забыли.
- По ходу внедрения возникает куча мелочей, которые не продуманы или изменилась ситуация (пример – не подошел поставщик данных, их вообще не будет)

Слишком поздно

- Улучшить проект еще можно, но для серьезных изменений может не остаться времени и денег.
- Это лучше чем ничего, но все равно мертвому припарка.
- (диаграммы процессов)

Стандартные проблемы ведения проектов

- Проваливание сроков и т.п.
- Плохая коммуникация в ходе работ.
- Нет умения выходить из кризисных ситуаций.

Идеализм проектировщиков и дизайнеров

- Позиция «или так, или все идиоты».
- Позиция «я один на белом коне».
- Не все можно достичь на первых этапах.

1. Суть проблемы

2. Последствия

невыгодно для подрядчика, не нужно для проекта, плохо для репутации, проблемы с приемкой работ

3. Кейсы

4. Выводы

Невыгодно для подрядчика

- Срабатывают риски.
- Теряется прибыль (графики про риски и маржу).
- Ломается планирование общей работы компании (ресурсы отвлекаются в неудобное время, больше менеджерских издержек).
- (диаграмма выгод)

Не нужно для проекта

- В лучшем случае – результат будет сделан и заброшен.
- В плохом случае – отнимет важные для проекта ресурсы (время, деньги).
- В ужасном случае – будет готово половинчатое решение, которое ни доделать, ни исправить.
- (диаграмма выгод)

Плохо для репутации

- Сорванный проект и недовольный заказчик – источник негативной информации о компании.
- (диаграмма выгод)

Проблемы с приемкой работ

- По мере завершения работы клиент часто видит, что заплатил за ненужное – бесполезность всегда ощущается.
- (диаграмма выгод)

1. Суть проблемы

2. Последствия

3. Кейсы

учеба на своих ошибках, нужен молчаливый исполнитель, меняются приоритеты по ходу работ, замутнены базз-вордами

4. Выводы

Учеба на своих ошибках

- Небольшой проект для компании-разработчика – редизайн веб-сервиса.
- Объяснили суть процесса, зачем и что нужно в нем.
- Сделали предварительное проектирование, подготовили дизайн.
- После завершения дизайна пошли комментарии по сути – т.е. то, что должно было случиться еще на первых этапах.
- Клиент согласился, что не работал над такими проектами и поэтому недооценил важность этапа.

Нужен молчаливый исполнитель

- Проектирование веб-системы для внутренних нужд клиента.
- Начало хорошее – прошел этап предварительного проектирования, все довольны.
- На этапе детального проектирования проблемы – много неоправданных просьб от клиента сделать так-то и так-то.
- Объясняем что не надо, не помогает. Сделали как просили.
- Через некоторое время клиент сам осознает, что был неправ, но ресурсы-время-нервы потрачены.

Меняются приоритеты по ходу работ

- Редизайн небольшого веб-сервиса.
- Сроки ограничены, бюджет тоже – первоначальный план отклонили, подготовили «упрощенный». Клиент согласился на меньшую детализацию, стартовали.
- В ходе работ все хорошо, работа с менеджером ведется, все обсуждается-корректируется-принимается.
- В конце работ обнаруживается, что сроки были не критичны и уже принятые вещи желают переделать.

Замутнены базз-вордами

- Частая ситуация в случае с экспертной оценкой – несложный корпоративный сайт или небольшой интернет-магазин.
- Клиент хочет юзабилити-тестирование и фокус-группы. При том что проблемы решаются более простыми способами, да и бюджет минимальный.
- Объяснение сути разных подходов и показ ценника ставит все на свои места.

1. Суть проблемы

2. Последствия

3. Кейсы

4. Выводы

адаптировать процесс для конкретного проекта, не продавать ненужное, избегать типичных ошибок управления проектами

Выводы

- Строить процесс работ по проектированию по-разному для разных проектов. Исходить из:
 - бюджета проекта;
 - временных и профессиональных ресурсов;
 - ключевых дат и проектных milestones;
 - важности проекта для портфолио или дальнейших отношений с клиентом.
- Не продавать насильно то, что не нужно клиенту здесь и сейчас.
- Избегать типовых ошибок управления проектами.

Спасибо!

Юрий Ветров

www.jvetrau.com



www.uimodeling.ru