

Пользовательский опыт меняет складскую технику

Насколько ваша компания внимательна к ощущениям конечных пользователей вашего продукта? Исследование, представленное в этой статье, Марк НИКОЛСОН посвятил науке о «пользовательском опыте». Науке, бросающей вызов традиционному отношению к процессу создания товара (в данном случае: противовесного вилочного погрузчика) с целью повышения конкурентных преимуществ её последователей.

Начнём с наиболее простого и понятного определения «пользовательского опыта» – ощущений, которые пользователь испытывает при использовании продукта или услуги. Исследователи из организации FIMESS («Финские Металлы и Союз Компетентности в Инжиниринге») трудятся на передовой в данной области. Исследование о «Пользовательском опыте и Удобстве применения сложных Систем (UXUS)» – подраздел программы исследований FIMESS. Программа частично финансируется правительством Финляндии и направлена на повышение конкурентоспособности финских разработок путём глобальных преобразований в методах производства.

Исследование UXUS объединяет экспертов из психологии, экономики и дизайна, дисциплины взаимодействия человека и компьютерных технологий, вовлекая в тес-

ное сотрудничество коммерческие компании и академический мир.

Развивает и продвигает программу научный руководитель Центра технического исследования (VTT) Финляндии, доктор философии в психологии – Маария НУУТИНЕН (Maaria Nuutinen). Маария уделяет большое значение рассмотрению продуктов и процессов с психологической точки зрения.

«В ежедневной работе мы чаще доверяем рациональной логике и числам. Мы мало акцентируемся на эмоциях, чувствах, идеях и чутком понимании людей. Этот проект, в основе которого лежит пользовательский

опыт – способ исследовать неиспользуемый потенциал, превратив в инновации и нововведения – и в результате в конкурентное преимущество».

Новый образ мыслей и работы

В основе подхода лежит фокус на сборе мнений и участии пользователей на всех этапах исследований при разработке продуктов и услуг.

Очень важна вовлеченность клиента. Как правило, клиент и конечный пользователь люди разные. «Наш» производитель стремиться узнать ощущения непосредственно

«Драйвер Исследований и Разработок (R&D) – поиск лучшего пользовательского опыта. Этот подход бросает вызов привычному образу мыслей и работы. Только так производитель сможет достичь инновационных прыжков в своих решениях».

Маария НУУТИНЕН, научный руководитель



[1] Оригинальный текст можно найти в онлайн журнале для профессионалов в итрагоистике www.eurekapub.eu. «User experience is changing forklift truck design».

го пользователя. «Тесное взаимодействие участников UXUS привело к рождению новых идей у компаний–производителей и исследовательских организаций. Мы гордимся тем, чему научились, работая в сотворчестве с производственными компаниями, поставщиками и конечными пользователями. Изучая и развивая пользовательский опыт, мы осознали преимущества и теперь, доносим до сознания покупателя и пользователя потребительские выгоды».

Успех повсюду

Производитель уже на первоначальных этапах создания нового продукта должен удостовериться, что клиент понимает, что дают эти выгоды. «Я бы постаралась убедить покупателя взглянуть глубже очевидных вещей, поставить себя на место конечного пользователя при оценке продукта или услуги», – говорит Маария.

«Важно донести главную мысль: если работа с продуктом доставляет пользователю удовольствие, то растёт мотивация, производительность и качество работы. Покупатель уверен, что его интересы и бизнес близки поставщику с приоритетом пользовательского опыта. Одновременно такой подход будет сообщением для существующего и потенциального работника о том, что компания дальновидна и заботится о своем персонале».

Для Маарии и её партнёров по исследовательской работе очевидна важность пользовательского и покупательского опыта как двигателя для будущего успеха произво-



Rocla Humanic². «Это то, что нужно» – слова оператора, который впервые опробовал машину в действии

дителя. «Это ключ для дифференциации, радикальных инноваций, обновлений и гибкости, а в результате – конкурентных преимуществ», – подводит итоги Маария.

Опыт разработок Cat® Lift Trucks

Завод Rocla – производитель электрогрузчиков Cat Lift Trucks, расположенный в Ярвенпяя (Финляндия) был участником программы UXUS на протяжении трёх лет.

Компания была пионером в разработках, основанных на пользовательских преимуществах, прогрессивных методах для оценки и понимании пользовательского опыта задолго до участия в эксперименте.

Пользовательский опыт в R&D – главная стратегическая цель и главный принцип при разработке всех моделей техники. В результате, каждый клиент или оператор впервые пробуя в работе нашу машину, впечатлён удобством и простотой управления.



Операторов призывают давать честную оценку, описывая свои ощущения

Чтобы достичь такого результата, важно, чтобы каждый участник команды понимал, насколько этот принцип для нас жизненно важен. Мы не просто разрабатываем машины – мы создаем опыт».

Такое отношение свойственно всей команде Ярвенпя. Наряду с R&D и департаментом активное участие в программе UXUS принимала служба маркетинга. По словам г-на УУСИТАЛО, сотворчество сильно повлияло на общий успех работы. Пользователи отметили во время тестирования, что эта модель является лучшей среди аналогов рынка. Теперь всей команде завода придется приложить немалые усилия, чтобы удовлетворить огромный спрос на новые модели, особенно на 80-вольтовый вилочный погрузчик.

Каким образом Cat Lift Trucks собирал информацию о пользовательском опыте?

Г-н КЕРО: «Мы работали с операторами наших клиентов из разных сегментов и на различных операциях. Приглашали и самих клиентов. Мы привлекаем для таких исследований от 50 до 100 операторов. Работы ведутся на территории клиента – мы смотрим, как проходят трудовые будни операторов, узнаем потребности и пожелания. Иногда мы привлекаем их для оценки прототипов на нашем заводе. Для получения перспективных идей и комментариев погрузчики тестируют сотрудники R&D департамента, штатные профессиональные водители и операторы-новички. Наши ин-

женеры-разработчики строят доверительные отношения с операторами, чтобы они чувствовали себя комфортно, честно выражали эмоции и описывали ощущения. Видеосъемка была важным инструментом во время исследований, впечатления водителя часто читались на лицах».

Фокус на ричтрак

Ричтрак Rocla Humanic² – отличный примером работы по исследованиям пользовательского опыта. Недавние обновления линейки привнесли несколько изменений: кабина для низкотемпературных складов, 13-ти метровая мачта, но основным прорывом и «гордостью» у г-на УУСИТАЛО является функция активного контроля колебаний мачты.

«Впервые представив функцию ASC на суд клиента, мы получили ошеломляющую реакцию. Оператор удивился, узнав, что мы смогли способ сделать обработку грузов на высоте 13 метров ещё более удобной и контролируемой. Клиент, который уже лоялен к нашим ричтракам благодаря их превосходству перед аналогами по своему пользовательскому опыту отметил, что непременно приобретет ричтраки с ASC, когда представится такая возможность».

Размышляя над такой реакцией, КЕРО говорит: «Это те моменты, когда Вы осознаете, что Ваша работа окупилась. Множество часов, которые мы провели в зоне тестирования с разработчиком программного обе-

спечения, внося изменения, чтобы добиться одобрения операторов. Недавно у меня был подобный приятный случай, когда оператор, впервые поработав на Humanic², сразу сказал: «Это то, что нужно».

«Я призываю покупателей смотреть глубже и ставить себя на место пользователя, когда они оценивают продукт или услугу», – КЕРО УУСИТАЛО, руководитель конструкторского отдела.

Премия Red Dot Design

Жюри премии Red Dot Design Award отметили преимущества принципа «пользовательского опыта» и «умный» дизайн 80-вольтового электропогрузчика Cat Lift Trucks серии Cat EP25-35(C)N.

Глобальное исследование, по результатам которого добавлена главная инновация – Быстрореагирующая система приводов, стало отправной точкой в создании этой машины. Система отвечает за плавность и безопасность операции: движения, забора груза, погрузки и выгрузки. Создается ощущение, что погрузчик сам знает, что от него ожидает оператор в любой момент своих действий.

Руководитель конструкторского отдела КЕРО УУСИТАЛО говорит: «Необходимость дифференциации от конкурентов требует постоянного развития. На примере этого продукта, концентрируясь на принципе пользовательского опыта, мы шагнём вперед в любой индустрии».



Жюри премии Red Dot Design Award высоко оценило новый 80-вольтовый электрический погрузчик серии Cat EP25-35(C)N. Кажется, что этот погрузчик сам знает, чего от него ожидает оператор.