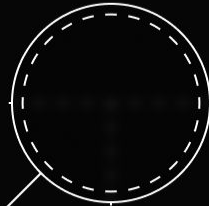


Исследовательский центр Everest



everest

Everest – это мощная экспертиза в области аналитики, проектирования, дизайна интерфейсов и разработки сложных веб-сервисов, мобильных приложений и автоматизированных рабочих мест

Работаем в разных отраслях от финтеха и телекома до ритейла и тяжёлого производства и разрабатываем:

Личные кабинеты

B2B-порталы

CRM и ERP системы

APM

Инженерные системы

Сложный E-commerce

Интранеты

Системы управления ресурсами

Сотрудники студии – эксперты по работе с пользовательским опытом, а ещё:

- ✦ Авторы исследований в области поведения пользователей на сайтах, сервисах и в мобильных приложениях;
- ✦ Спикеры на профильных конференциях и мероприятиях;
- ✦ Создатели всероссийского дизайн- и IT-фестиваля Everfest.
В 2020 мы собрали 1 500 участников и более 100 спикеров со всей страны. Событие стало одним из самых масштабных фестивалей в стране;
- ✦ Организаторы стажировок и курсов по UX и UI.
на базе студии работает собственная школа UX-дизайна;
- ✦ Партнёры в образовательных проектах на базе университетов.



30 сотрудников, из которых 15 – это UX-дизайнеры.
Средний опыт специалистов в сфере UX – 9 лет.

Нам доверяют:



ИНГОССТРАХ

МТС



Комнэл

ТРАНСНЕФТЬ



URAL AIRLINES

KFC



МОСОБЛГАЗ



GEELY



МойОфис

и ещё более 70 компаний из различных сфер и отраслей производства

Занимаем высокие позиции в отраслевых рейтингах и забираем множество наград за реализованные проекты

14	Дизайн-студии в digital	Tagline	2022
9	Usability и UI-дизайн	Ruward	2021
12	Customer Development и UX: проектирование	Ruward	2021
5	Дизайн/UI/UX на субподряде (outsource)	Ruward	2021



В 2022 году на Tagline Awards проекты студии забрали 23 награды

В 2022 году запустили Исследовательский центр на базе студии

Это выделенный отдел в структуре компании, который регулярно изучает актуальные решения в различных отраслях, готовит и публикует экспертные обзоры популярных сервисов

Цель

Закрепить за студией статус экспертов в области UX и, как следствие, получить дополнительный канал привлечения релевантных для студии клиентов

Задачи

- регулярная подготовка и публикация аналитических материалов;
- грамотная дистрибуция наших знаний и опыта на широкую аудиторию;
- презентация проведённых исследований компаниям, которые рассматриваем в своих материалах

Ключевые участники



Аккаунт-директор

Отвечает за выбор отрасли и объектов исследования, приглашает компании на zoom-презентации



UX-тимлид

Отвечает за качество проведённого исследования, принимает участие в zoom-презентации



PR-менеджер

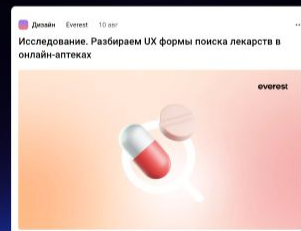
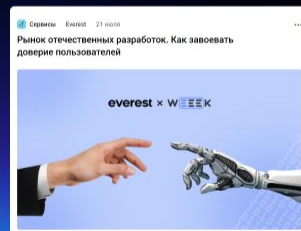
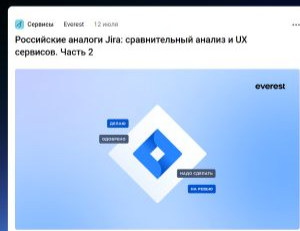
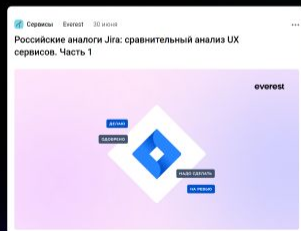
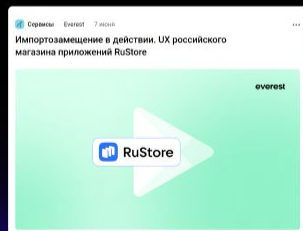
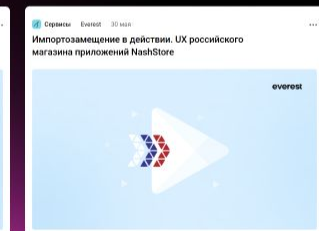
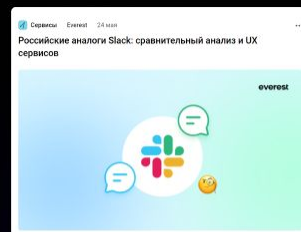
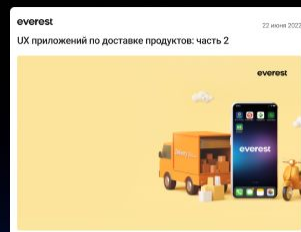
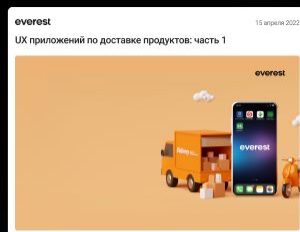
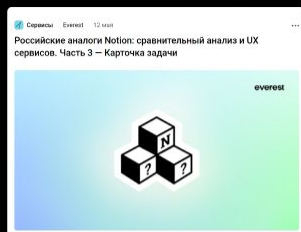
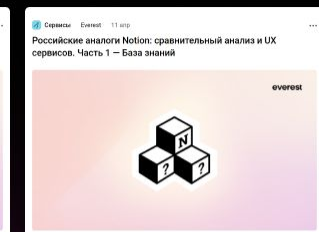
Отвечает за непрерывную работу центра, организывает zoom-презентации, осуществляет дистрибуцию контента

Раз в месяц мы выбираем тему исследования, которая отвечает ряду внутренних критериев (от пользы материала до последних трендов). Аналитик студии готовит материал, который проходит несколько этапов проверки и согласований перед итоговой публикацией.


С апреля 2022 опубликовано 16 материалов

Все исследования готовятся без «воды», а для некоторых в качестве бонуса идут сравнительные таблицы, чек-листы и ёмкие презентации с полезными рекомендациями.

Иногда мы привлекаем внешних экспертов конкретных отраслей, в которых проводим исследование, или готовим совместные материалы с партнёрами.



Исследование
everest



Как можно искать товары в аптеке?

В аптеке, как и в любом другом e-commerce, товары можно искать по-разному, в зависимости от вида целевой аудитории. Давайте рассмотрим возможные варианты поиска.

everest
everest

Поиск в шапке сайта

Как правило, это самый быстрый и простой способ перейти к нужному товару.

Logo

Найти

everest
everest

Поиск товара в каталоге

Здесь путь может быть длиннее. Категории могут называться непривычно для пользователя. Он может не сразу угадать в какой категории лежит нужный ему товар.

everest
everest

Категории под поиском

Здесь могут быть как самые популярные категории, так и просто продвигаемые отделом маркетинга. Через них пользователь может выйти в интересный ему подраздел и перейти к нужному товару.

everest
everest

Категория 1
Категория 2
Категория 3
Категория 3

%

Сравнительная таблица
everest

Строка поиска в онлайн-аптеках

Функция	Апрель	Планета здоровья	Вита	Мелодия здоровья
Поиск в виде поля, а не иконки	+	+	+	+
Хорошо заметен на странице	+	+	+	+
Достаточно широкий, чтобы вписать запрос	+	+	+	+
Поиск сверху страницы	+	+	+	+
Не меняет свои местоположение на разных страницах	+	+	+	+
Не меняет свой размер в активных состоянии	+	+	+	+
Не скрывает самопроизвольно запрос	+	+	+	+
Запускает поиск по наведению «быстро»	+	+	+	+
Легко найти при скролле	+	+	+	+
Не меняет вид и местоположение при скролле	+	+	+	+
Есть выпадающий подсказки	+	+	+	+
В выпадающих подсказках выводится часть запроса	-	-	-	+
Публикация выпадающих подсказок на иконке	+	+	+	+
Возможность добавлять «быстро» в корзину из поиска	-	-	-	-
Возможность добавить несколько товаров в корзину из выпадающих подсказок	-	-	-	-
Есть цена возле товара в подсказке	+	+	+	+
Популярный поиск	+	+	+	-
Поиск в категории	-	-	-	-
Расширенный поиск	-	-	-	-
Очистка поля поиска	+	+	+	+
Пользователь подсказывает, что делать	+	+	+	+
История поисковых запросов	+	+	+	-
Расположение запросов с подсказками и подсказки сразу после ввода	+	+	+	+
Расположение запросов в шапке	+	+	+	+
Расположение запросов на других кодах	-	-	-	-
Поиск по симптомам	+	+	+	-
Ссылка на все результаты	+	+	+	-
Поиск по действующему веществу	+	+	+	+

Исследовательский центр everest исследовательский центр everest исследовательский центр everest исследовательский центр everest

everest
everest

Чек-лист для формы поиска на сайтах аптек

🔥 — особо важно для сферы аптек

Поле поиска

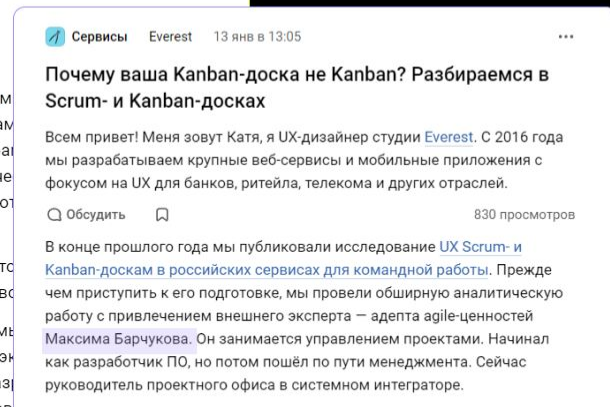
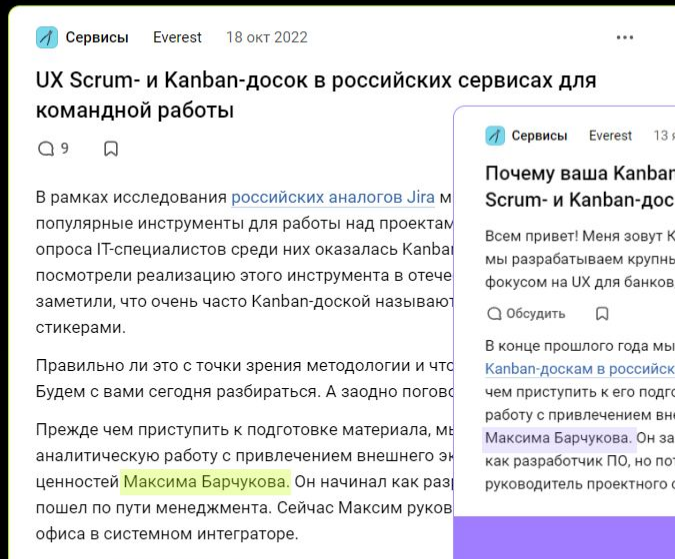
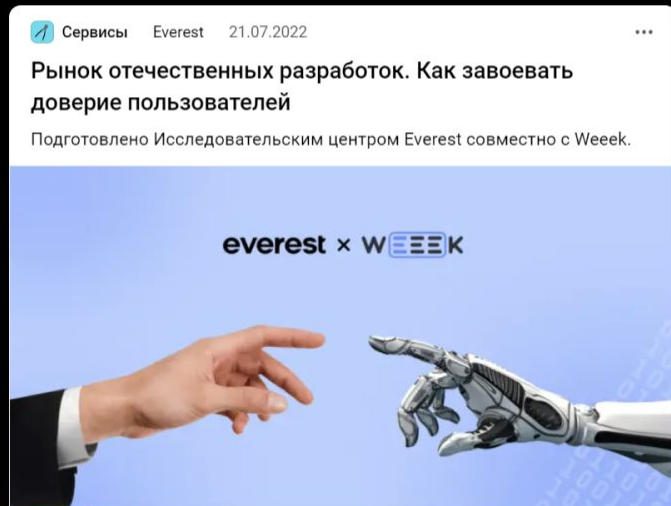
- ✓ Поиск заметен, расположен сверху страницы возле каталога 🔥
- ✓ Реализован в виде поля, а не иконки 🔥
- ✓ Ширина поля достаточная для ввода запроса из нескольких слов 🔥
- ✓ Не меняет свой размер в активном состоянии
- ✓ Иконка поиска контрастна и заметна 🔥
- ✓ Иконка поиска при наведении меняет цвет
- ✓ При скролле и на других страницах поле поиска не меняет своего расположения
- ✓ Легко найти при скролле
- ✓ Есть кнопка удаления запроса

Сравнительная таблица
everest

Варианты поиска товаров в онлайн-аптеках

Функция	Апрель	Планета здоровья	Вита	Мелодия здоровья	Ригла
Поиск	+	+	+	+	+
Каталог	+	+	+	+	+
Избранные подкатегории каталога	+	-	+	-	-
Баннеры	+	+	+	+	+
Все виды, сгруппированы в одном месте	+	+	+	-	+
Сторис	+	-	-	-	-
Популярные категории в виде карточек	+	-	-	-	-
Популярные товары	+	-	-	-	-

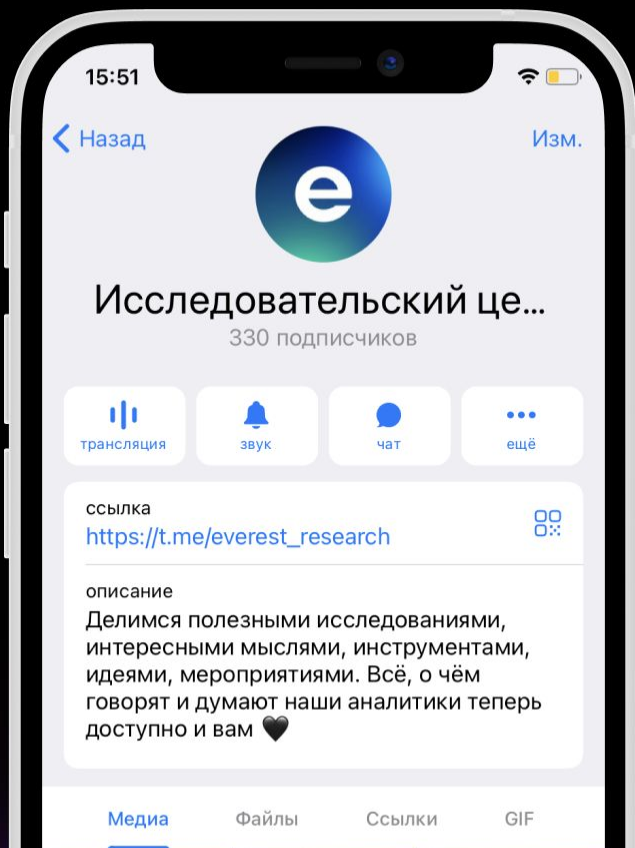
Исследовательский центр everest исследовательский центр everest исследовательский центр everest исследовательский центр everest



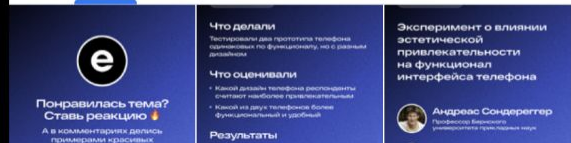
Популярные публикации

Название	Дата	Просмотров
<u>Российские аналоги Notion: сравнительный анализ и UX сервисов. Часть 1 – База знаний</u>	11 апр 2022	18 238
<u>Российские аналоги Notion: сравнительный анализ и UX сервисов. Часть 2 – Канбан</u>	5 мая 2022	4 810
<u>Импортозамещение в действии. UX российского магазина приложений NashStore</u>	30 мая 2022	2 767
<u>Российские аналоги Jira: сравнительный анализ UX сервисов. Часть 1</u>	30 июн 2022	15 188
<u>UX форм поиска билетов на сайтах российских авиакомпаний</u>	29 ноя 2022	2 999

Суммарное количество просмотров материалов на vc – 58 590



Дополнительно мы создали телеграм-канал, в котором делимся информацией по теме UX и новостями Исследовательского центра



Результаты работы Исследовательского центра

На апрель 2023 года у нас:

- ✦ Опубликовано 16 материалов (плюс 1 в работе);
- ✦ Суммарное количество просмотров материалов на vc – 58 590;
- ✦ Суммарное количество комментариев – 168.
В основном это благодарность за работу и пользу материала;
- ✦ 7 персональных zoom-презентаций и 4 общих
- ✦ 396 подписчиков в телеграм-канале.

Что даёт Исследовательский центр студии

- ✦ Генерирует базу исследований, к которой могут обращаться как читатели, так и сотрудники студии;
- ✦ Привлекает новых, релевантных для студии клиентов;
- ✦ Прокачивает бренд Everest как UX-студии;
- ✦ Повышает насмотренность и развивает аналитические компетенции сотрудников;
- ✦ Привлекает новых, релевантных сотрудников;
- ✦ Вносит свой вклад в развитие UX изучаемых отраслей.

Заслуженные награды

На премии Tagline Awards 2022 проект «Исследовательский центр Everest» забрал сразу несколько наград в разных номинациях



Лучшее позиционирование агентства 2022



Лучший брендовый канал / спецпроект 2022
Открытие года 2022



Лучший образовательный сайт 2022

Исследовательский центр Everest



Сайт центра

research.everest.cx



Телеграм-канал

[@everest_research](https://t.me/everest_research)