LINE ScaleUp 2019 เผยสูตรสำเร็จ UX-UI Design พิชิตโจทย์สุดท้าทายเหล่าสตาร์ทอัพ

LINE ScaleUp 2019 เผยสูตรสำเร็จ UX-UI Design พิชิตโจทย์สุดท้าทายเหล่าสตาร์ทอัพ

มาถึงอีกหนึ่งช่วงเวลาสำคัญของกิจกรรมแคมป์ให้ความรู้ของ LINE ScaleUp 2019 กับการชวนเหล่าสตาร์ทอัพไทยทั้ง 6 ทีมที่ผ่านการคัดเลือกสุดเข้มข้นเข้าฟังการบรรยายอย่างเป็นกันเองในหัวข้อ “UX and UI Design” มาพร้อมเป้าหมายเพื่อกระตุ้นไอเดียและช่วยเติมเต็มทักษะด้านการออกแบบบริการตนเองบนโลกดิจิทัลให้สอดรับกับประสบการณ์ผู้ใช้งาน (User Experience) เพิ่มความมั่นใจในการสร้างสรรค์ธุรกิจดิจิทัลให้ตรงใจ ไม่หลงทาง และเข้าไปนั่งในใจผู้ใช้งานอย่างรวดเร็วและยาวนาน โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าไทยที่มีความแตกต่างและมีลักษณะเฉพาะตัว จนสามารถครองใจผู้ใช้งานทั่วโลกได้

เพื่อนำเหล่าสตาร์ทอัพระดับหัวกะทิสู่เส้นทางสร้างกระบวนความคิดทรงพลัง LINE ScaleUp 2019 จึงนำเสนอแนวทางที่จะนำประสบการณ์ผู้ใช้มาสู่การออกแบบที่มีประสิทธิภาพ โดย ณัฐพร ทยานานุภัทร์ หัวหน้าฝ่าย Customer Experience จาก LINE ประเทศไทย ซึ่งมีประสบการณ์ในระดับเอเชียและคร่ำหวอดอยู่ในแวดวง Customer Experience Design & Management นานกว่า 13 ปี มาเผยถึงทฤษฎีเบื้องต้นของจิตวิทยาเชิงพฤติกรรมมนุษย์ทั้ง 7 หลักการที่สามารถประยุกต์ใช้กับในการออกแบบให้เหมาะสมกับแต่ละธุรกิจของเหล่าสตาร์ทอัพได้ง่าย แม้แต่คนทั่วไปที่ไม่ใช่นักออกแบบก็สามารถนำไปปรับใช้จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งได้นำเสนอ 7 ทฤษฎีที่สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง

• Miller’s Law กฎการจดจำของมนุษย์ไม่เกิน 7 จุด ที่ไม่สามารถจดจำทั้งหมดได้ในเวลาเดียวกัน ส่งผลให้การให้ข้อมูลที่มากเกินไปในงานออกแบบหลายครั้งส่งผลเสียมากกว่าผลดี
• Law of Proximity อิทธิพลของการจัดวางตำแหน่งของวัตถุที่มีความใกล้เคียงกันหรือมีเกี่ยวพันกัน และการเว้นระยะที่เหมาะสมมีผลต่อการรับรู้และพฤติกรรมที่ผู้ใช้งานจะเลือกทำ
• Law of Similarity กฎของความคล้ายคลึงกันของวัตถุ และการจำแนกสี ขนาด และรูปร่างต่างๆ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการสร้างความสะดุดตาทั้งการใส่สีสัน ความแตกต่างของขนาดและรูปร่าง
• Hick’s Law กฎของการตัดสินใจจากตัวเลือกที่ตัวเลือกยิ่งมากยิ่งทำให้ผู้ใช้งานตัดสินใจได้ยากขึ้น ซึ่งเราสามารถควบคุมความซับซ้อนหรือตัวเลือกในการออกแบบลงเพื่อให้ผู้ใช้ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น
• Fitts’s Law ปัจจัยสำคัญของระยะและขนาดของสิ่งที่ออกแบบมีผลกระทบต่อการตัดสินใจของผู้ใช้ เช่น ทำไมผู้ใช้ถึงสามารถตอบสนองได้ดีกว่าในที่ๆ นิ้วโป้งสามารถเอื้อมถึงได้ง่าย คือ ด้านซ้ายและขวาล่างของหน้าจอมือถือ หรือขนาดของปุ่มที่เล็กเกินไปก็จะส่งผลต่อการที่ผู้ใช้จะเลือกคลิกน้อยลง
• Serial Position Effect เน้นย้ำว่าจุดเริ่มต้นและสิ่งสุดท้ายที่ผู้ใช้เห็น มักจะเป็นสิ่งที่ผู้ใช้จำจดได้ง่ายและตัดสินใจเลือกตอบสนองต่อสิ่งที่เราต้องการให้ผู้ใช้ทำได้ง่ายที่สุด ดังนั้นข้อมูลที่สำคัญและตำแหน่ง Call to Action จึงต้องออกแบบควบคู่กันเสมอ
• Occam’s Razor คือการลดการตั้งสมมติฐาน (assumption) ในการใช้งาน ให้เหลือน้อยที่สุด หรือทำให้ผู้ใช้เห็นแล้วเข้าใจง่ายและเร็วที่สุด

ตลอดระยะเวลาให้ความรู้กับเหล่าสตาร์ทอัพทั้ง 6 ทีม ได้แก่ Choco CRM, Claimdi, Finnomena, Gowabi, Seekster และ Tellscore นั้น ทีมงาน LINE ประเทศไทย ไม่ปล่อยให้ผู้ร่วมอบรมเคร่งเครียดไปกับหลักการมากจนเกินไป แต่เลือกที่จะใช้เกมง่ายๆ เพื่อให้ทุกคนตั้งข้อสังเกต รวมทั้งการตั้งโจทย์ที่จะนำไปสู่การคิดวิเคราะห์ด้วยตนเอง ขณะเดียวกันก็ยังชี้ช่องทางที่เหมาะสมหรือเสนอแนะแนวทางเพื่อนำไปปรับใช้ในการทำงานจริง เช่น หากมุ่งเน้นที่การทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจ อาจเลือก Miller’s Law, Hick’s Law หรือ Occam’s Razor และสำหรับตัวช่วยที่ช่วยให้เกิดการพัฒนาด้าน Layout และ Micro AI น่าจะเหมาะกับการใช้ประยุกต์ใช้ Law of Proximity หรือ Law of Similarity ในการออกแบบ เป็นต้น

นอกจากการส่งต่อทฤษฎีให้สตาร์ทอัพได้รับรู้แล้ว LINE ScaleUp2019 ยังต้องการเน้นย้ำและสื่อสารออกไปว่า หลักการคิดเพื่อออกแบบ (Design Thinking) ต้องทำให้ผู้ใช้งานใช้เวลาในการทำความเข้าใจน้อยที่สุด และที่สำคัญไปกว่านั้น นักออกแบบต้องทดสอบในสถานการณ์จริงทุกวัน เพื่อพิสูจน์ให้ได้ว่าสิ่งที่ดีไซน์ออกมานั้น มันเวิร์คจริงๆ จึงเป็นที่มาของคำแนะนำเรื่องการทดสอบกับผู้ใช้จริงว่า หากต้องการผลตอบรับที่แม่นยำจากผู้ใช้ ต้องเริ่มบทสนทนาที่มีประสิทธิภาพ ด้วยคำถามที่เปิดกว้างแต่ไม่อ้อมค้อมจนเกินไป และผู้ใช้ย่อมมีคำถามเสมอ จึงต้องเตรียมพร้อมอธิบายเพิ่มเติมสำหรับข้อสงสัยเหล่านั้น รวมทั้งตั้งคำถามกว้างๆ ใช้แล้วเป็นอย่างไร หรือรู้สึกอย่างไร

แล้วก็มาถึงหัวข้อสำคัญ เพราะคนไทยไม่เหมือนใครในโลก ซึ่งเพียงแค่การเรียงตัวอักษรของไทยเปรียบเทียบกับ

ลักษณะตัวอักษรภาษาอังกฤษ จีน ญี่ปุ่น ก็สามารถเห็นภาพชัดถึงเอกลักษณ์ไทยแล้ว โดยภาษาไทยจะต้องมีการเผื่อระยะทั้งบน และล่างมากขึ้นสำหรับสระต่างๆ แต่ภาษาจีน และญี่ปุ่น จะอยู่ในกรอบตัวหนังสือที่ชัดเจน หรือเรื่องที่คนไทยชอบกด “ข้าม” มากกว่าสนใจอ่านข้อมูลอย่างละเอียด คนไทยไม่นิยมการรับข้อเสนอหรือให้เวลาทบทวนความคิด แต่ต้องการให้ผู้ออกแบบพุ่งเป้าตรงจุดไปเลยว่า จะให้ผู้ใช้ทำอะไร (Tell them what to do)
นอกจากนั้น การจัดกิจกรรมแคมป์ครั้งนี้ยังเผยเคล็ดลับเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยกับเหล่าสตาร์ทอัพทั้ง 6 ทีม ทั้งการใส่รายละเอียด และข้อสังเกตต่างๆ ในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้ใช้ เช่น การออกแบบ UI/UX ให้ผู้ใช้งานรู้สึกสบายใจที่จะกรอกข้อมูลส่วนตัวและความต้องการลงไป เพียงแค่เปลี่ยนเลย์เอ้าท์เป็นกรอบคำพูดแทนการปล่อยให้เติมคำบนเส้นบรรทัด รวมถึงการแบ่งสัดส่วนความสำคัญ ด้วยการจัดวางตำแหน่งจากซ้ายไปขวา และย้ำว่าไม่ควรละเลยช่วงเวลาโพสต์ที่เหมาะสมเพื่อหลีกเลี่ยงการบล็อกจากผู้ใช้งาน เป็นต้น

หลังจากเรียนรู้ทฤษฎีหลักการต่างๆ แล้ว ก็ต้องเข้าสู่กระบวนการปฏิบัติเพื่อพิสูจน์ความเข้าใจจริงๆ ซึ่ง LINE ScaleUp 2019 จัดให้มีการระดมความคิด โดยจับกลุ่มเพื่อแก้ปัญหาตามโจทย์ที่ได้รับ เช่น จะออกแบบขั้นตอนในการชำระเงินอย่างไร โดยมีทีมงานจาก LINE ให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาอย่างใกล้ชิด ตลอดจนเปิดโอกาสให้แต่ละทีมร่วมรับคำปรึกษาส่วนตัวกับ Omar Trejo Gutierrez หัวหน้าทีม Product Design ของ LINE ประเทศไทย อีกด้วย
ถึงแม้เป้าหมายของเหล่าสตาร์ทอัพจะยิ่งใหญ่และมุ่งไกลระดับโลกไปแล้ว ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่า การพิถีพิถันตั้งแต่จุดเริ่มต้น ใส่ใจในเรื่องเล็กๆ อย่าง Design Thinking ที่คำนึงถึง User Experience จะเป็นตัวพิสูจน์ความสามารถของสตาร์ทอัพได้เป็นอย่างดี อีกทั้งผลงานทางความคิดสร้างสรรค์เหล่านั้น ยังเป็นตัวบ่งชี้สำคัญต่อไปอีกได้ว่า ธุรกิจของสตาร์ทอัพจะ “ฮอตติดลมบน” เป็นที่จดจำ เลือกใช้ และนั่งอยู่ในใจผู้บริโภคในยุคดิจิทัลนี้ได้เร็วและอยู่รอดได้อย่างยั่งยืนหรือไม่นั่นเอง