

Продуктовые дизайн-команды

Отношение к дизайн-командам: 2020

Ежегодное исследование продуктовых дизайн-команд в России. Как профессиональное сообщество оценивает результаты их работы?

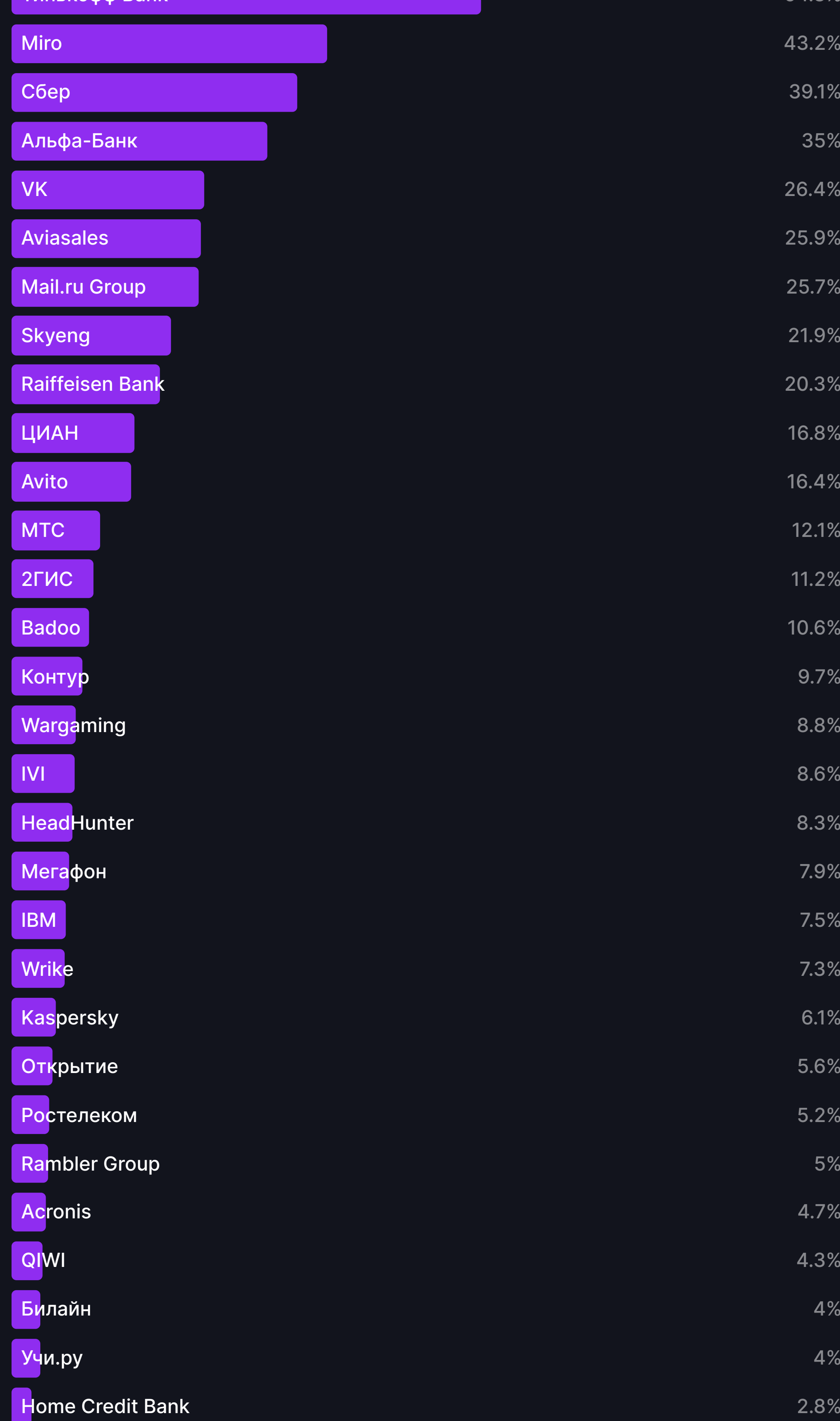
В конце 2020 года мы опросили отечественных специалистов, чтобы узнать их отношение к продуктовым дизайн-командам. В опросе участвовало 1200 человек (85% — дизайнеры разного профиля) из разных городов: Москва (56%), Санкт-Петербург (14,7%), Минск (3,3%), Екатеринбург (2,2%), Киев (1,8%), Казань (1,5%), Новосибирск (1,4%), Краснодар (1,1%), Нижний Новгород (1,1%), Самара (1,1%), Ростов-на-Дону (1%), Воронеж (0,9%) и других (13,8%).

В России хватает **сильных продуктовых компаний и команд**, в которых работают мощные дизайнеры и выпускаются крепкие продукты международного уровня. Многие из них помогают дизайн-сообществу конференциями, митапами, конкурсами и другими полезными вещами.

Такой рейтинг будет полезен рынку. Дизайнерам — лучше понимать, где есть хорошие вызовы и комфортная среда для профессионального роста. Компаниям и дизайн-командам — видеть, что нужно докачать. Это станет полезным инструментом для оценки вложений в HR-бренд.

Видели ли вы сильные продукты в плане дизайна от этих компаний?

Пользовались сами, читали о них, слышали рекомендации друзей.



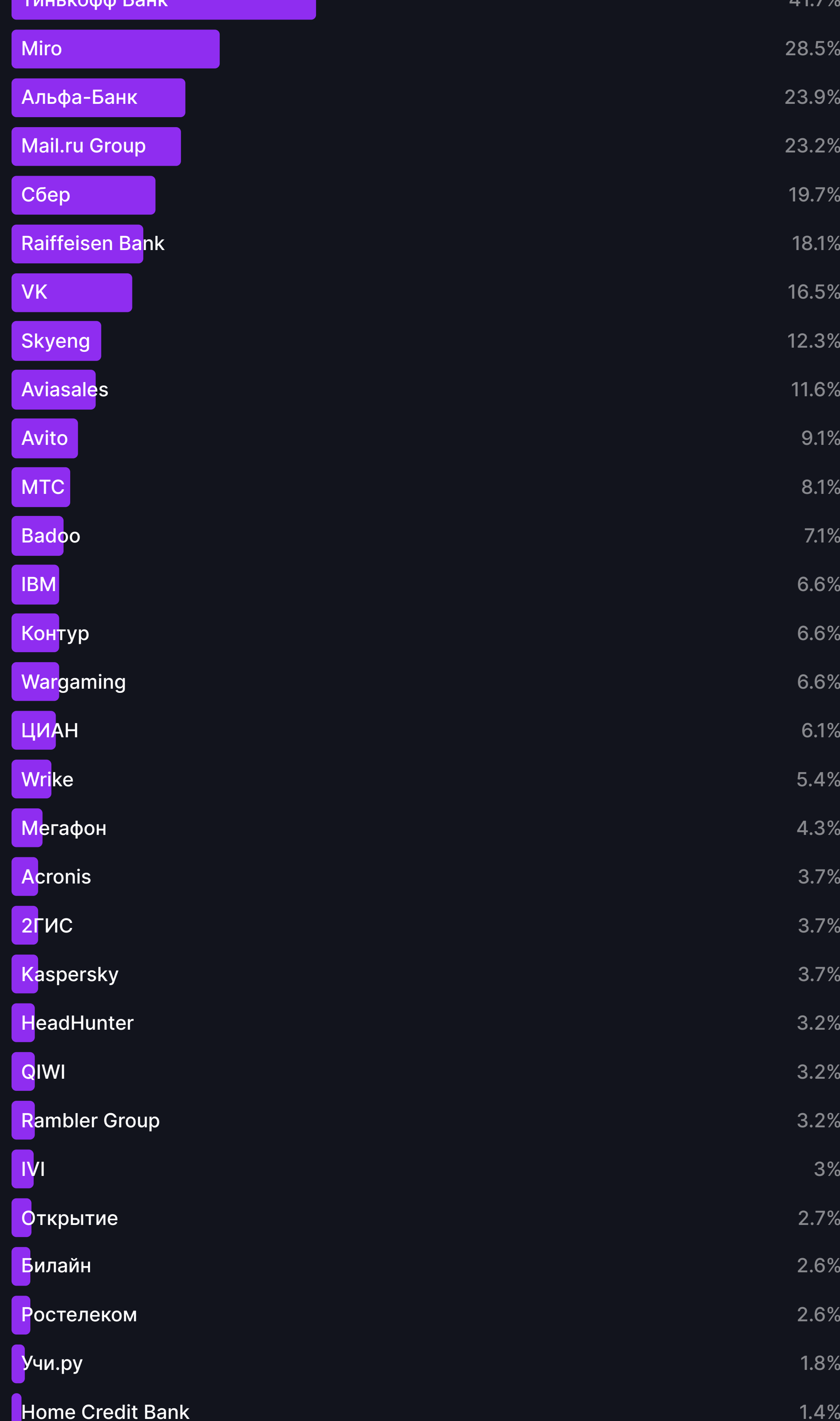
В каких компаниях вам было бы чему научиться как дизайнеру?

Например, есть сильные дизайнеры внутри или выстроен системный рабочий процесс.



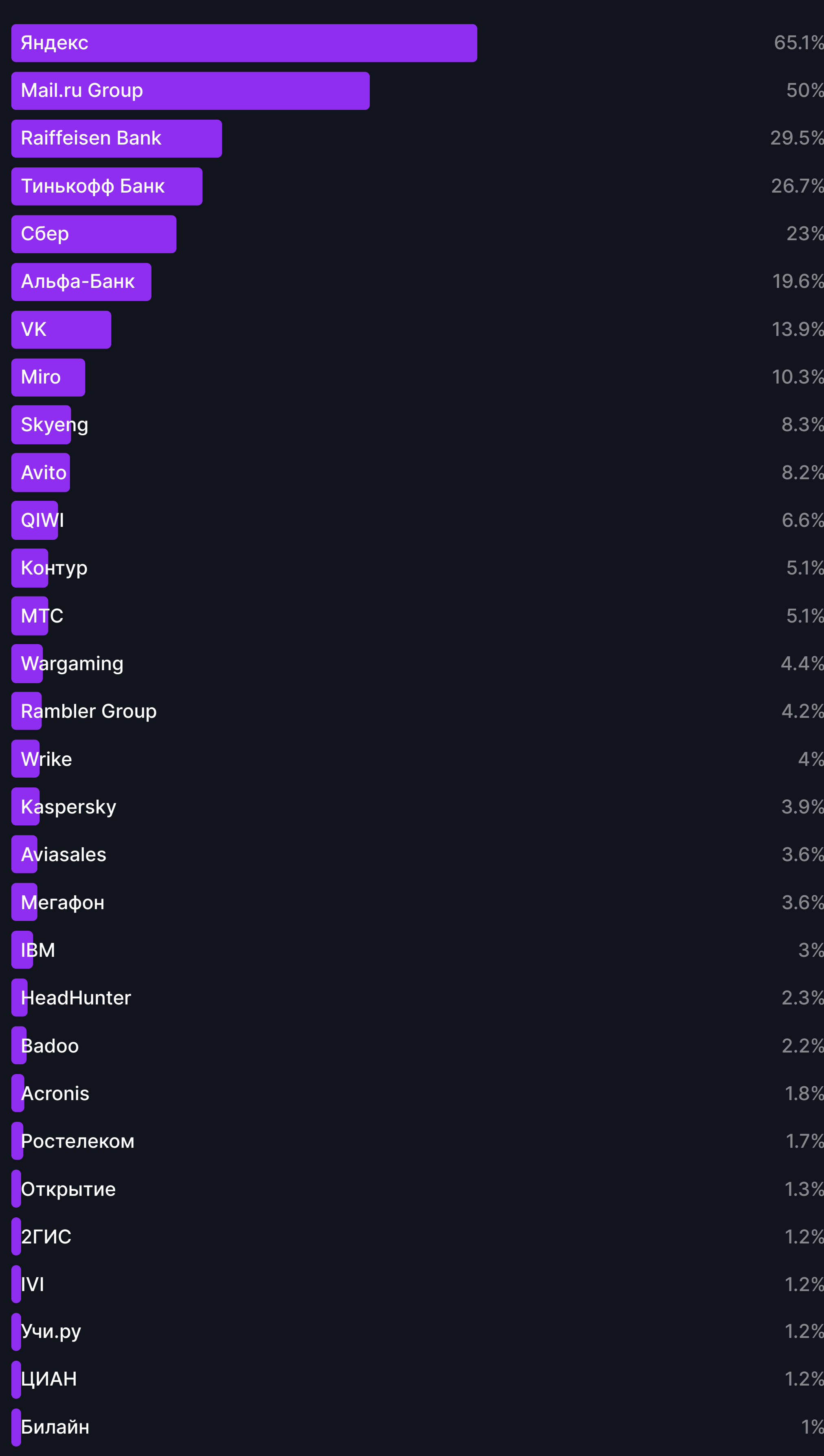
Где построена хорошая дизайн-культура, менеджеры и понимают и ценят дизайн?

Жизнь дизайнера в такой компании — не процесс вечной борьбы.



Кто из отечественных компаний хорошо работает с профессиональным сообществом?

Это могут быть митапы и конференции, курсы и образовательные программы, статьи и другие публикации.



Оффер какой компании вы бы приняли?

Вам предложили работу и дали возможность выбрать продукт, над которым хотите работать.



Ответы собирались с ноября 2020 года по середину января 2021. Аудитория — читатели популярного дизайнерских Телеграм-каналов, групп в Facebook и пабликов ВКонтакте (отдельное спасибо **Оди** и **Ищу дизайнера**).

Методология будет совершенствоваться. В 2018 году мы провели такое исследование для внутренних задач Mail.ru Group. В 2019 году опрос доработали, а результаты исследования решили сделать открытыми.

Стало понятно, где наши усилия по обновлению продуктов и развитию команды замечны, а где их не хватает или они не видны снаружи. Главный результат работы продуктовой дизайн-команды — обновленные и улучшенные продукты.

Но это не всегда быстрый процесс, да и профессиональное сообщество замечает их не сразу. Есть разрыв между этими событиями, и такое исследование подвешивает его. Отчет стал хорошим инструментом для фокусирования внутренней работы и публичных активностей.