

НИКА — ТЗ для UX/UI-дизайнера с инженерным мышлением

Первая версия документа для поиска и постановки задачи визуальному дизайнеру продукта

1. Кто нам нужен

Нам нужен не просто визуальщик и не просто человек, который умеет “делать красиво”. Нужен UX/UI-дизайнер с инженерным мышлением: человек, который умеет собрать цифровой продукт как систему — с логикой, ритмом, доверительной средой, премиальным ощущением и понятным поведением интерфейса.

- не агентский креативщик, а продуктовый дизайнер;
- не только картинки, а структура, сценарии, иерархия, взаимодействие;
- не “декор”, а среда точности, интеллекта и измерения;
- человек, который понимает ограничения разработки и умеет говорить с IT-командой.

2. Что мы строим

НИКА — это интеллектуальная аналитическая среда в недвижимости. Мы не строим классическое агентство, не делаем маркетплейс объявлений и не собираем очередную витрину. Мы строим инструмент и затем платформу, которые дают человеку понятную систему ориентирования и измерения на рынке недвижимости.

- сейчас — MVP-приложение, работающее как первая рабочая линейка рынка;
- дальше — большая платформенная часть: сайт, глубокая аналитика, финансовый и риск-модули, коммерческая недвижимость, новые города;
- в основе продукта — рейтинг, аналитика, фильтры, сценарии выбора и экспертная интерпретация.

3. Что должен чувствовать пользователь

Человек, попадая в интерфейс НИКА, должен сразу понимать и чувствовать следующее:

- я попал в умную, спокойную, серьёзную среду;
- здесь работает не реклама, а интеллект и высокая экспертная оценка;
- здесь уже встроены фильтры и датчики, которые считывают рынок и мои действия;
- здесь нет хаоса, здесь есть порядок, ритм и понятная система;
- это не дешёвый каталог, а цифровой инструмент точного выбора.

4. Метафора продукта

Внутри продукт уже строится как серьёзный механизм. По сути это Rolls-Royce рынка недвижимости: сильный внутренний двигатель, сложная аналитическая начинка, точные датчики, умные фильтры и плавная работа системы. Задача дизайнера — не просто “оформить интерфейс”, а дать этой внутренней инженерной начинке внешнюю форму.

- плавный вход в продукт, как вход в среду;
- ощущение качества, тишины, достоинства и контроля;
- визуальная логика, в которой интеллект уже чувствуется до чтения текста;

- ритм и пластика интерфейса как у премиального цифрового прибора.

5. Ключевые принципы дизайна

- Плавность. Интерфейс не должен дёргаться, орать, дробиться или наваливаться на пользователя.
- Интеллект. Шкалы, графы, карточки, рейтинги и блоки должны выглядеть как часть аналитической системы, а не как случайный набор виджетов.
- Премиальность. Не luxury-показуха, а дорогая тишина, уверенность и зрелость.
- Точность. Визуальные решения должны помогать считывать смысл быстрее, а не прятать его.
- Человечность. Несмотря на аналитику и математичность, человеку должно быть удобно, ясно и спокойно.
- Юридическая чистота. Согласия, обработка данных, пользовательские соглашения должны быть встроены в среду корректно и не ломать доверие.
- Узкая воронка. Пользователь не должен блуждать. Интерфейс мягко и умно ведёт его к следующему правильному шагу.

6. Что уже должно отражаться в визуале

- это информационно-аналитические материалы, а не рекламная листовка;
- здесь работает экспертная оценка и высокое качество аналитики;
- логотип и фирменный знак должны усиливать ощущение среды измерения;
- фильтры должны ощущаться как встроенные умные датчики системы;
- цвет, типографика, воздух, карточки, раскрывающиеся блоки и СТА должны работать как единая система.

7. Где дизайнер должен помочь в первую очередь

- Переосмыслить и вычистить интерфейс MVP, не ломая рабочую механику.
- Пересобрать первый экран, чтобы бренд, рейтинг, объект и среда считывались с первого касания.
- Собрать визуальный язык карточек, шкал, блоков аналитики и раскрывающихся разделов.
- Доработать СТА-блоки так, чтобы они не были крикливыми, но уверенно вели человека дальше.
- Продумать, как юридические элементы встроить в продукт спокойно и грамотно.
- Довести до рабочего уровня логотип, монограмму и систему знаков.
- Затем — перенести эту логику в большую платформенную часть: сайт, клиентские PDF/карты, будущие модули.

8. Какие экраны и зоны нужно продумать

- главный экран объекта / ЖК;
- блок рейтинга и расшифровки;
- экспертная аналитика и подблоки показателей;
- финансовая оценка / финансовый модуль;
- кнопка и сценарий входа в контакт с аналитиком;
- экран доверия и объяснение, что будет после заявки;
- юридический слой: согласия, обработка данных, пользовательские соглашения;
- карточка объекта для клиента и клиентская выгрузка / PDF;
- архитектура и визуальный принцип большой платформы / сайта.

9. Чего мы не хотим

- ощущения агентства, маркетплейса или риелторской ярмарки;
- дешёвого финтех-шума и кричащих неоновых решений;
- визуального базара, перегрузки кнопками и баннерами;
- случайных графических украшений без смысла;
- разрыва между сильной внутренней логикой продукта и слабой внешней оболочкой.

10. Формат работы

Нужен человек, который сможет работать не только в переписке, но и голосом: обсуждать решения, слышать задачу, задавать уточняющие вопросы, быстро показывать варианты и объяснять логику.

- контактность и внятная коммуникация обязательны;
- нужно умение работать в связке с основателем и IT-командой;
- приветствуется способность собрать сначала систему, а уже потом детали.

11. Что должно быть результатом работы

- цельная визуальная среда MVP;
- дизайн-принципы и UI-логика для платформы;
- очищенный и премиализированный первый сценарий пользователя;
- логотип, монограмма и правила использования бренд-системы;
- набор макетов / экранов / дизайн-системных решений, пригодных для передачи в разработку.

12. Короткая формула задачи

Нужно превратить уже работающий аналитический механизм в цифровую среду высокого класса. Не нарисовать красивую картинку, а дать внешнюю форму серьёзному интеллектуальному продукту.