

PLAN BADANIA UX

AUTORZY:

DATA:



PROJEKT

Jakiego produktu dotyczą badania? Jakie cele użytkownika realizuje produkt? Na jakim etapie rozwoju jest produkt?



ZAGROŻENIA

Jakie obszary mogą sprawić problem? Co może pójść nie tak? Na co trzeba zwrócić szczególną uwagę?



HARMONOGRAM

Kolejność zadań z przypisanymi osobami.



CEL BADAŃ

Jakie informacje trzeba uzyskać dzięki badaniom? Na jakie pytania szukane są odpowiedzi? Jakich danych brakuje? Jakie są hipotezy? Jakie są podejrzenia co do zjawisk lub zależności?



RESPONDENCI

Jakimi cechami charakteryzują się respondenci? Jakie jest ich doświadczenie? Ilu ich będzie?



REKRUTACJA

W jaki sposób będą rekrutowani respondenci? Jakimi kanałami? Jaki upominek?



METODA BADAWCZA

Jaka metoda pozwoli zrealizować cele badań?



NARZĘDZIA

Jaki sprzęt/oprogramowanie będą potrzebne?



WSKAZÓWKI

Zastanów się, jakiej wiedzy brakuje w tym konkretnym projekcie, w tej konkretnej sytuacji.

Unikaj pytań zamkniętych (z odpowiedzią tak/nie).
Pytania otwarte pozwolą Ci lepiej nakreślić kierunek badania.

Sprecyzuj pytania, nie stosuj pytań zbyt ogólnych lub rozbij je na kilka pytań bardziej szczegółowych.

Zastanów się, które pytania są najważniejsze i wyróżnij je.

PRZYKŁADY:

- ▶ **W jaki sposób** ludzie organizują swoje zadania w miejscu pracy?
- ▶ **Jakich narzędzi** ludzie używają do planowania swoich zadań?
- ▶ **Jak złożone** są zadania pracowników małych i średnich firm?
- ▶ **Ile** trwa typowa wizyta u lekarza specjalisty?
- ▶ **Co** jest dla ludzi najbardziej problematyczne w zarządzaniu ich zadaniami?
- ▶ **Jak często** ludzie korzystają z serwisów multimedialnych?
- ▶ **W jakich sytuacjach** ludzie korzystają ze Smart TV?
- ▶ **Gdzie** ludzie szukają informacji o atrakcjach w ich mieście?
- ▶ **Jak** wygląda struktura zawodowa użytkowników?
- ▶ **Co** jest przyczyną błędów popełnianych przez użytkowników na formularzu?
- ▶ **Dlaczego** użytkownicy likwidują konta w serwisie?



ANALIZA I WYNIKI

Jak przeprowadzona zostanie analiza (jakościowo, ilościowo, jaką metodą)? Jak będą prezentowane i szerzone wyniki badań?

PLAN BADANIA UX

AUTORZY: Iga, Basia

DATA: 27. 12.

PROJEKT

strona z ofertą i sprzedażą szkoleń dla programistów
start-up kierowany na rynek niemiecki, prototyp po ang., HTML z grafiką
cel: reklama szkoleń i sprawny proces zakupowy

CEL BADAŃ

Jakie informacje trzeba uzyskać dzięki badaniom? Na jakie pytania szukane są odpowiedzi? Jakich danych brakuje? Jakie są hipotezy? Jakie są podejrzenia co do zjawisk lub zależności?

Jakie skojarzenia budzi strona na pierwszy rzut oka?
(hipoteza: metafora góry jest zrozumiała)

Na jakie informacje użytkownicy zwracają uwagę szukając szkolenia dla siebie?

Które informacje są dla nich szczególnie ważne?

Jakie argumenty przemawiają do nich przy wyborze szkolenia?

Co jest ważne w szkoleniach?

Jak postrzegana jest cena szkolenia (wartość za niską cenę, czy podejrzanie niska)?

W jaki sposób chcą podawać dane uczestnika?

Jak różni się to od danych zamawiającego?

Co sprawia problem przy zamawianiu biletu dla więcej osób lub na kilka szkoleń?

Czy użytkownicy potrafią skorzystać z rabatu?

Jakie błędy są popełniane w trakcie wypełniania formularza zamówienia?

W jaki sposób użytkownicy korzystają z filtrów wyszukiwarki szkoleń?

ZAGROŻENIA

Jakie obszary mogą sprawić problem? Co może pójść nie tak? Na co trzeba zwrócić szczególną uwagę?

uczestnicy bez doświadczenia w szkoleniach lub błędy w prototypie
kupowaniu biletów szkoleniowych (bo robi to HR) błędy w tłumaczeniach

RESPONDENCI

Jakimi cechami charakteryzują się respondenci? Jak jest ich doświadczenie? Ilu ich będzie?

5x doświadczony, ambitny deweloper, poszukujący możliwości rozwijania kompetencji bez pitu-pitu

5x pracownicy działu HR lub asystenci zamawiający szkolenia dla pracowników

REKRUTACJA

W jaki sposób będą rekrutowani respondenci? Jakimi kanałami? Jaki upominek?

social media grupy na FB
kontakty klienta
metoda kuli śnieżkowej
2x screener Google
Form

METODA BADAWCZA

Jaka metoda pozwoli zrealizować cele badań?

zadaniowe testy użyteczności

-> test 5 sekund

-> protokół głośnego myślenia

-> karty reakcji

NARZĘDZIA

Jaki sprzęt/oprogramowanie będą potrzebne?

-> laptop z kamerą

-> sala obserwacyjna z miejscem dla klienta

-> Camtasia

-> Google Form

-> wydruk reklamy serwisu

-> karty reakcji

ANALIZA I WYNIKI

Jak przeprowadzona zostanie analiza (jakościowo, ilościowo, jaką metodą)? Jak będą prezentowane i szerzone wyniki badań?

1 obserwator + klient

sesja interpretacyjna po zakończeniu testów z klientem
główne wnioski na maila, poprawki prototypu

HARMONOGRAM

Kolejność zadań z przypisanymi osobami.

Iga:
scenariusz + screener do 5.01

Basia, Iga:
rekrutacja do 9.01

Krzysiek, Basia,
Piotr: badania 11-12.01

Krzysiek, Basia, Piotr:
sesja interpretacyjna

Basia, Iga:
wnioski, rekomendacje 13.01

Basia:
raport na maila 14.01

Iga:
poprawki do prototypu 14-15.01