

Projektowanie zorientowane na
użytkownika jako podstawa
tworzenia dostępnych
i nowoczesnych produktów

Human Centered Design

Łukasz Bis

Design

Wygląd czy funkcja?

Nie wszystko, co możemy
zbudować, warto zbudować.

Nie wszystko, co możemy zbudować, warto zbudować.

Technologia daje nam dziś ogromne możliwości.

Nie wszystko, co możemy zbudować, warto zbudować.

Ale sama możliwość techniczna
nie oznacza jeszcze wartości.

Nie wszystko, co możemy zbudować, warto zbudować.

W centrum powinno być pytanie:
komu to pomaga i w czym?

Największą pułapką projektowania jest własna perspektywa.

Największą pułapką projektowania jest własna perspektywa.

Zakładamy, że użytkownik wie to, co my.

Największą pułapką projektowania jest własna perspektywa.

Zakładamy, że użytkownik ma czas, cierpliwość i kompetencje.

Największą pułapką projektowania jest własna perspektywa.

Zakładamy, że „to jest przecież intuicyjne”.

Największą pułapką projektowania jest własna perspektywa.

A potem okazuje się,
że produkt działa tylko w prezentacji.

Łukasz Bis

Better done, than perfect!

User-centered design to
nie etap. To sposób myślenia.

User-centered design to nie etap. To sposób myślenia.

Projektowanie od realnych potrzeb,
nie od pomysłów zespołu.

User-centered design to nie etap. To sposób myślenia.

Ciągłe sprawdzanie założeń.

User-centered design to nie etap. To sposób myślenia.

Uwzględnianie kontekstu,
ograniczeń i emocji użytkownika.

User-centered design to nie etap. To sposób myślenia.

Tworzenie rozwiązań zrozumiałych, użytecznych i możliwych do zastosowania.

Nie projektujemy dla
idealnego użytkownika.

Nie projektujemy dla idealnego użytkownika.

Użytkownicy mają różne kompetencje cyfrowe.

Nie projektujemy dla idealnego użytkownika.

Korzystają z różnych urządzeń.

Nie projektujemy dla idealnego użytkownika.

Mają różne ograniczenia czasowe, poznawcze, fizyczne i sytuacyjne.

Nie projektujemy dla idealnego użytkownika.

Ten sam człowiek może być „zaawansowany” rano i bezradny wieczorem, gdy się spieszy.

Nowoczesny produkt to nie ten,
który ma najwięcej funkcji.

Nowoczesny produkt to nie ten, który ma najwięcej funkcji.

Nowoczesny produkt rozwiązuje realny problem.

Nowoczesny produkt to nie ten, który ma najwięcej funkcji.

Jest prosty tam, gdzie może być prosty.

Nowoczesny produkt to nie ten, który ma najwięcej funkcji.

Daje użytkownikowi kontrolę
i poczucie bezpieczeństwa.

Nowoczesny produkt to nie ten, który ma najwięcej funkcji.

Nie zmusza do myślenia więcej, niż to konieczne.

Dostępność nie jest
dodatkiem na końcu.

Dostępność nie jest dodatkkiem na końcu.

Dostępność to część jakości produktu.

Dostępność nie jest dodatkkiem na końcu.

Pomaga osobom z niepełnosprawnościami,
ale nie tylko im.

Dostępność nie jest dodatkkiem na końcu.

Lepszy kontrast, prosty język, logiczna struktura i czytelna nawigacja pomagają wszystkim.

Dostępność nie jest dodatkkiem na końcu.

Dostępność to praktyczny wymiar empatii.

Technicznie działa.
Użytkowo - niekoniecznie.

Technicznie działa. Użytkowo - niekoniecznie.

Formularz może być poprawny technicznie,
ale niezrozumiały.

Technicznie działa. Użytkowo - niekoniecznie.

Może mieć zbyt wiele pól.

Technicznie działa. Użytkowo - niekoniecznie.

Może nie wyjaśniać błędów.

Technicznie działa. Użytkowo - niekoniecznie.

Może nie mówić użytkownikowi, co stanie się dalej.

Technicznie działa. Użytkowo - niekoniecznie.

Tworzenie rozwiązań zrozumiałych,
użytecznych i możliwych do zastosowania.

Nie pytaj tylko:
„czy to działa?”

Nie pytaj tylko: „czy to działa?”

Czy użytkownik rozumie, co ma zrobić?

Nie pytaj tylko: „czy to działa?”

Czy potrafi to zrobić bez pomocy?

Nie pytaj tylko: „czy to działa?”

Czy po wykonaniu działania wie, co się wydarzyło?

Założenia są tanie.
Błędy projektowe bywają
drogie.

Założenia są tanie.
Błędy projektowe bywają
drogie.

„Wydaje nam się” to za mało.

Założenia są tanie.
Błędy projektowe bywają
drogie.

Warto rozmawiać z użytkownikami.

Założenia są tanie.
Błędy projektowe bywają
drogie.

Warto obserwować,
jak naprawdę korzystają z produktu.

Założenia są tanie.
Błędy projektowe bywają
drogie.

Warto testować wcześniej,
zanim koszt zmian będzie wysoki.

Słuchanie to metoda projektowa.

Słuchanie to metoda projektowa.

Wywiady z użytkownikami.

Słuchanie to metoda projektowa.

Obserwacja zachowań.

Słuchanie to metoda projektowa.

Analiza zgłoszeń, reklamacji, pytań i błędów.

Słuchanie to metoda projektowa.

Testy użyteczności.

Słuchanie to metoda projektowa.

Warsztaty z interesariuszami.

Słuchanie to metoda projektowa.

Analiza danych ilościowych i jakościowych.

Empatia w projektowaniu nie
jest hasłem. Jest narzędziem.

Empatia w projektowaniu nie jest hasłem. Jest narzędziem.

Co użytkownik widzi?

Empatia w projektowaniu nie jest hasłem. Jest narzędziem.

Co słyszy?

Empatia w projektowaniu nie jest hasłem. Jest narzędziem.

Co myśli i czuje?

Empatia w projektowaniu nie jest hasłem. Jest narzędziem.

Co mówi i robi?

Empatia w projektowaniu nie jest hasłem. Jest narzędziem.

Jakie ma frustracje?

Empatia w projektowaniu nie jest hasłem. Jest narzędziem.

Jakie ma potrzeby?

Persona ma pomagać
zrozumieć człowieka,
nie tworzyć fikcyjnego awatara.

Persona ma pomagać
zrozumieć człowieka,
nie tworzyć fikcyjnego awatara.

Dobra persona opiera się na danych i obserwacjach.

Persona ma pomagać
zrozumieć człowieka,
nie tworzyć fikcyjnego awatara.

Nie chodzi o imię, zdjęcie i hobby.

Persona ma pomagać
zrozumieć człowieka,
nie tworzyć fikcyjnego awatara.

Chodzi o potrzeby, ograniczenia,
motywacje i kontekst.

Persona ma pomagać
zrozumieć człowieka,
nie tworzyć fikcyjnego awatara.

Persona powinna wspierać decyzje projektowe.

Produkt to nie ekran. To doświadczenie.

Użytkownik ma cel, nie „ścieżkę w systemie”.

Produkt to nie ekran. To doświadczenie.

Warto zobaczyć cały proces przed,
w trakcie i po użyciu produktu.

Produkt to nie ekran. To doświadczenie.

Największy problem może być poza samym interfejsem.

Produkt to nie ekran. To doświadczenie.

Frustracja często pojawia się na styku komunikacji,
procedur i technologii.

Dostępność zaczyna się od prostych decyzji.

Czytelny kontrast.

Dostępność zaczyna się od prostych decyzji.

Logiczna struktura nagłówków.

Dostępność zaczyna się od prostych decyzji.

Zrozumiałe etykiety i komunikaty.

Dostępność zaczyna się od prostych decyzji.

Obsługa klawiaturą.

Dostępność zaczyna się od prostych decyzji.

Teksty alternatywne.

Dostępność zaczyna się od prostych decyzji.

Prosty język.

Dostępność zaczyna się od prostych decyzji.

Przewidywalne działanie interfejsu.

Użytkownik nie powinien dekodować komunikatu.

Zrozumiały tekst skraca drogę do działania.

Użytkownik nie powinien dekodować komunikatu.

Komunikaty błędów powinny pomagać, nie
zawstydzają.

Użytkownik nie powinien dekodować komunikatu.

Nazwy przycisków powinny mówić, co się stanie.

Użytkownik nie powinien dekodować komunikatu.

Mniej żargonu oznacza więcej skuteczności.

Prostota
to dobrze podjęte decyzje.

Prostota to dobrze podjęte decyzje.

Nie chodzi o usunięcie wszystkiego.

Prostota to dobrze podjęte decyzje.

Chodzi o usunięcie tego, co przeszkadza.

Prostota to dobrze podjęte decyzje.

Dobry produkt prowadzi użytkownika.

Prostota to dobrze podjęte decyzje.

Najlepsze rozwiązania często są niewidoczne,
bo nie tworzą tarcia.

Zamiast:
„co możemy zbudować?”

Zamiast: „co możemy zbudować?”

Najlepsze rozwiązania często są niewidoczne,
bo nie tworzą tarcia.

Zapytajmy:
„co rzeczywiście ma sens
zbudować?”

Zapytajmy: „co rzeczywiście ma sens zbudować?”

Czy problem jest realny?

Zapytajmy: „co rzeczywiście ma sens zbudować?”

Czy rozwiązanie jest potrzebne?

Zapytajmy: „co rzeczywiście ma sens zbudować?”

Czy użytkownik będzie chciał z tego skorzystać?

Zapytajmy: „co rzeczywiście ma sens zbudować?”

Czy potrafi z tego skorzystać?

Zapytajmy: „co rzeczywiście ma sens zbudować?”

Czy to upraszcza życie,
czy tylko dodaje kolejną warstwę?

Poznaj - zaprojektuj -
sprawdź - popraw.

Poznaj - zaprojektuj - sprawdź - popraw.

Zrozumienie problemu.

Poznaj - zaprojektuj - sprawdź - popraw.

Poznanie użytkowników.

Poznaj - zaprojektuj - sprawdź - popraw.

Definicja potrzeb.

Poznaj - zaprojektuj - sprawdź - popraw.

Prototypowanie.

Poznaj - zaprojektuj - sprawdź - popraw.

Testowanie.

Poznaj - zaprojektuj - sprawdź - popraw.

Wdrażanie.

Poznaj - zaprojektuj - sprawdź - popraw.

Iteracja.

Projektowanie zorientowane na
użytkownika to nie koszt.
To ograniczanie strat.

Projektowanie zorientowane na użytkownika to nie koszt. To ograniczanie strat.

Mniej błędnych decyzji.

Projektowanie zorientowane na użytkownika to nie koszt. To ograniczanie strat.

Mniej poprawek po wdrożeniu.

Projektowanie zorientowane na użytkownika to nie koszt. To ograniczanie strat.

Mniej frustracji użytkowników.

Projektowanie zorientowane na użytkownika to nie koszt. To ograniczanie strat.

Większa skuteczność produktu.

Projektowanie zorientowane na użytkownika to nie koszt. To ograniczanie strat.

Lepsza dostępność.

Projektowanie zorientowane na użytkownika to nie koszt. To ograniczanie strat.

Większe zaufanie do marki lub instytucji.

Projektuj tak, jakby po drugiej stronie naprawdę był człowiek.

Nie zakładaj - sprawdzaj.

Projektuj tak, jakby po drugiej stronie naprawdę był człowiek.

Nie komplikuj - upraszczaj.

Projektuj tak, jakby po drugiej stronie naprawdę był człowiek.

Nie projektuj dla siebie - projektuj dla użytkownika.

Projektuj tak, jakby po drugiej stronie naprawdę był człowiek.

Nie zostawiaj dostępności na koniec.

Projektuj tak, jakby po drugiej stronie naprawdę był człowiek.

Nie pytaj tylko, czy działa - pytaj, czy pomaga.

Dostępne i nowoczesne produkty
powstają wtedy,
gdy technologia spotyka się ze
rozumieniem człowieka.

Użytkownik nie jest przeszkodą w projekcie.

Dostępne i nowoczesne produkty
powstają wtedy,
gdy technologia spotyka się ze
rozumieniem człowieka.

Jest powodem, dla którego projekt istnieje.

Dostępne i nowoczesne produkty
powstają wtedy,
gdy technologia spotyka się ze
rozumieniem człowieka.

Najlepsze produkty nie zachwycają liczbą funkcji.

Dostępne i nowoczesne produkty
powstają wtedy,
gdy technologia spotyka się ze
rozumieniem człowieka.

Zachwycają tym, że rozwiązują właściwy problem.

Dzięki!

Łukasz Bis | 695 919 030 | lukaszbis@gmail.com



**Sokołów
Małopolski**



**WSB MERITO
UNIVERSITY
OPOLE**