

Proces zakupu biletu PKP

Angelika Siejek

1 Problem badawczy

Z badań wynika, że dla podróżujących kolejami PKP najbardziej problematycznym momentem jest zakup biletu. Opisz, jakie czynności po kolei wykonałabyś, aby usprawnić doświadczenia użytkowników w tym procesie?

2 Rozwiązanie

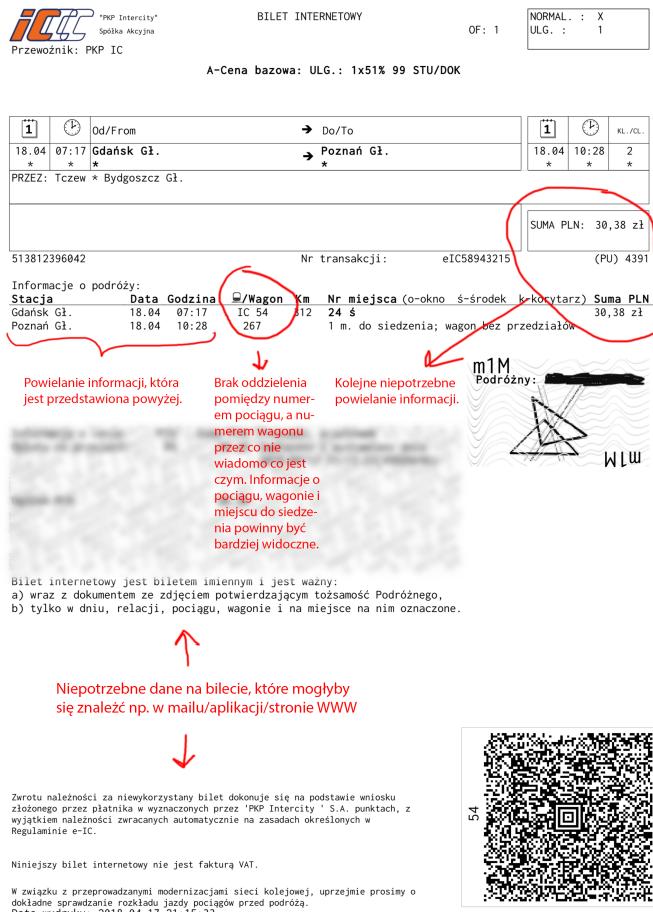
Cały proces rozpoczęłam od przeprowadzenia wywiadów pogłębionych w celu poznania opinii użytkowników. Badania te zaliczają się do badań jakościowych i dostarczają nam szczegółowych informacji jaki problem należy rozwiązać.

W związku z tym przeprowadziłam wywiad z 8 osobami na dworcu głównym w Poznaniu. Celem mojego badania było dowiedzenie się w jaki sposób ludzie kupują bilety PKP oraz z czym mają największy problem podczas całego procesu zakupowego. Badane osoby były w wieku pomiędzy 25 – 60 rokiem życia. Z badań jasno wynika, że najpopularniejszym ze sposobów zakupu biletu jest zakup za pośrednictwem strony internetowej. Wskazania były różne lecz najczęściej wybieraną stroną jest www.rozklad-pkp.pl. Co ciekawe nikt nie wskazał strony bilkom.pl. Można więc podejrzewać, iż strona ta jest mało znana wśród użytkowników kupujących bilety PKP, a szkoda bo moim zdaniem jest o wiele lepiej zaprojektowana niż ta co jest najczęściej używana. Z pytania dotyczącego problemów w procesie zakupowym dowiedziałam się, iż użytkownikom przeszkadza:

- brak możliwości kupna biletu powrotnego,

- brak spójnego systemu do zakupu biletów (dostępnych kilka różnych stron oraz aplikacji),
- brak przyjaznej aplikacji mobilnej, która byłaby zintegrowana z kontem Intercity na stronie WWW,
- mało czytelny bilet

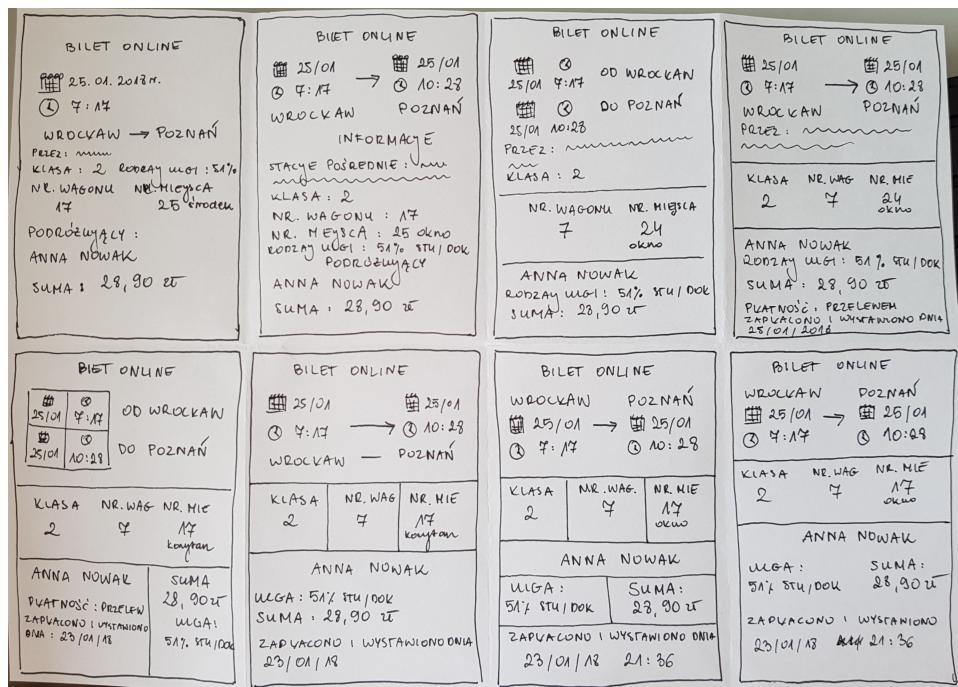
Z czego to ostatnie było najczęściej udzielaną odpowiedzią na moje pytanie. Użytkownicy skarzyli się na za małą czcionkę, źle zlokalizowane najistotniejsze informacje takie jak numer wagonu i miejsca siedzącego oraz na zbyt dużo danych/tekstu na bilecie.



Rysunek 1: Aktualny bilet PKP

Po przeanalizowaniu zebranych wywiadów indywidualnych doszłam do wniosku, że najbardziej problematyczną rzeczą jest bilet sam w sobie i trzeba go dostosować do potrzeb użytkowników.

Dlatego też w kolejnym kroku procesu wykorzystując metodę szalonych 8 stworzyłam osiem nowych odsłon biletu PKP. Wybrałam tą metodę, ponieważ w krótkim czasie można wygenerować wiele pomysłów oraz przede wszystkim mogłam ją wykonać samodzielnie w domu.



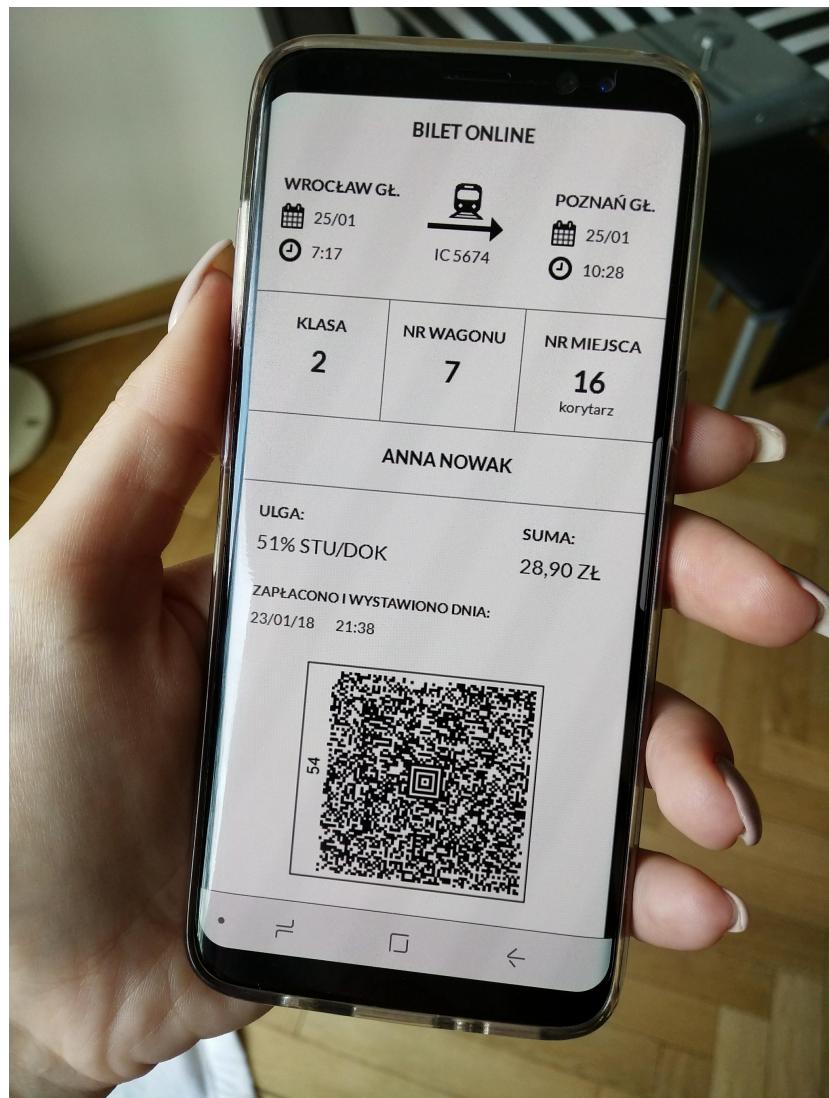
Rysunek 2: Szalona 8

Po pokazaniu szkiców paru osobom zdecydowałam się stworzyć taki oto bilet.



Rysunek 3: Nowy bilet PKP

Bilet stworzyłam na podstawie opinii paru znajomych przerabiając delikatnie wersję szkicową, która najbardziej się spodobała. Bilet zaprojektowałam w dwóch podstawowych kolorach, tak aby był odpowiednio przystosowany do druku. Dobrze wyświetla się również na telefonie, dzięki czemu nie trzeba specjalnie przybliżać na kod QR aby go zeskanować.



Rysunek 4: Wyświetlanie biletu na telefonie

W celu przetestowania mojego projektu udało się ponownie na dworzec główny, ponieważ zdaje sobie sprawę z tego jak ważne jest naturalne

środowisko użytkownika, a dworzec to miejsce gdzie najczęściej używamy biletów PKP. Pokazałam bilet 5 osobom i kazałam w 15 sekund odczytać najważniejsze informacje takie jak numer wagonu oraz miejsca siedzącego. Większość ludzi na dworcu jest bardzo zabieganych, gdyż chcą zdążyć na pociąg. W związku z tym bardzo ważne było dla mnie stworzyć taki bilet aby nikt nie musiał się zastanawiać gdzie co jest i szukać danych, które powinny być widoczne na pierwszy rzut oka. Z przeprowadzonych testów wynikło, iż udało mi się osiągnąć to co sobie zaplanowałam, czyli czytelny i zrozumiały bilet PKP.