

Case study - Aplikacji Digital Science



Prototyp :

<https://www.figma.com/file/yTKo9Xd7r8spd5jtBuc0lG/Grupa-D---Digital-Science?type=design&node-id=330-5139&mode=design&t=OeqLN9g2AfLXFhxj-0>

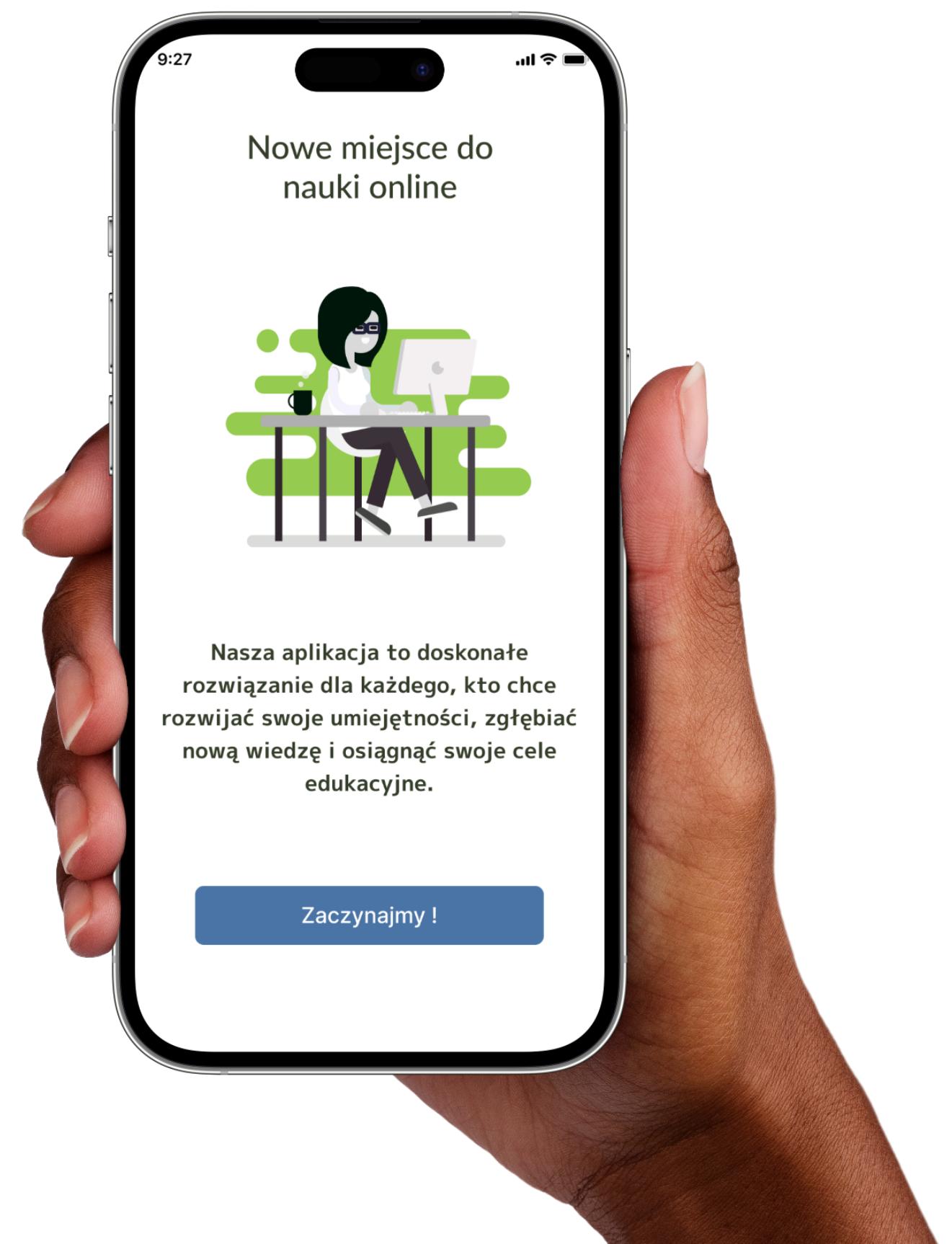
Dokumentacja:

<https://miro.com/app/board/uXjVMQQN6pg=/>

Michał Krysta

Idea biznesowa

- Prosty sposób do tworzenia kursów i testów z plików audio i video
- Możliwość transkrypcji
- Iteracyjny model uczenia
- Przystępna forma kursu
- Tworzenie kursu z telefonu



Kontekst produktu

1. Dostępność

Rozwijanie umiejętności i zdobywanie wiedzy w sposób wygodny i dostępny dla każdego.

2. Elastyczność nauki:

Nauka w dowolnym miejscu i czasie, dając kontrolę nad własnym procesem edukacyjnym.

3. Szeroki wybór tematów:

Dla tych, którzy chcą rozwijać się zawodowo lub osobowo, eliminując ograniczenia czasowe i geograficzne tradycyjnych kursów stacjonarnych.

4. Dostęp do ekspertów:

Interakcja z ekspertami w danej dziedzinie, aby uzyskać wskazówki, inspirację i wartościową wiedzę.

Buisnes Discovery

- analyze rynku pracy
- protopersona
- hipoteza



Branża e-learningowa

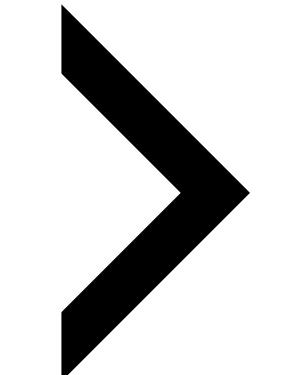
Globalny zasięg

Dostępność i elastyczność

Różnorodność tematyczna

Efektywność kosztowa

Indywidualizacja uczenia się



Brak bezpośredniej interakcji

Konieczność samodyscypliny

Zagrożenia bezpieczeństwa

Nierówności dostępu do technologii

Wyniki badań rynkowych

- Wzrost zainteresowania kursami online.
- Rozwój kształcenia pracowników przez firmy.
- Edukacja dla ludzi z wyższym wykształceniem.
- Edukacja hybrydowa.
- Wzrost dostępności zasobów edukacyjnych.
- Zwiększenie inwestycji w technologię edukacyjną.
- Popularyzacja certyfikatów online.

Konkurencja i produkt

Analiza produktu przeprowadzona **metodą SWOT**.

Wnioski:

- Jest wiele aplikacji tego typu.
- Większość aplikacji nie posiada kreatora video.
- Kontakt z twórcami tylko mailowy.
- Personalizacja na podstawie zakupów innych użytkowników.
- Udemy – najbliższa wizji naszej aplikacji.
- .

Grupa docelowa - charakterystyka

- Osoby w wieku średnim.
- Osoby aktywne zawodowo.
- Osoby z wyższym wykształceniem - większy dostęp i skłonność do rozwoju.
- Osoby zainteresowań dwu kierunkowa edukacja np.(zawód + hobby).

Grupa docelowa - motywacja

Dlaczego korzystają:

- Rozwój kompetencji i umiejętności.
- Poszerzenie wiedzy w zakresie zainteresowań .
- Szukanie nowej formy spędzania wolnego czasu.

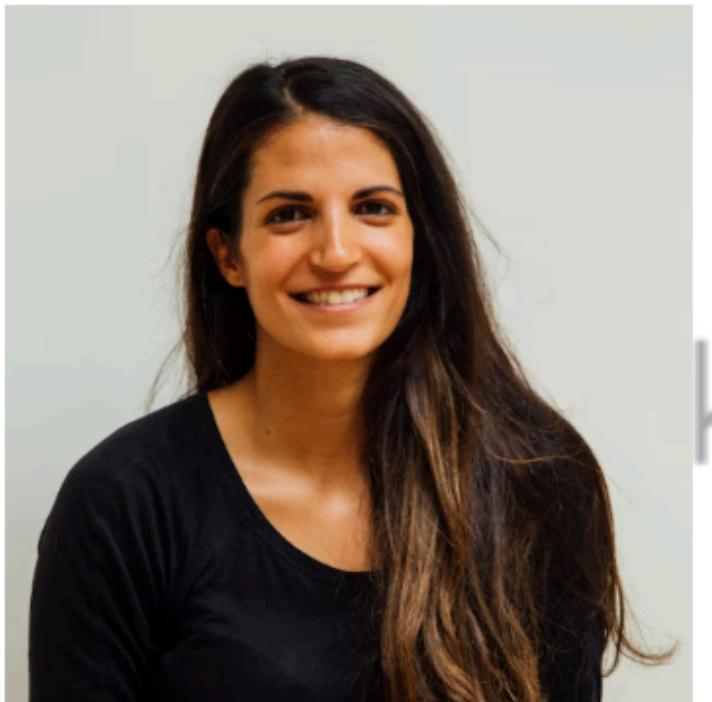
Jakie mają bolączki:

- Brak możliwości rozwoju u pracodawcy.
- Trudności w znalezieniu pracy z uwagi na duże wymagania .
- Trudny dostęp do rozwoju zainteresowań.

Protopersona

demografia

kim jest?



Ania

30 lat

kobieta

osoba posiadająca swoją rodzinę (mąż, w planach dziecko)

wykształcenie wyższe

pracuje jako nauczycielka

mniejsze miasto

Dlaczego kupuje od nas?
(JTBD)

chce mieć wyższe kompetencje

zachęca ją nasza cena

chce się rozwijać zawodowo

aplikacja jest łatwa w obsłudze, estetyczna i intuicyjna

chce rozwijać swoje hobby

może traktować aplikację jako dodatkowe źródło zarobku

chce poznać nowe zainteresowania

może korzystać z aplikacji zarówno jako uczeń i nauczyciel

ma potrzebę zdobycia życiowej wiedzy (np. zdrowie)

może sprawdzać na bieżąco swoje postępy w nauce/rozwoju

pain pointy

ma chęć przekazania wiedzy i chciałaby mieć większe grono odbiorców - uczniów

chciałby mieć dodatkowe źródło finansowe

chciałby spotykać się z uczniami online przy użyciu video (obustronne)

frustracje

chciałaby w nowoczesny sposób przekazywać wiedzę

nie może znaleźć stacjonarnie kursów w swoim mieście

poszukuje wiedzy na temat zdrowia/planowania dziecka (ciąża, opieka, rozwój dziecka)

potrzeby, korzyści

ma potrzebę podnoszenia kompetencji

chciałby się przebranżowić

potrzebuje pogłębiać wiedzę o swoich pasjach/zainteresowaniach

może osiągać większe zarobki dzięki dodawaniu swoich kursów

ma dostęp do aktualnych kursów

ma dostęp do aplikacji w każdym momencie - aplikacja mobilna

ma dostęp do wybranych modułów offline

może się wypromować

Hipotezy w oparciu o BD i grupę docelową

- rozwój branży e-learningowej,
- duża dostępność kursów online, niższy koszt.
- zwiększenie atrakcyjności pracodawcy.
- użytkownicy to osoby z wyższym wykształceniem.
- użytkownicy chcą rozwijać kompetencje i umiejętności w zakresie zawodowym oraz własnych zainteresowań.



Badanie jakości

- cel
- sposób prowadzenia badania
- persona
- wnioski



Cel badawczy

Cele badawcze - Identyfikacja potrzeb użytkowników

-Sprawdzenie jaka jest ocena użyteczności

Poznanie
motywacji do
korzystania z
kursów online

Sposób
korzystania
z kursów
online

Poznanie
funkcjonalności
aplikacji/platform,
z których już
osoby badane
korzystają

+ aplikacji
konkurencyjnych

- aplikacji
konkurencyjnych



Metodologia prowadzonych badań

1. Przygotowaliśmy ankietę - wyselekcjonowanie użytkowników odpowiadających naszej protopersonie.

! Nie puściliśmy screenera w świat - nie mieliśmy wybranej grupy osób, ale zdecydowaliśmy się na przeprowadzenie wywiadów z wybranymi przez nas znajomych osób, które wpisywały się w zakres kryteriów rekrutacyjnych.

2. Przygotowaliśmy scenariusz badawczy (podzielony na III bloki tematyczne).

Wnioski

Wersja mobilna sprzyja rozwiązywaniu testów/quizów – **funkcja dedykowana dla mobile.**

Transkrypcje przeszkadzały raczej w realizowaniu kursów, ale pomoc jako notatka – opcja **automatycznych notatek**.

Osoby badane nie znalazły w aplikacjach dogodnego systemu do iteracyjnego uczenia – **potrzeba personalizowania kursów.**

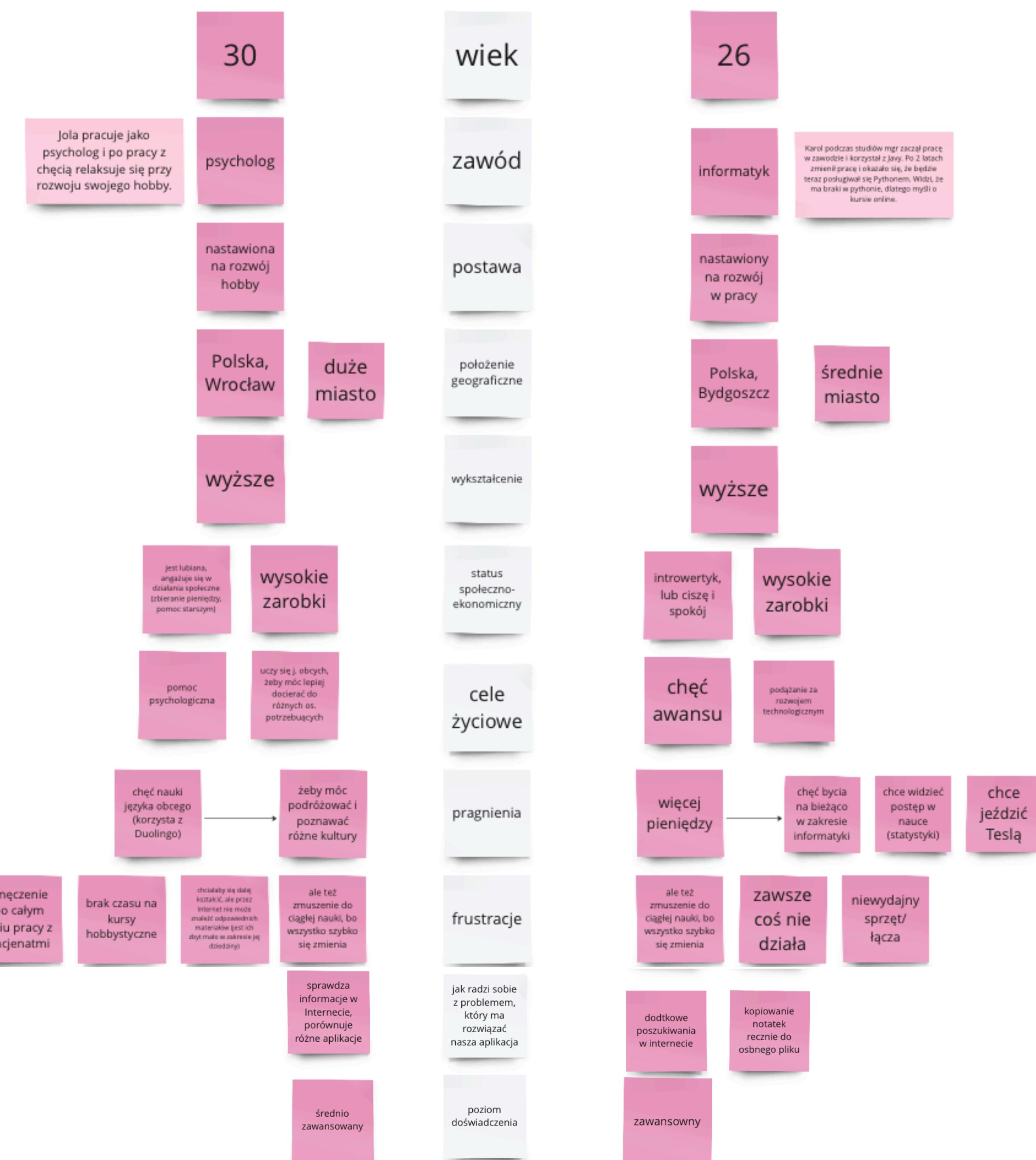
Zróżnicowanie medium i rodzaju realizowanych kursów: kursy **hobbyistyczne mobile, kursy specjalistyczne/zawodowe laptop**

2 persony – **aplikacja powinna być dostosowana do 2 typów użytkowników**

Persony



Jola



Wnioski

- Dużo czasu poświęciliśmy na przygotowanie scenariusza.
- Poznaliśmy motywacje zainteresowania, problemy i bolączki.
- Wyłoniliśmy istotne dla użytkowników funkcje aplikacji.
- Mogliśmy przystąpić do wygenerowania pomysłów dla konkretnych funkcji aplikacji.
- Nasze persony różni motywacja a nie oczekiwania funkcjonalne

Aplikacja na telefon z samouczkiem

baza wiedzy do danej dziedziny i zablokowanie pobierania materiałów naukowych

Stworzenie kategorii kursów (dostosowanie narzędzi pod dziedzinę) i informacji o ich aktualizacji i opisem wraz z oceną kursu

Sugerowanie innych zadań w przypadku wykrycia braku wiedzy i możliwość powtarzania kursów/testów

Możliwość założenia konta i pretestu w celu poznania zainteresowań i poziomu umiejętności (przedstawienie rekomendowanych kursów)

uzyskanie certyfikatu, który można podpisać pod LinkedIn

możliwość transkrypcji nagrani i notatek

widoczność postępów w nauce - statystyki i porównanie wyników z innymi osobami

Pierwsza decyzja projektowa

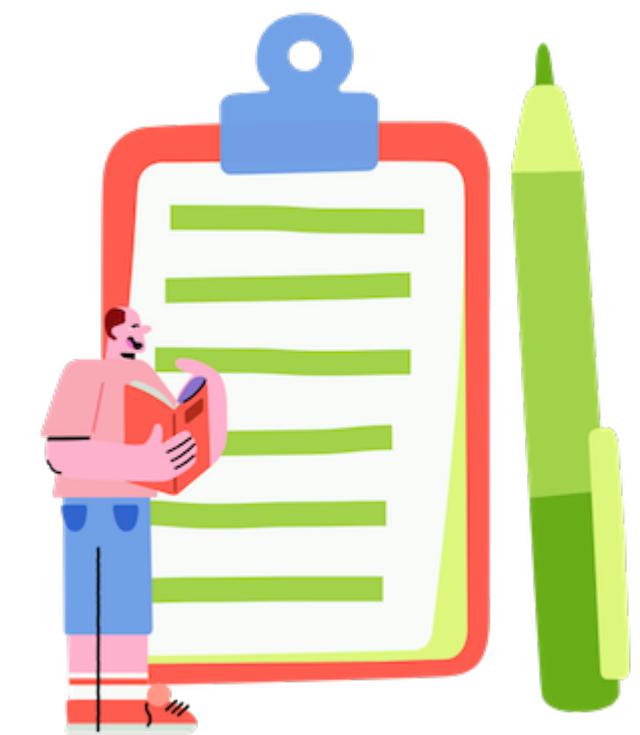
Zdecydowaliśmy w pierwszej kolejności rozwijać tylko **część aplikacji dla kursantów z iteracyjnym systemem nauki**. Powód: obszerność rozwiązania aplikacji w stosunku do czasu na przygotowanie projektu.

Dlaczego zdecydowaliśmy się opracować część z zakupem kursów?

- Dochodowość
- Dostępność od podobnych rozwiązań na rynku

Strategia UX

- CJM
- MVP
- Badanie użyteczności
- Konwersja i dane do konsumowania leja konwersji



CJM

Faza Świadomości

Krok 1: Użytkownik rozpoznaje potrzebę samorozwoju.

Faza Rozważań

Krok 2: Analizuje różne aplikacje do samorozwoju dostępne na rynku.

Krok 3: Dokonuje decyzji o wyborze konkretnego produktu z uwzględnieniem funkcji i opinii.

Faza Wyboru

Krok 4: Personalizuje wybraną aplikację, dostosowując ją do swoich celów i preferencji.

Krok 5: Wybiera konkretny kurs z oferty aplikacji.

Faza Działania

Krok 6: Realizuje wybrany kurs, korzystając z zasobów i interaktywnych elementów platformy.

Krok 7: Aktywnie uczestniczy w lekcjach i zadaniach, budując swoje umiejętności.

Faza Potwierdzenia

Krok 8: Potwierdza zdobyte umiejętności poprzez udział w zadaniach praktycznych i testach.

Krok 9: Ocenia kurs pod kątem satysfakcji i skuteczności.

Generowanie pomysłów

Metoda 356

Sortowanie pomysłów

Warsztat Walta Disneya

Głosowanie



Rozszerzenie realisty

Efektywne tworzenie WD

Zakorzenione w doświadczeniach

Bogate perspektywy na rozwój

Propozycja wartości



Model Propozycji Wartości - MVP

Założenie konta

Personalizacja aplikacji

Wybór kursu

Realizacja kursu

Potwierdzenie zdobytych umiejętności - certyfikat

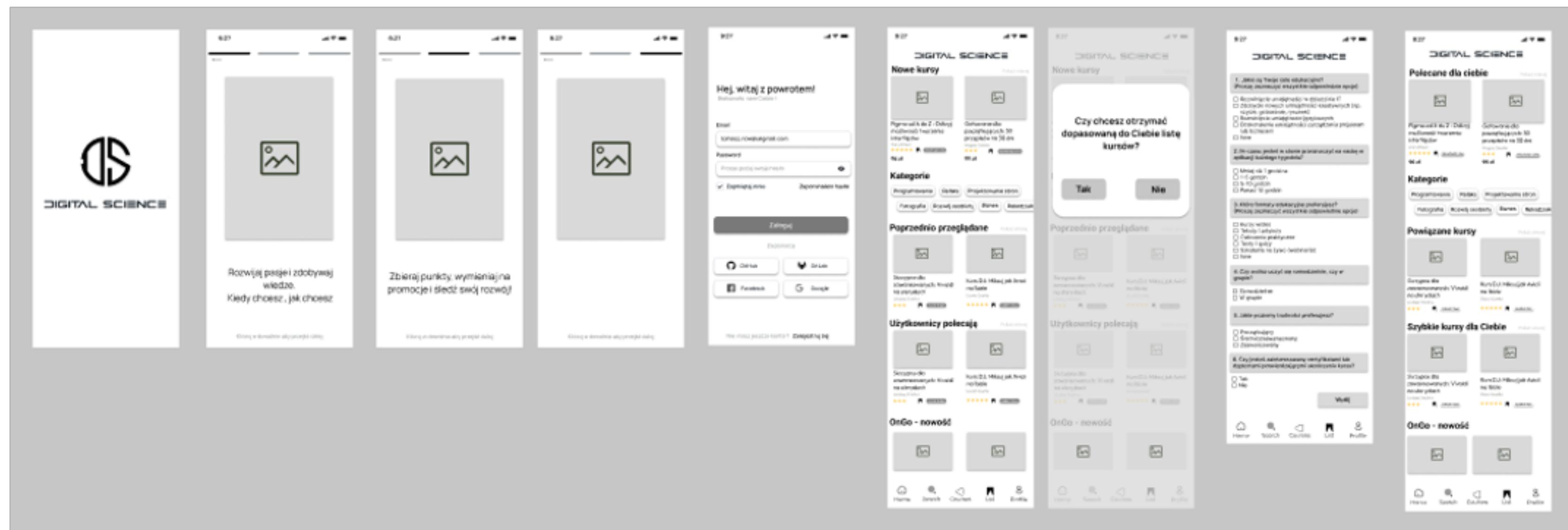
Badania użyteczności: Wybór flow – proces personalizacji

Uzasadnienie wyboru:

Aplikacja ma odpowiadać na potrzebę użytkownika w zakresie dopasowania kursów do preferencji, a tym samym – ma doprowadzić do zakupu kursu.

Oczekiwania:

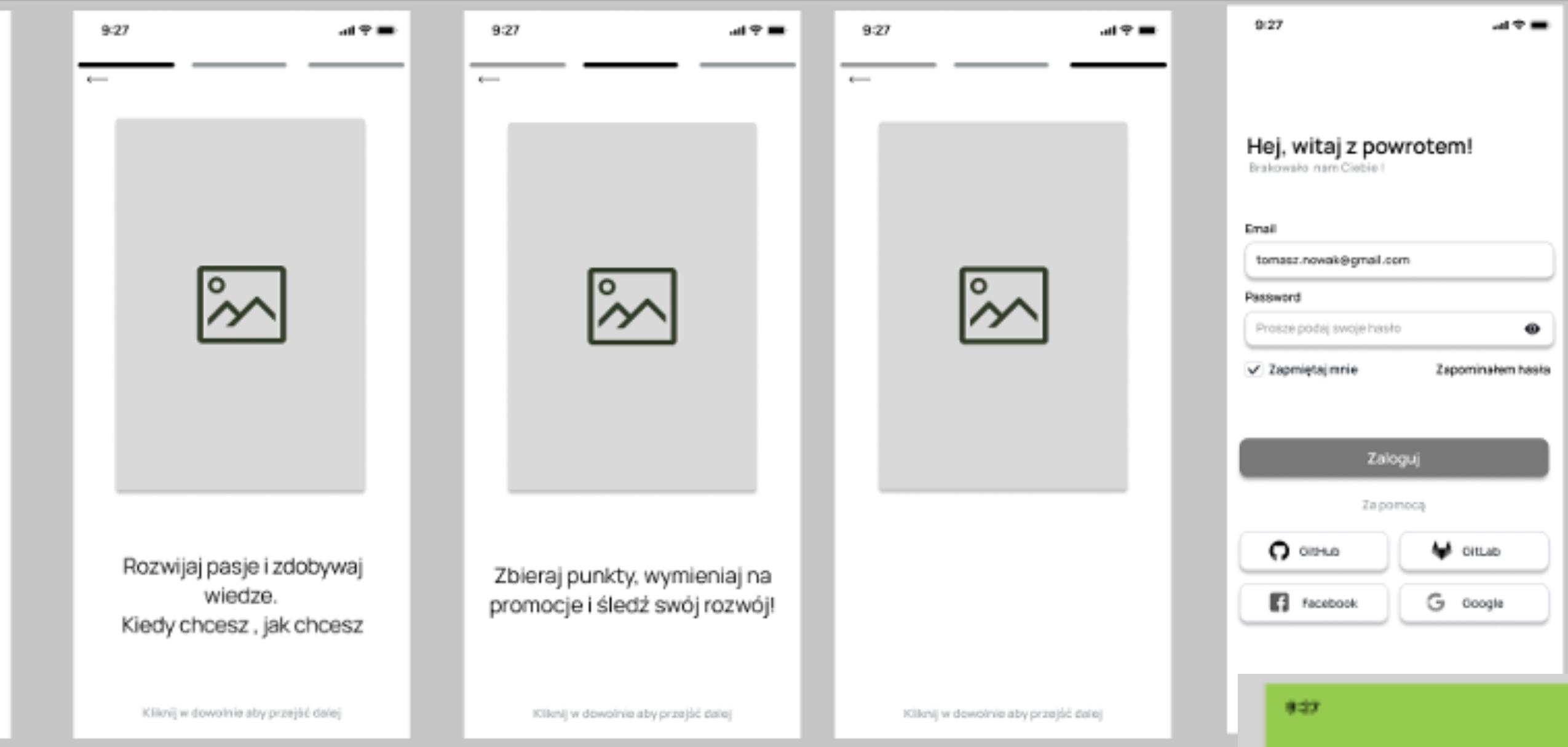
- sprawdzenie czy zaproponowany proces jest odpowiednio zaprojektowany i intuicyjny dla użytkownika.
- badany będzie wiedział jak przejść przez proces personalizacji oferty kursów.
- podejmiemy decyzję w jaki sposób przedstawić możliwość scrolowania sekcji "polecane dla Ciebie".



Prototypowanie

- Ekran logowania
- Ekran test
- Ekran główny
- Ekran postępu
- Ekran zakupu





The image displays three mobile phone screens for the Digital Science application.

- Left Screen:** Shows a green background with the Digital Science logo and the text "DIGITAL SCIENCE". Below this is a descriptive paragraph: "Nasza aplikacja to doskonałe rozwiązanie dla każdego, kto chce rozwijać swoje umiejętności, zgłębiać nową wiedzę i osiągnąć swoje cele edukacyjne." At the bottom are two blue buttons: "Zaczynamy!" and "Utwórz konto".
- Middle Screen:** Shows a white background with the text "Nowe miejsce do nauki online" and an illustration of a person sitting at a desk with a computer monitor. Below this is a blue "Zaloguj się" button. Further down are input fields for "Email lub numer telefonu" (with "digital.science@gmail.com" entered) and "Hasło" (with a masked password). There is also a "Zapominałeś hasła?" link and a "Zaloguj się" button.
- Right Screen:** Shows a white background with a cartoon illustration of a hand holding a smartphone. Below this is a blue "Zaloguj się" button. Further down are input fields for "Email lub numer telefonu" (with "digital.science@gmail.com" entered) and "Hasło" (with a masked password). There is also a "Zapominałeś hasła?" link and a "Zaloguj się" button.

9:27

DIGITAL SCIENCE

Your Career Path

Don't know where to start learning?
We will be glad to help you!

Answer the questions prepared by our experts, and we will tailor the development path to your preferences

Get Started

9:27

DIGITAL SCIENCE

Czy chcesz otrzymać dopasowaną do Ciebie listę kursów?

Tak Nie

Poprzednio przeglądane

1. Jakie są Twoje cele edukacyjne? (Proszę zaznaczyć wszystkie odpowiednie opcje)

- Rozwiniecie umiejętności w dziedzinie IT
- Zdobycie nowych umiejętności kreatywnych (np. szycie, gotowanie, rysunek)
- Rozwiniecie umiejętności językowych
- Doskonalenie umiejętności zarządzania projektem lub biznesem
- Inne

2. Ile czasu jesteś w stanie przeznaczyć na naukę w aplikacji każdego tygodnia?

- Mniej niż 1 godzina
- 1-5 godzin
- 5-10 godzin
- Ponad 10 godzin

3. Które formaty edukacyjne preferujesz? (Proszę zaznaczyć wszystkie odpowiednie opcje)

- Kursy wideo
- Teksty i artykuły
- Ćwiczenia praktyczne
- Testy i quizy
- Szkolenia na żywo (webinaris)
- Inne

4. Czy wolisz uczyć się samodzielnie, czy w grupie?

- Kursy wideo
- Teksty i artykuły
- Ćwiczenia praktyczne
- Testy i quizy
- Szkolenia na żywo (webinaris)
- Inne

Poprzednio przeglądane

9:27

DIGITAL SCIENCE

Wybierz swoją ścieżkę rozwoju

Technologia i programowanie
Odkryj świat programowania, technologii i rozwoju zawodowego w branży IT.

Hobby i Rozwój Osobisty
Znajdź pasje, rozwijaj się osobście i czerp radość z własnych zainteresowań.

Sztuka i Design
Pogłęb swoje umiejętności artystyczne i projektów świat wokół siebie.

9:27

DIGITAL SCIENCE

Hobby i Rozwój Osobisty

Gotowanie

Gry planszowe

Fotografia

Zarządzanie stresem

Umiejętności interpersonalne

Planowanie

9:27

DIGITAL SCIENCE

Hobby i Rozwój Osobisty

Tak, bardzo

Trochę

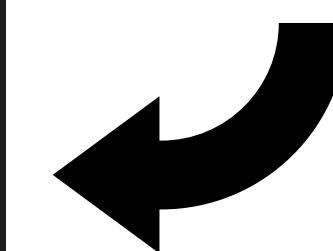
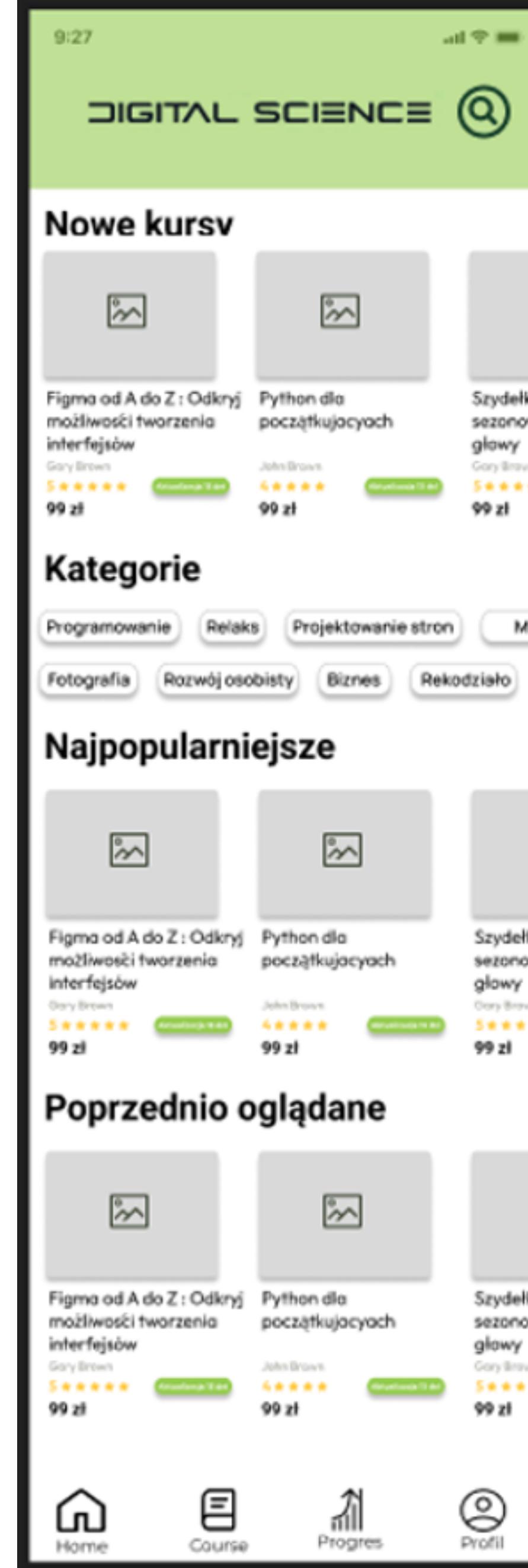
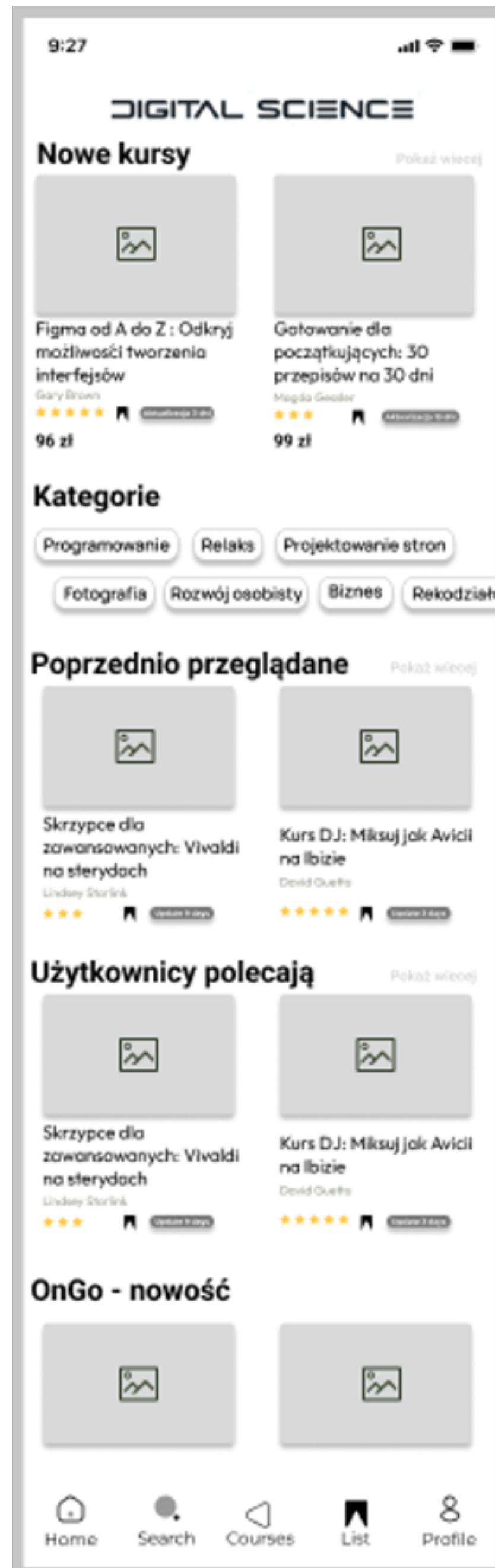
Nie, to dla mnie obojętne

9:27

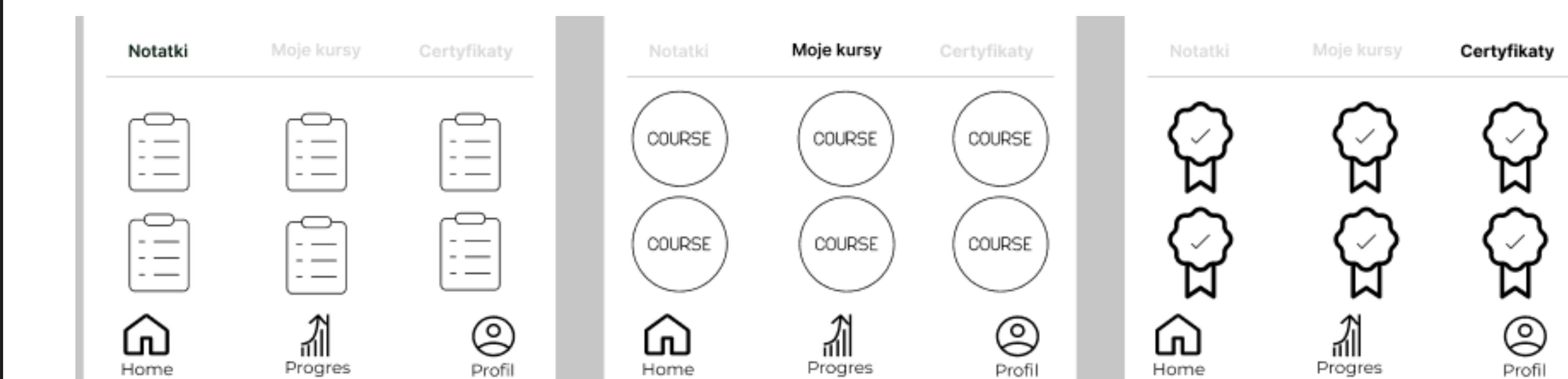
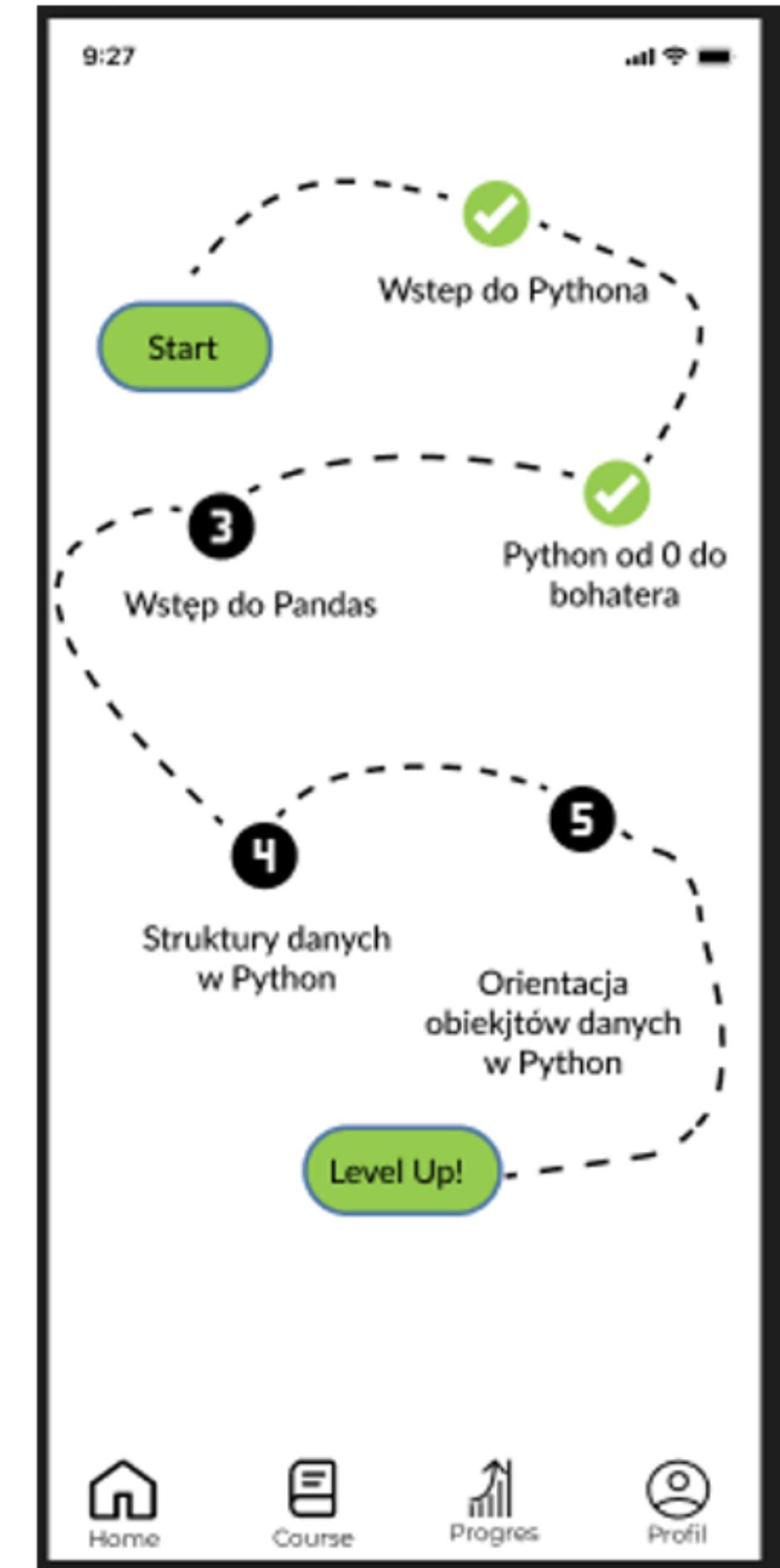
DIGITAL SCIENCE

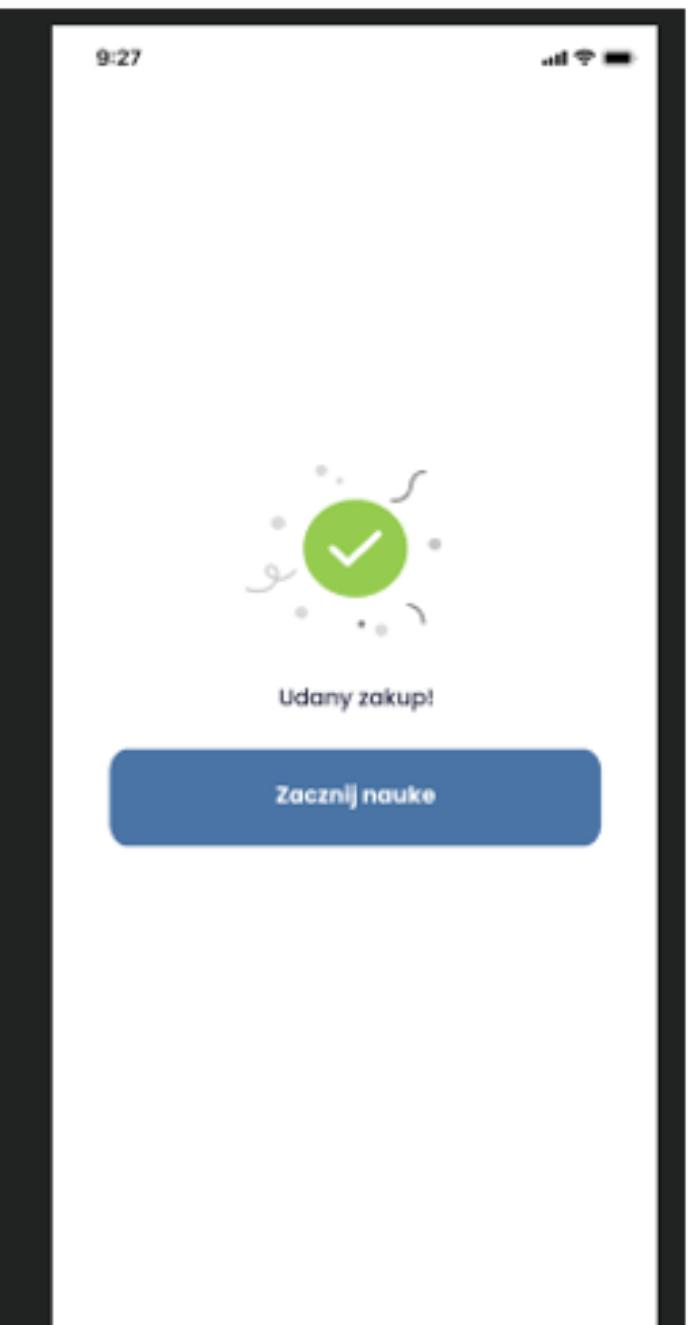
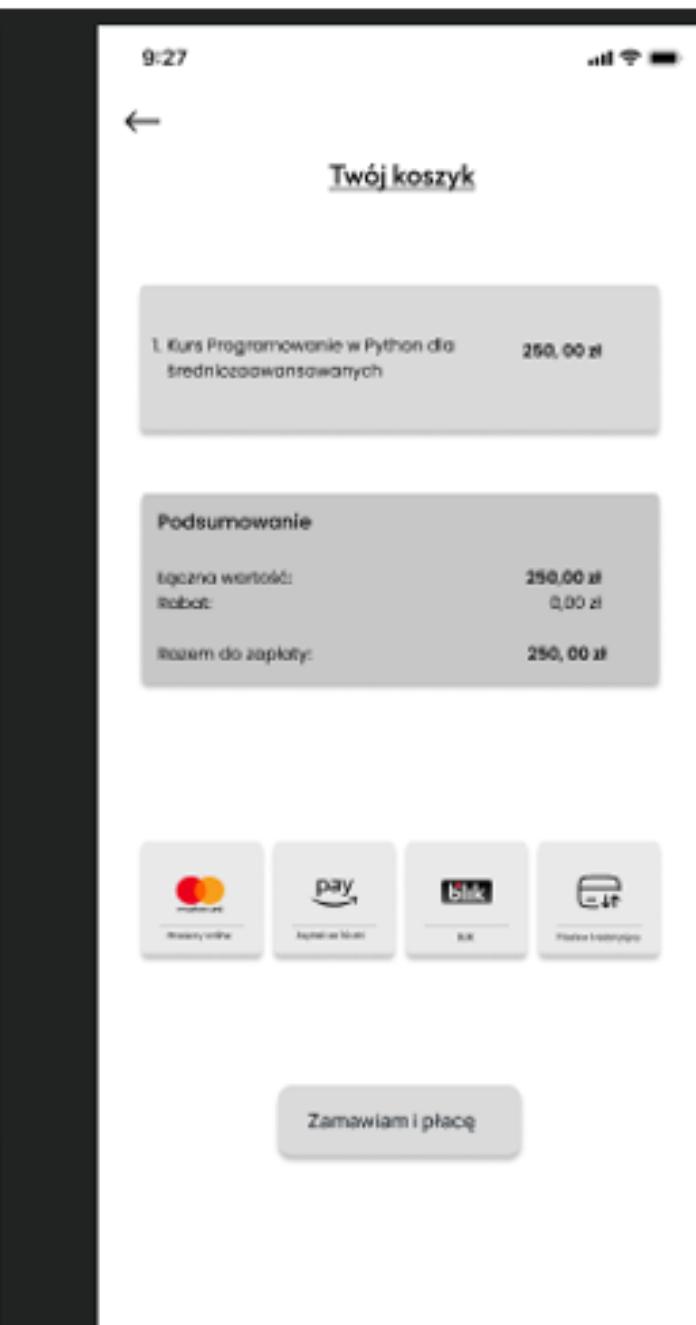
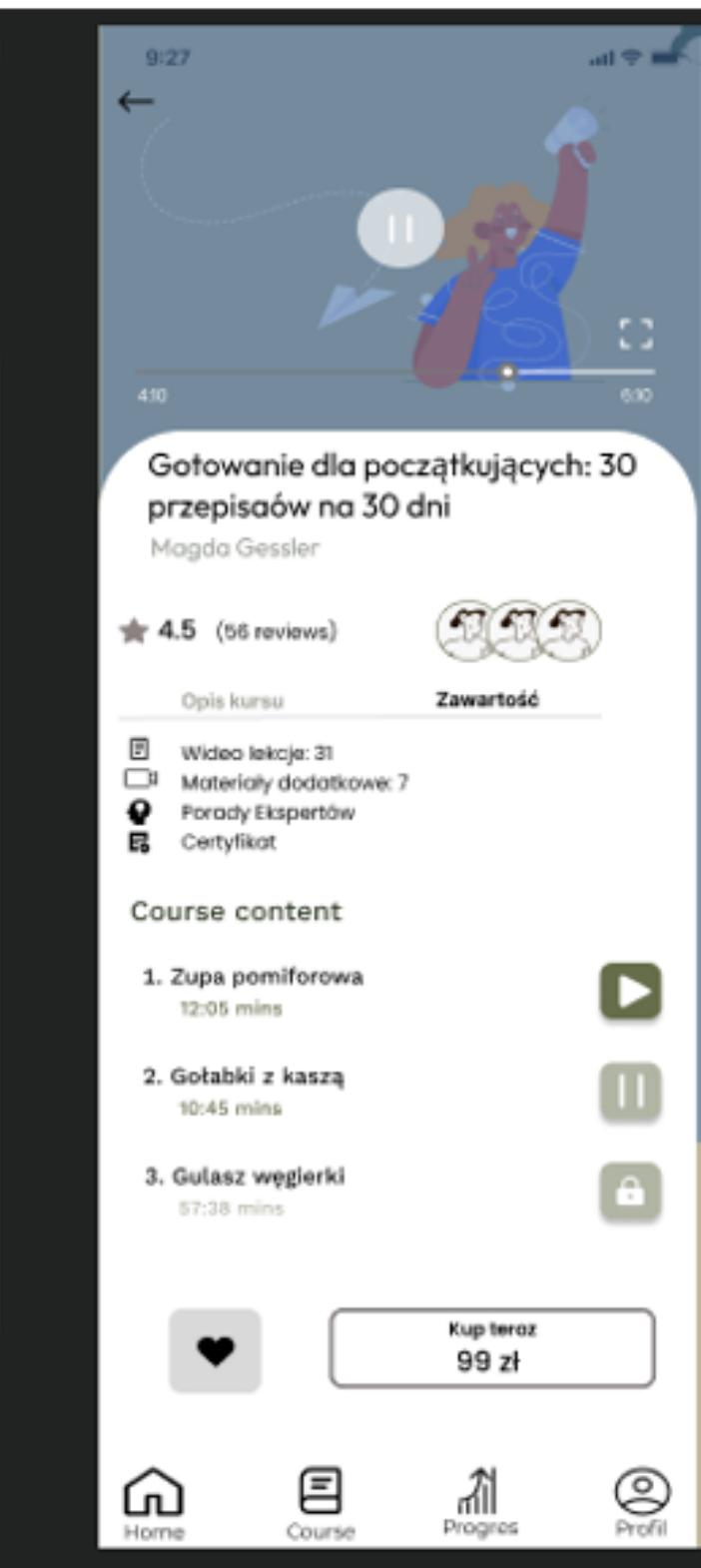
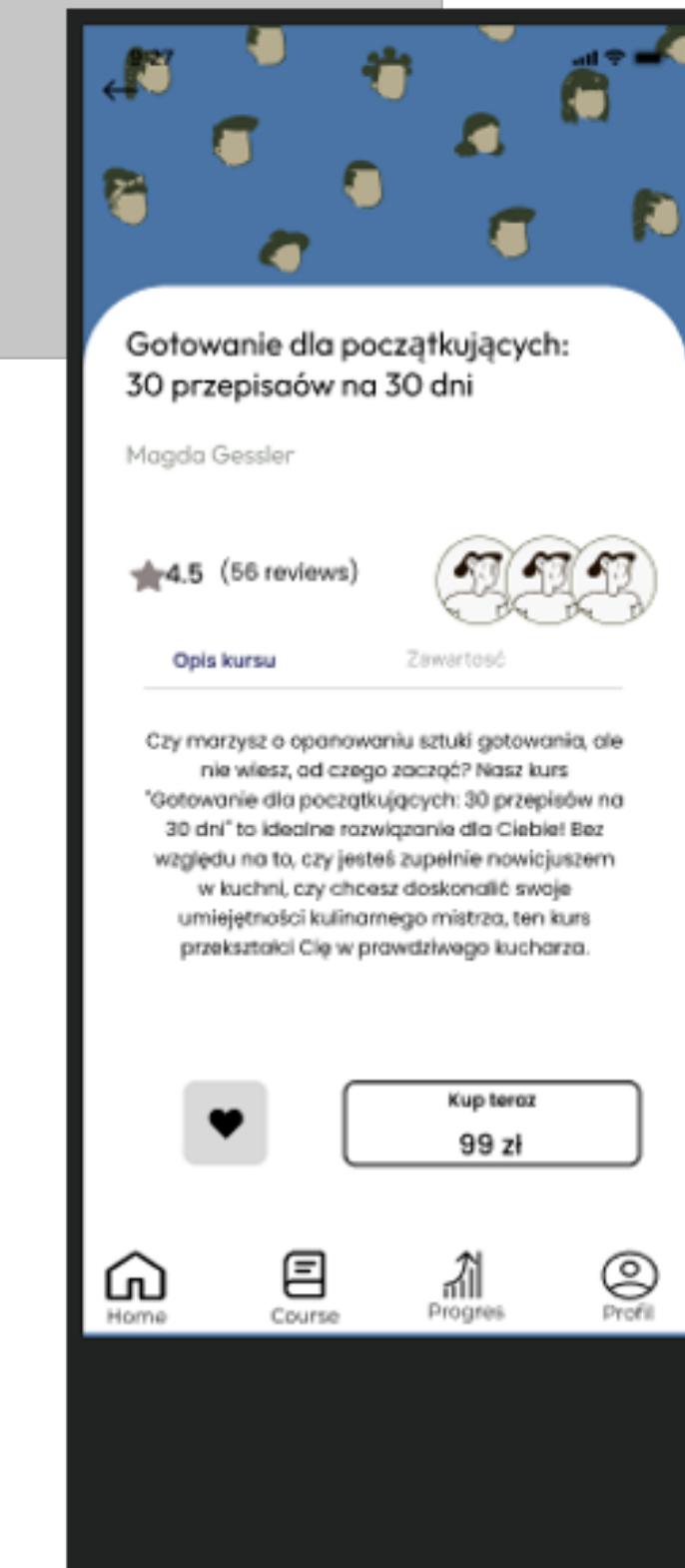
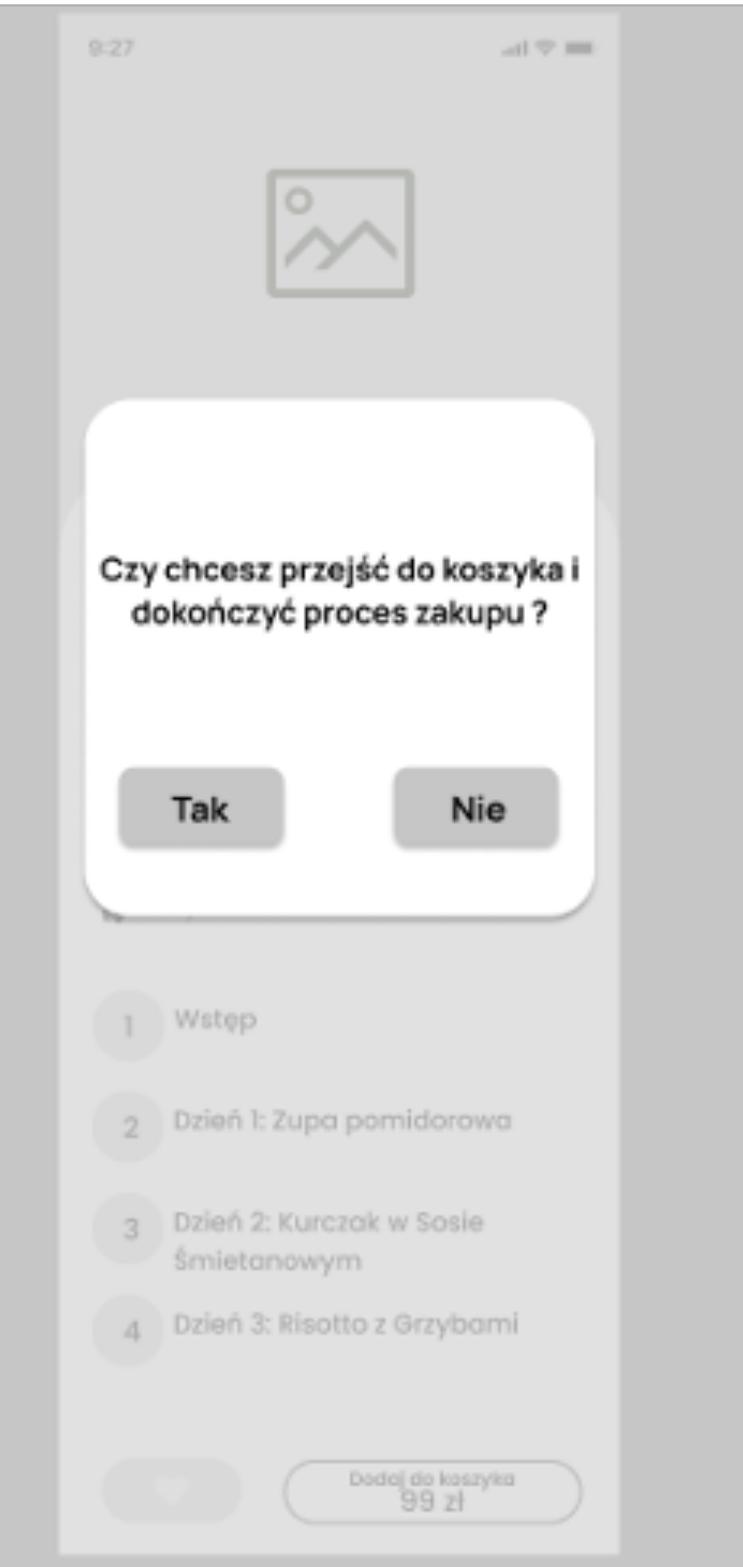
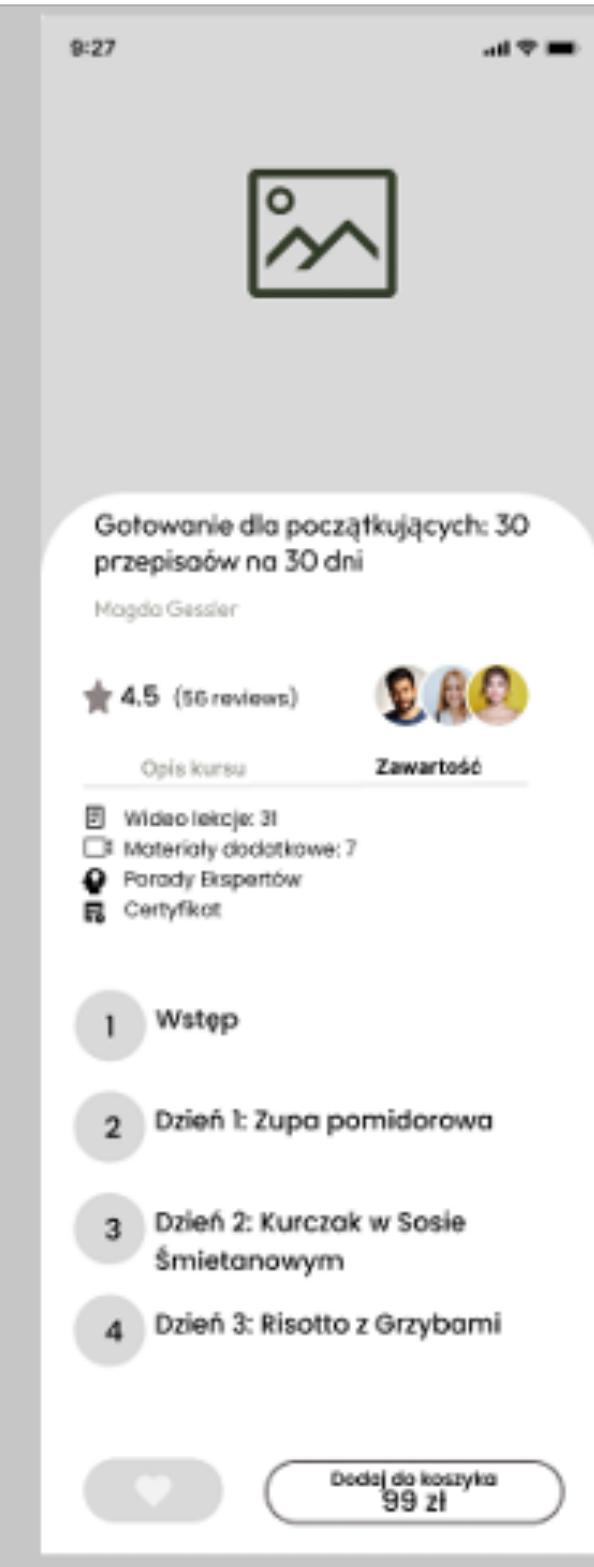
Hobby i Rozwój Osobisty

Home Course Progres Profil



„Never ending story”





Konwersja, lejek konwersji

1. Określiliśmy kluczowe etapy w procesie, przynoszące dochód.
2. Scenariusz ilości podejmowanych akcji – szacowanie.
3. Wyodrębniliśmy wskaźniki jakie chcemy mierzyć i kontrolować.



wskaźnik logowania do apki	90,00%	stosunek pobrania apki do logowania =
pobranie	1000	logowanie wejścia
logowanie	900	
wskaźnik wykonania testu	55,56%	stosunek logowania do testu diagnozującego =
test diagnozując	500	logowanie wejścia
logowanie	900	
wskaźnik zakupu kursu po teście diagnozującym	60,00%	stosunek wykonania testu do zakupu kursu =
zakup kursu	300	logowanie wejścia
test diagnozując	500	
wskaźnik zakupu kursu po zalogowaniu	33,33%	stosunek logowania do zakupu kursu =
zakup kursu	300	logowanie wejścia
logowanie	900	
wskaźnik udostępnieniu certyfikatu po ukończeniu kursu	50,00%	stosunek udostępnienia certyfikatu do ukończenia kursu =
udostępnienie certyfikatu	100	logowanie wejścia
ukończenie kursu	200	
wskaźnik zakupu kolejnego kursu	12,50%	stosunek zakupu kolejnego kursu do ukończenia kursu =
zakup kolejnego kursu	25	logowanie wejścia
ukończenie kursu	200	

Grupa D

- Dobra komunikacja
- Otwartość na różne pomysły i krytykę
- Równy podział wykonywanych zadań
- Długie dyskusje aby dość do porozumienia
- Bez spin ale bywało gorąco :D



Podsumowanie

- Projekt zgodny z założeniem
- Wielo etapowa i złożona praca
- Dużo nowych metod pracy z produktem i rozwijania go
- Dalej? Nie wiem ale też będzie super :D