|  |  |
| --- | --- |
| **http://www.po.opole.pl/media/logotypy/2014/logotyp-politechnika-opolska-02.jpg** | **Politechnika Opolska**  **Wydział Elektrotechniki, Automatyki i Informatyki**  **Katedra Informatyki** |
| **Rok akademicki** | 2023/2024 |
| **Przedmiot** | Aplikacje bazodanowe |
| **Forma zajęć** | Laboratorium |
| **Prowadzący zajęcia** | dr inż. ŁUKASZ DZIERŻANOWSKI |
| **Nr grupy** | 5 |

|  |
| --- |
| **Badanie UX** |

|  |
| --- |
| **Uwagi** |
|  |

1. **Zdefiniowanie celów i problemów**

Jako firma konsultingowa specjalizująca się w badaniach rynkowych, została nam zlecona odpowiedzialność za przeprowadzenie kompleksowego badania dla CoolWatch — nowego gracza na rynku inteligentnych zegarków, który dąży do wprowadzenia innowacyjnego produktu. Naszym zadaniem jest zgłębienie potrzeb i oczekiwań potencjalnych użytkowników w kontekście funkcjonalności, designu, wydajności oraz innych kluczowych aspektów użytkowania smartwatchy. Biorąc pod uwagę, że CoolWatch planuje wprowadzenie na rynek swojego pierwszego produktu tego typu, nasze badanie skupi się na zrozumieniu, jakie funkcje użytkownicy uważają za najważniejsze, jakie wyzwania napotykają przy korzystaniu z obecnych rozwiązań dostępnych na rynku, oraz w jaki sposób nowy smartwatch może te potrzeby zaspokoić. Wyniki tych badań będą kluczowe dla kierowania procesem projektowania i strategii marketingowej produktu CoolWatch.

**2. Wybór metody badawczej**

Biorąc pod uwagę specyfikę zadania postawionego przed nami przez firmę CoolWatch, która dąży do wprowadzenia na rynek swojego pierwszego smartwatcha, zdecydowaliśmy się skoncentrować na wykorzystaniu ankiet online jako głównej metody badawczej. Ta metoda pozwoli nam efektywnie dotrzeć do szerokiej grupy potencjalnych użytkowników i szybko zebrać istotne dane na temat ich preferencji i oczekiwań.

**Cele wykorzystania ankiet online:**

1. **Zasięg i skalowalność:** Ankiety online umożliwią dotarcie do dużej liczby respondentów z różnych grup demograficznych i geograficznych, co jest kluczowe dla globalnych ambicji CoolWatch.
2. **Szybkość zbierania danych:** Internetowe narzędzia ankietowe pozwalają na szybkie zbieranie odpowiedzi, co jest istotne w dynamicznie zmieniającym się środowisku rynkowym.
3. **Koszty:** Jest to stosunkowo niskokosztowa metoda badawcza, co pozwala na efektywne zarządzanie budżetem projektu.

**Zawartość ankiety:**

Ankieta zostanie zaprojektowana tak, aby zbierać dane na temat:

* Częstotliwości użycia i obecnych nawyków związanych z używaniem smartwatchy.
* Funkcji uznawanych przez użytkowników za najbardziej pożądane oraz tych, które uznają za zbędne.
* Oczekiwań związanych z trwałością baterii, wydajnością i ogólną satysfakcją z użytkowania.
* Cen, które użytkownicy są gotowi zapłacić za nowe technologie.
* Otwartych odpowiedzi na pytania dotyczące potencjalnych innowacji i usprawnień, które mogłyby przyciągnąć ich do nowego produktu.

**3. Pytania w ankiecie:**

**Jesteś kobietą czy mężczyzną?**

Kobieta

Mężczyzna

**Ile masz lat?**

5-13

14-18

18-25

25-35

35-45

45+

**Czy używasz zegarka typu smartwatch?**

Tak

Nie

**Jak często używasz swojego smartwatcha?**

Codziennie

Kilka razy w tygodniu

Raz w tygodniu

Rzadziej niż raz w tygodniu

Nigdy

**Jak oceniasz swój poziom zadowolenia korzystania z twojego smartwatcha?**

Bardzo zadowolony/a

Zadowolony/a

Neutralny/a

Niezadowolony/a

Bardzo niezadowolony/a

**Jak często korzystasz z funkcji płatności mobilnych w swoim smartwatchu?**

Bardzo często

Często

Rzadko

Nigdy

Nie posiadam tej funkcji

**Jakich funkcji smartwatcha używasz najczęściej? (zaznacz wszystkie odpowiednie)**

Monitorowanie aktywności fizycznej

Odczytywanie powiadomień

Odtwarzanie muzyki

Śledzenie zdrowia (tętno, sen itp.)

GPS/nawigacja

Inne

**Czego brakuje w Twoim obecnym smartwatchu, co chciałbyś/chciałabyś zobaczyć w nowym modelu?**

[…]

**Jaką kwotę uważasz za rozsądną za dobrej jakości smartwatch**

Mniej niż 500 zł

500 zł - 1000 zł

1001 zł - 1500 zł

1501 zł - 2000 zł

2000 zł - 3000 zł

Powyżej 3000 zł

**Czy byłeś/byłaś kiedykolwiek rozczarowany/a jakimś aspektem swojego smartwatcha? Jeśli tak, to jakim?**

[…]

**Czy interesowałby Cię zakup smartwatcha od nowej marki, jeśli oferowałby unikalne funkcje nie dostępne u konkurencji?**

Zdecydowanie tak

Prawdopodobnie tak

Nie mam zdania

Prawdopodobnie nie

Zdecydowanie nie

**Czy preferujesz smartwatche skoncentrowane na zdrowiu i fitnessie, czy też uniwersalne urządzenia z większą funkcjonalnością?**

Skoncentrowane na zdrowiu i fitnessie

Uniwersalne urządzenia

Nie mam preferencji

**Czy smartwatch pomógł Ci poprawić Twoje nawyki zdrowotne lub fitness?**

Tak, znacząco

Tak, ale tylko nieznacznie

Nie mam zdania

Nie, nie pomógł

**Jak ważne są dla Ciebie możliwości personalizacji smartwatcha (tarcze, paski, aplikacje itp.)?**

Bardzo ważne

Dość ważne

Neutralne

Mało ważne

Nieważne

**Czy masz na sobie smartwatch podczas snu?**

Tak

Nie

**Czy zdarzyło Ci się korzystać ze wsparcia technicznego w związku z Twoim smartwatchem?**

Tak, kilka razy

Raz

Nigdy

Nie było potrzeby

**Jak prawdopodobne jest, że zmienisz swój smartwatch na nowszy model w ciągu najbliższych dwóch lat?**

Bardzo prawdopodobne

Raczej prawdopodobne

Nie mam zdania

Raczej nieprawdopodobne

Bardzo nieprawdopodobne

**Na jak długo powinna wystarczać bateria w smartwatchu aby nie było to dla ciebie uciążliwe?**

1 dzień

2 do 7 dni

powyżej 7 dni