

HUSKY

Product Strategy & UX Design

Warsztaty UX / UI

Oferta szkoleniowa dla średnich i dużych firm IT, 2017 rok



Emilia Maj

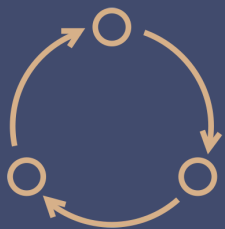
Emilia jest strategiem, projektantem UX i i grafikiem. Zajmuje się projektowaniem użyteczności aplikacji webowych i mobilnych. Pomaga w określaniu strategii marek i produktów software'owych oraz tworzy interfejsy użytkownika (pełne CV znajdziesz [tutaj](#)).

Pracuje dla klientów z całego świata m.in. ze szwedzkim [Flight Radar 24](#), kenijskim [Ushahidi](#), kanadyjskim [Timecounts](#), włoskim [Wind](#). Miała przyjemność pracować z najlepszymi startupami w Polsce: [Base CRM](#) czy [Estimote](#). Od 2015 roku prowadzi agencję projektową [Husky](#).

Angażuje się w wiele projektów non-profitowych i open-sourcowych. Zorganizowała kilkadziesiąt warsztatów z dziedziny IT jako [WebMuses](#), 4 edycje [Rails Girls](#) (w Krakowie, w Mozambiku, Johannesburgu), 5-tygodniową wyprawę do Afryki Wschodniej jako [AfricaHackTrip](#). Ponadto mentoruje na eventach IT, hackathonach czy [Google Launchpad Week](#).



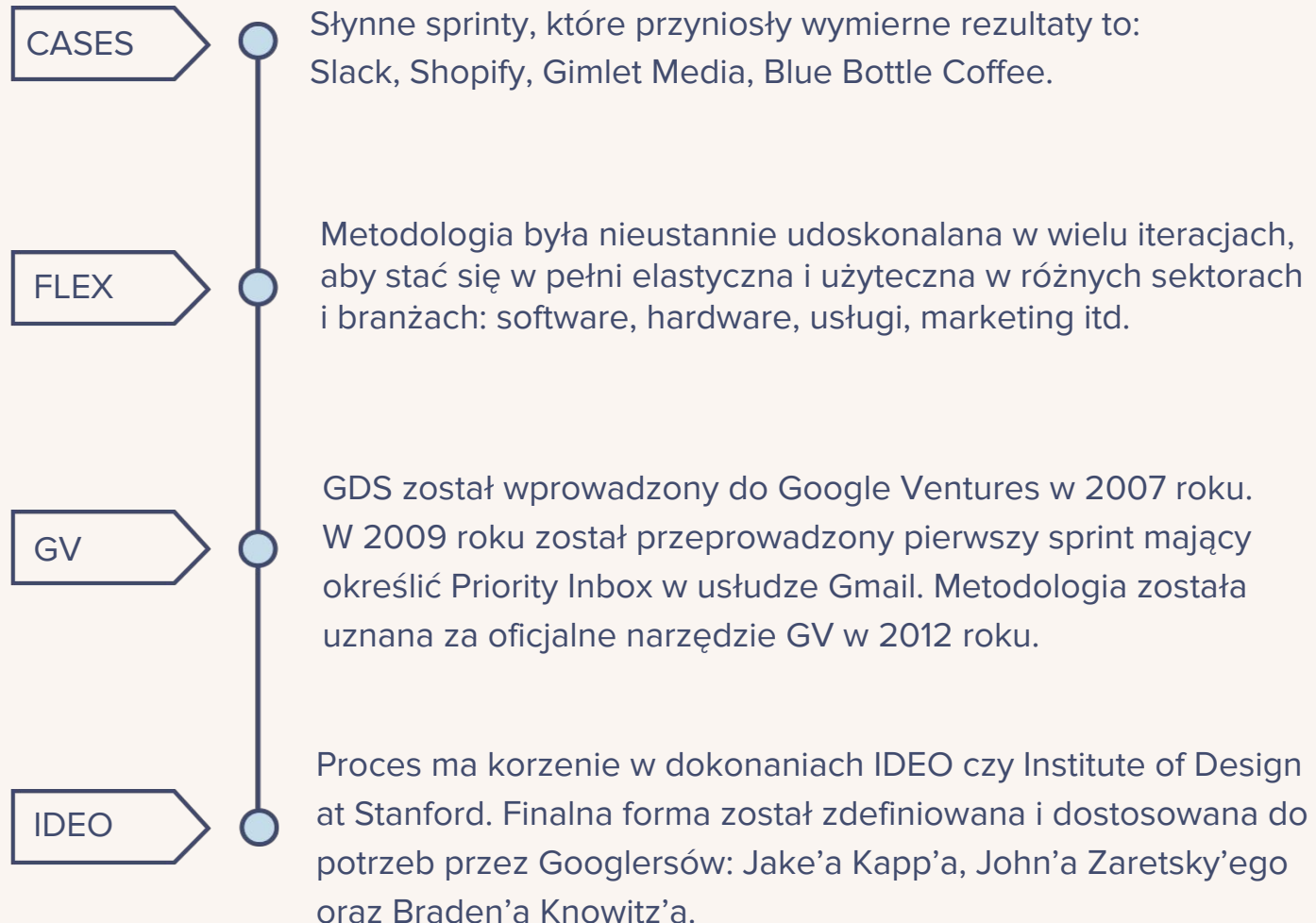
W 2016 r. Google uhonorował Emilię tytułem [UX/UI Google Expert](#) i wyszkolił na Mastera w metodologii Google Design Sprint (szkolenie w Googleplex w San Jose/California).



Google Design Sprint

Rozwiązanie i przetestowanie problemu biznesowego w 5 dni.

Historia



Przebieg



Jest to framework dla zespołów mających na celu **w krótkim czasie** znaleźć najlepsze rozwiązanie na krytyczny problem biznesowy.



Z każdym zespołem zastanawiamy się nad **celem sprintu**: jaki jest problem, komu ma służyć, jaka technologia etc. Bardzo ważne jest, aby dobrze zdefiniować cel według briefu.

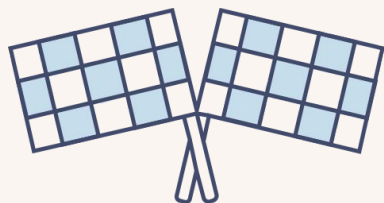


Warsztat może trwać najkrócej 2 dni, najdłużej 5 dni i przebiega według ściśle **określonego schematu**, którego moderator jest zobowiązany przestrzegać.



W warsztacie powinny brać **udział osoby o różnych kompetencjach i rolach** w budowaniu produktu. Taki układ gwarantuje szybkie i miarodajne rezultaty.

Idea



Najlepsze efekty osiąga się
gdy zespół ma przed sobą
duże wyzwanie oraz
niewystarczającą ilość czasu.



Multidyscyplinarny zespół
pracuje w procesie
indywidualnie, ale też razem.
Generuje to najlepsze,
konkurujące ze sobą pomysły.



Największe wyzwanie to
upewnić się czy zmierzamy
we właściwym kierunku
zanim zaczniemy budować
docelowy produkt.

Dla kogo



Dla zespołów multidyscyplinarnych, które chcą nauczyć się jak znajdować najlepsze rozwiązanie na zadany problem w krótkim czasie.



Do procesów wewnątrz firmy jak i do współpracy z zewnętrznymi klientami.



Zespół: max. 5 osób;
wszystkich uczestników: max. 15

Przebieg

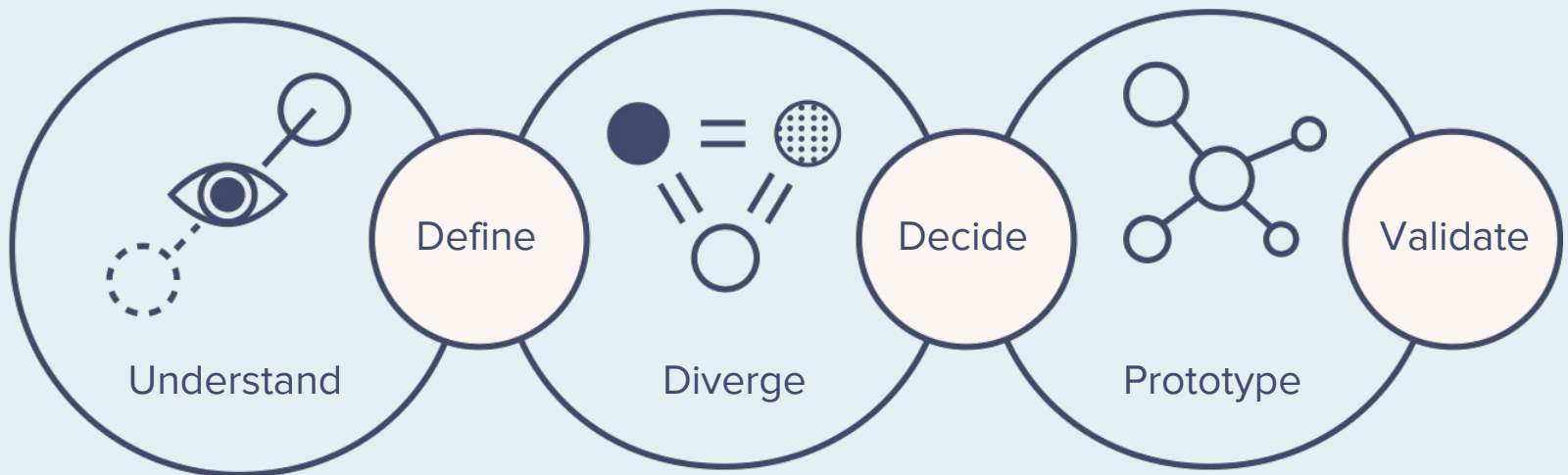
6h dziennie, praktyczny warsztat

Rezultat

Rozwiązanie wybranego problemu projektowego, czego namacalnym wynikiem jest przetestowany interaktywny mockup, grafika strony, filmik promocyjny itp. (w zależności od wyboru problemu).



5 etapów

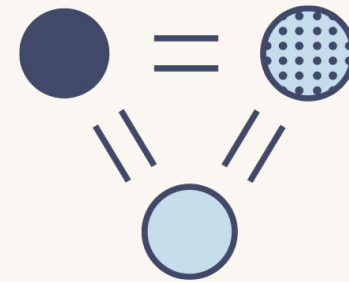




Define

Przed rozwiązywaniem zagadnienia sprintu musimy dogłębnie zrozumieć problem.

- **Wyzwanie projektowe** – jaki problem próbujemy rozwiązać?
- **Persony** – dla kogo projektujemy?
- **Podstawy projektowania** – w jakim stopniu ten projekt będzie się różnić od innych?



Diverge

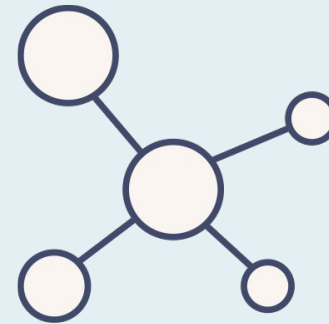
Gdy mamy już wiedzę na temat produktu, wyzwania projektowego i ich użytkowników, nadchodzi moment na **nieograniczone poszukiwania różnych rozwiązań**.

Etap 'diverge' jest przełomowym momentem, gdzie wszystko jest możliwe.



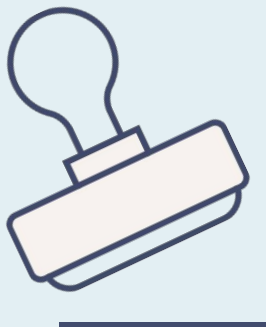
Decide

Na tym etapie ponownie podchodzimy analitycznie do projektu. Przychodzą nam do głowy świetne pomysły, jednak **stają się przydatne, tylko jeśli jesteśmy w stanie je zrealizować** w następnym kroku.



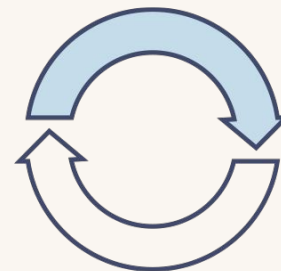
Prototype

Nadszedł czas na przemianę idei w namacalny rezultat. **Szybkie prototypowanie pozwala na sprawdzenie pomysłów** bez poświęcania energii, pieniędzy i czasu. Dzięki temu szybko przekonamy się jakie są mocne i słabe strony naszego projektu.



Validate

Zazwyczaj etap walidacji jest najważniejszym krokiem. Na tym etapie **sprawdzamy swoje prototypy w trakcie testów** z użytkownikami. Dzięki temu szybko przekonamy się co działa, a co jeszcze wymaga uwagi i dopracowania.



Constant Iteration

W ten sposób rozpoczyna się cykl:
understanding > diverging
> deciding > prototyping
Taki przebieg można powtarzać, aż do uzyskania zadowalających efektów.



Definiowanie problemów użytkownika w produkcji

Jak zaprojektować najlepsze doświadczenie użytkownika.

Dla kogo?



Projektanci, programiści, sprzedawcy,
product ownerzy, marketingowcy, klienci,
CEO, CTO.



Dla każdego kto jest decyzyjny
w rozwoju produktu.



max. 15 osób

Poziom

Początkujący w branży IT. Nie jest wymagana
wiedza na temat projektowania czy programowania.

Przebieg:

6h, wykłady + warsztaty praktyczne

Narzędzie:

Persony i Customer Journey Map



Persona



Quote

Bio

Personality

Four horizontal bars representing personality traits, each with a small colored segment (blue, pink, or green) indicating a specific attribute.

Kate Jackson

Trait

Trait

Trait

Trait

Basic info

Two horizontal lines representing basic information fields.

Goals

Four horizontal lines, each preceded by a small circle, representing goals.

Frustrations

Four horizontal lines, each preceded by a small circle, representing frustrations.

Motivations

Five horizontal bars representing motivations, each with a colored segment (blue, pink, or green) indicating a specific attribute.

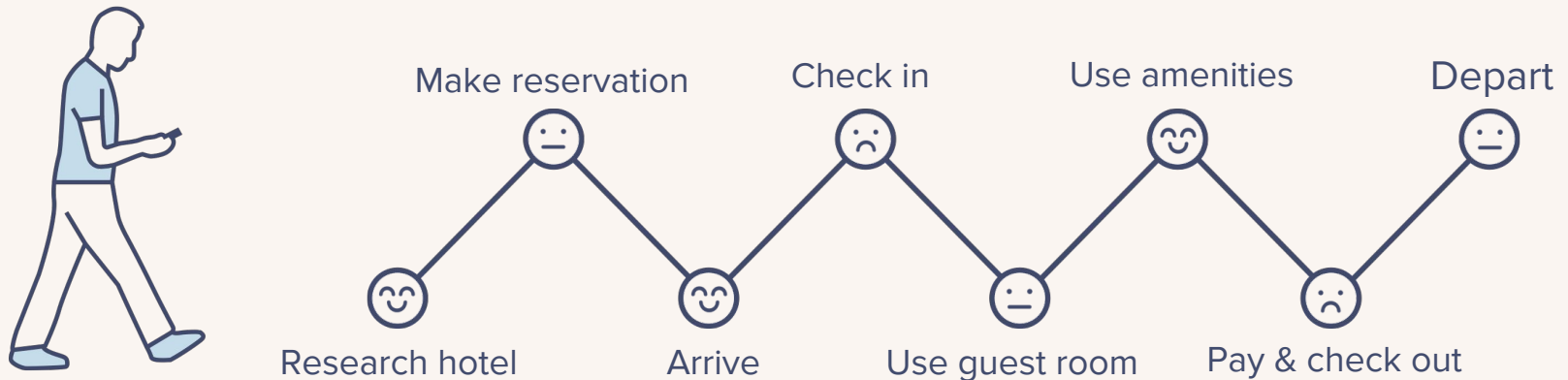
Brands



Preferred channels

Three horizontal bars representing preferred channels, each with a colored segment (blue, pink, or green) indicating a specific attribute.

Customer Journey Map



Customer journey map to wykres, który przedstawia kompletną ścieżkę użytkownika poprzez reprezentację poszczególnych punktów styku oraz interakcji charakterystycznych dla danych etapów korzystania z usługi / produktu.

Taką formę wizualizacji interakcji stosuje się na podstawie obecnego funkcjonowania produktu lub usługi, aby ją dokładnie zdefiniować i ulepszyć. Można również zaprojektować nową ścieżkę jako hipotezę do przyszłego testowania.



Definiowanie strategii produktu

Jak zdefiniować krytyczną funkcjonalność produktu.

Dla kogo?



Projektanci, programiści, sprzedawcy,
product ownerzy, marketingowcy, klienci,
CEO, CTO.



Dla każdego kto jest decyzyjny
w rozwoju produktu.



max. 15 osób

Poziom

Początkujący w branży IT. Nie jest wymagana
wiedza na temat projektowania czy programowania.

Przebieg:

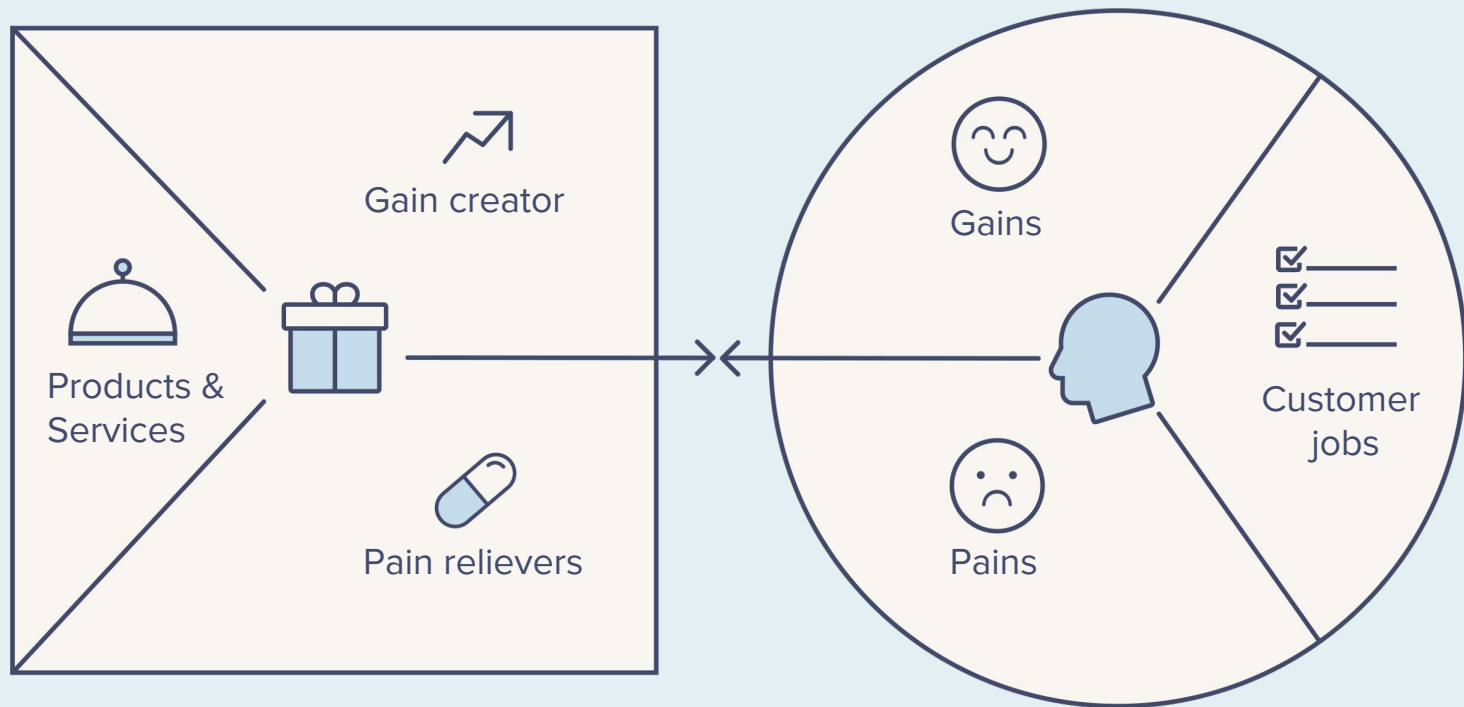
6h, wykłady + warsztaty praktyczne

Narzędzie

Value Proposition Canvas
Tworzenie tagline'u i pitcha



Value Proposition Canvas



Tagline & Pitch



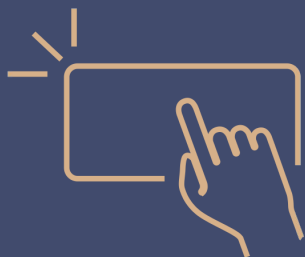
Belong anywhere.



Music for everyone.



Everyone's Private Driver.



Czym jest UX i jak go wdrażać w produkt?

Jak projektować przyjazne i działające interfejsy.

Dla kogo?



Projektanci, programiści,
team leaderzy – wszystkie osoby
związane z produktem.



Rekomendowane szczególnie
dla projektantów UX i UI.



max. 20 osób

Poziom

Początkujący w branży w IT. Nie jest wymagana
wiedza na temat projektowania czy programowania.

Przebieg:

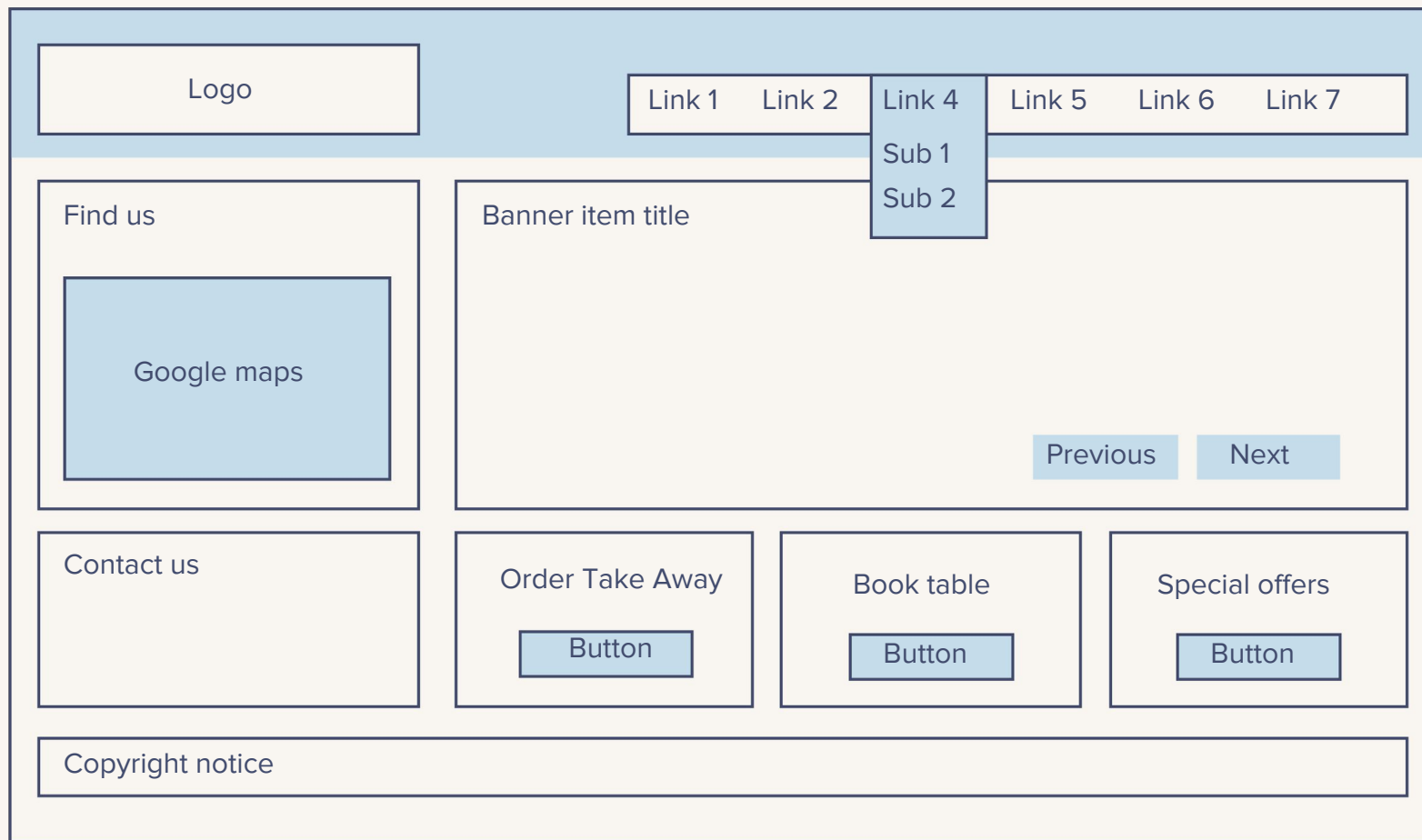
6h, wykłady + warsztaty praktyczne

Narzędzie:

Szkice + Photoshop / UXPIn / InVision albo inny
program do prototypowania – w zależności od
zaawansowania grupy.



Mockup aplikacji





Zapraszamy

Husky Design, Emilia Maj
hellohuskyagency@gmail.com
www.huskyagency.com
+48 506 96 80 97