

Spis treści

Przedmowa	11
1. Rola badań w procesie projektowania user experience rozwiązań interaktywnych	21
1.1. User experience projektów interaktywnych	27
1.1. I. Definicja user experience	28
1.1.2. Definicja użyteczności	29
1.2. Proces projektowania zorientowanego na użytkownika	29
1.2.1. Miejsce UX w wiodącym prowadzeniu projektów	31
1.2.2. Miejsce UX w metodykach zwinnych	32
1.2.3. Badania z użytkownikami w UCD	33
1.3. Klasyfikacja metod badawczych wykorzystywanych w procesie projektowym	37
1.4. Korzyści z wykorzystania badań w projektowaniu	42
2. Przygotowanie do badań z użytkownikami	49
2.1. Plan badawczy	50
2.2. Dobór metody badawczej	53
2.3. Dobór próby i rekrutacja	57
2.3.1. Dobór próby w badaniach ilościowych	57
2.3.1.1. Celowy dobór próby	59
2.3.2. Rekrutacja uczestników badań	59
2.4. Przygotowanie do badań	64
2.4.1. Przygotowanie narzędzia badawczego	64
2.4.2. Organizacja sesji badawczych	65
2.5. Prowadzenie badań	69
2.6. Badania z udziałem dzieci	71
2.6.1. Dlaczego badania z dziećmi są inne niż z dorosłymi	72
2.6.2. Przygotowania do badań z dziećmi	75
2.6.3. Prowadzenie badań z dziećmi	76
3. Badania potrzeb w projektowaniu produktów	79
3.1. IDI, czyli indywidualne wywiady pogłębione	83
3.1.1. Kiedy stosować wywiady indywidualne	84
3.1.2. Rodzaje wywiadów indywidualnych	86
3.1.3. Przebieg badania	88
3.1.4. Wariacja: diady	94
3.1.5. Analiza	95
3.1.6. Korzyści i ograniczenia wywiadów indywidualnych	96
3.2. Badania kwestionariuszowe	98

3.2.1. Kiedy stosować badania kwestionariuszowe	99
3.2.2. Przebieg badania	102
3.2.3. Ważne dla UX skale i narzędzia	106
3.2.4. Wariacja: ankieta audytoryjna	108
3.2.5. Wariacja: CATI	109
3.2.6. Analiza ankiet	110
3.2.7. Korzyści i ograniczenia badań kwestionariuszowych	112
3.3. Fokusy, czyli zogniskowane wywiady grupowe	113
3.3.1. Kiedy stosować fokusy	115
3.3.2. Przebieg badania	116
3.3.3. Techniki projekcyjne i zadania praktyczne	121
3.3.4. Fokusownia	129
3.3.5. Moderacja	131
3.3.6. Wariacja: współprojektowanie	133
3.3.7. Analiza badań fokusowych	134
3.3.8. Korzyści i ograniczenia fokusów	135
3.4. Badania etnograficzne: obserwacja i wywiad kontekstowy	137
3.4.1. Obserwacja	137
3.4.2. Wywiad kontekstowy	139
3.4.3. Kiedy stosować badania etnograficzne	141
3.4.4. Przebieg badania	143
3.4.5. Konstrukcja scenariusza wywiadu kontekstowego	149
3.4.6. Prowadzenie wywiadu kontekstowego	152
3.4.7. Wariacja: wywiad kontekstowy z zadaniami	153
3.4.8. Wariacja: <i>shadowing</i>	154
3.4.9. Analiza	155
3.4.10. Korzyści i ograniczenia badań etnograficznych	161
3.5. Badania dzienniczkowe	162
3.5.1. Kiedy stosować badania dzienniczkowe	164
3.5.2. Rodzaje dzienników ze względu na formę	165
3.5.3. Rodzaje dzienników ze względu na strukturę	169
3.5.4. Przebieg badania	170
3.5.5. Narzędzie badawcze	174
3.5.6. Wariacja: sonda kulturowa	183
3.5.7. Analiza dzienników	187
3.5.8. Korzyści i ograniczenia badań dzienniczkowych	188
3.6. Analiza danych zastanych	190
3.6.1. Kiedy stosować analizę danych zastanych	191
3.6.2. Warianty analizy danych zastanych	193
3.6.2.1. <i>Desk research</i>	193
3.6.2.2. Analiza zawartości i treści	195
3.6.3. Rodzaje analizowanych treści	195
3.6.4. Jednostki analizy i klucz kategoryzacyjny	196
3.6.5. Korzyści i ograniczenia analizy danych zastanych	200
3.7. Sortowanie kart	201
3.7.1. Kiedy stosować sortowanie kart	203
3.7.2. Rodzaje sortowania kart	204
3.7.3. Przebieg badania	209

3.7.4. Analiza sortowania kart	214
3.7.5. Wariacja: sortowanie drzewiaste	217
3.7.6. Korzyści i ograniczenia sortowania kart	221
4. Ewaluacja, czyli jak sprawdzić user experience projektu	223
4.1. Zadaniowe testy użyteczności	228
4. i. I. Kiedy stosować zadaniowe testy użyteczności	231
4.1.2. Przebieg badania	234
4.1.2.1. Liczebność próby i rekrutacja respondentów	234
4.1.2.2. Scenariusz badań i zadania	241
4.1.2.3. Przygotowanie badań	248
4.1.2.4. Prowadzenie zadaniowych testów użyteczności	256
4.1.2.5. Ocena satysfakcji	265
4.1.3. Różne typy testów użyteczności	270
4.1.3.1 .Testy z pomiarem wykonania i testy porównawcze	270
4.1.3.2. Wspólne odkrywanie	272
4.1.3.3. Metoda zaznajamiania	273
4.1.3.4. Testy mobilne i w terenie	274
4.1.3.5. Testy na makietach i na prototypie	276
4.1.4. Wariacja: Test 5 sekund	278
4.1.5. Wariacja: Czarnoksiężnik z krainy Oz	281
4.1.6. Wariacja: RITE (szybki iteracyjny test i ewaluacja)	281
4.1.7. Analiza i raportowanie wyników badań	287
4.1.8. Korzyści i ograniczenia zadaniowych testów użyteczności	296
4.2. <i>Eyetracking</i>	298
4.2.1. Kiedy stosować <i>eyetracking</i>	299
4.2.2. Ilu respondentów zaprosić do <i>eyetrackingu</i>	302
4.2.3. Przebieg badania	303
4.2.3.1. Ograniczenia osobowe i techniczne	304
4.2.3.2. Protokół głośnego myślenia	305
4.2.3.3. Patrzenie swobodne vs. zadania	306
4.2.3.4. Problemy techniczne i analityczne	307
4.2.4. Metryki analizy	308
4.2.5. Korzyści i ograniczenia <i>eyetrackingu</i>	312
4.3. Zdalne badania ewaluacyjne	314
4.3.1. Moderowane i niemoderowane badania zdalne	314
4.3.2. Zalety i ograniczenia	321
4.4. Ewaluacja emocji w UX	325
4.4.1. Kiedy stosować ewaluację emocji	327
4.4.2. Metody i techniki ewaluacji emocji	328
4.4.2.1. Metody subiektywne	329
4.4.2.2. Metody obiektywne	337
5. Optymalizacja, czyli jak doskonalić projekt	343
5.1. Analiza statystyk	347
5.1.1. Źródła statystyk	348
5.1.2. Obszary analizy	351
5.1.3. Dziesięć dobrych praktyk analityka	358

5.1.4. Problemy z analizą statystyk	362
5.1.5. Korzyści i ograniczenia analizy statystyk	363
5.2. Testy A/B	364
5.2.1. Co testować	366
5.2.2. Przebieg badania	368
5.2.3. Wariacja: Testy wieloczynnikowe	379
5.2.4. Korzyści i ograniczenia testów A/B	380
5.3. Śledzenie ruchów myszki	382
5.3.1. Przebieg badania	383
5.3.2. Analiza wyników	389
5.3.3. Korzyści i ograniczenia śledzenia ruchów myszki	396
6. Analiza danych i raportowanie	399
6.1. Analiza jakościowa	403
6.1.1. Przygotowanie danych	404
6.1.2. Analiza danych	407
6.1.3. Interpretacja danych	419
6.2. Analiza ilościowa	424
6.2.1. Przygotowanie danych	424
6.2.2. Statystyki opisowe	425
6.2.3. Jak określać relacje pomiędzy zmiennymi	430
6.2.4. Jak nie wpaść w pułapkę liczb	436
6.3. Modelowanie oparte na badaniach	438
6.3.1. Persony	439
6.3.2. Mapa empatii	443
6.3.3. Scenariusze użytkownika	446
6.3.4. Diagramy i przepływy	449
6.3.5. Mapowanie podróży użytkownika	451
6.3.6. Macierze	454
6.4. Komunikowanie wyników badań	456
6.4.1. Struktura raportu badawczego	460
6.4.2. Jak napisać raport, żeby ktoś go przeczytał	467
6.4.3. Filmy wideo	473
6.4.4. Prezentowanie wyników	475
6.5. Promuj badania w swojej organizacji	489
Indeks	491