

Spis treści

Wstęp	7
1. Strategia UX — co to takiego?	11
Ewolucja pojęcia strategii UX	13
2. Cztery elementy składowe strategii UX	17
W jaki sposób stworzyłam swój model strategii UX?	17
Element składowy nr 1: strategia biznesowa	20
Element składowy nr 2: innowacja w zakresie wartości	29
Element składowy nr 3: zweryfikowane badania z udziałem użytkowników	34
Element składowy nr 4: zabójczy projekt UX	36
Podsumowanie	42
3. Weryfikacja propozycji wartości	43
Hitowa propozycja wartości	43
Propozycja wartości	45
Jeżeli nie chcesz bujać w obłokach	47
Podsumowanie	63
4. Badania na potrzeby analizy konkurencji	64
Nauka na własnych błędach	64
Obserwacja konkurencji i znajdowanie wartościowych pomysłów	66
Konkurencja i jej znaczenie	69
Badanie zebranych punktów danych o konkurencji	75
Podsumowanie	93
5. Analiza konkurencji	94
Hitowa propozycja wartości, część druga	94
Analiza — co to takiego?	96
Cztery kroki analizy konkurencji	97
Czas zająć stanowisko	114
Podsumowanie	116
6. Innowacja w zakresie wartości na scenopisie obrazkowym	117
Liczy się przede wszystkim czas, naprawdę!	117
Techniki dochodzenia do innowacji w zakresie wartości	121
Modele biznesowe a innowacja w zakresie wartości	133
Podsumowanie	135

7. Tworzenie prototypów na potrzeby eksperymentów	137
Daj z siebie wszystko	138
Jak uzależniłam się od eksperymentów	140
Współczesna definicja eksperymentu	144
Szybkie prototypowanie na potrzeby weryfikacji propozycji wartości	146
Podsumowanie	154
8. Badania z udziałem użytkowników	155
Marzec 2020 roku: nie ulec obłędowi	155
Badania z udziałem użytkowników — podstawy	157
Trzy główne etapy badań online z udziałem użytkownika	160
Podsumowanie	179
9. Projektowanie pod kątem konwersji	180
Lejek sprzedaży	183
Na tropie hakerów wzrostu	184
Prowadzenie eksperymentów ze stronami docelowymi	187
Podsumowanie	205
10. Na zakończenie	206
Dodatek. Źródła	210

oprac. BPK