



Zákazníci

Michal Andera



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání

MŠMT
MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



Zdroj: [Nainoa Shizuru on Unsplash](#)



Zdroj: [Yulia Matvienko on Unsplash](#)

USER EXPERIENCE DESIGN

= is the process of enhancing user satisfaction by improving the usability, accessibility, and pleasure provided in the interaction between the user and the product. (Kujala et. al, 2011)

= je proces zvyšování uživatelské spokojenosti zlepšením použitelnosti, přístupnosti a rozvojem potěšení z interakce mezi uživatelem a produktem.

Zaměření na firmu

- 🔗 Co můžeme zákazníkovi prodat?
- 🔗 Jak se k němu nejlépe dostaneme?
- 🔗 Jak na zákazníkovi nejvíc vyděláme?

Zaměření na zákazníka

- 🔗 Čeho chce náš zákazník dosáhnout a jak mu můžeme pomoci?
- 🔗 Po čem náš zákazník touží?
- 🔗 Jak naše služba / produkt zapadá do života našich zákazníků?
- 🔗 Jaký vztah očekávají zákazníci s naší firmou?
- 🔗 Za jakou hodnotu jsou zákazníci ochotni platit?






Empatie

- 🔗 Je důležitá, když vyvíjíme pro někoho jiného.
- 🔗 Chceme pochopit, jak myslí, jak se cítí, jaké mají potřeby.
- 🔗 Abychom toho dosáhli, tak posloucháme, pozorujeme, vytváříme interakce a analyzujeme.






Zákaznický výzkum





Kvantitativní výzkum

-  Zajímají nás **data** a statistické vyhodnocení.
-  Reprezentativní vzorky
-  Výzkum trhu
-  Online dotazníky
-  Webová analytika

Kvalitativní výzkum

-  Menší vzorek
-  Osobní přístup
-  Jdeme více do hloubky (vhled)

Výzkum zákaznických potřeb

-  Začínáme brainstormingem potenciálních zákazníků
-  Zákazník vs. Uživatel
-  Zkoumáme více zákaznických segmentů.
-  Postupně se dostaneme ke konkrétní skupině zákazníků (Early Adopters).

Persony



Zdroj: [Jason Travis Design](#)

Persony

- Formát je zcela na vás.
- Mohou být formálnější s detailnějšími informacemi.

Vyjděte z budovy.

(Steve Blank, 2020)

Chceme pochopit

 Prostředí

 Denní režim

 Obavy

 Touhy




 Motivaci

Extrémní uživatelé



Zdroj: Timothy Snyder, [Rollx Vans](#)

Extrémní uživatelé

-  Vytvářejí zkratky a vylepšení
-  Získáte vhled a cenné poznatky.
-  Základ potřeby jako většinová populace.



Metody

Pozorování

Zdroj: Miguel A Ramirez on [Unsplash](#)



Vlastní zážitek




Zdroj: Luis Sánchez on [Unsplash](#)



Zdroj: Annie Spratt on [Unsplash](#)

Etnografický výzkum

 Zúčastněné pozorování - strávíte v terénu tolik času, až se stanete jeho přirozenou součástí.

 Zkuste se dostat k zákazníkům domů.



Zdroj: Sébatien Goldberg on [Unsplash](#)







Rozhovor

Neptáme se co chtějí, ale snažíme se je lépe pochopit.

Chceme porozumět jejich potřebám.

V počáteční fázi se neptáme na náš produkt.

Jak na rozhovor

-  Připravte si otázky dopředu (strukturovaný rozhovor).
-  Používejte otevřené otázky.
-  Od obecného ke konkrétnímu
-  Poslouchejte příběhy.
-  Hledáte problémy a potřeby.
-  Jak to řeší v současnosti?

Rozhovory s fotografiemi



📷 Necháte je fotit konkrétní aktivitu nebo zážitek.

📷 Potom si o fotkách povídáte.



Zdroj: Rirri on [Unsplash](#)


Experimenty

-  Chceme ověřovat naše zjištění a předpoklady.
-  Zpětná vazba (promyšlená) vs. reakce (přirozená)






Zdroj: Boxed Water is Better on [Unsplash](https://unsplash.com/photos/Boxed-Water-is-Better)

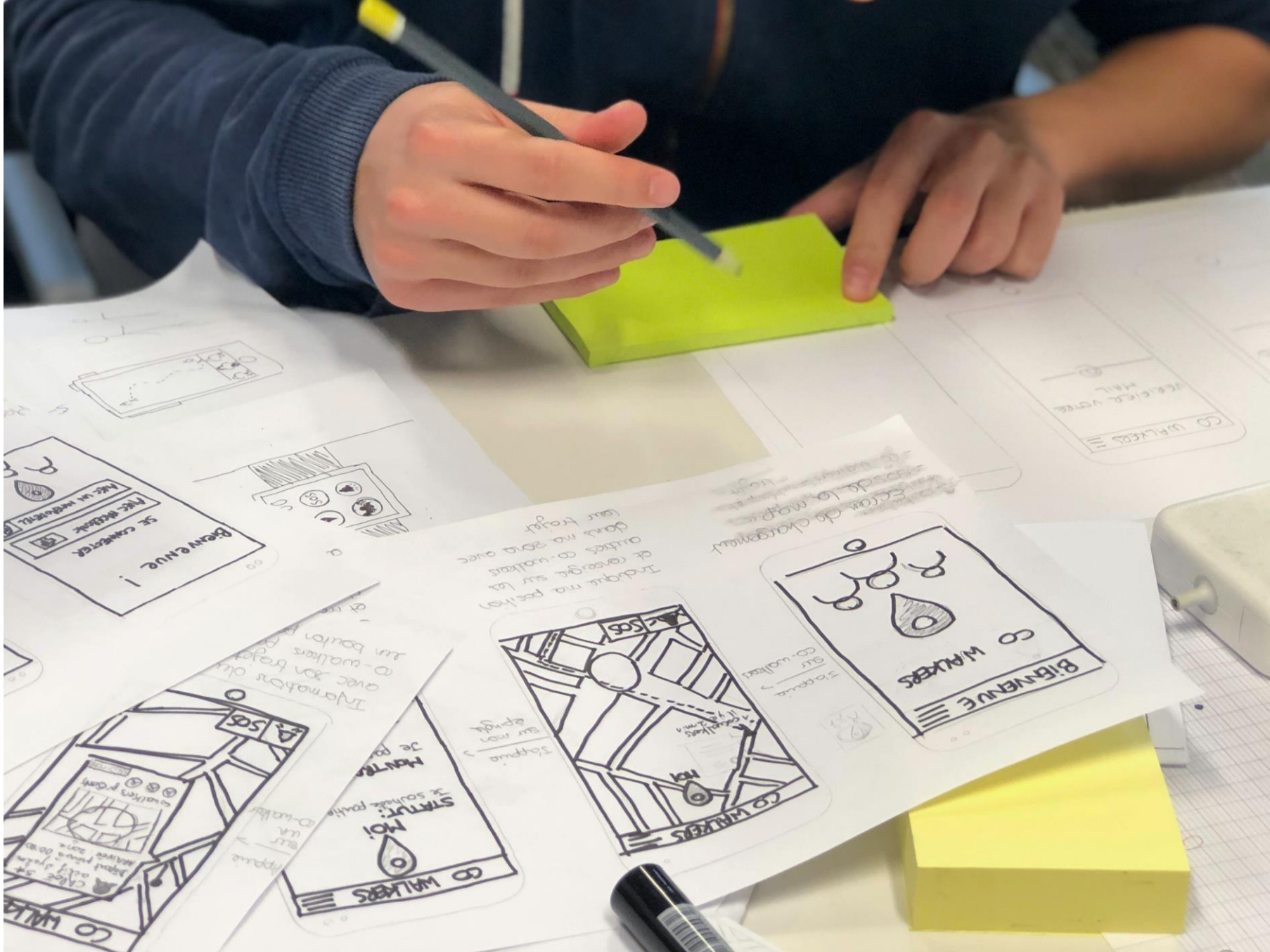
Simulace

 Chceme vytvořit zážitek, abychom pochopili co je pro zákazníky důležité.

 Bus Rapid Transit (Brown, 2008)

Prototypování

-  V pozdější fázi ověřování
-  Sledujete interakci s prototypem.
-  MVP

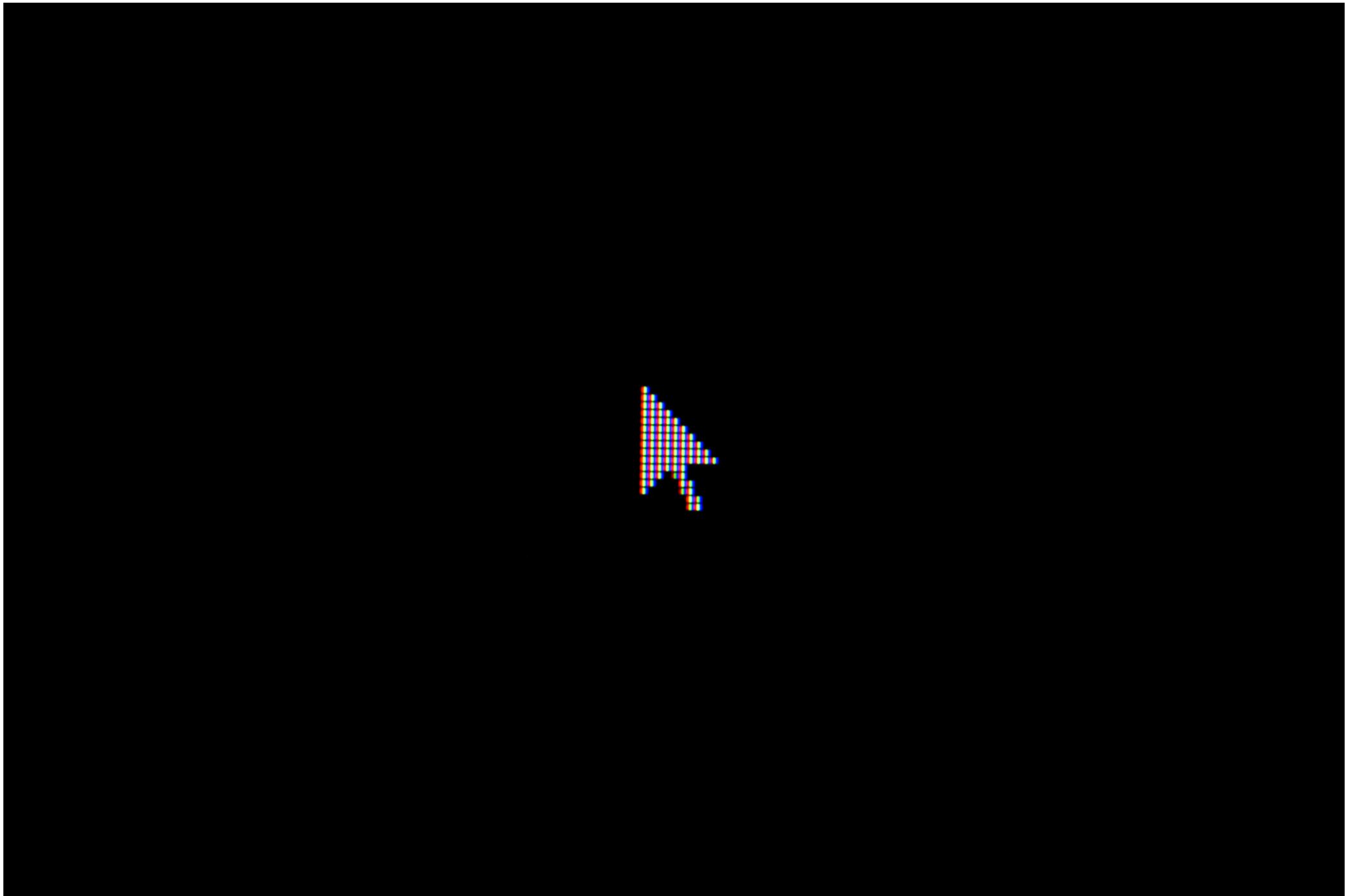


Zdroj: Amélie Mourichon on [Unsplash](https://www.unsplash.com)

Eye tracking



Zdroj: Daniil Kuželev on [Unsplash](#)







Zdroj: Liam Briese on [Unsplash](#)



Zdroj: SensoMotoric Instruments

Záznam dat a analýza

-  Diktafon, video, poznámky
-  Hledáte vzorce chování.
-  Identifikujete potřeby.
-  Diskuze



Zdroj: UX Indonesia on [Unsplash](#)

Mapa Empatie



Zdroj: Tome Kelley, [IDEO](#)

Mapa průchodu službou



Zdroj: Alvaro Reyes on [Unsplash](#)



Zdroj: Jess Bailey on [Unsplash](#)



Zdroj: Diego Gennaro on [Unsplash](#)

Reference

- Blank, S. (2020). *Four Steps to the Epiphany*. Wiley-Blackwell.
<https://learning.oreilly.com/library/view/~/9781119690351/?ar?orpg&email=^u>
- Brown, T. (2008). Design Thinking. *Harvard Business Review*.
- Kujala, S., Roto, V., Väänänen-Vainio-Mattila, K., Karapanos, E., & Sinnelä, A. (2011). UX Curve: A method for evaluating long-term user experience. *Interacting with Computers*, 23(5), 473–483. <https://doi.org/10.1016/j.intcom.2011.06.005>

Otázky a komentáře

Fakulta podnikohospodářská

Vysoká škola ekonomická v Praze
nám. Winstona Churchilla 4
130 67 Praha 3 – Žižkov

<https://fph.vse.cz/>



Michal Andera, Ph.D.
Katedra podnikání

michal.andera@vse.cz





EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání



Toto dílo podléhá licenci Creative Commons
Uveďte původ – Zachovejte licenci 4.0 Mezinárodní.

