

Przedmowa	5
Wstęp	7
1. Strategia UX — co to takiego?	11
Błędne przekonania dotyczące strategii UX	12
No to czym, u licha, jest ta strategia UX?	16
Dlaczego strategia UX jest tak ważna?	17
2. Cztery elementy składowe strategii UX	19
W jaki sposób stworzyłam swój model strategii UX?	20
Element składowy nr 1: strategia biznesowa	23
Element składowy nr 2: innowacja w zakresie wartości	28
Element składowy nr 3: zweryfikowane badania z udziałem użytkowników	32
Element składowy nr 4: zabójczy projekt UX	34
Podsumowanie	38
3. Weryfikacja propozycji wartości	39
Hitowa propozycja wartości	40
Propozycja wartości	41
Podsumowanie	58
4. Badania na potrzeby analizy konkurencji	59
Nauka na własnych błędach	60
Macierz analizy konkurencji	61
Konkurencja i jej znaczenie	62
Podsumowanie	80

5. Analiza konkurencji	81
Hitowa propozycja wartości, część druga	82
Analiza — co to takiego?	83
Podsumowanie	99
6. Innowacja w zakresie wartości na scenopisie obrazkowym	101
Liczy się przede wszystkim czas, naprawdę!	102
Techniki dochodzenia do innowacji w zakresie wartości	105
Modele biznesowe a innowacja w zakresie wartości	119
Podsumowanie	121
7. Tworzenie prototypów na potrzeby eksperymentów	123
Daj z siebie wszystko	124
Jak uzależniłam się od eksperymentów	127
Testowanie dopasowania produktu i rynku z wykorzystaniem prototypów	136
Podsumowanie	149
8. Partyzanckie badania z udziałem użytkowników	151
Partyzanckie badania z udziałem użytkowników — operacja Silver Lake Café	152
Badania z udziałem użytkowników a partyzanckie badania z udziałem użytkowników	155
Podsumowanie	175
9. Projektowanie pod kątem konwersji	177
Na tropie hakerów wzrostu	178
Macierz lejka	181
Eksperymenty ze stroną docelową na etapie potencjalnego zainteresowanego	196
Podsumowanie	204
10. Stratedzy w swoim środowisku naturalnym	205
Holly North	206
Peter Merholz	214
Milana Sobol	223
Geoff Katz	230
11. Na zakończenie	239
Skorowidz	243