

Spis treści

Przedmowy 17

Od autorów 22

Wstęp 25

Część I. Wprowadzenie i zasady 31

1. Podejście Lean UX — ważniejsze teraz niż kiedykolwiek wcześniej 33

Projektowanie ciągle się zmienia 33

2. Zasady 36

Podstawy podejścia Lean UX 36

Jaka jest więc definicja podejścia Lean UX? 39

Zasady 39

Zasady kierujące organizacją zespołów 39

Zasady dotyczące kultury 41

Zasady kierujące procesem 44

Podsumowanie 47

3. Wyniki 48

O co chodzi w naszym biznesie? 48

Opowieść na temat wyników 49

Analiza znaczenia tej opowieści: produkt, wyniki, oddziaływanie 50

Wyniki, iteracja i weryfikacja 53

Część II. Proces 55

4. Szablon Lean UX Canvas 57

Zamiast wymagań — założenia 57

Lean UX Canvas 59

Korzystanie z szablonu 61

Kiedy więc powinniśmy korzystać z szablonu Lean UX Canvas? 61

Czy szablon Lean UX Canvas nadaje się bardziej do formułowania pomysłów
na wczesnym etapie, czy do podtrzymywania innowacji? 61

Kto powinien pracować z użyciem szablonu? 62

Ile czasu może zająć wypełnianie szablonu Lean UX Canvas? 62

Czy w metodyce Lean UX musimy korzystać z szablonu? 62

Koordynowanie prac nad częściami szablonu 62

Podsumowanie 64

5. Pole 1. — problem biznesowy 65

Facylitacja zadania 66

Kilka przykładów sformułowań problemów 68

Na co należy uważać? 69

6. Pole 2. — wyniki biznesowe 70

Korzystanie z podróży użytkownika 71

Typ podróży użytkownika: wskaźniki pirackie 71

Typ podróży użytkownika: góra wskaźników 72

Facylitacja dyskusji na temat wyników biznesowych
przy użyciu góry wskaźników 73

Typ podróży użytkownika — mapy podróży i historyjek użytkownika 73

Mapowanie wyników na oddziaływanie 74

Na co należy uważać? 75

7. Pole 3. — użytkownicy 78

Szablon protopersony 80

Facylitacja zadania 81

Wczesna weryfikacja 81

Na co należy uważać? 83

8. Pole 4. — wyniki i korzyści osiągane przez użytkowników 84

Facylitacja zadania 85

Na co należy uważać? 86

9. Pole 5. — rozwiązania 87

Facylitacja zadania 88

Mapy powiązań 88

Współprojektowanie: podejście bardziej zorganizowane 88

Prowadzenie sesji Design Studio 89

Czas i miejsce 89

Zespół 89

Proces 89

Materiały eksploatacyjne 90

Definicja problemu i jego ograniczenia (15 minut) 90

Indywidualne generowanie pomysłów (10 minut) 90

Prezentacja i krytyka (3 minuty na osobę) 92

Dobór w pary w celu iteracji i udoskonalenia pomysłów (10 minut) 93

Zespołowe generowanie pomysłów (45 minut) 93

Wykorzystanie efektów końcowych 94

Na co należy uważać? 95

10. Pole 6. — hipotezy 96

Facylitacja zadania 97

Określanie priorytetów hipotez 100

Na co należy uważać? 101

11. Pole 7. — o jakiej najważniejszej sprawie musimy dowiedzieć się
w pierwszej kolejności? 102

Facylitacja zadania 103

Na co należy uważać? 103

12. Pole 8. — minimalnie satysfakcjonujące produkty i eksperymenty 104

Czym w końcu jest MVP? 105

Przykład: czy powinniśmy wprowadzić newsletter? 105

Tworzenie MVP 106

Tworzenie MVP w celu rozpoznania wartości 106

Tworzenie MVP w celu rozpracowania implementacji 107

Kilka ostatnich wskazań pomocnych przy tworzeniu MVP 107

Krzywa prawdziwości 108

Przykłady testów MVP 109

Test strony docelowej 109

Podróbka funkcji (albo przycisk prowadzący donikąd) 109

Czarnoksiężnik z krainy Oz 112

Przykład: MVP typu „czarnoksiężnik z krainy Oz” dla rozwiązania Taproot Plus 113

Prototypowanie 115

Prototypy papierowe 116

Makiety cyfrowe o niskiej wierności 117

Prototypy cyfrowe o średniej i wysokiej wierności 117

MVP w modelu bezkodowym 118

Prototypy generowane za pomocą kodu i z danymi na żywo 118

Co powinno trafić do prototypu? 119

Dema i wersje zapoznawcze 119

Przykład: użycie prototypu MVP 120

13. Jak to wszystko razem połączyć 122

Szablon Lean UX Canvas w korporacji 122

Validately — weryfikowanie produktu za pomocą wywiadów z klientami i zrobionego w ciągu dwóch dni prototypu 124

Kaplan Test Prep — korzystanie z Lean UX podczas rozpoczynania nowego przedsięwzięcia 125

Część III. Współpraca 129

14. Współprojektowanie 131

Współprojektowanie 132

Współprojektowanie: podejście nieformalne 133

Lean UX i sprinty projektowe 134

Stosowanie sprintów projektowych w procesie Lean UX 136

Systemy projektowe 137

Systemy projektowe: co kryje się za tą nazwą? 137

Wartość systemów projektowych 139

Zespoły ds. systemów projektowych są zespołami produktowymi 140

Nie rezygnuj z grubych markerów 140

Współpraca z zespołami rozproszonymi geograficznie 143

Współpraca z rozproszonymi zespołami 144

Doprowadzenie do skutecznej współpracy 144

Podsumowanie 146

15. Informacje zwrotne i badania 148

Ciągłe i kolektywne badania 148

Kolektywne odkrywanie 149

Ciągłe uczenie się 151

Zrozumienie badań — ćwiczenie zespołowe 156

Identyfikacja schematów na przestrzeni czasu 157

Techniki monitorowania ciągłego i kolektywnego odkrywania 161

Podsumowanie 164

16. Integracja podejść Lean UX i agile 166

Uczyń proces zwinny swoim własnym 167

Przededefiniowanie „ukończenia” 168

Wciąż stosujemy rozłożone sprinty. Dlaczego? 170

Dwutorowe podejście zwinne 172

Wykorzystanie w podejściu Lean UX rytmu metodyki Scrum 176

Cele sprintu, cele produktu i zagadnienia zakrojone na wiele sprintów 177

Projektanci muszą uczestniczyć w planowaniu 181

Interesariusze i tablica czynników ryzyka 182

Mapy drogowe oparte na wynikach 184

Częstość przeglądów 185

Mierzenie postępów 186

Metodyka Lean UX i agile w korporacjach 186

Podsumowanie 189

Część IV. Lean UX w Twojej organizacji 191

17. Wprowadzanie zmian organizacyjnych 193

Zmiany 194

Zmiana kultury 194

Zmiana organizacji zespołów 195

Zmiana procesów 195

18. Lean UX w agencji interaktywnej 208

Jakiego typu działalność chcecie prowadzić? 208

W sprzedaży rozwiązań Lean UX kluczowe są oczekiwania klientów 209

Nikt nie chce kupować eksperymentów 210

Sprzedane! Teraz radź sobie z działem zakupów 211

Nie jesteście już podwykonawcami 211

Krótką uwaga o partnerach programistycznych i dostawcach zewnętrznych 212

Podsumowanie 213

19. Słowo na koniec 214

Produkt, który tworzy produkt 215

O autorach 216