

[w]orkshop

Badania Product Discovery

Jak odkrywać potrzeby użytkowników i szanse dla produktu?

Na tym szkoleniu dowiesz się, jak docierać do różnych poziomów wiedzy o użytkownikach, aby odkrywać szanse dla Twojego produktu. Poznasz metody badawcze, które pozwalają odkrywać prawdziwe motywacje i potrzeby użytkowników. Na realnych przykładach i w praktycznych ćwiczeniach potrenujesz planowanie badań: od sformułowania pytań badawczych, przez dobór metod i dobór próby, na opracowaniu narzędzia badawczego skończywszy. Dowiesz się, jak prowadzić badania rzetelnie, sprawnie i trafnie docierać do realnych potrzeb odbiorców. Wszystko to w intensywnej, angażującej i praktycznej formule szkolenia na żywo.

Dzięki szkoleniu uczestnicy

- poznają kilkanaście metod badawczych i rozumieją ich zastosowanie
- potrenują formułowanie pytań badawczych do konkretnego projektu
- dowiedzą się, co robić gdy pytań badawczych jest zbyt wiele
- zrozumieją, jakie czynniki trzeba wziąć pod uwagę przy dobieraniu metod badawczych
- poćwiczą określanie grupy docelowej, jaka powinna wziąć udział w badaniu
- dowiedzą się, jak rekrutować ludzi, aby zwiększyć szanse, że pojawią się na badaniu
- poznają podstawowe błędy, jakie można popełnić przy tworzeniu scenariusza badawczego
- poćwiczą zadawanie respondentom pytań tak, aby nie sugerować im odpowiedzi
- odkryją, jak docierać do nieświadomych potrzeb i motywacji swoich użytkowników
- dowiedzą się, jak budować relację z uczestnikiem badania i dlaczego to takie istotne
- nauczą się, jak ciągnąć respondenta za język i pogłębiać wnioski
- poznają dobre praktyki w logistyce badań dzięki licznym formatkom i przykładom

Trener



Iga Mościchowska

Od kilkunastu lat promuje ideę projektowania zorientowanego na użytkownika. Jest projektantką, badaczką i facylitatorką, a także założycielką studiów podyplomowych *UX & Product Design* na AGH oraz współautorką bestsellerowego podręcznika *Badania jako podstawa projektowania user experience*. Przez lata prowadziła studio projektowo-badawcze pracując dla takich klientów jak eBay, Canal+ czy KGHM. Jej doświadczenie docenił Google zapraszając ją jako mentorkę do programu Google for Startup Accelerator.

[PDR] Badania Product Discovery

Program szkolenia

Czas trwania: 14 godzin

Dzień 1 – Planowanie badań

- Rola badań w procesie tworzenia produktu
- Klasyfikacja metod badawczych i zasada triangulacji
- Trzy poziomy wiedzy a badania deklaratywne, behawioralne i generatywne
- Przegląd kilkunastu metod badawczych w Product Discovery
- Dobór metod badawczych do pytań i do ograniczeń projektu
- Formułowanie pytań badawczych i hipotez
- Dobór próby – określenie parametrów i wielkości próby badawczej
- Rekrutacja uczestników badań i screener

Dzień 2 – Prowadzenie badań

- Case studies badań w procesie rozwijania produktów i usług
- Kanwa planowania badań – trening planowania badań
- Tworzenie scenariusza badawczego – dobre praktyki
- Struktura wywiadu indywidualnego
- Techniki projekcyjne w badaniach jakościowych
- Trening moderacji badań jakościowych
- Podstawy Res Ops – organizacja procesu badawczego w firmie
- Narzędzia wspierające proces badawczy
- Continuous discovery – badania jako codzienna praktyka

Dla kogo

- Projektanci UX – dowiedzą się, jakich błędów nie popełniać w badaniach
- Product Managerowie – nauczą się planować badania, które pozwolą odkrywać szanse
- Badacze UX (początkujący i średniozaawansowani) – dowiedzą się, kiedy warto sięgnąć po mniej popularne metody badawcze i jak usprawnić swoją pracę
- Badacze marketingowi – poznają zastosowanie badań w rozwijaniu produktów cyfrowych

Skontaktuj się z nami!



contact@ationcenter.com



+48 608 689 510