

[w]orkshop

Analityka produktowa

Jak czerpać wartość z danych produktowych?

Praktyczne, warsztatowe szkolenie dedykowane dla osób, które w krótkim czasie chcą poznać najważniejsze zagadnienia w analityce produktowej. Omówione są na nim z lotu ptaka zagadnienia takie jak: dobór metryk do projektu, tworzenie pytań badawczych i praktyczne sposoby organizacji analityki produktowej na każdym etapie rozwoju organizacji. Szkolenie jest prowadzone przez trenera z ponad 10-letnim doświadczeniem w analityce produktowej. Przekazuje najważniejsze terminy z zakresu analityki ilościowej w produktach cyfrowych oraz uczy dobrych praktyk przy projektowaniu i prowadzeniu badań ilościowych.

Dzięki szkoleniu uczestnicy

- skutecznie zastosują 40 standardowych metryk produktowych
- dowiedzą się czym jest cykl życia metryki i dlaczego pamiętanie o nim jest niezbędne żeby dobrze prowadzić analitykę
- nauczą się jak wybrać kluczowe metryki dla Twojego produktu cyfrowego
- sformułują problemy badawcze i rozpoznają te, które można rozwiązać analizą ilościową
- poznają najlepsze metody badawcze stosowane przez analityków produktowych
- stworzą własne, dopasowane ściśle do wybranego produktu metryki produktowe
- będą szybko odczytywać najważniejsze informacje z wykresów i tabel
- zrozumieją jakie zadania muszą zostać wykonane, żeby analityka produktowa działała i regularnie przynosiła nową wiedzę
- będą w stanie koordynować pracę przy prowadzeniu analiz produktowych

Trener



Michał Witkowski

Jeden z pionierów analityki produktowej w Polsce, pracujący w tym obszarze od 2014 roku. Łączy umiejętności matematyczne z wiedzą psychologiczną. Zbudował zespoły analityczne w trzech firmach produktowych, zarządzał zespołem analityków produktowych w Zendesku, zaprojektował i wdrażał od podstaw system ankietowego pomiaru zadowolenia użytkowników w Onecie. Wykłada na uczelniach i występuje na konferencjach, gdzie uczy jak korzystać z danych ilościowych żeby tworzyć lepsze produkty cyfrowe.

[AUX] Analityka produktowa

Program szkolenia

Czas trwania: 2 dni (szkolenie stacjonarne)

Dzień 1.

- Wprowadzenie do analityki produktowej
- Standardowe metryki w produktach cyfrowych
- Dobór standardowych metryk do produktu cyfrowego
- Metody badawcze w analityce produktowej
- Tworzenie pytań i problemów badawczych

Dzień 2.

- Rozpoznawanie problemów badawczych nadających się do analizy ilościowej
- Tworzenie personalizowanych metryk dla dowolnego produktu cyfrowego
- Czytanie i interpretacja wizualizacji danych
- Role, obowiązki i narzędzia w analityce produktowej
- Prowadzenie analiz produktowych w praktyce – case studies

Dla kogo

- Projektanci UX – zaplanują analizy, które pozwolą im podejmować lepsze decyzje projektowe
- Badacze jakościowi – poszerzą wachlarz swoich kompetencji o projektowanie metryk oraz usprawnij współpracę z analitykami
- Product Managerowie – dobiorą metryki i oprą swoje decyzje produktowe na właściwej interpretacji danych ilościowych
- C-level – dowiedzą się, jak zapewnić zwrot z inwestycji w analitykę produktową

Skontaktuj się z nami!



contact@ationcenter.com



+48 608 689 510