

Sylwia Żółkiewska | Małgorzata Rycharska | Noemi Gryczko

Biznes w świecie MOBILE



Jak zaprojektować, wykonać
i wypromować aplikację mobilną

wydawnictwo
poltext

Biznes w świecie
MOBILE

Sylwia Żółkiewska | Małgorzata Rycharska | Noemi Gryczko

Biznes w świecie MOBILE



Jak zaprojektować, wykonać
i wypromować aplikację mobilną

Menedżerka projektu: Justyna Malatyńska

Redakcja: Agnieszka Al-Jawahiri

Skład: Shift Enter

Projekt okładki: Michał Duława

Grafika na okładce: maverick_infanta, Ammonster | Fotolia.com

Zdjęcia na okładce:

Sylwia Żółkiewska i Małgorzata Rycharska, archiwum prywatne autorek

Noemi Gryczko © fot. Dominika Dzikowska

© Copyright by Poltext Sp. z o.o.

All rights reserved

Warszawa 2018

Książka, którą nabyłeś, jest dziełem twórcy i wydawcy. Prosimy, abyś przestrzegał praw, jakie im przysługują. Jej zawartość możesz udostępnić nieodpłatnie osobom bliskim lub osobiście znanym. Ale nie publikuj jej w internecie. Jeśli cytujesz jej fragmenty, nie zmieniaj ich treści i koniecznie zaznacz, czyje to dzieło. A kopiując ją, rób to jedynie na użytek osobisty.

Szanujmy cudzą własność i prawo!

Polska Izba Książki

więcej o prawie autorskim na www.legalnakultura.pl

Poltext Sp. z o.o.

www.poltext.pl

handlowy@mtbiznes.pl

ISBN 978-83-7561-866-2



Spis treści

Wstęp	6
1. Biznes w świecie mobile	7
2. Magia mobilnego ekranu	13
3. Poznaj swoich użytkowników	26
4. Jak zaprojektować aplikację mobilną	35
5. Sukces aplikacji i modele biznesowe	60
6. Tworzenie aplikacji mobilnej	70
7. Aplikacja bez programowania – metody i narzędzia	91
8. Publikacja aplikacji	103
9. Promocja aplikacji	112
10. Koniec, czyli początek: zarządzanie produktem mobilnym	127

Wstęp

Jeszcze niedawno tworzenie aplikacji mobilnych było zarezerwowane dla dużych firm i znanych marek.

Obecnie także mniejsze firmy chcą wykorzystać potencjał mobilnych technologii i znaleźć się tam, gdzie już są ich klienci.

Dzięki książce, którą trzymasz w ręku, dowiesz się, jak zaprojektować aplikację skrojoną na miarę potrzeb twojego biznesu. **Poznasz najnowsze trendy, technologie, metody oraz inspirujące przykłady sukcesów polskich i zagranicznych aplikacji i gier mobilnych.**

Zorientujesz się, ile czasu trwa cały proces, jakich zasobów potrzebujesz i ile to wszystko kosztuje. Jeśli masz motywację, podstawową wiedzę i odrobinę cierpliwości, nauczysz się, jak wykonać aplikację lub grę mobilną samodzielnie, niskim kosztem, z wykorzystaniem serwisu do tworzenia aplikacji, który nie wymaga umiejętności programowania.

Poznasz praktyczne metody projektowania i tworzenia innowacyjnych usług opartych na technologii mobilnej. Dowiesz się, jak wprowadzić na rynek gotową aplikację i jak nią zarządzać, rozbudowywać ją i rozwijać.

Zapraszamy do świata mobile.

4

Jak zaprojektować aplikację mobilną

Wiele osób sądzi, że pomysły na odnoszące sukces innowacyjne usługi powstają w sposób niemal magiczny, jako przebłysk geniuszu w głowach wielkich projektantów. Tak nie jest (a jeśli tak się zdarza, to bardzo rzadko). Oczywiście dobra znajomość zagadnień związanych z tworzeniem rozwiązań na urządzenia mobilne i doświadczenie w projektowaniu są ważne, ale nie znaczy to, że odnoszące sukces aplikacje mogą być dziełem wyłącznie wybranych szczęśliwców. Jeżeli odpowiednio się przygotujesz, możesz stworzyć dobrą koncepcję aplikacji mobilnej.

Do jej opracowania potrzebujesz:

- czasu
- otwartego umysłu (by wziąć pod uwagę wszystkie istotne aspekty)
- odwagi, by sprawdzić ją z potencjalnymi użytkownikami

Wystrzegaj się myśli:

1. Mój pomysł jest dobry, bo jest mój i mi się podoba.
2. Użytkownicy nie wiedzą, czego chcą, więc lepiej nie pytać ich o zdanie.
3. Pokazywanie niedokończonego rozwiązania użytkownikom nie ma sensu – jeśli zobaczą niedopracowany pomysł, na pewno im się nie spodoba.
4. Lepiej nie tracić czasu na siedzenie i myślenie – zrobię to, co mam w głowie, a potem ewentualnie poprawię.
5. Nie będę myśleć o zagrożeniach, bo i tak wszystkiego nie zdołam przewidzieć, a poza tym nie będę sam siebie straszyć.

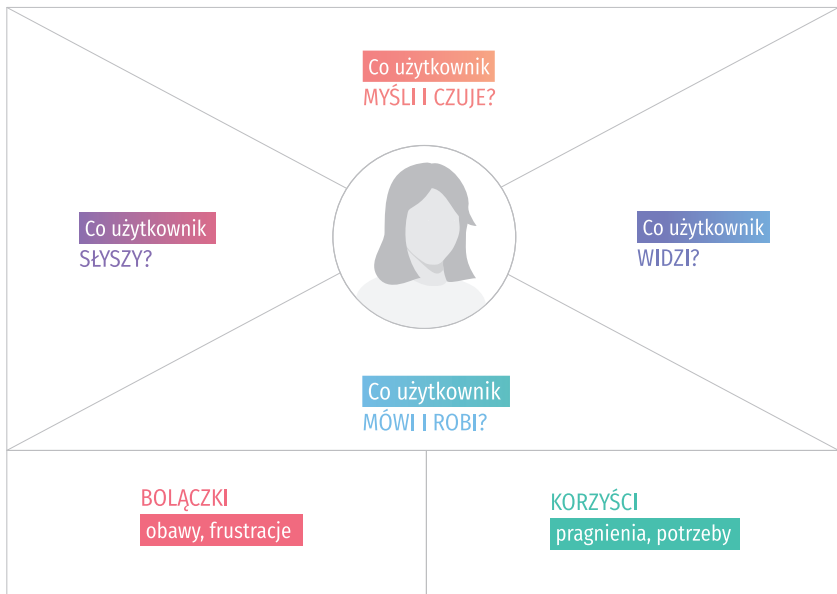
Zdecyduj, które osoby są najważniejsze. Wybierz jedną lub kilka kluczowych dla twojego projektu (najlepiej nie więcej niż dwie–trzy). Jeśli masz z tym kłopot i nie wiesz, które osoby mają największe znaczenie, lub obawiasz się odrzucić jedną z nich, by nie pominąć ważnej perspektywy, wykonaj kolejny krok.

Stwórz mapy empatii dla większej liczby person i porównaj ich motywacje oraz potrzeby. Często okazuje się wtedy, że kilka person ma zbliżone postawy, potrzeby lub lęki, dzięki czemu projektując szczegóły rozwiązania, możesz oprzeć się na perspektywie głównej osoby.

3. Zrozum potrzeby

Tworzenie person jest wstępem do głębokiego zrozumienia odbiorcy. Przydatnym narzędziem jest na przykład **mapa empatii**.

Mapa empatii jest techniką wykorzystywaną do profilowania użytkowników. Pomaga lepiej zrozumieć, co ludzie myślą i czują, skupić się na ich doświadczeniach i potrzebach. Pozwala wyjść poza typowe, demograficzne charakteryzowanie odbiorców.



Mapa empatii

Mapa empatii to prosty szablon podzielony na sześć obszarów oraz zestaw pytań pomocniczych. Obszary odnoszą się do interakcji użytkownika ze światem i jego wewnętrznych odczuć.

O ile uzupełnienie górnych pól zwykle nie sprawia problemów, to niekiedy pojawiają się trudności w wyobrażeniu sobie potrzeb i barier person. Ważne jest, by tak rozumieć pojęcia „potrzeby” i „bariery”, aby ułatwić sobie empatyzację. Potrzeby w tym rozumieniu są wspólne dla wszystkich, są źródłem zachowań, a nie odwrotnie, i nie mogą być negatywne. Przykładem mogą być potrzeby bezpieczeństwa, akceptacji, samorealizacji⁵.

4. Wykreuj wartość

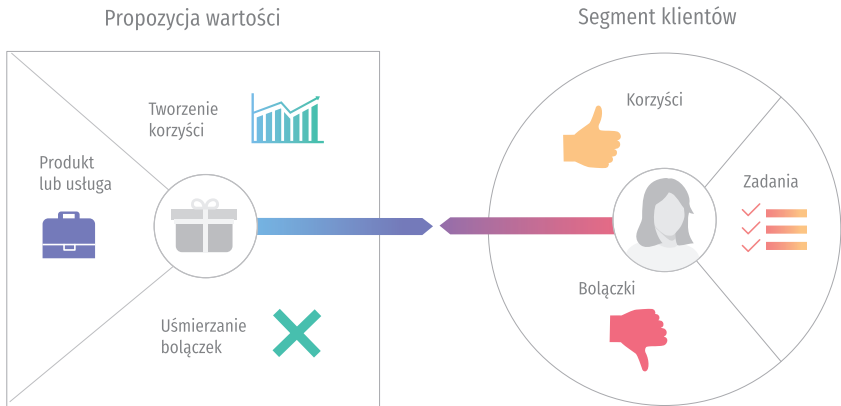
Jeśli chcesz stworzyć aplikację, która ma budować pozytywne doświadczenie, musisz przemyśleć kwestię **wartości dla użytkowników**. Jest to tym ważniejsze, gdy planujesz stworzyć aplikację komercyjną, bo model biznesowy, który wybierzesz, musi korespondować z propozycją wartości. Najważniejszym pytaniem jest: co w twojej aplikacji mobilnej będzie tak atrakcyjne dla użytkowników, że zdecydują się ją pobrać, a może nawet za nią zapłacić?

Przyjrzyj się koncepcji aplikacji, jej elementom i funkcjom, a potem wybierz te, które są **wyjątkowe, odróżniają twoją aplikację od innych i tworzą wyróżniające ją doświadczenie odbiorcy**.

Możesz pogłębić rozważania na temat wartości, korzystając z narzędzia Value Proposition Canvas.

Wzór ten składa się z dwóch pól. Jedno z nich – **Segment klientów** – dotyczy twoich odbiorców, wybranej osoby i zadań, które aplikacja ma do wykonania w kontekście wyzwania. Z tymi zadaniami wiążą się **bólaczki, czyli trudności i frustracje**, oraz **korzyści, czyli pozytywne emocje** lub inne **benefity** (te pola są zbliżone do dolnych pól z mapy empatii). Po drugiej stronie jest pole **Propozycja wartości**, czyli to, w jaki sposób aplikacja odpowie na bólaczki i marzenia odbiorcy.

⁵ Jeśli kwestia potrzeb jest dla Ciebie niejasna, możesz skorzystać na przykład z definicji wykorzystywanych w NVC (Non Violence Communication – Porozumienie Bez Przemocy) *Język Żyrafy-Język Serca*, <https://projektzyrafa.wordpress.com/2013/09/01/czy-znasz-swoje-potrzeby>, dostęp 2.02.2018.



Value Proposition Canvas

Załóżmy, że chcesz zbudować aplikację umożliwiającą śledzenie przesyłek. Twoimi odbiorcami są osoby oczekujące na dostarczenie paczki. Ich zadania to oczekiwanie na dostawę, odbiór, potwierdzenie odbioru, niekiedy płatność. Bólczkami w tej sytuacji mogą być: konieczność długiego oczekiwania, brak precyzyjnej informacji o czasie dostarczenia, niemożność zmiany terminu dostarczenia. Korzyścią mogłoby być dopasowanie czasu dostawy do zmiennego planu dnia, bieżąca informacja o lokalizacji przesyłki itd. Po wypełnieniu pól z prawej strony spójrz na elementy po lewej. W polu **Produkt lub usługa** znajduje się twoja aplikacja (i ewentualnie inne twoje usługi, które są z nią powiązane). Kluczowe są dwa ostatnie pola, czyli **Uśmierzenie bólów** i **Tworzenie korzyści**. Zastanów się, w jaki sposób twoja aplikacja może uśmierzyć bólczki klientów. Jakie funkcje i elementy stworzą korzyść, na której zależy użytkownikom? Pomysły, które opracujesz, będą kluczem do propozycji wartości.

Zastanów się, jaki model biznesowy najlepiej odpowiada tej propozycji i potrzebom użytkowników? Czy aplikacja będzie płatna dla wszystkich, czy tylko dla użytkowników, którzy zechcą kupić opcję premium? Czy zastosujesz model bezpłatny z reklamami w aplikacji, freemium, czy mieszany? Jeśli na rynku są podobne aplikacje, przeanalizuj, jaki model jest w nich zastosowany i co otrzymuje użytkownik, który płaci.

Na tym etapie nie musisz jeszcze podejmować decyzji dotyczących cen i konkretnych sposobów pobierania płatności – możesz to dopracować podczas etapu wytwarzania, ale **koniecznie powinieneś wiedzieć, co jest wartością dla użytkownika**, i jakie funkcje lub cechy aplikacji zapewnią tę wartość.

Ważne jest także to, że potencjalni użytkownicy bardzo często obawiają się, że aplikacja będzie zbierać ich dane, które będą później przetwarzane przez jej twórców. Jeśli więc funkcje, które planujesz, wymagają dostępu do lokalizacji, książki adresowej, albumu zdjęć itd., musisz zadbać o to, żeby odbiorca wiedział, dlaczego tak jest i **jaka dodatkową wartość dzięki temu otrzyma**.

Pamiętaj, że model biznesowy, tak samo jak inne elementy koncepcji, możesz testować z użytkownikami. Podczas badania prototypów możesz zapytać, ile i w jaki sposób byliby skłonni zapłacić za proponowane przez ciebie funkcje. A wdrożony model możesz testować później podczas beta testów czy nawet po publikacji.

Więcej na temat projektowania wartości i modeli biznesowych znajdziesz w rozdziale ósmym – **Sukces i modele biznesowe**.

5. Generuj pomysły

Stworzenie person i map empatii pomoże ci zrozumieć odbiorców aplikacji. Ćwiczenia te są wstępem do generowania pomysłów na rozwiązanie. Twoje wyzwanie oraz potrzeby i bariery odbiorców pomogą ci wybierać najlepsze pomysły na funkcje czy elementy aplikacji.

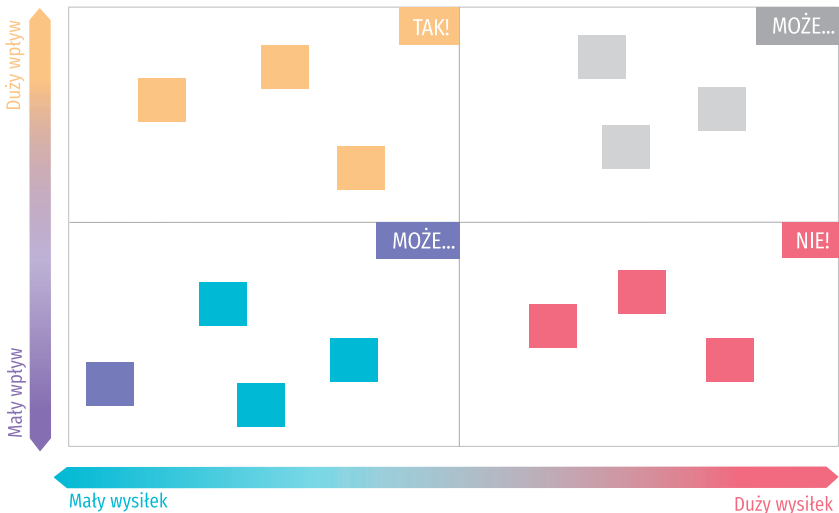
Myślenie projektowe nazywa tę fazę **ideacją**, czyli tworzeniem koncepcji, wymyślaniem. To etap, w którym liczy się kreatywność. Możesz sobie pomóc, stosując sprawdzone techniki.

Podziel czas wymyślenia na dwie fazy. Pierwsza z nich będzie **fazą światła zielonego**. Jej cel to wygenerowanie jak największej liczby pomysłów, również tak zwanych „głupich”. Ważne jest, żeby na tym etapie nie blokować kreatywności (ani swojej, ani innych osób) poprzez krytykowanie i odrzucanie pomysłów. Powstrzymaj się od oceniania. Nie jest teraz ważne, czy „to za trudne”, czy „to się nie uda” albo czy „zbyt kosztowne” lub „bez sensu”. Każdy pomysł zasługuje na odnotowanie – im ich więcej, tym lepiej, bo łatwiej później wyłowić te naprawdę trafione.

Wymyślając rozwiązania, korzystaj ze sformułowanego wcześniej wyzwania. Jakie funkcje umożliwią sprzedawcom wprowadzanie danych na bieżąco? Jakie wymagania techniczne powinna spełniać aplikacja? Co zachęci sprzedawców, by z niej korzystali? Staraj się wziąć pod uwagę różne aspekty: funkcjonalne, techniczne, proceduralne, komunikacyjne. Jeśli każdy pomysł zapiszesz na oddzielnej kartce samoprzylepnej, będzie ci łatwiej wykonać kolejne ćwiczenie.

W **fazie światła czerwonego** przychodzi czas na przyjrzenie się pomysłom i skonfrontowanie ich z rzeczywistością (*reality check*). Można zastosować różne techniki oceny wartości wymyślonych rozwiązań, na przykład **macierz wysiłku i wpływu** (*Impact-Effort Matrix*). Jest to narzędzie, które pomoże ci ocenić pomysły, biorąc pod uwagę obiektywne przesłanki.

Macierz składa się z dwóch osi. Pionowa odnosi się do wpływu rozwiązań na osiągnięcie celu. Na dole powinny znaleźć się te pomysły, które mają na nie mały wpływ, a na górze te, które realizują cel w największym stopniu. Oś pozioma dotyczy wysiłku potrzebnego do zrealizowania pomysłu – chodzi zarówno o czas, jak i koszty oraz inne zasoby. Im mniejszy wysiłek jest potrzebny, tym bardziej na lewo znajduje się dane rozwiązanie.



Macierz wysiłku i wpływu (*Impact-Effort Matrix*)

O autorkach



Sylwia Żółkiewska

Projektantka, entuzjastka nowych technologii, propaguje wiedzę na temat kreatywnego wykorzystania aplikacji mobilnych w edukacji, kulturze i biznesie. Autorka publikacji *APPetyt na APlikaCje* (red. N Gryczko, wyd. Fundacja Orange 2016), współautorka raportu *Kultura, Biznes, Aplikacje. Historie sukcesu polskich twórców aplikacji i gier mobilnych* (wyd. Fundacja Culture Shock 2017). Kuratorka FAM – Forum Aplikacji i Gier Mobilnych (www.fam.cultureshock.pl). Ponad dziesięć lat projektowała multimedia dla dużych firm i marek, współtworzyła kilkanaście gier i aplikacji mobilnych.

Zajmuje się:

- tworzeniem koncepcji aplikacji i gier mobilnych (z wykorzystaniem metody *design thinking*), prototypowaniem, projektowaniem doświadczenia użytkownika (UX)
- prowadzeniem szkoleń i wykładów dotyczących zastosowania aplikacji mobilnych w kulturze, edukacji i biznesie
- prowadzeniem warsztatów szybkiego tworzenia multimediów na smartfonie i tablecie oraz tworzenia aplikacji mobilnych bez programowania
- tworzeniem materiałów edukacyjnych i scenariuszy zajęć z wykorzystaniem aplikacji i gier mobilnych

Więcej: www.zolkiewska.pl, www.aplikacjewkulturze.pl

O autorkach



Małgorzata Rycharska

Ekspertka z dziedziny projektowania usług, projektowania zorientowanego na użytkownika, entuzjastka i praktyk *design thinking*. Posiada kilkanaście lat doświadczenia w projektowaniu e-usług, gier i usług społecznościowych, tworzeniu skutecznych modeli biznesowych i wprowadzaniu usług na rynek oraz zarządzaniu projektami informatycznymi, produktami i społecznościami. Wspiera firmy i organizacje pozarządowe przy tworzeniu koncepcji produktów i usług.

Zajmuje się:

- tworzeniem koncepcji usług, e-usług i aplikacji mobilnych z wykorzystaniem metody *design thinking*
- doradztwem w zakresie zarządzania procesem kreatywnym i zaszczepiania w organizacji technik *design thinking*, *user centered design* i *customer experience*
- szkoleniami z zakresu *design thinking*, projektowania i zarządzania doświadczeniem, metod zarządzania procesem kreatywnym, projektowania usług, aplikacji mobilnych, gier i praktycznego zastosowania gamifikacji

Więcej: www.rycharska.pl



Noemi Gryczko

Zachęca firmy i instytucje do eksperymentowania z nowymi rozwiązaniami. Ma ponad dziesięć lat doświadczenia w projektowaniu i wdrażaniu innowacyjnych produktów i usług z wykorzystaniem metody myślenia projektowego (*design thinking*). Dzięki praktycznej znajomości *mobile learning* w organizacjach uczy, jak wykorzystywać aplikacje mobilne, aby lepiej angażować pracowników, studentów i uczestników konferencji.

Zajmuje się:

- tworzeniem koncepcji aplikacji mobilnych metodą *design thinking*
- zarządzaniem innowacyjnymi projektami edukacyjnymi
- szkoleniami dotyczącymi wykorzystywania i wdrażania istniejących aplikacji mobilnych dla przedsiębiorców, wykładowców i trenerów
- opracowywaniem programów edukacyjnych na smartfon (*mobile learning*) dla pracowników firm, instytucji i organizacji

Więcej: www.noemigryczko.com

Prowadzisz już małą firmę albo chcesz wystartować z własnym biznesem?

Widzisz, że twoi klienci coraz częściej korzystają z urządzeń mobilnych, chcą kupować i zamawiać usługi w tym kanale?

Zastanawiasz się, czy nie warto opracować aplikacji lub gry mobilnej, która odpowie na potrzeby klientów i zapewni ci korzyści finansowe i wizerunkowe?

ROZWIŃ SWÓJ BIZNES, KORZYSTAJĄC Z TECHNOLOGII MOBILNYCH.

Biznes w świecie mobile to poradnik, który przedstawia krok po kroku, jak zabrać się za stworzenie własnej aplikacji lub gry mobilnej na platformę Android lub iOS. W przystępny sposób tłumaczy, jak wygląda proces projektowania, realizacji i promocji aplikacji. Autorki przytaczają przykłady najlepszych polskich aplikacji mobilnych i opisują, co zrobili ich twórcy, aby odniosły sukces.

PORADNIK POMOŻE CI OPRACOWAĆ:

- model biznesowy
- prototyp aplikacji
- strategię wejścia na rynek i plan promocji

DOWIESZ SIĘ:

- czego oczekują klienci i jakie są najnowsze trendy w świecie mobile
- do czego w biznesie przydaje się wirtualna i rozszerzona rzeczywistość i co oznaczają pojęcia: agile, churn, ASO czy user experience
- ile trwa i ile kosztuje produkcja aplikacji mobilnej w polskich warunkach



**ZAPRASZAMY CIĘ
DO ŚWIATA MOBILE!**

ISBN 978-83-7561-866-2



9 788375 618662 >

P11100301

Cena 39,90 zł