

# UX konference 2015

---

21. května 2015 / 9:00 / OKsystem Na Pankráci 125, 140 21 Praha 4

---

## Program akce

<p>Shlédněte pozvání na UX konferenci od <a title="Video" href="https://www.youtube.com/watch?v=ytG93WJ7Csl">Francise Funga.</a></p>

---

## Hlavní blok

### 9:00 - 9:15 Zahájení akce

Zdeněk Míkovec - České vysoké učení technické v Praze

### 9:15 - 10:00 UX and Market Research: Better together

Francis Fung - Mitsue-Links

Většina lidí souhlasí s tím, že průzkum trhu a UX výzkum by měl jít ruku v ruce. Nicméně, ne každý to tak dělá. V této prezentaci shrneme důvody, zda a proč firemní kultura, kultura státu, nebo obě hrají roli ve výběru typu výzkumu. Na příkladech z Japonska si ukážeme, proč jsou výzkumy trhu a UX výzkumy tak rozdílné. Pomůže nám to porozumět významu kombinace obou. Ukážeme si, jak tato řešení zavést správně do praxe a porozumět při tom zákazníkovi a v současné chvíli vytvořit z obou prodejný a použitelný produkt.

(Prezentace bude v anglickém jazyce bez překladu)

### 10:00 - 10:30 Coffee break

### 10:30 - 10:55 Průnik výzkumu a Customer care

Vladimír Kalinay - LMC

Máte pocit, že vám zákazníci volají a píšou se stále stejnými požadavky? Pracujte s tím a opravte si to u sebe. Ocení to nejen vaši zákazníci. Nejde to opravit do současné verze? Zapracujte to do prototypů. Jsou lidi na vaši zákaznické podpoře frustrovaní? Dejte jim důvěru a možnost věci měnit. Na konkrétních případech bych vám rád ukázal, co zafungovalo u nás a kde máme ještě rezervy.

### 10:55 - 11:20 Customer Experience služby

Jiří Nosál

Budování User Experience se skládá z moře barevných kostiček. Kolik času ale věnovat těm nejbarevnějším jako třeba designu či look and feel? A kolik těm šedivým možná až černým, jako je redesign procesů, příprava dat, modelování potřeb klienta či velikosti obchodního prostoru? Pojďte se podívat, jak může vypadat ideální 360, její vliv na okolní procesy, a jakými daty by měla být plněna tak, aby bylo dosaženo maximálního efektu. Dozvíte se také, jaké procesy musí být integrované, aby byl UX efekt maximální a nebyl ohrožen aktuálními cyber riziky.

### 11:20 - 11:45 Design pro globální vesnici

Jakub Franc

Je vám už v Čechách těsno? Chcete se svým produktem prorazit i ve světě? Pokud stejně jako já sázíte v produktové a obchodní strategii na UX, pojdte se společně se mnou podívat na to, jaké radosti, výzvy a úskalí přináší designování produktů pro globální trhy.

### 11:45 - 12:00 Jak změny v UX ovlivní váš byznys

Ondřej Krátký - Liftago

Liftago je realtime marketplace pro volné taxíky v okolí, ke kterému se připojují pasažéři i licencovaní řidiči aplikací. Liftago již přes rok roste dvouciferným tempem a jednou z nejdůležitějších bariér růstu je uživatelské rozhraní mobilní aplikace. Ondřej v přednášce představí jednotlivé části uživatelského funnelu. Ukáže také, čím se dají ovlivnit a jak má i nepatrná změna v UX obrovské byznysové dopady.

### 12:00 - 13:00 Oběd

### **13:00 - 13:30 Případová studie: Realizace UX aktivit v Air Bank**

Lenka Palasová - AirBank

Banka, kterou můžete mít rádi, se musí dobře používat. Na tom se u nás všichni shodneme. O tom, co je dobře, se ale dokážeme dohadovat hodiny. Správně použité metody nám v tom ovšem přece jen někdy zabrání. Z jedné strany se snažíme pořád vylepšovat to, co už máme. Na druhé straně vymýšlíme úplně nové služby. V předpremiéře uslyšíte o tom, jakou novinku chystáme na léto, a jak jsme ji vytvářeli.

### **13:30 - 14:00 Jak transformovat 50 % zákazníků do online prostředí**

Tomáš Holan - E.ON Česká republika, s.r.o.

Během svého vystoupení vám povím, jaké je potřeba udělat změny uvnitř firmy, aby se povedlo transformovat 50 % zákazníků do online prostředí. Jaké se objevily největší překážky a jak jsme je překonali. Dozvíte se tedy o tom, jak postupujeme, jaké máme výsledky, co se povedlo, ale i co bychom příště udělali jinak.

### **14:00 - 14:30 Návrh a testování mobilního konfiguratoru vozů Škoda Auto**

Tomáš Molnár - ŠKODA AUTO, Jiří Suchý - Sherpas

Jak se popasovat s komplexní aplikací pro výběr vozu v mobilním prostředí a připravit pro uživatele dobré UX? Jak umožnit uživateli rychle vybrat z tisícovek kombinací automobilů a výbavy, ve spletitém systému plném kolizí? A jaké výsledky nový mobilní car configurator po aplikování UX přístupu přináší? Jak jsme testovali a kolikrát jsme museli iterovat designy? To vše a více se dozvíte z příspěvku o tvorbě mobilního car configuratoru Škoda Auto.

### **14:30 - 15:00 Coffee break**

### **15:00 - 15:25 Případová studie: Role UX při zvyšování produktivity výroby**

Michal Kutil - Plantyst s.r.o.

Jakou roli hraje UX při zvyšování produktivity výroby? Jak se mění aplikace používané pro monitorování ve výrobních firmách? Jak lidé ve výrobě přistupují k datům o výrobě a jak jich využívají pro zvyšování produktivity výroby? Plantyst je nástroj pro práci mistrů s výrobními týmy a právě při jeho vývoji jsme realizovali několik UX aktivit o jejichž průběhu a dopadu se s vámi v příspěvku rád podělím.

### **15:25 - 15:50 Redesign e-shopu: vize a realita**

Petr Janoch - Slap Group s.r.o.

Jedním z důležitých předpokladů příjemného uživatelského prožitku je kvalitně zmapovaná cílová skupina. A právě její dokonalá znalost nás vedla při tvorbě nového webu slap.cz. Vycházeli jsme jak z vlastních provozních zkušeností, tak profesionálních dovedností dodavatele. Společně jsme vytvořili web, na kterém se zákazníci cítí příjemně. Na konkrétních příkladech ukáží základní body, které považujeme za stěžejní a na kterých jsme celý web postavili.

### **15:50 - 16:15 UX team leadership**

Ján Rojček - AVG Technologies CZ

Ak uvažujete o budovaní vlastního UX teamu, neváhajte, začnite teraz, zaberie to čas. Ako správne vybrať členov nového UX teamu? Ako ho naštartovať a viesť? Ako popri tom zmeniť ostatné spolupracujúce tímy? A ako zistiť, či ste úspešní? Pozrime sa spolu čo fungovalo a nefungovalo v teamoch, v ktorých som pôsobil.

### **16:15 - 16:30 Řízení změny spotřebitelského chování**

Martin Kopta - MartinKopta.com, s.r.o.

Lidé často chtějí ve svém životě něco změnit: chtějí žít zdravěji, více sportovat, mít více času na rodinu, přátele a koníčky, méně utrácet nebo žít bez velkých dopadů na životní prostředí. Jejich pokusy o změnu ale selhávají. A tak na trhu vznikl prostor pro produkty a služby, které lidem pomáhají změnu dosáhnout. Podíváme se na faktory, které vedou ke změnám chování. Na příkladech úspěšných produktů si pak ukážeme, jak změnu chování začlenit do příjemného uživatelského prožitku.

### **16:40 Ukončení konference**