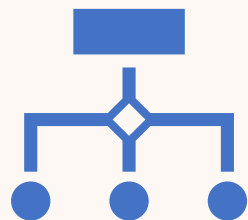


Postup návrhu GUI (nejen k projektu)

Ing. Alena Omachtová



Osnova



Postup návrhu GUI

Jak si vybrat zadání k projektu

Uživatelský výzkum

Wireframy a jak na to

Testování použitelnosti

UI návrh



Figma demo

Chci udělat skvělou aplikaci, ale co by tak měla umět?

1. Vylepšení existující aplikace

- Používáte nějakou aplikaci každý den a jedna věc Vám na ni vadí nebo si říkáte, že by mohla být udělaná lépe a žádná jiná aplikace problém neřeší?
- Říkáte si, že by má tato aplikace velký potenciál, ale nebudete ji používat, že je příliš složitá?

2. Nová aplikace

- Víte, že by se Vám nějaká aplikace zjednodušila život a dosud jste nenašli nic ideálního?

3. Jít do terénu - Zaměřit se na konkrétní skupinu lidí a poptat se jich na aplikace, které používají a zjistit dosavadní problémy.

TIP č. 1: Neberte projekt jako úkol do školy, ale stavte se k němu jako k reálnému problému, který řešíte s cílem někomu pomoci, usnadnit někomu práci, lépe využít možnost počítačů.

Dejte si klidně vlastní mini cíl projekt skutečně publikovat a mít své zákazníky.



USER-CENTERED DESIGN

What do you need in your work?

I just want to quickly get to this site to the info I need

INTERVIEWING...

OBSERVING...



USER-SCENTED DESIGN

Hmm... what might a user want..?

Oh, I know!

"As a user I would like the validation on the login page to be very clear so that I can easily see when/if I make a mistake when I log in."



QUESSING...

ASSUMING...

Satu 2012

Uživatelský
výzkum

Uživatelský výzkum

- Způsob, jak získat vhled do uvažování lidí – např. potenciálních zákazníků vaší aplikace
- Cílem je minimalizovat riziko, že vytvoříte nesmyslný výstup, protože ve vaší aplikaci nebude to, co uživatelé potřebují
- **Rozdělení:**
 1. **Kvalitativní** (např. rozhovory, stínování)
 - Zaměřují se na **pochoopení motivací, potřeb a chování** uživatelů.
 2. **Kvantitativní** (např. dotazníky, analytika)
 - Slouží k měření chování a trendů na větším vzorku uživatelů
 3. **Syntéza a analýza dat** (např. persony)
 4. **Testování použitelnosti**

Kvalitativní metody

Rozhovory (In-depth Interviews) – individuální rozhovory, zjišťují zkušenosti, motivace, problémy.

Je klíčové, aby otázky byly otevřené, nenaváděly a šly postupně do hloubky.

Hlavní pravidlo uživatelského výzkumu

„Never ask anyone what they want.“

-- Erika Hall, *Just Enough Research*



Zásady dobrého ptaní

- 1. Začni obecně, postupně jdi do detailu**
 - „Můžete mi popsat, jak běžně...?“ → pak teprve „Co se stalo, když...?“
- 2. Ptej se na zkušenosti, ne na hypotézy**
 - Lepší: „Kdy jste naposledy použil/a...?“
 - Horší: „Použil/a byste to, kdyby to umělo...?“
- 3. Nepodsouvej odpovědi**
 - Místo „Líbilo se vám to?“ → „Jak jste to vnímal/a?“
- 4. Ptej se po příkladech a konkrétních situacích**
 - „Můžete mi popsat poslední situaci, kdy jste ...?“
- 5. Buď ticho a nech pauzu**
 - Uživatel často doplní víc, když dostane prostor.
- 6. Parafrázuj a ověřuj porozumění**
 - „Jestli tomu rozumím správně, říkáte, že...?“
- 7. Neptej se jen na funkce, zkoumej motivace a emoce**
 - „Co vás vedlo k tomu vybrat právě tohle?“

Typy otázek podle fáze rozhovoru

1. Úvod (navázání kontaktu)

- „Jak vypadá váš běžný den v souvislosti s ...?“
- „Jaké nástroje nebo aplikace běžně používáte pro ...?“

2. Průběh zkušenosti

- „Můžete mi popsat, co se dělo naposledy, když jste ...?“
- „Jak jste věděl/a, co máte dělat dál?“
- „Co pro vás bylo nejjednodušší / nejtěžší?“

3. Motivace a cíle

- „Co vás vedlo k tomu začít ...?“
- „Jak jste se rozhodoval/a mezi možnostmi?“
- „Co by pro vás znamenalo úspěch v této situaci?“

4. Emoce a frustrace

- „Jak jste se cítil/a, když ...?“
- „Bylo něco, co vás překvapilo nebo zklamalo?“
- „Co by vám práci/usnadnění zpříjemnilo?“

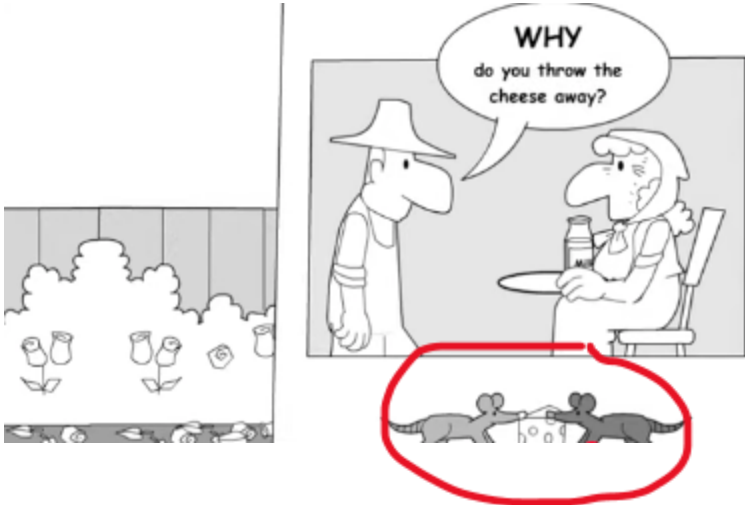
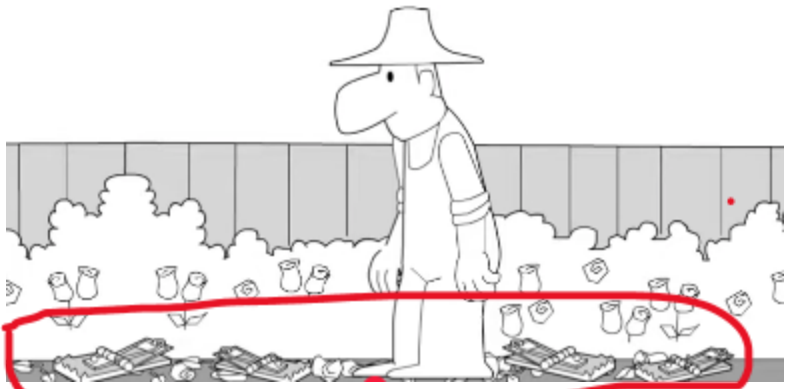
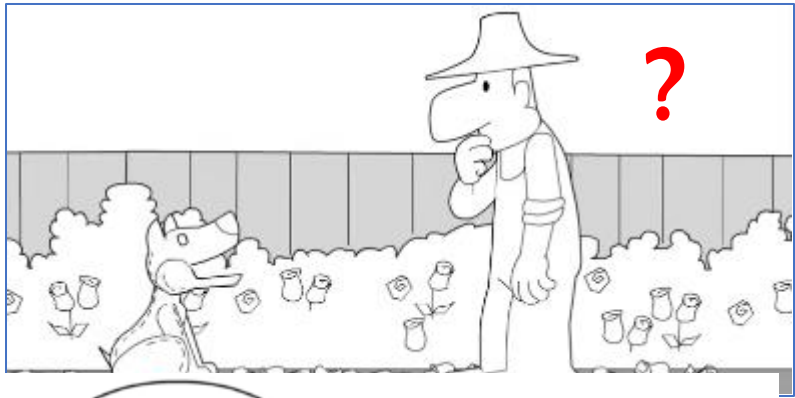
5. Závěr

- „Je něco, co jsme neprobrali, ale považujete to za důležité?“
- „Jaké rady byste dali lidem, kteří tento produkt navrhují?“

Kvalitativní metody

- **Focus groups** – skupinová diskuze, vhodná pro brainstorming a zkoumání postojů.
- **Kontextuální šetření / terénní studie / stínování** – sledování uživatele v přirozeném prostředí.
- **Deníkové studie** – uživatelé si zapisují používání produktu nebo své chování v čase.
- **Kognitivní procházení (Cognitive walkthrough)** – Výzkumník (někdy i malý tým) krok za krokem prochází typické úkoly v rozhraní a u každého kroku si klade otázky typu: „Uživatel ví, co má udělat?“ / „Dostane dostatečnou zpětnou vazbu?“
- **Card sorting** - uživatelé dostanou kartičky s tématy a buď je třídí do kategorií nebo je už přidávají do předem vytvořených kategorií
- **Metoda 5 proč (5 Whys)** – dostat se k skutečné podstatě problému

Metoda 5 proč (5 Whys)



<https://www.youtube.com/watch?v=HnfwE5Kmc dk>

Kvantitativní metody

Slouží k **měření chování a trendů** na větším vzorku uživatelů.

- **Dotazníky / ankety** – rychlý sběr velkého množství dat o preferencích a spokojenosti.
- **Analytika (např. Google Analytics, Hotjar, Matomo)** – sledování chování uživatelů na webu nebo v aplikaci.
- **A/B testování** – srovnávání dvou verzí designu či funkce a měření výkonu.
- **Click tracking / heatmapy** – vizualizace, kde uživatelé klikají nebo jak scrollují.

Syntéza a analýza dat

- **Customer Journey Map** – vizualizace cesty uživatele produktem/službou.
- **Affinity diagram** – shlukování poznatků z výzkumu do témat.
- **Persony** – modelové profily typických uživatelů.
 - Mapují chování, motivace a potřeby lidí, kteří budou aplikaci používat
 - V praxi spíše „proto-persony“, které jsou založené na vaši fantazii
 - Vcítění do budoucích návštěvníků

Affinity diagram



Persony

- Obsahuje: fotka, věk, zaměstnání, demografické údaje, slogan, **příběh daného člověka, který propojí personu s naším produktem**
- Zdůrazněte vlastnosti, které odlišují jednotlivé persony mezi sebou
- Zaměřte se na situace, myšlenky, potřeby, které souvisí s aplikací
- **Pokud na základě informace nebudete schopní provést akci, pak taková informace nemá smysl**
- Vytváří se jeden zástupce pro každou skupinu uživatelů

Definice problému

Internetové bankovníctví / přehled plateb



Eva

"Jsem neustále ve zhonu. Někdy zapomenu, zda jsem už něco zaplatila. Pak to musím hledat."

Eva využívá internet banking převážně na placení věcí kolem domácnosti. Jednou za čas kontroluje, kde nejvíce utrácela nebo hledá zda už všechno zaplatila. Když hledá platbu, většinou si nepamatuje přesnou částku, jenom příjemce.

UŽIVATELSKÉ CÍLE

Eva potřebuje mít přehled v minulých platbách, aby věděla, kde v poslední době nejvíce utratila.

Eva potřebuje najít minulou platbu u které zná příjemce/místo nebo přibližnou částku, aby mohla zkontrolovat/potvrdit zda proběhla.

Persony

Petr – rodič sledující domácí rozpočet

- **Věk:** 37 let
- **Situace:** rodina, více trvalých plateb (hypotéka, školka, energie).
- **Cíle:** vidět **přehled pravidelných plateb**, kontrolovat, zda odešly, případně nastavit upozornění na neobvyklou částku.
- **Bolestivé body:**
 - Chaotický seznam plateb bez možnosti kategorizace.
 - Chce označovat transakce vlastními tagy (např. „děti“, „energie“).
 - Hledá jednoduché grafy výdajů podle kategorií.

Jana – OSVČ / freelancer

- **Věk:** 33 let
- **Situace:** má živnost, používá osobní účet i firemní účet.
- **Cíle:** snadno vyhledat faktury, exportovat přehled plateb pro účetnictví, filtrovat podle variabilního symbolu nebo poznámky.
- **Bolestivé body:**
 - Chybí možnost rychlého exportu do PDF/CSV.
 - Obtížné vyhledávání podle VS/IČO.
 - Potřebuje označit, co už je zaúčtováno nebo refundováno.

Persona a uživatelské cíle (user stories/scénáře)

- Je dobré si k personám psát jejich uživatelské cíle:
 - **Formát: <persona> potřebuje <cíl>, aby mohla <motivace>**
 - Příklad:
 - [nákup na eshopu] Aneta potřebuje/chce dostat textovou zprávu, aby věděla, kdy ji přijde zboží.
 - Špatný cíl: **Uživatel potřebuje export faktury, aby ji mohl tisknout.**
 - *Proč* potřebuje dostat faktury ze systému?
- Ukazujete, jak může vaše aplikace pomoci lidem

User stories - příklad

- **Jako Eva, chci vidět přehled posledních plateb**, abych měla jasný obrázek o tom, kde jsem v poslední době utrácela. Očekávám, že uvidím čas, datum, příjemce, částku a případné poplatky.
- **Jako Eva, chci vyhledat platbu podle příjemce nebo přibližné částky**, abych mohla rychle zkontrolovat, jestli jsem určitou věc zaplatila. Očekávám, že platbu budu moci pak jednoduše přesdílet, abych potvrdila, že platba proběhla.
- **Jako Eva, chci být upozorněna, když peníze odejdou z účtu**, aby se náhodou nestalo, že se nějaký hacker dostal do bankovníctví.
- **Jako Eva, chci si vidět kategorie výdajů a jejich podíl na mých celkových výdajích**, abych zjistila, v které oblasti utrácím nejvíce. Očekávám, že se k přehledu dostanu z mého účtu a budu si moci vybrat, za jaké období mě přehled zajímá.

„Vím toho už dost, chci jít navrhovat!“

Co je ale ještě potřeba analyzovat?

Analýza existujících aplikací

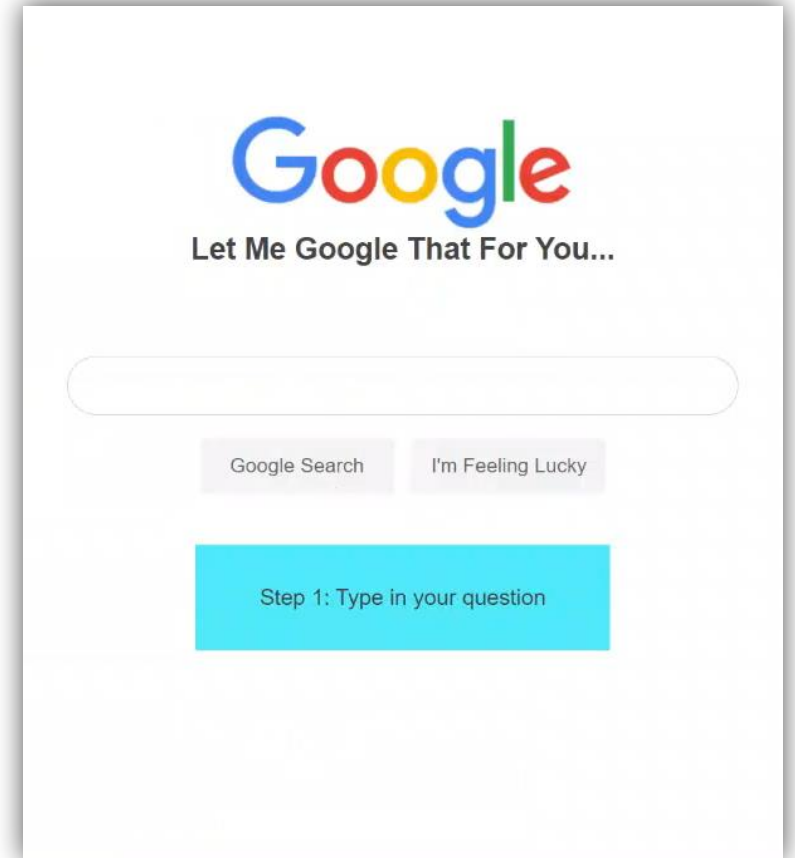
„Good artists copy, great artists steal.“

-- Steve Jobs, Picasso

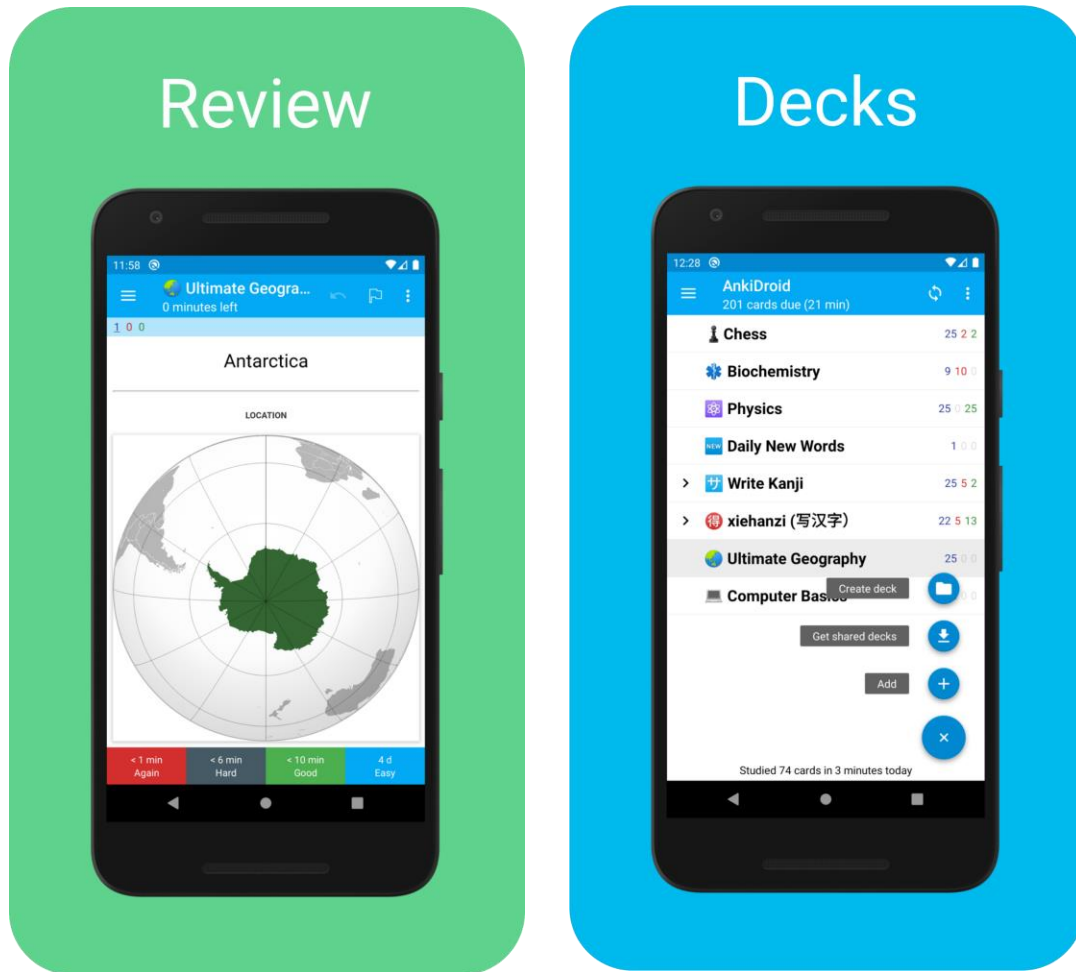


Analýza existujících aplikací

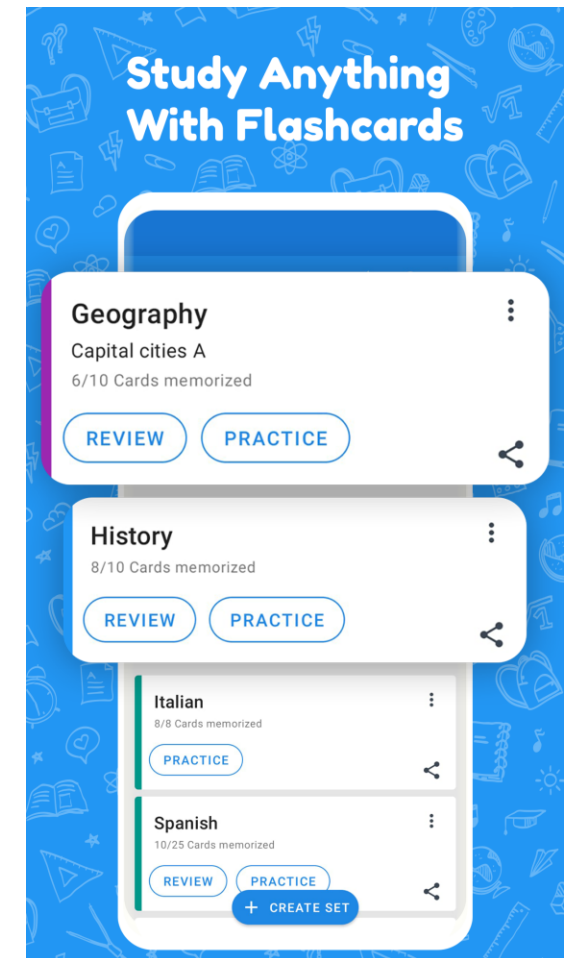
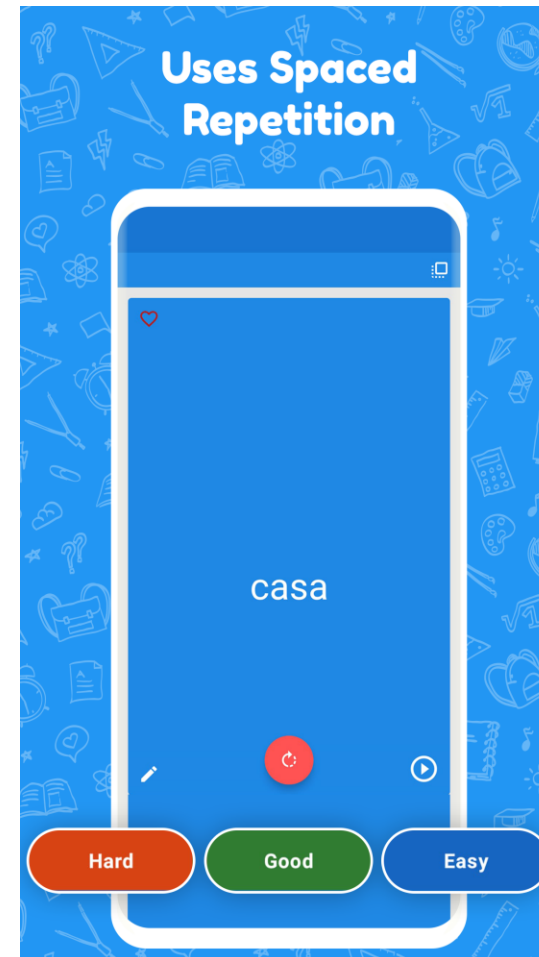
- Dobře si zvolit správná **klíčová slova**
- Google play, App store, Google, Youtube, ...
- Uložte si funkční UI prvky a inspirujte se
- Najděte problémy na existujících aplikacích a určete, co bude odlišovat tu Vaší
- Nedělejte aplikaci, která už existuje – vaše aplikace má mít přidanou hodnotu
- [Mobbin](#) – cheatsheet pro UXáky
- Využít AI - "Najdi mi ... "



Příklad: Dělán aplikaci pro memorizování pojmů ze školy, jak mi tyto aplikace mohou pomoci s návrhem?



AnkiDroid Flashcards



Flashcards worlds

SEARCH drkoop.com ▶

Toto je správná odpověď

Málo důležité

Pozor, velmi důležité

Mentální model

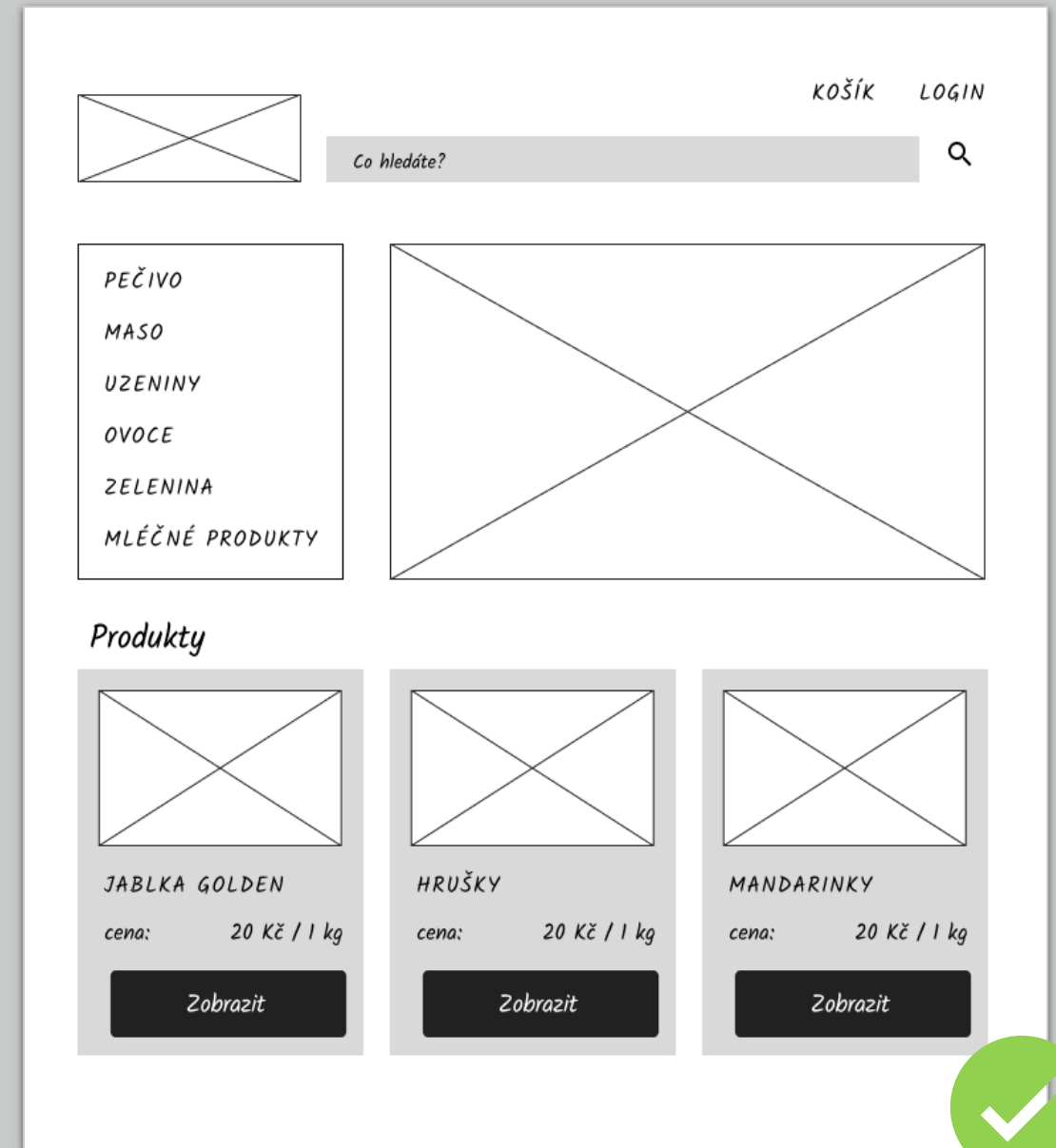
Mentální model – veškeré naše představy o tom, jak něco funguje v reálném světě, obraz světa okolo nás, který nosíme v hlavě

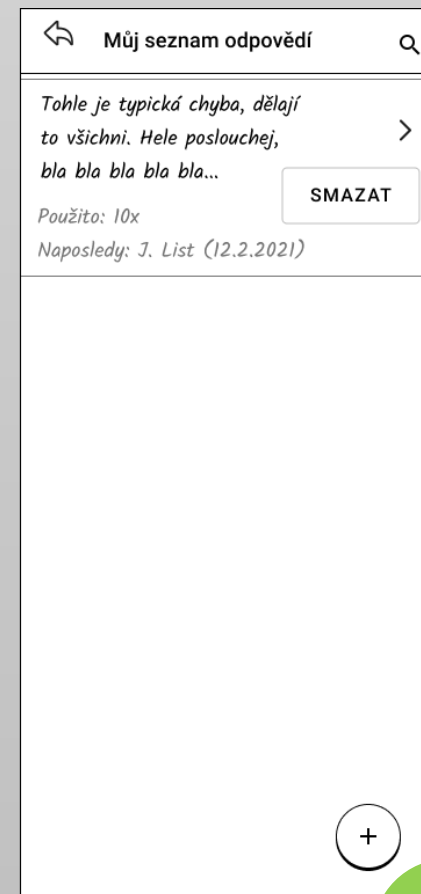
Proč je to důležité?

Uživatelé si vytvoří své mentální modely na základě interakcí s existujícími aplikacemi a webovými stránkami. Stručně řešeno, očekávají, že funkčnost bude v souladu s těmito předchozími zkušenostmi, a kdekoli existuje standardní vzor uživatelského rozhraní, **měl by být ve vašich návrzích emulován.**

Vím, co dělám, znám své uživatele, konkurenty, ale co dál?

- **Wireframy**, náčrty, hrubé skici
- Nástroje: Figma, Adobe XD, Sketch
- Nestrávit na nich zbytečně moc času
- Co je důležité?
 - **Soustřeďte se na strukturu, hledejte problémy a jejich možná řešení**
 - Nesoustřeďte se na vzhled
 - Nepoužívejte barvy, černá a bílá by měly stačit
 - Nepoužívejte reálné fotky, stačí placeholdery
 - Nepožívejte *příliš* Lorem ipsum text, ale už pište reálné texty, pomohou vám reálně odhadnout, kolik bude pro text potřeba místa





Upgrade

Bonus campaign

CFD trading account

...

Deposit

Invest trading account

5000 USD

100 USD

Deposit

Other trading accounts

More

cTrader

MT4

+ Add

Referral banner

Share

Open positions

Recent actions

Economic events

Dashboard

Markets

Portfolio

Notif

Menu

Upgrade

Bonus campaign

Start trading

Other trading accounts

More

cTrader

MT4

+ Add

Referral banner

Share

Open positions

Recent actions

Economic events

Dashboard

Markets

Portfolio

Notif

Menu

Search

Filter

Sort

All symbols

Favourites

CFD

Inv

Img

EURUSD

-57.8 (-0.52%)

SELL

1.232

BUY

1.232

Img

EURUSD

-57.8 (-0.52%)

SELL

1.232

BUY

1.232

Img

EURUSD

-57.8 (-0.52%)

SELL

1.232

BUY

1.232

Img

EURUSD

-57.8 (-0.52%)

SELL

1.232

BUY

1.232

Dashboard

Markets

Portfolio

Notif

Menu

<

Mark as favourite

Chart?

Notifications

Create notification

Open positions / orders

History

Economic calendar

All events

Upcoming 3 events?

Articles

All articles

Latest 3 articles?

Sell

1.2323

0.6

Buy

1.8323

<

EURUSD

FX

Calc

Chart view

Sell

1.2323

0.6

Buy

1.8323

Market

Pending

Volume

0.1 lots

333 USD

Switch

Stop loss

Chart

Price

-

1.08562

+

Result

-

-151.09

+

Trailing stop

Take profit

Distance

-

0.01097

+

Price

Chart

-

1.10562

+

Result

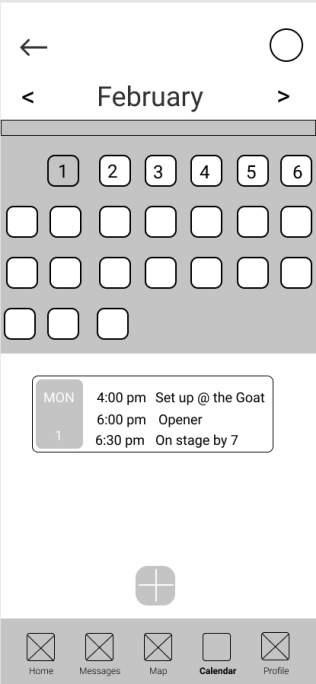
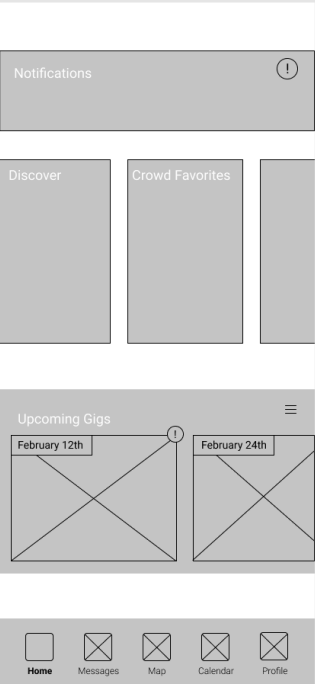
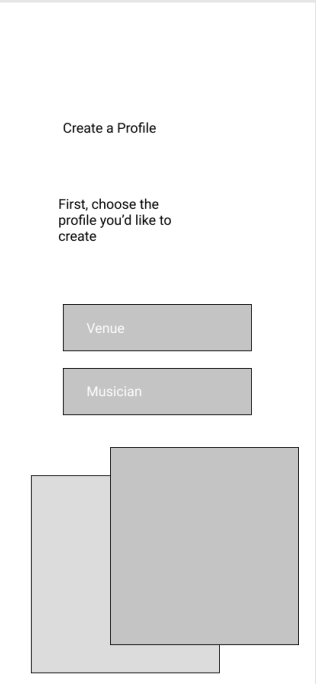
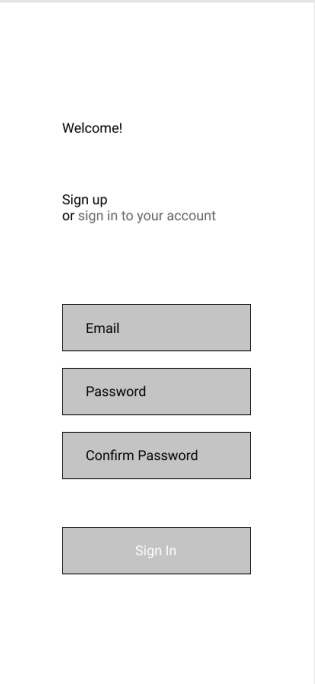
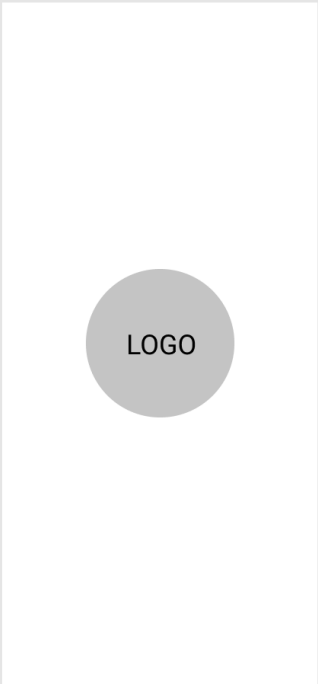
-

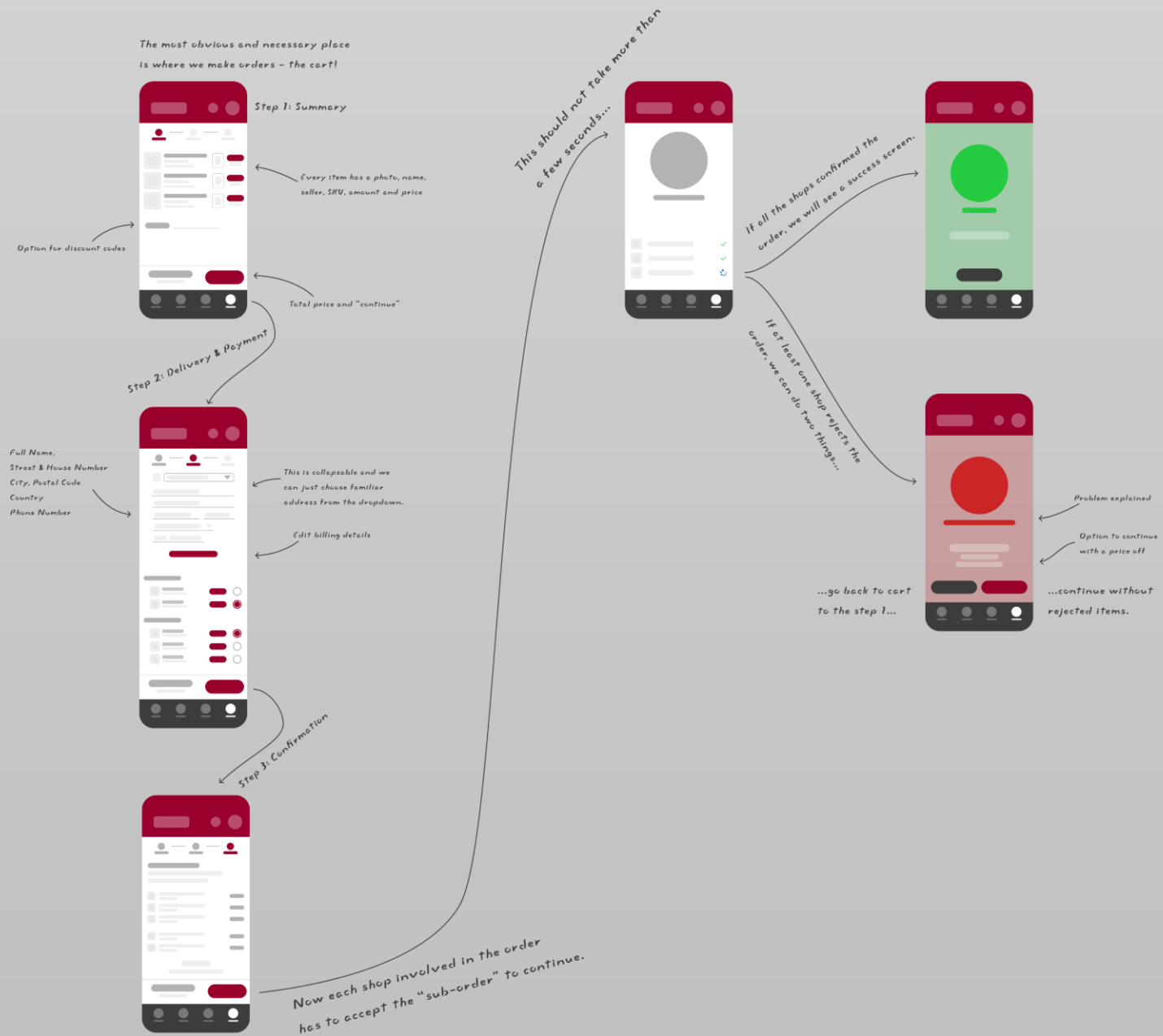
151.09

+

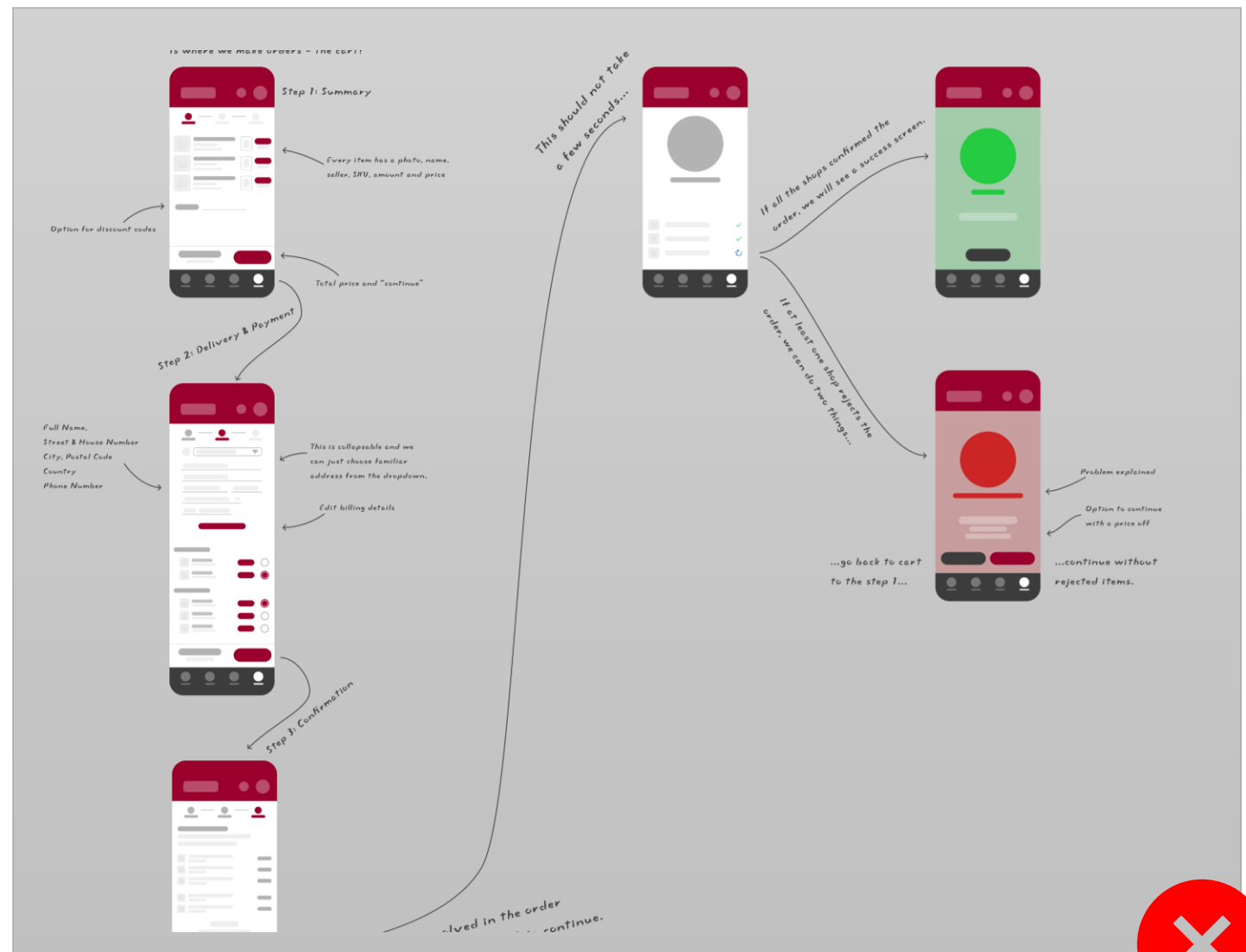
Slide to buy - 250 USD

26





- Nedá se testovat
- Náročné na vytvoření



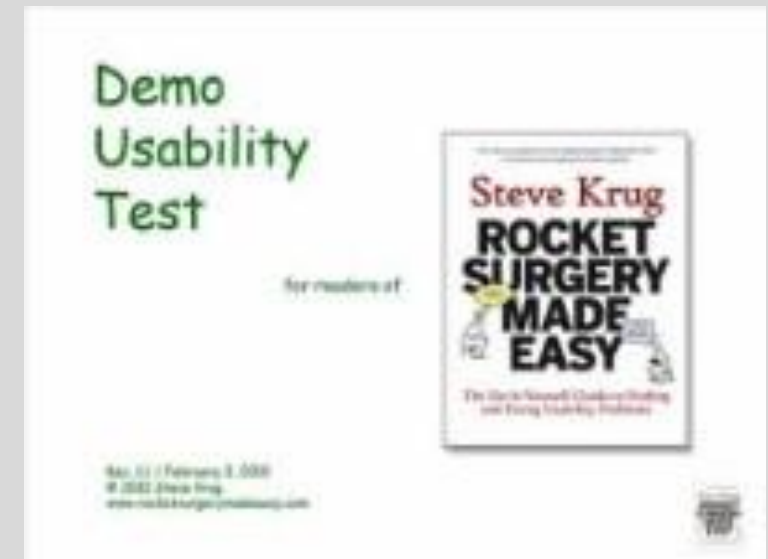
Rychlý checklist mého návrhu

- ☐ Je jasné, na co lze kliknout
- ☐ Na každé stránce je jasné, kde se nacházím a jak se dostat na jinou sekci
- ☐ Hlavní akce je dostupná na jeden klik
- ☐ Vedlejší akce jsou dostupné na 1 – 3 kliknutí
- ☐ Nevymýšlím si nové prvky UI (jen pokud přesně vím, co dělám)
- ☐ Moje rozhraní nevyžaduje čtení manuálu nebo nápovědu

Testování použitelnosti (Usability testing)

- **Testování „já na to přijdu“** – sledování, jestli uživatel pochopí účel, způsob organizace, fungování aplikace
 - „Nejprve tě požádám, aby ses podíval/a na stránku a řekl/a mi, co je to podle tebe za stránku, co v tobě vyvolává a na co myslíš, že by měl/a kliknout nejdříve.“
- **Testování klíčových úkolů** – sledování uživatele, jak si vede při plnění zadaných úkolů
 - Většinou lepší výsledky – uživatelé nejsou ovlivněni emocemi
 - Úkoly by měly být **cílené** (NE návodné), rozdíl:
 - „Zadej do tohoto inputu XXX,“- návodný
 - „Zarezervuj si letenku“ - cílený
 - Př. „Najděte knihu, kterou si chcete koupit nebo knihu, kterou jste si nedávno koupil“
 - 15 až 20 min
 - Vycházejte z vašich definovaných uživ. cílů

Ukázka od Steva Kruga



Usability testing

Think-aloud protokol



Co dělat, pokud jste sparing-partner

- Na začátku testování uklidněte testovaného
- Povzbudte uživatele, aby přemýšlel nahlas
- Budte empatičtí
- Neradíte jim, co mají dělat
- Snažte se, aby byly vaše instrukce jednoduché
- Nebojte se improvizovat. Zkoumejte, pátrejte
 - „Tato stránka se mi líbí.“ => „Co se vám na ní líbí?“
 - „No líbí se mi na ní uspořádání“ => „Co se Vám zamlouvá na uspořádání stránky?“
- Vždy si dělejte poznámky nebo si sezení nahrávejte
- Na konci se zeptejte na jeho dojmy
 - „Co bylo pro Vás nejvíce zmatené? Je podle Vás „featura XX“ (doplňte) užitečná? Proč ano, ne? Co je podle Vás důležitá akce, kterou byste určitě využil?“

„Chceme slyšet přesně to, co si myslíš, takže se, prosím, neboj, že nás nějak zraníš. Chceme naši aplikaci zdokonalit, a proto potřebujeme vědět, co si opravdu myslíš. Pokud není něco jasné, je to naše chyba, že jsme to nenavrhli jasně. Ty nám s tím můžeš pomoci.“

„Nebudte zklamaní, že jste uživatel nezkušený a naprosto zmatený“

Příklad zprávy z testování použitelnosti

Steve Krug 1 června 2000

- Každého okamžitě upoutá sekce „Cool Stuff“ v levé horní části domovské stránky, zejména kvůli odkazu „Animate your logo: Free!“. Je dobře, že je zaujal, ale jakmile si prohlédli nabídku, neuměli si ho dát do vztahu ke zbytku serveru.
- Dva ze tří uživatelů nebyli sami schopní přijít na to, k čemu server eLance slouží. Nakonec na to přišli, ale jeden z nich prohlásil, že kdyby nebyl na testu, tak by se tím nezatěžoval. Formulace hlavního poslání ještě potřebuje vylepšit. Nikdo z účastníků testu si nebyl úplně jistý, kde by měl začít. Všichni si nakonec našli svůj způsob, ale byli značně nejistí a nervózní. Server má asi příliš mnoho vstupních bodů.
- Dva uživatelé si mysleli, že serveru rozumí, ale zmátla je záložka Community. Nemohli bychom použít nějaký jiný název?
- Také je mátna slova „Buy“ a „Sell“. Nevěděli, zda se mají považovat za nakupujícího nebo prodávajícího. Dva ze tří uživatelů byli zmateni odkazy RFP versus Fixed-price.
- Všem se líbil výpis kategorií. Když našli hned na úvodní stránce kategorii, která je zajímavá, povzbudilo je to k dalšímu pátrání.

Celé testování naleznete v knize: Web Design, Nenuťte uživatele přemýšlet, Steve Krug, str. 121

Příklady

- [Usability Testing Tips and Examples | Google UX Design Certificate](#)
- [Usability Test Demo by Steve Krug](#)
- [Website Usability Testing Example](#)



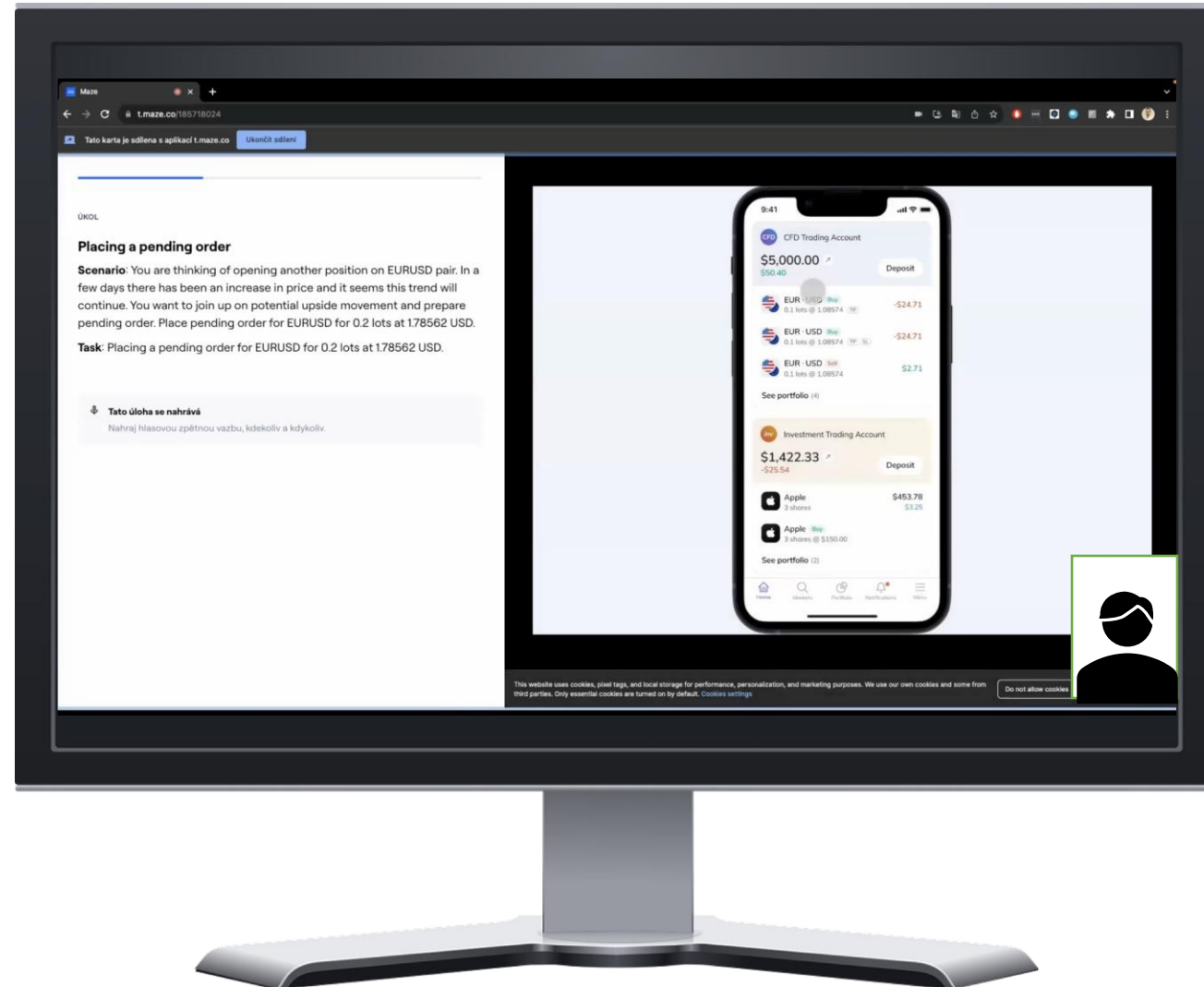
Zajímavé nástroje na kvalitativní testování

- <https://www.playbookux.com/>
 - Můžete být testeři a něco si vydělat
- <https://www.usertesting.com>
- <https://maze.co/>
 - Možnost propojit s nástrojem Figma, Adobe

Types of Tests

Unmoderated Testing	\$10 per test
Moderated Testing	\$30 - \$120 per test
Card Sorting	\$2 per test
Tree Testing	\$2 per test

Nástroj Maze - Usability testing



Vyzkoušejte

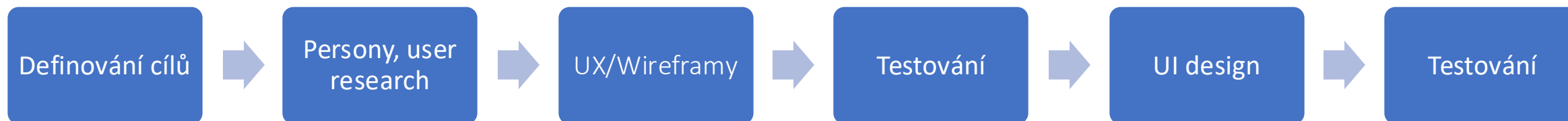
- <https://t.maze.co/285989275>



Máme hotový návrh, jdeme řešit UI

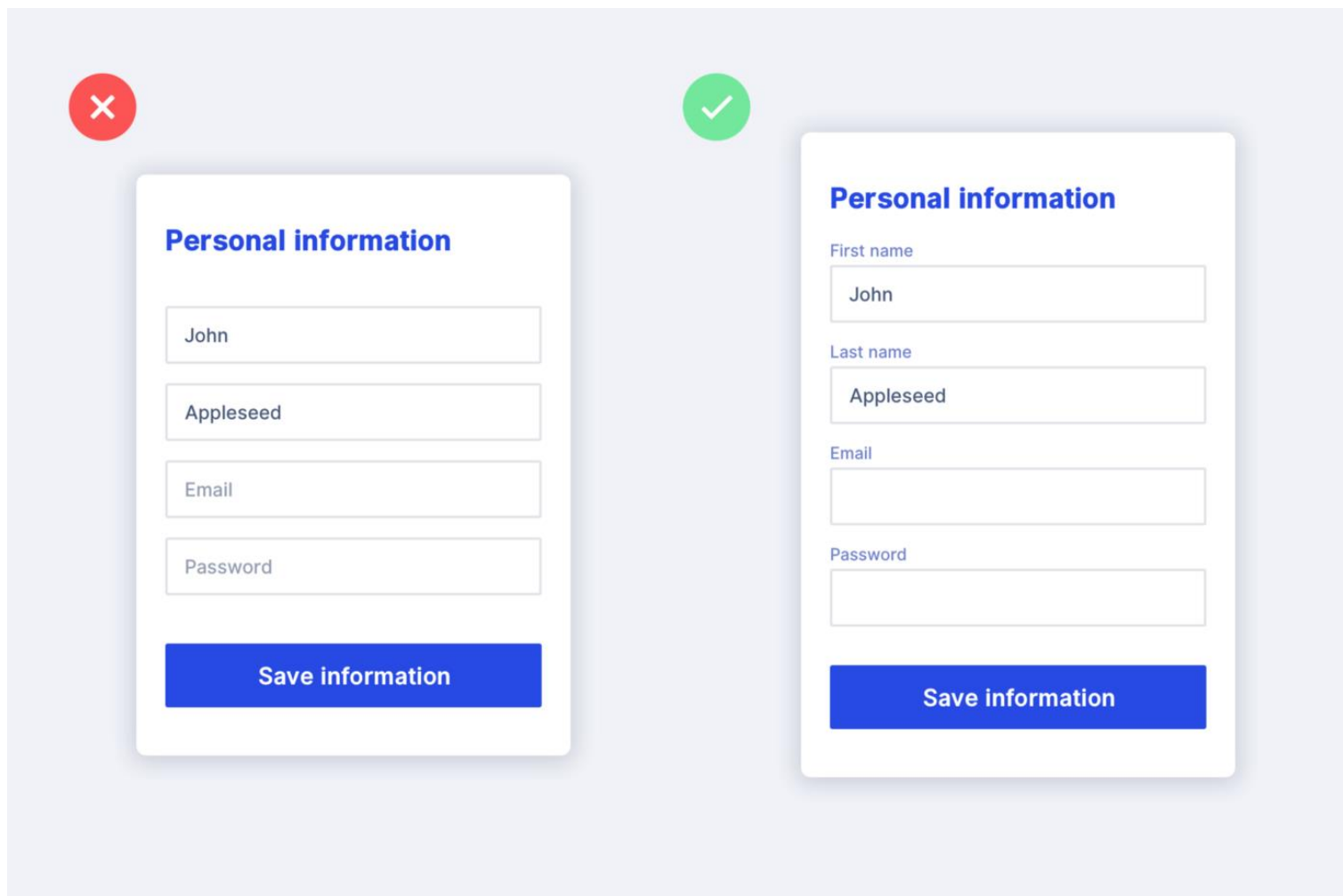
- Nastudujte si existující UI prvky a jejich použití
 - Lidé už ví, jak je používat, nevymýšlejte si žádné nové prvky (mentální model uživatelů – očekávají konzistentnost napříč aplikacemi u UI prvků)
 - [Material Design](#), [Apple Guide](#)
- A co barvičky?
 - Palety barev – [generator colors](#), <https://mycolor.space>
 - [Contrast checker](#)
- Ilustrace – [unsplash](#), [iconscout](#), [blush](#), [undraw](#)
- Ikony nejlépe všechny od stejného poskytovatele – [font awesome](#), [material design icons](#)
- Inspirujte se – [dribbble](#), [behance](#), [pinterest](#), [mobbin](#), [awwwards](#)
- Nezapomeňte na existující knihovny komponent – např. [figma community](#)
- Používejte CSS knihovny ([Bootstrap](#), [Bulma](#), [Foundation](#), [Materialize](#))

Až nyní jdeme kódit, shrnutí:



Časté chyby při návrhu/implementaci

Popisky uvnitř vstupů



The image illustrates two versions of a 'Personal information' form, comparing the placement of labels inside the input fields.

Left Form (Incorrect): Indicated by a red 'X' icon. The form contains four input fields with labels placed inside them: 'John', 'Appleseed', 'Email', and 'Password'. A blue 'Save information' button is at the bottom.

Right Form (Correct): Indicated by a green checkmark icon. The form contains four input fields with labels placed outside them: 'First name', 'Last name', 'Email', and 'Password'. The input fields contain 'John', 'Appleseed', and are empty for 'Email' and 'Password'. A blue 'Save information' button is at the bottom.

Nejasné chybové hlášky

12:30

← Create an event

Event name
Mel's birthday celebration

From
Fri, Feb 10 2014 7:30 PM
Specified date is incorrect

To
Fri, Feb 10 2014 11:30 PM
Specified date is incorrect

Description
Come help celebrate Mel's birthday with dinner, drinks and putt-putt.


Bad

12:30

← Create an event

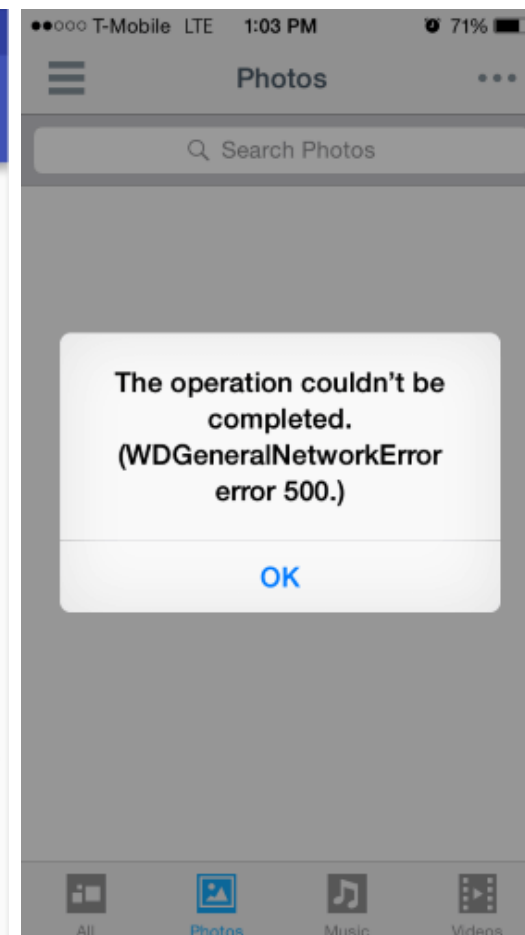
Event name
Mel's birthday celebration

From
Fri, Feb 10 2014 7:30 PM
Date occurs in the past

To
Fri, Feb 10 2014 11:30 PM
Date occurs in the past

Description
Come help celebrate Mel's birthday with dinner, drinks and putt-putt.


Good



Chyby ještě před tím, než začnu vyplňovat formulář

Name on card

Secure Form

Name on card

⚠

Please enter the name the same way it is spelled on card

Card number ⓘ

1234 1234 1234 1234

⚠

Your card number is incomplete.

Expiration ⓘ

MM / YY

⚠

Your card's expiration date is incomplete.

Security code ⓘ

CVC

⚠

Your card's security code is incomplete.

Nejasné popisky – nenuťte uživatele číst, vyjadřujte se jasně a přesně

 **Bad**

 **Save Changes?**
Would you like to save your changes before exiting?
No **Yes**

Generic words for button labels

 **Good**

 **Save Changes?**
Would you like to save your changes before exiting?
Discard **Save**

Action verbs for button labels

 **Bad**

 Delete this song from your playlist?
Cancel **Delete**

Imprecise diction for context

 **Good**

 Remove this song from your playlist?
Cancel **Remove**

Precise diction for context

 **Bad**

Write a review

Cancel **Submit**

Vague and generic label

 **Good**

Write a review

Cancel **Publish**

Label is specific to task

 **Bad**


Get free shipping with a **Prime Membership**
Click here for details

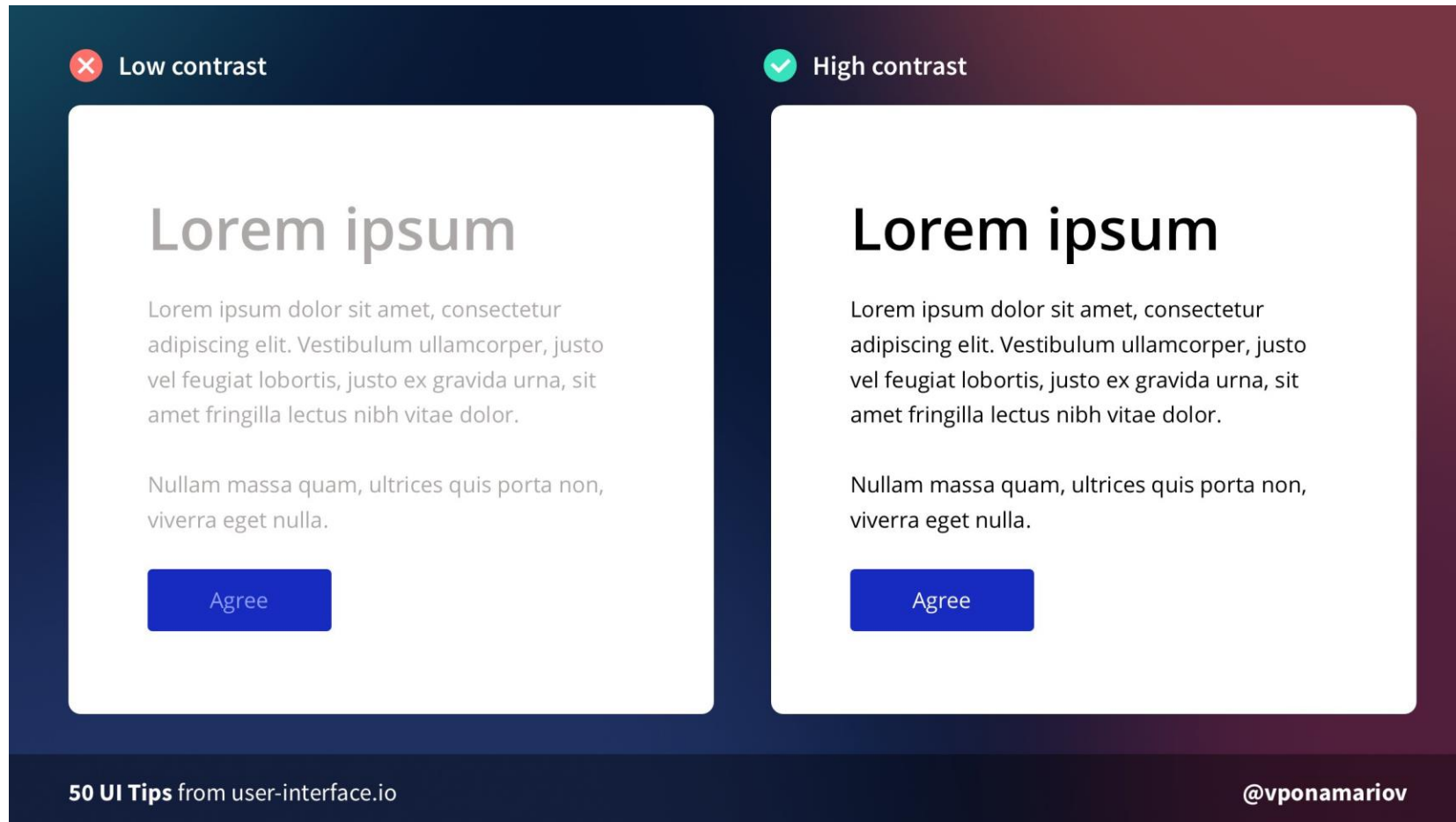
Generic, instructional verb

 **Good**

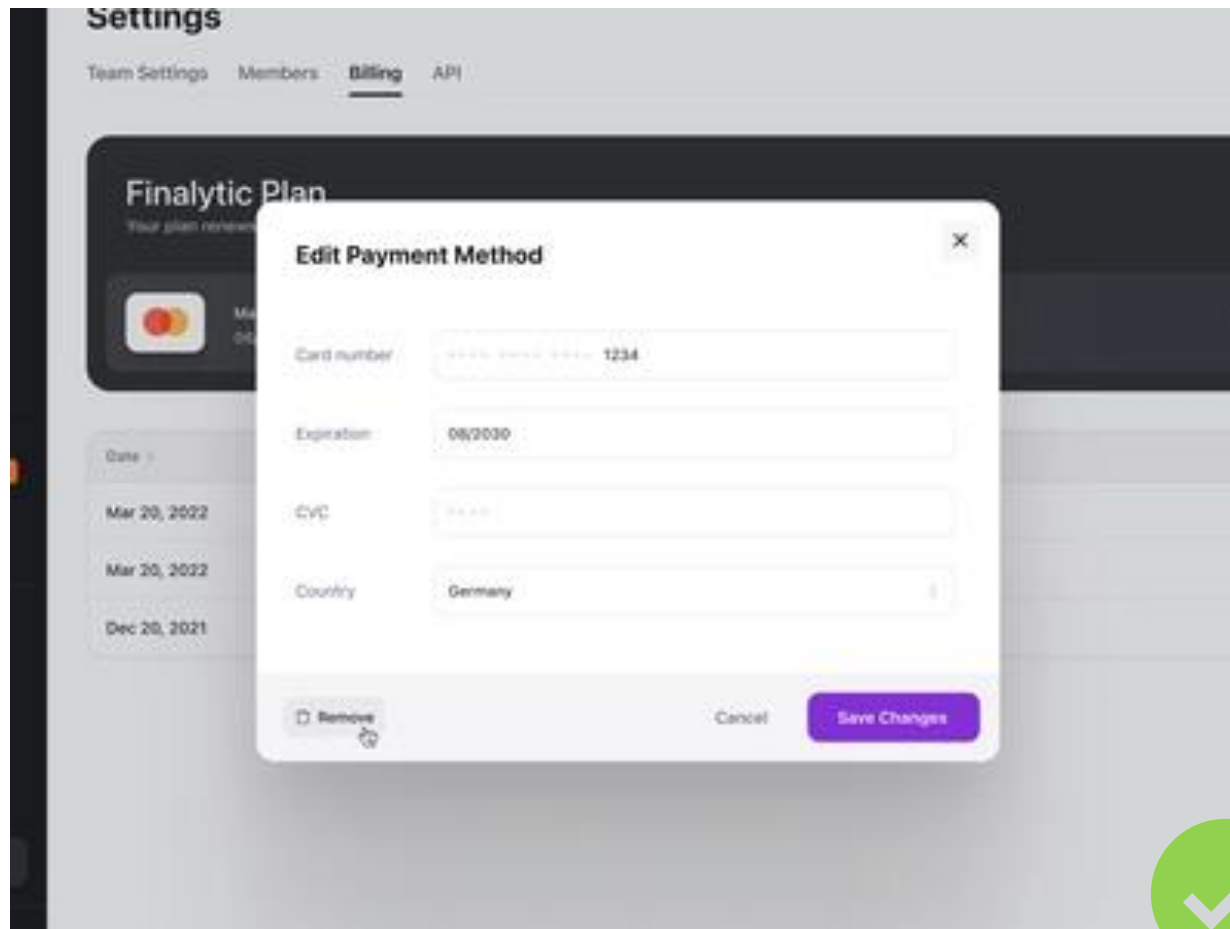

Get free shipping with a **Prime Membership**
Read details

Unique, descriptive verb

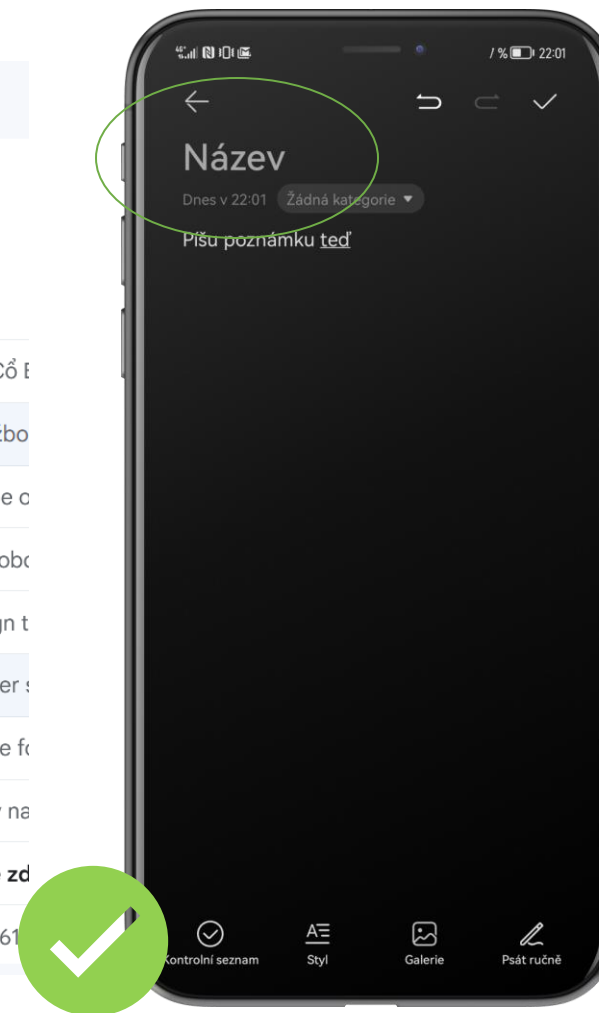
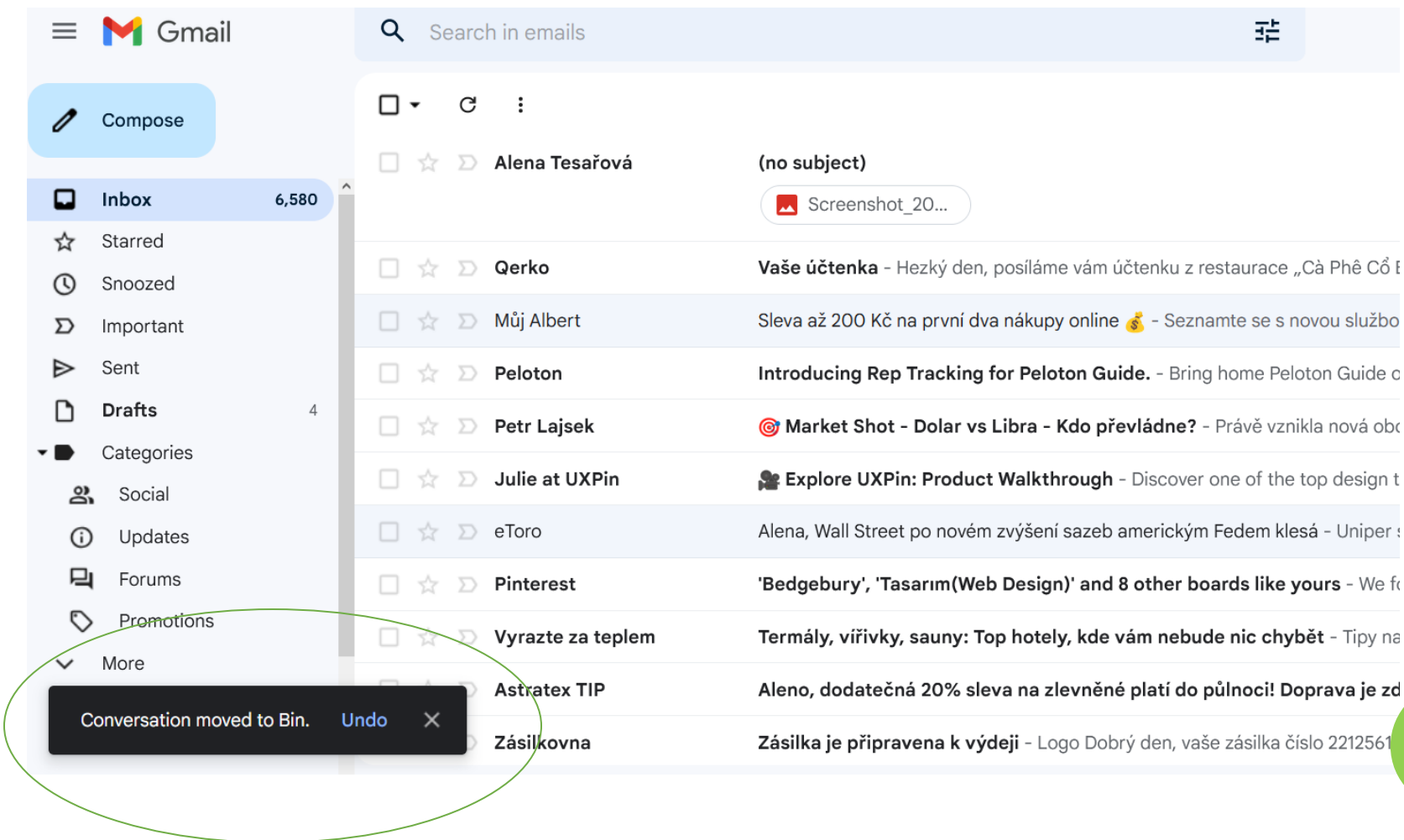
Málo kontrastní barvy



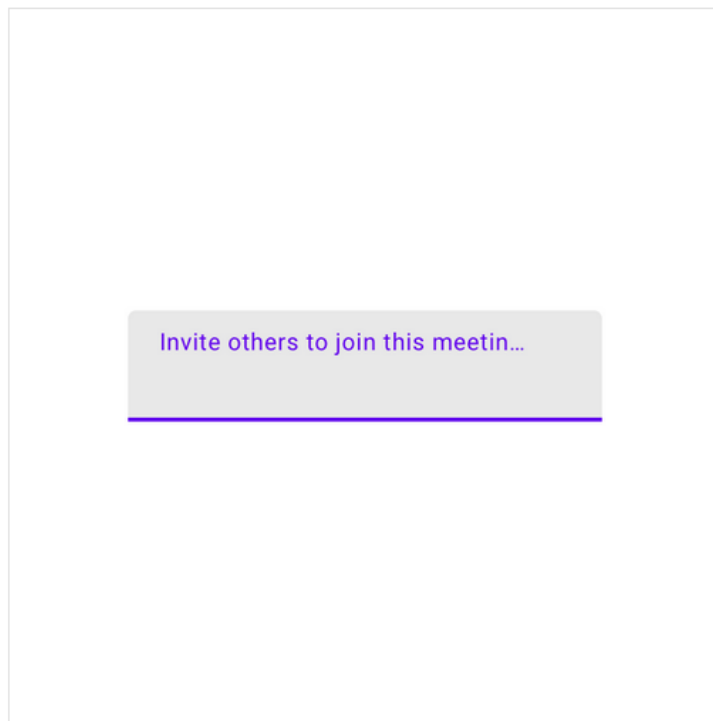
Zbytečný přechod na novou stranu, když je možné použít modálové okno



Nenuťte uživatele dělat nepovinné akce

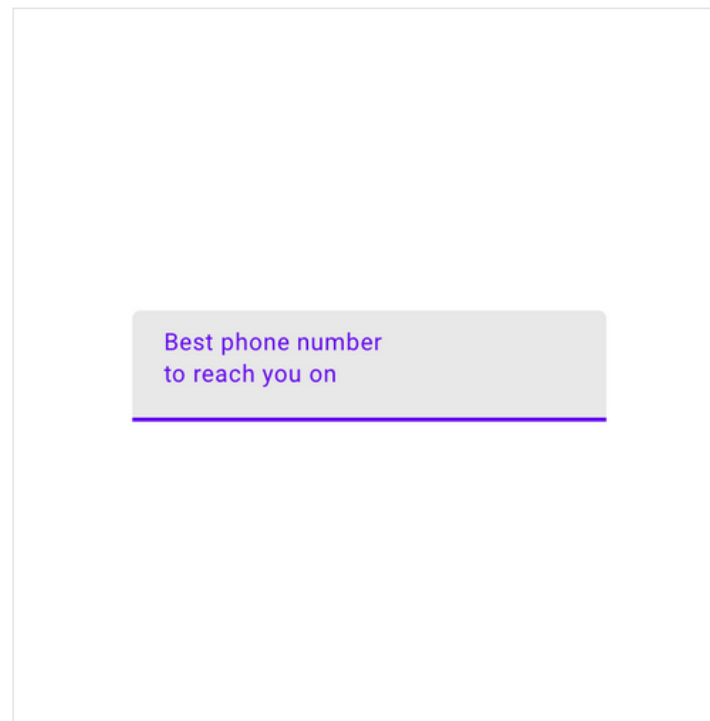


Příklady UI prvků na [Material Design.io](https://material.io)



Don't

Label text shouldn't be truncated. Keep it short, clear, and fully visible.



Don't

Label text shouldn't take up multiple lines.

Ukázky návrhů od studentů

My reservations

My favourites

Make a reservation

Upcoming reservations

Monday
14:00 - 15:00

Anna Smith
Prince

...

Monday
14:00 - 15:00

Anna Smith
Prince

...

Monday
14:00 - 15:00

Anna Smith
Prince

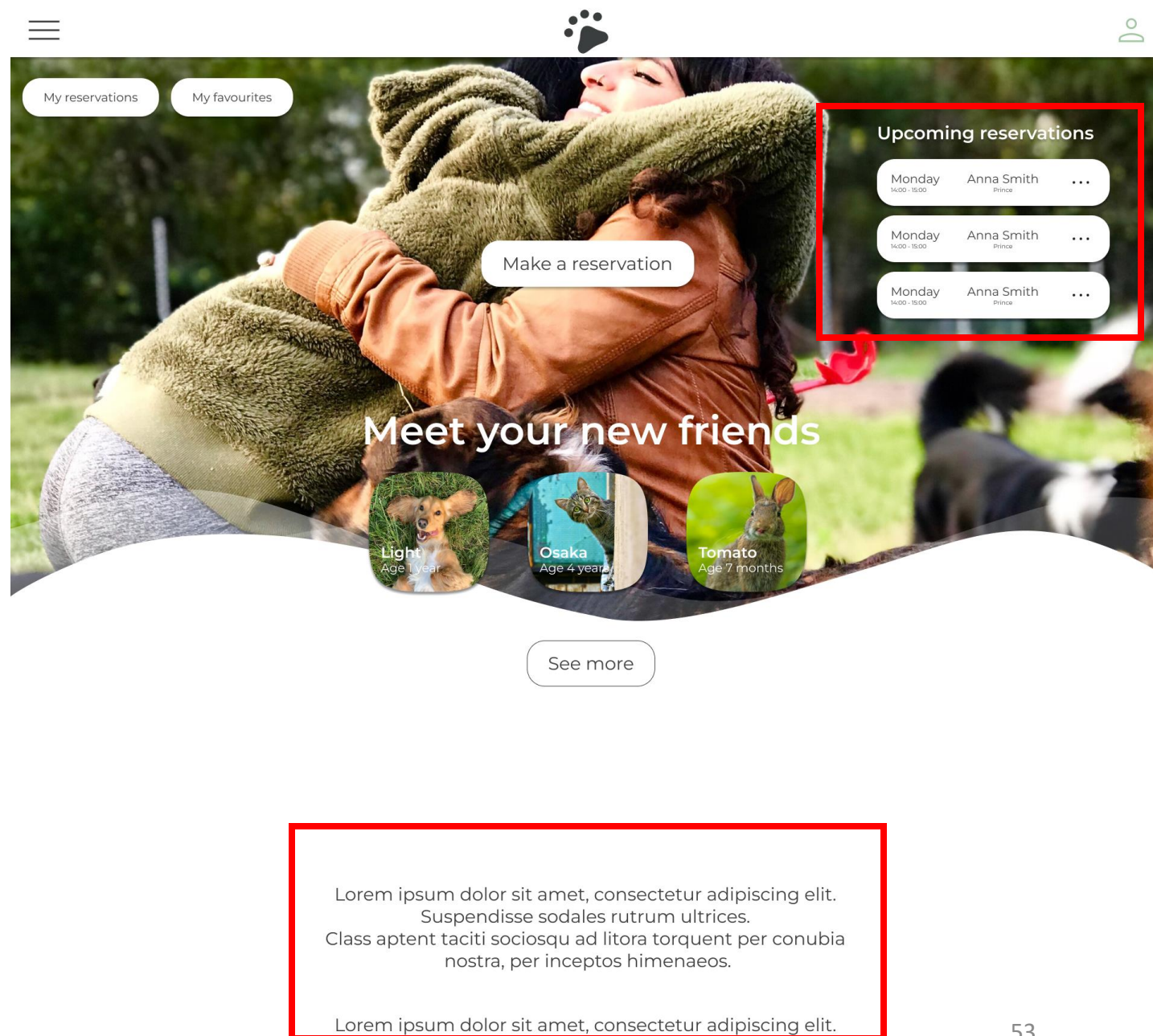
...

Meet your new friends



See more

- Studenti často začínají navrhovat vložení obrázku na hlavní stranu a hrají si s různými grafickými prvky
- Není jasné, co je hlavní akce
- Chybné použití UI prvků (nadcházející rezervace)
- Nepřehledné, chaotický layout



Playlists

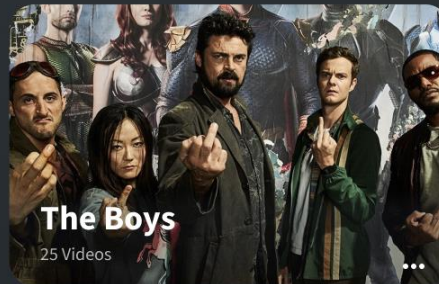
Folders

Watching

Play Random

+ Create Playlist | Open Random Playlist | Select

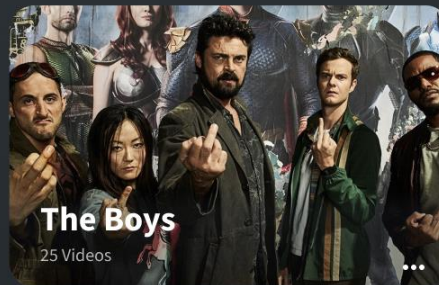
Search



+ Create Playlist | Open Random Playlist | Select

- Není jasné, že se jedná o akci (že můžu kliknout)

Search





Find new friends to love



Mr.Kitty

cat
7 years

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.
Suspendisse sodales rutrum ultrices.
Class aptent taciti sociosqu ad litora
torquent per conubia nostra, per
inceptos himenaeos.

MORE

Bin

rabbit
2 year

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.
Suspendisse sodales rutrum ultrices.
Class aptent taciti sociosqu ad litora
torquent per conubia nostra, per
inceptos himenaeos.

MORE

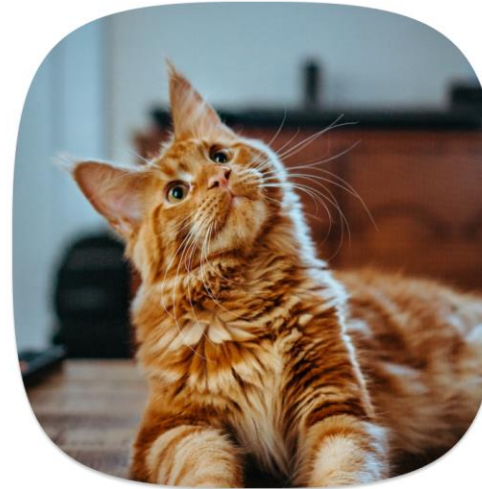


Vlad

dog
2 years

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.
Suspendisse sodales rutrum ultrices.
Class aptent taciti sociosqu ad litora
torquent per conubia nostra, per
inceptos himenaeos.

MORE



Mr.Kitty

cat
7 years

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.
Suspendisse sodales rutrum ultrices.
Class aptent taciti sociosqu ad litora
torquent per conubia nostra, per
inceptos himenaeos.

Make reservation

	8:00 - 9:00	9:00 - 10:00	10:00 - 11:00	11:00 - 12:00	13:00 - 14:00	14:00 - 15:00	15:00 - 16:00	16:00 - 17:00	17:00 - 18:00	18:00 - 19:00
Monday										
Tuesday										
Wednesday										
Thursday										
Friday										
Saturday										
Sunday										



Your reservation



Active selection

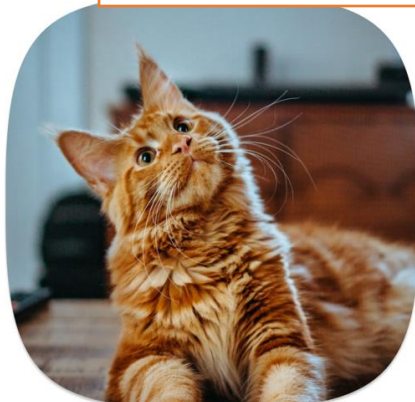


Reserved

Save



Lidé nemusí pochopit, že pod “More” je ukryto venčení mazlíčka.



Mr.Kitty

cat
7 years

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.
Suspendisse sodales rutrum ultrices.
Class aptent taciti sociosqu ad litora
torquent per conubia nostra, per
inceptos himenaeos.

MORE

Je důležité si uvědomit cíl stránky =>
venčení mazlíčka, tento cíl by měl být co
nejdostupnější, ale zde musím:

1. zobrazit všechny mazlíčky,
2. kliknout na vybraného,
3. zjistit, jestli je volný, kdy můžu.



Vlad

dog
2 years

Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetur adipiscing elit.
Suspendisse sodales rutrum ultrices.
Class aptent taciti sociosqu ad litora
torquent per conubia nostra, per
inceptos himenaeos.

Pokud by se jednalo o útulek, je většinou
potřeba se ještě nějak osvědčit, možná i
podepsat nějaké dokumenty (to je potřeba si
zjistit).

Pokud by se jednalo o hlídání mazlíčků lidem,
tak zde chybí informace o tom, kde kočka bydlí.

Nevypadá to, že by si autoři jakkoliv zjišťovali,
jak takové venčení mazlíčku z útulku může
fungovat.

prices.
tota
r

Make reservation

	8:00 - 9:00	9:00 - 10:00	10:00 - 11:00	11:00 - 12:00	13:00 - 14:00	14:00 - 15:00	15:00 - 16:00	16:00 - 17:00	17:00 - 18:00	18:00 - 19:00
Monday										
Tuesday										
Wednesday										
Thursday										
Friday										
Saturday										
Sunday										

 Your reservation

 Active selection

 Reserved

Save

Napadá Vás vylepšení
přednášky? Nebo jen
chcete něco vzkázat..?

<https://forms.gle/abHMCv2F4zYUEqvg>
9



Figma demo design

[link](#)

Organizace

- Příští týden cvičení, kde můžete dostat až 5 bodů, přijďte připravení
- Pro přípravu využijte: <https://www.figma.com/design/UNhaamZwEP4a96GApe7EHe/FigmaBasics--Copy-?node-id=0-1&t=rUrlyWCUZabZYY3-1>

Děkuji za pozornost



atesarova@fit.vutbr.cz



www.linkedin.com/in/alena-omachtová-9a7725114



Zdroje

- [User centered design in mobile development](#)
- Interaction-design.org
- Barnum, Carol M.. (2011). *Usability Testing Essentials - Ready, Set...Test! - 3.4 Choosing Heuristic Evaluation from the Toolkit*. Elsevier. Retrieved from <https://app.knovel.com/hotlink/pdf/id:kt009EHCWA/usability-testing-essentials/choosing-heuristic-evaluatio>
- Krug, Steve author. *Don't Make Me Think, Revisited : a Common Sense Approach to Web Usability*. [Berkeley, Calif.] :New Riders, 2014.
- ŘEZÁČ, Jan. *Web ostrý jako břitva: návrh fungujícího webu pro webdesignery a zadavatele projektů*. Jihlava: Baroque Partners, 2014. ISBN 978-80-87923-01-6.
- Pinterest