



LIETOTĀJU PIEREDZE - KĀ SAPRAST, KO VIŅI GRIB, UN VAI TO VAR IZMĒRĪT?

Līga Lētiņa



NACIONĀLAIS
ATTĪSTĪBAS
PLĀNS 2020



EIROPAS SAVIENĪBA
Eiropas Sociālais
fonds

ĪEGULDĪJUMS TAVĀ NĀKOTNĒ



LĪGA LĒTIŅA



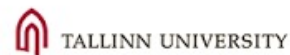
Jauno iniciatīvu vadītāja



UX Rīga konferences
kuratore

cube systems

UX arhitekte, pētniece
DNB, Electrum, LMT, Twino,
Uzņēmumu reģistrs, LVM, LAD, VZD



TALLINN UNIVERSITY

Msc. Human-Computer Interaction



NOMA
NORDIC MULTIMEDIA ACADEMY

Multimedia design

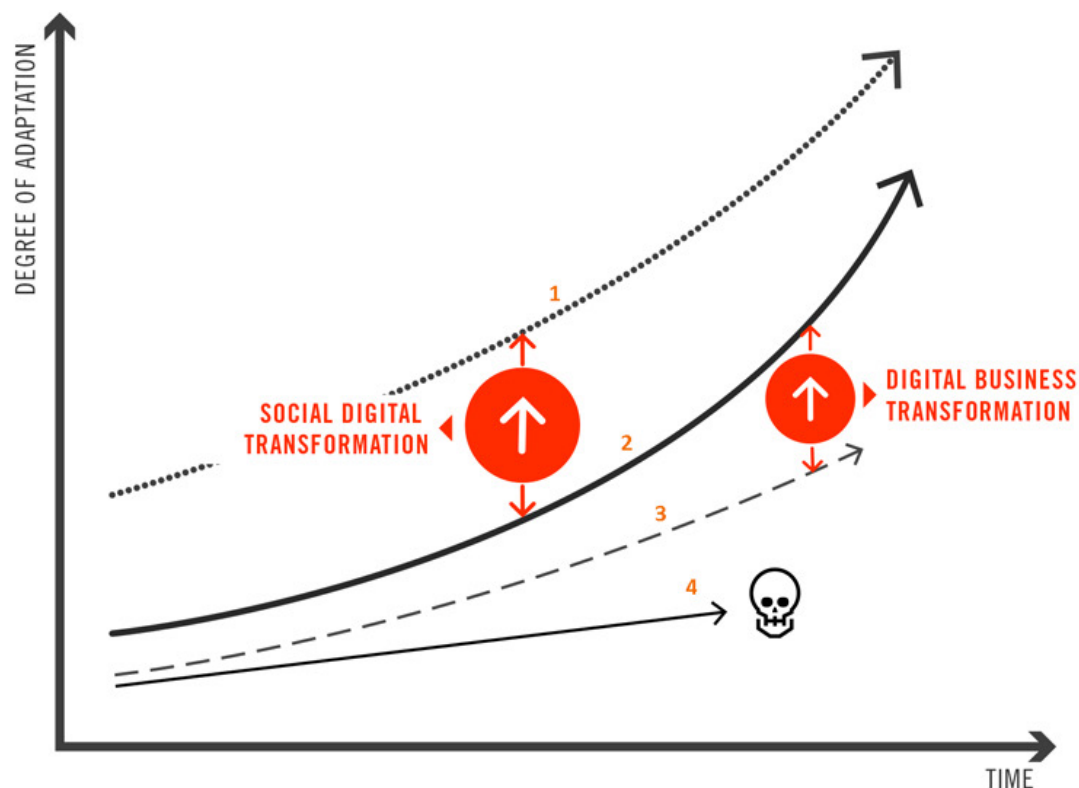
KAS IR DIGITĀLĀ TRANSFORMĀCIJA?

DIGITĀLĀ TRANSFORMĀCIJA – SEKOJAM CILVĒKU TEHNOĻIJU LIETOJUMAM

1. Technological Development
2. Adaptation of Technology by the Customers
3. Adaptation Curve of Average Companies
4. Adaptation Curve of Doomed Companies

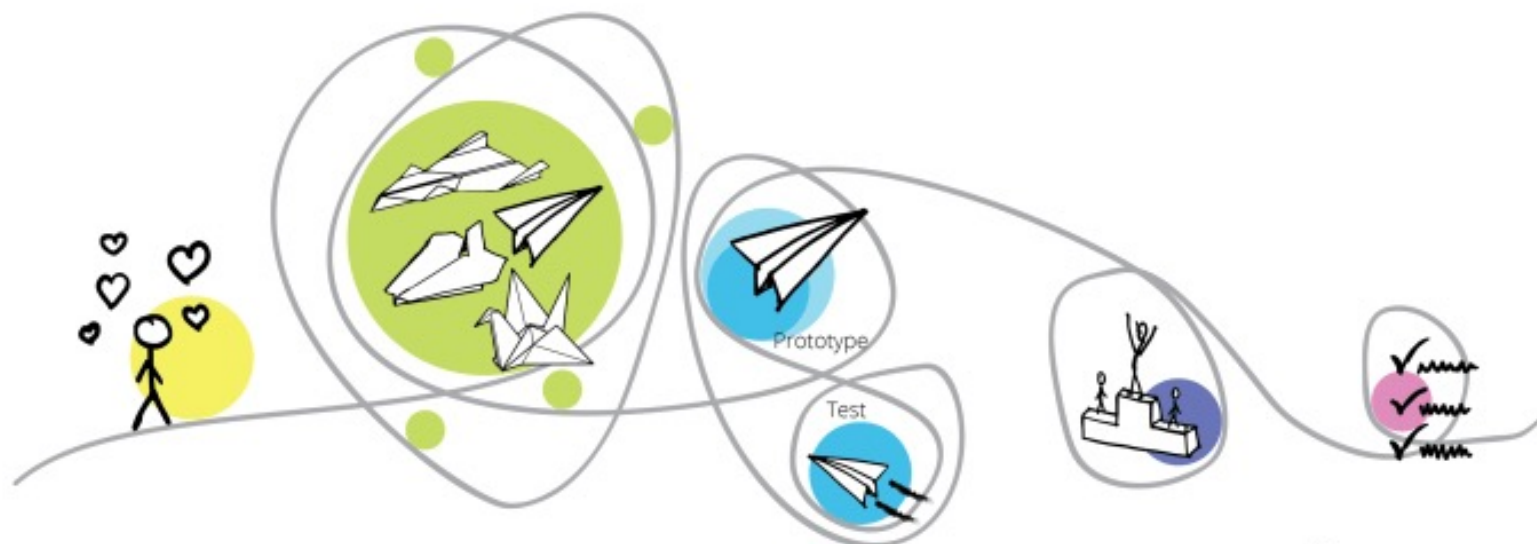
Digital Business Transformation

The convergence of the technology adaptation curve of companies with the curve of the users can be described as digital business transformation. Companies must change their communications, products and business models in such a way that their offerings match the needs of the users/customers. That the user and his or her behavior is at the center of this – and not for instance the available technology – is the absolute game changer and crucial to success.



KAS IR UX – LIETOTĀJU PIEREDZES DIZAINS?

UX PROCESS – CENTRĀ LIETOTĀJS



Who is the user?
What is their need?
How does this work with
our back-end system?

How could this work?
How could this look?

Does it work?
Is this the right design?
Can we make it better?

Which design best satisfies
our user's needs?

- ✓ Behaviour is explained
- ✓ Visual design is shown
- ✓ Tested with users
- ✓ Approved by P.O.

how we do
UX & Design

Analysis

Ideation

User testing

Choice

Getting to
"ready"

Izpēte,
Analīze

Definēšana,
Ideju ģenerēšana

Lietotāju
testēšana

Izvēle

Izstrāde

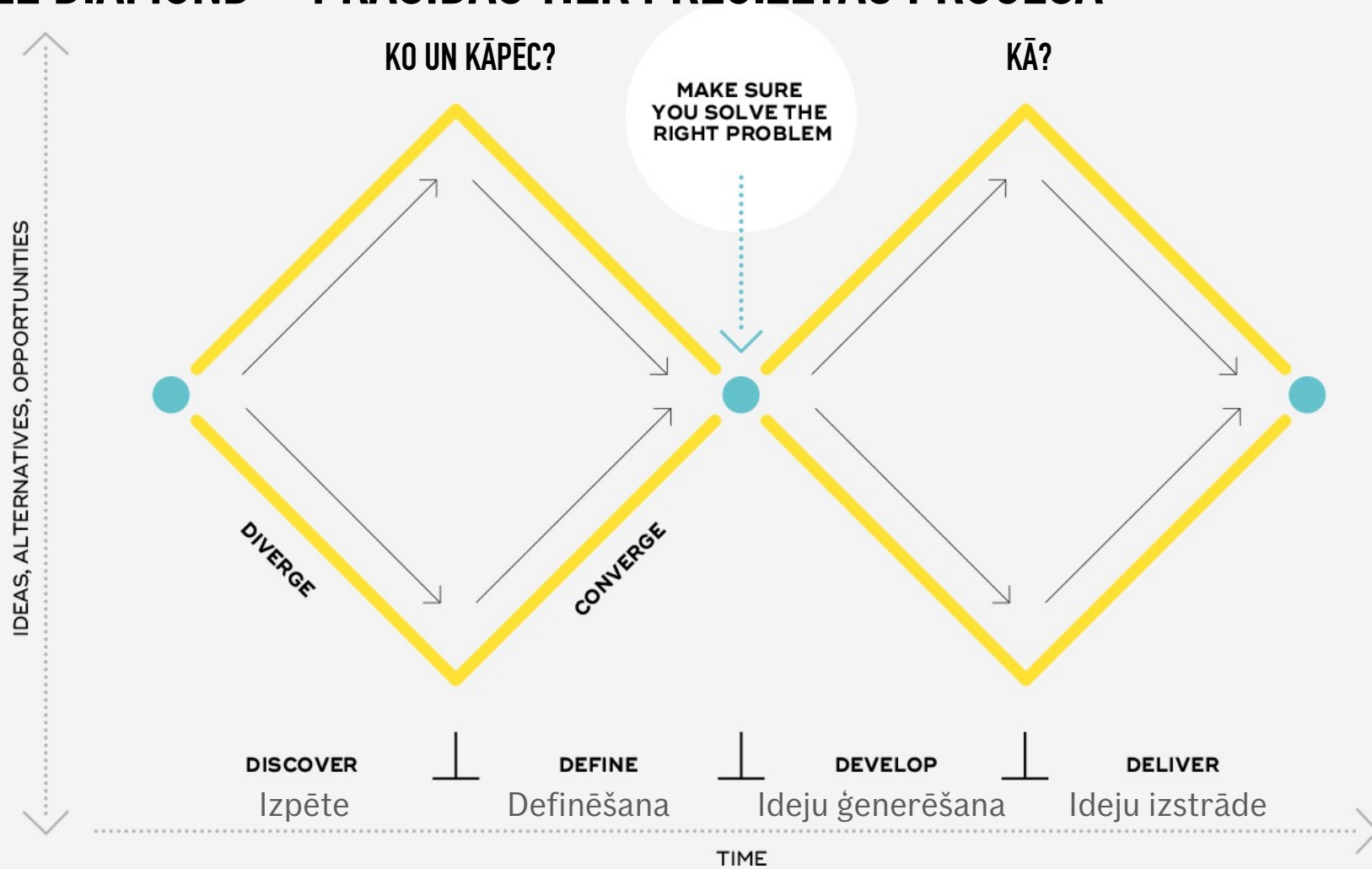


[image credit](#)


**ILŪZIJA,
KO DAUDZI PRODUKTI SEV RADA,
IR – PIENEMT PRODUKTU UN “FEATURES” LĒMUMUS
ŠAPULČU TELPĀS, SĒŽOT PIE GALDA,
UN NE REIZI NERUNĀJOT AR LIETOTĀJU.**

Spotify & Typeform Dizaina viceprezidents

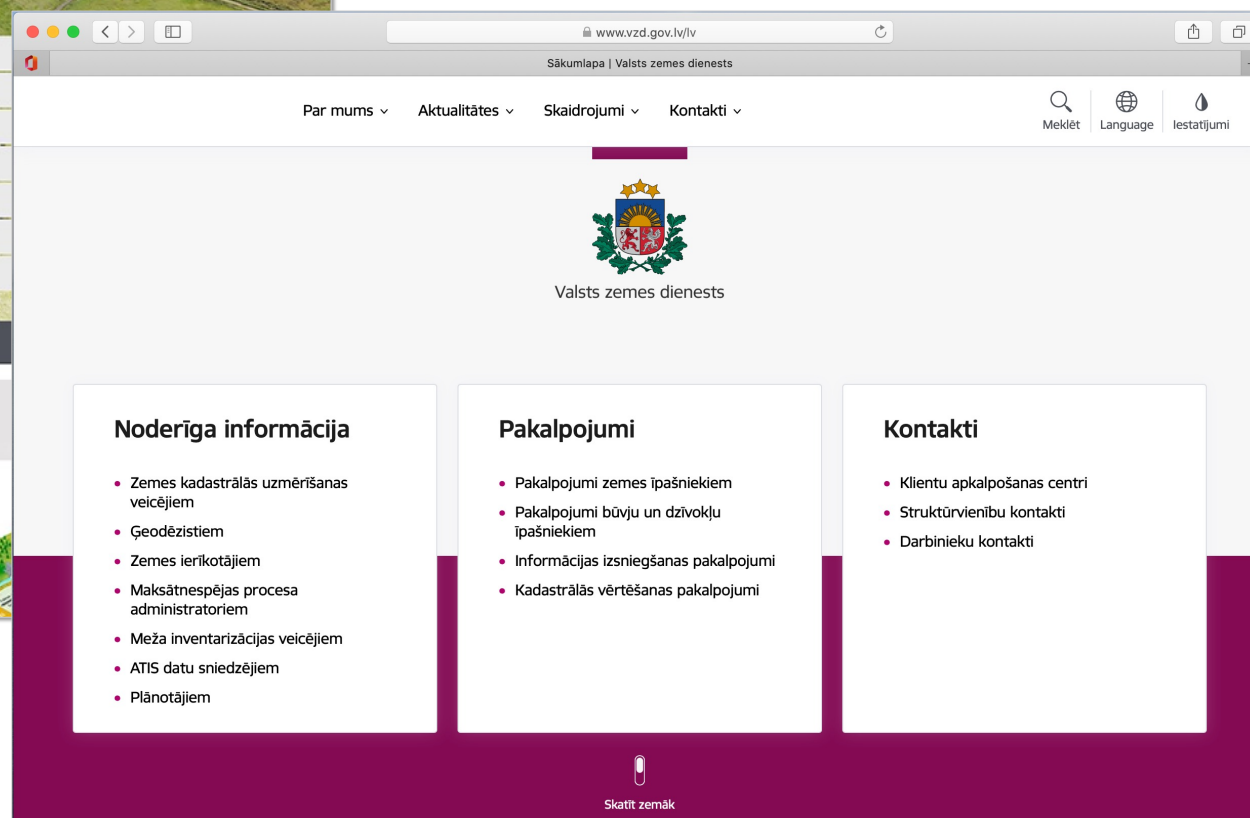
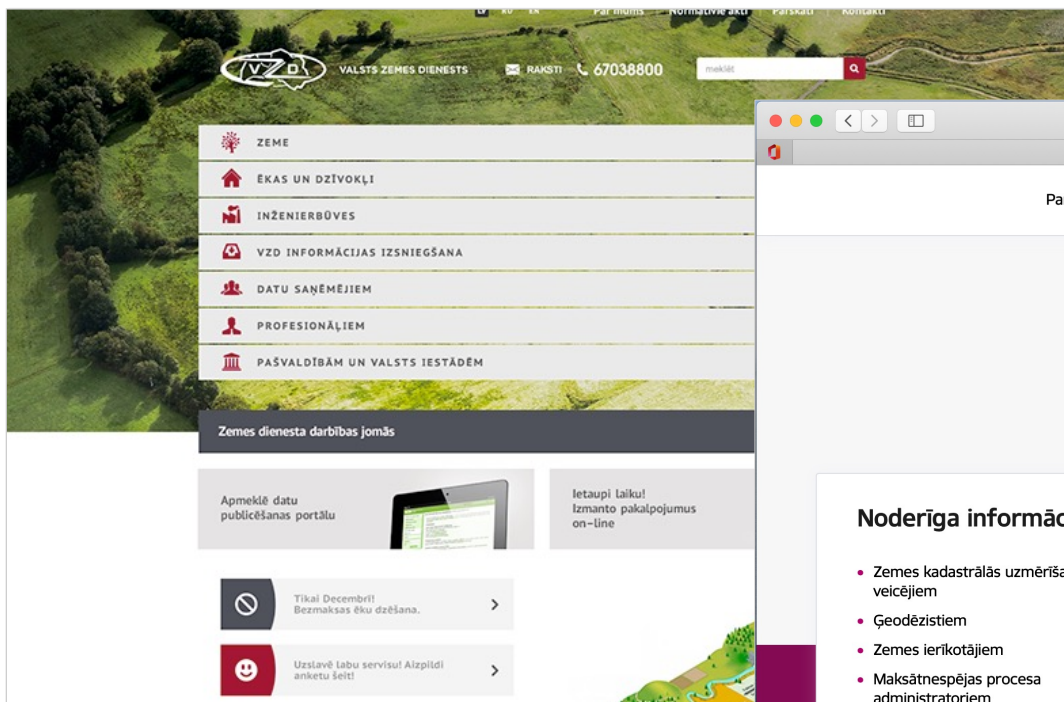
DOUBLE DIAMOND – PRASĪBAS TIEK PRECIZĒTAS PROCESĀ



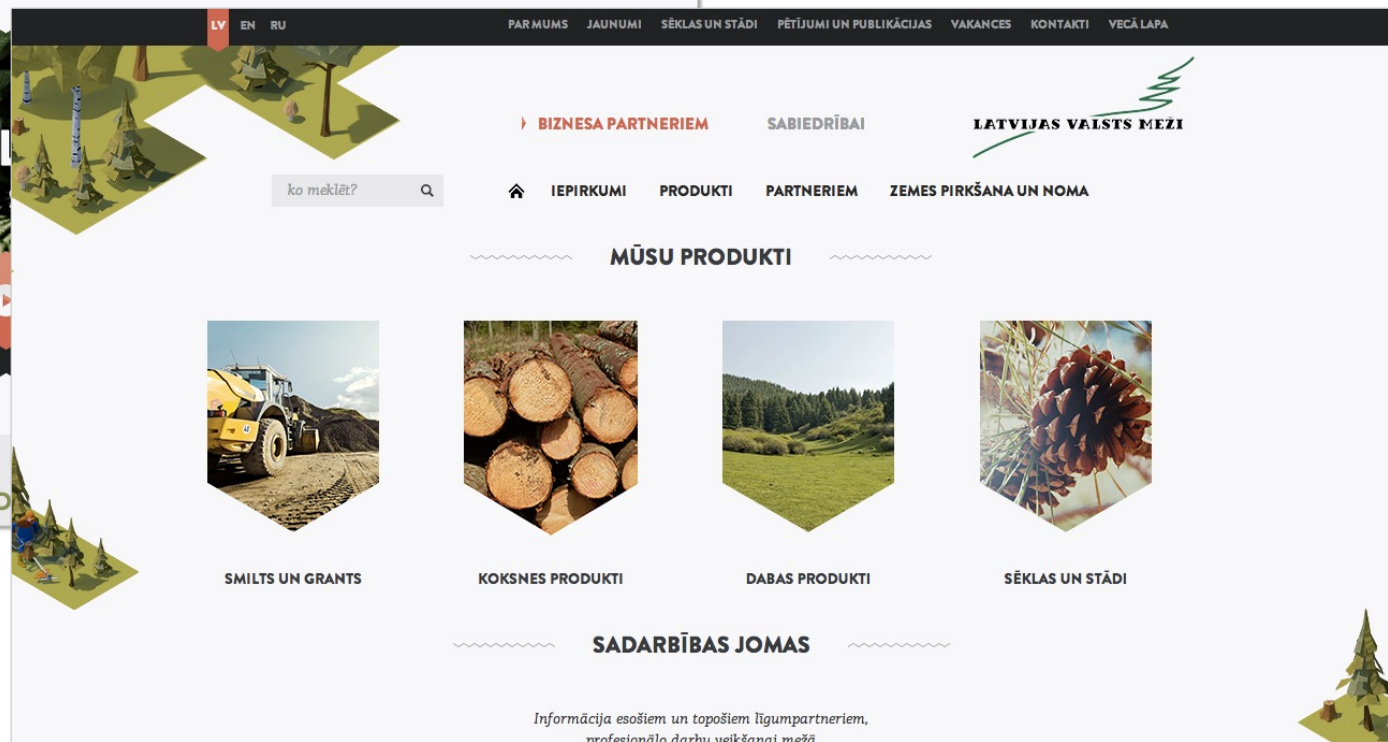
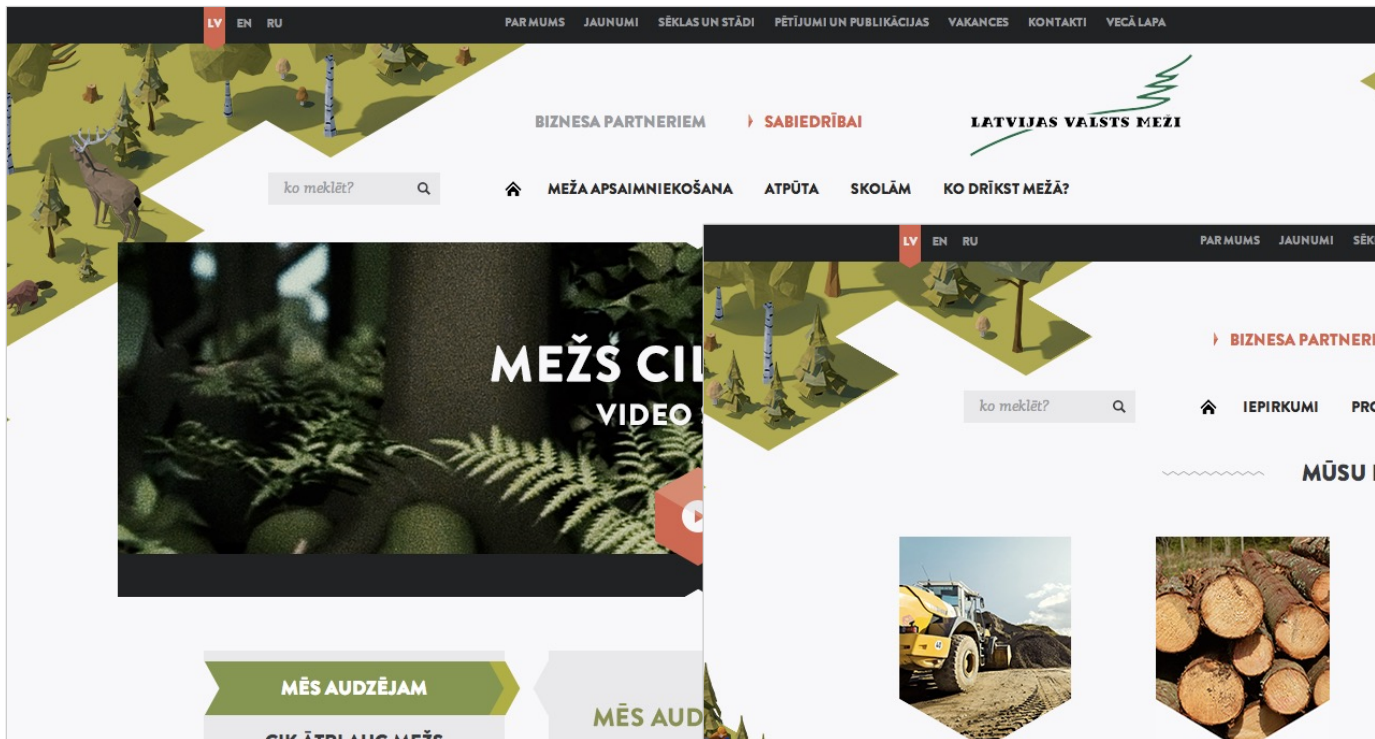
TU NEESI LIETOTĀJS!

TU ≠ 

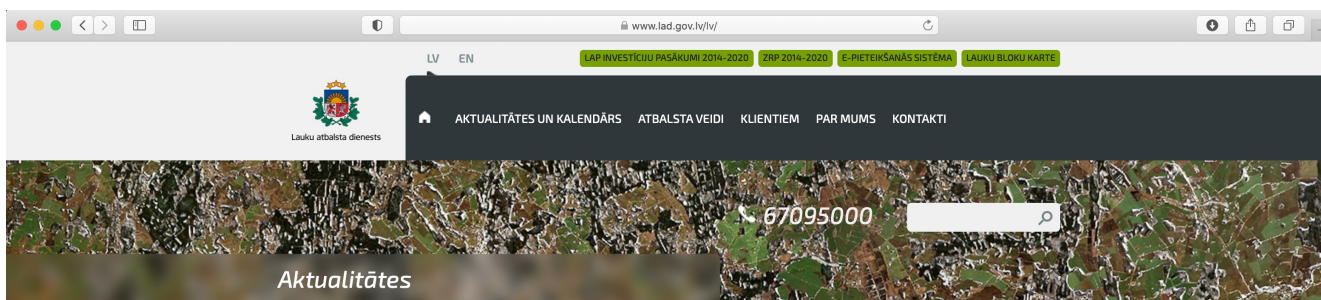
VALSTS ZEMES DIENESTA MĀJAS LAPAS 'PERSONAS' IR LAPAS KARTES ATSLĒGA



LATVIJAS VALSTS MEŽU 'PERSONAS' NOSAKA SATURU UN LAPAS STRUKTŪRU



LAD 'PERSONAS' NOSAKA PRIORITĀRO SATURU UN LAPAS STRUKTŪRU



Aktualitātes

talogs 06. janvāris
Dienests strādās attālināt aprīlim

- 25. marts
Būs traucējumi EPS darbībā
- 17. marts
projekti un investīcijas
Atbalsts konsultāciju pakalpojumiem
- 11. marts
platību maksājumi
No 7. aprīļa varēs pieteikties platību maksājumiem. Dienests klientiem nodrošinās nepieciešamo atbalstu
- 03. marts
projekti un investīcijas
Pieejams atbalsts par roņu radītajiem zaudējumiem
- 02. marts
projekti un investīcijas
Atbalsts profilaktiskajiem pasākumiem putnkopības nozarē (papildināts ar vehināra ierakstu)

Kalendārs

- 01. Aprīlis
Beidzas pieteikšanās pasākumam "Atbalsts nacionālās pārtikas kvalitātes shēmas veicināšanai"
 - 01. Aprīlis
Sākas pieteikšanās pasākumam "Dabas katastrofās un katastrofālos notikumos cietušā lauksaimniecības ražošanas potenciāla atjaunošana un piemērotu profilaktisko pasākumu ieviešana"
 - 02. Aprīlis
Sākas pieteikšanās pasākumam "Sadarbības pasākumi"
- Skatīt nedēļas kalendāru
Platību maksājumu kalendārs

Atbalsta veidi

Atbalsts augkopībai, Atbalsts lopkopībai, Atbalsts zivsaimniecībai, Atbalsts mežsaimniecībai, Citas nozares, LEADER

MEKLĒT ATBALSTA VEIDU

Pieredzes stāsti ^{Visi}

ATBALSTA PASĀKUMI:
Lauku atbalsta dienests: Investīciju pasākumi

Statistika
Izmaksātais atbalsts pa reģioniem
Maksājumu saņēmēji

Svarīga informācija lauksaimniekiem līdzī tālruni
Google play
App Store



Meklē datus par uzņēmumu, organizāciju, reģistrācijas veidlapas, pakalpojumus vai galvenā notāra lēmumus

Meklēt: Meklēt uzņēmumu, pakalpojumu, veidlapu...

Es vēlos...

- > Dibināt uzņēmumu
- > Mainīt adresi
- > Mainīt amatpersonas vai datus
- > Slēgt uzņēmumu
- > Bezmaksas informācija tiešsaistē
- > Iepazīties ar patieso labuma guvēju skaidrojumu
- > Sasaukt sapulci attālināti
- > Saņemt izziņas
- > Iepazīties ar statistiku

Reģistrācijas pakalpojumi

Informācijas saņemšanas veidi

Kā iesniegt elektroniski

Veikt izmaiņas...

SIA

MAZKAPITĀLA SIA

BIEDRĪBA

NODIBINĀJUMS

INDIVIDUĀLAIS
KOMERSANTS



Ievadiet atslēgvārdu šeit

meklēt

Izvērstā meklēšana

Autorizēties
savam kontam



Kādējā autorizēties vai reģistrēties?

Attēlotā
redakcija

02.11.2013-... Spēkā esošā



Ministru kabineta noteikumi Nr.171

Rīgā 2007.gada 6.martā (prot. Nr.17 25.§)

Kārtība, kādā iestādes ievieto informāciju internetā

Izdoti saskaņā ar Informācijas atklātības likuma 10.panta sesto daļu

I. Vispārīgie jautājumi

1. Noteikumi nosaka kārtību, kādā iestādes ievieto informāciju internetā, lai nodrošinātu tās pieejamību.

2. Noteikumi attiecas uz tiešās pārvaldes iestādēm un atvasinātām publiskām personām.

(Grozīts ar MK 15.06.2010. noteikumiem Nr.536)

3. Informācijas ievietošanai internetā katra iestāde izveido mājaslapu. Tiešās pārvaldes iestādes nodrošina, lai tiešās pārvaldes iestāžu datu bāzē iekļautā informācija par iestādi neatšķiras no iestādes mājaslapā norādītās informācijas.

(Grozīts ar MK 30.04.2013. noteikumiem Nr.236)

4. Iestādes mājaslapā ievietoto informāciju aktualizē ne retāk kā reizi nedēļā, ja šajos noteikumos nav noteikts citādi.

(Grozīts ar MK 15.06.2010. noteikumiem Nr.536; MK 30.04.2013. noteikumiem Nr.236)

Tiesību akta pase

Izdevējs: Ministru kabinets

Veids: noteikumi

Numurs: 171

Pieņemts: 06.03.2007.

Stājas spēkā: 10.03.2007.

Statuss: ✔ spēkā esošs

Publicēts: "Latvijas Vēstnesis", 41 (3617),
09.03.2007.

Satura rādītājs

Saistītie dokumenti

Grozījumi

Tiesību akti, kuriem maina statusu

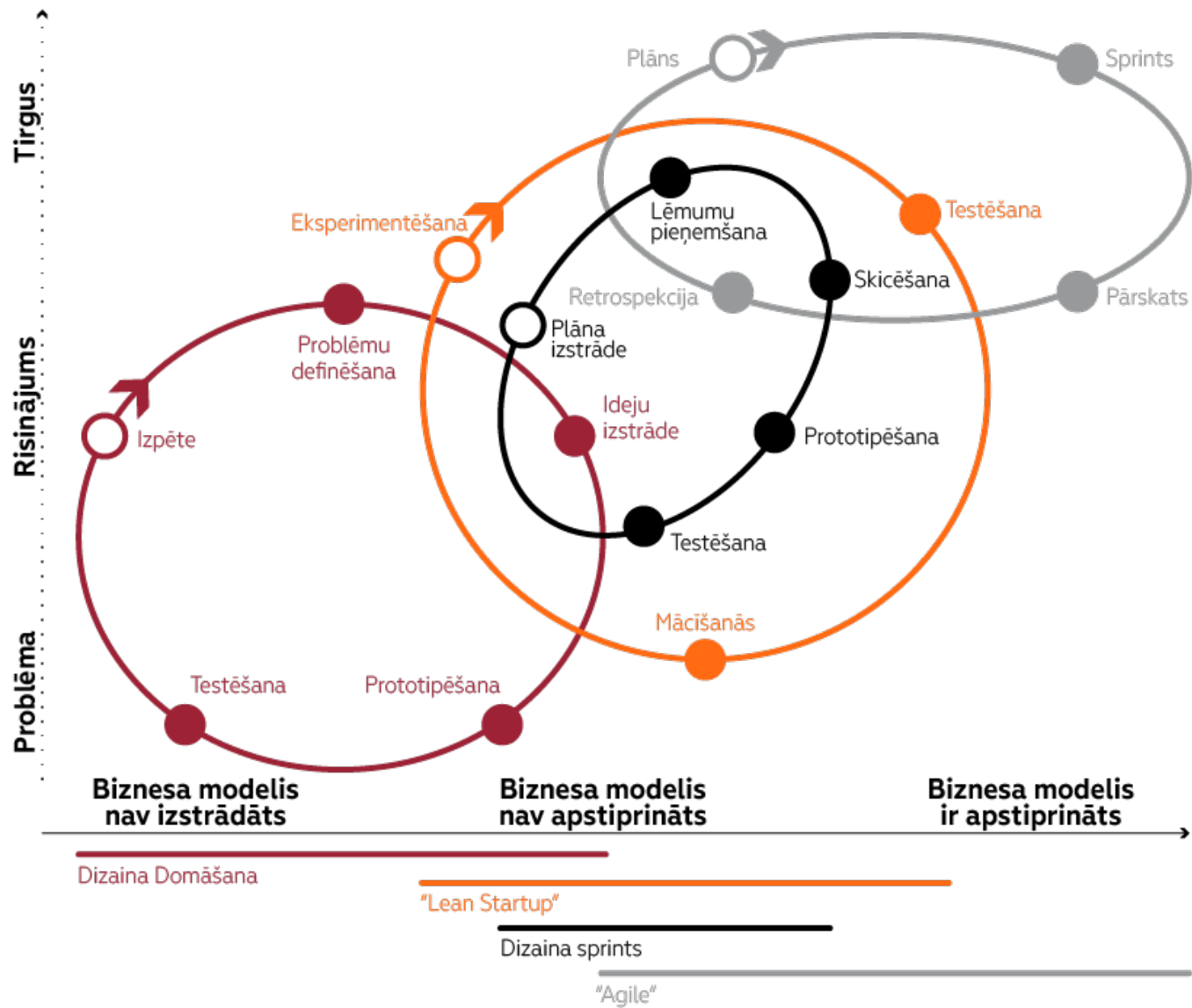
Izdoti saskaņā ar

Tulkojums

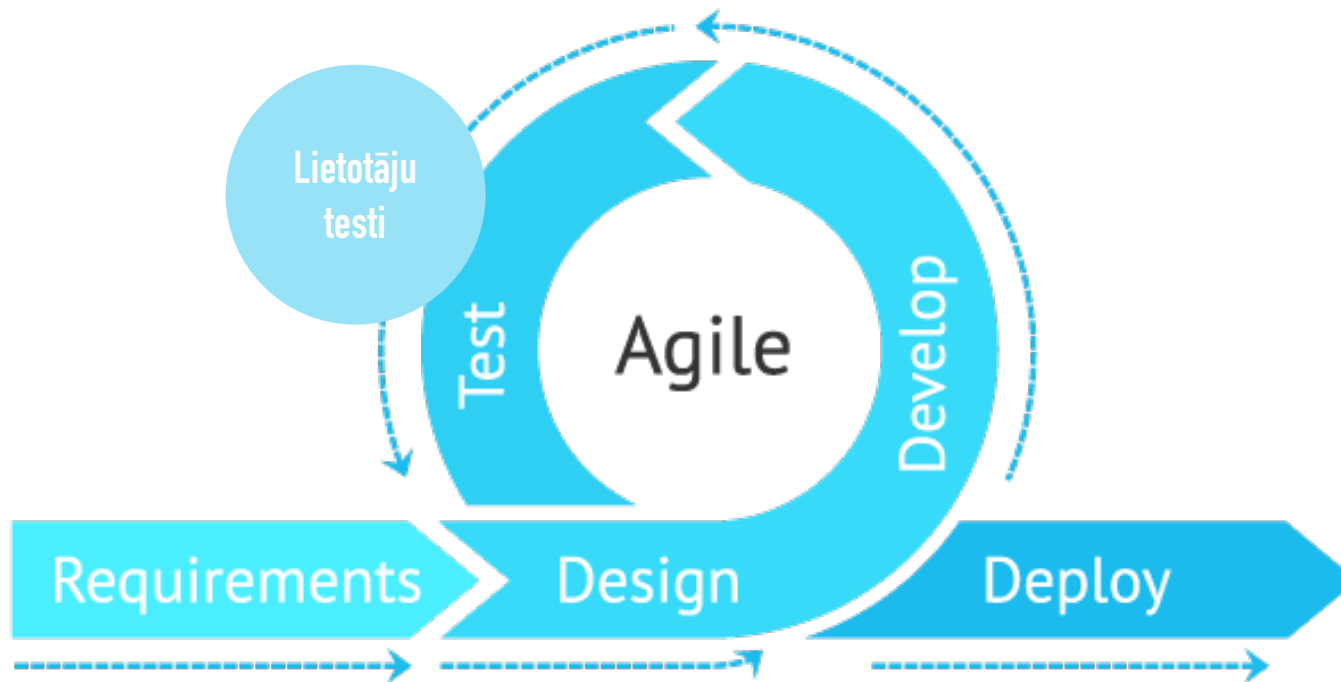
Tiesību akta skaldrojumi

ITERATĪVA PIEEJA / LIETOTĀJU TESTĒŠANA

LEAN PIEEJA



LIETOTĀJCENTRĒTU PIEEJU ATBALSTA AGILE PROCESS



IF MOBILĀ APLIKĀCIJAS IZSTRĀDES STĀSTS

1,5
gadi

Ideācijas darbnīca
Dizains

Dizaina vizuālā prototipa tests
Iteratīvi dizaina uzlabojumi

Iekšējie lietojamības testi
Foto procesa pārveide
Iekšējie lietojamības testi

Tech labojumi / Android versija
App store apstiprinājums

Feb 2017

June-Aug 2017

Nov 2017

Jan 2018 - Mai 2018

July 2018

August 2018

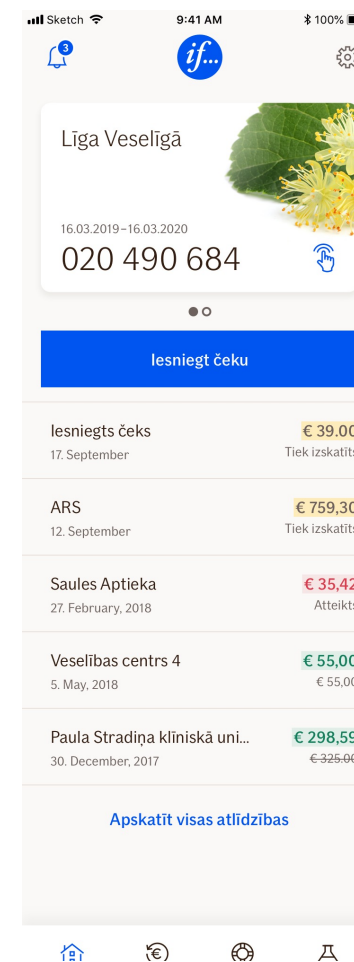
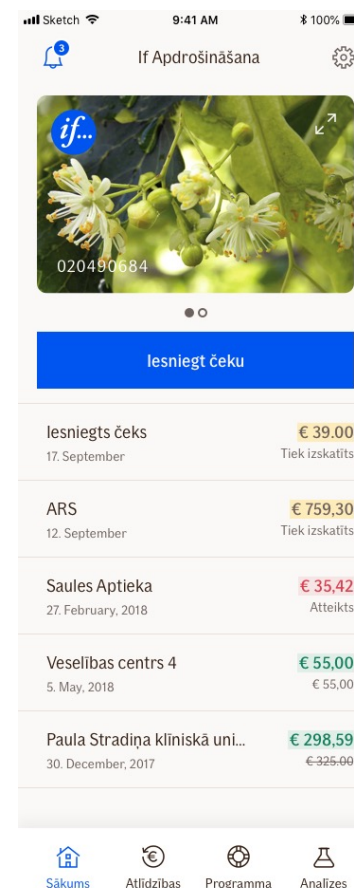
Aug-Sep 2018

Sep 2018

2,5 cilvēku
iekšējā komanda



IF MOBILĀ APLIKĀCIJA – DIZAINA EVOLŪCIJA



IF MOBILĀ APLIKĀCIJA – DIZAINA EVOLŪCIJA

☰ **Pieteikt atlīdzību**

Pirms iesniegšanas uzmanīgi pārbaudi informāciju

Pakalpojums Nr. 1 ^

Pakalpojuma datums
25.04.2017.

Iestādes reģ. numurs
4000318233

Iestādes nosaukums
Veselības centrs 4, SIA

Pakalpojuma summa, EUR
50.64

Pakalpojuma īss apraksts
apraksts trešais

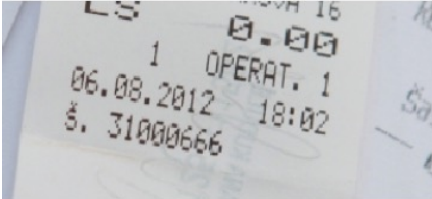
Pakalpojuma datums
25.04.2017.

Čeka numurs
Čeka numurs

📍 Lūdzu ievadiet čeka numuru

Pakalpojuma veids
Ārsta speciālista apmeklējums ▾

☰ **PIETEIKT ATLĪDZĪBU**



KASES ČEKŠ

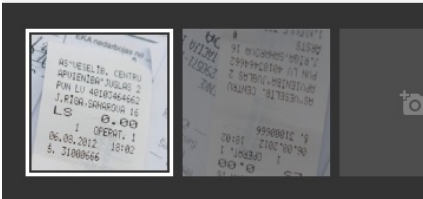
PAPILDDOKUMENTS

Čeka summa

Pakalpojuma veids
Ieraksti Īsu pakalpojuma aprakstu

ATPAKAĻ **TURPINĀT**

← **PIETEIKT ATLĪDZĪBU**



KASES ČEKŠ

PAPILDDOKUMENTS

Čeka summa

Pakalpojuma veids
Ieraksti Īsu pakalpojuma aprakstu

ATPAKAĻ **TURPINĀT**

📶 LMT 10:51 82%

← **IEVADI ČEKA DATUS**



Čeka summa
40.00 €

Pakalpojuma apraksts
Apraksti saviem vārdiem

Turpināt



TODO Strukturplanung für Markt

TODO Highlighter Experimentieren + Vorgehensplan

TODO Check copy

TODO Check copy

TODO go back

TODO LA - check who should be here - make a list of all the people who should be here

TO Research - check who should be here - make a list of all the people who should be here

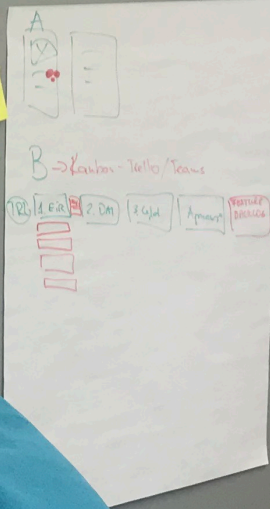
TODO copy everything into the book

TODO check the list

TODO Recherche - alles in die Hand

TODO Experimentieren

Check check - "Pilot" - "Pilot" - "Pilot"

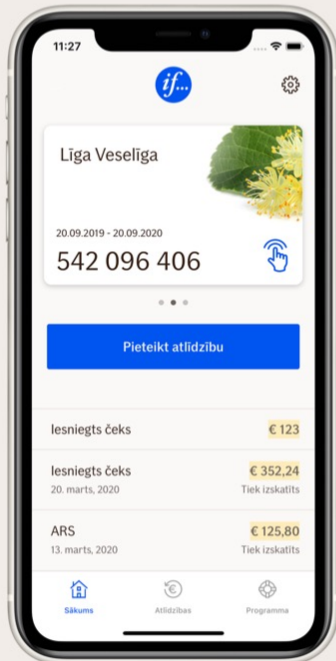


B -> Karten - Teller - Tische

TR | DM | Ziel | Anfrage | Wartung

□
□
□

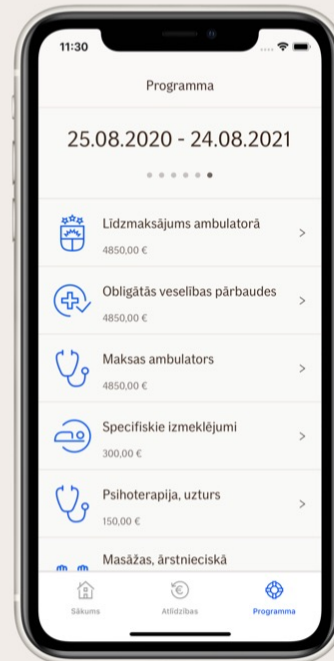
Veselības polise
tavā telefonā



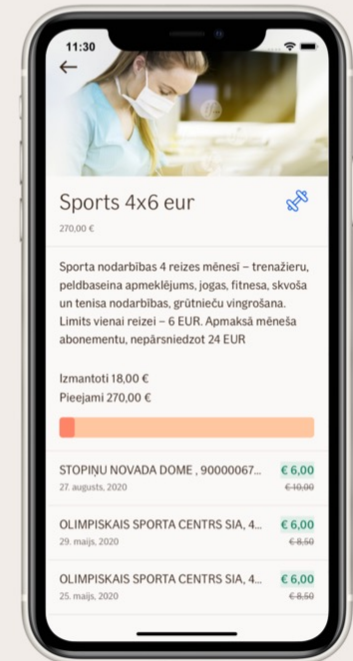
Lieto aplikāciju
plastikāta kartes vietā



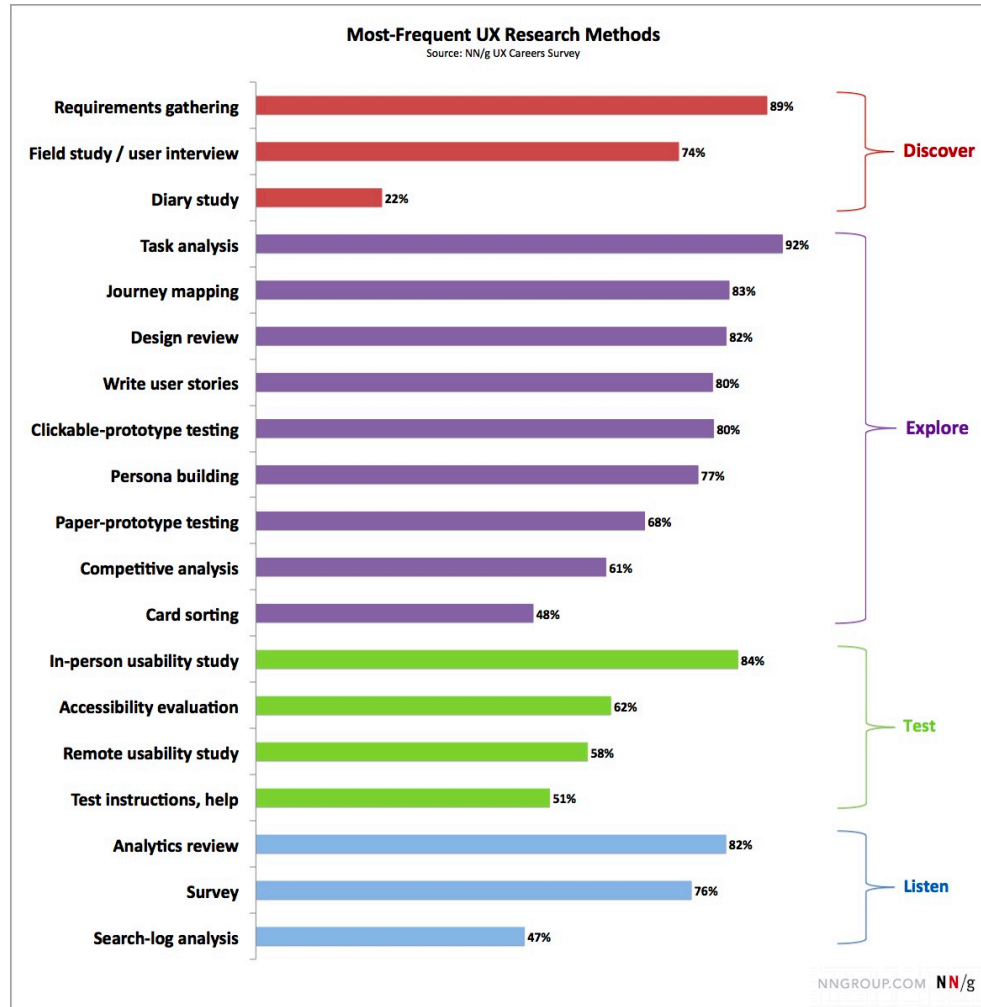
Apskati savas polises
programmu



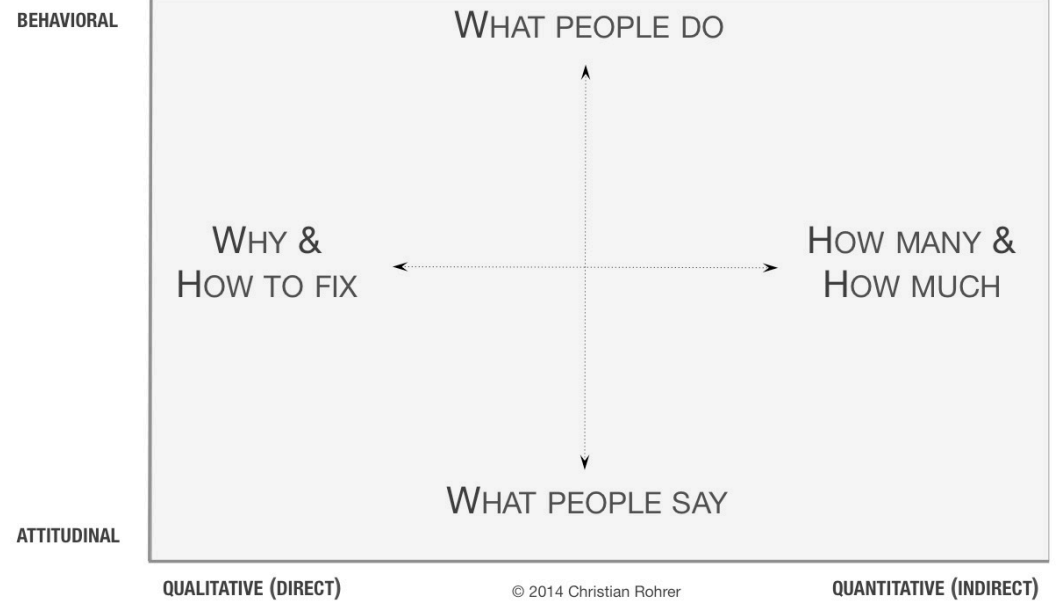
Apskati izmantotās un
pieejamās summas



KO VIŅI (LIETOTĀJI) GRIB?



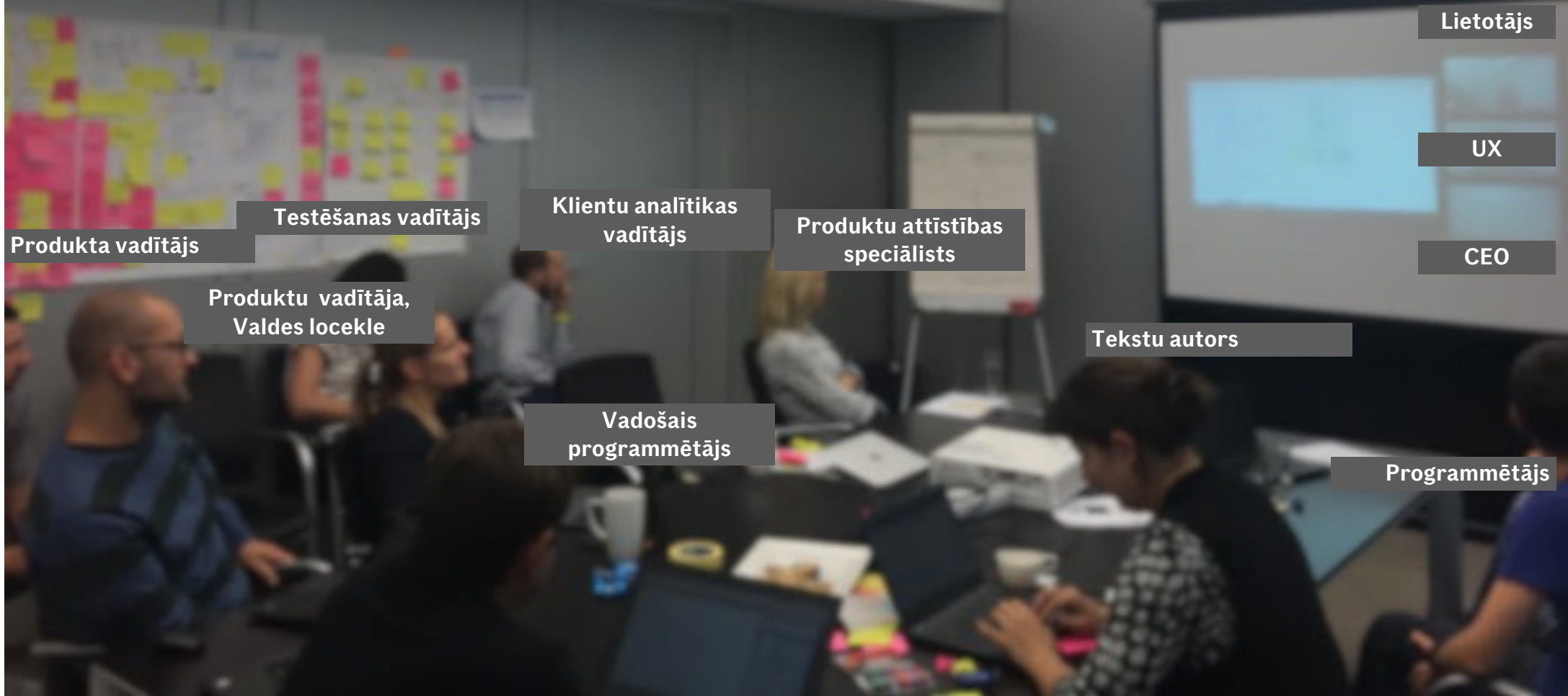
QUESTIONS ANSWERED BY RESEARCH METHODS ACROSS THE LANDSCAPE



[UX Research Cheat Sheet](#)

[When to Use Which User-Experience Research Methods](#)

Lietotāju testēšana, izpēte ir komandas sporta veids



Lietotājs

UX

CEO

Tekstu autors

Programmētājs

Vadošais
programmētājs

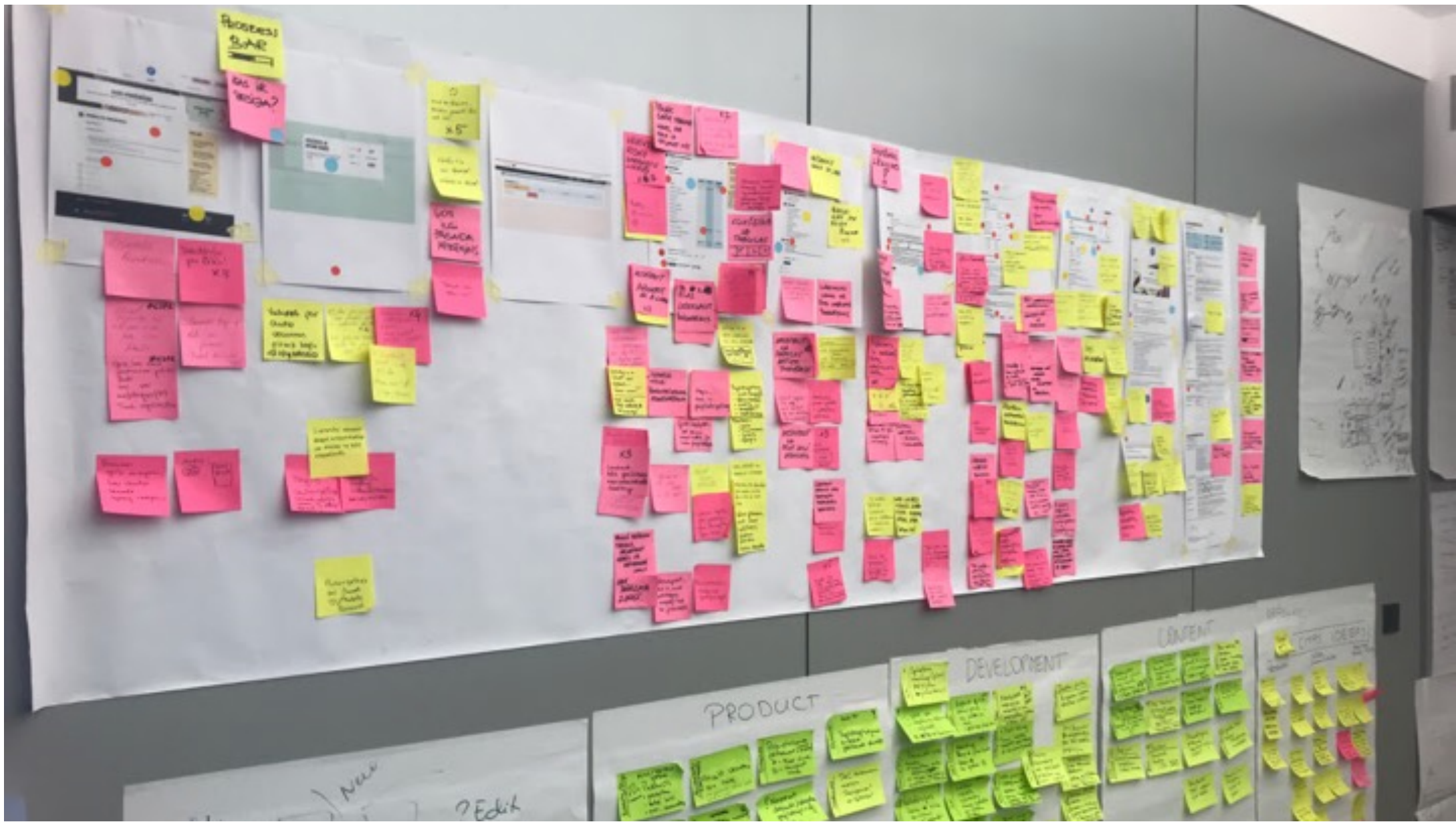
Produkta vadītāja,
Valdes locekle

Testēšanas vadītājs

Produkta vadītājs

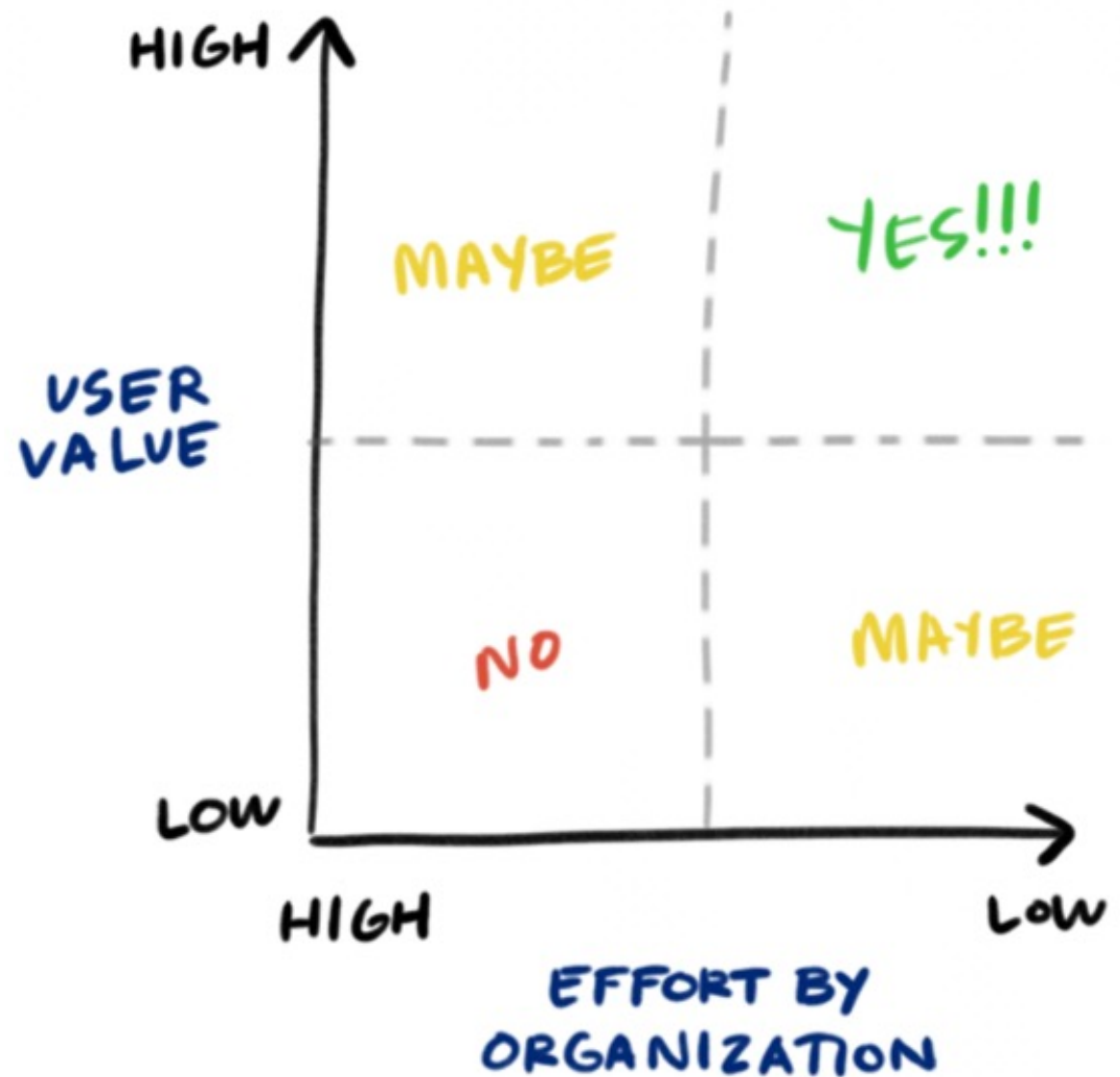
Klientu analītikas
vadītājs

Produktu attīstības
speciālists



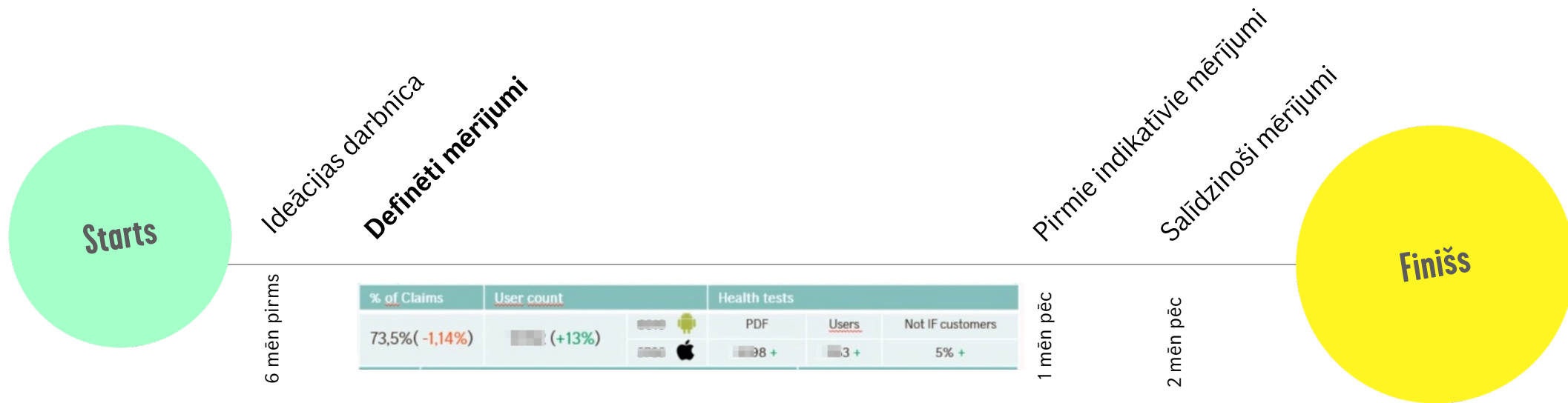
LĒMUMI UN PRIORITIZĒŠANA

- Ja komanda ir bijusi klātesoša izpētē, tai ir viegli veidot empātiju, un prioritizēt kopīgi nepieciešamos uzlabojumus, un efektīvāko variantu atrast kopīgi



VAI UX VAR IZMĒRĪT?

DEFINĒ MĒRĪJUMUS UN ATSKAITES PUNKTU!

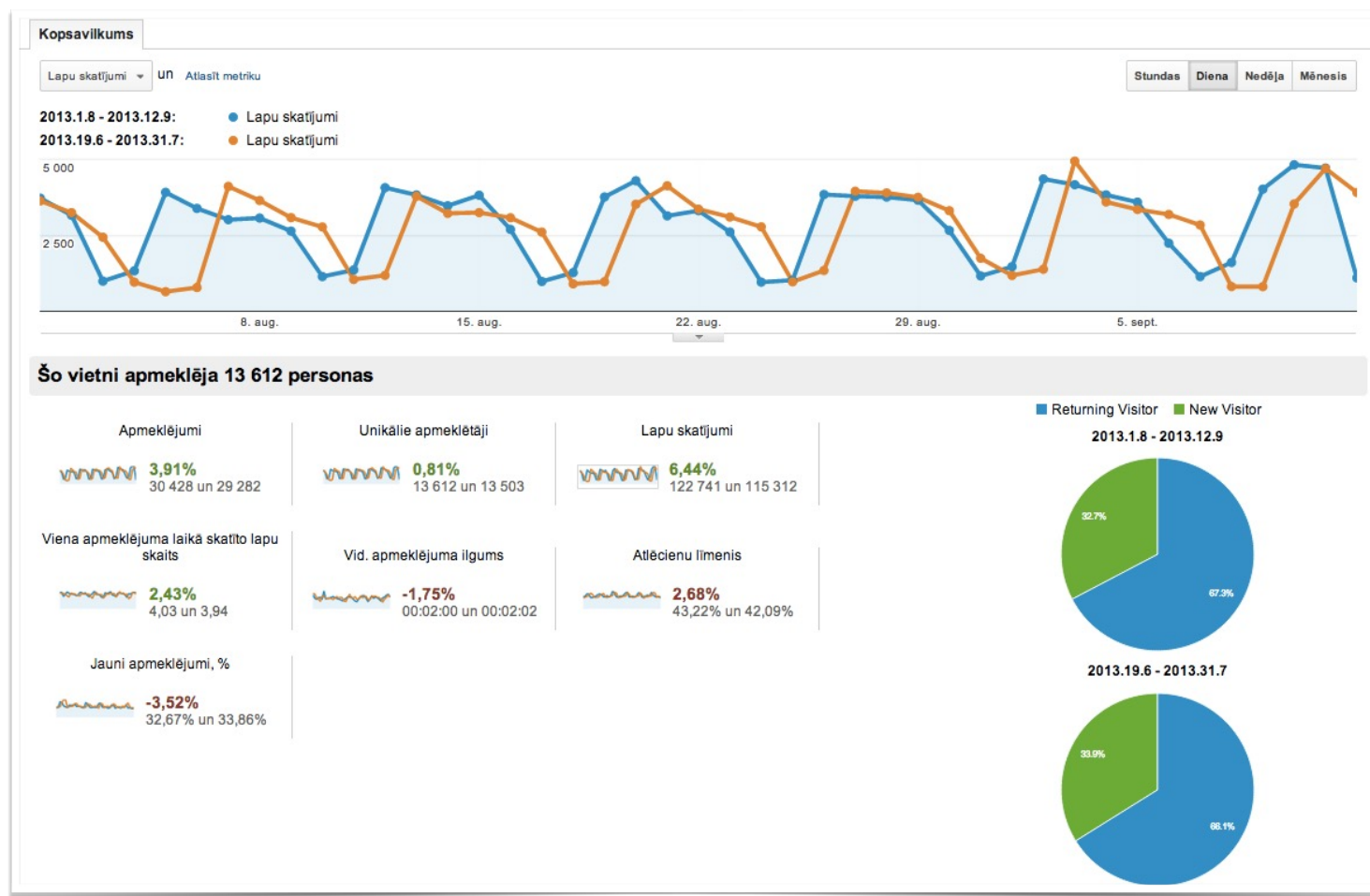


**APMEKLĒTĀJU UZVEDĪBAS
ANALĪZE
& ANALĪTIKA**

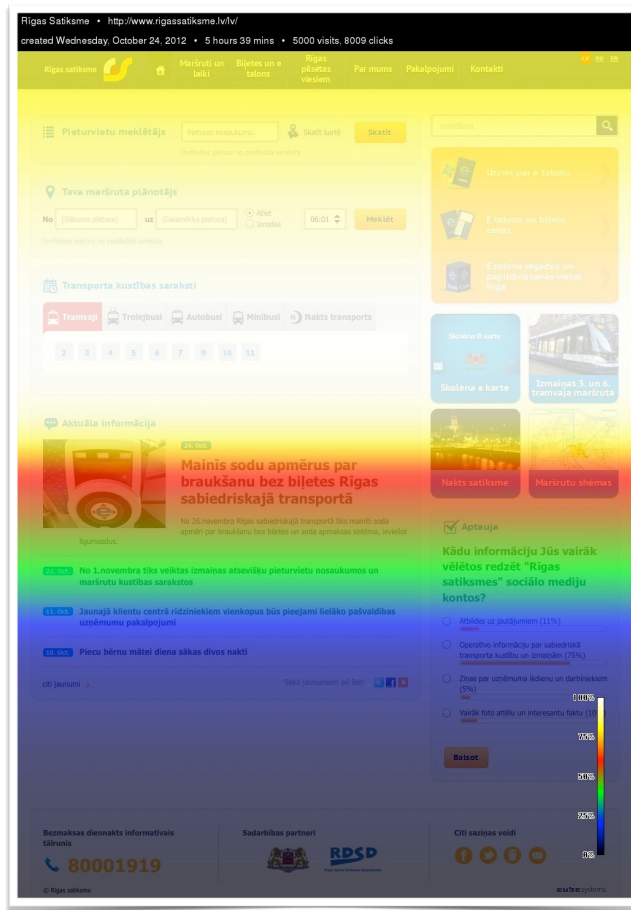
LAPU APMEKLĒŠANAS ILGUMS
APMEKLĒTĀKĀS LAPAS
JAUNI, ATKĀRTOTI LIETOTĀJI
LIETOTĀJU CEĻI
IEEJAS / IZEJAS LAPAS
IERĪCES, PĀRLŪKI



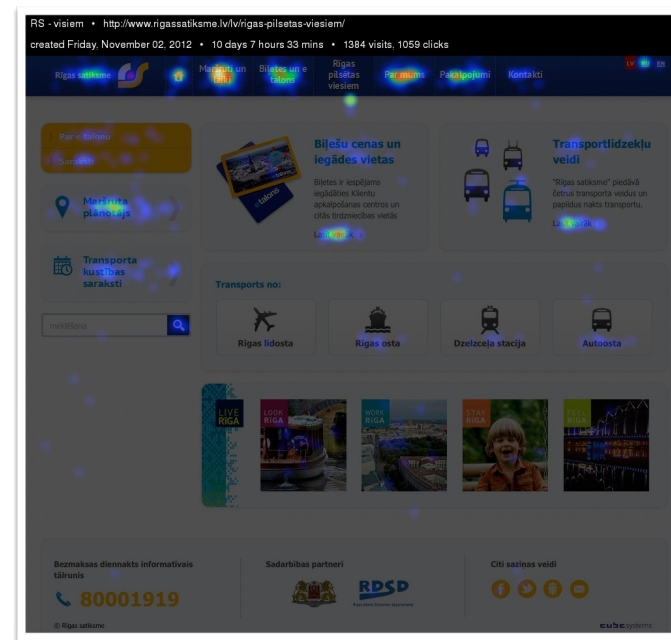
GOOGLE ANALYTICS



KLIKŠĶU, RITINĀŠANAS ANALĪZE



Scroll tracking - <http://www.crazyegg.com/>



Click tracking - <http://www.crazyegg.com/>

VWO – KVANTITATĪVĀ APMEKLĒJUMA ANALĪZE UN EKSPERIMENTI

vwo.com/insights/heatmaps/

+1 415-349-0105 | CONTACT US | LOGIN

VWO Insights / Heatmaps

Follow Your Visitors' Trails With Heatmaps

VWO heatmaps help you see how visitors browse your website, what catches their attention, and which elements distract them.

START FREE TRIAL REQUEST DEMO

20.5 seconds
Total time spent on completing this field

27%
Visitors refill this field

35%
Visitors drop off on this field

34%
Visitors submitted the form

SUBMIT

<https://vwo.com/insights/heatmaps/>

HOTJAR – KVANTITATĪVĀ APMEKLĒJUMA ANALĪZE, IERAKSTI, ANALĪZES, EXIT APTAUJAS

The image displays several screenshots of the Hotjar interface and user experience:

- Heatmap on Plans Page:** Shows a heatmap overlaid on a website page. A callout box labeled "Plans Page" highlights a specific area. Statistics shown include 4,730 visitors, 75 clicks, and 195 scrolls.
- Contact Us Form:** A screenshot of a contact form with a heatmap overlay showing user interaction points.
- Hotjar FAQs:** A video player showing a video about Hotjar's features.
- Instant Visual Feedback:** A landing page for Hotjar with a feedback survey overlay. The survey asks "Great tagline!" and offers options like "TRY IT FOR FREE" and "WATCH THE VIDEO".
- Exit Survey:** A preview of an exit survey asking "Do you have any questions before starting a free trial?" with a "Send" button.

<https://www.hotjar.com/tour/>

LIETOTĀJU PIEREDZES MĒRĪJUMI

UX Mērījumi

- ▶ Kļūdu skaits / Error rate
- ▶ Izpildes efektivitāte / Task success rate
- ▶ Pamešanas rādītājs / Abandon rate
- ▶ Klikšķu skaits / Click rate
- ▶ Piesaists izmaksas / Cost of acquisition
- ▶ Laiks/ Time on task
- ▶ Pūļu rādītājs / Effort score
- ▶ Lietojamības rādītājs /
Ease of use or SUS (System usability score)
- ▶ Atpakaļ poga / Back button use
- ▶ Klientu apmierinātības rādītāji / Customer
Satisfaction rate
- ▶ ₄₁E-NPS

Rīki

- ▶ Google analytics // Analytics 360
- ▶ VWO
- ▶ Uznirstoši eNPS/ atsauksmju rīki
(Hotjar, Usabilla, etc)
- ▶ Pašu veidoti atsauksmju rīki

GOOGE HEART FRAMEWORK





Google's **HEART** framework

	GOAL	SIGNALS	METRICS
HAPPINESS	For users to feel like the voice experience is unique	A satisfaction rating from a survey	<ul style="list-style-type: none">• Satisfaction• Perceived ease of use• Net promoter score
ENGAGEMENT	For users to keep discovering more content	The amount of time people spend in the voice experience from analytics	<ul style="list-style-type: none">• Number of videos watched per user per week• Number of shares
ADOPTION	For users to use the voice experience	The number of plays per day from analytics	<ul style="list-style-type: none">• Updates to latest version• New subscriptions• Purchased by new user
RETENTION	For users to continue to use the voice experience weekly	The number of return plays from customer data	<ul style="list-style-type: none">• Number of active users• Renewal rate• Repeat purchase
TASK SUCCESS	For users to accomplish their goal	The number of successful completes from analytics	<ul style="list-style-type: none">• Search request success• Time in skill• Profile creation completion



Government Digital Service

userresearch.blog.gov.uk

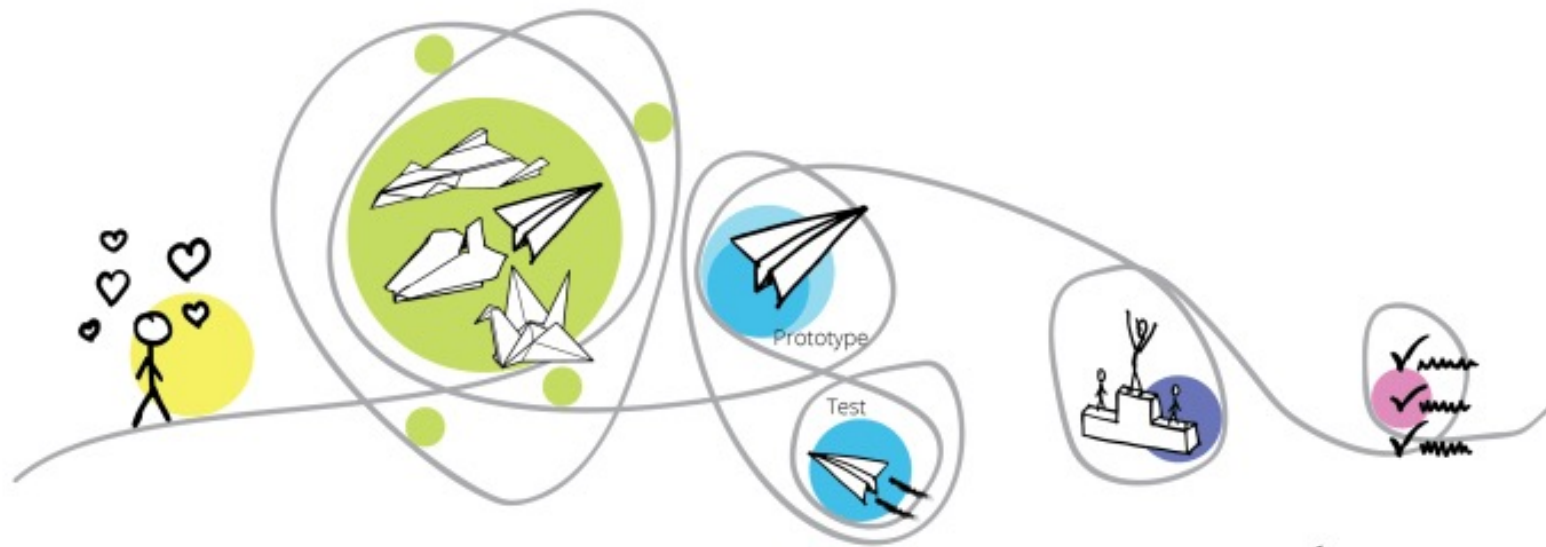
two hours every six weeks

Everyone on the team should observe user research, regularly and often.

It's the best way to make sure a service meets user needs.

KOPSAVILKUMS

UX PROCESS – CENTRĀ LIETOTĀJS



Who is the user?
What is their need?
How does this work with
our back-end system?

How could this work?
How could this look?

Does it work?
Is this the right design?
Can we make it better?

Which design best satisfies
our user's needs?

- ✓ Behaviour is explained
- ✓ Visual design is shown
- ✓ Tested with users
- ✓ Approved by P.O.

how we do
UX & Design

Analysis

Ideation

User testing


Choice

Getting to
"ready"



[image credit](#)

TU NEESI LIETOTĀJS!

TU ≠ 

**ILŪZIJA,
KO DAUDZI PRODUKTI SEV RADA,
IR – PIENEMT PRODUKTU UN “FEATURES” LĒMUMUS
ŠAPULČU TELPĀS, SĒŽOT PIE GALDA,
UN NE REIZI NERUNĀJOT AR LIETOTĀJU.**

Spotify & Typeform Dizaina viceprezidents

PALDIES!



Valsts kanceleja

NACIONĀLAIS
ATTĪSTĪBAS
PLĀNS 2020



EIROPAS SAVIENĪBA
Eiropas Sociālais
fonds

IEGULDĪJUMS TAVĀ NĀKOTNĒ