

UI/UX dizajn aplikacije za upravljanje kanalima smještaja

Grlas, Marina

Undergraduate thesis / Završni rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka / Sveučilište u Rijeci**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:195:525134>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-08**



Repository / Repozitorij:

[Repository of the University of Rijeka, Faculty of Informatics and Digital Technologies - INFORI Repository](#)



Sveučilište u Rijeci, Fakultet informatike i digitalnih tehnologija

Sveučilišni prijediplomski studij Informatika

Marina Grlaš

UI/UX dizajn aplikacije za upravljanje kanalima smještaja

Završni rad

Mentor: izv. prof. dr. sc. Sanja Čandrlić

Rijeka, 1. srpnja 2023.



Sveučilište u Rijeci
**Fakultet informatike
i digitalnih tehnologija**
www.inf.uniri.hr

Rijeka, 31.5.2023.

Zadatak za završni rad

Pristupnik: Marina Grlaš

Naziv završnog rada: UI/UX dizajn aplikacije za upravljanje kanalima smještaja

Naziv završnog rada na engleskom jeziku: UI/UX design for channel manager application

Sadržaj zadatka:

Zadatak studenta je izraditi dizajn korisničkog sučelja i korisničkog iskustva za aplikaciju koja svoju primjenu ima u turizmu, a pokriva upravljanje kanalima smještaja (eng. channel management).

Mentor

Izv. prof. dr. sc. Sanja Čandrić

Voditelj za završne radove

Doc. dr. sc. Miran Pobar

Zadatak preuzet: 1.6.2023.

(potpis pristupnika)

Adresa: Radmile Matejčić 2
51000 Rijeka, Hrvatska

Tel: +385(0)51 584 700
E-mail: ured@inf.uniri.hr

OIB: 64218323816
IBAN: HR1524020061400006966



uniri

Sažetak

Ovaj rad predstavlja aplikaciju "RenteR" namijenjenu iznajmljivačima smještaja s ciljem rješavanja problema zastarjelog oglašavanja i prodaje smještaja. Rad se usredotočuje na definiranje ciljane skupine, njihovih potreba i problema, te strukture i funkcionalnosti aplikacije. Također, naglašava važnost brendiranja i vizualnog identiteta kako bi se privukli korisnici i osigurala njihova dugoročna zadovoljstva. Kroz razvoj aplikacije, otkriveni problemi su ispravljani, a konačni prototip testiran od strane potencijalnih korisnika.

Ključne riječi: RenteR, aplikacija, iznajmljivači smještaja, oglašavanje, prodaja smještaja, ciljana skupina, potrebe korisnika, brendiranje, vizualni identitet, prototip, testiranje korisnika.

Sadržaj

Uvod	2
Što je grafički dizajn?	3
Razlika između grafičkog i UX dizajna	3
Dizajn korisničkog iskustva	4
Definicija proizvoda	4
Funkcionalnosti aplikacije	4
Za iznajmljivače:	4
Za vlasnike agencija, managere:.....	4
Ciljana publika	5
Razvoj ideje i i dijagrama aplikacije.....	8
Vizualni identitet brenda	10
Naziv aplikacije	10
Logo	10
Boje.....	12
Font.....	13
Dizajn korisničkog sučelja	14
Skica aplikacije.....	14
Wireframe	14
Prototip aplikacije.....	16
Desktop verzija	16
Mobilna verzija	17
Testiranje upotrebljivosti	18
Provedba testiranja	18
Tomislav.....	18
Filip	19
Josipa	19
Margita	19
Zaključak.....	20
Literatura	21
Popis slika	22

Uvod

Hrvatska i njeni stanovnici već dugi niz godina ovise o turizmu. Međutim, mnogi iznajmljivači i dalje posežu za zastarjelim i kompliciranim metodama oglašavanja i prodaje smještaja. Potaknuta tom misli u ovom radu odlučila sam se za izradu rješenja za potpuno novu aplikaciju – RenteR. U ovom radu definirana je ciljana skupina korisnika, prikazani su njihovi problemi i njihove potrebe te je definirana struktura aplikacije koja će pomoći u rješavanju tih problema i njene funkcionalnosti. Vrlo važan korak prilikom izrade proizvoda jest njegovo brendiranje i vizualni identitet. Ključno je da korisnici kada ugledaju naziv ili logo znaju o čemu je riječ i da im naš proizvod nije nepoznanica. Osim što naziv mora biti pamtljiv, i logo mora biti vizualno privlačan, i dosljedno prenositi poruku o brendu kako bi privukli korisnike da isprobaju našu aplikaciju i ostanu oduševljeni. Korak po korak od dijagrama aplikacije, skice, wireframe-a pa sve do prototipa aplikacije praćen je razvoj aplikacije. U procesu primijećeni su problemi koji su uz daljnji razvoj aplikacije ispravljani. Naposljetku, prototip je testiran od strane potencijalnih budućih korisnika.

Što je grafički dizajn?

Za pojam grafičkog dizajna ljudi vezuju razne mentalne slike, a neke od njih su slika, knjiga ili poster. Ipak, nijedan od ovih pojmova ne opisuje pravo i potpuno značenje grafičkog dizajna. Slike, knjige i plakati samo su "rezultati" ili "mediji" grafičkog dizajna. Mrežni rječnici (Leksikografski zavod Miroslav Krleža 2021) definiraju grafički dizajn kao umjetnost ili vještinu kombiniranja teksta i slika u reklamama, časopisima ili knjigama. Ova definicija je istinita, ali ne daje puno konteksta. Grafički dizajn je vještina, ali nije ograničena na reklame, časopise i knjige. Grafički dizajn može biti fizički, digitalni i bilo gdje između. Zbog ove apstraktnosti i svestranosti, grafički dizajn daleko nadilazi jednostavno kombiniranje teksta i slika.

Grafički dizajn fokusiran je na vizualno prenošenje poruke. Svaki projekt na kojem grafički dizajner radi imaće jedinstvenu poruku i željeni rezultat iz te poruke. Poruka može biti pružanje informacija, pozivanje na razmišljanje, prodaja proizvoda ili čak poticanje smislenog razgovora. Grafički dizajn je svuda oko nas. Riječ je o izražavanju ideje na najbolji način korištenjem vizualnog pričanja priče. Ovo može zvučati jednostavno, ali zahtijeva rješavanje problema, komunikaciju, pažljivost, strpljenje i što je najvažnije dobro razumijevanje željenog rezultata projekta.

Postoji mnogo vrsta grafičkog dizajna, poput dizajna proizvoda, dizajna vizualnog identiteta, web dizajna, dizajna publikacije, dizajna ambalaže i sl.

U ovome radu dotičemo se nekoliko različitih vrsta dizajna.

Razlika između grafičkog i UX dizajna

Grafički dizajn fokusira se na izgled proizvoda, dok se UX (user experience, korisničko iskustvo) dizajn fokusira na cjelokupno iskustvo korisnika s proizvodom. Ove dvije vrste dizajna imaju mnogo zajedničkih elemenata, ali postoji nekoliko važnih razlika između njih.

Cilj grafičkog dizajna je stvoriti vizualno privlačne proizvode koji prenose određene poruke ili informacije. Grafički dizajneri usredotočeni su na brendiranje, tipografiju, izgled i cjelokupna načela kompozicije dizajna. Rade na nizu materijala, uključujući reklame, letke, logotipe, pakiranja i animacije.

Grafički dizajn je jedna od komponenti UX dizajna. Međutim, UX dizajn gleda na cjelokupni proizvod. Cilj je povećati zadovoljstvo korisnika kroz poboljšanje uporabljivosti, pristupačnosti i užitka interakcije s proizvodom. UX dizajn uključuje istraživanje, izradu prototipova i testiranje.

Grafički dizajneri i UX dizajneri blisko surađuju, a neki njihovi zadaci, kao i uključene vještine, preklapaju se. Neki dizajneri tijekom svoje karijere paralelno grade obje vještine, grafičkog dizajna i UX dizajna, te se njihovo zanimanje naziva dizajn generalist ili UX generalist. Dok se neki odluče za samo jednu od grana i smatraju se specijalistima.

Dizajn korisničkog iskustva

Iskustvo korisnika (engl. user experience - UX) s aplikacijom određeno je načinom na koji s njom stupa u interakciju. Je li iskustvo glatko i intuitivno ili nespretno i zbunjujuće? Čini li se navigacija aplikacijom logičnom ili proizvoljnom? Daje li interakcija s aplikacijom ljudima dojam da učinkovito ostvaruju zadatke koje su si postavili ili se to čini kao borba? Korisničko iskustvo određeno je koliko je lako ili teško komunicirati s elementima korisničkog sučelja koje su izradili dizajneri korisničkog sučelja.

Definicija proizvoda

Channel Manager je softver koji pomaže pri upravljanju rezervacijama i inventarom na različitim portalima za rezervacije kao što su Airbnb, Booking.com, VRBO, Expedia i drugi.

Channel Manager sinkronizira kalendare, cijene, rezervacije i poruke između pojedinačnih portala za rezervacije. Ta se sinkronizacija odvija automatski i u stvarnom vremenu čim se negdje nešto promijeni. To osigurava da su svi kalendari ažurni i da se ne događaju dvostruke ili prebukirane rezervacije. Channel Manager najbolje je rješenje za upravljanje nekretninama.

On pomaže sinkronizirati rezervacije smještaja za odmor. Nakon što gost izvrši rezervaciju, smještaj se automatski blokira na ostalim platformama za rezervaciju za to razdoblje i više nije dostupan za rezervacije. Ova ažuriranja u stvarnom vremenu ostvaruju se putem API veza između pojedinačnih kanala za rezervacije.

Funkcionalnosti aplikacije

Definiranje funkcionalnosti vrlo je važan korak planiranja aplikacije. Funkcionalnosti navedene u ovom koraku možda i neće sve biti realizirane u prvoj verziji aplikacije ali odličan su motiv za unaprijeđenje aplikacije. Također, bitno je definirati funkcionalnosti i mogućnosti različitih vrsti korisnika.

Za iznajmljivače:

- Unos, uređivanje i pregled objekata
- Unos i uređivanje specifikacija objekata (opisi, slike, sadržaj u blizini, oprema objekta, sadržaj, dodatne mogućnosti)
- Unos i uređivanje cijena po periodima (popusti, dodatne naknade)
- Mogućnost povezivanje kanala prodaje (booking.com, airbnb, atraveo, homeaway...)
- Uvid u rezervacije, dodavanje nove rezervacije, otkaz rezervacija
- Uvid u zaradu (bruto i neto)

Za vlasnike agencija, managere:

- Pristup bazi svih klijenata i njihovih objekata
- Unos i uređivanje objekata, specifikacija...
- Uvid u rezervacije
- Uvid u zaradu (bruto i neto)

Ciljana publika

Channel Manager se već godinama koristi u hotelskom sektoru, a čak i veće agencije rade s Channel Manager softverskim rješenjima. Nažalost, oni su često vrlo komplicirani i vrlo skupi i stoga nisu prikladni za tipičnog domaćina smještaja za odmor (ili vlasnika apartmana za odmor ili stanodavca apartmana za odmor) s jednim ili nekoliko smještaja.


Cilj ovog rada je osmisлити aplikativno rješenje koje će približiti channel manager manjem iznajmljivaču da pritom zadrži svoju kvalitetu i kada je riječ o većim iznajmljivačima kao što su hoteli. Kako bi postigli taj cilj vrlo je važno uzeti u obzir potrebe svih korisnika. Kako je nemoguće uzeti u obzir potrebe svakog potencijalnog korisnika u pomoć nam uskaču persone korisnika.

Persone korisnika su tipski korisnici čiji ciljevi i karakteristike predstavljaju potrebe veće skupine korisnika (Romano 2021). Za projekt izrađen u okviru ovog rada osmišljene su 4 persone (slike 1-4).

Petra

Dob: 65
Uloga: Vlasnica vikendice
Lokacija: Crikvenica




Umirovljena vlasnica vikendice iz Crikvenice. Svojim dugogodišnjim radom osigurala si je veliki broj ponavljajućih rezervacija. Želi se oglašavati na što više kanala prodaje i time si povećati broj ljudi koji će naići na njenu vikendicu.



CILJEVI

- Pojednostavljenje na prvom mjestu
- Unaprjeđivanje pozicioniranosti na tržištu
- Oglašavanje na više kanala prodaje

VAŽNE ZNAČAJKE

- jednostavnost 
- dizajn 
- cijena 

ŽELJE I POTREBE

- Pojednostaviti proces brige o rezervacijama i gostima
- Povećati broj rezervacija
- Povećati broj potencijalnih gostiju
- Modernizirati način na koji dolazi do gostiju

Slika 1 Persona korisnika - Petra

Ivona

Dob: 35

Uloga: Vlasnica turističke
agencije

Lokacija: Zagreb

Vlasnica turističke agencije koja želi ubrzati i poboljšati proces rada svoje agencije i omogućiti svojim zaposlenicima najučinkovitiji sustav za rad.

Želi bolje pozicionirati svoju agenciju na tržištu i povećati broj klijenata sustavom koji omogućava brži i kvalitetniji način rada.



CILJEVI

- Vjerodostojnost podataka na svim kanalima prodaje
- Smanjenje mogućnosti greške
- Sjedinjenje svih klijenata i objekata u jedan sustav

VAŽNE ZNAČAJKE

- jednostavnost 
- dizajn 
- cijena 

ŽELJE I POTREBE

- Unutar jednog računa uvid u sve klijente, njihove objekte i rezervacije.
- Mogućnost upravljanja svim profilima svojih klijenata na jednom mjestu
- Smanjene grešaka od strane agencije

Slika 2 Persona korisnika – Ivona

Andrej

Dob: 45

Uloga: Vlasnik hostela
Lokacija: Dubrovnik

Vlasnik novouređenog hostela koji već ove godine želi popunjene kapacitete i probiti se na tržište iako iza sebe nema dugogodišnju tradiciju i ponavljajuće goste.

U potrazi za sustavom koji će njegov hostel koristiti za plasiranje na tržište i organizaciju rezervacija.



CILJEVI

- Upravljanje rezervacijama
- Praćenje statistika i uvid u financije
- Povećanje broja povezanih kanala prodaje

VAŽNE ZNAČAJKE

- jednostavnost 
- dizajn 
- cijena 

ŽELJE I POTREBE

- Upravljanje rezervacijama hostela
- Praćenje napretka hostela
- Biti među prvima u tražilicama i jedan od najpovoljnijih s mnoštvom popusta za nove goste.

Slika 3 Persona korisnika - Andrej

Mario

Dob: 35
Uloga: Vlasnik vikendice
Lokacija: Lokve

Vlasnik vikendice u Gorskom Kotaru. Želi plasirati svoju vikendicu kao idealnu za zimski turizam. Ne želi brinuti o oglasima i rezervacijama već postaviti jedan oglas koji se automatski ažurira na svim kanalima prodaje.



CILJEVI

- Praćenje sustava preko mobitela
- Povećanje broja povezanih kanala prodaje

ŽELJE I POTREBE

- Praćenje oglasa i rezervacija putem mobitela.
- Povezivanje svih kanala u jedan

VAŽNE ZNAČAJKE

- jednostavnost
- dizajn
- cijena

Slika 4 Persona korisnika – Mario

Duboko razumijevanje ciljane publike temeljno je za stvaranje dobrog proizvoda. Osobe korisnika pomažu pri pronalasku odgovora na vrlo važno pitanje, "Za koga dizajniramo?" Razumijevanjem očekivanja, zabrinutosti i motivacije ciljanih korisnika, moguće je dizajnirati proizvod koji će zadovoljiti potrebe korisnika i stoga biti uspješan.

Pomoću persona stječemo perspektivu sličnu korisnikovoj. Stvaranje osobnosti korisnika može pomoći da izađemo iz naše perspektive i prepoznamo da različiti ljudi imaju različite potrebe i očekivanja. Razmišljajući o potrebama izmišljene osobe, možemo bolje zaključiti što bi stvarnoj osobi moglo trebati.

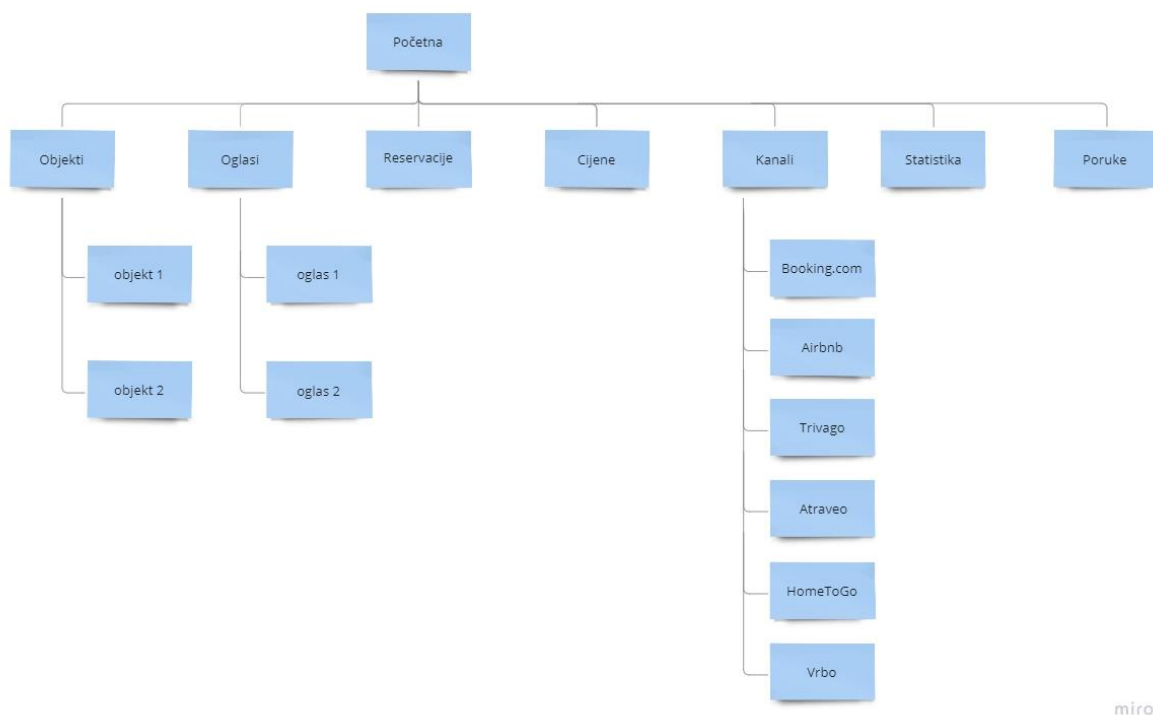
Persone će se koristiti tijekom svih kasnijih faza procesa dizajna za informiranje o dizajnerskim odlukama koje donosi tim.

Razvoj ideje i i dijagrama aplikacije

Imajući na umu funkcionalnosti koje aplikacija mora sadržavati i korisnike koji će u budućnosti tu aplikaciju i koristiti, potrebno je osmisliti mapu stranica (eng. Site map) kako bismo si mogli predočiti podjelu funkcionalnosti na smislene cjeline.

Općenito, mapa stranice je hijerarhijski dijagram koji omogućuje vizualizaciju strukture stranice (Romano 2021). Koriste se za definiranje taksonomije stranice. Taksonomija je sustav koji se koristi za klasifikaciju stvari. Koristi se za definiranje odnosa i sličnosti među sadržajem.

Ovakav prikaz znatno olakšava daljnji razvoj aplikacije.

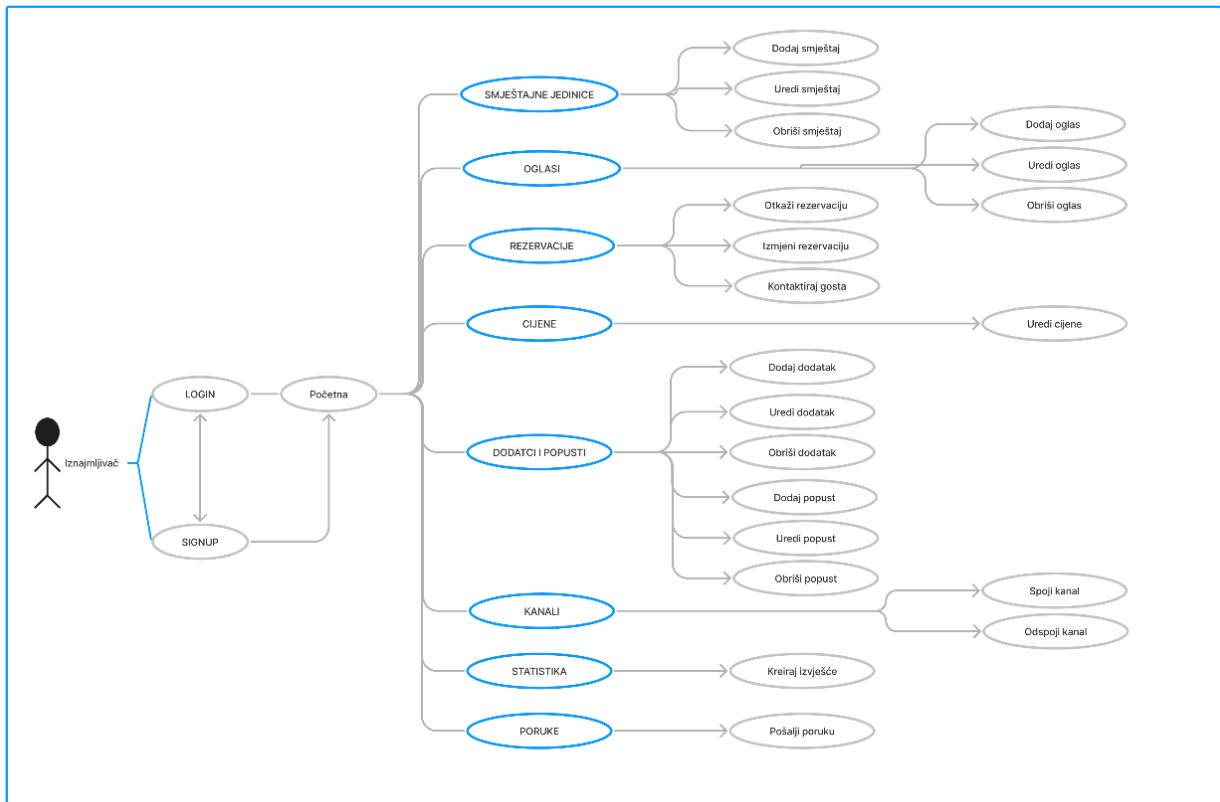


Slika 5 Mapa aplikacije

Na slici 5 možemo vidjeti hijerarhijski prikaz stranica aplikacije. Prva stranica koja se otvori nakon uspješne autentifikacije korisnika jest 'Početna' odakle korisnik bira kamo želi unutar aplikacije. Odmah ispod Početne u hijerarhiji su 'Objekti', 'Oglasi', 'Rezervacije', itd. što predstavlja opcije unutar glavnog izbornika.

Sve stavke ispod drugog reda hijerarhije su sadržaj unutar pojedinih stranica.

Kada smo napravili mapu aplikacije potrebno je odrediti koje mogućnosti korisnik ima na pojedinim stranicama. To ćemo prikazati grafički (slika 6).



Slika 6 Grafički prikaz opcija uporabe aplikacije

Na temelju dosad izgrađenog, u sljedećem koraku možemo krenuti s prvim skicama aplikacije i formiranjem izgleda aplikacije.

Vizualni identitet brenda

Brend je odnos između tvrtke ili organizacije i njezine publike. Vizualni identitet brenda način je na koji organizacija komunicira svoju osobnost, ton i bit, kao i sjećanja, emocije i iskustva. Grafički dizajn vizualnog identiteta je upravo to: vizualni elementi identiteta brenda koji djeluju kao lice brenda kako bi komunicirali te nematerijalne kvalitete kroz slike, oblike i boje.

Naziv aplikacije

Imajući na umu cilj ove aplikacije, upravljanje rezervacijama i inventarom na različitim portalima za rezervacije, i korisnike koji će koristiti aplikaciju, nametnulo se ime RenteR (engl. renter, iznajmljivač).

RenteR

Slika 7 Logotip

Logo

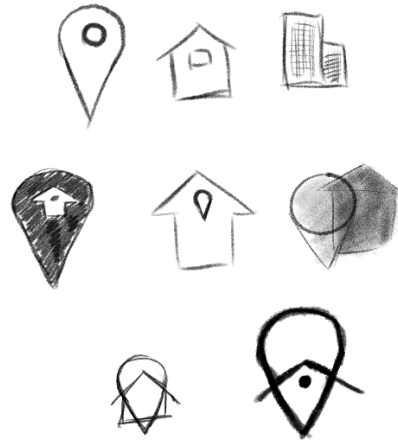
Logo je najprepoznatljiviji element identiteta nekog brenda. Ključne riječi koje opisuju brend uvelike olakšavaju razvoj loga.

Ključne riječi:

- Apartman
- Ljeto
- Kuća
- Putovanje
- Iznajmljivanje

Skicom različitih elemenata povezanih uz brend i kombiniranjem više elemenata dolazimo do najbolje ideje koja kasnije postaje logo. Važna svojstva koje logo mora imati su skalabilnost, jednostavnost, veliki kontrast, dobra čitljivost.

Sada kada imamo naziv aplikacije bitno je sakupiti nekoliko ključnih riječi koje dobro opisuju i asociraju na naš brend. Putovanje, apartman, vila, turizam, kuća, neke su od ključnih riječi koje se povezuju s brendom RenteR-a. Kombiniranjem ikona i riječi dolazimo do kombinacije ikone za lokaciju i krova kuće što se odlično uklapa u cijeli koncept aplikacije (slika 8).



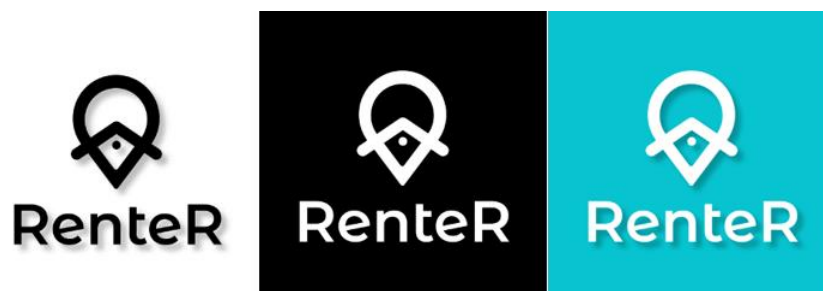
Slika 8 Razvoj logotipa

Tokom dorade ideje i razvoja završne verzije loga bitno je utvrditi hoće li taj logo biti dovoljno univerzalan za sve što nam može biti potreban. Od loga na web stranici, ikone aplikacije na računalu ili mobitelu, do raznih reklamnih postera i oglasa. Važno je da bude jasan u svim veličinama (slika 9), kombinacijama boja (slika 10).



Slika 9 Skalabilnost ikone logotipa

Dobra praksa je učiniti logo prilagodljivim svim situacijama. Upravo zato logo RenteR-a može biti da se ikona nalazi iznad naziva i može biti ikona lijevo ispred naziva. Iako možda u trenutku dizajniranja nemamo svrhu za neku od verzija loga, to ne znači da nam kasnije neće zatrebati.



Slika 10 Varijacije logotipa

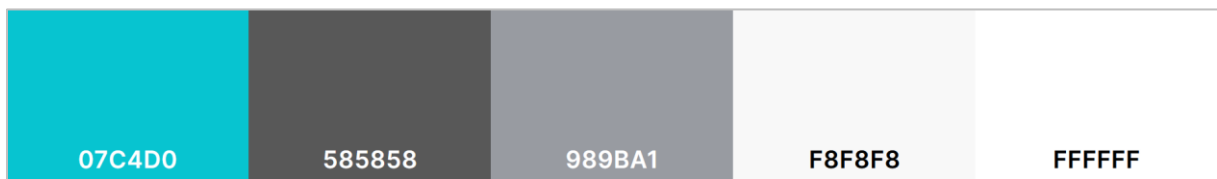


Slika 11 Varijacija logotipa

Boje

Boja može biti koristan alat za prenošenje raspoloženja ili izazivanje emocionalne reakcije korisnika. Teorija boja i kotačić boja pružaju praktičan vodič za grafičke dizajnere koji žele odabrati jednu boju ili kombinirati više boja na skladan — ili namjerno neskladan — način.

Pravilo 60-30-10 jest vrlo jednostavno pravilo kod kreiranja paleta boja u nekom dizajnu. Kada biramo novu paletu boja, 60% palete treba posvetiti jednoj boji (obično je to neutralna boja), druga (komplementarna) boja čini 30% palete, a treća boja (akcent) je koristi se za preostalih 10% dizajna.



Slika 12 Paleta boja

- Tirkizna - #07c4d0 - korištena za akcente, gumbe, tablice...
- Tamna siva - #585858 – korištena za tekst veće važnosti
- Siva - #989ba1 – korištena za tekst manje važnosti
- Svjetla siva - #f8f8f8 – korištena kao pozadina elemenata
- Bijela - #ffffff – korištena kao pozadina

Font

Između različitih izbora fontova, težine i veličina, mogućnosti su beskrajne. Kada se koriste sa svrhom, fontovi mogu istaknuti naš dizajn, jasno prenijeti poruku i osigurati da naš tekst dođe do izražaja.

Debljina fonta također je važan dio vašeg dizajna. Obično velika ili debela slova pokazuju da su riječi koje prenose važne pa se češće koriste za naslove i gumbe, dok se tanja slova koriste kod većih blokova teksta.

Font korišten kroz cijelu aplikaciju jest sans serifni font Inter.



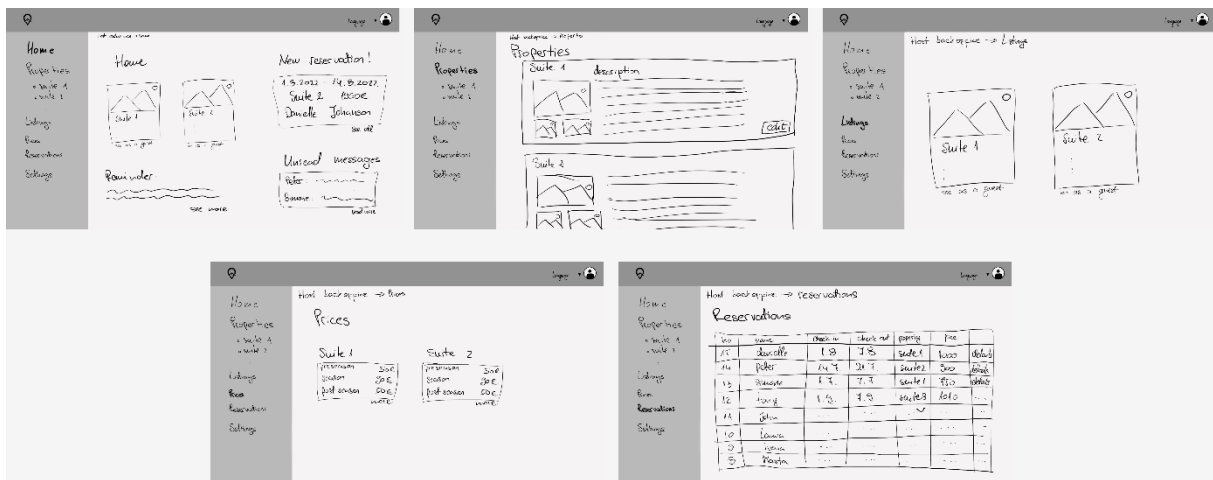
Slika 13 Font

Dizajn korisničkog sučelja

Korisničko sučelje (engl. User interface - UI) je prostor u kojem se odvija interakcija između ljudi i strojeva. UI je aspekt korisničkog iskustva (UX) koji se sastoji od dva glavna dijela: vizualnog dizajna, koji prenosi izgled i dojam proizvoda; i dizajn interakcije, što je funkcionalna i logična organizacija elemenata. Cilj dizajna korisničkog sučelja je stvoriti korisničko sučelje koje korisnicima čini laku, učinkovitu i ugodnu interakciju s proizvodom. (Yablonski, Jon. 2022. *Laws of UX.*)

Skica aplikacije

Prateći kartu aplikacije i dijagram korištenja skiciramo stranice. Skice su vrlo korisne kod razvoja ideje, već kod skice možemo primijetiti na koje probleme možemo naići i ukloniti ih do sljedećeg koraka.



Slika 14 Skica aplikacije

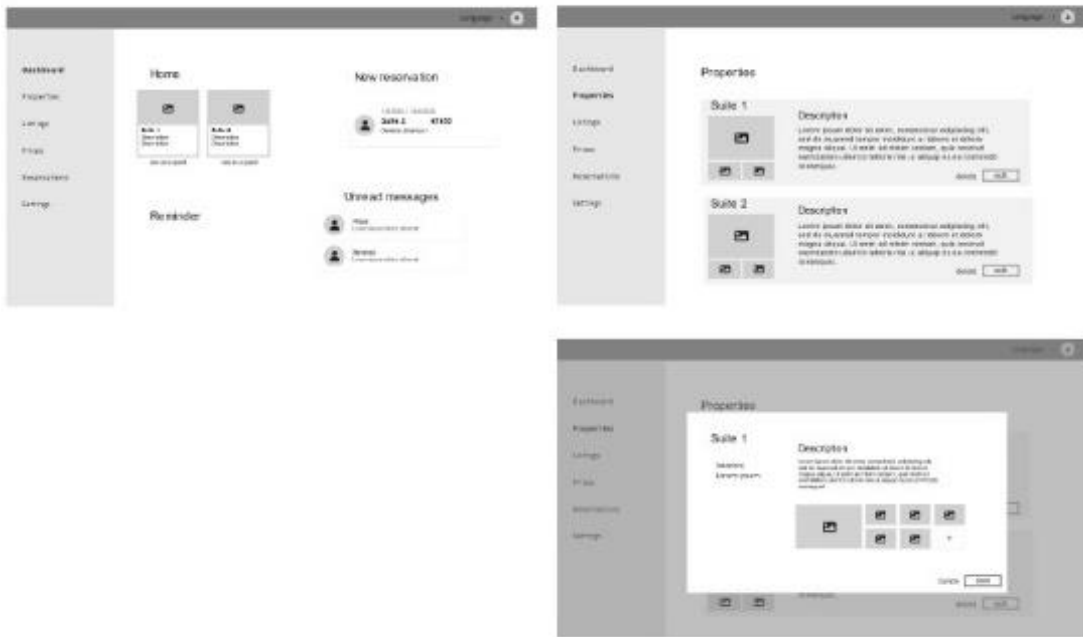
Jedan od problema koji se istaknuo već kod skice jest podizbornik kod stranice objekti. Kako nemamo otprije definirani broj objekata (engl. property) koje korisnik ima (korisnik može upravljati dvama apartmanima i moguće je implementirati podizbornik s dva objekta, ali korisnik može biti i hotelski voditelj s desecima soba), ne možemo dozvoliti da svaki dodani objekt postoji unutar podizbornika.

Wireframe

Žičani okvir (engl. Wireframe) je pojednostavljeni prikaz budućeg dizajna koji pokazuje osnovne elemente stranice. Ti elementi nisu interaktivni i ne pokazuju previše detalja. Bitno je ne preskočiti ovaj korak u dizajniranju kako ne bi utrošili puno vremena na dizajn s velikim brojem detalja koji će na kraju biti odbačen zbog nefunkcionalnosti.

Wireframe ne sadrži palete boja, fotografije i ilustracije već samo elemente poput kvadrata ili kruga koji predstavlja mjesto na kojoj će se pojedini element nalaziti.

U ovom koraku bitno je obratiti pažnju na funkcionalnosti koje aplikacija treba sadržavati i kako ih prilagoditi korisniku kome je krajnji proizvod tj. aplikacija namijenjena. Bitno je obratiti pažnju na intuitivnost navigacije, prazan prostor između elemenata kao i čitkost i konciznost sadržaja. Kada imamo wireframe koji zadovoljava sve kriterije dobrog dizajna možemo krenuti u dizajniranje prvih verzija prototipa.



Slika 15 Wireframe aplikacije



Slika 16 Wireframe aplikacije

Prototip aplikacije

Izrada prototipa je proces u kojem dizajner smišlja, eksperimentira s konceptima i oživljava ih. U svojoj srži, prototip je rani uzorak dizajna koji korisnicima omogućuje vizualizaciju ili interakciju s njim prije razvoja konačnog proizvoda.

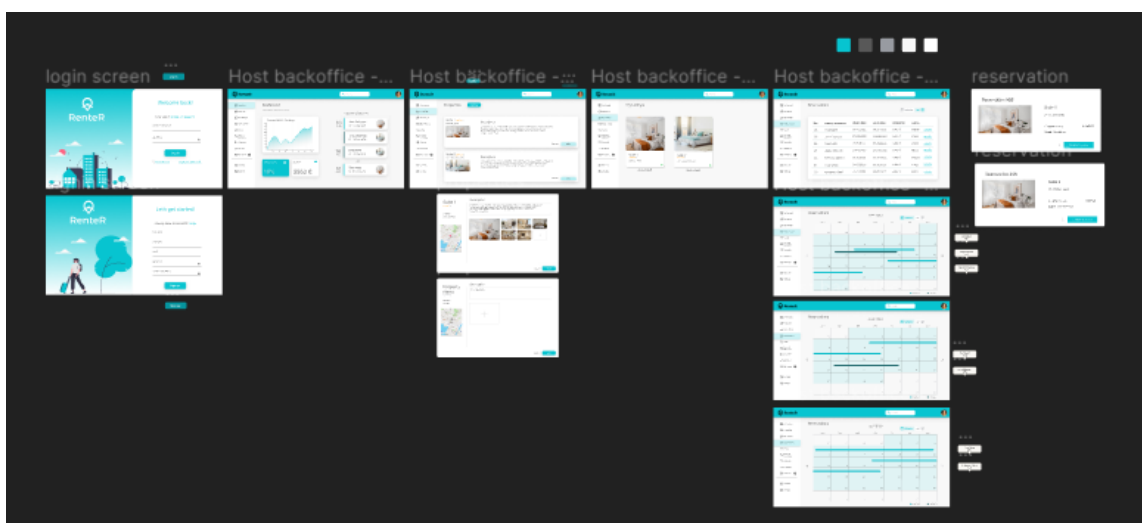
Ključna karakteristika izrade prototipova je da se oni stvaraju bez ijednog retka koda. Postoji mnogo alata za izradu prototipova koji pomažu dizajnerima da povežu radne ploče, stvarajući interaktivno iskustvo na koje se može kliknuti bez potrebe za programerom. To pomaže u smanjenju troškova, budući da dizajneri mogu stvoriti prototipove koji se mogu kliknuti bez potrebe za razvojem. Drugim riječima, pametno je testirati svoj prototip s korisnicima kako bi ispravili sve pogreške prije nego što se uloži novac, vrijeme i ljudski kapital u stvarno projektiranje dizajnerskog rješenja.

Izrada prototipova se može koristiti u različitim fazama procesa dizajna. To je neophodan alat za provjeru valjanosti ideja, bilo da se radi o početnim fazama dizajna ili na pola puta kroz dizajn. Testiranje prototipova omogućuje usporedbu napretka i uporabljivosti prije nego krenemo dalje s razvojem.

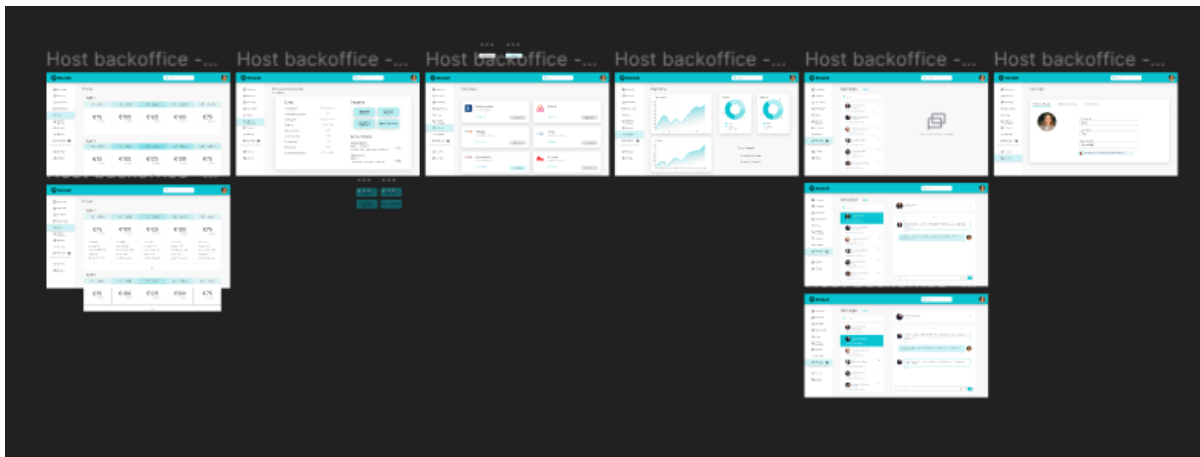
Desktop verzija

Kako je ovo jedna verzija poslovne aplikacije, bitno je osigurati preglednost i mnoštvo mogućnosti. Svaki korisnik je različit i samim time svačije su potrebe i preferencije različite.

Veliki ekran računala omogućuje nam da veći broj funkcionalnosti ponudimo unutar jednog ekrana a da aplikacija djeluje jednostavna. Dodavanje smještajnih objekata, postavljanje oglasa, spajanje kanala prodaje, cijene i popusti dostupni su samo unutar računalne aplikacije. Ove stranice korisnik rjeđe posjećuje nije toliko važno da budu dostupni unutar mobilne aplikacije a istovremeno smanjujemo mogućnost korisnikove greške tijekom upisa podataka ili slučajnog brisanja i sl.



Slika 17 Aplikacija za računalo

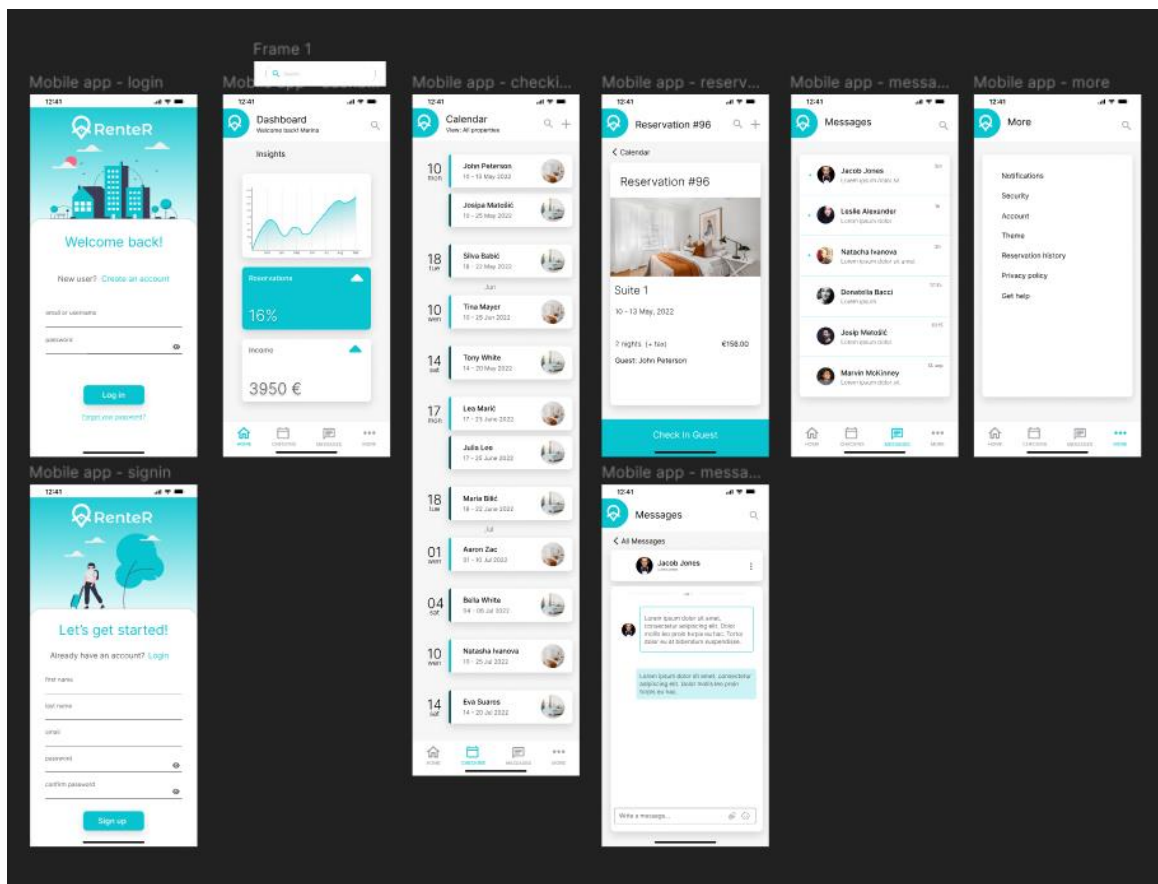


Slika 18 Aplikacija za računalo

Mobilna verzija

Kako većina korisnika preferira koristiti mobitele umjesto računala, dio funkcionalnosti dostupan je i preko mobilne aplikacije. Ograničenja ipak postoje kako bi se izbjegle greške zbog nepreciznosti kod unosa podataka i otežanog korištenja nekih funkcionalnosti na mobilnom uređaju.

Potpuno je onemogućeno dodavanje novih smještajnih objekata, kao i objavljivanje novih oglasa. Dostupni su svi podatci o rezervacijama, omogućen je check in gosta kao i pristup porukama. Ovime smo osigurali jednostavnost aplikacije i potičemo korisnike na korištenje računalne aplikacije.



Slika 19 Aplikacija za mobitel

Testiranje uporabljivosti

Testiranje uporabljivosti metoda je testiranja funkcionalnosti web stranice, aplikacije ili drugog digitalnog proizvoda promatranjem stvarnih korisnika dok pokušavaju izvršiti zadatke na njemu. Korisnike obično promatraju istraživači koji rade za tvrtku. Cilj testiranja uporabljivosti je otkriti područja zabune i otkriti prilike za poboljšanje cjelokupnog korisničkog iskustva.

Testiranje uporabljivosti provode korisnici iz stvarnog života, koji će vjerojatno otkriti probleme koje ljudi koji su upoznati s aplikacijom više ne mogu identificirati - vrlo često, dubinsko znanje može zaslijepiti dizajnere, trgovce i vlasnike proizvoda za probleme uporabljivosti web-mjesta.

Dovođenje novih korisnika da testiraju aplikaciju i/ili promatranje kako je stvarni ljudi već koriste učinkoviti su načini utvrđivanja jesu li posjetitelji:

- Razumjeli kako aplikacija funkcionira, ne izgube se i ne zbune
- Mogu izvršiti radnje koje su im potrebne
- Ne nailaze na greške uporabljivosti ili greške
- Imaju funkcionalno i učinkovito iskustvo

Također, to je prilika da se primjete svi drugi problemi uporabljivosti na koje korisnik može naići.

Ova vrsta istraživanja korisnika iznimno je važna s novim proizvodima ili novim ažuriranjima dizajna: bez toga moguće je zapeti s procesom dizajna korisničkog doživljaja koji članovi vašeg tima ili dizajneri razumiju, ali ciljana publika neće.

Provedba testiranja

Testiranje RenteR-a provedeno je na način da je svaki korisnik upoznat s funkcionalnostima aplikacije i koja je njegova svrha. Dobili su pristup prototipu i prvi ekran koji su vidjeli jest onaj za prijavu. Svaki korisnik dobio je jedan zadatak koji su morali izvršiti bez pomoći.

Tomislav

Korišteni prototip: računalna aplikacija

Zadatak: Doznati kada dolazi prvi gost ove godine

Opis procesa:

Korisnik se prijavio u sustav.

Kliknuo Reservations u izborniku

Nakon par trenutaka kliknuo je calendar view

Klikanjem na lijevu strelicu otišao je do prvog prikazanog mjeseca

Zaključak:

Korisnik je bez ikakvih problema izvršio zadatak

Filip

Korišteni prototip: računalna aplikacija

Zadatak: Dodati novi objekt (property)

Opis procesa:

Korisnik se uspješno prijavio u sustav

Ušao je na Oglase nakon par trenutaka gledanja i traženja kako dodati novi objekt primijetio je 'Objekti' u izborniku i ušao na tu stranicu

Pronašao je gumb 'dodaj novi' i uspješno izvršio zadatak

Zaključak:

Korisnik je uz koju minutu upoznavanja sa sustavom uspješno i bez pomoći izvršio zadatak

Josipa

Korišteni prototip: računalna aplikacija

Zadatak: Doznati cijenu noćenja 'Suite 1' za 15. srpnja i koja je cijena noćenja za isti datum u slučaju bukiranja u zadnji čas

Opis procesa:

Korisnica je ušla u sustav.

Nakon nekoliko trenutaka razgledavanja početne stranice i izbornika ulazi u Cijene

Uspješno je pronašla cjenik za Suite 1 i gledajući datume pronašla u koji period spada 15. srpnja i koja je cijena.

Korisnica se zbunila i nije znala odmah pronaći cijenu u slučaju bukiranja u zadnji čas pa je otišla na Dodatke i popuste i tamo pronašla trenutno aktivne popuste i pronašla je kako može dodati popust u slučaju bukiranja u zadnji čas.

Zaključak:

Korisnica je polovično uspješno izvršila zadatak

Umjesto proširivanja odjeljka s cijenama kako bi pronašla cijenu bukinga u zadnji čas otišla je na krivu stranicu i došla na ideju da sama treba dodati popust kako bi saznala cijenu.

Margita

Korišteni prototip: mobilna aplikacija

Zadatak: Pronaći poruke s Josipom Matošićem

Opis procesa:

Korisnica se uspješno prijavila u sustav

Nakon par trenutaka uspješno je pronašla poruke i poruke s taženim korisnikom

Zaključak:

Korisnica je u vrlo kratkom vremenu i bez pomoći izvršila zadatak

Zaključak

Proces planiranja i dizajniranja aplikacije jedan je od najbitnijih prilikom razvoja aplikacije. Preskakanjem ovog koraka možemo doći do aplikacije koja ima svoju funkciju i izvrsna je u onome čemu služi ali je teško razumljiva, komplicirana za korištenje uz mnoštvo neintuitivnih gumbova i funkcija.

Mnogi korisnici bi radije posegnuli za ljepšim, jednostavnijim, možda čak i lošijim proizvodom jer im je privlačniji. Upravo zato, vrlo je važno provesti istraživanje tržišta i ciljanih korisnika kako bi osigurali da je aplikacija prilagođena njenim budućim korisnicima. Ipak, korisnici su ti koji kupuju i koriste proizvode i softverskim tvrtkama je bitno taj proizvod im prodati.

Analizom korisnika dobivamo dojam koje su dobne skupine, zanimanja, hobiji, koji su njihovi ciljevi i potrebe kao i problemi na koje nailaze kod konkurentnih proizvoda. Imajući te informacije na umu razvijamo skice, wireframe-ove i krajnji prototip.

Čak i kada je taj prototip završen ne mora značiti da je on dobar i u skladu s potrebama i mogućnostima korisnika, zato je važno provesti testiranje kod što raznovrsnijih korisnika.

Prateći njihovo korištenje aplikacije možemo dobiti dobru ideju što im može biti problem, gdje se zagube, koji gumb im nije jasan što radi i sl.

Postupak dizajniranja i testiranja može se ponoviti onoliko puta koliko je potrebno da se uklone svi problemi. Tek tada dizajn može biti proslijeđen dalje timu programera koji će na temelju prototipa dizajnera izraditi krajnju aplikaciju.

Ni tu posao UI/UX dizajnera nije završen. Distribucija i prodaja aplikacije može također rezultirati nekim problemima i greškama koje se mogu događati a da do njih nije došlo prilikom testiranja. Objavljivanjem novih verzija aplikacije rješenja se mogu poboljšavati.

Posao UI/UX dizajnera opširan je i nimalo zanemariv. UI/UX dizajner uključen je u cijeli proces izrade krajnjeg proizvoda, od istraživanja, planiranja, skiciranja, prototipiranja pa i nakon distribucije proizvoda.

Literatura

- Adobe. n.d. *USER RESEARCH*. <https://xd.adobe.com/ideas/process/user-research/>. (25.5.2022.)
- Canziba, Elvis. 2018. *Hands-on ux design for developers: Design, prototype, and implement compelling user experiences form scratch*. Birmingham: Packt Publishing Ltd. (13.7.2022)
- Ezurra, Florencia. *Designing for brand integrity: how to integrate branding into UX*. 2022. <https://uxdesign.cc/designing-for-brand-integrity-how-to-integrate-branding-into-the-ux-process-295266e5b48e> (29.6.2023)
- Fleck, Renee. 2021. *UI design principles*. <https://dribbble.com/resources/ui-design-principles>. (15.7.2022)
- Laubheimer, Page. (2022.) *Taxonomy 101: Definition, Best Practices, and How It Complements Other IA Work*. Dover (Kent), <https://www.nngroup.com/articles/taxonomy-101/> (6. 6. 2023)
- Leksikografski zavod Miroslav Krleža <https://tehnika.lzmk.hr/graficki-dizajn/> (26.8.2022.)
- Murphy, Christopher. 2018. *A Comprehensive Guide To User Testing*. <https://www.smashingmagazine.com/2018/03/guide-user-testing/>. (19.8.2022)
- Romano, Jenna. 2021. *What is UX? A Glimpse into User Experience and the UX Design Process*. https://www.wix.com/blog/2021/07/what-is-ux-design/?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=13708482660^124757113592&experiment_id=^^530755701284^^_DSA&gclid=CjwKCAjwpKyYBhB7EiwAU2Hn2e6iS5LgZEWcXJI0J2qcgtQSlp7r86WtvrqIAjU6okl-V_TC3D7J6BoCXP8QAvD_BwE. (15.7.2022.)
- Yablonski, Jon. 2022. *Laws of UX*. <https://lawsuffix.com/en/>. (25.6.2022.)
- Yablonski, Jon. 2020. *Laws of UX: Using Psychology to Design Better Products & Services*. O'Reilly Media. (25.6.2022.)

Popis slika

Slika 1 Persona korisnika - Petra	5
Slika 2 Persona korisnika – Ivana.....	6
Slika 3 Persona korisnika - Andrej	6
Slika 4 Persona korisnika – Mario.....	7
Slika 5 Mapa aplikacije	8
Slika 6 Grafički prikaz opcija uporabe aplikacije.....	9
Slika 7 Logotip.....	10
Slika 8 Razvoj logotipa	11
Slika 9 Skalabilnost ikone logotipa	11
Slika 10 Varijacije logotipa.....	11
Slika 11 Varijacija logotipa.....	12
Slika 12 Paleta boja.....	12
Slika 13 Font	13
Slika 14 Skica aplikacije.....	14
Slika 15 Wireframe aplikacije	15
Slika 16 Wireframe aplikacije	15
Slika 17 Aplikacija za računalo.....	16
Slika 18 Aplikacija za računalo	17
Slika 19 Aplikacija za mobitel	17