

Elżbieta Sroka

Uniwersytet Pedagogiczny im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie
ORCID 0000-0001-8952-2187

Sylwia Żółkiewska, Małgorzata Rycharska,

Noemi Gryczko: *Biznes w świecie mobile.*

Jak zaprojektować, wykonać i wypromować aplikację mobilną,

Warszawa: Wydawnictwo Poltext 2018, 133 [3] s., il.

Wraz z postępowaniem technologicznym rozwijane są mobilne technologie, w ramach których powstaje coraz liczniejsza oferta aplikacji mobilnych, zarówno na system Android, jak i iOS. Obecnie powstają one nie tylko w dużych firmach, ale także w mniejszych, bowiem i one zauważają potencjał mobilnych technologii. Coraz częściej obserwuje się wykorzystywanie aplikacji mobilnych w instytucjach kultury, takich jak muzea¹, biblioteki².

Aby mogła powstać aplikacja mobilna, spełniająca oczekiwania i potrzeby klientów, potrzebna jest wiedza z zakresu powstawania i projektowania aplikacji mobilnych. A w takiej sytuacji trzeba poszukać odpowiedzi na wiele pytań: Jaką aplikację mobilną zaproponować użytkownikom, aby spełniała ich potrzeby? Jak przejść poszczególne etapy procesu projektowania aplikacji mobilnych? O jakich ważnych kwestiach nie należy zapominać, a także które z nich są warte rozważenia? Zagadnienia te zostały omówione w książce Sylwii Żółkiewskiej, Małgorzaty

1 Zob. też S. Żółkiewska, *Museums in your smarthphone – how the modern, mobile phone – drive society can access works of art*. Contemporary Lynx, 2018, [on-line:] <http://contemporarylynx.co.uk/art-in-your-pocket> – 11.09.2021; A. Piasecki, M. Socha, W. Górka, A. Jankowska, *OPENArt – a tool supporting education in the Field of Culture and Art*. „E-mentor” 2018, nr 5 (77), [on-line:] <http://www.e-mentor.edu.pl/arttykul/index/numer/77/id/1389> – 11.09.2021; G. Gmiterek, *Wykorzystanie aplikacji mobilnych w muzeach – przegląd i analiza polskich projektów*, „E-mentor” 2017, nr 2 (69), [on-line:] <http://www.e-mentor.edu.pl/arttykul/index/numer/69/id/1296> – 11.09.2021; I. Manczak, M. Bajak, K. Sanak-Kosmowska, *Muzealna aplikacja mobilna a udogodnienia dla osób niepełnosprawnych: przykład Wilanów Guide*, „Przegląd Prawno-Ekonomiczny” 2021, nr 2, s. 35–54, <https://doi.org/10.31743/ppe.11894>.

2 Zob. S. Skórka, *Aplikacja mobilna jako usługa biblioteki*, [w:] *Biblioteki bez użytkowników...? Diagnoza problemu, V Ogólnopolska Konferencja Naukowa, Supraśl, 14–16 września 2015*, red. H. Brzezińska-Stec, J. Żochowska, Białystok 2015, s. 357–373.

Rycharskiej oraz Noemi Gryczko *Biznes w świecie mobile. Jak zaprojektować, wykonać i wypromować aplikację mobilną* – nominowanej do nagrody Economicus 2018³. W publikacji autorki przekazują swoją wieloletnią wiedzę i doświadczenie z zakresu projektowania i tworzenia produktów mobilnych. Pierwsza z nich – Sylwia Żółkiewska to projektantka, entuzjastka nowych technologii, popularyzująca wiedzę w zakresie aplikacji mobilnych dla kultury, edukacji i biznesie⁴. Małgorzata Rycharska to z kolei ekspertka z dziedziny projektowania usług (e-usługi, gry, usługi społecznościowe), projektowania zorientowanego na użytkownika, praktyk *design thinking*, posiada wieloletnie doświadczenie w tworzeniu skutecznych modeli biznesowych, a także zarządzaniu projektami informatycznymi⁵. Natomiast Noemi Gryczko⁶ to menadżerka i doradczyni mająca wieloletnie doświadczenie w projektowaniu i wdrażaniu innowacyjnych produktów i usług z wykorzystaniem metody myślenia projektowego (*design thinking*).

Publikacja wydana przez wydawnictwo Poltext ma formę poradnikową z dużą liczbą przypisów do współczesnej literatury i najnowszych raportów. Brakuje jednak bibliografii na końcu książki. Autorki publikacji *Biznes w świecie mobile. Jak zaprojektować, wykonać i wypromować aplikację mobilną* wprowadzają czytelnika krok po kroku w cały proces powstawania, projektowania i wdrażania aplikacji mobilnej. Książka składa się z dziesięciu logicznie uporządkowanych rozdziałów oraz wstępu i zakończenia. Ponadto zawiera liczne grafiki i tabele porządkujące informacje.

We wstępie autorki określają zakres swojej publikacji. Informują czytelnika m.in. o możliwości poznania najnowszych trendów, technologii, metod oraz inspiracji w postaci sukcesów polskich i zagranicznych aplikacji i gier mobilnych, o kosztach i czasie trwania całego procesu związanego z projektowaniem aplikacji i gier mobilnych, a także o poznaniu praktycznych metod projektowania i tworzenia innowacyjnych usług opartych na technologii mobilnej oraz jej zarządzanie i rozwój.

W rozdziale pierwszym – *Biznes w świecie mobile* poruszono zagadnienie mobilnej rewolucji. Wraz z rozwojem nowych technologii i zmianami obyczajów klientów również w biznesie, niezależnie od branży, należy podjąć próbę zyskania na mobilnej rewolucji, proponując klientom i partnerom biznesowym nowe rozwiązania mobilne. W tym rozdziale przekazano również informacje o korzyściach, jakie można osiągnąć dzięki wprowadzeniu nowych rozwiązań, a wśród nich znalazły się m.in. poprawa doświadczenia klienta, pozyskanie nowych klientów, zwiększenie widoczności marki czy też narzędzie marketingowe.

W rozdziale drugim – *Magia mobilnego ekranu* przedstawiono badania ukazujące przywiązanie współczesnego człowieka do smartfona, wyjaśniono podstawową

3 Zob. *Economicus 2018: najlepsze ekonomiczno-biznesowe książki tego roku*, [on-line:] <https://forsal.pl/artykuly/1122954,economicus-2018-najlepsze-ekonomiczno-biznesowe-ksiazki-tego-roku.html> – 11.09.2021.

4 Więcej o Sylwii Żółkiewskiej, [on-line:] <http://zolkiewska.pl/o-mnie-informacje-wazne-osiagniecia/> – 11.09.2021.

5 *Pracowania Otwierania Kultury. Małgorzata Rycharska*, [on-line:] <https://otwartakultura.org/o-nas/wspolpracownicy-2/malgorzata-rycharska/> – 11.09.2021

6 *Noemi Gryczko*, [on-line:] <http://www.noemigryczko.com/> – 11.09.2021

cechę urządzeń mobilnych, a także poruszono zagadnienia rozszerzalności funkcji, dotykowego ekranu i sensorów ruchu. Następnie zaprezentowano podział aplikacji ze względu na różne kryteria, wskazując przykłady rozwiązań oraz najczęściej spotykane funkcjonalności w aplikacjach, najciekawsze trendy i technologie, które występują w aplikacjach mobilnych.

Rozdział trzeci – *Poznaj swoich użytkowników* prezentuje zagadnienia związane z użytkownikami i odbiorcami planowanej aplikacji mobilnej. W rozdziale ujęto temat wykorzystania platform i ich zasięgu (Android, iOS), badania użytkowników w zakresie używania mobilnych rozwiązań z innych krajów, m.in. Wielkiej Brytanii, USA, oraz w Polsce, a także informacje o preferencjach i przyzwyczajeniach osób korzystających z danej platformy. Poruszono również temat motywacji do pobierania aplikacji – wskazano czynniki, które mogą motywować użytkowników do ich instalowania i używania, decyzji o zakupie, ale i przyczynach ich odinstalowania. Scharakteryzowano także poszczególne grupy użytkowników aplikacji, takich jak milenialsi, pokolenie Z oraz seniorzy, a także zasygnalizowano temat czerpania wiedzy o użytkownikach, w tym z liczby pobrań, innych wskaźników np. czasu spędzonego w aplikacji.

Rozdział 4 – *Jak zaprojektować aplikację mobilną* to najdłuższy ze wszystkich w całej publikacji. Poruszono w nim temat elementów potrzebnych w celu przygotowania się do stworzenia dobrej koncepcji aplikacji mobilnej, zaakcentowano również, czego należy się wystrzegać na tym etapie prac. Następnie uwagę poświęcono metodom, które mogą ułatwić pracę zarówno podczas wymyślania dobrej koncepcji, proponując myślenie projektowe (*design thinking*), jak i planowania procesu tworzenia koncepcji – z przykładowym podziałem pracy na dany czas, potrzebne zasoby. Kolejno skoncentrowano się na zagadnieniu procesu projektowania krok po kroku, a w jego obrębie wyjaśniono gromadzenie danych i inspiracji, poznanie odbiorców, zrozumienie potrzeb, wykreowanie wartości, generowanie pomysłów, tworzenie szybkich prototypów i ich testowanie. W ramach tych zagadnień poświęcono uwagę technikom i metodom, które mogą być pomocne podczas projektowania, np. persony, mapa empatii, Value Proposition Canvas, macierz wysiłku i wpływu, prototypy. Dodatkowo w rozdziale wskazano różnice między aplikacją mobilną, responsywną stroną a aplikacją hybrydową, aby podkreślić, że w zależności od potrzeb można wybrać odpowiednie rozwiązanie. Na koniec rozdziału poświęcono uwagę zasadom dotyczącym mobilnego UX oraz projektowania uniwersalnego, a także efektem pracy nad koncepcją produktu.

W rozdziale piątym – *Sukces aplikacji i modele biznesowe* skupiono się na tym, czym jest sukces aplikacji mobilnej i kiedy aplikacja go odnosi. Jest to zależne od założonych celów aplikacji, które zostały wskazane. Ponadto omówiono wskaźniki sukcesu aplikacji, wśród których znalazły się mierniki aktywności, oraz poruszono zagadnienia związane z porażką aplikacji. Umieszczono także tematy dotyczące sposobów zarabiania na aplikacji mobilnej oraz przykłady modeli biznesowych.

W rozdziale szóstym – *Tworzenie aplikacji mobilnej* poruszono szereg zagadnień organizacyjnych związanych z tworzeniem i pracą nad aplikacją. Omówiono możliwości wykonania aplikacji pod kątem technicznym, a wśród nich zlecenie tworzenia

aplikacji wyspecjalizowanej w tym zakresie firmie, współpracę z freelancerami, model mieszany, samodzielne wykonanie aplikacji. Wskazano również: sposoby organizacji zespołu (podejście tradycyjne i metodyki zwinne), zakres projektu (MVP – *minimum viable product*, pełna wersja produktu), koszty wykonania aplikacji (w tym elementy najbardziej wpływające na cenę), harmonogram projektu, porady na temat kompletowania zespołu pracującego nad projektem, przebiegu pracy i jej produktów (m.in. prace programistyczne, grafika i multimedia), kwestie prawne oraz najczęstsze problemy dotyczące projektów informatycznych (przyczyny i możliwe działania zaradcze).

Rozdział siódmy – *Aplikacja bez programowania – metody i narzędzia* poświęcono zaprezentowaniu tematyki tworzenia aplikacji bez umiejętności programowania, wskazano serwisy służące do samodzielnego tworzenia aplikacji i gier, omawiając zarówno ich koszty, jak również plusy i minusy danego rozwiązania. Dodatkowo opisano inne pomocne narzędzia i programy przydatne podczas pracy nad projektem, np. aplikacje do zarządzania projektem, otwarte zasoby.

W rozdziale ósmym – *Publikacja aplikacji* objaśniono, jak krok po kroku opublikować aplikację lub grę mobilną, przedstawiono sposób tworzenia konta developer-skiego, elementy potrzebne do publikacji w wybranym sklepie (m.in. App Store, Google Play) oraz jak wygląda proces recenzji aplikacji. Dodatkowo zwrócono uwagę na prawa autorskie i politykę prywatności w zakresie publikacji i użytkowania aplikacji.

W rozdziale dziewiątym – *Promocja aplikacji* poświęcono uwagę na omówienie marketingu aplikacji mobilnej, zaprezentowano zagadnienie lejka marketingowego, strategii wejścia na rynek, wybrane metody i narzędzia, które mogą wypromować aplikację lub grę mobilną, płatne kampanie i narzędzia oraz planowanie kampanii aplikacji w danych okresach (m.in. przed premierą, w dniu premiery).

Rozdział dziesiąty, ostatni – *Koniec, czyli początek zarządzania produktem mobilnym* zawiera wyjaśnienia, na czym należy się skupić tuż po opublikowaniu aplikacji. Uwzględniono w tym rolę Mobile Product Managera (menadżer produktu mobilnego), który odpowiada za rozwój aplikacji oraz budowanie relacji z klientem. Aby skutecznie zarządzać produktem, wskazano m.in. możliwość śledzenia różnego rodzaju statystyk, sposoby komunikacji z klientem (np. formularz kontaktowy) oraz stworzenie planu działania związanego z rozwojem aplikacji.

W zakończeniu autorki wyrażają nadzieję, że książka będzie pomocna w rozwijaniu potencjału aplikacji mobilnych i tworzeniu nowych produktów mobilnych.

Recenzowana publikacja jest wartościową i ważną na rynku książką z zakresu projektowania produktów mobilnych. Prezentuje rzetelną wiedzę, uwzględniając różne drogi rozwiązywania problemów pojawiających się podczas projektowania aplikacji mobilnej. Materiał zgromadzony w publikacji może służyć szerokiemu gronu czytelników, w tym przedsiębiorcom, specjalistom pracującym nad projektami usług i produktów mobilnych zarówno w zakresie UX, jak i architektury informacji, marketingu, kierowania projektem. Ponadto książka może również stanowić kompendium wiedzy dla specjalistów kształcących się w zakresie projektowania i wdrażania aplikacji lub gry mobilnej.

Bibliografia

- Economicus 2018: najlepsze ekonomiczno-biznesowe książki tego roku*, [on-line:] <https://forsal.pl/artykuly/1122954,economicus-2018-najlepsze-ekonomiczno-biznesowe-ksiazki-tego-roku.html> – 11.09.2021.
- Gmiterek G., *Wykorzystanie aplikacji mobilnych w muzeach – przegląd i analiza polskich projektów*, „E-mentor” 2017, nr 2 (69), [on-line:] <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/69/id/1296> – 11.09.2021.
- Manczak I., Bajak M., Sanak-Kosmowska K., *Muzealna aplikacja mobilna a udogodnienia dla osób niepełnosprawnych: przykład Wilanów Guide*, „Przegląd Prawno-Ekonomiczny” 2021, nr 2, s. 35–54. <https://doi.org/10.31743/ppe.11894>.
- Noemi Gryczko, [w:] <http://www.noemigryczko.com/> – 11.09.2021.
- Piasecki A., Socha M., Górka W., Jankowska A., *OPENArt – a tool supporting education in the Field of Culture and Art*. „E-mentor” 2018, nr 5 (77), [on-line:] <http://www.e-mentor.edu.pl/artukul/index/numer/77/id/1389> – 11.09.2021.
- Pracowania Otwierania Kultury. Małgorzata Rycharska, [on-line:] <https://otwartakultura.org/o-nas/wspolpracownicy-2/malgorzata-rycharska/> – 11.09.2021
- Skórka S., *Aplikacja mobilna jako usługa biblioteki*, [w:] *Biblioteki bez użytkowników...? Diagnoza problemu, V Ogólnopolska Konferencja Naukowa, Supraśl, 14–16 września 2015*, red. H. Brzezińska-Stec, J. Żochowska, Białystok 2015, s. 357–373.
- Sylwia Żółkiewska, [on-line:] <http://zolkiewska.pl/o-mnie-informacje-wazne-osiagniecia/> – 11.09.2021.
- Żółkiewska S., *Museums in your smarthphone – how the modern, mobile phone – drive society can access works of art*, Contemporary Lynx 2018, [on-line:] <http://contemporarylynx.co.uk/art-in-your-pocket> – 11.09.2021.