



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ  
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

Πτυχιακή Εργασία  
Γραφιστικός σχεδιασμός της επωνυμίας  
και της ψηφιακής εφαρμογής για κινητό «UniStudents».

Συγγραφέας:  
Διγενακη Μαρια

A.M.:  
18674194

Επιβλεπουσα:  
Δρ. Σοφία Μυτιληναίου  
Ακαδημαϊκός Υπότροφος - Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής

ΑΘΗΝΑ ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2022



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ  
UNIVERSITY OF WEST ATTICA

Diploma Thesis

Graphic redesign of the "UniStudents" brand  
and digital mobile application.

Author:

**Digenaki Maria**

Registration Number:

**18674194**

Supervisor:

**Sofia Mytilinaiou**

ATHENS SEPTEMBER 2022



Γραφιστικός σχεδιασμός της επωνυμίας  
και της ψηφιακής εφαρμογής για κινητό «UniStudents».

**Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής συμπεριλαμβανομένου και του Εισηγητή**

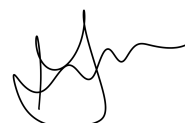
Η πτυχιακή/διπλωματική εργασία εξετάστηκε επιτυχώς  
από την κάτωθι Εξεταστική Επιτροπή:

A/a	ΟΝΟΜΑ ΕΠΩΝΥΜΟ	ΒΑΘΜΙΔΑ/ΙΔΙΟΤΗΤΑ	ΨΗΦΙΑΚΗ ΥΠΟΓΡΑΦΗ
	Δρ. Σοφία Μυτιληναίου	Ακαδημαϊκός Υπότροφος Πανεπιστημίου	
	Δρ. Ρωσσέτος Μετζητάκος	Επίκουρος Καθηγητής Πανεπιστημίου	
	Δρ. Ευάγγελος Χατζηθεοδώρου	Αναπληρωτής Καθηγητής Πανεπιστημίου	

## Δήλωση Συγγραφέα Πτυχιακής Εργασίας

Η κάτωθι υπογεγραμμένη Διγενάκη Μαρία του Ευθυμίου με αριθμό μητρώου 18674194 φοιτήτρια του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής της Σχολής Εφαρμοσμένων Τεχνών και Πολιτισμού του Τμήματος Γραφιστικής και Οπτικής Επικοινωνίας, δηλώνω υπεύθυνα ότι: «Είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην εργασία. Επίσης, οι όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε ακριβώς είτε παραφρασμένες, αναφέρονται στο σύνολό τους, με πλήρη αναφορά στους συγγραφείς, τον εκδοτικό οίκο ή το περιοδικό, συμπεριλαμβανομένων και των πηγών που ενδεχομένως χρησιμοποιήθηκαν από το διαδίκτυο. Επίσης, βεβαιώνω ότι αυτή η εργασία έχει συγγραφεί από μένα αποκλειστικά και αποτελεί προϊόν πνευματικής ιδιοκτησίας τόσο δικής μου, όσο και του Ιδρύματος. Παράβαση της ανωτέρω ακαδημαϊκής μου ευθύνης αποτελεί ουσιώδη λόγο για την ανάκληση του πτυχίου μου».

Η Δηλούσα:  
Διγενάκη Μαρία



## Ευχαριστίες

Πρωτίστως αισθάνομαι την ανάγκη να επισημάνω την ατελείωτη ευγνωμοσύνη μου στην μητέρα μου την Αντωνία, για την υποστήριξη της σε κάθε μου επιλογή, για την αγάπη της και για τον συνεχή αγώνα της για όλα όσα μου έχει προσφέρει.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες εκφράζω στην ομάδα του UniStudents και ειδικά στον ιδρυτή του, τον Νίκο Σκλαβούνο, για την ευκαιρία που μου έδωσαν να γίνω μέλος της ομάδας αυτής, για τις πολύτιμες γνώσεις, τα ερεθίσματα και την στήριξη που μου πρόσφεραν και συνεχίζουν να μου προσφέρουν κατά την συνεργασία μας. Κάθε μέλος της ομάδας, ο καθένας με την ξεχωριστή ιδιότητα του και με τον δικό του τρόπο βοήθησε για την περάτωση της εργασίας αυτής.

Σε αυτό το σημείο, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά και για ακόμα μια φορά την επιβλέπουσα καθηγήτρια μου Δρ. Σοφία Μυτιληναίου για την καθοδήγηση, τα κίνητρα, την αφιέρωση πολύτιμου χρόνου, την μεγάλη στήριξη και εμπιστοσύνη που μου έδειξε ώστε να ολοκληρωθεί η εργασία αυτή.

Τέλος, θέλω να ευχαριστήσω όλους τους καθηγητές της σχολής μου, που μου πρόσφεραν ερεθίσματα, χρόνο και γνώσεις όλα αυτά τα χρόνια για να φτάσω στο σημείο που βρίσκομαι σήμερα ώστε να ολοκληρωθεί η εργασία αυτή.

# Περιεχόμενα

<b>Περίληψη</b>	<b>7</b>
<b>1. Εισαγωγή</b>	<b>8</b>
<b>2. User Flow</b>	<b>9</b>
2.1. Τι είναι User Flow;	9
2.2. Πως δημιουργείται το User Flow;	10
2.3. Τα βήματα για την δημιουργία User Flow	11
2.4. Τα οφέλη του User Flow	12
2.5. Πλοήγηση και User Flow	13
2.6. Τα είδη των UX Flows	14
<b>3. User Journey</b>	<b>15</b>
3.1. Τι είναι το User Journey;	15
3.2. Γιατί χρειάζονται τα User Journey;	16
3.3. Τα χαρακτηριστικά του User Journey	16
3.4. Τα είδη των User Journey	17
3.5. Τα βήματα για την δημιουργία User Journey:	18
3.6. Άλλοι μέθοδοι χαρτογράφησης UX (Ux Mapping)	20
<b>4. Η εμπειρία χρήστη της εφαρμογής UniStudents</b>	<b>22</b>
4.1. Τι είναι το UniStudents;	22
4.2. Το User Flow της Εφαρμογής	23
4.3. Προβλήματα που επιλύθηκαν με το User Flow	28
4.4. Το User Journey της Εφαρμογής	29
4.5. Το Πρώτο User Journey	29
<b>5. Συμπεράσματα</b>	<b>35</b>
<b>6. Βιβλιογραφία</b>	<b>36</b>

## Περίληψη

Η πτυχιακή μου αφορά τον γραφιστικό επανασχεδιασμό της επωνυμίας και της ψηφιακής εφαρμογής για κινητό "UniStudents". Σε αυτήν την θεωρητική εργασία παρουσιάζονται οι διαδικασίες που πρέπει να διεξαχθούν, για να δημιουργηθούν τα θεμέλια, ώστε να υλοποιηθεί μια άρτια εμπειρία χρήστη σε μια εφαρμογή. Πιο συγκεκριμένα, παρουσιάζονται τα είδη των UX Flows, οι μέθοδοι χαρτογράφησης UX, εμβαθύνοντας στο User Flow και στο User Journey. Τέλος παρουσιάζονται οι τεχνικές αυτές στην πράξη, πως εκτελέστηκαν και τι ωφέλει πρόσφεραν ώστε να υλοποιηθεί ο σχεδιασμός της εφαρμογής.

## Abstract

My thesis is about the graphic redesign of the brand and the digital mobile application "UniStudents". In this theoretical paper, I present the processes that need to be carried out to create the foundation to implement a seamless user experience in an application. In particular, the types of UX Flows, UX mapping methods are presented, delving into User Flow and User Journey. Finally, these techniques are presented in practice, how they were executed and what benefits they offered to implement the design of the application.

## 1. Εισαγωγή

Η εταιρεία UniStudents αποτελεί μία start up επιχείρηση που έχει ως αποστολή να παρέχει σε φοιτητές εξαιρετικά εργαλεία, ώστε να πετύχουν. Απευθύνεται αποκλειστικά σε φοιτητές με όραμα να βοηθήσει κάθε έναν από αυτούς να πετύχει τους ακαδημαϊκούς και επαγγελματικούς του στόχους. Το μέσο για να πετύχει αυτούς τους στόχους, είναι μία εφαρμογή. Μια εφαρμογή που βγήκε στην αγορά το 2020 και μέχρι και σήμερα συνεχίζει να αναπτύσσεται και να προστίθενται νέες υπηρεσίες και λειτουργίες που μπορούν να βοηθήσουν τους φοιτητές. Η εφαρμογή ξεκίνησε ως ένα φοιτητικό project που δημιουργήθηκε αρχικά εξ ολοκλήρου από προγραμματιστές. Επομένως την εταιρική ταυτότητα και τον σχεδιασμό της εφαρμογής δεν τον είχε αναλάβει κάποιος γραφίστας.

Στόχος της πτυχιακής μου εργασίας είναι ο γραφιστικός επανασχεδιασμός της επωνυμίας και της ψηφιακής εφαρμογής για κινητό "UniStudents". Στο θεωρητικό μέρος της εργασίας, αρχικά θα ερευνήσω και θα αναλύσω τις μεθόδους χαρτογράφησης User Experience - UX (Εμπειρία χρήστη) και θα εμβαθύνω στο User Flow και στο User Journey. Έπειτα θα καταγράψω πως αυτοί οι μέθοδοι χαρτογράφησης με βοήθησαν και πως τις χρησιμοποιούμε από τα αρχικά στάδια σχεδιασμού της εφαρμογής, μέχρι την υλοποίηση της.



## 2. User Flow

### 2.1. Τι είναι User Flow;

Το User Flow είναι ένας χάρτης, με τον όρο «Flow» (ροή) να περιγράφει την κίνηση. Όταν αναπτύσσεται μια ιστοσελίδα ή μια εφαρμογή πρέπει να λαμβάνεται υπόψη η διαδρομή που θα χρησιμοποιήσουν οι χρήστες ώστε να πλοηγηθούν σε αυτή. Πρέπει να δημιουργηθεί το User Flow, ο χάρτης όπου θα δείχνει από το πού ξεκινά ένας χρήστης σε μια εφαρμογή και τις διαδρομές που θα ακολουθήσει μέσα από διαφορετικές λειτουργίες και οθόνες μέχρι να ολοκληρώσει έναν στόχο. Ουσιαστικά, περιγράφει τα βήματα που κάνει ο χρήστης για να πετύχει ένα επιθυμητό αποτέλεσμα, όπως την πραγματοποίηση μιας αγοράς ή την υποβολή μιας φόρμας.

Ο καλύτερος τρόπος για να περιγραφεί ένα User Flow είναι με ένα παράδειγμα. Ένα τυπικό παράδειγμα αγοράς σε ιστοσελίδα ηλεκτρονικού εμπορίου θα είχε ως εξής:

- Ο χρήστης ξεκινά από την αρχική σελίδα.
- Έπειτα επιλέγει μια κατηγορία προϊόντων.
- Επιλέγει ένα συγκεκριμένο προϊόν και μεταφέρετε στη σελίδα με τις λεπτομέρειες του προϊόντος.
- Προσθέτει το αντικείμενο στο καλάθι και μεταβαίνει στη σελίδα του καλαθιού.
- Από τη σελίδα του καλαθιού, ο χρήστης πλοηγείται στην σελίδα πληρωμής και ολοκλήρωσης αγοράς.
- Τέλος, την ολοκληρώνει και βλέπει την σελίδα επιβεβαίωσης της αγοράς του.

Το παραπάνω είναι ένα πολύ απλό παράδειγμα. Στην πραγματικότητα, οι χρήστες μπορούν να ακολουθήσουν πολλές διαφορετικές διαδρομές για να ολοκληρώσουν μια αγορά. Δηλαδή, στο User Flow που αναφέρθηκε, ο χρήστης μπορεί να

επιστρέφει στη σελίδα της κατηγορίας για να δει περισσότερα προϊόντα αντί να μεταβεί απευθείας στο καλάθι αγορών.

Ουσιαστικά ο κύριος σκοπός της δημιουργίας User Flow είναι να προσδιορίσει τις κύριες διαδρομές των χρηστών μέσω μιας εφαρμογής ή ιστοσελίδας που αναπτύσσεται, πως οι χρήστες αλληλεπιδρούν με αυτές και τις οθόνες τους, ώστε να εντοπιστούν σημεία όπου μπορεί να βελτιωθεί η πλοήγηση. Επίσης το User Flow δεν είναι μόνο επωφελής για τον UX designer, αλλά για όλη την ομάδα που εργάζεται για την υλοποίηση ενός προϊόντος. Όταν η εφαρμογή φτάσει στο σημείο να εξελιχθεί από τους προγραμματιστές, οι τίτλοι στις οθόνες και οι περιγραφές στο τι συμβαίνει σε κάθε βήμα είναι πολύ χρήσιμες πληροφορίες ώστε να υπάρχει σωστή επικοινωνία με αυτούς.

## 2.2. Πως δημιουργείται το User Flow;

Οι στόχοι που έχουν οι χρήστες όταν χρησιμοποιούν ένα προϊόν είναι το κύριο στοιχείο που πρέπει να λαμβάνεται υπόψη κατά τον σχεδιασμό του User Flow. Η διαδικασία σχεδιασμού ξεκινά με την κατανόηση των στόχων, των επιθυμιών και των αναγκών του χρήστη. Όταν ολοκληρωθεί αυτή η μελέτη, βοηθάει την ομάδα σχεδιασμού να δημιουργήσει ένα User Flow που θα καλύψει αυτές τις ανάγκες.

Μερικά από τα πιο σημαντικά ερωτήματα που βοηθούν στην ανάπτυξη ενός καλού User Flow είναι τα παρακάτω:

- Τι προσπαθεί να πετύχει ο χρήστης;
- Τι πληροφορίες χρειάζεται ο χρήστης για να το κάνει;
- Ποια εμπόδια μπορεί να αντιμετωπίσει ο χρήστης ώστε να επιτύχει έναν στόχο;

Για να απαντηθούν αυτές οι ερωτήσεις, πρέπει ιδανικά να προηγηθεί user research - έρευνα χρηστών. Όπου είναι μια σειρά συνεντεύξεων με υπάρχοντες ή πιθανούς χρήστες όπου θα απαντήσουν σε αυτά τα ερωτήματα.

Τα θεμέλια για τον σχεδιασμό εξαιρετικών User Flow είναι η παρουσίαση των σωστών πληροφοριών τη σωστή στιγμή, ελαχιστοποιώντας παράλληλα τις δυσκολίες στην πλοήγηση. Σκοπός είναι με τις λιγότερες πληροφορίες και με τα λιγότερα κλικ ο χρήστης να ολοκληρώσει τον στόχο του. Η εφαρμογή ή η ιστοσελίδα είναι πιο πιθανό να ελκύσει τους χρήστες όταν παρέχει τις πληροφορίες που χρειάζονται όταν τις χρειάζονται.

### 2.3. Τα βήματα για την δημιουργία User Flow

#### 1. Δημιουργία διαγραμμάτων ροής

Το διάγραμμα ροής (ή αλλιώς flowchart) είναι ένα διάγραμμα των κινήσεων/βημάτων των ενεργειών των χρηστών. Αυτό το διάγραμμα είναι ο σκελετός του User Flow. Πρέπει να περιλαμβάνει όλες τις πιθανές αποφάσεις του χρήστη όσο χρησιμοποιεί την εφαρμογή ή την ιστοσελίδα. Όσο αναπτύσσεται το flowchart, συμπεριλαμβάνεται και η λογική του συστήματος του προϊόντος και το πως αυτό αλληλεπιδρά.

#### 2. Οπτικοποίηση της ροής

Εάν υπάρχει ήδη η εφαρμογή ή η ιστοσελίδα, πρέπει να δημιουργηθούν συνδέσεις, δηλαδή η πορεία πλοήγησης, μεταξύ των οθονών τους σε ένα εργαλείο όπως το Adobe XD ή το Figma, ώστε να οπτικοποιηθεί το flowchart. Εάν είναι υπό ανάπτυξη ένα νέο προϊόν, ακολουθεί η σχεδίαση απλών σκίτσων - wireframes και η σύνδεση τους μετέπειτα.

#### 3. Λύση των προβλημάτων

Όταν εμφανίζεται ένα πρόβλημα σε ένα συγκεκριμένο μέρος του User Flow, θα πρέπει να βρεθεί η λύση του. Στην περίπτωση που υπάρχουν πολλές

διαφορετικές λύσεις, και αναζητείται για το ποιά είναι η ιδανικότερη μπορεί να χρησιμοποιηθεί η μέθοδος του A/B testing. Το A/B testing (ή αλλιώς split testing ή bucket testing) είναι η διαδικασία/πείραμα σύγκρισης μεταξύ δύο ή περισσότερων σελίδων ή οθονών ώστε να καταλήξουμε στο ποια έχει το καλύτερο αποτέλεσμα. Αφού ολοκληρωθούν τα παραπάνω βήματα, δημιουργείται ένα δείγμα από το τελικό User Flow. Αυτό διότι το User Flow πρέπει να ξαναδημιουργηθεί και να γίνει αυτή η διαδικασία πολλαπλές φορές ώστε να ολοκληρωθεί και να υπάρξει το ιδανικότερο αποτέλεσμα. Όσο αναπτύσσεται ένα προϊόν, συνήθως προκύπτουν πολλές αλλαγές στις λειτουργίες του, μπορεί να προστεθούν ή να αφαιρεθούν στοιχεία, επομένως το User Flow συνεχώς πρέπει να ανανεώνεται.

## 2.4. Τα οφέλη του User Flow

### Εξοικονόμηση χρόνου

Είναι πολύ πιο απλό να μεταβληθεί μία ιδέα από το να επανασχεδιαστεί από την αρχή ένα “ολοκληρωμένο” προϊόν. Με την δημιουργία User Flow διακρίνεται γιατί μία διαδρομή μπορεί να μην είναι λειτουργική. Ουσιαστικά βοηθάει ώστε τα προβλήματα να εντοπιστούν και να αποφευχθούν εξαρχής, χωρίς να χρειαστεί να αλλάξει το UX και το UI ενώ έχουν προχωρήσει.

### Βοηθάει στην επικοινωνία της δημιουργικής ομάδας

Μέσα σε μία ομάδα, το κάθε άτομο έχει διαφορετικές απόψεις και γνώσεις όταν πρόκειται για την ανάπτυξη ενός προϊόντος. Ένας προγραμματιστής βλέπει με διαφορετικό τρόπο την πορεία δημιουργίας του από ότι ένας γραφίστας, και το αντίστροφο. Με την δημιουργία User Flow διασφαλίζεται και επικοινωνείτε εγκαίρως το πως πρέπει να προχωρήσουν και να συνεργαστούν.

## 2.5. Πλοήγηση και User Flow

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η δημιουργία User Flow είναι μια διαδικασία που θα πρέπει να ξεκινήσει νωρίς στη φάση του σχεδιασμού, καθώς περιγράφει τις συνδέσεις μεταξύ διαφορετικών περιοχών περιεχομένου και βοηθά στην οργάνωση του περιεχομένου και των μηνυμάτων. Τέσσερις βασικές μέθοδοι πλοήγησης χρησιμοποιούνται στα πολυμέσα, συχνά σε συνδυασμό:

### Γραμμική

Ο χρήστης κινείται σειριακά, από ένα καρτέ ή πληροφορίες σε ένα άλλο.

### Ιεραρχική

Ο χρήστης κινείται στα κλαδιά της δομής ενός δέντρου, που παίρνει σχήμα από τη φυσική λογική των περιεχομένων.

### Μη γραμμική

Ο χρήστης περιηγείται ελεύθερα μέσω των περιεχομένων του έργου, μη δεσμευμένος από προκαθορισμένες διαδρομές.

### Η Σύνθετη

Ο χρήστης μπορεί να περιηγηθεί ελεύθερα, μη γραμμικά, αλλά περιστασιακά περιορίζεται σε γραμμικές παρουσιάσεις ταινιών ή κρίσιμων πληροφοριών.

Μέρος της διεπαφής χρήστη είναι τα μέσα που παρέχονται στον χρήστη για πλοήγηση από το ένα μέρος του προϊόντος στο άλλο. Η επιτυχία ενός περιβάλλοντος εξαρτάται όχι μόνο από τη συνολική σχεδίαση και τα γραφικά του, αλλά και από λεπτομέρειες όπως η τοποθέτηση διαδραστικών κουμπιών ή αγκυρώσεων σε σχέση με την τρέχουσα δραστηριότητα του χρήστη. Ένα καλό περιβάλλον χρήστη είναι κρίσιμο για τη συνολική επιτυχία ενός προϊόντος.

## 2.6. Τα είδη των UX Flows

Τα Ux Flows ή Flow Charts μπορούν να χρησιμοποιηθούν κατά την διαδικασία δημιουργίας και σχεδίασης οποιασδήποτε εφαρμογής ή ιστοσελίδες, αλλά ορισμένοι τύποι Ux Flows είναι πιο χρήσιμοι από άλλους. Παρακάτω αναφέρονται ορισμένα είδη Ux Flows και πότε πρέπει να χρησιμοποιούνται.

### Task Flows

Τα Task Flows περιγράφουν τις ενέργειες και την πλοήγηση των χρηστών όταν θέλουν να ολοκληρώνουν συγκεκριμένες ενέργειες. Κυρίως περιγράφουν μόνο μία διαδρομή και όχι πολλαπλές. Χρησιμοποιείται όταν μελετάτε μια διαδρομή όπου όλοι οι χρήστες θα την ακολουθήσουν με ακριβώς τον ίδιο τρόπο, παίρνοντας τις ίδιες αποφάσεις και κάνοντας τις ίδιες ενέργειες. Το χαρακτηριστικό ενός Task Flow είναι ότι είναι συνήθως σύντομο, γραμμικό και δεν λαμβάνονται υπόψη οι δυσκολίες που μπορεί να αντιμετωπίσουν οι χρήστες καθώς υποτίθεται ότι όλοι μοιράζονται τον ίδιο στόχο.

### Wire Flows

Τα Wire Flows είναι μια οπτική αναπαράσταση των οθονών και των ενεργειών που ακολουθεί ο χρήστης για να ολοκληρώσει συγκεκριμένους στόχους. Ουσιαστικά είναι ένας συνδυασμός από wireframes και flowcharts. Τα wireframes οπτικοποιούν με τον απλούστερο τρόπο τον σχεδιασμό που θα έχει το προϊόν σε κάθε σελίδα και τον τρόπο που συνδέονται μεταξύ τους. Επομένως είναι το επόμενο βήμα μετά τα User Flows, που αντί για μια σειρά με απλά σχήματα και πληροφορίες, αναπαριστούν πιο ρεαλιστικά την εμπειρία του χρήστη καθώς πλοηγείται σε μια εφαρμογή ή μια ιστοσελίδα. Τα Wire Flows είναι ιδιαίτερα χρήσιμα για τον σχεδιασμό εφαρμογών για κινητές συσκευές, λόγω του μικρού μεγέθους οθόνης τους.

### Screen Flows

Τα Screen Flows αποτελούνται από τις τελικές οθόνες της ολοκληρωμένης εφαρμογής. Έχουν εξαιρετική λεπτομέρεια ώστε να αντιπροσωπεύουν το

πραγματικό μέγεθος και την εικόνα του μελλοντικού και ολοκληρωμένου προϊόντος. Με αυτήν την μέθοδο τόσο οι χρήστες όσο και τα μέλη της ομάδας σχεδιασμού μελετάνε το μέγεθος και την πολυπλοκότητα του προϊόντος ώστε να διορθώσουν και να βελτιώσουν όχι μόνο την εμπειρία του χρήστη (User Experience) αλλά και την διεπαφή του (User Interface).

### 3. User Journey

#### 3.1. Τι είναι το User Journey;

Το User Journey (ή αλλιώς user journey map - ταξιδιωτικός χάρτης του χρήστη) παρουσιάζει μια οπτική αναπαράσταση της εμπειρίας του χρήστη. Αυτή η αναπαράσταση μπορεί να καλύπτει ολόκληρη τη σχέση του χρήστη με μία εταιρία ή να επικεντρώνεται σε μια συγκεκριμένη εμπειρία που μπορεί να έχει όταν αλληλεπιδρά με μια εφαρμογή ή μια ιστοσελίδα. Είναι μια απεικόνιση της σχέσης ενός χρήστη με ένα προϊόν με την πάροδο του χρόνου και σε διαφορετικά στάδια. Αυτό το χρήσιμο εργαλείο βοηθάει στο να γίνουν κατανοητές όλες οι ανάγκες των χρηστών και των προβληματικών σημείων που μπορεί να προκύψουν στην πλοήγηση τους. Συνοπτικά, βοηθά την δημιουργική ομάδα να κατανοήσει καλύτερα όλα τα στάδια που περνούν οι χρήστες όταν αλληλεπιδρούν με το προϊόν τους.

Σε αντίθεση με το User Flow, το User Journey δεν εστιάζει αποκλειστικά σε μεμονωμένες καταστάσεις και στην πλοήγηση του χρήστη. Έχουν πολλές περισσότερες πληροφορίες, όπως τα συναισθήματα, τις σκέψεις των χρηστών κ.λ.π.

### 3.2. Γιατί χρειάζονται τα User Journey;

Οι κύριοι στόχοι ενός UX Designer είναι να δημιουργήσει ένα προϊόν που να είναι λειτουργικό και ευχάριστο στη χρήση. Δημιουργώντας ένα User Journey, μπαίνει στην διαδικασία να δει το προϊόν του από την οπτική γωνία ενός χρήστη. Μέσω του User Journey αντιμετωπίζεται το προϊόν με επίκεντρο τον χρήστη. Είναι μια διαδικασία ανάλυσης για το τι σκέφτονται και αισθάνονται οι χρήστες όταν χρησιμοποιούν το προϊόν, τι προσπαθούν να πετύχουν και τα εμπόδια που μπορεί να συναντήσουν στην πλοήγηση. Εκτός αυτού, το User Journey δημιουργεί ένα κοινό όραμα για την ομάδα. Μπορεί να χρησιμεύσει ως σημείο αναφοράς για διαφορετικά μέλη της ομάδας και ενδιαφερόμενους καθ' όλη τη διαδικασία ανάπτυξης του προϊόντος. Τέλος, μπορούν να αποκαλύψουν τυφλά σημεία. Όταν χαρτογραφείται το πώς αλληλεπιδρούν οι χρήστες με το προϊόν και πώς αισθάνονται ενώ το κάνουν μπορεί να εμφανιστούν προβλήματα στο σχεδιασμό ή νέες ιδέες που δεν υπήρχαν πριν.

### 3.3. Τα χαρακτηριστικά του User Journey

Υπάρχουν πολλά διαφορετικά είδη User Journey και το κάθε ένα προσαρμόζεται ανάλογα με την εταιρία, το προϊόν και τους χρήστες της. Όμως τα περισσότερα από αυτά έχουν κάποια κοινά σημεία.

1. Ο User Persona, ποιο είναι το target group που πρέπει να μελετηθεί;
2. Ο Σκοπός / Το σενάριο αλληλεπίδρασης (Scope / Scenario of interaction), ποια αλληλεπίδραση πρέπει να χαρτογραφηθεί, είναι πραγματική ή αναμενόμενη;
3. Τα σημεία αιχμής (Touchpoints), πότε αλληλεπιδρά ο χρήστης με το προϊόν και γιατί;
4. Τα στάδια του ταξιδιού, ποιά είναι τα σημαντικότερα στάδια πλοήγησες του χρήστη;



5. Συναισθήματα και σκέψεις, ποιά είναι η συναισθηματική κατάσταση του χρήστη καθώς πλοηγείται; Τι σκέφτεται σε κάθε στάδιο;
6. Ευκαιρίες, πού μπορεί να βελτιωθεί το UX και να κερδίσει τον χρήστη με πιο αποτελεσματικό τρόπο;
7. Ομάδα, ποιός θα αναλάβει τις αλλαγές που θα προκύψουν;

### 3.4. Τα είδη των User Journey

Όπως προαναφέραμε, το κάθε User Journey είναι ξεχωριστό, όμως υπάρχουν μερικά κύρια είδη.

#### UX Journey Map

Ένας UX χάρτης εστιάζει στην εμπειρία του χρήστη ενός συγκεκριμένου προϊόντος, όπως μιας εφαρμογής ή ιστοσελίδας. Με αυτά τα είδη User Journey, αναλύονται και ερευνώνται οι πληροφορίες για το πώς αλληλεπιδρά ένας χρήστης με το λογισμικό και τι μπορεί να του φανεί χρήσιμο ή απογοητευτικό. Με αποτέλεσμα να βοηθά τους δημιουργούς του προϊόντος να το σχεδιάσουν ώστε να είναι πιο απλό και εύκολο στη χρήση.

#### Sales Journey Map

Ένας χάρτης πωλήσεων περιέχει το ταξίδι του χρήστη στα τυπικά του στάδια ως αγοραστής: ενημέρωση, σκέψη και απόφαση. Οι ομάδες μάρκετινγκ χρησιμοποιούν αυτούς τους χάρτες για να αξιολογήσουν τον τρόπο με τον οποίο οι πελάτες αλληλεπιδρούν με τις εταιρείες για να αυξήσουν τις πωλήσεις.

#### Customer Experience Journey Map

Ο χάρτης εμπειρίας του πελάτη παρέχει την εικόνα της σχέσης ανάμεσα στον πελάτη με την εταιρεία κατά την πάροδο του χρόνου. Οι χάρτες current-state (τρέχουσας κατάστασης) επικεντρώνονται στις τρέχων αλληλεπιδράσεις με τους πελάτες και εστιάζουν στο να τις βελτιωθούν. Οι χάρτες future-state (μελλοντικής κατάστασης) εστιάζουν στις μελλοντικές αλληλεπιδράσεις που θα έχουν οι πελάτες με την εταιρεία.

### 3.5. Τα βήματα για την δημιουργία User Journey:

#### 1. Καθορισμός των στόχων

Η δημιουργία ενός χάρτη - User Journey ξεκινά με το να καθοριστούν οι στόχοι του κάθε χρήστη. Πρέπει οι στόχοι να είναι ξεκάθαροι ώστε να οδηγήσουν στην σωστή κατεύθυνση. Να είναι γνωστό σε τι θα δοθεί βάση ώστε να βελτιωθεί ουσιαστικά το προϊόν.

#### 2. Δημιουργία User Persona

Ο User Persona είναι μια φανταστική αναπαράσταση χρήστη που βιώνει το ταξίδι. Αυτά τα πρόσωπα αντνακλούν τα χαρακτηριστικά και την συμπεριφορά του target group του προϊόντος. Για την δημιουργία User Persona, πρέπει πρώτα να μελετηθεί σε βάθος το κοινό του προϊόντος. Αυτό μπορεί να γίνει μέσα από έρευνες ή ερωτηματολόγια στους ίδιους τους χρήστες. Με ερωτήσεις όπως το πως αντιμετώπισαν την εφαρμογή, τα διάφορα σημεία αιχμής, τους στόχους, τις προκλήσεις και τους παράγοντες που επηρέασαν τις αποφάσεις τους. Πρέπει να είναι ξεκάθαρο τι χρειάζονται οι χρήστες για να επιτύχουν τους στόχους τους. Οι User Personas θα πρέπει να εκφράζουν όλες τις διαφορετικές ομάδες χρηστών, διότι δεν θα έχουν όλοι τις ίδιες ανάγκες, ή τους ίδιους τρόπους για να καλυφθούν αυτές τις ανάγκες.

#### 3. Καθορισμός στόχων, προσδοκιών και σημείων αιχμής των χρηστών

Όταν πλέον το target group είναι καθορισμένο, πρέπει να μελετηθεί το τι θέλει ο χρήστης. Τι πρόβλημα μπορεί να αντιμετωπίζει που μπορεί να το λύσει το προϊόν. Τι προσδοκίες μπορεί να έχει καθώς ξεκινάει το ταξίδι του. Ποια προβλήματα μπορεί να αντιμετωπίσει με το ίδιο προϊόν που μπορεί να του προκαλέσει απογοήτευση.

#### 4. Καθορισμός λίστας σημείων αιχμής

Τα σημεία αιχμής ή αλλιώς touch points είναι όλα τα σημεία όπου ο χρήστης αλληλεπιδρά με το προϊόν και την εταιρία. Με βάση την έρευνα που έχει προηγηθεί, πρέπει να μελετηθούν όλα αυτά τα σημεία. Αυτό είναι σημαντικό για

τη χαρτογράφηση των User Journey, επειδή δίνονται πληροφορίες για όλες τις ενέργειες που μπορεί να κάνουν οι χρήστες. Αυτά τα σημεία μπορεί να προκύψουν από ιστοσελίδες, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εφαρμογές, διαφημίσεις και πολλά άλλα. Πρέπει να γίνει καταγραφή όλων αυτών των σημείων ώστε να υπάρξει ολοκληρωμένη εικόνα για το πως ο χρήστης αντιμετωπίζει το προϊόν.

#### 5. Οπτικοποίηση του User Journey

Εφόσον συγκεντρωθούν τα παραπάνω δεδομένα που χρειάζονται για να συμπληρωθεί το User Journey, πρέπει αυτές οι πληροφορίες να οπτικοποιηθούν και να χαρτογραφηθούν. Ο χάρτης θα μπορούσε να είναι τόσο απλός όσο ένα χρονοδιάγραμμα ή τόσο περίπλοκος όσο ένα σενάριο που δείχνει οπτικά τι συμβαίνει κατά την πλοήγηση του χρήστη. Πρέπει να ληφθεί υπόψη ο τρόπος με τον οποίο ο χρήστης αλληλεπιδρά με το προϊόν, να οπτικοποιηθούν οι σκέψεις, τα συναισθήματα και οι ενέργειες του. Πώς οι λειτουργίες του, των βοηθούν στην επίλυση των προβλημάτων του καθημερινά και τι συναισθηματική σχέση έχει αναπτύξει με αυτό. Αυτό βοηθά στο να εκτιμηθεί εάν ο χρήστης αντιμετωπίζει προβλήματα με την αλληλεπίδραση του προϊόντος.

#### 6. Ολοκλήρωση του User Journey

Αφού συγκεντρωθούν όλες αυτές οι πληροφορίες, το User Journey είναι έτοιμο για να συναρμολογηθεί. Μέσα από γραφήματα και οπτικά εργαλεία ο χάρτης μπορεί να γίνει πιο ελκυστικός και ενδιαφέρον. Η απλή χαρτογράφηση του User Journey με βάση την έρευνα δεν αρκεί. Εφόσον ολοκληρωθεί, πρέπει ο ίδιος ο δημιουργός του User Journey να πλοηγηθεί μέσα από τον χάρτη του. Και επίσης να τον κοινοποιήσει και σε άλλους χρήστες ή μέλη της ομάδας του, ώστε να γίνουν δοκιμές και να εξεταστεί για το αν είναι λειτουργικός.

Πολλά προγράμματα όπως το Sketch, το Figma και το Adobe XD, προσφέρουν δυνατότητες δημιουργίας User Journey.

Τα βήματα που αναφέρθηκαν παραπάνω μπορούν να βοηθήσουν στο να δημιουργηθεί ένα επιτυχημένο User Journey για εφαρμογές και ιστοσελίδες.

Όμως το User Journey θα συνεχίσει να αναπτύσσεται και να αλλάζει ανάλογα με το τι θα προκύψει.

### 3.6. Άλλοι μέθοδοι χαρτογράφησης UX (Ux Mapping)

Υπάρχουν διαφορετικοί μέθοδοι χαρτογράφησης UX που χρησιμοποιούνται στο UX design και βοηθούν στην κατανόηση και την δημιουργία των επιθυμητών αποτελεσμάτων και στόχων του προϊόντος. Η μέθοδος που θα χρησιμοποιηθεί εξαρτάται από το στόχο του προϊόντος.

#### 1. Χαρτογράφηση εμπειρίας (Experience mapping)

Ο χάρτης εμπειρίας εστιάζει στην κατανόηση της γενικής συμπεριφοράς του χρήστη καθώς επιδιώκει να επιτύχει έναν στόχο ή να ικανοποιήσει μια ανάγκη. Αυτοί οι χάρτες χρησιμοποιούνται για να αξιολογήσουν τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες επιλύουν τα προβλήματά τους με ή χωρίς το προϊόν. Ο χάρτης εμπειρίας χωρίζεται σε τέσσερα κύρια μέρη: τις φάσεις, τις ενέργειες, τις σκέψεις, τα συναισθήματα και την νοοτροπία του χρήστη. Ωστόσο, σε αντίθεση με το User Journey, ο χάρτης εμπειρίας δεν εκφράζει έναν συγκεκριμένο χρήστη, υπηρεσία ή προϊόν. Για αυτό είναι η πιο γνωστή τεχνική για την δημιουργία μιας εικόνας της γενικής συμπεριφοράς των χρηστών.

#### 2. Χαρτογράφηση ενσυναίσθησης (Empathy mapping)

Ο χάρτης ενσυναίσθησης είναι ένα εργαλείο που χρησιμοποιείται για να αξιολογήσει και να διατυπώσει αυτά που ήδη είναι γνωστά για έναν συγκεκριμένο τύπο χρήστη. Βοηθά στην κατανόηση της νοοτροπίας των χρηστών και στην οπτική αναπαράσταση του τι θέλουν να πουν, να κάνουν, να σκεφτούν ή να αισθανθούν. Αυτή η μελέτη επιτρέπει στους σχεδιαστές UX/UI να πάρουν καλύτερες αποφάσεις κατά τον σχεδιασμό του προϊόντος. Ο χάρτης ενσυναίσθησης χωρίζεται σε τέσσερα κύρια μέρη: τις σκέψεις, τις ενέργειες, τα συναισθήματα και το τι λέει ο χρήστης.

### 3. Σχεδιαγράμματα υπηρεσίας (Service blueprint)

Το User Journey απεικονίζει την εμπειρία του χρήστη, αλλά δεν παρέχει πολλές πληροφορίες για το τι συμβαίνει από την πλευρά της επιχείρησης, της εταιρίας ή της ομάδας που δημιουργεί το προϊόν. Οι μεγάλες εταιρείες που προσφέρουν πολλές υπηρεσίες και προϊόντα χρειάζονται έναν τρόπο για να απεικονίσουν πώς τα τμήματα και οι υπάλληλοί τους αλληλεπιδρούν επίσης με τους χρήστες. Ενώ το User Journey εστιάζει στον χρήστη, το Service Blueprint επικεντρώνεται στην εταιρία. Επομένως, τα σχεδιαγράμματα υπηρεσίας συχνά συνδυάζονται με τα User Journey. Αυτές οι χαρτογραφήσεις μαζί απεικονίζουν τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες και οι επιχειρήσεις βιώνουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους.

### 4. Χάρτες Οικοσυστήματος (Ecosystem Maps)

Οι UX Designers χρησιμοποιούν χάρτες οικοσυστήματος για να κατανοήσουν όλες τις βασικές αλληλεπιδράσεις των χρηστών με την προσθήκη ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας. Αυτοί οι χάρτες προβάλλουν το προϊόν ως σύστημα και το πως όλο αυτό το σύστημα συνδέεται. Ουσιαστικά μελετούν όλους τους χρήστες, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες ώστε να βελτιωθούν και να παρέχεται η ιδανικότερη εμπειρία του προϊόντος.

## 4. Η εμπειρία χρήστη της εφαρμογής UniStudents

### 4.1. Τι είναι το UniStudents;

Το UniStudents είναι μία εφαρμογή όπου έχει δημιουργηθεί από φοιτητές για φοιτητές με στόχο την εύκολη και γρήγορη ενημέρωσή τους. Ωστόσο, η ιδέα είναι εμπνευσμένη από τους ίδιους τους φοιτητές, από την προσπάθειά τους να πάρουν πτυχίο και να πετύχουν. Η εφαρμογή έκανε release αρχές του 2020 ως ένα project του Νίκου Σκλαβούνου όπου σπούδαζε στο Πανεπιστήμιο Πειραιά. Η αρχική ιδέα ήταν η άμεση ενημέρωση του φοιτητή μέσω ειδοποίησης στο κινητό του, για τους νέους βαθμούς, ώστε να εξοικονομεί χρόνο και να ελαχιστοποιηθεί το άγχος αναμονής. Η εφαρμογή ξεκίνησε υποστηρίζοντας μόνο το Πανεπιστήμιο Πειραιά, και πλέον σήμερα είναι μία εταιρεία που υποστηρίζει 21 Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα και την έχουν κατεβάσει στα κινητά τους πάνω 150.000 φοιτητές. Ο σημερινός στόχος του UniStudents είναι να βοηθήσει όσους περισσότερους φοιτητές γίνεται, ώστε να έχουν εύκολη και γρήγορη πρόσβαση όχι μόνο στην βαθμολογία της σχολής τους, αλλά και στην πρόοδο τους. Να δώσει κίνητρο σε εκείνους που επιθυμούν να κάνουν το ένα βήμα παραπάνω, που θέλουν να επεκτείνουν συνεχώς τα όριά τους!

Η ομάδα του UniStudents μεγαλώνει συνεχώς, εστιάζοντας, πιο πολύ από ποτέ, στο να δημιουργήσει μια ολοκληρωμένη εφαρμογή για όλους τους φοιτητές. Δουλεύει ώστε να προσθέσει πολλά νέα και χρήσιμα features, να ανανεωθεί καθολικά η εφαρμογή και η αισθητική της.

Τωρινά χαρακτηριστικά/λειτουργίες της εφαρμογής:

- Real time Notification για ανακοίνωση νέων βαθμών
- Άμεση και ασφαλής σύνδεση
- Άμεση ενημέρωση και ειδοποίηση ανακοινώσεων από ιστοσελίδες σχολών
- Άμεση ενημέρωση και ειδοποίηση για ανακοινώσεις του Eclass
- Πρόσβαση στη βαθμολογία του φοιτητή ακόμα και εάν είναι offline
- Εύχρηστο και ευπαρουσίαστο interface, συμβατό με κάθε συσκευή

- Χρήσιμα διαγράμματα για τη παρακολούθηση της προόδου
- Ασφαλής αποθήκευση των στοιχείων του φοιτητή μόνο στη συσκευή του

Το UniStudents αποτελεί λογισμικό ανοιχτού κώδικα που αναπτύσσεται εξ ολοκλήρου από φοιτητές. Μπορείτε να βρείτε όλο το κώδικα του project στον παρακάτω σύνδεσμο: <https://github.com/UniStudents>

Επίσης στους παρακάτω συνδέσμους μπορείτε να βρείτε επιπλέον πληροφορίες για την εφαρμογή και την ομάδα μας:

Website: <https://unistudents.gr/>

Playstore: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.unipi.students>

Appstore: <https://apps.apple.com/us/app/id1523994357>

Linkedin: <https://www.linkedin.com/company/unistudentsapp>

Facebook: [https://www.facebook.com/unistudentsapp/?ref=page\\_internal](https://www.facebook.com/unistudentsapp/?ref=page_internal)

Instagram: <https://www.instagram.com/unistudentsapp/>

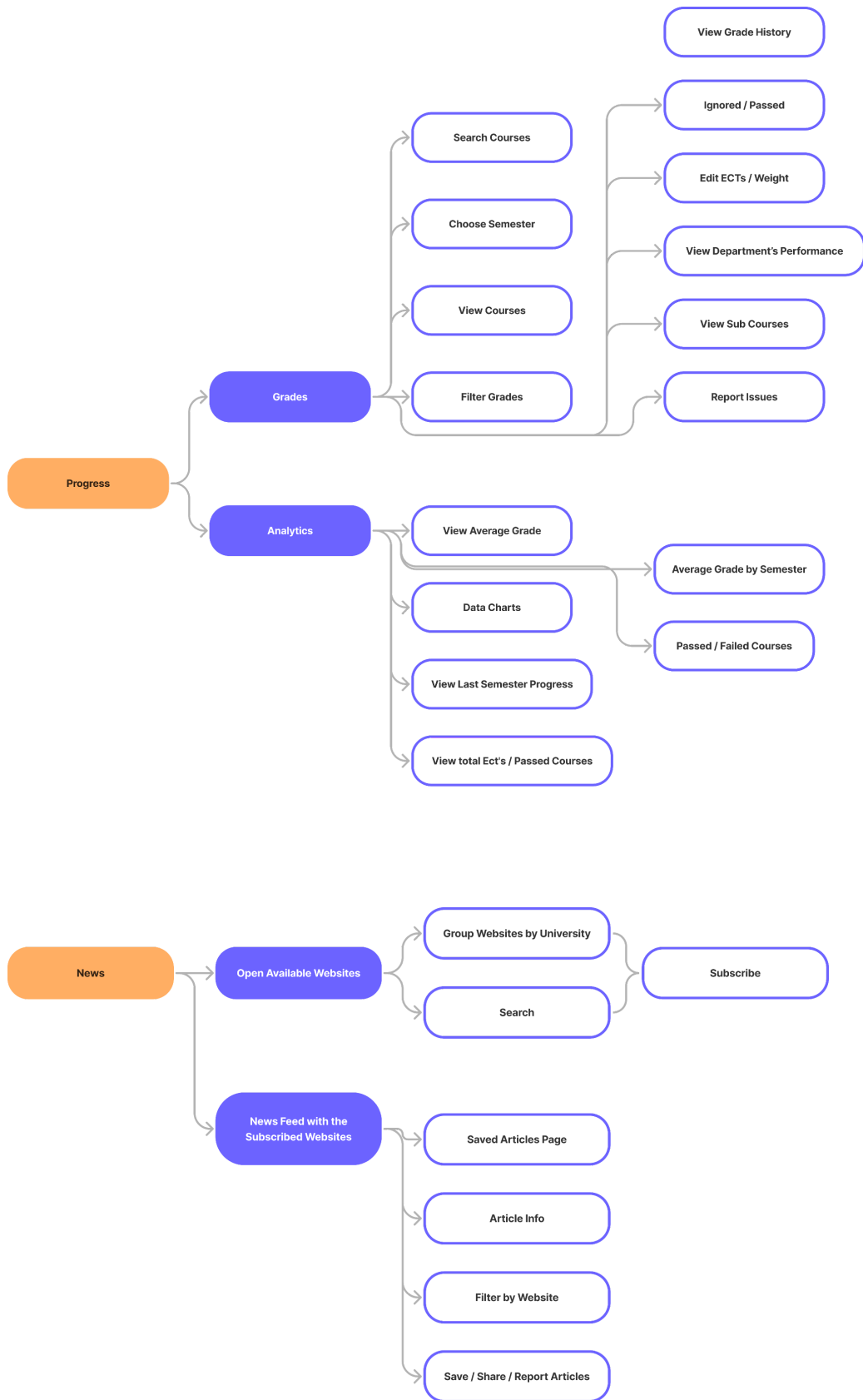
## 4.2. Το User Flow της Εφαρμογής

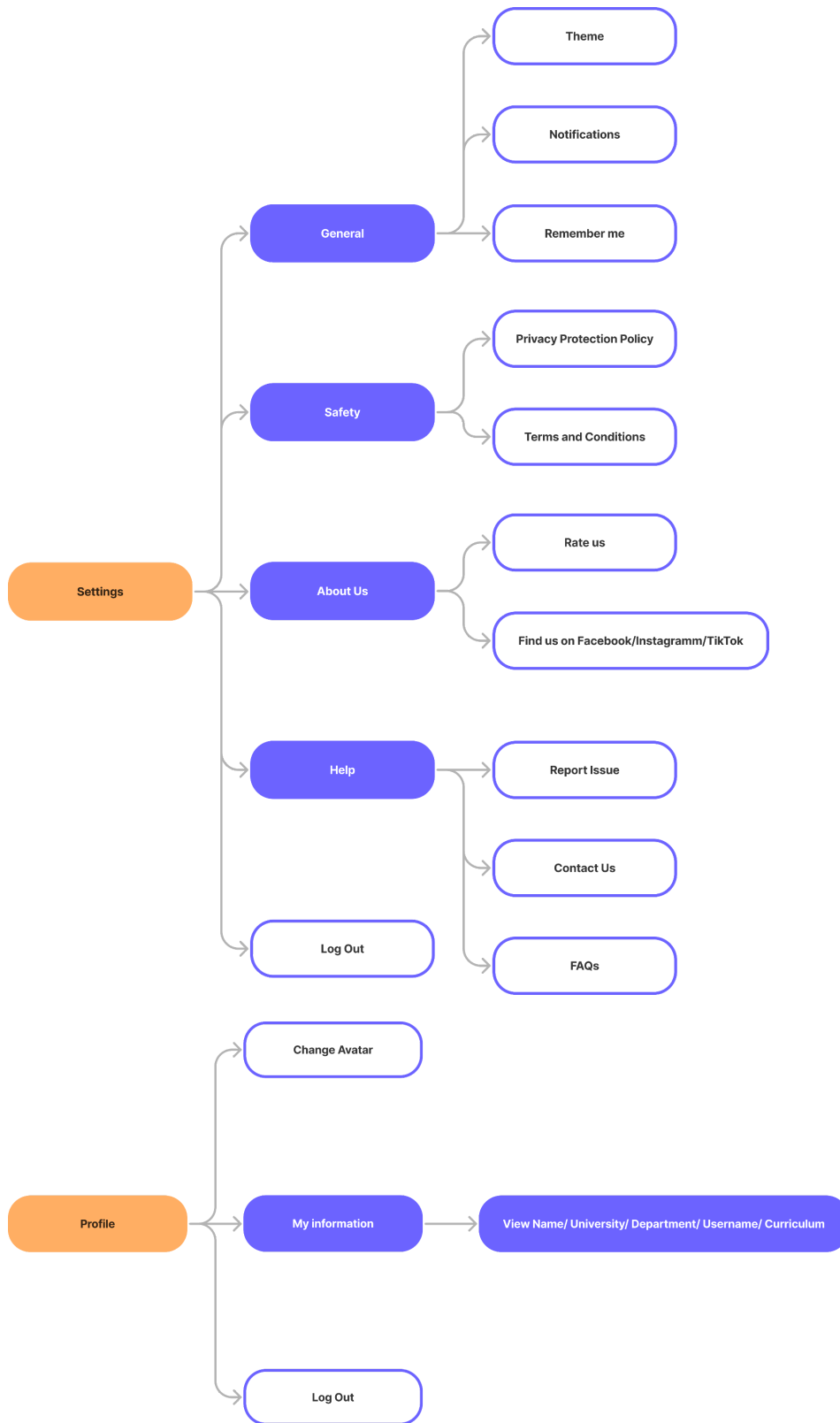
Για την δημιουργία του User Flow η διαδικασία που ακολουθήθηκε ήταν αρχικά να μελετηθούν και να καταγραφούν όλα αυτά που μπορεί να κάνει ο χρήστης μέσα από την εφαρμογή. Έπειτα ξεκίνησε η διαδικασία οπτικοποίησης του διαγράμματος (flowchart) των κινήσεων/βημάτων των ενεργειών του χρήστη. Αυτό το διάγραμμα είναι ο σκελετός του User Flow και περιλαμβάνει όλες τις πιθανές αποφάσεις του χρήστη όσο χρησιμοποιεί την εφαρμογή. Κατά την διάρκεια αυτής της διαδικασίας μελετήθηκαν αρκετά άλλες και παρόμοιες εφαρμογές, ώστε να μην παραληφθεί το οτιδήποτε που μπορεί να είναι σημαντικό ώστε η εφαρμογή να είναι λειτουργική.

Αξίζει να αναφερθεί ότι μελετήθηκαν αρκετά τα φοιτητολόγια, όπως του Πανεπιστημίου Δυτικής Αττικής, του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών και διαφόρων άλλων σχολών ώστε να προστεθούν πιθανές πληροφορίες που θα ήταν σημαντικές για έναν φοιτητή. Το κάθε φοιτητολόγιο κάθε σχολής παρέχει με διαφορετικό τρόπο και δομή τις πληροφορίες στους φοιτητές, όπως επίσης κάποια παρέχουν λιγότερα ή περισσότερα δεδομένα. Επομένως έπρεπε να μελετηθούν ώστε το UniStudents να τα καλύψει όλα και να προσφέρει σε όλους τους χρήστες μια ολοκληρωμένη εμπειρία. Για παράδειγμα, στο φοιτητολόγιο του Εθνικού και Καποδιστριακού Πανεπιστημίου Αθηνών δεν παρέχονται και δεν υπολογίζονται τα Ects των μαθημάτων αυτόματα. Εφόσον η εφαρμογή λαμβάνει τις πληροφορίες από τα φοιτητολόγια, οι χρήστες από αυτή τη σχολή δεν θα είχαν την δυνατότητα να δουν τα Ects ενός μαθήματος και το σύνολο τους. Για αυτό το λόγο στη οθόνη των βαθμών προστέθηκε η λειτουργία να μπορούν οι ίδιοι οι χρήστες να επεξεργαστούν και να προσθέσουν τα Ects και το συντελεστή του κάθε μαθήματος. Και επίσης η ίδια εφαρμογή να τους προτείνει και να τους εμφανίζει τι συμπλήρωσαν οι συμφοιτητές τους, ώστε να τους διευκολύνει.









### 4.3. Προβλήματα που επιλύθηκαν με το User Flow

Όπως προαναφέρθηκε, το User Flow είναι ένα πολύ σημαντικό στάδιο στην διαδικασία υλοποίησης και σχεδίασης ενός προϊόντος και στην συγκεκριμένη περίπτωση, μιας εφαρμογής. Αρχικά οι πληροφορίες που παρέχονται από τα φοιτητολόγια είναι αμέτρητες, επομένως μελετώντας το User Flow κατάφεραν να ταξινομηθούν εκεί που θα είναι πιο επωφελής για τον χρήστη. Όπως για παράδειγμα, το που πρέπει να εμφανίζονται οι αλυσίδες και τα υπο μαθήματα ενός μαθήματος.

Αναλύθηκαν οι λειτουργίες, οι ενέργειες, το πως θα συνδεθούν μεταξύ τους, ώστε με τις λιγότερες πληροφορίες και με τα λιγότερα κλικ ο χρήστης να εκπληρώνει τους στόχους του. Δημιουργώντας το User Flow κατάφερα να δημιουργήσω μια αρμονία στην αρχιτεκτονική της πληροφορίας της εφαρμογής και να κάνω την πλοήγηση του χρήστη σύνθετη, ώστε να μπορεί να περιηγείται ελεύθερα και μη γραμμικά. Με αυτόν τον τρόπο, η εφαρμογή είναι πιο πιθανό να ελκύσει τους χρήστες όταν παρέχει τις πληροφορίες που χρειάζονται όταν τις χρειάζονται.

Παρόμοιες εφαρμογές που μελετήθηκαν:

UniverSIS: <https://universis.gr/>

Ready Education: <https://www.readyeducation.com/>

StuComm: <https://stucomm.com/>

AppScho: <https://www.appscho.com/>

StudyStream: <https://www.studystream.live/home>

UniWhere: <https://uniwhere.com/>

#### 4.4. Το User Journey της Εφαρμογής

Για την δημιουργία των User Journey η διαδικασία που ακολουθήθηκε ήταν αρχικά να δημιουργήσω τους User Personas, την Μαρία και τον Γιώργο. Στην συνέχεια έθεσα τα σενάρια και τους στόχους που έχουν ως χρήστες. Εφόσον ολοκληρώθηκαν αυτά, άρχισα να καταγράφω τις κύριες φάσεις στην πλοήγηση τους, τις ενέργειες και τα πιθανά συναισθήματα που δημιουργήθηκαν κατά την διάρκεια τους. Έπειτα σημείωσα πιθανές ευκαιρίες για βελτίωση στην πλοήγηση και στις λειτουργίες της κάθε φάσης και τέλος τα σημεία αιχμής (touchpoints).

Στην πτυχιακή μου εργασία, στόχος μου δεν ήταν μόνο να δημιουργήσω μια ολοκληρωμένη εφαρμογή, αλλά και το branding της εταιρείας. Επομένως στο ένα User Journey ξεκίνησα να το δουλεύω από το σημείο που ο χρήστης ( ο Γιώργος ) αναζητά την εφαρμογή. Με αυτόν τον τρόπο μπήκα στην διαδικασία να σκεφτώ τρόπους που θα μπορούσε να προωθηθεί καλύτερα ως προϊόν, εφόσον ολοκληρωθεί.

#### 4.5. Το Πρώτο User Journey

User Persona:

Γιώργος

Σενάριο:

Ο Γιώργος είναι φοιτητής στο πρώτο έτος των σπουδών του στο Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής. Στόχος του είναι να βρει μια εφαρμογή ώστε να ενημερώνεται άμεσα για την ακαδημαϊκή του πρόοδο.

Στόχοι:

- Να μπορώ να ενημερώνομαι άμεσα για τους βαθμούς μου
- Η εφαρμογή να μου εμπνέει εμπιστοσύνη

- Να μπορώ να λαμβάνω πληροφορίες για τα μαθήματα όπως τις αλυσίδες τους
- Να ενημερώνομαι για τα στατιστικά της προόδου μου

### 1η Φάση: Αναζήτηση εφαρμογής

#### Ενέργειες Χρήστη:

1. Ο Γιώργος ξεκινάει την αναζήτηση της εφαρμογής.
2. Ρωτάει συμφοιτητές του και ψάχνει online.
3. Βρίσκει την εφαρμογή και την κατεβάζει στο κινητό του.

#### Συναισθήματα Χρήστη:

- Ακούει καλές κριτικές για την εφαρμογή από συμφοιτητές του. (Θετικό)
- Μαθαίνει ότι η εφαρμογή υποστηρίζει την σχολή του. (Θετικό)
- Βρίσκει εύκολα την εφαρμογή στο Playstore. (Θετικό)

#### Ευκαιρίες για Βελτίωση:

- Να γίνεται μεγαλύτερη και καλύτερη προώθηση της εφαρμογής τόσο Online όσο και Offline.

#### Σημεία Αιχμής (Touch Points):

- Από στόμα σε στόμα (mouth to mouth)
- Αναζήτηση online
- Social media
- Playstore/ AppleStore

### 2η Φάση: Είσοδος στην εφαρμογή

#### Ενέργειες Χρήστη:

1. Ανοίγει την εφαρμογή.

2. Αναζητά το ίδρυμα του.
3. Συνδέεται με τους ακαδημαϊκούς κωδικούς του.

#### Συναισθήματα Χρήστη:

- Αρχικά δεν βρίσκει εύκολα το ίδρυμα του. (Αρνητικό)
- Δεν ξέρει ακριβώς τι θα του προσφέρει η εφαρμογή. (Αρνητικό)
- Συνδέεται εύκολα και γρήγορα με τους κωδικούς του. (Θετικό)

#### Ευκαιρίες για Βελτίωση:

- Προσθήκη μπάρας αναζήτησης στην οθόνη της επιλογής των ιδρυμάτων.
- Προσθήκη OnBoarding οθονών που να εισάγουν τον χρήστη στις υπηρεσίες της εφαρμογής.

#### Σημεία Αιχμής (Touch Points):

- Mobile App - Εφαρμογή

#### 3η Φάση: Περιήγηση στην εφαρμογή

#### Ενέργειες Χρήστη:

1. Ξεκινάει να πλοηγείται στο Home Page.
2. Ανακαλύπτει τις υπηρεσίες που του προσφέρει.
3. Βρίσκει τα Νέα.

#### Συναισθήματα Χρήστη:

- Επειδή είναι πρωτοετής δεν έχει καθόλου στατιστικά και πληροφορίες. (Αρνητικό)
- Η εφαρμογή δεν του προσφέρει πολλά σαν πρωτοετής. (Αρνητικό)
- Βρίσκει μια υπηρεσία που μπορεί να την χρησιμοποιήσει. (Θετικό)
- Η εφαρμογή του προσφέρει πολλά νέα. (Θετικό)

#### Ευκαιρίες για Βελτίωση:

- Προσθήκη OnBoarding οθονών που να εισάγουν τον χρήστη στις υπηρεσίες της εφαρμογής.
- Προσθήκη pop up για καλωσόρισμα και για να έχουν την επιλογή οι πρωτοετής να δουν τι θα τους προσφέρει η εφαρμογή μελλοντικά.
- Δημιουργία οθονών για τους πρωτοετής/ νέους χρήστες που δεν έχουν ακόμα βαθμούς/ νέα/ στατιστικά.

#### 4η Φάση: Εγγραφή σε Ιστοσελίδες

##### Ενέργειες Χρήστη:

1. Ψάχνει να βρει τις ιστοσελίδες που τον ενδιαφέρουν.
2. Εγγράφεται σε αυτές.
3. Ενημερώνεται άμεσα μόλις βγει κάποιο νέο.

##### Συναισθήματα Χρήστη:

- Βρίσκει άμεσα την ιστοσελίδα της σχολής του. (Θετικό)
- Ενημερώνεται άμεσα. (Θετικό)
- Αποφασίζει να κρατήσει την εφαρμογή. (Θετικό)

#### Ευκαιρίες για Βελτίωση:

- Μεγαλύτερη προώθηση αυτής της υπηρεσίας για τους πρωτοετής.

#### Σημεία Αιχμής (Touch Points):

- Mobile App - Εφαρμογή





## Γιώργος

### ΣΕΝΑΡΙΟ

Ο Γιώργος είναι φοιτητής στο πρώτο έτος των σπουδών του στο Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής. Στόχος του είναι να βρει μια εφαρμογή ώστε να ενημερώνεται άμεσα για την ακαδημαϊκή του πρόοδο.

### ΣΤΟΧΟΙ

- Να μπορώ να ενημερώνομαι άμεσα για τους βαθμούς μου
- Η εφαρμογή να μου εμπνέει εμπιστοσύνη
- Να μπορώ να λαμβάνω πληροφορίες για τα μαθήματα όπως τις αλλαγές τους
- Να ενημερώνομαι για τα στατιστικά της πρόοδου μου

### ΦΑΣΕΙΣ

#### 1. Αναζήτηση εφαρμογής



#### 2. Είσοδος στην εφαρμογή



#### 3. Περιήγηση στην εφαρμογή



#### 4. Εγγραφή σε ιστοσελίδες

### ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΧΡΗΣΤΗ

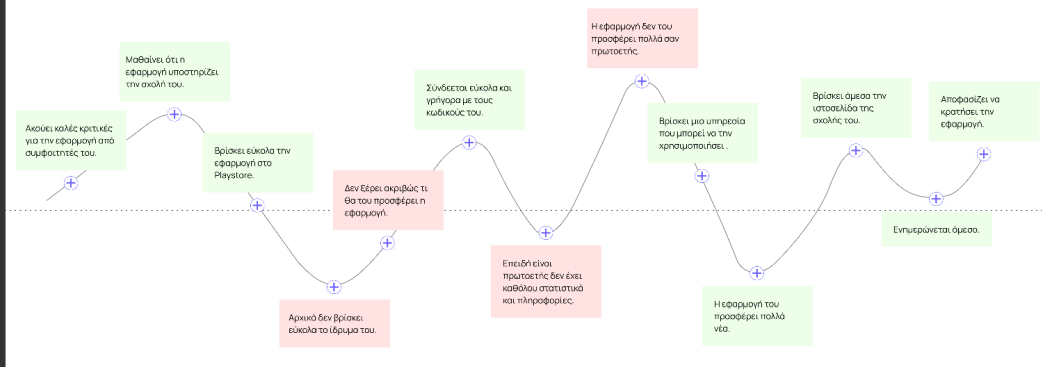
- 1 Ο Γιώργος ξεκινάει την αναζήτηση της εφαρμογής.
- 2 Ρωτάει συμμαθητές του και ψάχνει online.
- 3 Βρίσκει την εφαρμογή και την κατεβάζει στο κινητό του.

1. Ανοίγει την εφαρμογή
2. Αναζητά το ίδρυμα του.
- 3 Συνδέεται με τους ακαδημαϊκούς κωδικούς του.

1. Ξεκινάει να πλοηγείται στο Home Page.
- 2 Ανακαλύπτει τις υπηρεσίες που του προσφέρει.
3. Βρίσκει τα Νέα.

1. Ψάχνει να βρει τις ιστοσελίδες που τον ενδιαφέρουν.
2. Εγγράφεται σε αυτές.
3. Ενημερώνεται άμεσα μόλις βγει κάποιο νέο.

### ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΑ ΧΡΗΣΤΗ



### ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΓΙΑ ΒΕΛΤΙΩΣΗ

- Να γίνεται μεγαλύτερη και καλύτερη προώθηση της εφαρμογής τόσο Online όσο και Offline.
- Προσθήκη μπάρας αναζήτησης στην οθόνη της επιλογής των ιδρυμάτων.
- Προσθήκη OnBoarding οθονών που να εισάγουν τον χρήστη στις υπηρεσίες της εφαρμογής.
- Προσθήκη OnBoarding οθονών που να εισάγουν τον χρήστη στις υπηρεσίες της εφαρμογής.
- Προσθήκη pop up για καλωσόρισμα και για να έχουν την επιλογή οι πρωτοετές να δουν τι θα τους προσφέρει η εφαρμογή μελλοντικά.
- Δημιουργία οθονών για τους πρωτοετές/ νέους χρήστες που δεν έχουν ακόμα βαθμούς/ νέα/ στατιστικά.
- Μεγαλύτερη προώθηση αυτής της υπηρεσίας για τους πρωτοετές.

### ΣΗΜΕΙΑ ΑΙΧΜΗΣ TOUCH POINTS

- Από στόμα σε στόμα (mouth to mouth)
- Αναζήτηση online
- Social media
- Playstore/ AppleStore
- Mobile App - Εφαρμογή
- Mobile App - Εφαρμογή
- Mobile App - Εφαρμογή



## Μαρία

### ΣΕΝΑΡΙΟ

Η Μαρία είναι φοιτήτρια στο 4ο έτος των σπουδών της και σύντομα θα πάρει πτυχίο. Στόχος της είναι να βρει μια εφαρμογή ώστε να ενημερώνεται άμεσα για τον ακαδημαϊκή της πρόοδο και να βελτιώσει τον μέσο όρο της.

### ΣΤΟΧΟΙ

- Να μπορεί να ενημερώνεται άμεσα για την πρόοδο μου.
- Να μπορεί να δω γρήγορα ποια μαθήματα κρωστάω.
- Να μπορεί να δω γρήγορα πληροφορίες για τα μαθήματα όπως το Ects.
- Να μπορεί να ενημερώνεται συνεχώς για τα στατιστικά της προόδου μου.

### ΦΑΣΕΙΣ

1. Είσοδος στην εφαρμογή

2. Περίληψη στην εφαρμογή

3. Πλοήγηση στους βαθμούς

4. Πλοήγηση στα Analytics

### ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΧΡΗΣΤΗ

1. Η Μαρία βρίσκει την εφαρμογή.

2. Κατεβάζει την εφαρμογή στο κινητό της.

3. Συνδέεται με τους ακαδημαϊκούς κωδικούς της.

1. Σύνδεση στην εφαρμογή.

2. Ξεκινάει να ανακαλύπτει τις υπηρεσίες της.

3. Βρίσκει την Πρόοδο.

1. Βλέπει τους βαθμούς της.

2. Αναζητεί τα κομμένα / περασμένα.

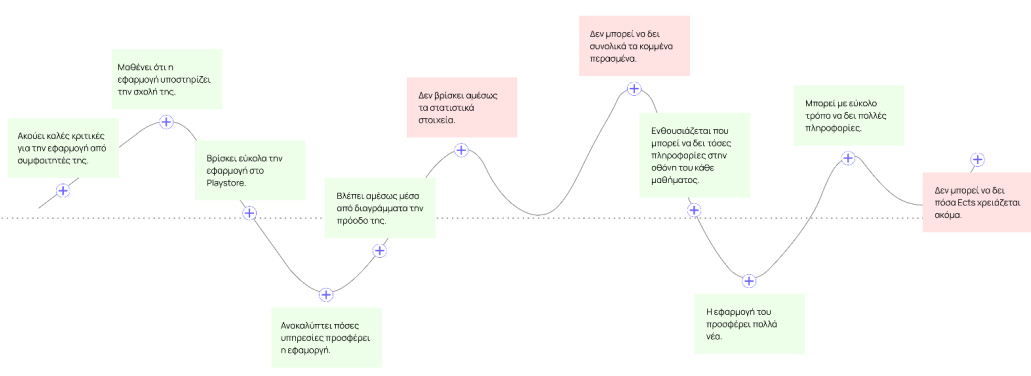
3. Δεν μπορεί να τα δει κάτι συνολικά.

1. Βλέπει τα στατιστικά της.

2. Ανακαλύπτει ότι μπορεί να δει την πρόοδο της ανά κάθε εξάμηνο.

3. Βλέπει μέσα από διαγράμματα την πρόοδο της.

### ΣΥΝΑΙΣΘΗΜΑΤΑ ΧΡΗΣΤΗ



### ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΓΙΑ ΒΕΛΤΙΩΣΗ

Να γίνεται μεγαλύτερη και καλύτερη προώθηση της εφαρμογής τόσο Online όσο και Offline.

Διαρρύθμιση του bottom navigation bar ώστε να έχει όλες τις λειτουργίες / υπηρεσίες της εφαρμογής.

Δημιουργία ταξινόμησης / φίλτρων για την καλύτερη προβολή των βαθμών ανάλογα με την προτίμηση του κάθε χρήστη.

Δημιουργία οπτικής αναπαράστασης της πληροφορίας για το πόσα Ects υπολείπονται ακόμα.

Το Home Page να είναι μια "περίληψη" της εφαρμογής, να προβάλει ένα κομμάτι από όλες τις υπηρεσίες που προσφέρει, αλλά να μπορεί να διαρρυθμιστεί.

### ΣΗΜΕΙΑ ΔΙΧΜΗΣ TOUCH POINTS

- Από στόμα σε στόμα (mouth to mouth)
- Αναζήτηση online
- Social media
- Playstore/ AppleStore

• Mobile App - Εφαρμογή

• Mobile App - Εφαρμογή

• Mobile App - Εφαρμογή

## 5. Συμπεράσματα

Το UniStudents αυτήν την χρονική περίοδο δεν ανταγωνίζεται καμία άλλη εταιρεία ή εφαρμογή στην Ελλάδα. Είναι το μόνο προϊόν που κυκλοφορεί και παρέχει τόσες πολλές υπηρεσίες για φοιτητές, μέσα σε μια μόνο εφαρμογή. Αυτό δεν σημαίνει ότι η ομάδα του UniStudents έχει επαναπαυθεί, συνεχίζει και προσπαθεί και εργάζεται πιο πολύ από ποτέ, στο να εξελίξει μια ολοκληρωμένη εφαρμογή για όλους τους φοιτητές. Μέσα από την πτυχιακή μου εργασία και συγκεκριμένα από το θεωρητικό της μέρος στόχος μου είναι η να ανακαλύψω, να εξελίξω και να δημιουργήσω μια εξαιρετική εμπειρία για τους χρήστες. Είναι δύσκολο ή και σχεδόν αδύνατο να σχεδιαστεί η άφογη εμπειρία χρήστη (User Experience). Χρειάστηκε να μελετήσω, να αναλύσω, να ερευνήσω, να πειραματιστώ και να δοκιμάσω πολλές διαφορετικές προσεγγίσεις προτού ανακαλύψω αυτή που θα λειτουργήσει ιδανικότερα για τους χρήστες της εφαρμογής. Αλλά ένα πράγμα είναι σίγουρο, ότι το User Flow και τα User Journeys με βοήθησαν να δημιουργήσω τα θεμέλια ώστε να εξελιχθεί μια υπέροχη εμπειρία για τους χρήστες του UniStudents και τους συμφοιτητές μου.

## 6. Βιβλιογραφία

1. 4 UX Maps: Which Method Is Right for You? | WANDR. (2020, March 20). WANDR - Ranked #1 Product Strategy & UX Design Firm. <https://wandr.studio/blog/ux-map/>
2. A/B Testing Best Practices & Examples | Adobe XD Ideas. (n.d.). Ideas; <https://www.facebook.com/adobexd/>. Retrieved January 25, 2022, from <https://xd.adobe.com/ideas/process/user-testing/the-role-of-ab-testing-in-product-design/>
3. Creating User Journey Maps: A Guide | Coursera. (n.d.). Coursera. Retrieved January 19, 2022, from <https://www.coursera.org/articles/creating-user-journey-maps-a-guide>
4. Guide to user flows - Justinmind. (n.d.). Free Prototyping Tool for Web & Mobile Apps - Justinmind. Retrieved January 18, 2022, from <https://www.justinmind.com/blog/user-flow/>
5. How Channels, Devices, and Touchpoints Impact the Customer Journey. (n.d.). Nielsen Norman Group. Retrieved February 1, 2022, from <https://www.nngroup.com/articles/channels-devices-touchpoints/>
6. How to Create User Personas for Your Mobile App? | Analytico. (n.d.). Analytico. Retrieved January 26, 2022, from <https://www.analytico.ca/how-to-create-user-personas-for-your-mobile-app/>
7. How to Map User Journey for Mobile App? | Analytico. (n.d.). Analytico. Retrieved January 18, 2022, from <https://www.analytico.ca/user-journey-for-mobile-app/>
8. Iannace, K. (2021, December 17). User Flow for App Development: A Beginner's Guide - Designli Blog. Designli Blog. <https://designli.co/blog/user-flow-for-app-development-a-beginners-guide/>
9. Kailash. (2021, August 18). Guide to UX Mapping Methods - Divami Design Labs. Divami | Blog; <https://www.facebook.com/DivamiDesignLabs>. <https://www.divami.com/blog/guide-to-ux-mapping-methods/>

10. Nasoi, R. (2022, April 2). 6 User Journey Map Examples from Top Experts | CXL. CXL; <https://facebook.com/conversionxl>.  
<https://cxl.com/blog/customer-journey-mapping-examples/>
11. Personas Make Users Memorable for Product Team Members. (n.d.). Nielsen Norman Group. Retrieved January 23, 2022, from <https://www.nngroup.com/articles/persona/>
12. Understanding User Journey vs. User Flow | Adobe XD Ideas. (n.d.). Ideas; <https://www.facebook.com/adobexd/>. Retrieved January 16, 2022, from <https://xd.adobe.com/ideas/process/user-research/user-journey-vs-user-flow/>
13. User flow - Optimizely. (n.d.). Optimizely. Retrieved January 18, 2022, from <https://www.optimizely.com/optimization-glossary/user-flow/>
14. UX Flow: What, Why, and How. (n.d.). SaaS UI/UX Design Agency – Eleken. Retrieved September 18, 2022, from <https://www.eleken.co/blog-posts/ux-flow-and-its-importance-for-the-design-process>
15. Vasyukova, A. (2021, May 6). An overview of mapping techniques used in UX Design Process | by Anna Vasyukova | Medium. Medium; Medium.  
<https://medium.com/@a.vasyukova/an-overview-of-mapping-techniques-used-in-ux-design-process-756bd3d245bf>
16. Vaughan, T. V. (n.d.). Multimedia: Making It Work (Γ. Μ. ΓΚΛΑΒΑ, Trans.; Eighth Edition). ΓΚΙΟΥΡΔΑΣ Μ.
17. Website Flowchart Examples for Optimal UX | Adobe XD Ideas. (n.d.). Ideas; <https://www.facebook.com/adobexd/>. Retrieved January 18, 2022, from <https://xd.adobe.com/ideas/process/prototyping/creating-ux-flowcharts/>
18. What are Ecosystem Maps? | Interaction Design Foundation (IxDF). (n.d.). The Interaction Design Foundation. Retrieved September 18, 2022, from <https://www.interaction-design.org/literature/topics/ecosystem-maps>
19. Wireflows: A UX Deliverable for Workflows and Apps. (n.d.). Nielsen Norman Group. Retrieved September 18, 2022, from <https://www.nngroup.com/articles/wireflows/>