

elisa Elamus Vol 2.0

Sisu leidmine



Euroopa Liit
Euroopa
Regionaalarengu Fond



Eesti
tuleviku heaks



TALLINN UNIVERSITY

ESINDATUD ERIALAD

- Infoteadus
- Reklaam ja suhtekorraldus
- Informaatika
- Rakendusinformaatika
- Psühholoogia
- Riigiteadused
- Inimese ja arvuti
interaktsioon
- Infotehnoloogia juhtimine

KOOSTÖÖPARTNER

elisa

Otto Riisenberg

Darja Prants

JUHENDAJA

Andres Jõesaar



PROBLEEM

TEGEVUSED

TEADUSPÕHISUS

TULEMUSED

KOKKUVÕTE

A thick blue diagonal line that starts from the left edge of the slide and extends towards the center, positioned to the left of the main title.

PROBLEEM, OLULISUS JA EESMÄRK



PROBLEEM

TEGEVUSED

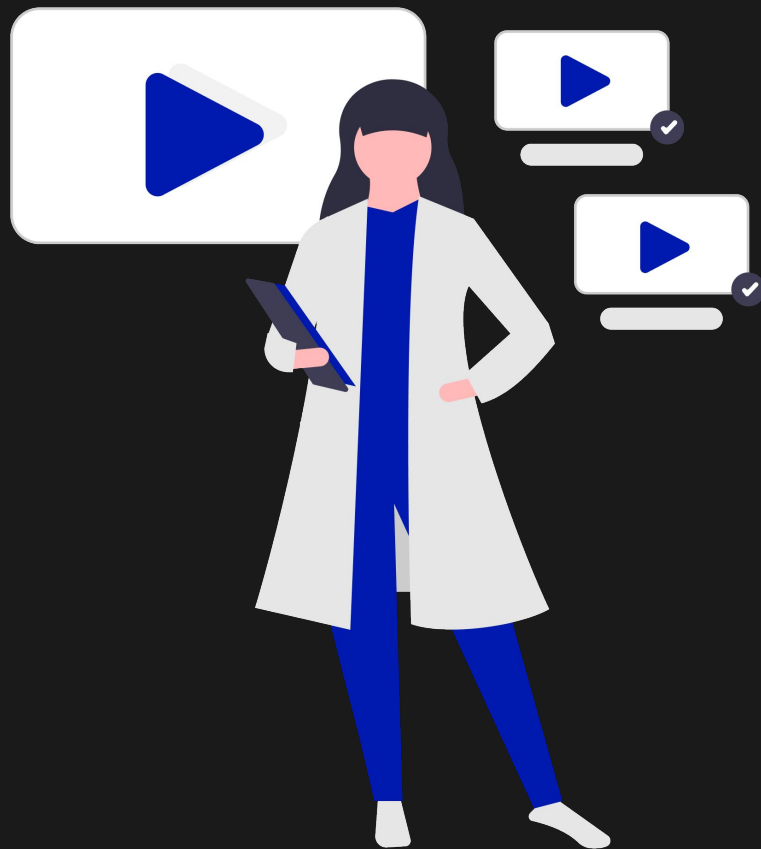
TEADUSPÕHISUS

TULEMUSED

KOKKUVÕTE

UURIMISKÜSIMUS

Kuidas Elisa Elamuse kasutajamugavust ja kasutajakogemust sisu leidmisel paremaks muuta?





PROBLEEM

TEGEVUSED

TEADUSPÕHISUS

TULEMUSED

KOKKUVÕTE

EESMÄRK

Elisa Elamus 2.0 teenuse kasutajamugavuse
ja kasutajakogemuse parandamiseks
ettepanekute tegemine





PROBLEEM

TEGEVUSED

TEADUSPÕHISUS

TULEMUSED

KOKKUVÕTE

A thick blue diagonal line is positioned to the left of the word 'TEGEVUSED', extending from the top left towards the bottom left.

TEGEVUSED



PROBLEEM

TEGEVUSED

TEADUSPÕHISUS

TULEMUSED

KOKKUVÕTE

SEPTEMBER

OKTOOBER

NOVEMBER

DETSEMBER

Esimene ELU
kohtumine

Esialgne
plaan

Vahe esitlus

Viimane ELU
kohtumine

Kasutajabaasi uuringu ettevalmistamine ja läbiviimine

Kaustajabaasi
uuringu andmete
analüüs

Persoonad

Desktop uuring

Fookusgrupi uuring

Disaini ja
navigatsiooni
ettepanekud



1. Teema
2. Definiitne
3. Definiitne
4. Definiitne
5. Definiitne

Meetodi leidmine
- kliendi teekonna läbi tegemine

Defineerime konkurendid - mis



- Kairo Luha
- Johani Vajakas
- Anett Rüdja
- Kari-Reimond Kõrs

Desktop study

- Mariann Tapfer
- Kirke Liis Paur
- Mardi Truus

Q11P
Millele lahenduse abil vastad tavaselt TV-sisu?

	TOTAL	G
Telerist digiboksiga (või vahendust)	32%	
Telerist digiboksiga (või vahendust)	64%	
Telerist digipigil	14%	
Arvutiga	20%	
Võltsi vahendusega	17%	
Tahvelarvutiga	5%	
Muu (spets. tarkvaraga)	1%	
TOTAL	100%	

desktop vs TV
user - kas
praktiline
vastamine (mobiil)
kasutajal

Mis platvorm
vaadatakse?
TV + digiboks,
arvuti,
mobiilne,
mobiilne?



FOOKUSGRUPI UURING

1. Fookusgrupi valikuteerimine - millised
2. Jätku meetod
3. Probleemide lahendused ja nende
4. Andmete analüüsimine
5. Järelduste tegemine

Fookusgrupi selekteerimine - mill

Uurimis meetodi täpsustamine

Probleemide lahendused ja nende

Andmete analüüsimine ja järelduste



PERSOONAD

Meie kogutud küsitluse andmete ja

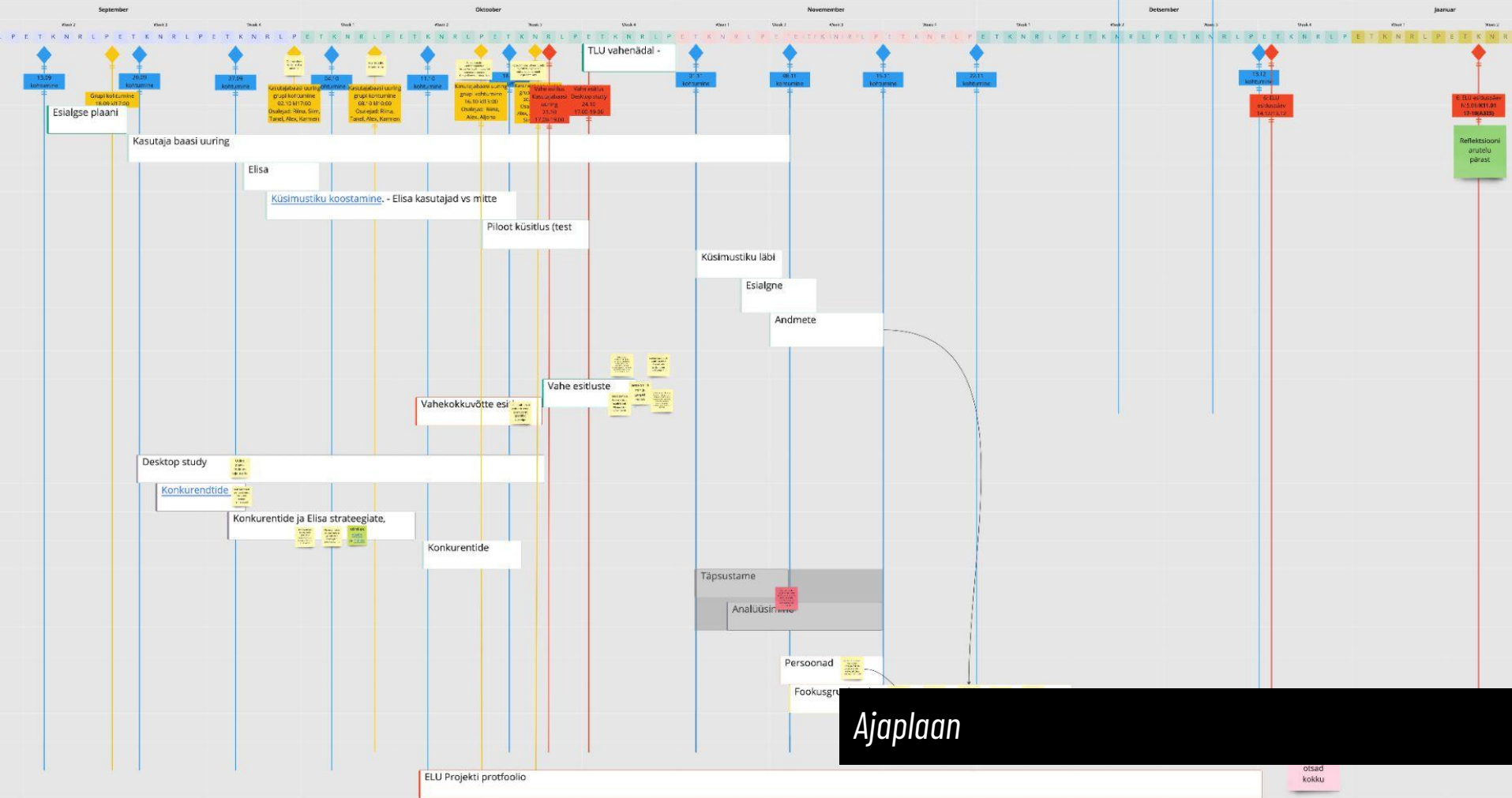
Persoonade loomine
Kaks suurt gruppi:
Puldiga TV Kasutaja

Johani Vajakas

Persoonad

Projektiplaan (ajurünnak)

Elisa Elamus



Kasutajabaasi uuring

1. Elisa varasemate uuringute analüüs
2. Küsimustiku koostamine ja küsimustiku testimine
3. Küsimustiku laiali saatmine
4. Saadud vastuste analüüs (kasutajakogemuse parandamine, persoonad)

Desktop Study

1. Konkurentide piiritlemine ja nende kaardistamine
2. Võrreldavate navigatsiooni ja funktsionaalsuste piiritlemine
3. Teenuste võrdlemine kahel viisil
4. Teenuste võrdlemise kokkuvõte



Persoonad

1. Kasutajabaasi uuringu andmete analüüs
2. Persoonade koostamine
3. Teemade valideerimine fookusgrupi uuringuks



Fookusgrupi uuring

1. Elisa kontori külastamine intervjuude ettevalmistuseks
2. Test intervjuu
3. Intervjueeritavate otsing
4. Intervjuudeks ettevalmistus
5. Intervjuude läbiviimine ja transkribeerimine



PROBLEEM

TEGEVUSED

TEADUSPÕHISUS

TULEMUSED

KOKKUVÕTE

A thick blue diagonal line runs from the upper left towards the lower right, positioned to the left of the main title.

TEADUSPÕHISUS JA INTERDISTSIPLINAARSUS



PROBLEEM

TEGEVUSED

TEADUSPÕHISUS

TULEMUSED

KOKKUVÕTE

Allikad

Vihalemm, T. (2014). **Fookusgrupi intervjuu**. Tartu Ülikool.

Õunapuu, L. (2014). **Kvalitatiivne ja kvantitatiivne uurimisviis sotsiaalteadustes**. Tartu Ülikool.

Azarova, M. (2022). **Secondary Research in UX**. Nielsen Norman Group.

Kulkarni, R. (2021). **UX design: All you need to know about user personas**. Medium.

Maheshwari, I. (2019). **Focus Groups vs. One-on-One Interviews (When and Why)**. Medium.

Nielsen, J. (2012). **Thinking Aloud: The #1 Usability Tool**. Nielsen Norman Group.

Salazar, K. (2015). **Smart-TV Usability: Accessing Content is Key**. Nielsen Norman Group.

Interdistsiplinaarsus

Kasutaja kogemuse alased teadmised informaatika ning inimese ja arvuti interaktsiooni erialal.

Projekti juhtimise kogemus infotehnoloogia juhi erialal.

Reklaami ja suhtekorraldus eriala **ideed küsimustiku koostamisel ning jagamisel.**

Riigiteaduste ja psühholoogia erialade **teadmised inimeste käitumises ja kasutus harjumustes.**



PROBLEEM

TEGEVUSED

TEADUSPÕHISUS

TULEMUSED

KOKKUVÕTE

A thick blue diagonal line that starts from the left edge of the slide and extends towards the center, positioned to the left of the main title.

PROJEKTI TULEMUSED

Andmete kogumine

- Kaardistasime TV ja streaming teenuse pakkujad turul
- 28 küsimusele TV ja streaming teenuste kohta vastas 336 *Elisa* ja 299 *teise teenuse kasutajat*
- Viisime läbi 11 intervjuud inimestega vanusegruppides 20-29 ja 40-49



Analüüs ja järeldused

- Lõime küsitluse andmete põhjal 4 kasutaja persoonat
- Küsitluse andmete statistiline ja fookusgrupi uuringu tulemuste temaatiline analüüs
- Selle kõige põhjal tegime ettepanekud teenuse sisu leidmise parandamiseks.





PROBLEEM

TEGEVUSED

TEADUSPÕHISUS

TULEMUSED

KOKKUVÕTE

A thick blue diagonal line that starts from the left edge of the slide and extends towards the center, ending just before the main title.

KOKKUVÕTTEKS

Väärtus Elisale

- Reaalse teenuse uuring
- Juba rakendust leidnud teenuse arendamise ettepanekud
- Detailne kokkuvõte kogu projekti tulemustest



Mida meie õppisime?

- Grupi kokkusaamised
 - Keeruline planeerida
- Mitmeastmeline projekt
 - palju planeerimist, koordineerimist jne
- Koostööprogrammid
 - Zoom, Discord, Miro, Google docs / sheets jne



elisa

TÄNAME KUULAMAST



Euroopa Liit
Euroopa
Regionaalarengu Fond



Eesti
tuleviku heaks



TALLINN UNIVERSITY