JEZIORA WIELKOPOLSKI,
CZYLI PRYWATNE WŁÓCZĘGI W DZIKIE

Strona internetowa jeziorawielkopolski.pl

UX/UI Case Study

Daria Mielcarzewicz

2020/2023

Narzędzia: Miro, Figma, Google Forms, Wordpress

TO JEZIORO
TEŻ
WYSCHNIE

01
Cel i kontekst

//

Zaoferowanie cyfrowego, turystycznego przewodnika subiektywnego, który ma funkcję edukacyjną i wartość artystyczną.

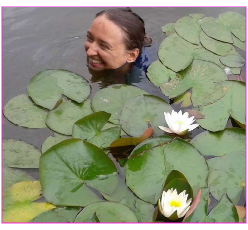
Pandemia Covid nauczyła nas, by doceniać okolice, w których mieszkamy i jednocześnie wymusiła na nas podróże lokalne.

02
Kim jestem dla projektu?

//

Jego pomysłodawczynią i wykonawczynią. A teraz również UXUI Designerką, która przygląda się swemu dziełu i zastanawia się co mogłoby działać w nim lepiej.

→

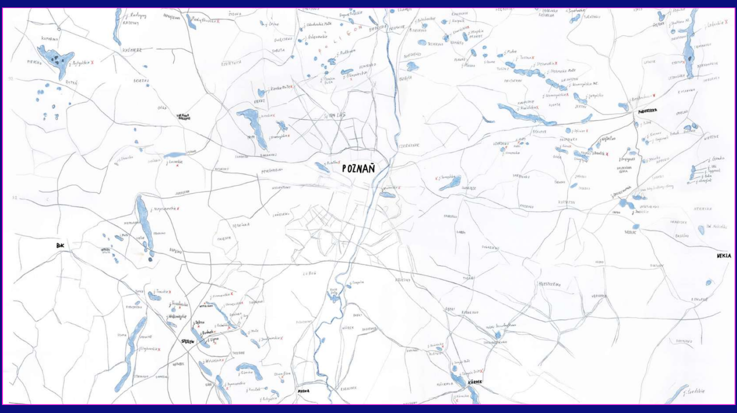


03
Ale skąd? Jak? Dlaczego?

Zaczęło się od tego, że narysowałam na brystolu mapę, by uporządkować swoje wycieczki nad jeziora. Przepływałam je wpław, robiłam im zdjęcia, nagrywałam minutę brzmienia każdego odwiedzonego akwenu, oceniałam jakość wody, inwentaryzowałam je na własne potrzeby.

Gdy dowiedział się o tym dziennikarz “Tygodnika Powszechnego” - Adam Robiński, napisał o mnie artykuł i mianował Panią Jeziora. A potem wygrałam międzynarodowy konkurs Festiwalu Malta pt. “Woda jest tobą”, zgłaszając swój projekt jako zdigitalizowaną wersję mojej mapy na przyszłej stronie internetowej: jeziorawielkopolski.pl.

Wygraną w konkursie była opcja zrealizowania tego pomysłu - Festiwal Malta sfinansował powstanie strony. Projekt był rozpisany na lata, choć nie wiadomo było czy uda mi się pozyskać budżet na jego rozwój. Do początku 2023 roku udało mi się objechać i opisać około osiemdziesięciu akwenów (ze stu pięćdziesięciu narysowanych na mapie).



Autorska mapa rysowana ręcznie

//

04

Trendy

Turystyka zrównoważona

Przyjazna zarówno środowisku naturalnemu odwiedzanych miejsc, jak i ludziom te miejsca zamieszkującym; W dobie kryzysu klimatycznego konieczna alternatywa dla klasycznej turystyki, która jest jednym z najpotężniejszych przemysłów świata; Turyści chcą wiedzieć, dokąd jadą, co zobaczą na miejscu, i jaka jest ranga danego obiektu. Aby osiągnąć ten cel potrzebują systemu atrakcji turystycznych, będących dla nich swoistym przewodnikiem: co warto zobaczyć i dlaczego.

Pragnienie autentyczności

Chcemy być w miejscach „nieturystycznych”. Chcemy fotografować tak zwane „prawdziwe życie” i naturę; Potrzeba doświadczenia zwiedzanej rzeczywistości „taką, jaka jest naprawdę” wynika z naszego własnego zagubienia w świecie ponowoczesnym.

Post-Antropocen (Symbiocen)

Podejście MORE-THAN-HUMAN (uwzględnia nie tylko człowieka, ale i cały ekosystem);
Natura zaczyna odzyskiwać swoje miejsce w świecie. Zmiana od podejścia antropocentrycznego (skoncentrowanego na człowieku) do podejścia eko-centrycznego (skoncentrowanego na całym ekosystemie);

Dobrostan Psychiczny

Połączenie dobrego samopoczucia, zarządzania emocjami i efektywnego radzenia sobie z codziennymi wyzwaniami. W dobie cyfryzacji odpoczywanie w naturze i aktywność fizyczna w przyrodzie przyczyniają się do redukcji stresu i przywrócenia równowagi psychicznej (slow life).

05

Statystyki

7%

w tylu procentach klasyczna turystyka przyczynia się do degradacji środowiska
(w 2012 roku liczba turystów podróżujących po świecie przekroczyła miliard)

8 ton Co2

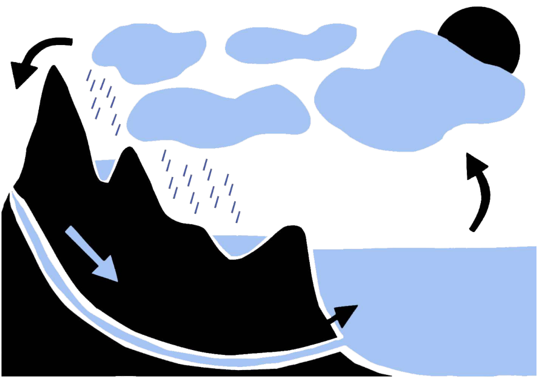
średnio emituje Polak rocznie

1 tona Co2

to międzykontynentalny lot w obie strony (średnio półtora miesiąca normalnego życia)

3%

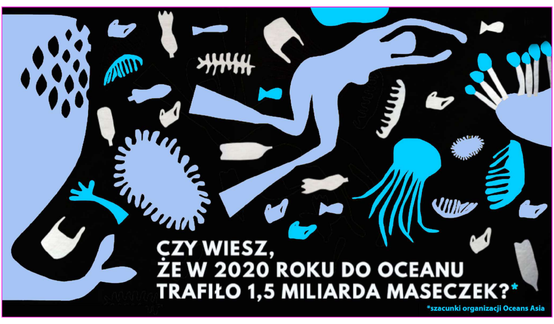
tyle wody na świecie stanowi niezbędna do przeżycia woda słodka, która występuje między innymi w jeziorach; Jako ludzkość zużywamy ją za szybko;
Odsalanie wody oceanicznej, której mamy pod dostatkiem, pochłania 10 razy więcej energii niż pozyskiwanie wody z jakiegokolwiek innego źródła (i jest po prostu za drogie);



WODA JEST ZASOBEM NIEODNAWIALNYM. NA ZIEMI JEST OK. 1,3 MLD KM3 WODY I TAK JUŻ POZOSTANIE. NIE BĘDZIE JEJ ANI MNIEJ, ANI WIĘCEJ. TO SYSTEM ZAMKNIĘTY.

06

Turyści = śmieci


CZY WIESZ,
ŻE W 2020 ROKU DO OCEANU
TRAFIŁO 1,5 MILIARDA MASECZEK?*
*szacunki organizacji Oceans Asia

→

Niezależnie czy mowa o klasycznej turystyce międzykontynentalnej czy o tej bardziej lokalnej, wszędzie tam gdzie pojawiają się turyści, rosną góry śmieci. Świadomość ekologiczna jest znikoma.

07

Problem suszy

2 metry

– o tyle obniżył się poziom wód gruntowych w Polsce w ciągu ostatnich lat

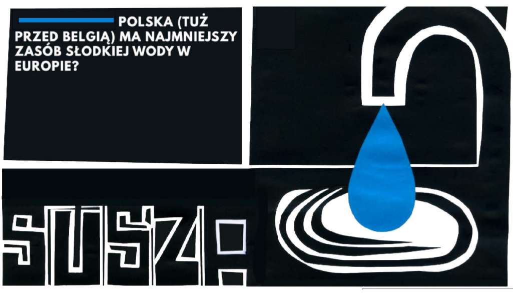
Polskie zasoby wodne składają się na wody powierzchniowe w rzekach, jeziorach, stawach i sztucznych zbiornikach + wody podziemne, których jest najwięcej.

Polska jest jednym z państw najbardziej zagrożonych kryzysem wodnym, który postępuje wraz ze zmianami klimatycznymi.

Skąd się bierze susza w Polsce?

//

Oprócz ukształtowań geologicznych i meteorologicznych podstawowy wpływ na te zmiany ma człowiek. Rozwój tak zwanej cywilizacji, wzrost demograficzny, nadmierne rolnictwo powodujące degradację gleby i monokulturę krajobrazu, kopalnie odkrywkowe, zubożenie krajobrazu o elementy kontrolujące obieg wody w przyrodzie ("betonoza", zmiany szaty roślinnej, pokrywy glebowej), nadmierna eksploatacja wód podziemnych, która powoduje niżówkę hydrogeologiczną.
Niżówka jest najgłębszym przejawem suszy. Najpierw odnotowuje się spadek opadów. Poziom wód powierzchniowych i gruntowych spada dopiero po jakimś czasie. Znikanie jezior jednak widać gołym okiem na przestrzeni ostatnich lat.


POLSKA (TUŻ PRZED BELGIĄ) MA NAJMNIEJSZY ZASÓB SŁODKIEJ WODY W EUROPIE?
SUSZA!

Wyzwanie

↓

Jak stworzyć platformę, która z jednej strony będzie pomagać w uprawianiu zrównoważonej,

ekologicznej turystyki lokalnej, a z drugiej strony będzie edukować w temacie ekologii, suszy i kryzysu klimatycznego w atrakcyjnej i oryginalnej formie artystycznej?

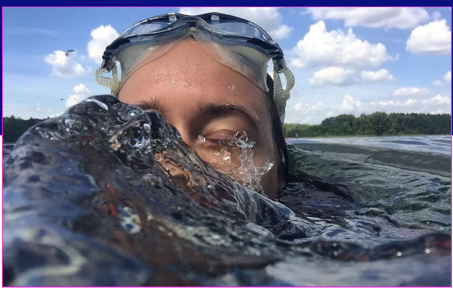
08

Analiza konkurencji i danych

Przeanalizowałam ponad dwadzieścia stron i aplikacji związanych z jednej strony z turystyką w Polsce, z drugiej strony z samymi jeziorami, a także z tematem budowania świadomości o suszy i kryzysie klimatycznym.

Okazało się, że nie ma bezpośredniej konkurencji.

- aplikacje turystyczne dotyczą wybranych obszarów Polski i próbują informować o wszystkim: od bazy obiektów turystycznych, noclegów, restauracji, przez imprezy, wydarzenia, szlaki turystyczne i mapy, po zabytki i legendy; brak autorskiego podejścia;
- aplikacje związane z jeziorami służą do nawigacji wodnej/przeznaczone są dla żeglarzy albo dla wędkarzy (i dotyczą przeważnie najbardziej znanych jezior mazurskich)
- brak stron poświęconych stricte jeziorom - jeśli się o nich pisze, to w pojedynczych artykułach dotyczących regionu lub ewentualnie na fanpejdżach i grupach na FB
- polska turystyka rzadko idzie w parze ze świadomością ekologiczną - na stronach turystycznych poszczególnych regionów kraju raczej poleca się różne usługi z okolicy



09

Screener i wywiady

35

osób odpowiedziało na screenera (grupa focusowa: turyści z grup z FB; anonimowa ankieta internetowa - 5 pytań)

12

osób wzięło udział w wywiadach pogłębionych (11 pytań)

Co ujawnił screener?

- większość ankietowanych lubi jeździć na wycieczki/krótkie wypady i robi to regularnie

- większość nie ma planu kolejnych wycieczek i improwizuje z Googlem albo jedzie z kimś
- większość ankietowanych doceniła okolice swojego zamieszkania dzięki pandemii Covid
- wszyscy ankietowani chcą jeździć tam, gdzie jest przyroda (+ większość tam, gdzie woda)
- większość ankietowanych woli jeziora od rzek
- mniej niż połowa ankietowanych ma świadomość suszy w Polsce (opinię reszty można by zawrzeć umownie w zdaniu: “przecież jeszcze daleko nam do pustynnej Afryki”)

TO JEZIORO
TEŻ 💧
WYSCHNIE

O czym chciałam się dowiedzieć w wywiadzie?

- o zwyczajach podróżniczych dotyczących bliższych wypadów i lokalnych wycieczek
- o problemach związanych z wycieczkami i o brakach w turystycznej ofercie Wielkopolski
- o tym co dla nich znaczy termin “świadomy turysta” i na ile łączą temat kryzysu klimatycznego, suszy itp. z prywatnymi wycieczkami w konkretne miejsca
- o atrakcjach, jakich szukają i gdzie znajdują inspiracje do kolejnych wypadów (narzędzia)
- o tym jakie cechy musi dla nich mieć jezioro, by chcieli nad nim spędzać czas

Co pokazała analiza klastrowa?

wszyscy na wycieczkach oczekują przyrody (najlepiej z wodą)

wszyscy lubią spacery a większość - też wycieczki rowerowe

większość robi lokalne wypady średnio raz w tygodniu (zimą dwa razy rzadziej)

większość szuka spokoju w lesie i lubi dzikie jeziora (bez ludzi i z czystą wodą!)

większość lubi zrobić nad jeziorem piknik & mieć przyjazne zejście do wody

większość szuka inspiracji, wertując mapy Google (czasami inspirują ich znajomi, rzadko – aplikacje)

większość ma problem informacyjny: nie docierają do nich oferty, nie wiedzą gdzie ich szukać

problem transportu: albo wykluczenie, gdy nie masz auta a chcesz pojechać "w dzikie" albo brak parkingów

większość ma kryzys klimatyczny z tyłu głowy, ale niewiele potrafi z tym zrobić (na wycieczce)

TO
JEZI
ORO
TEŻ
WYS
CHNIE

NIECH WODA
BĘDZIE
(Z) TOBĄ

10

Persona

Hanna

wiek: 39 lat
zawód: redaktorka
zarobki: 5 tys. zł.
miasto: Poznań
wykształcenie: wyższe
rodzina: partner i syn
cechy: świadoma siebie i kondycji świata, samodzielna, wrażliwa, inteligentna;

Otwarta i zaangażowana społecznie w wolontariat, wrażliwa na przyrodę. Sukcesu nie mierzy majętnością. Odpoczywa w lesie i nad wodą. Ma dorastającego syna. Lubi podróże, choćby krótkie. Tydzień bez przynajmniej jednego wypadu za miasto to dla niej tydzień stracony. Gdy akurat nikt ze znajomych nie podsunie jej lepszego pomysłu, sama szuka w mapach Google zielonych i niebieskich plam, które można by odwiedzić w okolicy. W ogóle nie docierają do niej atrakcyjne, turystyczne oferty, więc czasami jest niepocieszona, że znowu sama musi organizować sobie cel wypadu. Nie korzysta z żadnych turystycznych aplikacji.

W wolnym czasie praktykuje jogę i jeździ rowerem. Latem uczestniczy w spływach kajakowych. Ale kocha też po prostu spacerować. Ubolewa, że w tak wiele pięknych miejsc Wielkopolski nie da się dojechać inaczej niż samochodem. Latem potrafi zorganizować wycieczkę nawet 3 razy w tygodniu po pracy.

Widzi na własne oczy jak wysychają jeziora, jak zmienia się pogoda, jak znikają zimy, ale świadomość kryzysu klimatycznego leży gdzieś z tyłu jej głowy.
Nie myśli o nim, gdy planuje kolejne wycieczki po okolicy. Chociaż obserwuje parę fanpejdży na FB z tym związanych.

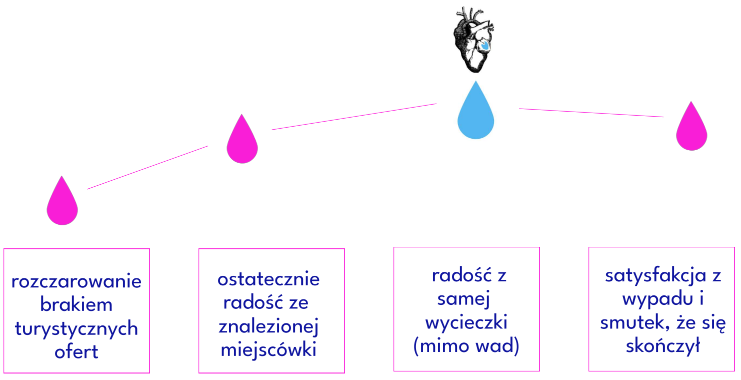
Najbardziej odpoczywa nad jeziorem w lesie, bez infrastruktury i ludzi. Im bardziej dziko, tym bardziej jest zachwycona. Ma sentyment do opuszczonej architektury albo zapomnianych miejsc, w których ma się poczucie, że czas zatrzymał się dawno temu. Denerwują ją wędkarze, którzy zazwyczaj zostawiają po sobie śmieci. Szczerze nie cierpli też kręgów łowieckich.

Lubi, gdy jezioro ma czystą wodę i przyjemne wejście, które nie skazuje na włażenie do niego po gałęziach. W takiej ciszy leśnego jeziora znajduje jakiś swój osobisty zen. Latem lubi siedzieć na wodą do wieczora, piknikować i relaksować się. Często ubolewa: “Dlaczego w Polsce lato nie trwa dłużej!?”

//

11

User Journey Map & Empathy Map


rozczarowanie brakiem turystycznych ofert

ostatecznie radość ze znalezionej miejscówki

radość z samej wycieczki (mimo wad)

satysfakcja z wypadu i smutek, że się skończył

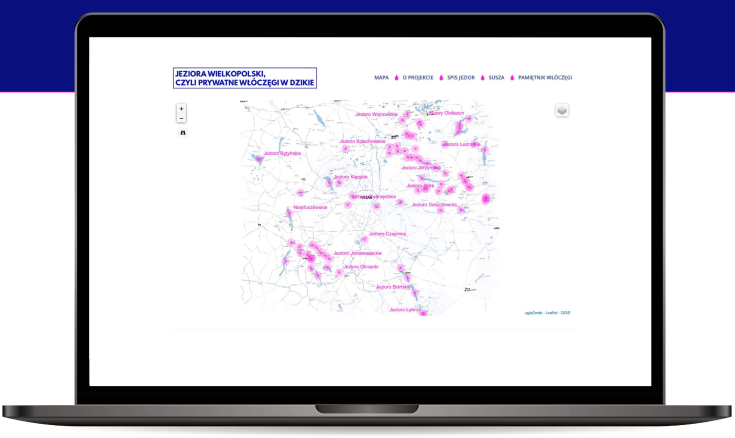
12

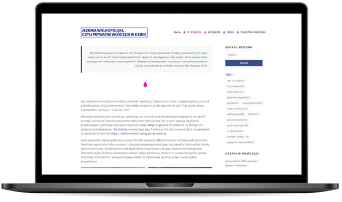
Value Proposition Canvas

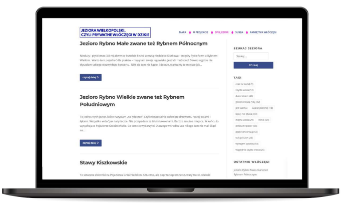
Zmapowałam istniejące funkcjonalności na stronie. Użytkownik strony może:

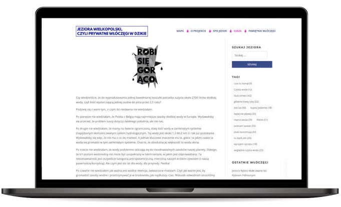
- poznać ideę, autorkę, charakter projektu i know how strony (zakładka "O projekcie")
- wyszukiwać miejsca za pomocą interaktywnej mapy, którą może przybliżać i oddalać
- wyszukiwać miejsca za pomocą wyszukiwarki z lupką
- wyszukiwać miejsca za pomocą tagów, które odpowiadają infografikom
- skorzystać ze skrótu "Ostatnie włóczęgi"
- poznać konkretne miejsce, oglądając zdjęcia, czytając opowieść, słuchając minuty brzmienia jeziora, oglądając infografiki (tagi), korzystając z linków do Wikipedii i Google
- wyedukować się o suszy w kontekście kryzysu klimatycznego (zakładka "Susza")
- poczytać literackie cytaty dotyczące jezior i wód (zakładka "Pamiętnik włóczęgi)
- przesłać swoje propozycje fragmentów lektur dotyczących wody (do uzupełnienia galerii)
- skomentować opowieść o konkretnym jeziorze (podświetlenie Waszych Reakcji na listwie)
- przeczytać ekologiczny cytat na projekcie prowadzącym do strony sklepzcytatami.pl

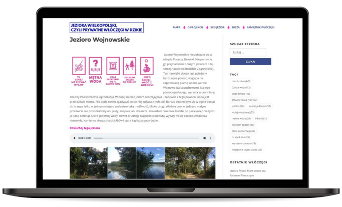
//





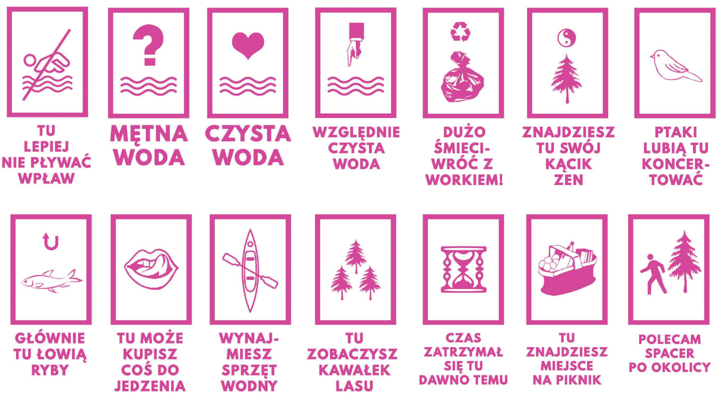






13

Infografiki/ tagi


TU LEPIEJ NIE PŁYWAĆ WPŁAW
MĘTNA WODA
CZYSTA WODA
WZGLĘDNIE CZYSTA WODA
DUŻO ŚMIECI-WRÓĆ Z WORKIEM!
ZNAJDZIESZ TU SWÓJ KĄCIK ZEN
PTAKI LUBIĄ TU KONCERTOWAĆ
GŁÓWNIE TU ŁOWIĄ RYBY
TU MOŻE KUPISZ COŚ DO JEDZENIA
WYNAJMIESZ SPRZĘT WODNY
TU ZOBACZYSZ KAWAŁEK LASU
CZAS ZATRZYMAŁ SIĘ TU DAWNO TEMU
TU ZNAJDZIESZ MIEJSCE NA PIKNIK
POLECAM SPACER PO OKOLICY

14

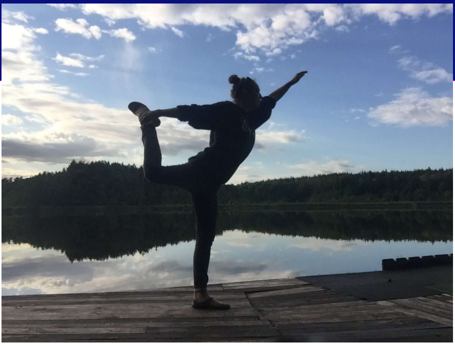
Przyszedł czas na pytanie: co mogłoby działać lepiej?

Widoczność w internecie i finansowanie

Gdyby strona była bardziej popularna, czy łatwiej by było znaleźć **sponsorów** na kontynuowanie projektu, który przecież ma swoje **koszty** (utrzymanie domeny, serwera, opieka informatyczna, koszty dojazdów nad jeziora, koszty pośrednie itp.)?

W pierwszym roku istnienia projektu udało mi się uzyskać wsparcie finansowe od kilku podmiotów – głównie gmin wielkopolskich, na terenie których są opisywane przeze mnie jeziora. Jednak jeśli zdecydowali się mnie wesprzeć, to było to wsparcie symboliczne i jednorazowe (najhojniej wsparło mnie przedsiębiorstwo wodociągowe, ale to wystarczyło na rok funkcjonowania projektu). W tej chwili utrzymuję projekt sama, z prywatnego budżetu.

Czy warto spróbować **pozycjonowania**? **Reklamy w social mediach**? Skąd na to wziąć środki?



15

Dokumentacja

– screener i wywiady
– persona
– user journey map
– propozycja wartości

NIECH WODA
BĘDZIE
(Z) TOBĄ
WWW.JEZIORAWIELKOPOLSKI.PL