

webmetric

## Metody i techniki onboardingu

Przykłady



# Czym jest onboarding?

**User Onboarding** to działanie, które umożliwia zaznajomienie się nowego użytkownika z aplikacją (interfejsem, nawigacją lub nową funkcjonalnością), dostarczenie mu odpowiednich informacji na temat produktu oraz wspieranie go do momentu, aż stanie się aktywnym userem.

**Onboarding UX** można opisać jako doświadczenie, które rozpoczyna się w momencie pierwszego zetknięcia z aplikacją. Ważne jest przejście przez szereg kroków (**onboarding flow**), które powinny zabierać niewiele czasu i składać się z łatwych zadań, których realizacja umożliwia bezbłędne korzystanie z aplikacji.



# 3 kroki skutecznego onboardingu

1. **Określenie kluczowych akcji i naprowadzenie na nie użytkowników**
2. **Skoncentrowanie swojego produktu na początku tylko na onboardingu** — upewnij się, że zanim użytkownik stanie się samodzielny, pokażesz mu wszystko, co powinien wiedzieć.
3. **Dodawanie elementów UI tam, gdzie jest to potrzebne** — znalezienie obszarów, które mogą być mylące lub trudne dla nowych użytkowników i użycie wzorców UI, aby je ułatwić:
  - modal — opisuje daną funkcję
  - tooltip — wyjaśnia funkcję przycisku
  - hotspot — przyciąga uwagę użytkownika



# Podstawowe wzorce onboardingu

1. **Wiadomość powitalna** — wita użytkownika krótkim, przyjaznym komunikatem, który zapoznaje go z produktem.
2. **Tour po produkcie** — wyjaśnia cechy produktu najważniejsze dla każdego użytkownika.
3. **Pasek postępu** — informuje o tym, jak długo trwa proces onboardingu.
4. **Listy kontrolne** — zawierają wyraźną listę zadań do wykonania przez użytkownika.
5. **Hotspoty** — kierują uwagę na określone cechy produktu.
6. **Etykiety 'tooltips'** — małe okienka, które dostarczają porad, gdy użytkownik wykona określoną czynność.
7. **Onboarding oparty na personach** — dostosowuje doświadczenia związane z produktem na podstawie odpowiedzi użytkownika w krótkiej ankiecie.
8. **Możliwość pominięcia** — dla tych użytkowników, którzy nie chcą dodatkowych porad.



# **APLIKACJE MOBILNE**

## Metody wdrażania użytkowników

---

- **Progresywny onboarding**
- **Onboarding oparty na korzyściach**
- **Onboarding zorientowany na funkcje**

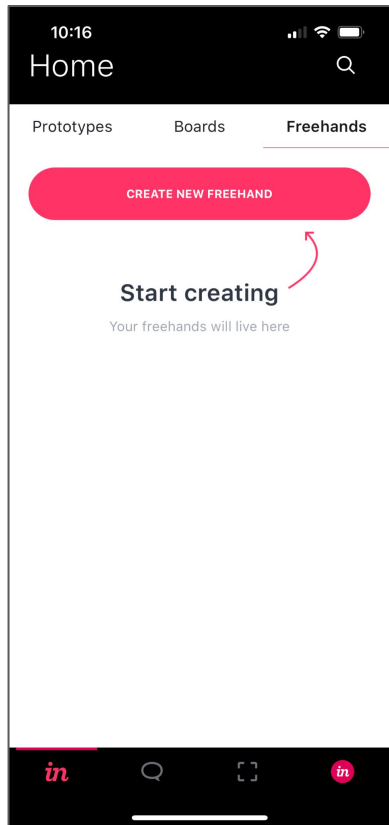
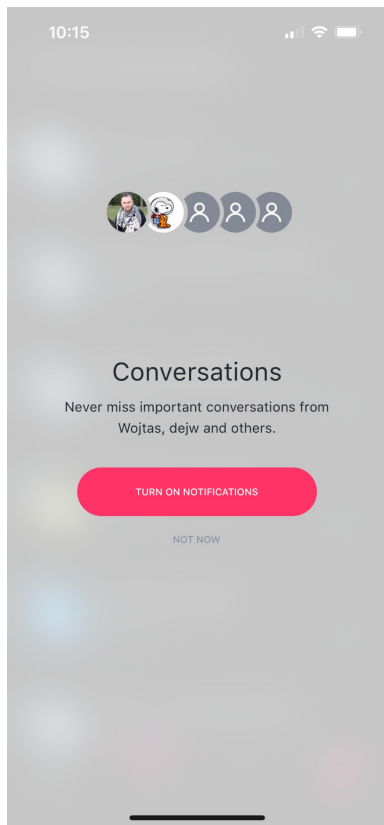
Wszystkie te metody można ze sobą łączyć.

# PROGRESYWNY ONBOARDING

- Uczenie poprzez **działanie**
- Wyświetlanie **instrukcji** podczas nawigacji
- Informacje odnoszą się wyłącznie do strony, na której aktualnie znajduje się użytkownik



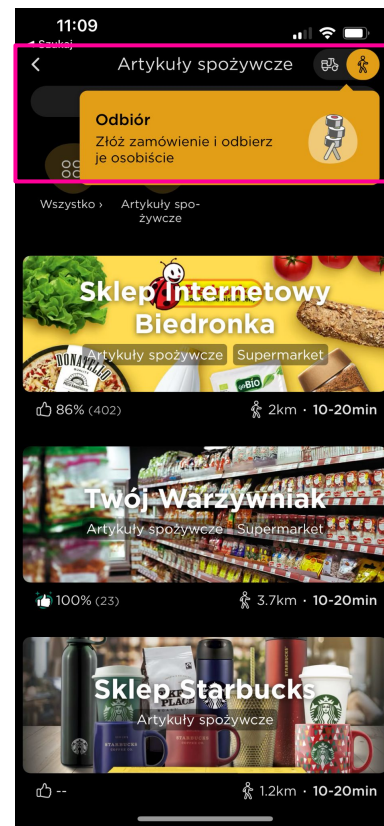
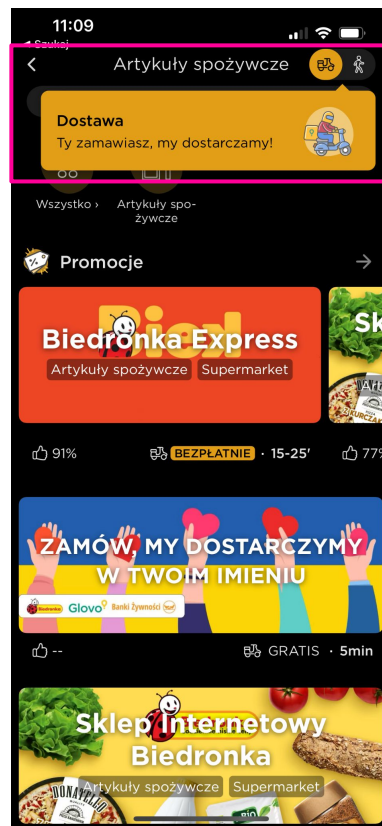
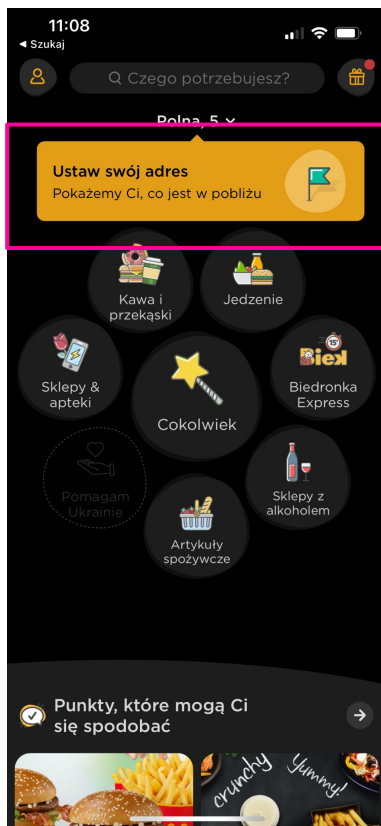
# Progresywny onboarding - przykład użycia



Instrukcja pojawia się wtedy, gdy użytkownik znajdzie się na poszczególnej karcie.



# Progresywny onboarding - Instrukcje podczas nawigacji



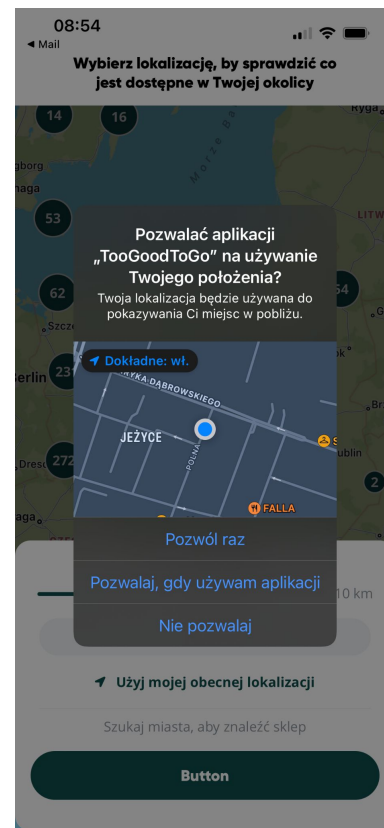
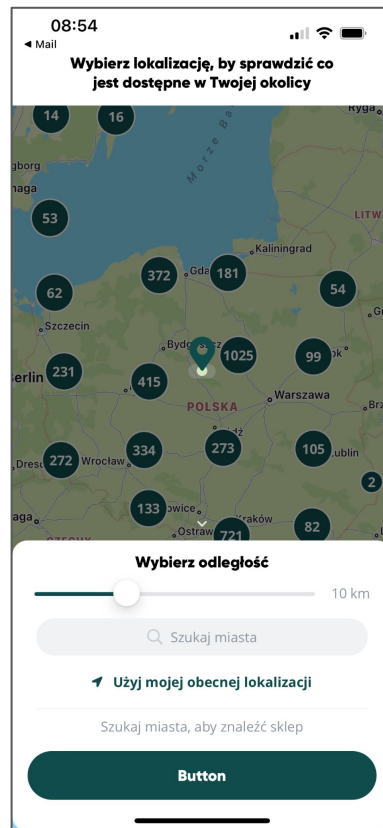
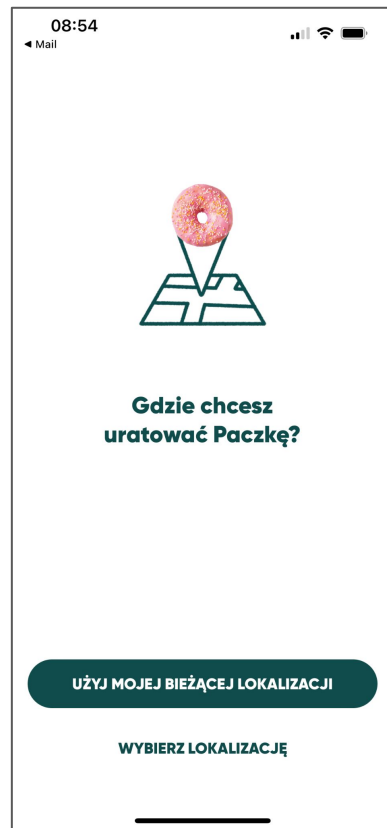
# ONBOARDING OPARTY NA KORZYŚCIACH

- Skupia się na **działaniach aplikacji**, a nie na tym, jak z niej korzystać
- Ukazuje **wartość i zalety aplikacji**, które oferuje użytkownikom

W tego typu onboarding często wykorzystuje się **ekrany z prośbami o pozwolenie** jak **dostęp do lokalizacji** lub **zgoda na otrzymywanie powiadomień push**.



# Onboarding oparty na korzyściach - przykład użycia

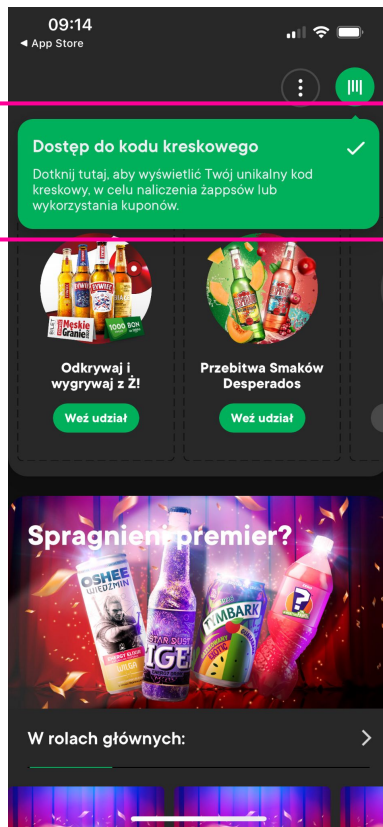
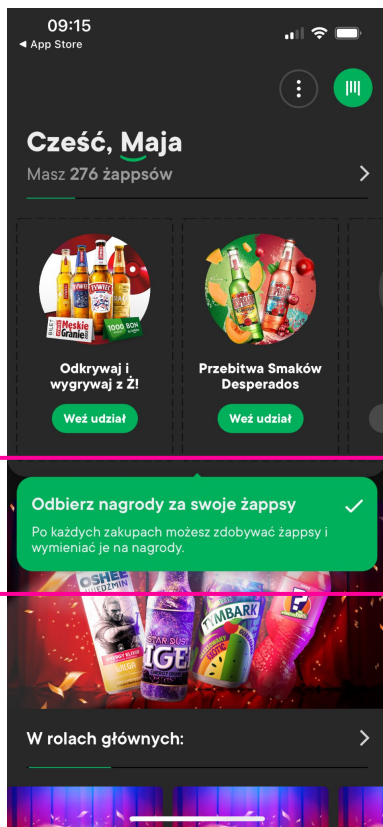


# ONBOARDING ZORIENTOWANY NA FUNKCJE

- Pokazuje **podstawowe funkcje** aplikacji oraz **jak z nich korzystać**
- W tym formacie często dodaje się **film demonstracyjny** wyjaśniający działanie interfejsu



# Onboarding zorientowany na funkcje - przykład użycia



Po pierwszym wejściu do aplikacji żappka objaśnia nam 2 podstawowe akcje i związane z nimi ikony.

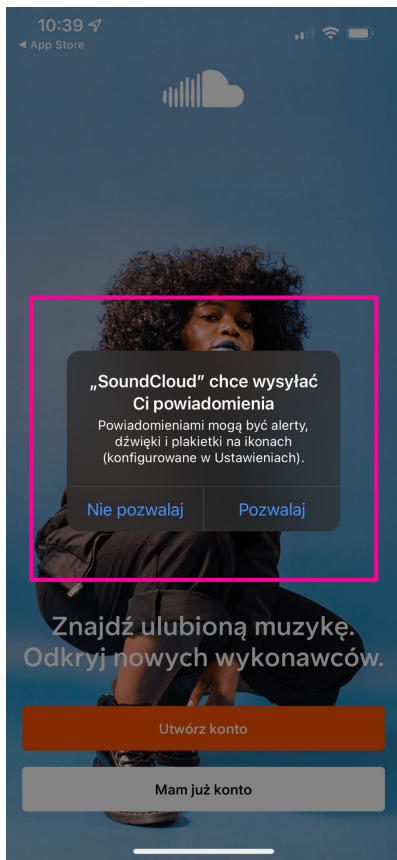
## Onboarding zorientowany na funkcje - film demonstracyjny



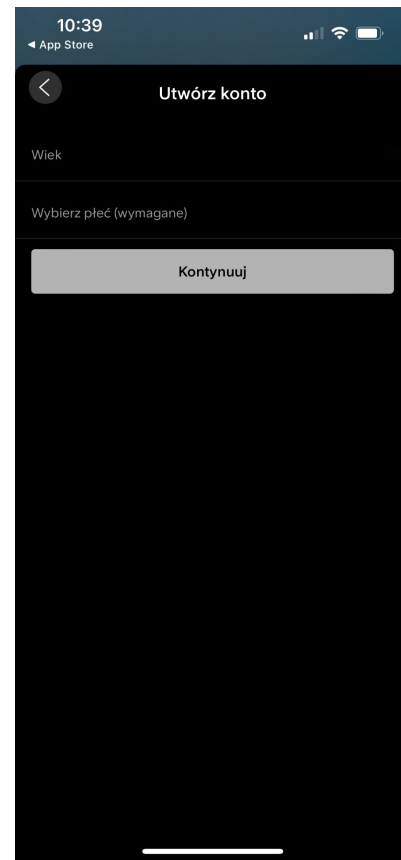
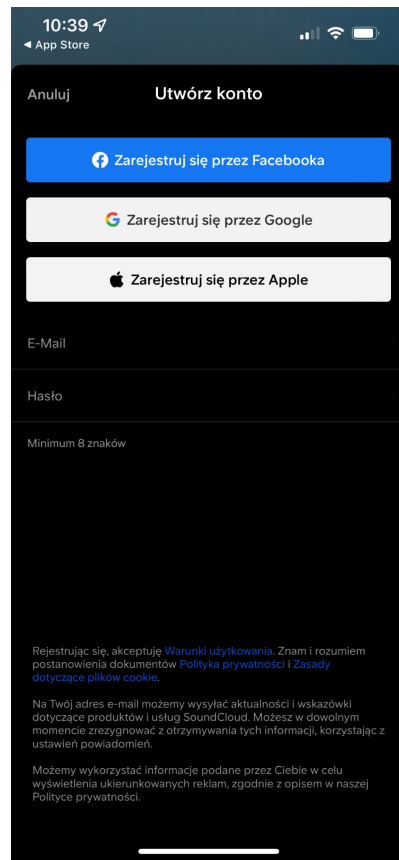
# Case Study

aplikacja SoundCloud

# 1. Tworzenie konta

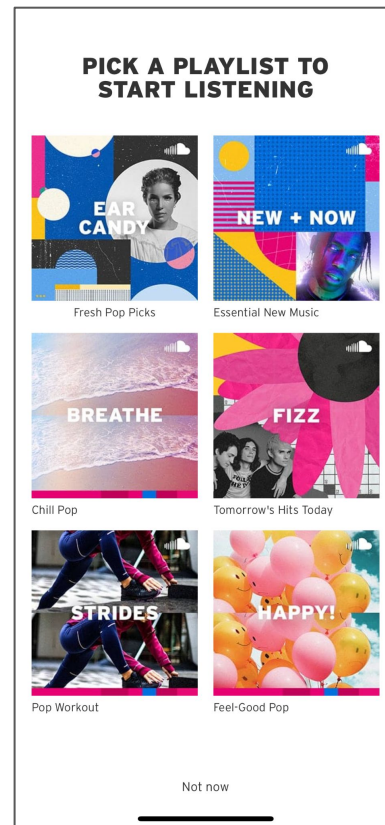
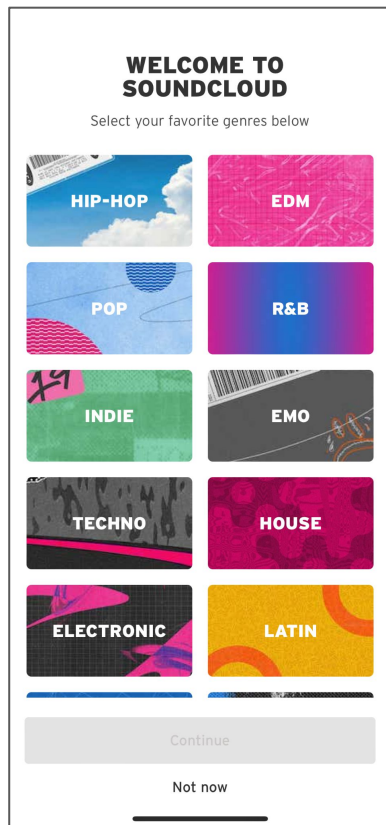


Pierwsze zetknięcie z aplikacją:  
onboarding oparty na  
korzyściach - prośba o zgodę na  
powiadomienia

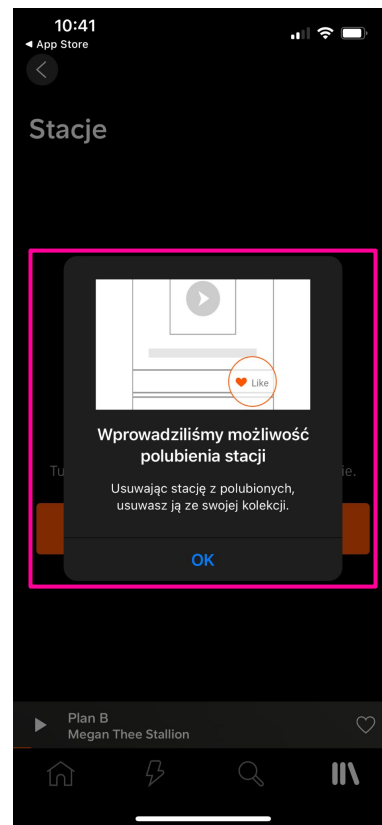
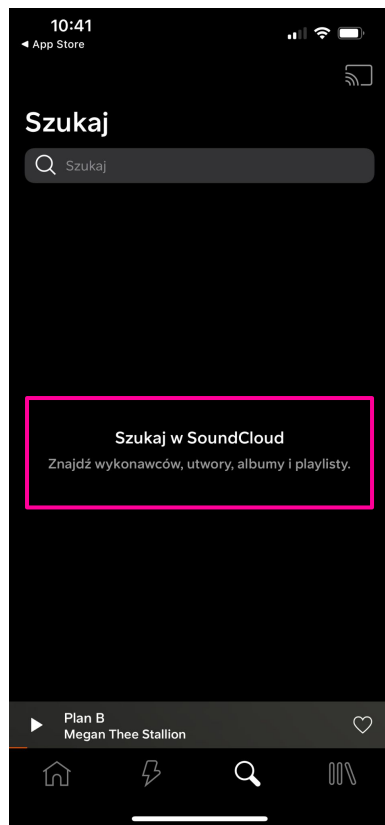




## 2. Personalizacja konta - onboarding oparty na preferencjach



### 3. Progresywny onboarding - wyjaśnienie funkcji na stronie, na której aktualnie znajduje się użytkownik.

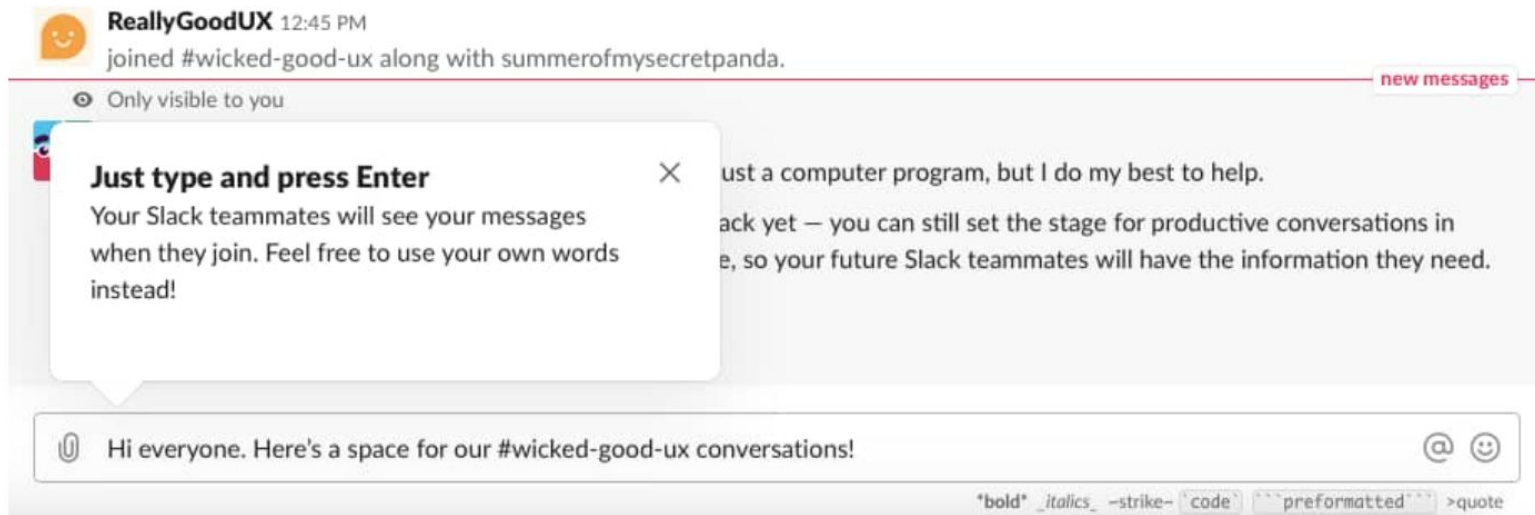


Nowe funkcjonalności są prezentowane użytkownikom w formie powiadomień pop-up.

# **APLIKACJE WEBOWE**

## Edukowanie za pomocą przyjaznego Bota

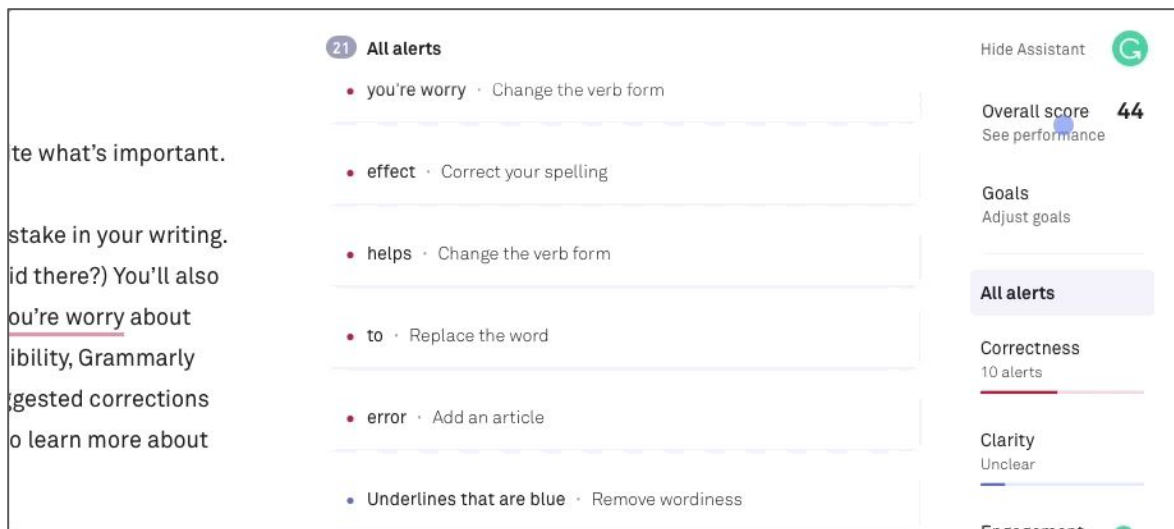
- Slack wykorzystuje swojego własnego „Slackbota” do przeprowadzenia prezentacji produktu.
- Zamiast tradycyjnej wycieczki po każdej akcji, Slack wprowadza użytkowników w funkcje takie jak Wątki i Aktywność poprzez puste stany — wówczas pomocne microcopy wyjaśnia, jak te funkcje będą działać, gdy użytkownik będzie aktywny na platformie.



The screenshot shows a Slack channel interface. At the top, a user named 'ReallyGoodUX' has joined the channel '#wicked-good-ux'. A red 'new messages' indicator is visible. A tooltip box is overlaid on the channel, containing the text: 'Just type and press Enter. Your Slack teammates will see your messages when they join. Feel free to use your own words instead!'. The main message area contains a message from the bot: 'I'm not a computer program, but I do my best to help. Slack yet – you can still set the stage for productive conversations in threads, so your future Slack teammates will have the information they need.' The input field at the bottom contains the text: 'Hi everyone. Here's a space for our #wicked-good-ux conversations!' and a formatting toolbar with icons for link, bold, italic, strikethrough, code, preformatted, and quote.

## Nauka poprzez działanie – demo

- Grammarly wprowadza do elementów UI krok po kroku poprzez **Demo** (w tym przypadku przykładowy dokument). Uczy użytkowników jak korzystać z funkcji w kontrolowanym środowisku oraz daje możliwość samodzielnej eksploracji narzędzi.
- Po kliknięciu delikatnych, ale rzucających się w oczy pulsujących hotspotów pojawiają się etykiety narzędzi, które zawierają krótkie wyjaśnienia dotyczące wyróżnionej funkcji.



The screenshot displays the Grammarly interface. On the left, a portion of a document is visible with text such as "te what's important.", "stake in your writing.", "id there?) You'll also", "ou're worry about", "ibility, Grammarly", "ggested corrections", and "o learn more about". A red underline is visible under the word "worry".

In the center, a panel titled "21 All alerts" lists several suggestions:

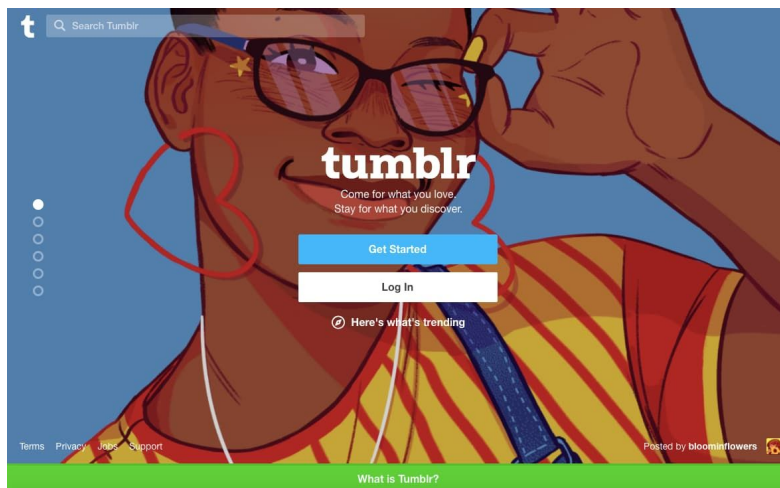
- you're worry · Change the verb form
- effect · Correct your spelling
- helps · Change the verb form
- to · Replace the word
- error · Add an article
- Underlines that are blue · Remove wordiness

On the right, a sidebar contains the following elements:

- Hide Assistant (with a green 'G' icon)
- Overall score **44** (with a blue dot and "See performance" link)
- Goals (with "Adjust goals" link)
- All alerts (highlighted in a light purple box)
- Correctness (10 alerts, with a red progress bar)
- Clarity (Unclear, with a blue progress bar)
- Engagement (with a green progress bar)

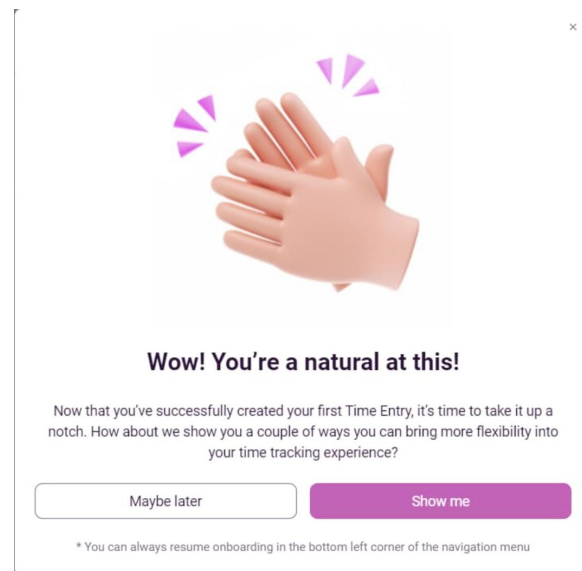
## Onboarding bazujący na preferencjach

- **Efekt obdarowania** — Po utworzeniu swoich danych logowania, użytkownicy są proszeni o wybranie **pięciu lub więcej zainteresowań**. To nie tylko pozwala platformie spersonalizować konta użytkowników, ale także daje im natychmiastowe poczucie przynależności do strony.
- Przewodnik po Tumblr wskazuje na ważne elementy UI, które użytkownicy będą musieli poznać, aby móc w pełni zaangażować się w platformę.



## Pozwolenie na naukę we własnym tempie


- Toggl **podzielił swoją wycieczkę po produkcie na wiele tras** z naturalnymi punktami zatrzymania między każdą z nich. Wprowadzanie do systemu rozpoczyna się od najbardziej podstawowych akcji, a następnie pozwala użytkownikom wybrać naukę bardziej zaawansowanych technik i funkcji.
- **Swoboda zarządzania procesem onboardingu** — użytkownicy posiadają pełną kontrolę. Są wyraźnie poinformowani czego się nauczą, ile kroków to zajmie i co zrobić, jeśli chcą się teraz wstrzymać z nauką.
- Cała sekwencja onboardingu jest **interaktywna**. Tooltips informują użytkowników, jak używać danej funkcji, a następnie mogą ją wypróbować.



# Dostarczenie wartości i zaproszenie do dalszej eksploracji

Avast Online Security & Privacy

Step 1 — Step 2 — Step 3




## Limit advertisers from tracking your online data and habits?

Be shielded as you browse the web against advertisers who want to collect your data. We also use GPC to make all sites you visit aware of your privacy preferences and respect it. Learn more about [Global Privacy Control](#)

**Yes, limit all trackers** **No thanks**

Avast Online Security & Privacy

Step 1 — Step 2 — Step 3



## Let's improve your privacy on Google

We've chosen this step-by-step guide to help you hide your online tracks from Google in just a few minutes. Simply start or [choose a different guide](#)

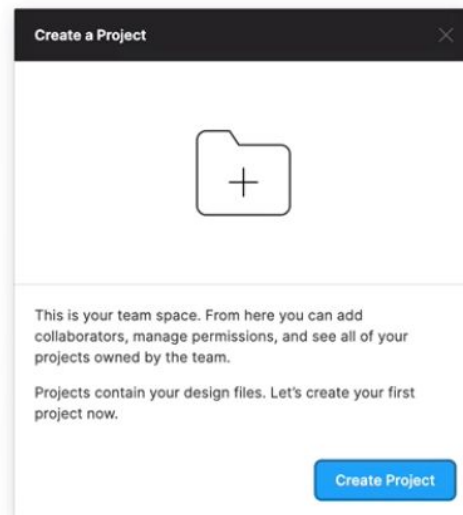
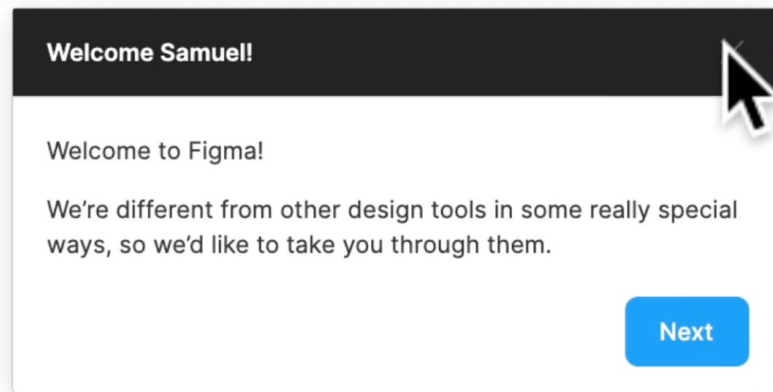
**Yes, start guide** **Not now**



# PRZYKŁADY

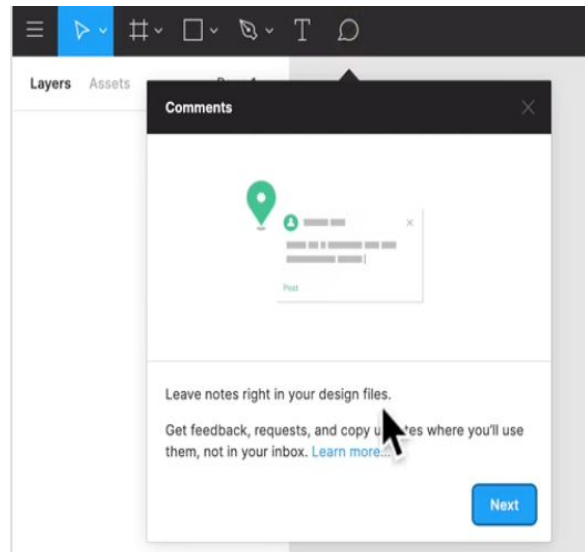
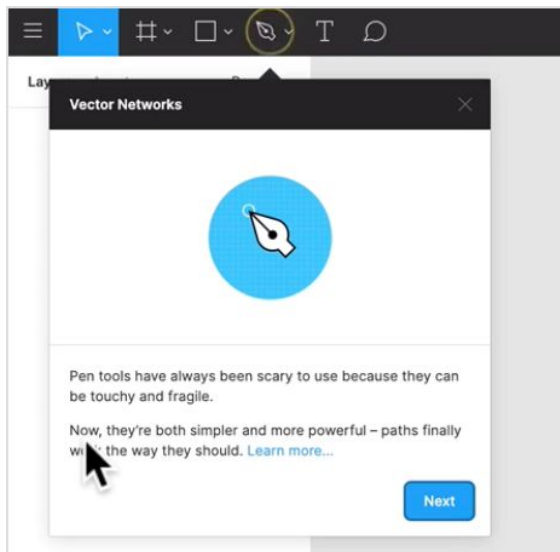
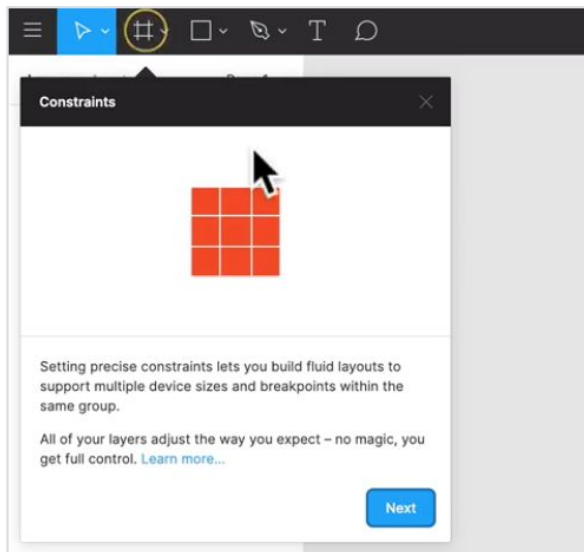
# FIGMA.COM

## okna dialogowe w procesie onboardingu



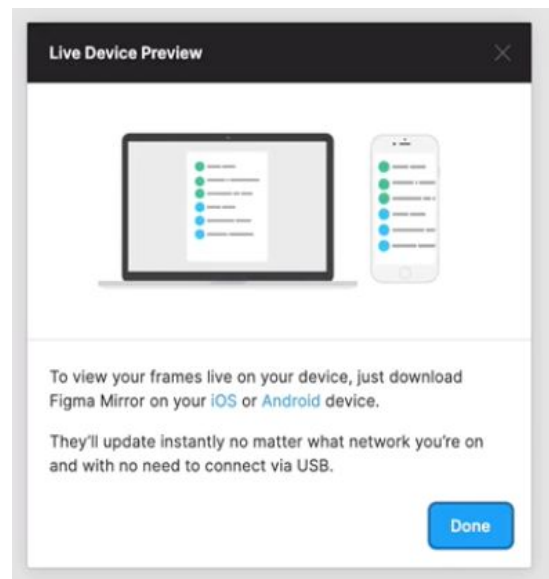
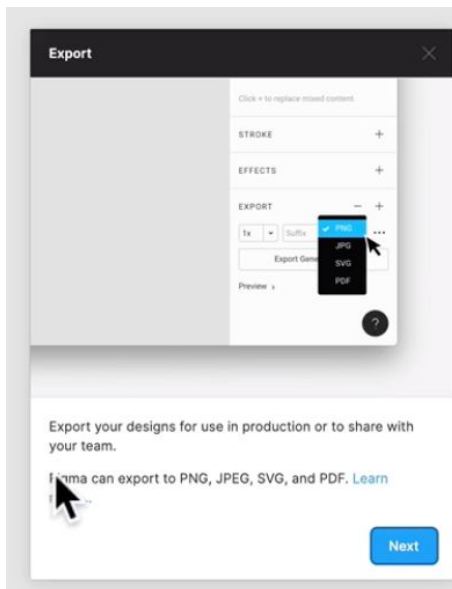
# FIGMA.COM

## etykiety narzędzi opisujące funkcje

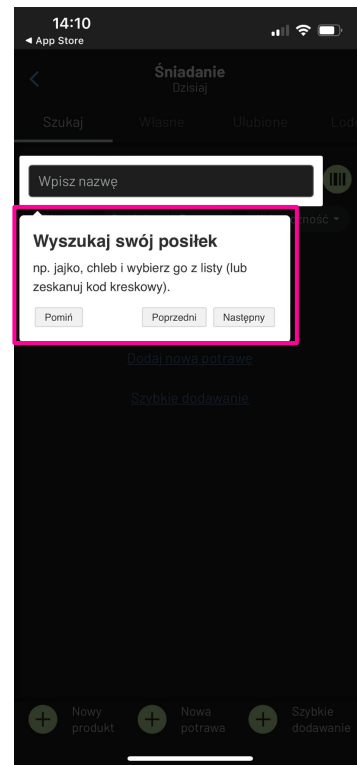
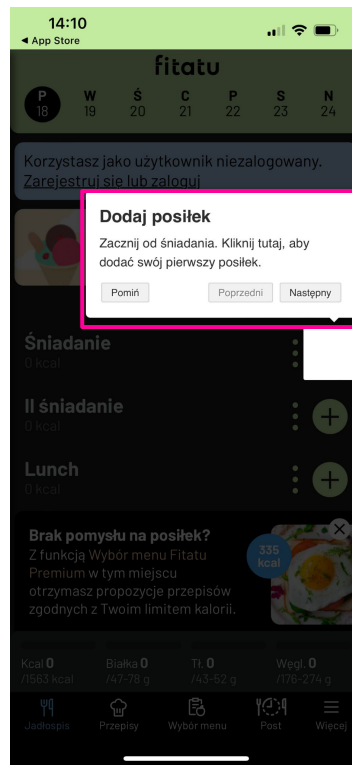
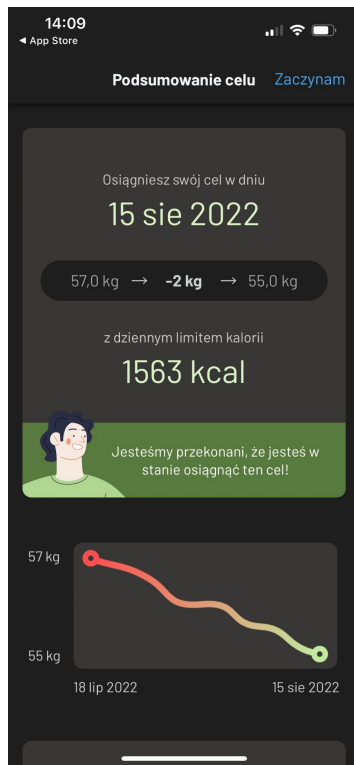
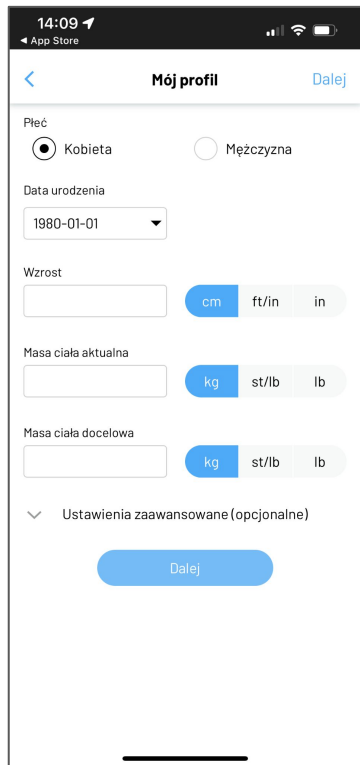
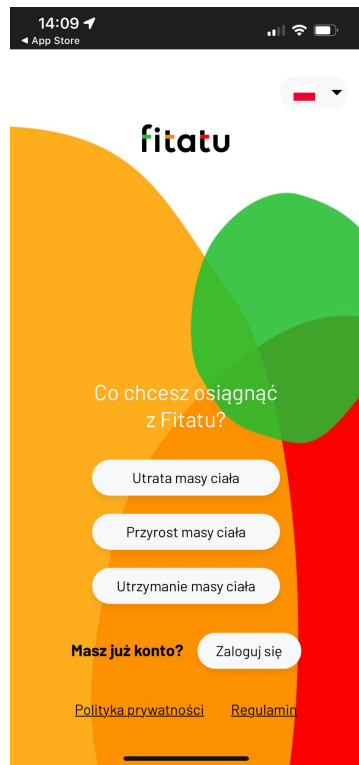


# FIGMA.COM

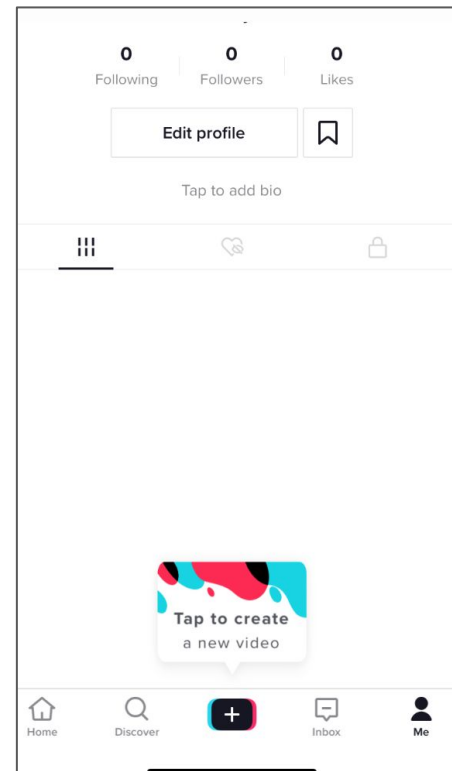
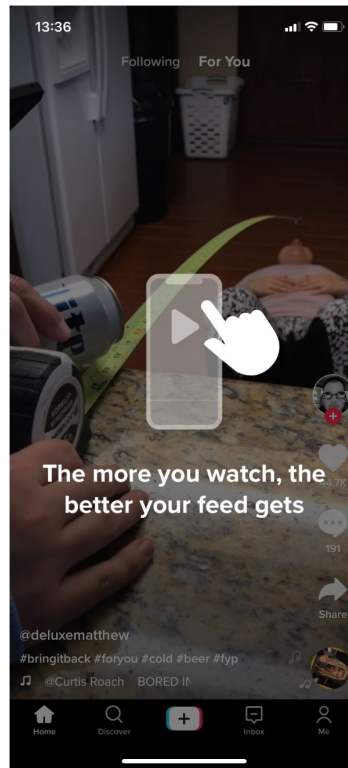
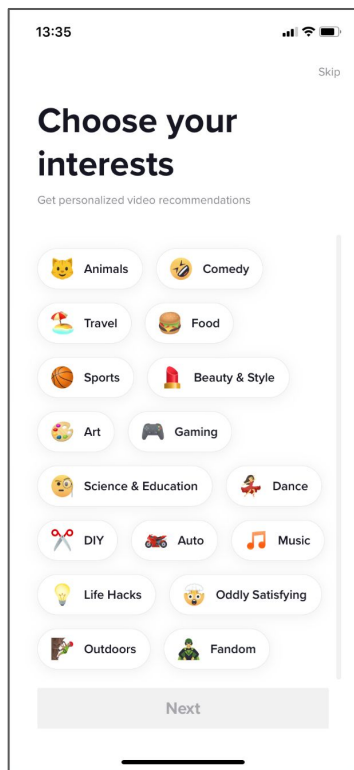
## instrukcje w formie gifów



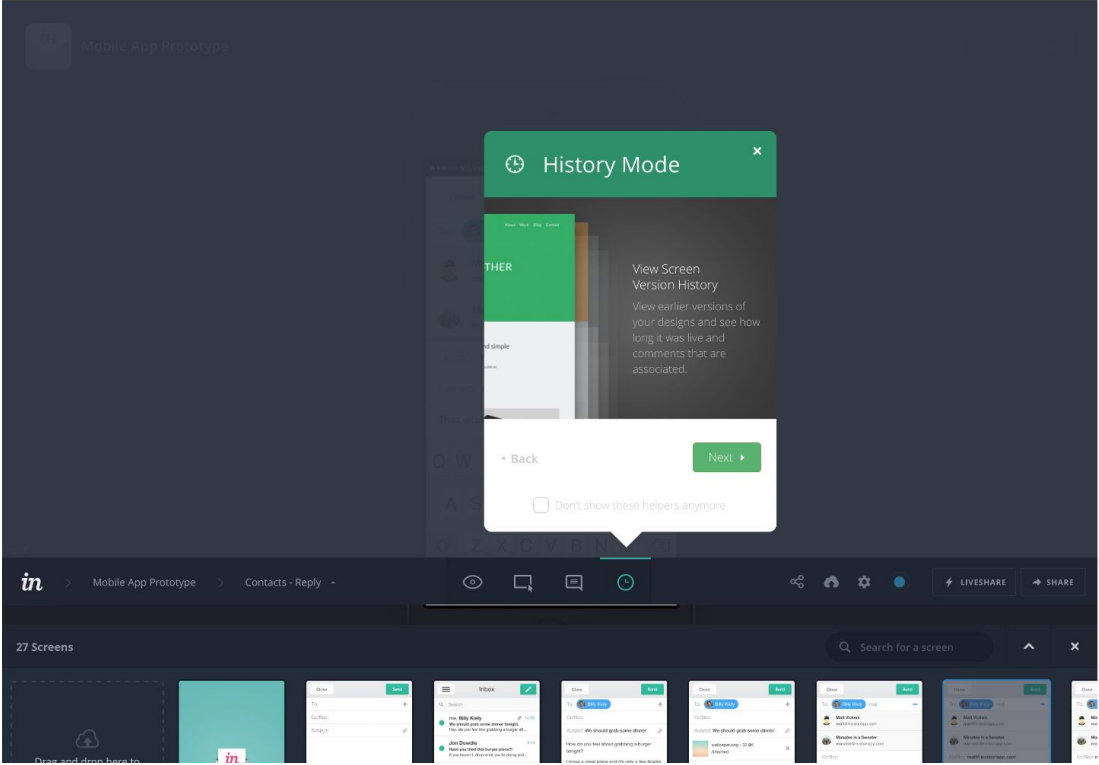
# FITATU - onboarding flow



# TIKTOK - onboarding flow









# InVision.com progresywny onboarding



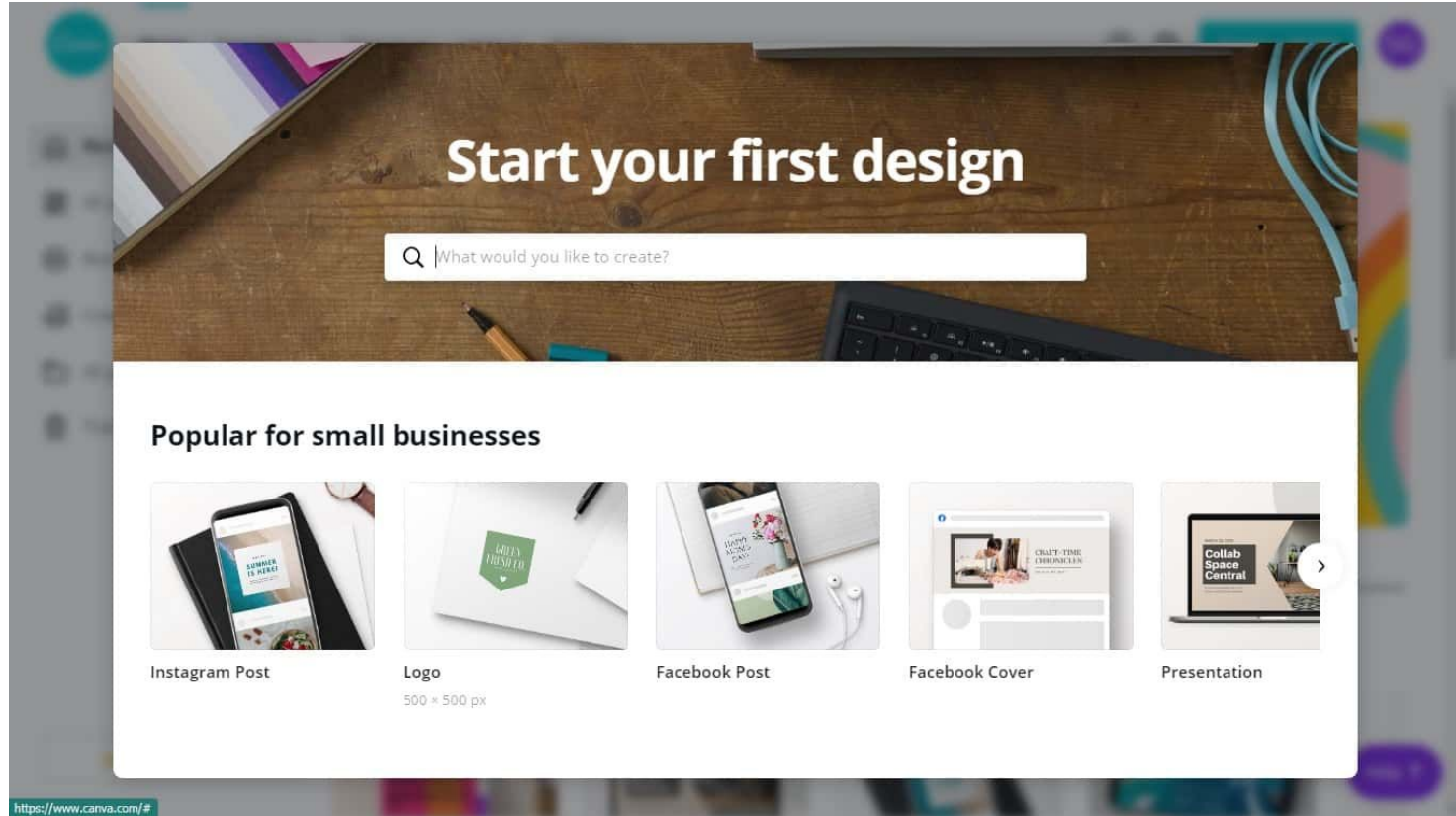
# Canva.com - personalizacja

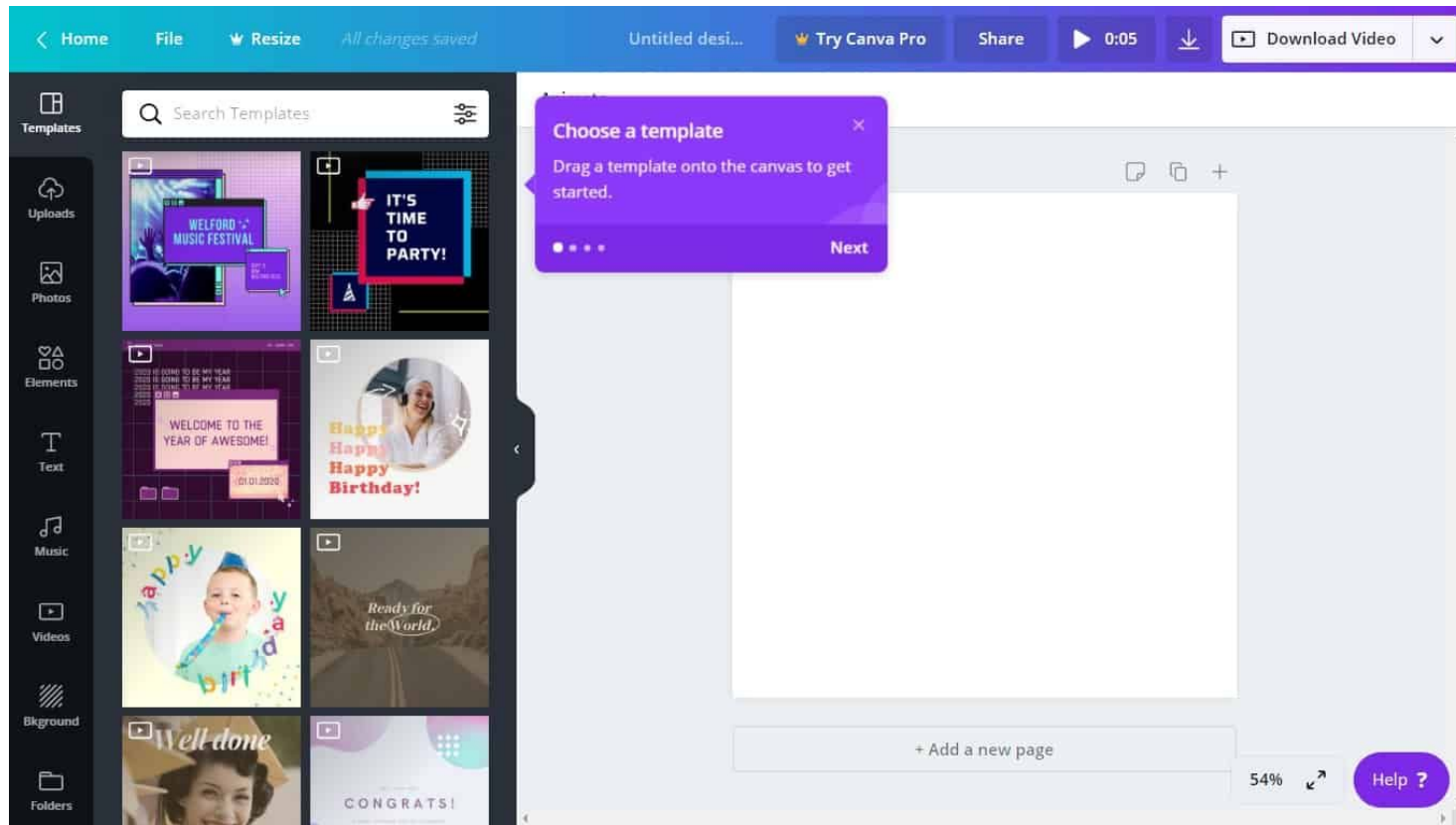
**What will you be using Canva for?**

We'll use this to recommend designs and templates especially for you.

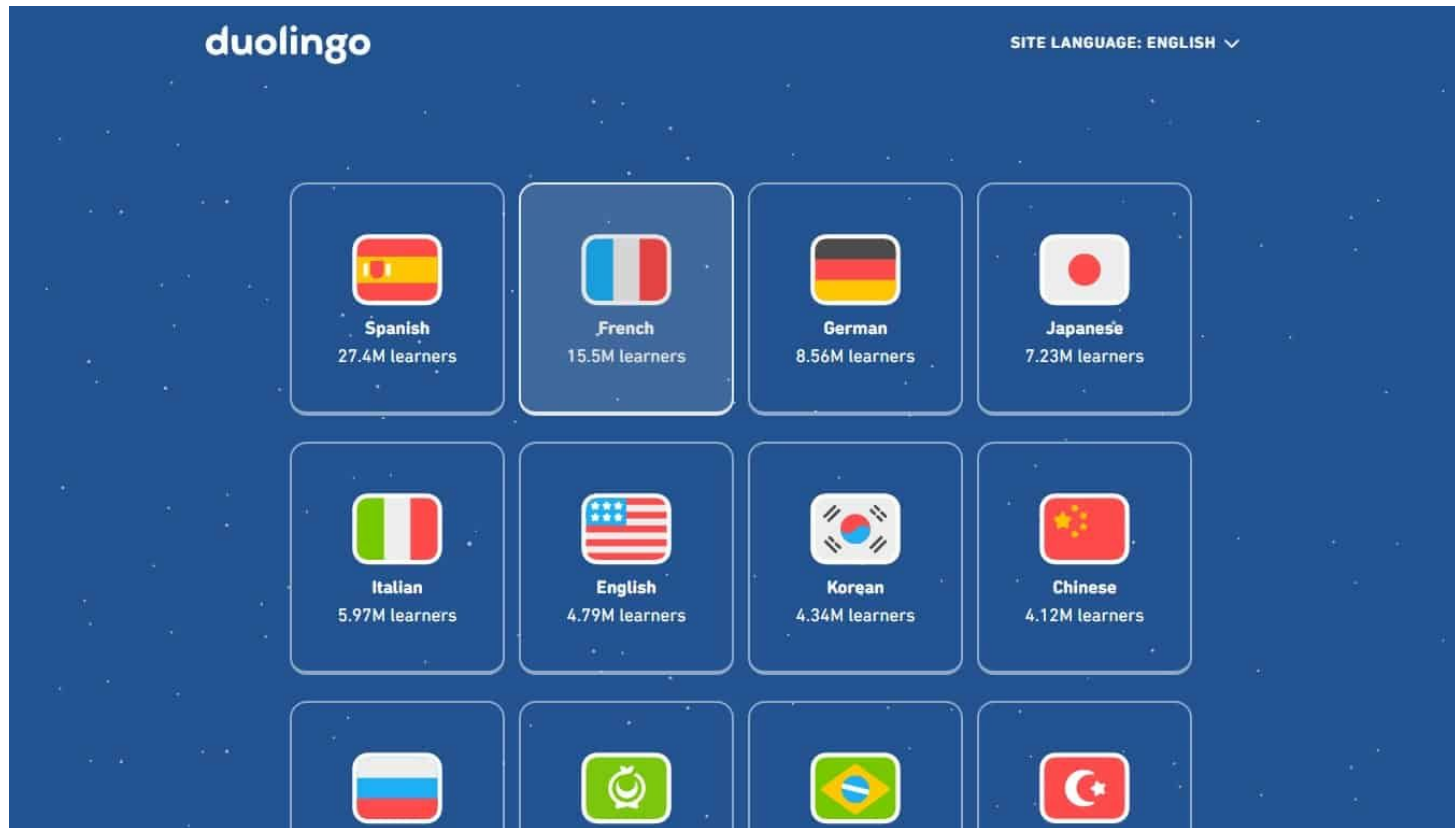
 <b>Teacher</b> You're here to empower your students	 <b>Student</b> You're here to impress your teachers and classmates	 <b>Personal</b> You're here to make anything and everything
 <b>Small business</b> You're here to design your brand from the ground up	 <b>Large company</b> You're here to scale your brand and keep it consistent	 <b>Non-profit or Charity</b> You're here to design for the greater good







# Duolingo.com - onboarding flow



## Why are you learning a language?



Travel



Culture



Family & Friends



Job Opportunities



School



Brain Training



Other

CONTINUE

[CREATE A PROFILE](#)

Great. Now choose a daily goal.

Casual	5 min / day
Regular	10 min / day
<b>Serious</b>	<b>15 min / day</b>
Intense	20 min / day

CONTINUE

## Choose your path



**New to French?**  
Start at the basics



**Already know some  
French?**  
Try this placement test

TRY PLUS



Basics 1



Greetings



Basics 2



People



Travel



Unlock Leaderboards!

Complete 9 more lessons to start competing

## XP Progress

EDIT GOAL



Daily Goal

13/30 XP



## Dzięki za uwagę!

Więcej UX'owych treści znajdziesz  
na naszym blogu i... mikroblogu :)



WEBMETRIC Sp. z o.o., ul. Wolsztyńska 13/1  
60-361 Poznań NIP: 7792446783 KRS: 0000636209  
[biuro@webmetric.com](mailto:biuro@webmetric.com)

webmetric