KATARZYNA WŁODARCZYK

UX UI DESIGNER

PORTFOLIO

katarzyna.wlodarczyk91@gmail.com • www.damrooka.com

www.linkedin.com/in/katarzynawlodarczyk • +48 668 031 642

About me

I have **over 5 years** of hands-on work **experience** in web and mobile design, rapid prototyping for Internet applications and websites. I specialize in user-centered design principles based on end-user's design decisions and needs as well as business goals. As a Designer I believe that design is a process focused on an observation that enables us to create an unique product. My goal is to create clear and fully functional interfaces for every user.

Currently I work as a **UX Designer for TUI Poland**, E-commerce department. I cooperate with developers in a daily basis with Scrum. I worked also as a UX Designer in Australian startup, where I had an opportunity to be a part of an international team that cooperation was based on Agile methodology using Kanban board. Before, I worked in Comarch a Krakow-based company as a UX/UI Designer, I had an internship in Ericpol as a UX/UI Designer and at Jagiellonian University as a Web Designer for two years. In the meantime I am involved in some projects for individual clients and companies as a freelancer. Type of my products: UX & UI design, usability audits and logo design.

I **graduated Electronic Information Processing** at Jagiellonian University and **Visual Communication and Graphic Design** at AGH University of Science and Technology, where I participated in a student's exchange program Erasmus+ at Universität Bielefeld in Germany (at Sociology Department).

Skills:
UX research • Information Architecture • Wireframing and UI prototyping • Interaction design • Visual communication • RWD • Mobile Design • UX writing • User Data Analysis • User empathy • Curiosity • Organization • Communication • Collaboration

Tools:
Sketch • Axure RP • Adobe Photoshop • InVision • Zeplin • Hotjar • Google Analytics • Jira • Confluence

Languages:
Native Polish • fluent English • basic German

Interests:
Travelling • Interior Design

TUI Poland

UX Designer, March 2017 - present

TUI Poland is a part of international TUI Group. In the last three years the company growth almost double its incomes and number of clients in Poland. Online channel has also strong impact in this success.

My role is primarily to design of user interfaces for responsive website and mobile applications (Android & iOS). I create mockups and interactive prototypes focused on meeting business goals and translate concepts into prototypes to demonstrate interaction.

I am responsible for coordinating user research and tests. I collaborate with developers, graphic designers and analysts. I am also product owner's support in Scrum. We are strongly focused on a high conversion rate and user satisfaction.

WORKED ON FUNCTIONALITIES

Searching offers*
Hotel card • charter flights • offers listing • global search optimization • holidays configurator • home page • favourites • results on map • expansion filters

Purchasing process*
Extra services: insurance, seat reservation, flight class, excursions, ski luggage • travel participant form • approvals • fast reservation • PDF with offers data

Clients profile*
Extra services • chat • reservation management • travel guide book • information about transfer • resident info • double verification • facilities for employee accounts

Only in mobile apps
Offline mode • right error alerts • form to rating app

Other
Travel documents • FAQ • complaint form • personal data form • mobile apps in media

*Functionalities for responsive website as well as mobile applications (Android and iOS).

HOTEL CARD

Date: 10.04.2017 - 24.01.2019

**My Role:** UX Design

Background:
Hotel Card is a key element of the travel agency online store. It includes all data about the offer - from hotel description, through flight details, to information about destination. Its goal is to represent benefits of the offer and help to decide which one is the most suitable for customers. The picture itself, the short description and the "buy now" button are not sufficient these days, which help to stand out from the background of ever-growing competition.

Goal:
Responsive version of the hotel card, which presents the offer in a transparent and attractive way, as well as increasing conversion.

Process:
Analysis -> Mockups -> Workshops -> UI Design -> Development -> A/B Test -> Improvements
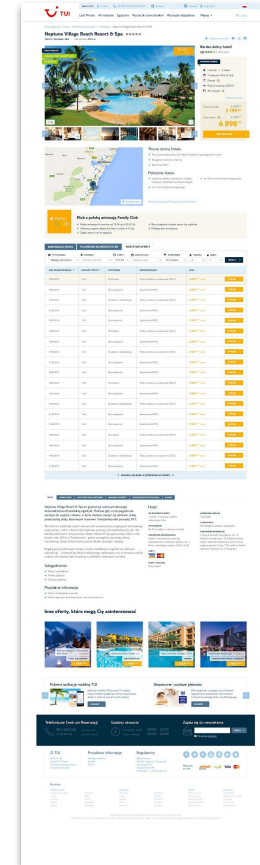
Old version

New

ANALYSIS

I started from gaining knowledge of users, context, technologies, gathering user data from Google Analytics, research competitive products. I collected interviews and field studies. I used Hotjar for surveys and heatmaps - in results I gathered 133 367 surveys (21.07.2017 - 30.10.2018) and 20+ heatmaps through Hotjar.

The next step was to build user profiles based on gathered data, produced materials that helped me to aid the outlining of the project, user journeys and scenarios. Most of them I did in a traditional, hand-draw notes way.
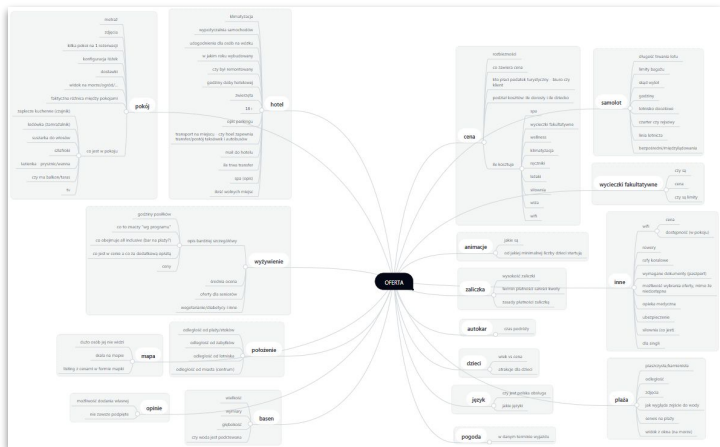
MOCKUPS

Based on the data from analysis part I created mockups in Axure. I prepared some basic views for several types of our products, on different resolutions (for desktop, tablet and mobile view). I used them for internal meetings with marketing and business. After several meetings, simply corrections and final acceptation mockups were ready for the next step.
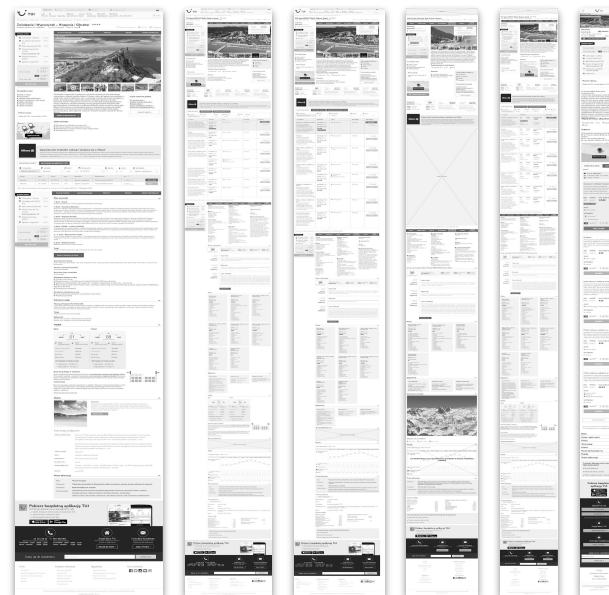
WORKSHOPS (1)

I organised two-days workshop (8-9 Feb 2018). The first day was designed to UX and business. The second one was for developers and their issues. The first day attendees were internal TUI specialists as well as external like developers, designers and managers. For these two days I collected people in one place from 3 companies and 4 different localizations.

On the beginning of the first day we started from a little ice breaker and a small introduction to the business context - what is important for TUI and what is significant for the users. I shared with users' problems from the surveys. After that I splitted people to work in groups. Every group focused on a "typical" type of users, eg. a family with two children, a couple with an infant, pensioners, a single woman, a group of friends. They got special cards with a short user group's description and boards (board number 1) to fill in with the special users needs with their justification, risk (if the need is not met) and the idea of a solution in the context of choosing a trip.

Nazwa użytkownika/grupy użytkowników: _____

Potrzeba użytkownika Specyficzna dla danego użytkownika/ grupy użytkowników	Uzasadnienie Dlaczego ta potrzeba jest ważna dla użytkownika/grupy użytkowników	Zagrożenie Jakie jest ryzyko, jeśli dana potrzeba nie zostanie zrealizowana?	Pomysł rozwiązania Jak użytkownik powinien zostać poinformowany o tym, czy dana oferta spełnia jego wymagania

Above board 1, below board 2

Nazwa użytkownika/grupy użytkowników: _____

Potrzeba użytkownika Specyficzna dla danego użytkownika/ grupy użytkowników (z poprzedniego ćwiczenia)	Makieta			Sugestie Feel free ☺
	Czy jest na makiecie?	Czy łatwo to znaleźć?	Czy jest czytelne?	

WORKSHOPS (2)

Then the workshop participants received second board, for individual work. They focused on two users needs (one came from an earlier task and the second was randomized). Each of these needs had to be considered in terms of the mock-up - whether information about a given need is on the mock-up, whether it is easy to find or readable. They could also add their suggestions. During this part I presented the hotel card mockups. In the end groups presented their results in a forum.

On the second day developers worked out all technical issues related to the project. I also moderated this part of the workshops.

———

The goal of the workshops was achieved - I collected ideas for some improvements, which has been added later. Thanks to the workshops the team was more integrated and motivated to future work as well.
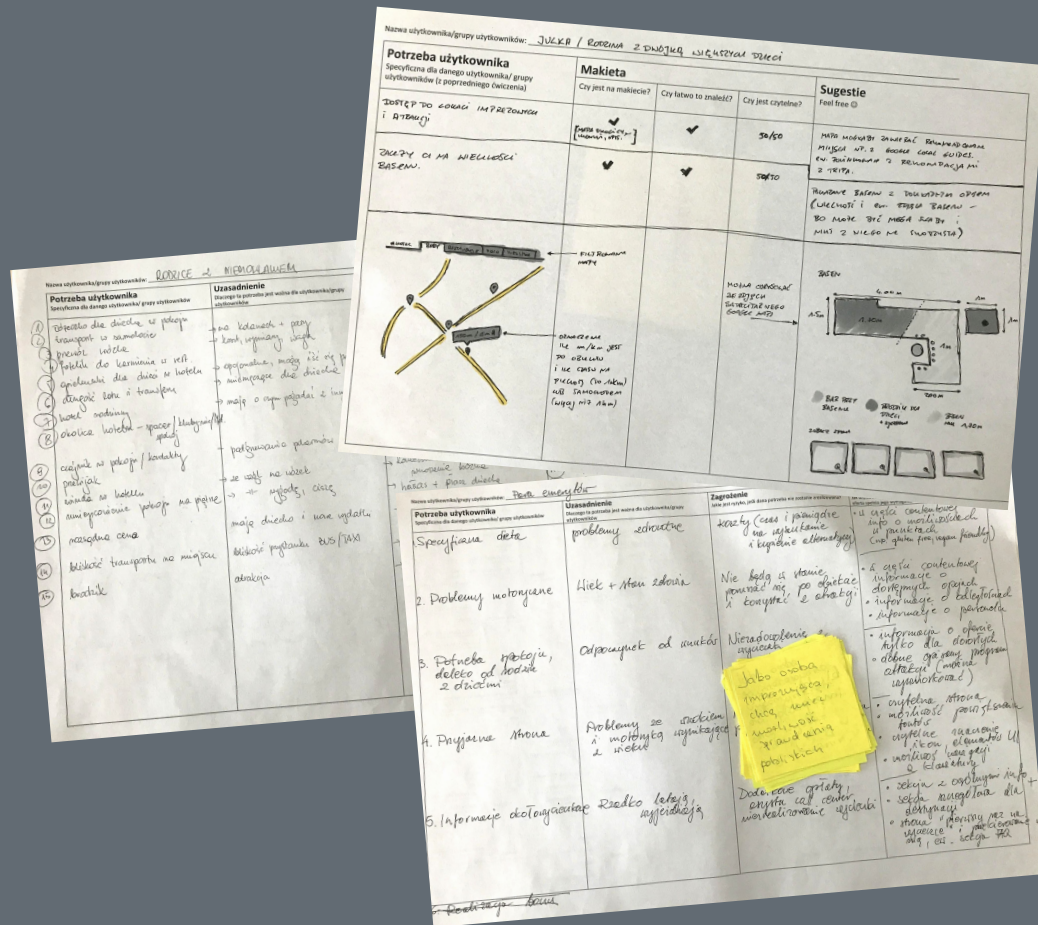
UI DESIGN

High-fidelity design based on my mockups was performed by a graphic designer team from an agency. My role was to cooperate with them and solve visual problems. In our process we used InVision and talked through calls on Slack (2-3 times per week). This part lasted c.a. 4 weeks.
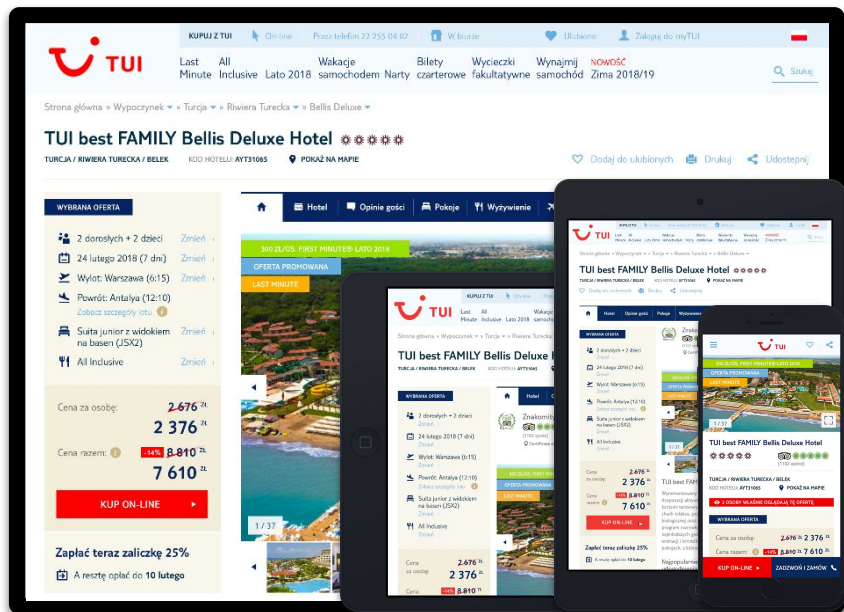
DEVELOPMENT

My role was also a Product Owner's support in Scrum process. I was taking part in daily frontend meetings and in every 2 weeks sprint calls (frontend and backend). I tested all frontend tasks in Jira and was responsible for closing these tasks. I was in touch with developers from backend as well. At the end of the developers work I organised few meetings with our business to bottom up the project before A/B test.

A/B TEST

A/B test started on 1st october 2018 with 20% traffic for new hotel card. On the 9th of November initial results showed longer average session duration, increasing of a conversion rate, and higher incomes for new version. Traffic was stepwise increased.

Final CR results (data based on period 01.11.2018 - 21.01.2019):
- growth **0,19%** on desktop
- growth **0,106%** on tablet
- growth **0, 011%** on mobile

Relatively low difference on mobile leant us to further work on the website speed on mobile, which had impact on the test results.

Annotations (left):
- Hotel name
- Tab menu: hotel, flight, reviews, rooms, board, excursions, weather, important info
- Photo gallery, with full screen mode
- Short description
- Top facilities
- Map & Location
- TripAdvisor rate

Annotations (right):
- Add to favourites
- Offer shortcut: attendees, dates, flight details, room type, board
- CTA without insurance
- CTA with insurance
- Guest value for...
- Most frequently questions

Strona Główna » Wypoczynek » Turcja » Riwiera Turecka » Rixos Sungate

Rixos Sungate ★★★★★
TURCJA / RIWIERA TURECKA / KEMER   KOD HOTELU: AYT17050   POKAŻ NA MAPIE

Dodaj do ulubionych

Tab menu: Hotel | Przelot | Opinie gości | Pokoje | Wyżywienie | Wycieczki fakultatywne | Pogoda | Ważne informacje

10% ZALICZKI LATO 2020

Znakomity (3645 opinii)
544tubah — 2020-01-14 — Wyjątkowy
Odyhala S semiye v oteli, otel prosto skazka, dovolny i vzroslye i...
Czytaj więcej

1 / 52

WYBRANA OFERTA
2 dorosłych + 0 dzieci — Zmień
24 października 2020 - 31 października 2020 (7 noclegów) — Zmień
Wylot: Kraków 16:45 — Zmień
Powrót: Antalya 14:15
Zobacz szczegóły lotu
Pokój ekonomiczny (DZZ1) — Zmień
ZOSTAŁY 4 POKOJE
All Inclusive — Zmień

Cena za osobę: 2 242 zł
Cena razem: 4 484 zł
KUP ON-LINE ►

Z ubezpieczeniem: 4 654 zł
Standardowy
KUP ON-LINE ►

Rixos Sungate - informacje
Jeśli poszukujesz wymarzonego miejsca na rodzinne wakacje, idealnie trafiłeś. Rixos Sungate to 5-gwiazdkowy obiekt położony bezpośrednio przy plaży, w niewielkiej odległości od centrum miasta. Infrastruktura hotelu jest doskonale przystosowana dla rodzin podróżujących z dziećmi. Z myślą o najmłodszych gościach przygotowano kluby z animacjami (w różnych grupach wiekowych), plac i pokój zabaw, minidyskotekę oraz specjalne menu. Dorośli mogą skorzystać z urozmaiconej oferty sportowej i basenów. Wielbiciele smacznej kuchni z pewnością docenią urozmaiconą ofertę kulinarną serwowaną w hotelowych restauracjach. Niewątpliwą atrakcją stanowi aquapark ze zjeżdżalniami.

Najpopularniejsze udogodnienia:
Zjeżdżalnie dla dzieci | Plac zabaw | Udogodnienia dla niepełnosprawnych | Darmowe Wi-Fi | Aquapark | Menu dla dzieci | Spa | Dla rodzin
Rezydent TUI + Service Center 24/7 + aplikacja TUI

Goście cenią ten hotel za...
- Lokalizacja
- Jakość noclegu
- Pokoje
- Czystość
- Obsługa
- Wartość

Często zadawane pytania
Jak zmienić uczestników/osobę zgłaszającą?
Gdzie znajdę godziny wylotu oraz czas przelotu?
Ile trwa doba hotelowa? Kiedy należy opuścić pokój hotelowy?
ZOBACZ WIĘCEJ ►

POKAŻ NA MAPIE ►
Położenie:
✓ ok. 1 km od centrum Beldibi
✓ ok. 25 km do Antalyi
✓ bezpośrednio przy plaży
✓ czas dojazdu z lotniska ok. 60 min

Znakomity (3645 opinii)
Lokalizacja — Czystość
Jakość noclegu — Obsługa
Pokoje — Wartość

544tubah — 2020-01-14 — Wyjątkowy
Odyhala S semiye v oteli, otel prosto skazka, dovolny i vzroslye i deti,obsl...
Czytaj więcej ›

Katerina75K — 2019-11-27 — Bardzo dobry
Znając sieć RIXOS spodziewać się można standardu o najwyższym pozi...
Czytaj więcej ›
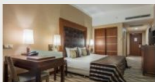
Lukas G — 2019-11-18 — Bardzo dobry
Hotel położony świetnie, góry,las z 2 strony morze. Obiekt potężny moloc...
Czytaj więcej ›

Zobacz więcej opinii ›

Rozkład lotów   ✕

KRK	**24**	**AYT**
	października	
	2020	

AYT	**31**	**KRK**
	października	
	2020	

16:45   **20:30**
Kraków (KRK)   Antalya (AYT)

Podane godziny lotu są przybliżone i mogą one ulec zmianie. W przypadku zmiany, TUI niezwłocznie poinformuje o tym Państwa.

Linie lotnicze: **Enter Air**
Klasa przelotu: **Economy Class**

🧳 **LIMIT BAGAŻOWY W TWOJEJ KLASIE:**
✓ bagaż rejestrowany - 20 kg/os. (120 cm wys. x 80 cm szer. x 65 cm głęb.)
✓ bagaż podręczny - 5 kg/os. (55 cm x 40 cm x 20 cm)
✓ bagaż dziecka do 2. roku życia - 5 kg/os. (55 cm x 40 cm x 20 cm)

14:15   **15:00**
Antalya (AYT)   Kraków (KRK)

Podane godziny lotu są przybliżone i mogą one ulec zmianie. W przypadku zmiany, TUI niezwłocznie poinformuje o tym Państwa.

Linie lotnicze: **Enter Air**
Klasa przelotu: **Economy Class**

🧳 **LIMIT BAGAŻOWY W TWOJEJ KLASIE:**
✓ bagaż rejestrowany - 20 kg/os. (120 cm wys. x 80 cm szer. x 65 cm głęb.)
✓ bagaż podręczny - 5 kg/os. (55 cm x 40 cm x 20 cm)
✓ bagaż dziecka do 2. roku życia - 5 kg/os. (55 cm x 40 cm x 20 cm)

♡ Dodaj do ulubionych

WYBRANA OFERTA

2 dorosłych + 0 dzieci   Zmień ›
24 października 2020 -   Zmień ›
31 października 2020
(7 noclegów)
Wylot: Kraków 16:45   Zmień ›
Powrót: Antalya 14:15
Zobacz szczegóły lotu ⓘ
Pokój ekonomiczny   Zmień ›
(DZZ1)
ZOSTAŁY 4 POKOJE
All Inclusive   Zmień ›

na za osobę   **2 242** ᶻᴸ
na razem ⓘ   **4 484** ᶻᴸ

KUP ON-LINE ▸

ubezpieczeniem   **4 654** ᶻᴸ

Flight details

KONFIGURUJ POKÓJ	WSZYSTKIE OFERTY	KALENDARZ NAJNIŻSZYCH CEN

TYP WYJAZDU	LOTNISKO	POBYT	DATA WYLOTU	DOROŚLI	DZIECI
Wakacje samolotem ▾	Kraków ▾	7 ▾	24.10.2020	2 ▾	0 ▾

TYP POKOJU	SZCZEGÓŁY	ATUTY	WYŻYWIENIE	CENA RAZEM
Pokój ekonomiczny • Pokoje ekonomiczne to dobry wybór dla osób, którym zależy na pobycie w hotelu w najniższej możliwej cenie. Pokoje mogą różnić się wielkością, lokalizacją lub wyposażeniem od tych znajdujących się w regularnej ofercie danego obiektu. Z reguły nie ma możliwości wymiany pokoju ekonomicznego na inny.	Kod pokoju: DZZ1 **ZOSTAŁY 4 POKOJE**		All Inclusive	**4 484** ᶻᴸ **TWÓJ WYBÓR ✓**
Pokój rodzinny • w budynku głównym • ostatni, częściowy remont: 2017 r. • 2 dwuosobowe pokoje bez drzwi łączących • klimatyzacja: za opłatą, w zależności od sezonu, w zależności od warunków pogodowych, centralnie sterowana • sejf: w cenie • sofa • minibar: w cenie; napoje bezalkoholowe, woda, napoje alkoholowe; uzupełnianie minibaru: codziennie • telefon • Wi-Fi: w cenie • TV sat. • room service: za opłatą • serwis sprzątający: w cenie • łazienki • wanna • prysznic • oddzielne WC • szlafroki: w cenie • kapcie: w cenie • suszarka do włosów • balkon lub taras	Kod pokoju: FZX1 Metraż: około 75 m² Max. liczba osób: 👤👤👤👤 **ZOSTAŁ 5 POKOI**	ograniczony widok na morze lub widok na ogród	All Inclusive	**7 026** ᶻᴸ **WYBIERZ ▸**

Offer configurator

Mobile offer details

Mobile offer configurator

More

UX CONSULTING

I am one of a team member Rzeczywiste Doświadczenia. It is an organisation bringing together UX specialists, which support for pro bono non-governmental organizations and social movements. Since May 2019 I coordinate projects in "Mali Bracia Ubogich". This organization wants to counteract the marginalization of the elderly and help them in a daily basis. So far we have done few projects: donations, last wills, cooperation and worker's voluntary form. The goal depends on a project - to redesign a part of an existing website or design from scratch. The biggest challenge was to coordinate and motivate team members, who are involved in a project, considering voluntary type of work.

AUDITS

User Experience audit is a very useful tool and it is important to check from time to time a website/application, especially when something is going wrong. I have done several audits for different type of products and clients: university department, internet language school and fitness club.

REDESIGNS

I have redesigned a few websites and web applications. One of them was Chatwee. It is an application for live chat and instant messaging. Via plugin or implemented code enables chat on the website - wherever interaction and users are the key to the websites served. My tasks were to complete redesign of an existing layout for the product website and customer panel in accordance with Material Design. Afterwards I supported also user experience and usability of the live chat.

Another redesign project was an M2M platform. The product is dedicated to the mobile operators to provide managed connectivity in various environments. It helps launch IoT offers for industries such as automotive, finance, banking, energy, utilities, security and consumer electronics. The system has been implemented by major mobile operators including Telekom Austria Group and Saudi Telecom Company. On that time the layout was outdated and needed refreshing. Moreover, every customer needs individual adaptation (compatible with brand books).

REDESIGN EXAMPLES: new design for Chatwee (2016-2017)

REDESIGN EXAMPLES: M2M Platform for Comarch (2015-2016)

Old UI

New UI

AUDIT EXAMPLES:
Fitness club website (2018)

Focused on:
- home page,
- information architecture,
- navigation,
- content value,
- other issues.

Devices:
- desktop,
- mobile.

Volume:
- 18 pages,
- 44 issues found.

All results were collated with recommended solutions and priority.

Audyt serwisu [redacted] Katarzyna Włodarczyk, 04.07.2018

Znalezione nieprawidłowości
Strona główna (desktop)

	Opis problemu	Propozycja rozwiązania	Priorytet
1	Video na stronie głównej jest pierwszą rzeczą, które rzuca się w oczy po wejściu na stronę. Odwraca uwagę od menu, możliwość zatrzymania video nie jest zbyt widoczna, a samo video – nie jest atrakcyjne.	Rezygnacja z video w obecnej formie, zastąpienie go banerem. Ew. przerzucenie go niżej, np. jak w „zobacz jak działa".	wysoki
2	Nie wiadomo, o co chodzi z sekcjami dieta i fitness (trzeba się zapoznać z treścią strony, aby zrozumieć). Jest jakiś pakiet, coś można wypróbować, ale brakuje argumentów po co. W dodatku forma jest bardzo nieatrakcyjna wizualnie i przez to nie wygląda profesjonalnie. Użytkownik wchodząc pierwszy raz na stronę zwykle skanuje jej początek i jeśli nie znajdzie nic, co go zainteresuje to nie wchodzi dalej w głąb strony.	Poprawa graficzna (tak, aby było wiadomo, o co chodzi, podbicie przycisku testowania). Część z możliwością personalizacji swojego pakietu i darmowego testowania może przyciągnąć nowych użytkowników jest bardzo ważna. Jeśli to będzie wyglądać profesjonalnie, to podświadomie użytkownik będzie miał poczucie, że i usługa jest profesjonalna.	wysoki
3	Sekcję „wybierz dietę" i „dobierz odpowiedni program" – nie widać od razu wszystkich możliwości.	Pokazanie w formie zajawki wszystkie nazwy diet i programów (wraz z ikonką) i przełączanie się między opisami.	średni
4	Konfigurator usług jest wielki i nieporęczny, zawiera opisy, które nowemu użytkownikowi nic nie mówią, np. „Motywacja Lion 3.0" – brak wyjaśnienia co to jest. Opisy pakietów są pod konfiguratorem, przy opisach pakietów brakuje przycisku CTA (call to action) do wyboru tego pakietu.	Przeorganizowanie konfiguratora, najpierw opisy (z przyciskami do wyboru tego konkretnego pakietu w konfiguratorze), a potem konfigurator.	średni
5	„Zobacz jak wygląda nasza dieta", „zobacz podgląd dnia treningowego" – jest to zbiór screenshotów z panelu klienta, bez opisu.	Nie trzeba od razu wrzucać screenów na stronę główną – wystarczy przy informacjach o pakietach/programach dorzucić przycisk „zobacz przykładową dietę".	niski

2

AUDIT EXAMPLES:
Fitness club customer panel (2018)

Focused on:
- navigation,
- dashboard,
- forms,
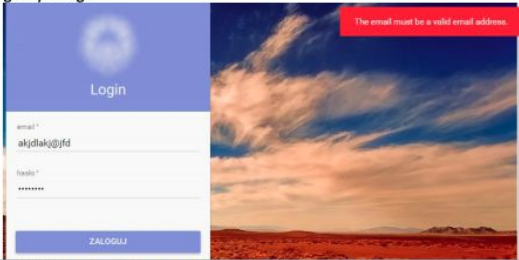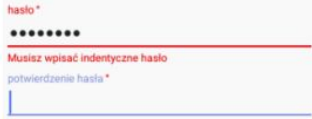- each parts of the application,
- other issues.

Devices:
- desktop,
- mobile.

Volume:
- 18 pages,
- 61 issues found.

All results were collated with recommended solutions and priority.

THANK
YOU

www.linkedin.com/in/katarzynawlodarczyk

katarzyna.wlodarczyk91@gmail.com

www.damrooka.com

+48 668 031 642