**Jak zaprojektować funkcjonalny system do zakupu Bitcoina**

**Dowiedz się, jak Luno nadaje kryptowalutom “przyjazny wizerunek” - wywiad z Lana Glass, głównym projektantem funkcjonalności w Luno, miedzynarodowym portfelu walut cyfrowych, dostępnym w 40 krajach, na 3 kontynentach.**

**Wywiad z Lana Glass, głównym projektantem funkcjonalności w Luno (UX Designer). Wywiad przeprowadzony przez** [Ruth Hamilton](https://www.creativebloq.com/author/ruth-hamilton)**,** [Web design](https://www.creativebloq.com/tag/web-design)

*Kryptowaluty nie są najbardziej przyjazną branżą. Istnieje co prawda spora grupa użytkowników walut cyfrowych, którzy chętnie angażują się w trading, jednak dla ogółu społeczeństwa, waluty takie jak Bitcoin i Ethereum wciąż wydają się futurystyczne i tajemnicze.*

*Z uwagi na niezwykle szybko rosnącą popularność walut cyfrowych, wiele firm rozpoczęło działalność właśnie w tym sektorze - między innymi Luno. W maju 2018 Luno zdobyła tytuł najszybciej rozwijającej się firmy w Wielkiej Brytanii i drugiej w Unii Europejskiej (!), w konkursie Tech5 organizowanym przez Adyen i TNW. Udało nam się skontaktować z Lana Glass, głównym projektantem funkcjonalności w Luno.*

**R.H.: W prostych słowach, czym jest Luno?**

**L.G.:** Luno pozwala ludziom bezpiecznie kupować, przechowywać, sprzedawać i uczyć się na temat walut cyfrowych, takich jak Bitcoin i Ethereum. Użytkownicy pobierają aplikację Luno lub przechodzą do strony www, tworzą konto, zasilają portfel Luno (przelew bankowy lub płatność kartą) i kupują Bitcoin lub Ethereum. Luno pozwala również na wysyłanie i odbieranie walut cyfrowych, monitorowanie ceny, ustawianie alertów cenowych. W dłuższej perspektywie naszą wizją jest ulepszenie świata do lepszego systemu finansowego.

**R.H.** **Jakie były Twoje główne cele związane z tym projektem rebrandingu?**

**L.G.:** Na początku 2017 roku zmieniliśmy brand z BitX na Luno. Większość firm Bitcoin ma bardzo techniczne nazwy, i BitX nie był inny. Cena Bitcoin wzrastała, baza naszych klientów rosła i zmieniała się, a nasza aplikacja i strona internetowa musiały odzwierciedlać zmiany, które wprowadziliśmy w naszej marce. Chcieliśmy stworzyć przyjazną, godną zaufania, angażującą aplikację. Jednym z pierwszych kroków było ujednolicenie naszych trzech platform - desktop, Android i iOS. Musieliśmy upewnić się, że “wrażenia”, odbiór wizualny przez użytkownika jak i sama oferta, były identyczne na każdej platformie. To co chcieliśmy osiągnąć to uczucie, że niezależnie czy użytkownik korzysta z iOS, Android czy wersji desktop - na każdym z tych urządzeń, czuje się jak w “domu Luno”.

**R.H.: Opowiedz nam trochę o swoich celach UX …**

**L.G.:** Ponieważ waluty cyfrowe są wciąż novum i trochę przerażają ludzi, naszym głównym celem jest edukacja i budowanie zaufania. Rozwijając się na różnych rynkach, koncentrujemy się na lokalizowaniu naszych produktów, aby klienci mieli najłatwiejszą podróż do tego “nowego systemu finansowego” jakim niewątpliwie jest Bitcoin. Obejmuje to tłumaczenie naszych aplikacji na wiele języków, testowanie, w jaki sposób różne nacje czy grupy docelowe w poszczególnych regionach reagują na wykorzystywane przez nas teksty, ilustracje, przeprowadzanie testów użyteczności dla potencjalnych klientów w terenie (np. badania focusowe), czy po prostu słuchanie i rozmawianie z klientami np. w kanałach social.

**R.H.:Cyfrowe waluty są nadal postrzegane przez ogół społeczeństwa jako dość futurystyczna i technologiczna rzecz. Jak sobie z radzisz?**

**L.G.**:Jest to dla nas nie lada wyzwanie. O cyfrowych walutach wciąż krąży wiele mitów, spekulacji. Wiele osób, z uwagi na brak zrozumienia tematu po prostu przekazuje nieprawdziwe informacje. Naszym wyzwaniem jest oddzielenie faktów od fikcji. Jest kilka rzeczy, które możemy zrobić, aby zbudować zaufanie wśród naszych klientów, w tym stosując znane wzorce UX, nasz wybór palety kolorów i ilustracje, teksty, testimoniale których używamy i gdzie ich używamy. Ponosimy również swego rodzaju odpowiedzialność społeczną za edukowanie naszych klientów w zakresie tego nowego krajobrazu finansowego. Zawsze mamy to z tyłu głowy projektując jakąkolwiek funkcjonalność, czy też zmieniając cokolwiek w systemie.

**R.H.: Na jakiej technologii zbudowane jest Luno ?**

**L.G.**:Nasza mobilna, responsywna platforma internetowa wykorzystuje głównie AngularJS, Typescript i jQuery do kodowania frontendu internetowego. Używamy Grunt jako narzędzia do budowania i Sass do naszego arkusza stylów, z Git do kontroli wersji i Lighthouse do wydajności.

Mamy również dwie aplikacje natywne. W systemie iOS nie korzystamy z zewnętrznych bibliotek, co oznacza, że ​​podstawową technologią jest Apple. Przeprowadziliśmy migrację do Swift pod koniec 2016 r., Ponieważ rebranding pozwolił nam przejrzeć części naszej aplikacji, która była trochę “odłożona na bok”. Mamy paru fanów Material Design w biurze i staramy się trzymać jak najbliżej systemu projektowania, który Google zbudował dla Androida, nie tracąc przy tym tożsamości i swoistego “look&feel” naszej marki. Jesteśmy bardzo podekscytowani najnowszymi aktualizacjami Material Design, które zostały ogłoszone podczas tegorocznych I/O i nie możemy się doczekać, aby zobaczyć, w jaki sposób Material Theming może nam pomóc.

**R.H.: Luno zajęło drugie miejsce w konkursie Tech5, biorąc pod uwagę szybkość rozwoju firmy. Czy taki szybki wzrost powoduje jakiekolwiek problemy projektowe?**

**L.G.:** Przeprojektowanie z BitX na Luno zadziało się w ciągu trzech miesięcy od podjęcia decyzji do dnia, w którym aplikacje zostały uruchomione w sklepach z aplikacjami. Obejmuje to branding, marketing, zmiany strony i aktualizacje aplikacji mobilnych. Imponujące prawda? Jednak nauczyliśmy się tak planować pracę, zeby miec bardzo intensywny czas pracy, a potem chwilę na złapanie oddechu, aby po wdrożeniu moc “dopieścić” projekt.