

Usability testmetoder

Informationsarkitektur af Youtube.com

Valgte metoder: Gangstertest & Kortsortering.

Gangstertest:

Navigation er et værktøj der bliver brugt af brugeren til at kunne finde rundt på en hjemmeside og finde de informationer og funktioner som hjemmesiden tilbyder. Det er derfor afgørende betydning for brugeren at det er let at forstå en hjemmesides layout og hvordan man navigere rundt på hjemmesiden samt at det er vigtigt for brugeren at kende sin placering i websitets samlede struktur og hvordan man er endt der og hvordan man kommer videre.

Gangstertesten er en metode at kunne teste et website navigation.

Metoden bygger på at man bliver kastet ind i bagagerummet på en bil hvor man ikke ved hvor man bliver kørt hen. På et tidspunkt bliver man lukket ud og du ikke længere ved hvor du er henne. Ud fra forskellige faktorer kan man finde ud af hvor man er henne. Der er veje med vejskilte, der er huse med husnumre, måske et skilt der fører til centrum, og der er muligvis også fodgængere man kan spørge om vej. På kort tid kan man hurtigt finde ud af hvor man er henne.

Denne metafor kan føre over til en hjemmeside. Hvor man kan komme til at havne på en tilfældig underside på et website uden at have kendskab til hvilken vej man har bevæget sig i websitets generelle struktur. Her er der forskellige indikatorer for hvor man befinder sig, hvilke muligheder man har, hvor man finder det man leder efter og muligvis også man kan finde hjælp til hvordan man kan komme videre.

Gangstertesten er mere en præcist en metode at teste et websitets informationsarkitektur.

Informationsarkitektur består af:

- Den samlede struktur: Den sammenhæng der udgør websitets struktur, f.eks. Hierarki, niveauer og grupperinger.
- Værktøjer til at bevæge sig rundt i strukturen: F.eks. Navigation og sitemap.
- Navngivning og sprog: Det, der står på knapper overskrifter og andre hjælpemidler til indholdet.
- Søgning: Opbygning og funktion af websitets søgemaskine.

I vores rapport har vi valgt denne side er youtube.com og hvor vi er klikket ind på en tilfældig YouTube video hvor vi har spurgt 3 kammerater disse spørgsmål om give dem en score fra 0 - 3:

Fremgår det tydeligt hvilken websitet du er på?

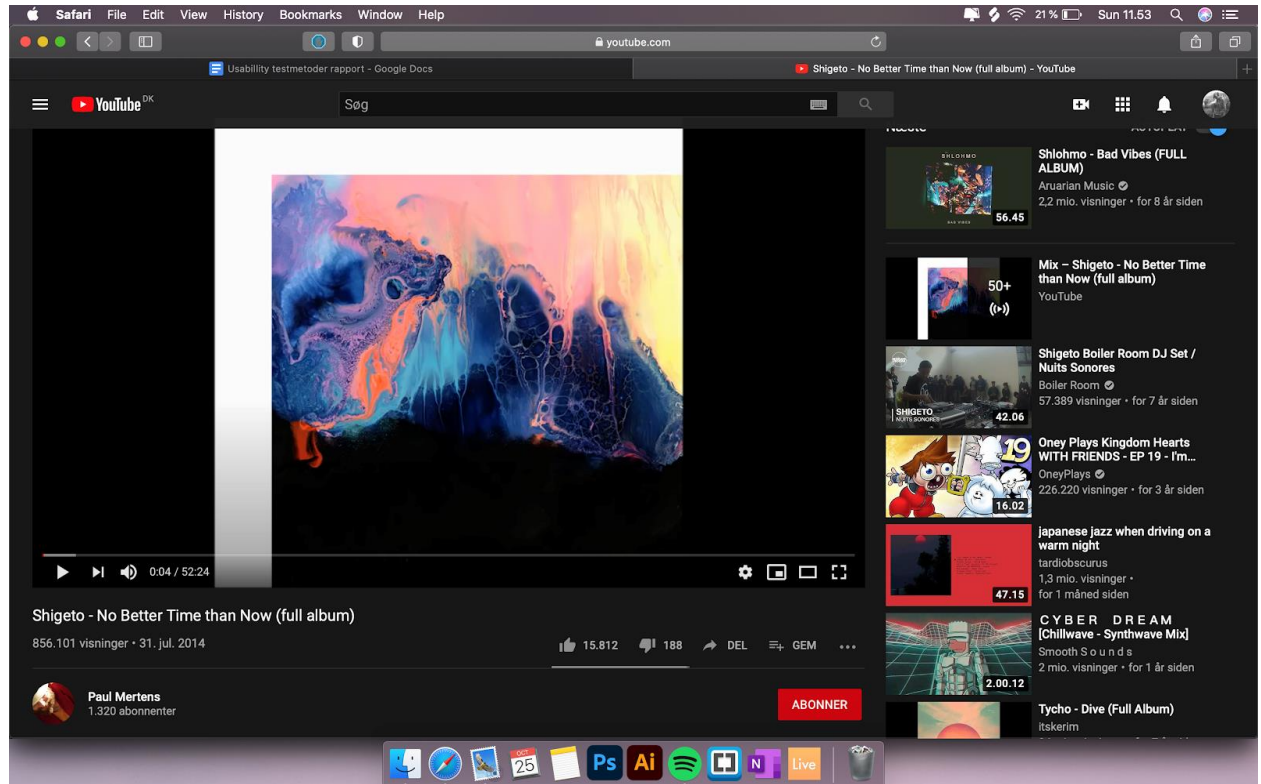
Hvor kan du søge henne?

Fremgår det tydeligt hvor du kan abonnere henne?

Hvor kan du se like/dislike ratio?

Hvor kan du kommentere henne på videoen henne?

Fremgår det tydelig hvor du kan rapportere videoen henne?



Ud fra testens resultat gav de alle spørgsmålene gav de alle sammen 3 point til alle spørgsmålene med undtagelse af spørgsmålet: "Fremgår det tydeligt hvor du kan rapportere videoen henne?" hvor de gav scoren en 0.

Ud fra disse resultater kan man se at youtube.com har styr på deres måde de køre deres hjemmeside på. Den er nem at navigere i og du ved altid hvor du er henne på websitet med vejledning til hvor du kan bevæge dig hen. Det eneste de ikke har gjort så tydeligt i deres web design er hvor man kan rapportere en video som er gemt ved siden er "gem" funktionen lige over "abonner" knappen. Dette er gjort højst sandsynlig med vilje da det er nok en mere overflødig funktion end like, del og gem funktionen er.

Kort sortering:

Kortsortering er en metode, der kan hjælpe designere til at forstå hvordan en bruger organiserer information. Metoden bruges til at vurdere informationsarkitektur på et website, således at man kan bedømme hvorledes informationen skal organiseres på brugergrænsefladen. I en kortsorterings session, skal brugerne organisere emner ind under kategorier, der giver mening for dem. Samtidigt kan de også hjælpe facilitatorerne med at navngive kategorierne således at navnene på kategorierne giver mening fra brugernes perspektiv.

Resultatet af kortsortering af youtube.com:

KANALER	VÆRKTØJER	SAMLINGER
Indlæg	Indstillinger	Favoritter
Live <u>streaming</u>	Sprog	Abonnementer
	Film	

Opgavetekst: Du har disse underemner som du skal sortere i oven for disse forskellige kategorier - som er en del af nogle menuer på websitet.

Første runde:

Alle emner bliver sorteret på baggrund af en samtale om emnerne i forhold til menuerne.

Anden runde:

Testpersonerne er enige i sortering

Antal tests: 3**Begrundelse for beslutninger af sortering:**

Tester personerne bruger personligt selv YouTube meget i deres hverdag og derfra vidste de for det meste godt hvor hen de menuerne tilhører under. De brugte noget tid på at snakke om de forskellige emner og hvorhenne de kunne finde hvad, f.eks. Det var indlysende for dem at under overemnet "samlinger" at det var der de fandt oversigten over deres favorit videoer og abonnementer.

Hvordan de greb opgaven an på, var lige på og hårdt. De gav ikke særlig mange overvejelser til hvor de skulle sætte deres emner lidt efter lidt som de fik deres underemner.

Zalando.dk**Brugertest:**

Brugertest, også kaldet tænke-højt-test, er en af de mest anvendte typer af kvalitative metoder til udvikling af koncepter og løsninger, hvad enten der er tale om en digital platform eller en fysisk prototype. Det er en metode, som de studerende kan bruge til at undersøge brugervenlighed og afdække fejl og mangler på forskellige niveauer i forhold til deres brugeres konkrete behov.

Udføres testen på en hjemmeside, kan det f.eks være i forhold til design, funktioner, navigation, terminologier, indhold eller interaktion. Man kan også teste specifikke områder som søgefunktioner eller indholdssider.

Brugertestens egenskab er, at den giver indblik i, hvad brugerne rent faktisk gør, fordi adfærd og oplevelser italesættes imens en specifik opgave løses, modsat f.eks. det kvalitative interview, hvor brugerne fortæller og/eller reflekterer over tidligere adfærd og oplevelser.

Selve opgaven testpersonerne fik stillet var:

Du skal finde et par Adidas sneakers, find din størrelse og tilføj dem til din indkøbskurv.

Ud fra disse opgaver havde de 3 testpersoner vi fik testet intet problem med at finde ud af at klare denne opgave da Zalando.dk har et meget klar website layout i forhold til hvis der er et bestemt type tøj/sko eller mærke du leder efter så har de gjort det nemt for brugeren at kunne komme hen til sit mål og derefter komme videre derfra. De fleste af testpersonerne brugt søgefunktionen til at finde frem til målet og da jeg spurgte hvorfor det det var de gjorde på den måde, så var svaret at de følte det var det mest logiske at gøre når du søger efter noget specifikt som et par sko fra et specielt mærke. Der var dog en anden testperson som benyttet sig i at gå fra hoved hjemmesiden -> Sko -> Sneakers -> Adidas da hun følte det var den mest naturlig måde for hende at finde frem til resultatet.

Ekspertvurdering:

Er når man i stedet for en normal kunde bruger en ekspert indenfor området til at bedømme sin side. Det er godt at bruge til at få bekræftelse om ens side opfylder de forskellige principper, som ses som standarden for alle websites. Derved har man også fået en mere objektiv og universel vurdering af sit website.





Ekspertvurdering af Zalando.dk**Kort resume**

I denne ekspertvurdering ses der primært problemer når det kommer til navigationen omkring siden. Når man først er begyndt at klikke rundt, er der som ret lavede en systemstatus bar til at gå frem og tilbage på siderne, men ikke når man er inde på et produkt og der er heller ikke nogen tilbage knap på selve siden til at gå et skridt tilbage. Derfor vil visse bruger blive forvirret og tage et sekund til at finde ud af at de skal bruge frem og tilbage knapperne på selve browseren eller bruge menuen til at komme tilbage til samme side med 2 til 3 klik. Det er ikke den største fejl i verden da man bare kan bruge frem og tilbage knappen på browseren, men det stadig en god quality of life feature der er værd at implementere.

Derudover er der et problem med kurven, idet at man fortryder et valg af produkt i kurven og man gerne vil fjerne den. Problemet er at knappen for at fjerne produktet er for lille og farven er grå og utydelig så det kan tage lidt tid at finde knappen, som reducerer brugeren frihed og fleksibilitet på siden. Det skal gøre mere tydeligt ved at forstørre den, give den en anden farve eller lave en "X" knap oppe i højre hjørne af hvert individuelt produkt man nemt kan trykke på.

Uddybende resultater

point system:

	1	Kosmetisk problem, som ikke forhindrer, at websitet kan bruges rigtigt, men som bør rettes, når der er mulighed for det.
	2	Mindre alvorligt problem, som gør det svært at forstå eller gennemføre handlinger på websitet, og som bør rettes snarest.
	3	Alvorligt problem, som skaber store problemer i brugen af websitet, og som skal rettes hurtigst muligt.
	4	Katastrofalt problem, som gør det umuligt at gennemføre handlinger, og som skal rettes omgående.

Heuristik: Navn/nr.	Hvor: URL	Problem: Beskrivelse	Kategori: 1-4 points	Løsning: Forslag til forbedring
#6 Hellere genkendelse end brug af hukommelse	Zalando.dk - på mobil & tablet opløsning	Menuen er vist med en burger menu. Men ikonet er ikke det samme som vi normalt associerer med en burger menu.	1	Lav midter linjen lidt længere, som den øverste og laveste linje på ikonet, så brugeren med det samme kan genkende funktionen.
#1 Systemstatus	Zalando.dk	Når man klikker på en kategori i menuen som "t-shirt" kan man se ens aktuelle placering. Dog forsvinder denne viden når man klikker på et produkt.	2	Når man er klikket ind til et produkt, skal der være en status for hvor man er og hvor man kan navigere hen, som ved siden lige før, for det fremstår ellers ikke tydeligt nok.
#3 bruger-kontrol og -frihed	Zalando.dk	På grund af der ikke er en systemstatus inde i produktbeskrivelsen, kan man blive forvirret over hvordan man går en side tilbage eller fortryde et klik.	1	Lav en tilbage knap, som tager brugeren et skridt tilbage, så de ikke bliver forvirret og bruger sekunder på at komme frem til at de skal trykke fortryd på selve browseren. Eller lav en tydelig og klikbar status-bar som i allerede har på den forhenværende side.
#5 forhindring af fejl	Zalando.dk	Hvis man nu vælger at lægge et produkt i kurven, men så fortryder det, så er muligheden for at fjerne produktet meget utydelig og svær at finde.	2	Gør knappen for at fjerne et produkt mere tydelig. Eller lav En "X" knap oppe i højre hjørner på hvert produkt så man nemt bare kan trykke på den.

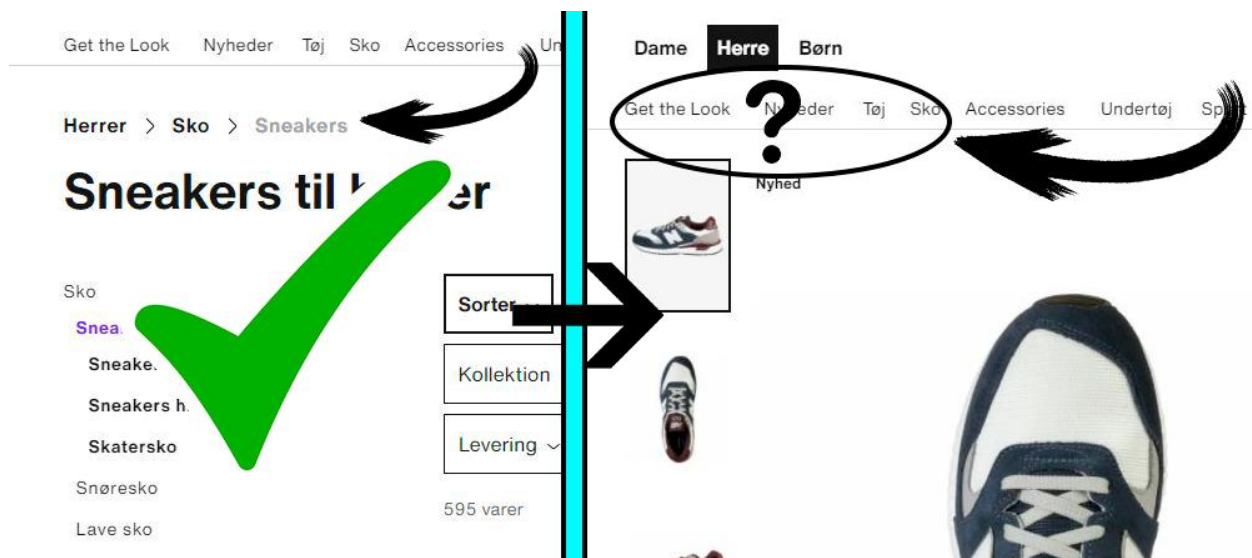
Skærbilleder:

#6 Hellere genkendelse end brug af hukommelse



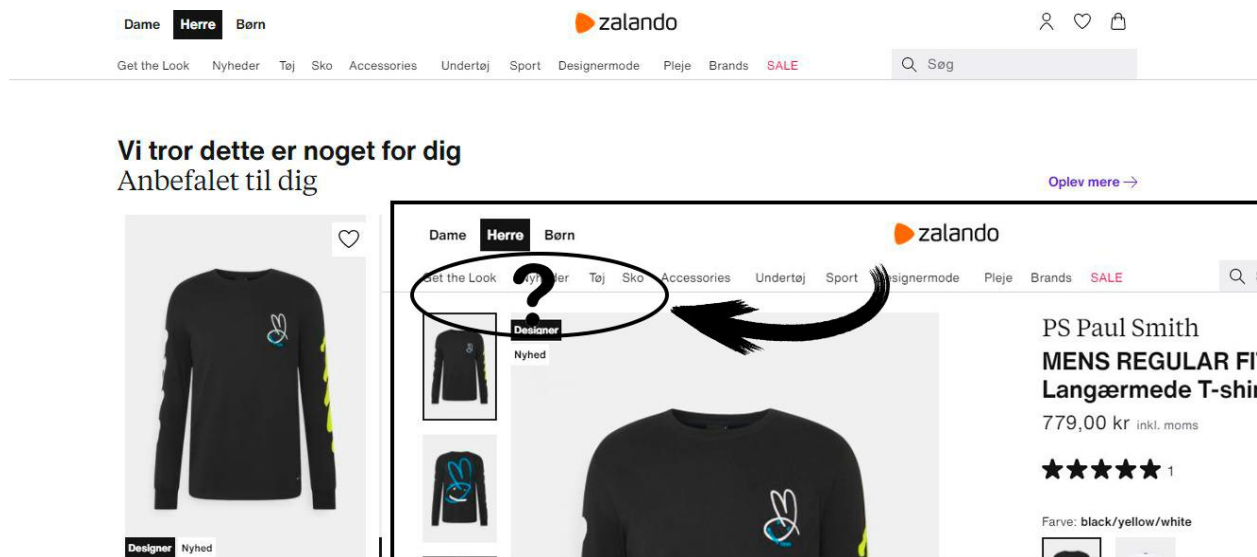
Til højre ses en normal burger-menu som vi forventer. Til højre ses Zalandos, som er lidt anderledes. Det ødelægger ikke brugers oplevelse af siden, men en kosmetisk fejl der hurtigt kan laves om på.

#1 Systemstatus



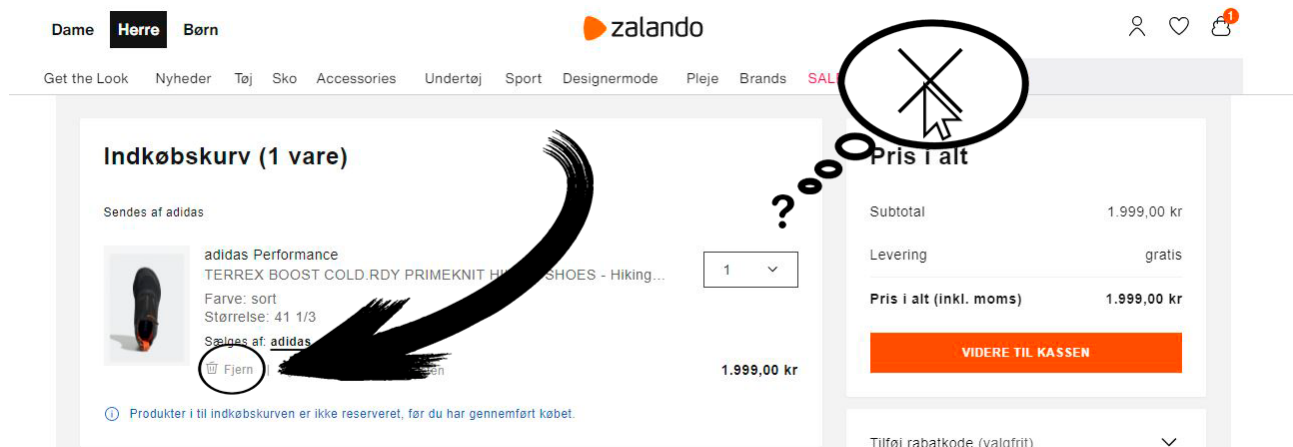
Til venstre kan det ses at Zalando har en systemstatus for brugeren på deres sider. Dog kun op til at man klikker på et produkt. Det er ikke noget problematisk, men det kan få nogle bruger til at blive forvirret når de ikke kan se nogen systemstatus for at vide hvordan de i forhold til resten af siden.

#3 bruger-kontrol og -frihed



Fordi der så ikke er en systemstatus, kan det forvolde forvirring hos nogle brugere om hvordan man kan fortryde eller gå et skridt tilbage fra en produktbeskrivelse, når der ikke er en systemstatus de kan klikke på eller en tilbage knap på selve siden. Det resulterer i de selv skal regne ud at de skal bruge frem og tilbage pilene på selve browseren. Ikke noget der nødvendigvis ødelægger bruger oplevelsen, men en god feature at have.

#5 forhindring af fejl



Hvis vi siger at brugeren har sat et produkt i kurven og de derefter fortryder dette valg, så kan det ses på billedet at muligheden for at fjerne produktet fra kurven er meget utydelig og besværlig at finde. Da den er så lille og grå på hvidt. Det ville være godt med en nem "X" oppe i højre hjørne man bare kan klikke på og den lukker produktet ned i kurven.

Brugertest af Restaurant Flammen

Opgave: find en lækker ret og bestil bord

Mål - Problemstilling: Brug navigationen til at finde menuen og finde en lækker ret, og derefter bestil bord hos os.

Opgavens trin optimalt:

- Klik på MENU
- Klik på SE UDVALG under VIN
- Kig efter Rødvin
- Rul ned og find All inclusive
- Tryk på BESTIL BORD
- Vælg lokation
- Vælg antal gæster
- Vælg dato
- Vælg tid
- Skriv dit nummer

Alternativ:

- Gå under MENU
- Klik på MENUKORT
- Klik på billedet
- Kig igennem brochuren og find All inclusive på side 2
- Kig igennem og brochuren og find information om deres udvalg af rødvin
- Luk fanen med brochuren
- Tryk på BESTIL BORD
- Samme procedure herfra

Tidsramme: minimum 8 klik

Opgavetekst: Du har hørt om en restaurant kaldet Restaurant Flammen fra en ven og vil gerne se hvad de har at byde på før du bestiller bord hos dem, for dig og din familie af x antal personer. Du forventer at finde nogle gode priser på mad og variation af drikkevarer. (Du vil gerne have rødvin)

Bemærk: At bestilling af bord og MENU siden er de vigtigste features at vurdere

Kort resume af testene:

Antal tests: 3

Testpersonerne fandt siden nem at navigere rundt i fordi der ikke var så mange sider at klikke rundt i.

Nogle af testpersonerne brugte den optimale vej først hvor man klikker på MENU og finder informationen på siden og bestiller bord, fordi de er vant til at man klikker på alle muligheder man får på et site. Mens andre gik ned ad den alternative vej og satte musen over MENU og klikke på MENUKORTET. Det var grundet af at de normalt plejer at sætte musen over navigationsmulighederne og venter på mulighederne popper op.

Dem som tog optimal først:

De klikket på MENU oppe i navigationen

De rullet ned på siden og fandt Rødvind og fandt hurtigt den information havde brug for

De rullet derefter længere ned på siden og fandt All inclusive menuen og så hurtigt at BESTIL BORD knappen var lige nedenunder.

De klikket på BESTIL BORD. De valgte hurtigt en lokation og blev sendt til bestillings siden.

De syntes at udfyldningen af bestillingen var nem og ligetil, men var forvirret over hvorfor området man faktisk brugte kun fyldte 1/10 af siden.

Derefter spurgte de indtil hvorfor de var på en ny fane i stedet for at være på selve siden når de bestilte bord. Bortset for en testperson, som vi spurgte mere ind til under dette område grundet de andres reaktion. Han sagde, at han ikke så noget problem med det fordi han selv studerer om databaser og siger det er besværligt at have sådan en database på selve siden og kan se grunden til det er på en separat side.

Da de så blev ført gennem den alternative rute, så var de mere forvirret fordi de ikke kunne forstå hvorfor MENUKORTET behøvet at være en feature da det var svært at læse noget af teksten uden at zoome ind og rykke rundt på siden.

De sagde også at hvis man i stedet for at skulle komme på en fane bare fik en pop op der fyldte siden men menukortet som kan lukkes med en "X" knap op i hjørnet, vil det gøre det lidt nemmere.

Dem som tog alternativ først:

De sat musen over MENU og klikket på MENUKORT.

Derefter så de på brochuren og fandt all inclusive meget nemt og hurtigt.

De fandt også siden med Rødvind, men fandt det svært at læse hvad der stod fordi bogstaverne var for små og stod med en gul farve på en rød baggrund som gjorde mere utydeligt. Så de blev nødt til at zoome ind og rykke rundt på siden.

Derefter var personen forvirret i et splitsekund fordi de først efter indså at de var inde i en pdf. De havde forventede at dette var en feature på selve siden der poppet op man kunne lukke eller gå tilbage fra i stedet for at man skal over på en ny fane.

Da de så fandt tilbage, var det nemt at finde BESTIL BORD på MENU siden. De valgte hurtigt en lokation og blev sendt til bestillings siden.

De syntes det var nemt og effektivt at udfylde, men havde det samme problem som med MENUKORTET, da de forventede at de ville have en bestillingsside på selve websitet i stedet for at man ender på en ny fane og de kunne ikke så godt lide at boksen hvor man klikket og skriv ind information kun fyldte 1/10 af siden.

Da de så blev hintet efter den optimale mulighed syntes de meget bedre om brugen af siden da det hele foregik på en side og ikke blev sendt til en ny fane. Og man kunne nemmere gå frem og tilbage.

De fandt også igen BESTIL BORD knappen meget hurtigt og nemt.

Dog var der stadig kritik til hvordan bestillingsformatet var sat op.

Efterfølgende sagde testpersonen at alt i alt var siden nemt og hurtigt at bruge, og af kritik udover det de allerede havde sagt så sagde de at de ikke kan forstå hvorfor MENUKORTET er der hvis man bare kan klikke på MENU og se det hele på selve siden i stedet for en PDF.

Hvis MENUKORTET blev til en mere integreret del af siden ville de synes mere om den feature.

Kortsortering Restaurant Flammen

Kort sortering:

Opgave: sortere under kategorier mellem de forskellige hovedemner

Mål - Problemstilling: Sortere de forskellige underemner i forskellige kategorier og derefter re-sorter dem efter de kategorier der vil vises efterfølgende.

Optimale løsning:

Første runde:

Alle emner er sorteret som på sidens egen menu

Alternativ

Person har ikke helt det samme som hjemmesiden, men der er ligheder

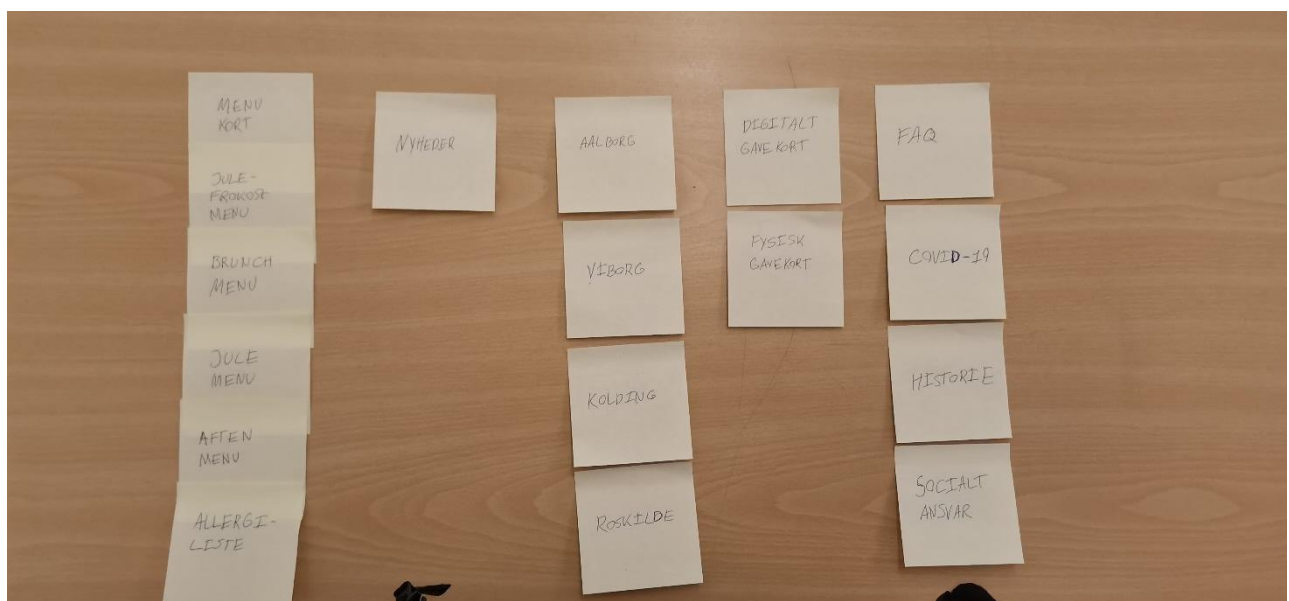
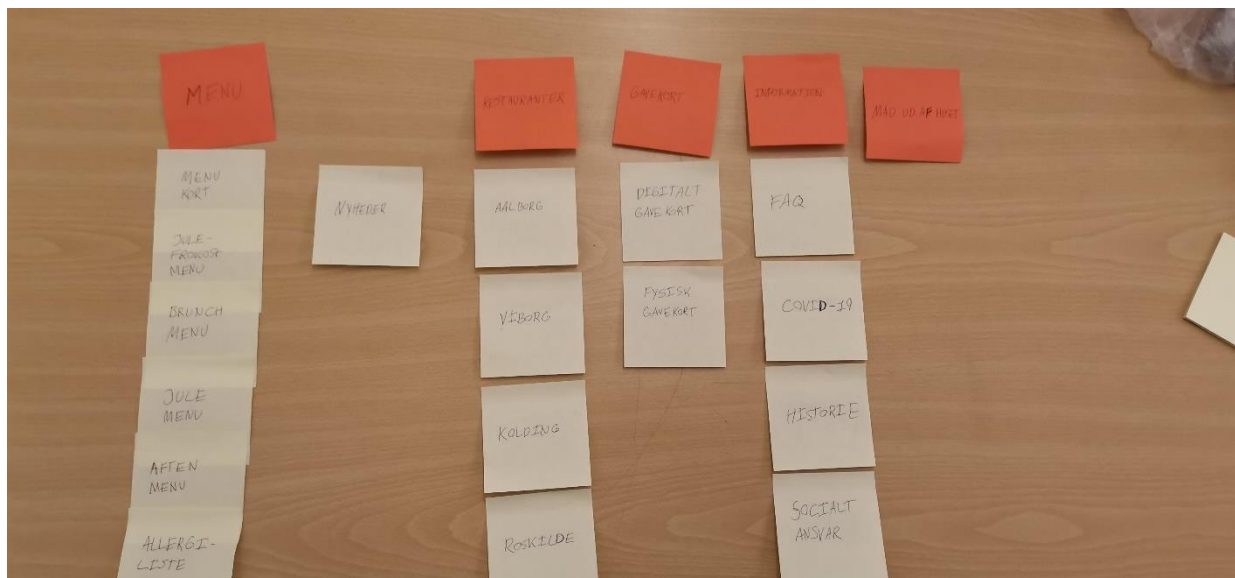
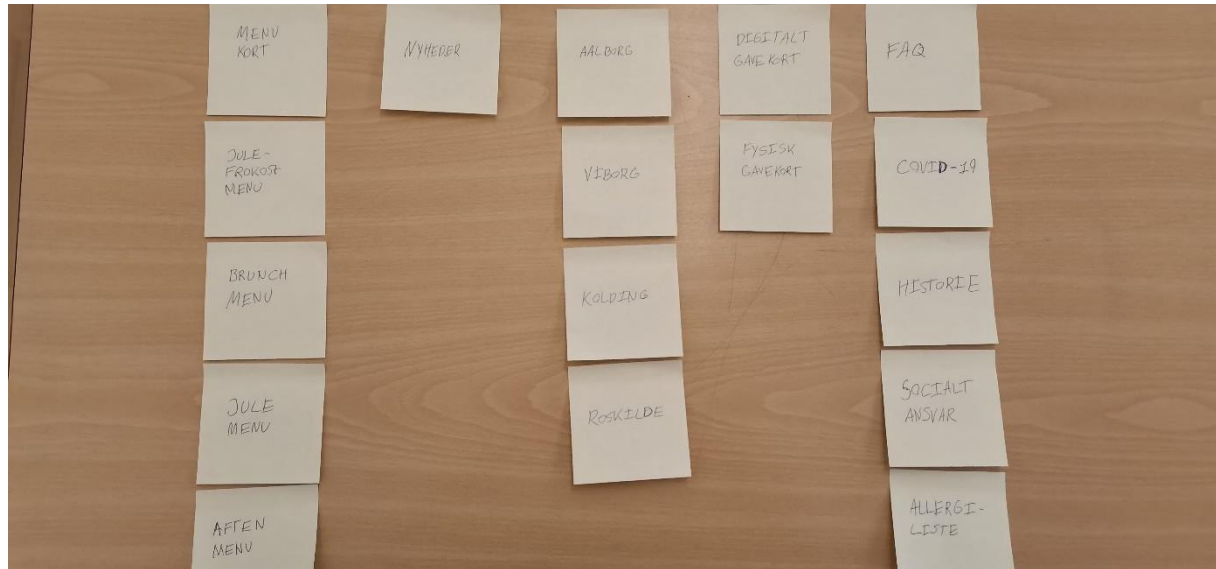
Anden runde:

Testpersonen er enig i sortering

Alternativ

Testpersonen vil forstå og være enig i hjemmesidens sortering eller give god konstruktiv feedback

Opgavetekst: Du har de her underemner som er del af en menu/navigation af en side. Dit job er at kategorisere dem som du ser logisk. Derefter vil vi give dig de kategorier der faktisk er og du vil igen sortere dem, men efter de givende kategorier.



Antal tests: 3

Testpersonerne havde stort set det samme resultat hvor de sorteret det hele i 5 kategorier. Som kom ud som set i tabellen:

AFTEN MENU	NYHEDER	AALBORG	DIGITALT GAVEKORT	FAQ
BRUNCH MENU		VIBORG	FYSISK GAVEKORT	HISTORIE
MENUKORT		KOLDING		SOCIALT ANSVAR
JULEMENU		ROSKILDE		COVID-19
JULEFROKOST-MENU				
ALLERGILISTE				

Der var så en testperson som havde en ændring på sorteringen:

AFTEN MENU	NYHEDER	AALBORG	DIGITALT GAVEKORT	FAQ
BRUNCH MENU		VIBORG	FYSISK GAVEKORT	HISTORIE
MENUKORT		KOLDING		ALLERGILISTE
JULEMENU		ROSKILDE		SOCIALT ANSVAR
JULEFROKOST-MENU				COVID-19

Deres begrundelse for denne sortering var:

1. menuer hører sammen under samme kategori i mit hoved, og ALLERGILISTE sat jeg sammen med dem fordi det giver god mening er det der viser maden også har en allergiliste med.
2. nyheder er noget som jeg for det meste ser på en hjemmesides forside, så tænker den står for sig selv. Der er forventning til at nyheder betyder tilbud eller nye retter for eksempel.
3. Alle byerne sat jeg sammen fordi de var ens da de alle er lokationer
4. gavekortene var indlysende
5. FAQ, HISTORIE, COVID-19 OG SOCIALT ANSVAR lyder alle sammen som noget man vil prøve at finde yderligere information om.

Undtagelse:

Der var så 1 ud af de 3 testpersoner som satte ALLERGILISTE under information fordi de tænkte at det var noget man gerne ville "informerer om" i mere detaljer.

Beskrivelse af hvordan de tog fat i opgaven:

Da de så fik de egentlige kategorier som siden brugte at vide, var de overvejende enige med.

Dog fandt de det forvirrende at nyheder lå under information. Ikke fordi det ikke giver mening, men fordi man normalt ser nyheder som det første på en side og står for sig selv.

De fandt det også forvirrende at JULEFROKOST-MENU var under MAD UD AF HUSET, og at det var den eneste ting under den menu. De mener man bare burde gøre MAD UD AF HUSET til en kategori for sig selv uden underpunkter eller i det mindste have mere end bare JULEFROKOST-MENU.

Testpersonen der satte ALLERGILISTE i sin kategori for information, var lidt overrasket over at ALLERGILISTE var under MENU og ikke INFORMATION, men kunne godt se hvorfor man putter den der og hvordan det giver logisk mening at lægge den under menuer da det hele handler om maden.

Alt i alt var sortering fin nok, men der er nogle få ting der kunne rykkes rundt på som at ALLERGILISTEN kunne være både under INFORMATION og MENU. Derudover at MAD UD AF HUSET enten burde stå alene og bare skal klikkes på eller gøres mere fyldestgørende end bare at skrive JULEFROKOST-MENU. Og til sidst at nyheder måske skal være noget der står for sig selv, men det var ikke noget testpersonerne så noget stort problem i, da det er en restaurant og ikke en butik eller købmand.