План тестирования НФТ

План тестирования приложения https://www.wildberries.ru/ на Usability

План Юзабилити тестирования для веб-приложения можно разделить на несколько частей\этапов.

Первый, он более субъективный, основанный в основном на впечатлениях и опыте пользователя. Тем не менее основываясь на правильно подобранных методах, фокус группах, и метриках можно получить данные, дающие объективную оценку тестируемого продукта.

Второй, при котором мы можем собрать статистику и оценить эффективность работы сайта (его продаваемость) по количественным показателям. Использует сервисы сбора статистики.

Третий, проверка производительности. Ее так же можно отнести к юзабилити, тестируя отдельные части функционала, который на прямую влияет на впечатления покупателя с работой с приложением.

Сбор и анализ информации на основе впечатления пользователя. Методом		
наблюдения, с последующей ретроспективой.		
Подготовим <i>основные сценарии</i> , по	Используем наиболее частотный сценарий. Для	
которым мы можем смоделировать	интернет-магазина это поиск товара и оформление	
наиболее важные для приложения	покупки.	
ситуации.	Смоделируем ситуацию и зафиксируем	
	наблюдения пользователя для дальнейшего	
	анализа и сравнения с данными других	
	пользователей. Например:	
	Проверим поиск и покупку товара.	
	Данные: регистрация по тел +0 123-456-78-90;	
	Задание: Купить кофемашину: зерновая; готовит	
	эспрессо, латте, капучино; есть очистка от накипи;	
	цена до 40 000 руб; оплата при получении,	
	доставка через пункт выдачи, адрес Москва,	
	Красная площадь 1.	
Составим <i>список вопросов</i> в таблице,	- Удобно ли расположено поле поиска, его	
для фиксации ответов и наблюдений	заметность,	
	- Находят ли товар по поиску	
	- Работает ли подсказка,	
	- Воспользовались ей или нет,	
	- Есть ли сложности с выдачей запроса по поиску,	
	- Заметность фильтров, удобство расположения,	
	- Достаточность фильтров,	
	- Есть ли трудности при работе с фильтром,	
	- Как работает скролл на фильтрах,	
	- Удалось ли найти товар по заданным	
	параметрам,	
	- Удобно ли расположен товар на странице,	
	- Достаточно ли информации в описании товара,	
	- Как переместил товар в корзину (быстрой	
	кнопкой или через вход в товар),	
	- Как быстро отработала кнопка в корзину,	
	- Удобно ли расположена кнопка в корзину	
	(размер, цвет, место, видимость),	

	Fort, the pulposition of topon by consume
	- Есть ли выбранный товар в корзине,
	- Легко ли выбрать способ доставки,
	- Легко ли найти пункт выдачи, по указанному
	адресу,
	- Есть ли трудности по выбору и вводу адреса,
	- Возможность выбрать оплату, как быстро нашли.
	- Легко ли нашли кнопку регистрации\войти
	- Как быстро прошла авторизация
	- Достаточно ли понятен процесс авторизации,
	- Били ли сложности с вводом номера, получением
	CMC.
	- Как часто совершали повтор операций,
	возвращались к предыдущему действию,
	- Пользовались ли подсказками
Выберем <i>метрики,</i> по которым будем	1. <i>Успешность</i> выполнения заданий.
оценивать результаты наблюдения	- справился с заданием практически без проблем — 100%;
	- столкнулся с проблемами, но выполнил задание
	самостоятельно — 50%;
	- не справился с заданием — 0%.
	2. <i>Время</i> выполнения задания. В сравнении,
	учитывается только при выполнении одного и того
	же задания несколькими пользователями.
	Сравнить как внутри фокус группы, так и с
	прохождением аналогичного задания на сайте
	конкурента.
	3. Частоотность проблем. Количество
	одинаковых проблем при выполнении нашего
	задания.
	4. Субъективная удовлетворенность.
	Составляется по результатам прохождения
	опросников. (см. ниже).
Подготовим <i>опросники,</i> чтобы оценить	Воспользуемся шаблонами и адаптируем их
удовлетворенность от конкретных	контекст к нашему приложению.
сценариев	- After Scenario Questionnaire (ASQ). Три вопроса о
	сложности, продуктивности и подсказках в
	системе.
	- System Usability Scale. Опросник состоит из
	убеждений. Оцениваем степень согласия с ними.
	Используем для <i>оценки простоты</i> работы с
	приложением.
	- Microsoft Desirability Toolkit. Набор
	прилагательных, из которых надо выбрать те, что
	могут характеризовать продукт. Получаем облако
	слов — характеристик продукта.
Информация о поведении пользова сервисы.	телей на странице. Сбор данных через онлайн
Информация о поведении	Для этого можно воспользоваться различными
пользователей на странице.	онлайн сервисами (Google, Яндекс Метрики, Hotjar,
	UsabilityHub, Crazy Egg, Inspectlet, Plerdy). Для
	подключения к сервисам, необходимы права

администратора. Сервисы полезны когда нам надо оценить «продаваемость приложения». К примеру, понять, какое расположение блоков удобнее пользователям, какой вариант формы приносит больше конверсий. Смотреть на перемещения курсора пользователя, клики, заполнение формы и выделение текста. Тепловая карта кликов наглядно покажет самые кликабельные места на странице. Карта скроллинга даст понимание, как посетители прокручивают страницу, где задерживаются дольше всего, следовательно, какая часть им

Проверка производительности

Проверить производительность основных функций приложения

Установить «бюджет производительности», например:

интересна.

- длительность загрузки страницы (мгновенно, от 0,1 сек),
- время реакции на ввод данных со стороны пользователя (сразу же 0,1-0,5 сек) При расхождениях от установленных показателей более чем на 20%, провести план по оптимизации работы производительности.

Проверка интерфейса и графического дизайна

Провести тур «Супер модель» из туров Джеймса Виттакера.
The Supermodel Tour

The Supermodel Tour Входит в «Туры по туристическим районам», Tours Through the Tourist

District.

Проходим тур и смотрим на элементы интерфейса: Хорошо ли выглядит интерфейс главной страницы? Нет ли орфографических ошибок? Работают ли правильно баннеры? Панели пользовательского интерфейса соответствуют тому, что на них написано? Нарушает ли интерфейс соглашения или стандарты?

Не выходит ли за границы текст подсказок? Нет ли нарушения единообразия дизайна? Если был новый релиз: - пользовательский интерфейс обновится? Правильно обновится или появятся неприглядные артефакты на экране? Соответствует ли интерфейс «принятым стандартам» (сравниваем с основными конкурентами), ожиданиям пользователя.

Перед составлением отчета по тестированию, так же можно составить *план отчета*, написать ожидаемые характеристики, основываясь целях и задачах исследования, используя ожидания заказчика, опыт конкурентов, расчетные характеристики из ТЗ.