**PRIRODOSLOVNO-MATEMATIČKI FAKULTET   
SVEUČILIŠTE U SPLITU**

Patricija Bačelić, Domagoj Franić

**Redizajn mobilne aplikacije HBO Max**

Seminarski rad

**Studij:** Preddiplomski studij

**Studijska grupa:** Informatika

**Predmet**: HCI: osnove i principi

**Ak. god.**: 2021./2022.

**Nastavnik**: doc. dr. sc. Andrina Granić

Split, lipanj 2022.

**Sadržaj**

1. Uvod 1

2. Odabir i analiza aplikacije za provedbu praktičnog dijela rada 2

**2.1.** **Početne tri stranice** 2

**2.2.** **Analiza odabrane stranice** 3

**2.3.** **World Cafe** 3

3. Izvještaj o testiranju upotrebljivosti 5

**3.1.** **Uvod u testiranje upotrebljivosti** 5

**3.2.** **Metodologija** 5

**3.3.** **Rezultati promatranja** 15

**3.4.** **Interpretacija: Prednosti i slabosti mobilne aplikacije** 16

**3.5.** **Prijedlozi za poboljšanja** 16

**3.6.** **Osvrt na provedenu metodologiju testiranja** 17

4. Redizajn aplikacije 18

**4.1.** **Prototip srednje vjernosti** 18

5. Zaključak 19

Dodatak: Materijali 21

# **Uvod**

Aplikacija je računalni program dizajniran na način da pomaže korisnicima izvršiti jedan ili više određenih zadataka. Kako bi se aplikacija što bolje prilagodila korisniku i njegovim potrebama te kako bi bila što jednostavnija za korištenje važno je testirati upotrebljivost te aplikacije. U nastavku rada prikazana je provedba testiranja te, po rezultatima dobivenih testiranjem, redizajn mobilne aplikacije za emitiranje različitog sadržaja - HBO Max.

Korisnici mobilne aplikacije HBO Max su ljudi svih dobi i tehnoloških sposobnosti koji žele gledati različiti sadržaj. Analizirane su prednosti i mane aplikacije prvotno metodom World Cafe, zatim ispitivanjem nekolicine ispitanika pomoću rješavanja zadataka te intervjuom.

Konačno, uzeti su prijedlozi da bi se napravio redizajn aplikacije kako bi se povećala intuitivnost i zadovoljstvo pri korištenju aplikacije.

# **Odabir i analiza aplikacije za provedbu praktičnog dijela rada**

## **Početne tri stranice**

Provedena je analiza triju mobilnih aplikacija čija je namjena pružanje internet streaming usluga na zahtjev. Aplikacije koje su uzete u uži izbor bile su: Netflix, HBO Max i RTL Play. Za ove mobilne aplikacije potrebno je imati mjesečnu pretplatu koja omogućava korisniku gledanje serija i filmova bez reklama na uređaju koji je povezan s internetom.

### **Netflix[[1]](#footnote-1)**

Netflix je jedan od najvećih i najpopularnijih streaming servisa u svijetu. Prednosti njihove mobilne aplikacije su raznolikost sadržaja koji je dostupan u visokim rezolucijama, može se koristiti na više aplikacija istovremeno te na uređajima poput Xbox-a ili Playstation-a te je jako pregledna i intuitivna.

Nedostatci ove mobilne aplikacije su previsoka cijena pretplate, mogućnost plaćanja samo preko interneta, dostupnost sadržaja ovisi o Vašoj lokaciji, tj. dijelu svijeta u kojem živite, premalo sadržaja je prevedeno na hrvatski jezik te nema mogućnost gledanja sadržaja u offline načinu.

### **HBO Max[[2]](#footnote-2)**

Prednosti mobilne aplikacije HBO Max su odlična cijena pretplate koja je u odnosu na konkurentne aplikacije dosta niža, raznolikost sadržaja, visoka rezolucija sadržaja i mogućnost gledanja sadržaja u offline načinu.

Glavni nedostatci ove aplikacije su loše dizajnirani izbornik na naslovnoj stranici, zbunjujuće snalaženje u aplikaciji te nedostatak integracije s Google Home aplikacijom što mnoge konkurentne aplikacije imaju.

### **RTL Play[[3]](#footnote-3)**

Prednosti RTL Play mobilne aplikacije su odlična cijena pretplate, kvaliteta i raznolikost dostupnog sadržaja, može se koristiti na više uređaja istovremeno. Konačno, cijeli sadržaj je preveden na hrvatski jezik.

Mane ove aplikacije su dostupnost plaćanja isključivo putem interneta, ograničena dostupnost te nemogućnost gledanja na TV-u i nemogućnost emitiranja sadržaja u offline načinu.

## **Analiza odabrane stranice**

Od tri navedene mobilne aplikacije odabrali smo HBO Max aplikaciju kao radni materijal za ovaj projekt.

S obzirom na iskustvo korištenja koje imamo s njom, smatramo kako ona od svih promatranih mobilnih aplikacija ima najlošiji dizajn te nam to zapravo omogućava prostor za stvaranje boljeg dizajnerskog rješenja kako bi aplikacija u konačnici bila što više u skladu sa svim standardima i pravilima. Fokus našeg redizajna bit će na izborniku na početnoj stranici, potom na stranici za pretraživanje sadržaja aplikacije koja svojim originalnim dizajnom tu ulogu ne može odraditi te na izmjenama u korisničkom profilu i postavkama aplikacije. ­

## **World Cafe**

Nakon odabira mobilne aplikacije, u učionici je organizirana rasprava i testiranje aplikacije HBO Max metodom *World Cafe*-a. *World Cafe* je metoda kojom se omogućava neformalna diskusija o problemima aplikacije u malim grupama ispitanika. Diskusija se održava desetak minuta u „stolovima“, odnosno u više manjih grupa koje se rotiraju.

Kod aplikacije HBO Max kolege su se složile kako ona na prvi dojam izgleda jako lijepo, ali čim se krenete malo bolje upoznavati s njom na površinu počinju isplivavati mnogi, usudimo se reći, „početnički“ dizajnerski propusti i nedostatci.

Kolege su se složile s našim zamjerkama vezanima za izbornik na naslovnoj stranici, stranicu pretraživanja i nedostatak integracije s Google Home aplikacijom. Naime, izbornik u lijevom gornjem kutu naslovne stranice, sadrži kategorije (žanrove) po kojima korisnik može pretraživati dostupan sadržaj, no osim loše dizajnerske izvedbe tog izbornika, njegova velika mana je i nedostatak jasnoće po pitanju smislenosti samih kategorija. Naime, osim što nazivi kategorija, tj. žanrova nemaju mnogo smisla i odudaraju od nekakvih standardnih načela, oni korisniku ne daju odgovor odabire li on s tom kategorijom filmove tog specifičnog žanra ili pak serije. Isto tako, tom istom izborniku ne može se pristupiti sa stranice pretraživanja što bi isto mnogo značilo s obzirom na loš koncept te iste stranice koja korisniku omogućava pregled sadržaja aplikacije isključivo unosom naziva serije/filma te bez ikakvih detaljnijih mogućnosti pretrage sadržaja.

Svi ispitanici komentirali su i izgled naslovne stranice koja obiluje velikim posterima serija/filmova te koji nužno ne impliciraju ono što su originalni tvorci aplikacije htjeli, a to je da će takvi posteri korisniku značiti da on klikom na njih pokreće tu istu seriju/film. Isto tako, naslovna stranica po njihovom mišljenju obiluje nelogičnim kategorizacijama sadržaja s suvislim i bespotrebnim opisima ispod svakog od naziva kategorije te je općeniti dojam da je naslovna stranica predugačka.

Kolege su se složile da je veliki nedostatak ove mobilne aplikacije i nemogućnost integracije s Google Home aplikacijom čime se gubi uspostava tzv. *„pametnog kućanstva“* što u današnje vrijeme iznimnog napretka tehnologije nije zanemariv čimbenik.

Jedno od novih saznanja koja smo dobili od naših sugovornika bilo je to da bi aplikacija trebala odmah na početku korisniku ponuditi opciju prijave s korisničkim računom ili *guest* pristup kako bi on odmah znao mogućnosti korištenja same aplikacije. Naime, korisnik osim što ne može pokretati sadržaj aplikacije bez aktiviranja pretplate, on ulaskom u *Postavke* aplikacije nema potpuni uvid u njih i koje mu se sve mogućnosti tu nude. Mišljenja smo kako bi se unutar *Postavki* sve trebalo prikazati i pretplatnicima i korisnicima koji nisu pretplaćeni, s razlikom u tome da nepretplaćenim korisnicima bude ograničeno djelovanje, tj. mogućnost promjene i aktiviranja određenih stavki koje se tamo nalaze. Smatramo kako mogućnost uvida tim korisnicima u sve što *Postavke* nude može uvelike utjecati na njihovu konačnu odluku hoće li se pretplatiti na usluge HBO Max aplikacije ili ne, što je ujedno i krajnji cilj cijelog koncepta rada te aplikacije.

# **Izvještaj o testiranju upotrebljivosti**

## **Uvod u testiranje upotrebljivosti**

Korištenjem aplikacije uočene su određene mane koji dijelom otežavaju rad u samoj aplikaciji. U ovom dijelu provjerava se imaju li ostali korisnici iste poteškoće koje su do sada naglašene i postoji li neka bitna mana koja dosad nije uočena. Cilj ovoga testiranja je vrednovanje aplikacije u svrhu poboljšanja sustava, time i iskustva korisnika. Pretpostavka je da bi aplikacija nakon redizajna omogućila jednostavnije snalaženje po njoj.

## **Metodologija**

Pri testiranju upotrebljivosti aplikacije ispitanici su, uz upitnike koje su ispunjavali, trebali riješiti zadatke koji bi dali uvid u prednosti i mane aplikacije. Ukupno su bila tri zadatka, od kojih su dva zahtijevala manje truda te su ih ispitanici samostalno rješavali, a jedan zadatak je bio teža i/ili opsežnija te su ga rješavali u paru. Mi kao ispitivači koristili smo nekoliko metoda kojima smo vrednovali ispitanike pri rješavanju ovih zadataka: *metoda izravnog promatranja*, *metoda razmišljanja na glas* i *metoda konstruktivne interakcije*.

Zadatci koji su dani ispitanicima za rješavanje su:

* Individualni zadaci:
  1. Pronađite sve filmove koji pripadaju žanru komedije.
  2. Pokrenite prvi ponuđeni film iz kategorije *Upravo dodano*.
* Zadatak u paru:
  1. Odaberite opciju prikazivanja sadržaja aplikacije isključivo putem Wi-Fi veze.

Individualni zadaci smišljeni su kao koraci koje korisnik radi kada prvi put koristi aplikaciju. Prvi i drugi zadatak su zapravo osnove korištenja ove aplikacije i jedni od glavnih razloga zašto bi se neki korisnik pretplatio na usluge ove aplikacije. Snalaženje pri pretrazi sadržaja ove aplikacije jedna je od najbitnijih stavki pri korištenju ove aplikacije. Moramo napomenuti, da HBO Max mobilna aplikacija nije kompleksna i složena kao primjerice aplikacija za neku društvenu mrežu, stoga naš izbor zadataka nije mogao biti raznovrstan.

Zadatak u paru odabran je kao vjerojatno najsloženija stavka koja se može zatražiti od samog korisnika aplikacije jer sve ostale pojedinosti su zbog same prirode i namjene aplikacije dosta jednostavne. S obzirom da se ikona za *Postavke* ne nalazi na glavnoj traci već ju je potrebno naći unutar korisničkog profila, smatrali smo kako će ovaj zadatak ispitati intuitivnost same aplikacije i koliko se korisnici mogu dobro snaći u njoj pri rješavanju ovog zadatka koji je isto tako vrlo koristan i primjenjiv kod stvarnih korisnika uzmemo li u obzir da svi korisnici pametnih telefona danas imaju aktivirane internetske usluge na svojim uređajima. Nerijetko su te usluge ograničene, a prikazivanje sadržaja kakvog HBO Max mobilna aplikacija nudi vrlo brzo može potrošiti te iste ograničene internetske usluge i pakete. Stoga je potrebno znati odabrati ovu opciju prikazivanja sadržaja isključivo koristeći Wi-Fi vezu kako do ovih problema ne bi došlo.

Osim zadataka, ispitanici su trebali popuniti tri upitnika. Ulazni upitnik prije rješavanja zadataka, te SUS i izlazni upitnik nakon. Ulazni upitnik sakupio je informacije o očekivanjima, stavu i navikama ispitanika, dok su SUS i izlazni upitnik ispitivali stavove i doživljaje ispitanika nakon rješavanja zadataka.

Prva tri pitanja ulaznog upitnika ispituju ispitanikove sposobnosti korištenja i snalaženja u mobilnim aplikacijama (Slika 1). Cilj ovih pitanja je ispitivanje koliko ispitanici imaju iskustva s korištenjem mobilnih aplikacija i utječe li to na uspješnost i brzinu pri rješavanju zadataka. Preostalih šest pitanja ispituje navike ispitanika o korištenju mobilnih aplikacija općenito i onih koje su slične namjene kao HBO Max (Slika 2 i 3).

Slika na kojoj se prikazuje tekst

Opis je automatski generiran

**Slika 1** Ulazni upitnik 1/3

Slika na kojoj se prikazuje tekst

Opis je automatski generiran

**Slika 2** Ulazni upitnik 2/3

Slika na kojoj se prikazuje tekst

Opis je automatski generiran

**Slika 3** Ulazni upitnik 3/3

SUS (engl. *System Usability Scale*) upitnik i izlazni upitnik ispituju stavove ispitanika nakon korištenja aplikacije o korisnosti aplikacije, njihovim sposobnostima u korištenju aplikacije, te efikasnosti aplikacije.

Slika na kojoj se prikazuje tekst

Opis je automatski generiran

**Slika 4** SUS upitnik 1/3

Slika na kojoj se prikazuje tekst

Opis je automatski generiran

**Slika 5** SUS upitnik 2/3

Slika na kojoj se prikazuje tekst

Opis je automatski generiran

**Slika 6** SUS upitnik 3/3

Slika na kojoj se prikazuje tekst

Opis je automatski generiran

**Slika 7** Izlazni upitnik 1/3

Slika na kojoj se prikazuje tekst

Opis je automatski generiran

**Slika 8** Izlazni upitnik 2/3

Slika na kojoj se prikazuje tekst

Opis je automatski generiran

**Slika 9** Izlazni upitnik 3/3

## **Rezultati promatranja**

Nakon testiranja aplikacije s ispitanicima donijeli smo zaključke o aplikaciji. Jedan ispitanik koji je već upoznat s aplikacijom HBO Max, ali web verzijom ove aplikacije, smatra kako je upravo ta verzija bolja od same mobilne aplikacije. Po njemu je mobilna aplikacija puna nelogičnosti i iznimno je lošeg dizajna. S njim bi se složio i naš drugi ispitanik koji je vlastite greške pri rješavanju zadataka temeljio također na lošem dizajnu i nedostatku funkcionalnosti, a posebno ga se negativno dojmio izbornik na naslovnoj stranici s lošom kategorizacijom sadržaja. Sve ovo su mu bili argumenti zbog kojih bi i dalje ostao vjeran drugim aplikacijama za prikazivanje filmova i serija koje trenutno i koristi. Treći ispitanik nije bio odviše rječit, ali je predložio promjene na stranici pretraživanja u vidu dodavanja onog istog izbornika koji se nalazi na naslovnoj stranici. Četvrti ispitanik je pohvalio paletu boja koja se koristi u aplikaciji, a od zamjerki za dizajn i funkcionalnost istaknuo je prevelik font i postere za filmove i serije.

## **Interpretacija: Prednosti i slabosti mobilne aplikacije**

Najučestaliji problemi aplikacije su:

* Dizajn naslovne stranice
* Dizajn vertikalnog izbornika na naslovnoj stranici i odijeljivanje kategorija unutar njega
* Dizajn i funkcionalnost stranice pretraživanja
* Neintuitivan dizajn i razmještaj postavki
* Manjkav pristup nepretplaćenim korisnicima
* Prevelik font i posteri filmova i serija

Pozitivne strane aplikacije su:

* Cijena mjesečne pretplate
* Brzina učenja korištenja aplikacije
* Paleta boja koja se koristi

## **Prijedlozi za poboljšanja**

Kako bi aplikacija bila pristupačnija korisnicima, treba napraviti određene promjene koje bi poboljšale aplikaciju. Prvi prijedlog bio bi promjena dizajna naslovne stranice i to uvođenjem horizontalnog izbornika na kojem bi se nalazilo nekoliko kategorija za odabir određene skupine filmova poput: *Istaknuto*, *Upravo dodano*, *Popularno*… Potom bi uslijedio redizajn vertikalnog izbornika koji se otvara odabirom ikone u lijevom gornjem kutu naslovne stranice. U njemu bi napravili i vidljivo odijelili tri glavne kategorije: *Serije*, *Filmovi*, *Reality*, te bi korisnici odabirom jedne od te tri kategorije otvorili rubriku s podkategorijama, tj. žanrovima za svaku od njih. Isto tako, u fokusu našeg rada bila bi i stranica za pretraživanje sadržaja na kojoj bi smanjili veličinu postera filmova i serija te bi ikonu za prikazivanje sadržaja na nekom drugom uređaju/ekranu/monitoru zamijenili s opcijom filtriranja sadržaja jer ikonu za emitiranje sadržaja na drugim uređajima pronalazimo i pri pokretanju nekog filma/serije, dok s druge strane opcija filtriranja omogućava bolju i efikasniju pretragu sadržaja. Glavna traka dobila bi novu ikonu, za *Postavke*, te bi tako aplikaciju učinili intuitivnijom samim korisnicima što smo mogli zaključiti i iz samih razgovora i ispitivanja korisnika kroz *World Cafe* metodu.

## **Osvrt na provedenu metodologiju testiranja**

Prilikom testiranja korištena je metoda izravnog promatranja te metoda razmišljanja na glas. Dio ispitanika rješavao je zadatke bez objašnjavanja što radi, a naš zadatak bio je bilježiti na koji način pristupaju rješavanju. Korištenjem ove metode smo sami morali zaključiti na koje probleme ispitanik nailazi i koje su mane aplikacije. Drugi dio ispitanika je pri rješavanju zadataka mislio na glas, te se ova metoda pokazala boljom jer je ispitanik rekao svaki put kada bi naišao na problem.

Nakon testiranja proveden je kratak intervju sa svim ispitanicima individualno gdje su mogli reći svoj stav o aplikaciji, što im se sviđa te što bi dodali ili promijenili. Pokazalo se da su ispitanici koji su rješavali zadatke na glas čak imali više toga za reći, možda zato što su bolje zapamtili mane aplikacije kako su ih izgovarali.

Ispitanici su također prije i nakon testiranja trebali ispuniti kratke upitnike. Preko upitnika dobili smo uvid kako se ispitanicima stav većinski nije mijenjao nakon korištenja aplikacije. Oni koji su mislili da će imati problema tokom korištenja to su potvrdili i nakon korištenja, a ispitanici koji su bili samouvjereni zadržali su taj stav.

Također, van testiranja s gore navedenim metodama proveden je i *World Cafe*, što je zajednički kratak intervju s osobama koje redovito koriste aplikaciju i osobama koje je nisu nikada koristili.

Za buduća istraživanja preporučili bi sve navedene metode osim metode izravnog promatranja. Smatramo da je najmanje korisna metoda jer iako smo mogli vidjeti gdje su ispitanici imali problema, mislimo da je dio tih problema ležao u tome da su se previše fokusirali na izbjegavanje ikakvog oblika komunikacije. Isto tako, mislimo da su intervjui, individualni nakon testiranja i World Cafe, jako bitni za bilo koje ispitivanje aplikacije, stranice ili sustava jer tako možemo dobiti konkretna mišljenja ispitanika.

# **Redizajn aplikacije**

Za izradu prototipa redizajna aplikacije odabrali smo mockup prototip srednje ili visoke vjernosti. Izradili smo ga u desktop aplikaciji Adobe XD. Najočitija promjena je na vertikalnoj i horizontalnoj navigacijskoj traci. Dok je početna aplikacija na traci imala stavke (redom) *Naslovnica*, *Pretraživanje*, *Korisnički profil*, *Izbornik* u redizajnu stavke su *Naslovnica*, *Pretraživanje, Korisnički profil, Postavke, Izbornik*. Te stavke su se pokazale na ispitivanjima kao jedne od najbitnijih, te su postavljene na vidljivije mjesto. Na početnoj stranici je također promijenjen izgled gdje smo nepregledan sadržaj organizirali preko manjih ikona te primijenili istu boju kao i na ostatku aplikacije. Također, promijenili smo izgled stranice pretraživanja gdje se može filtrirati željeni sadržaj. Naposljetku, organizirali smo opcije korisničkog računa i postavki tako da su preglednije i uočljivije za korisnika.

**Pet važnih promjena početne aplikacije:**

1. **Redizajn naslovne/početne stranice aplikacije**

A picture containing website

Description automatically generated A picture containing text, monitor, screen, screenshot

Description automatically generated

**Slika 10** *Redizajn*  **Slika 11** *Original*

Napravljen je redizajn naslovne/početne stranice jer je originalna zbunjivala korisnike i općenito narušavala sveukupni dojam aplikacije ponajviše besmislenim nazivima nekakvih kategorija filmova koje to zapravo i nisu. Ostavljen je dojam da autori originalne aplikacije nisu razmišljali o smislenosti same aplikacije već su sav svoj fokus uložili u što veće formate postera za filmove i serije koji korisniku onemogućavaju normalan pregled i pronalazak željenog sadržaja ove aplikacije.

1. **Redizajn bočnog izbornika na naslovnoj stranici**

Graphical user interface, application

Description automatically generated Slika na kojoj se prikazuje tekst

Opis je automatski generiran

**Slika 12** *Redizajn* **Slika 13** *Redizajn*

Graphical user interface

Description automatically generated

**Slika 14** *Original*

Napravljen je i redizajn bočnog izbornika na naslovnoj stranici. Kod originalnog dizajna primijećen je pokušaj autora da kategorizira filmove i serije po žanrovima, ali to nije uspješno odrađeno jer, prije svega, ne postoji podjela na temeljne žanrove.

Kod našeg dizajna pritiskom na ikonu bočnog izbornika otvaraju se tri osnovne kategorije: filmovi, serije, reality, a novim odabirom jedne od te tri kategorije korisnik dobiva detaljnu podjelu sadržaja pojedine kategorije. To se jasno vidi na fotografijama 12 i 13.

1. **Redizajn stranice pretraživanja**

Graphical user interface, website

Description automatically generated Graphical user interface, website

Description automatically generated

**Slika 15** *Redizajn*  **Slika 16** *Original*

Redizajn stranice pretraživanja bio je jedan od glavnih zadataka ovog projekta. Naime, stranica pretraživanja originalne aplikacije je prikaz iznimno lošeg sustava pretraživanja sadržaja neke aplikacije. Koristeći tu stranicu korisnik do željenog sadržaja može doći samo ako poznaje točan naziv filma/serije koju želi.

Naš redizajn je u početku uključivao i bočni izbornik na ovoj stranici, no od njega smo odustali svjesni činjenice da uključivanjem njega i opcije za filtriranje sadržaja čini zapravo jednu te istu radnju. Ideja s opcijom filtriranja sadržaja nudi mogućnost pronalaska sadržaja po žanru kojem pripada, duljini trajanja, dobnom ograničenju i sl.

1. **i 5. Redizajn korisničkog profila, postavki i glavne trake**

Slika na kojoj se prikazuje tekst, elektronički, snimka zaslona

Opis je automatski generiranGraphical user interface

Description automatically generated with medium confidence

**Slika 17** *Redizajn* **Slika 18** *Redizajn*

A screenshot of a phone

Description automatically generated with medium confidence

**Slika 19** *Original*

Napravljen je redizajn originalnog korisničkog profila gdje su opcije korisničkog profila, kao i same postavke aplikacije bile ubačene u jednu stranicu što se u našim ispitivanjima pokazalo dosta ne intuitivnim.

Naš dizajn je razdvojio te dvije komponente, svakoj dao njenu stranicu (vidi slika 17 i 18) jer smatramo kako ova, a i svaka druga aplikacija iste namjene, nije kompleksna poput nekih drugih aplikacija, primjerice Instagrama i sl., koje zbog raznovrsnosti sadržaja kojeg posjeduju, neke stavke moraju „skriti“ pod drugim stavkama. Tako npr. kod Instagrama postavke morate naći unutar stranice korisničkog profila, što kod HBO Max mobilne aplikacije stvarno nije nužno.

Samim ovim „dijeljenjem“ dobili smo i drugačiji, „bogatiji“ dizajn i glavne trake ove aplikacije.

# **Zaključak**

Provedba prvotno samostalne analize te analize od strane kolega tijekom *World Cafe*-a dovela je do zaključka o manama aplikacije koje su kasnije testirane na ispitanicima da bi se utvrdilo jesu li te mane općenite, tj. je li većina ljudi ima iste probleme s aplikacijom. Također su se utvrdile neke mane koje redoviti korisnik ne vidi. Testiranjem aplikacije je zaključeno kako se mišljenja korisnika razlikuju od dizajnera same aplikacije jer dolaze u drugačiji kontakt s njom.

Najveće mane koje su ispitanici napomenuli odlučili smo uključiti u redizajn aplikacije te smo ih prikazali u mockup prototipu srednje ili visoke vjernosti. Treba naglasiti da nisu sve mane koje su bile planirane ušle u redizajn zbog restrikcija alata koji je korišten.

# **Dodatak: Materijali**

Sve upitnike i rezultate možete vidjeti na ovom linku:

<https://drive.google.com/drive/folders/1yxufqsE5CdyLTdZEkfAVjBDr7wfOGLFO?usp=sharing>

1. URL:<https://play.google.com/store/apps/details?id=com.netflix.mediaclient> [↑](#footnote-ref-1)
2. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.hbo.hbonow> [↑](#footnote-ref-2)
3. URL: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.nth.android.rtlsada> [↑](#footnote-ref-3)