

I praktikum

16.12.2022

Age Arus, UX analüütik, Iglu

“Kasutatavuse testimine”

<http://www.diamondtravel.ee/> - Diamond Travels Reisibüroo

Reiside broneerimine on vähenenud veebilehel - kas tegemist on lehekülje kasutajamugavuse probleemiga?

Uurimisküsimused:

1. Kuidas kasutaja otsib reise?
2. Kas reisi otsimise protsess on lihtne ning arusaadav?
3. Millised on kasutaja peamised valupunktid?

Intro:

Tere, minu nimi on Maarja-Liis ning mina olen tänase kasutatavuse testi läbiviija. Kohtumise eesmärgiks on leida üles Diamond Travels reisibüroo kodulehe nõrgad kohad. Testi keskmine pikkus on pool tundi.

Alustuseks sooviksin ma teda -

Millised on teie eelnevad kogemused reisibüroode kasutamisel?

Kui tihti te reisite?

Mul on palve, et te n-ö mõtleksite kõva häälega - näiteks, mida ekraanil näed ja mida soovid teha. Negatiivne tagasiside on sama oluline kui positiivne, nii et ärge kartke ausalt väljendada oma mõtteid.

Kas teil on tekkinud küsimusi?

Skript:

Oled mõnda aeg tahtnud paari sõbraga puhkuse reisile minna. Rääkides majutuse leidmise keerukusest kolleegile, soovitas ta sulle Diamond Travel reisibürood, millega tal endal on positiivne kogemus. Planeerid reisi kevadesse ning tahad läbi reisibüroo endale ja kahele sõbrale aprilli broneerida 7-päevase reisi Küprosele. Ühe inimese maksimaalne eelarve on 1000 eurot. Mida teed reisi planeerimiseks reisibüroo kodulehel?

Kokkuvõtte:

- Peegeldamine
- Mis meeldis/ei meeldinud?
- Kas on ideid, mida saaks paremini veebilehel teha?

Probleemid:

- Ebaselge kataloog
- Valeinfo
- Pole piisavalt edasi suunavaid nuppe/linke
- Kahekeelne ka eestikeelses vaates (inglise ja eesti keele segu)
- Algeline ja mitte kasutajasõbralik disain
- Keerukad filtrid

Dokumentatsioon:

1 - Madal prioriteet

Algeline/Katkine disain; visuaalselt mitte kasutajasõbralik; kehv sõnastus, keelte segu.

Näide: Liiga palju teksti/kehv teksti vormistus teeb lehekülje pikemaks; broneerinud leiab AINULT reisipood sildi alt; inglise ja eesti keel korraga eestikeelses vaates.

2 - Keskmine prioriteet

Broneeringute filtrid on kohati nähe ja kohati peidus - tekitab segadust; otsingumootor töötab poolikult; (kontaktide alt) ei saa kontakteeruda asutusega.

Näide: Otsingumootor annab riigi kirjelduse tulemuse, mitte sinna broneerimise võimaluste tulemuse.

3 - kõrge prioriteet

Ei leita broneeringu kohta üles, valeinfo/info puudulikkus, arusaamatu lehekülje ülesehitus.

Näide: Sihtkohad annavad ainult ülevaate riikidest, millest kõikidele ei saa reise broneerida; raske leid broneerimise kohta, kui soovitud sihtkoht pole populaarne (lehekülje eesmärk!).

II praktikum

27.01.2023

Joonas Kessel, Weekdone

“Kasutusmugavus ja sihtrühm”

Igal infotehnoloogial on alati eesmärk.

ux - kasutajamugavus

ui - kasutajakogemuse disain

kuidas - meie vastutada

empathy map -> see, mida klient ütleb (,et ta teeb), ta alati ei tee

sus - system usability scale

kvantitatiivne -> numbritega

fail fast

esteetilisus ei võrdu kasutatavus

statistika alati valetab

sihtgrupp on pidevas muutumises

III praktikum

03.02.2023

Laura Streimann, Iglu

“Prototüüpimine”

Kliendid on erinevad - mõned tahavad kaasamist, mõned tahavad näha valmis asju. Mõnikord peab ise sisu kirjutamist tegema... :;)

Sisu määrab palju disaini otsuseid.

Levinud vead pixel-perfect prototüüpidel:

- logisev joondus - erinevad teksti joondused segamini
- vähene hierarhia - ei saa aru, mis on millest olulisem
- puuduvad loogilised grupeeringud
- logisevad mõõdud - kõik ei ole täpselt keskel, eri suurusega nupud
- logisevad stiilid - liiga palju erinevaid teksti stiile, värve
- vähene contrast (WCAG) - ligipääsetavus

8-pikslisüsteem.

Figma:

- nudge amount - 8
- frames not groups
- stark plugin! - kontrollib kontrastsust
- lorem ipsum plugin - kui ei saa sisu
- noise & texture plugin - graafilises disainis
- clean document plugin - kustutab mõttetu, teeb faili kiiremaks, teeb pixel-perfection'iga raamid korda
- smoothshadow plugin - arendajatele ei meeldi

Peab arvetsama trendi suundi.

Portfoolio:

- oma mõtte protsessi näitamine
- ära jää ilusse kinni
- visuaalselt mõnus, aga mitte too much
- workshops, joonistused väga oodatud
- hoida tööde arvu 2-3 lähedal
- oma veebileht on kõige tugevam sõna
- figma - komponente ja variatsioone vaadatakse

Disainerite konkurents on suur, nagu on ka vajadus.

Praktika eesmärgid, soovid läbi mõelda. Julgelt pakkuda midagi välja, julgelt küsida.

-Produktiivsus jääb kõigile silma-

Joonista, joonista, joonista - proovi uusi asju, mõtle kastist välja, ole eksperimentaalne - ära karda olla loominguline või mänguline, aga ära unusta kasutajasõbralikkust