

Test plan

Usability Test



Groep 4, 25/03/21, Tilburg

Inhoud

Context.....	3
<i>Test onderwerp.....</i>	<i>3</i>
<i>Doel.....</i>	<i>4</i>
Onderzoek.....	5
<i>Onderzoeksvragen.....</i>	<i>5</i>
Test	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
<i>Stakeholders.....</i>	<i>Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.</i>
<i>Benodigdheden</i>	<i>Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.</i>
<i>Tijd & locatie.....</i>	<i>6</i>
<i>Methodiek.....</i>	<i>6</i>
Uitvoering	7
<i>Opzet</i>	<i>Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.</i>
<i>Introductie.....</i>	<i>7</i>
<i>Observatie</i>	<i>7</i>
<i>Interview.....</i>	<i>9</i>
<i>Afsluiting</i>	<i>9</i>

Context

Test onderwerp

Wij van groep 4, ontwikkelen de McAnimations en de bijbehorende game voor de McDonalds om ze te helpen hun producten en winkels te promoten. Het doel is dat we de klanten van McDonalds omzetten in fans van het merk. Onze taak is om producten van de McDonalds meer onder aandacht te brengen bij de een bepaalde groep klanten. En dan specifiek bij onze doelgroep:

- Kinderen van 6 – 12 jaar

McAnimations zijn een samenhang van verschillende (positieve) emoties, gekoppeld aan 3D animaties van McDonalds producten. Deze producten creëren een positieve en speelse sfeer en hebben raakvlakken met mijlpalen in het leven van een kind uit onze doelgroep.

“Happier dan ooit met je Happy Meal!”

Doel

Het doel van deze test om de animaties en het spel dusdanig te maken dat het aansluit op de wensen van onze doelgroep. Hierbij kijken we naar alle stakeholders. Dus niet alleen naar de eindgebruikers maar ook naar de opdrachtgevers en, wat zij van de animaties verwachten. We willen met deze test:

- Toegankelijk maken voor de doelgroep
- Interessant maken
- Effectief richten op het promoten

Bovenstaande doelen streven we na op een aantal manieren, en hiervoor gebruiken we een aantal testmethodes. Belangrijk is om te kijken wat de risico's zijn als we bepaalde onderdelen van de animaties niet op orde hebben. Onderstaand tabel laat per test, en onderdeel, zien wat het risico is als er niet uitvoerig wordt getest voor het beste resultaat.

Onderdeel		Risico
Usability test	Toegankelijkheid	Gebruikers weten zich geen raad over hoe de interactie is met de animaties en verliezen interesse.
User experience test	Look and Feel	De aandacht van de gebruiker wordt niet vastgehouden door het de animaties, waardoor het al snel saai wordt.

In dit document zullen we ons richten op de Usability test, met als onderwerp: toegankelijkheid.

Onderzoek

Onderzoeksvragen

Voordat we overgaan op het voorbereiden en plannen van de test is het belangrijk dat we van tevoren weten wat we willen halen uit de test. Het is belangrijk dat we voor onszelf bepalen welke vragen we willen beantwoorden met deze test.

De vragen waarop we antwoord willen tijdens deze usability test zijn:

1. Kunnen gebruikers ons product zonder toelichting gebruiken?
2. Kunnen gebruikers de bedieningstoetsen vinden en gebruiken?

De usability test zal vooral kijken naar de ervaringen per gebruiker met het product. Echter is het doel om antwoord te krijgen op bovenstaande vragen.

Tijd & locatie

De tests zullen vanwege de huidige staat in Nederland (en de rest van de wereld), en met oog op de regels, uitgevoerd worden op een aantal verschillende testlocaties. De tests worden uitgevoerd tussen 25 maart t/m 29 maart. Daarnaast is het zo dat vanwege de regels m.b.t. het houden van afstand tot elkaar, belangrijk dat het testen (indien mogelijk) wordt gedaan met huisgenoten/familieleden die passen in de doelgroep. In overige gevallen is het belangrijk dat de tests worden uitgevoerd in lijn met de maatregelen van het RIVM. Zo dient er geobserveerd te worden op minimaal 1.5 meter afstand. Ook is het belangrijk dat de apparatuur en materialen die gebruikt worden, gronding worden schoongemaakt voor en na de tests.

De locatie voor de test zal in de meeste gevallen thuis zijn bij de gebruikers/groepsleden. Ook zullen we een aantal tests uitvoeren op locatie bij Fontys Hogeschool bij het stappegoor in Tilburg.

Methodiek

Tijdens onze usability test hebben wij gekozen om een standaard usability test uit te voeren met een atypische aanpak. Het bevat een observatie van de gebruiker tijdens het gebruik van het product en vervolgens een interview met vragen over de ervaring van de klant met het product.

Nadat we de gebruiker kennis hebben laten maken met het product tijdens een korte observatie gaan we de gebruikers vragen stellen over hun eerste impressie van onze animaties en hoe ze het navigeren en gebruiken van de app hebben ervaren.

Uitvoering

Introductie

Tijdens de introductie wordt er kennis gemaakt met de gebruiker van de test. Naast formaliteiten waarbij kennis wordt gemaakt is het belangrijk om te vertellen wat er precies gedaan zal worden tijdens de test dus dit zal gaan als volgt:

Welkom bij de test. Bedankt dat je tijd hebt om mee te doen aan deze test. We willen heel graag onze McAnimations aan jou voorleggen en we zijn benieuwd wat jij hiervan vindt. We geven je dadelijk een scenario. Je bevindt je namelijk in de McDonalds. Je hebt zojuist je bestelling geplaatst en je wacht tot het klaar is. Nu zie je op de schermen een bewegende burger of friet. Ook zie je dat je een spel kan spelen met die burgertjes. En dit ga je dus proberen. Speel het spel zoals jij dit zou willen, er is geen goed of slecht. Na dat je het spel hebt gespeeld zal ik je een aantal vragen stellen over jouw ervaring met de app en tot slot kun je ons vertellen wat jij leuk vond aan het spel en wat je misschien anders zou willen zien.

Zoals bovenstaand transcript al aantoont is het belangrijk om kennis te maken, maar nog belangrijker om de gebruiker te vertellen wat er gebeurt tijdens de test zodat hij/zij weet wat er komt en niet overrompeld wordt met testvragen en taken.

Observatie

Wij hebben 2 verschillende testen samengesteld: de observatie & de papertest. De helft van de doelgroep krijgt de observatie test en de andere helft krijgt de papertest. Op deze manier kunnen

we de resultaten van de 2 testen met elkaar vergelijken waardoor we een betrouwbaarder resultaat krijgen. In de observatie doe je namelijk aannames terwijl je in de papertest de regie aan de gebruiker geeft.

Tijdens de observatie overhandig je de smartphone/tablet aan de gebruiker. Hierbij geef je nogmaals aan dat je de gebruiker wilt vragen om de animaties te bekijken en dat je gewoon eerst wilt kijken hoe hun eerste reactie is. Zodra de gebruiker begint, noteer je dingen die je opvallen tijdens de observatie. Omdat het een korte observatie is is het belangrijk om vooral steekwoorden op te schrijven, zodat je voornamelijk aan het observeren bent en niet aan het typen. Geef de gebruiker de kans om zijn/haar eigen weg te vinden in de app. Merk je dat de gebruiker echt vast loopt dan kun je hem/haar de juiste kant op helpen. Zodra de gebruiker klaar is met het bekijken van de animaties en het spel, stopt de observatie. Het is belangrijk om dan de gebruiker te bedanken en de smartphone neer te leggen. Vervolgens geef je aan dat je nu over gaat op het stellen van een aantal vragen.

Ook willen wij tijdens de observatie de zogeheten papertest uitvoeren. De papertest is een test waarbij je de prototype uittekent op papier en vervolgens aan de gebruiker vraagt wat hij of zij zou verwachten als je op een specifieke knop klikt. Wij printen daarom de XD schetsen uit en vragen de gebruiker wat hij of zij denkt dat er gebeurt als je op een knop of plaatje klikt. Door deze test kunnen wij in kaart brengen wat de verwachtingen zijn van gebruikers van de doelgroep. Het is belangrijk dat gebruikers niet het gevoel krijgen dat ze iets fout doen, als de gebruiker iets anders verwacht dan geplant is het belangrijk dat je dan doorvraagt en onderzoekt waarom de gebruiker dat had verwacht. Nadat je de website hebt doorlopen met de gebruiker is het belangrijk om de gebruiker te bedanken voor zijn of haar tijd.

Interview

Na de observatie is het belangrijk dat je de smartphone opzij legt en even buitenspel zet zodat deze niet meer voor afleiding kan zorgen. Je richt je tot de gebruiker en geeft aan dat je aan aantal vragen gaat stellen. De vragen zijn algemeen, en heel open. Het doel is namelijk dat je uit deze vragen vooral kijkt naar het antwoord van de gebruiker, en daarop doorvraagt en op die manier meer informatie verkrijgt. De vragen zijn:

1. Wat vind je van de Animaties?
2. Vond je het makkelijk om het spel te spelen?
3. Duurde het lang voordat je wist hoe je kon spelen?

Na deze vragen gesteld te hebben is het belangrijk om goed door te vragen. De vragen dienen als richtlijn en moeten niet als leidend worden gezien. Na het stellen van de vragen en het doorvragen tijdens het interview is het tijd voor een correcte afsluiting

Een paar goede voorbeelden van doorvraag vragen zijn bijvoorbeeld: Waarom vond je de animaties mooi? Zou je nog een keer het spelletje willen spelen? Waar liep je tegen tijdens het spelen? Wat zijn dingen die liever had willen doen tijdens de game?

Afsluiting

Nadat de observatie en papertest is gedaan, het interview is afgenomen en de juiste informatie is verkregen is het belangrijk om de test goed af te sluiten. Geef aan de gebruiker aan dat de test is afgerond. Vraag de gebruiker nog hoe hij/zij de test vond gaan. Dus niet meer over de animaties of het spel maar over de test zelf. Hoe vond de gebruiker het gaan, wat vond hij/zij fijn en wat niet. Neem deze feedback mee voor het verbeteren van een volgende test. Nadat je dat hebt gedaan bedank je de gebruiker voor zijn/haar tijd en wens je hem/haar nog een fijne dag. Neem hierna nog even de tijd om nog het een en ander te noteren over de test. Dingen waar je geen tijd voor hebt gehad tijdens de test of het interview moet je meteen nadat de test is afgerond noteren voor jezelf. Vervolgens maak je van je observatienotulen een observatieverslag en van je interview notulen een transcript zodat hier nuttige data uit kan worden gehaald.

Introductie

Tijdens de introductie wordt er kennis gemaakt met de gebruiker van de test. Naast formaliteiten waarbij kennis wordt gemaakt is het belangrijk om te vertellen wat er precies gedaan zal worden tijdens de test dus dit zal gaan als volgt:

Welkom bij de test. Bedankt dat je tijd hebt om mee te doen aan deze test. We willen heel graag onze McAnimations aan jou voorleggen en we zijn benieuwd wat jij hiervan vindt. We geven je dadelijk de smartphone met een aantal animaties. Je moet gewoon denken dat je in de McDonalds zit. Je hebt zojuist je bestelling geplaatst en je wacht tot het klaar is. Nu zie je een bordje staan dat je een McAnimation game kan krijgen nadat je je eten hebt besteld. En dit ga je dus proberen. Je krijgt een van de vele animaties. Tussendoor zal ik je een aantal vragen stellen om te kijken wat je er van vindt. We willen weten wat jij vindt van de animaties en wat voor eerste indruk de animaties op je maakt. Na dat je de animaties hebt bekeken zal ik je een tablet geven waarop je woorden aanvinkt die jij vindt passen bij dat specifieke poppetje. En tot slot kun je ons vertellen wat jij leuk vond aan de animaties en wat je misschien anders zou willen zien.

Zoals bovenstaand transcript al aantoont is het belangrijk om kennis te maken, maar nog belangrijker om de gebruiker te vertellen wat er gebeurt tijdens de test zodat hij/zij weet wat er komt en niet overrompeld wordt met testvragen en taken.

Observatie

Tijdens de observatie overhandig je de smartphone/tablet aan de gebruiker. Hierbij geef je nogmaals aan dat je de gebruiker wilt vragen om het spel te bekijken en dat je gewoon eerst wilt kijken hoe dat gaat en na een aantal seconden zal vragen wat ze er van vinden. Zodra de gebruiker begint, noteer je dingen die je opvallen tijdens de observatie. Omdat het een langere en intensievere observatie is is het belangrijk om alles zo duidelijk mogelijk op te schrijven, zodat je na de test weet wat je hebt geobserveerd en wat voor impact dat heeft. Geef de gebruiker de kans om zijn/haar eigen weg te vinden in de app en ga niet heel kort erop zitten. Merk je dat de gebruiker echt vast loopt dan kun je hem/haar de juiste kant op helpen. Zodra de gebruiker klaar is met het concet, stopt de observatie. Het is belangrijk om dan de gebruiker te bedanken en de smartphone neer te leggen. Vervolgens geef je aan dat je nu over gaat op de checklist waarbij de gebruiker zijn/haar gevoelens over delen van het spel kan delen.

Checklist

Na de observatie is het belangrijk dat je de smartphone opzij legt en even buitenspel zet zodat deze niet meer voor afleiding kan zorgen. Je richt je tot de gebruiker en geeft aan dat je ze nu een tablet gaat overhandigen met een aantal vragen over de verschillende onderdelen. Geef aan hoe de checklist werkt. Geef ook aan op welke manier de gebruiker de woorden kan kiezen. Ook geef je aan dat de gebruiker kan kiezen voor (geen van allen) als geen enkel steekwoord past bij wat hij/zij ervaart. Belangrijk is wel hierbij dat je als follow-up aan de gebruiker vraagt hoe hij/zij haar indruk zou beschrijven. De vragen gaan over de volgende onderdelen van het spel:

- Zie je deze poppetjes als je vrienden?
- Heb je nu zin om naar de Mac te gaan? Of liever naar de KFC of Burger King?

Om hun impressies van bovenstaande onderdelen te geven kunnen klanten kiezen uit de volgende groep steekwoorden:

- Vaag
- Vrolijk
- Leuk
- Saai
- Blij
- Eng
- Gemeen
- Spannend
- Gek
- Grappig
- Vervelend
- Stom

Na deze vragen gesteld te hebben is het belangrijk om goed door te vragen. De vragen dienen als richtlijn en moeten niet als leidend worden gezien. Na het uitvoeren van de checklist is het tijd voor een correcte afsluiting.

Afsluiting

Nadat de observatie is gedaan, de checklist is afgenomen en de juiste informatie is verkregen is het belangrijk om de test goed af te sluiten. Geef aan de gebruiker aan dat de test is afgerond. Vraag de gebruiker nog hoe hij/zij de test vond gaan. Dus niet meer over het spel of de app maar over de test zelf. Hoe vond de gebruiker het gaan, wat vond hij/zij fijn en wat niet. Neem deze feedback mee voor het verbeteren van een volgende test. Nadat je dat hebt gedaan bedank je de gebruiker voor zijn/haar tijd en wens je hem/haar nog een fijne dag. Neem hierna nog even de tijd om nog het een en ander te noteren over de test. Dingen waar je geen tijd voor hebt gehad tijdens de test of het interview moet je meteen nadat de test is afgerond noteren voor jezelf. Vervolgens maak je van je observatienotulen een observatieverslag en van je checklist resultaten een visueel statistisch diagram zodat hier nuttige data uit kan worden gehaald.

Notulen Test

Woordkeuzes:



Keuzes vraag 1 Wat is de eerste indruk die je krijgt bij het spel?:

Keuzes vraag 2 Welke gevoelens passen bij de animaties die je ziet?:

Keuzes vraag 3 Wat zijn woorden die passen bij de animaties nu dat je ze een keer gezien hebt?: