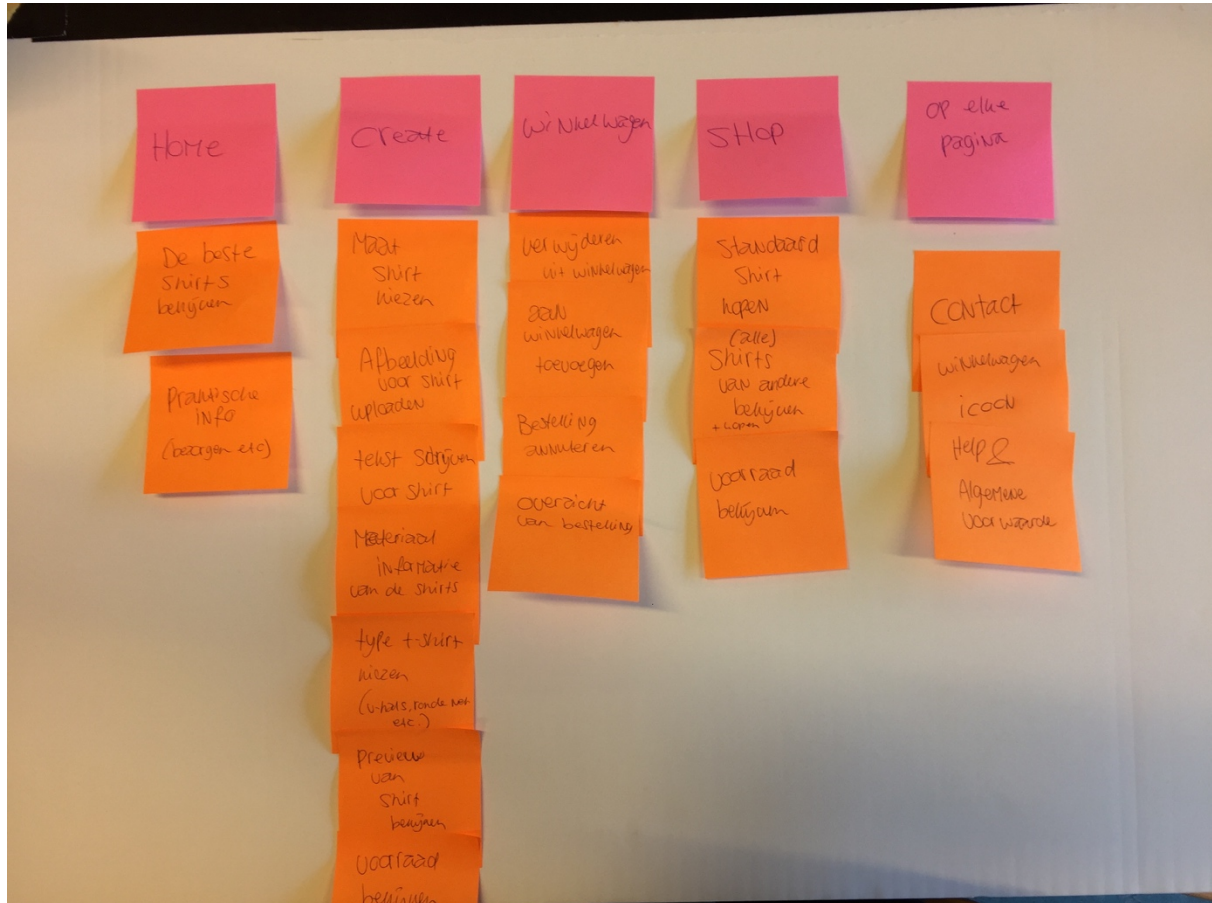


Gebruikerstesten van cardsorting website concept



Voor het cardsorten hebben wij alle nodige items voor de website opgeschreven. Dit is de opstelling die wij als team in gedachte hadden. We hebben hierna 2 mensen uit de doelgroep gevraagd een eigen indeling te maken. Het volgende is eruit gekomen.

Testpersoon 1:

Bas de Groot

Veel van de indeling is hetzelfde als de indeling van ons team. Bas vindt dat de 'Help & Algemene voorwaarden' alleen op de homepage moeten komen en hij heeft twee keer 'voorraad bekijken' bij de shop button gezet. Dit laat zien dat hij vindt dat alleen daar de voorraad te zien moet zijn. Het team had 'aan winkelwagen toevoegen' neergezet onder de knop winkelwagen. Dit hebben wij fout gedaan, want je moet natuurlijk op een pagina zijn waar je iets kunt toevoegen. Dus deze verandering die bas gemaakt heeft zullen wij doorvoeren.

Testpersoon 2:
Liz de Bruijn

Ze zou de winkelwagen navigatie knop ná de shop knop zetten. Ook zou zij meerdere dingen op meerdere pagina's zetten. Zo zou bijvoorbeeld 'voorraad bekijken' ook op de 'create' pagina moeten komen, zodat je kunt zien of het shirt dat je wilt maken nog beschikbaar is. Van de 'praktische info' vindt ze dat deze op elke pagina terug te vinden moet zijn. 'Aan winkelmandje toevoegen' hoort ook bij de 'shop' te kunnen. Verder vind ze de volgorde en indeling erg logisch.

Gebruikerstest van het prototype

Testpersoon 1:
Kevin o'Shea

Het ontwerp van het shirt en een kleur kiezen van het shirt is hetzelfde principe. Je kunt bij 'create' niet de achterkant van het shirt bekijken. Er moet voor elke site een terug knop zijn. Zodat je makkelijk kan zien welke route je neemt. Dus bijvoorbeeld. Je bent op de 'winkel' pagina, je klikt een shirt aan en wilt deze aanpassen. Dan kom je op de create pagina. Waarna er geen knop 'terug' is, zodat je weer verder zou kunnen shoppen ipv dat je opnieuw op 'winkel' moet klikken.

Testpersoon 2:
Luuk van Dijk

Luuk vindt de site erg mooi en goed functioneel. Wel vindt hij dat je na een betaalmethode te hebben gekozen, een betalingsbevestiging te zien moet krijgen. In de footer moet komen te staan welke betaalmethodes er mogelijk zijn door middel van icoontjes. Ook moeten de icoontjes zoals 'bedenktijd', 'gratis verzenden' in de footer, of ergens minder opvallen.

Gebruikerstest voor de gelanceerde website

Voor de uiteindelijke website hebben wij ook nog mensen getest om de puntjes op de i te kunnen zetten. Hierin vragen we opnieuw mensen uit de doelgroep bepaalde handelingen uit te voeren, waardoor wij goed kunnen zien of deze handelingen overeenkomen met de indeling die we hebben gemaakt. En waar de testpersonen toch voor een andere route kiezen die zij logischer vinden, waarna we dit nog kunnen aanpassen.

1. Bestel een bestaand wit shirt en pas de tekst aan in het font Arial.
2. Maak jouw eigen shirt en upload een afbeelding
3. Maak een shirt en pas de kleur aan.
4. Van welke social media maakt het bedrijf gebruik?
5. Bekijk wat er in het winkelmandje zit en ga terug naar de winkel.
6. Ga naar de homepage.
7. Bekijk de specificaties van een product
8. Maak een bestel proces af.
9. Is het duidelijk op welke pagina je je bevindt?
10. Is het duidelijk welke weg je moet nemen voor een bepaald doel?
11. Is het een goede website?
12. Wat kan er anders?

Test persoon 1: **Noor Sillem**

1. Als je op een specifiek item uit de shop klikt en deze wilt aanpassen of bestellen, doen beide knoppen het niet.
2. De upload knop doet het, dat is heel goed. Alleen de gekozen afbeelding wordt daarna niet weergegeven.
3. De knoppen doen het wederom, alleen de shirt kleuren veranderen niet.
4. Noor kijkt meteen in de footer, omdat ze er vanuit gaat dat daar meer informatie te vinden is. Dat is ook zo, alleen maakt het bedrijf geen gebruik van social media.
5. Deze handeling gaat soepel
6. De homepage wordt gevonden door op het logo te klikken. Het logo is alleen nog niet toegevoegd aan de pagina, dus er staat nog een vraagteken op de plek van het logo.
7. Noor klikt op de shop en op een shirt en krijgt de omschrijving te zien.
8. Eerst klikt ze op de shop en klikt op 'bestel', maar die knop doet het niet. Vervolgens klikt ze rechts bovenin op het winkelmandje en maakt ze het bestelproces af.
9. Het is erg duidelijk op welke pagina je je bevindt, want dit staat steeds bovenaan de pagina vermeld.
10. De weg die je moet volgen is simpel en logisch, alleen werkt het nog niet allemaal, dus dan moet je een omleiding nemen.
11. De website zit goed in elkaar en de gekozen lay-out is logisch.
12. Er moeten nog een aantal knoppen werkend gemaakt worden

Testpersoon 2:

Victorine Snijders

Victorine zou de klantenservice rechts bovenin laten staan, maar in de footer de knop klantenservice aanpassen tot 'contact'. Want sommige mensen zien dit niet als hetzelfde en blijven dan dus zoeken naar een 'contact' knop die er niet is. Ook wist ze niet hoe ze bij de contact pagina gekomen was, dus de route is niet duidelijk.

Ze zou de homepage niet scrollbaar maken, dus de meest favorieten op een aparte pagina zetten onder de naam 'populair' of 'meest gekozen'.

Ze vindt het er erg betrouwbaar en professioneel uitzien. Het logo werkt niet.

Ze zou óf alle info (zoals klantenservice en disclaimer) in de footer zetten óf alles in de navigatiebalk, want anders weet je niet meer waar je het moet zoeken. De helft van de pagina is in het Nederlands, maar er zijn ook een paar onderdelen in het Engels. Dit moet aangepast worden.

Testpersoon 3:

Bram Verbrugge

1. Bram koos de goede weg, maar doordat de knoppen het niet deden is hij via de weg van 'create' gegaan om het font aan te passen. Het resultaat was niet zichtbaar.
2. Hij klikte op 'uploadt uw afbeelding'. Toen gebeurde er niks. Daarna klikte hij op 'kies een afbeelding' en toen kon hij een afbeelding kiezen van zijn computer. Dit moet andersom zijn volgens Bram. Dus bij 'kies een afbeelding' moet je een bestaande meme afbeelding van de site kunnen halen en bij 'upload uw afbeelding' moet je een afbeelding van de computer kunnen uploaden.
3. De kleur aanpassen kan niet.
4. Ze maken geen gebruik van social media en volgens Bram hoeft dat ook nergens vermeld te worden.
5. Makkelijke route.
6. Om naar home te gaan klikt Bram meteen op de logo knop.
7. Makkelijke route.
8. Klikt meteen op de winkelwagen button. Hij vindt het goed dat je niet verder kunt gaan als je niet alle verplichte vakjes invult. En goed dat er te staan komt welk vakje niet juist is ingevuld.
9. Ja, dat staat goed aangegeven.
10. Ja, duidelijk.
11. De website vindt hij erg mooi en rustig. Hij snapt het idee van het lampje en de sterren op de achtergrond niet zo goed, maar vind deze wel leuk. Ook dat het beweegt vindt hij erg mooi.
12. Op de pagina van shop en contact staat de tekst niet precies in het midden van de illustraties. De woorden 'assortiment' en 'favorieten' zijn verkeerd geschreven op een aantal pagina's.