

USABILITY REPORT



Geschreven en gemaakt door: Daniell Verwegen
Semester: 2

INHOUDSOPGAVE

- 1. INTRODUCTIE**
- 2. METHODOLOGIE**
- 3. RESULTATEN**
- 4. CONCLUSIE**
- 5. REFLECTIE/AANPASSINGEN**

INTRODUCTIE

WAAROM DIT ONDERZOEK?

Tijdens het maken van onze nieuwe website voor Weldas Europe hebben wij vooral onze designs gemaakt op research, inspiratiebronnen & korte gebruikersvragen. Dit allemaal om ervoor te zorgen om de conversie van Weldas te waarborgen. Met dit onderzoek willen wij achterhalen of dit gelukt is en hoe we het eventueel kunnen verbeteren.

ONDERZOEKSVRAAG

Hoe kan de gebruikerservaring van de website worden verbeterd om het voor lassers en andere eindgebruikers gemakkelijker te maken om producten te bestellen en contact op te nemen met het bedrijf?

METHODOLOGIE: USABILITY TESTING



WIE HEB IK GEBRUIKT OM MEE TE TESTEN?

Bij het testen van deze onderzoeksvraag heb ik de volgende personen geïnterviewd:

Naam: Gebruiker 1

Leeftijd: 55

Beroep: Leidinggevende Automonteur bij van Deijne

Naam: Gebruiker 2

Leeftijd: 52

Beroep: (Foto)Lasser

Naam: Gebruiker 3

Leeftijd: 26

Beroep: ICT'er

WELKE TESTEN HEB IK UITGEVOERD?

Om ons onderzoeksvraag te kunnen beantwoorden heb ik gebruik gemaakt van usability tests waarbij ik ze gevraagd heb om hardop te denken. Hierbij heb ik verschillende scenario's en vragen gesteld aan de gebruiker.

SCENARIO'S

Scenario 1:

Gebruikers: Kunnen een product van het merk ComfoFlex bestellen.

Taak: Een product moet in het winkelwagentje geplaatst kunnen worden en worden besteld. Dit kunnen ze doen door op het product te klikken en deze in het winkelwagentje te plaatsen en vervolgens de bestel volgorde afronden.

Scenario: Een gebruiker/klant wilt een product kunnen bestellen op de website

Scenario 2:

Gebruikers: Kunnen contact opnemen met het bedrijf om vragen te stellen over een product

Taak: Ze moeten een van de volgende methodes bereikt kunnen hebben:

- ☐ Bellen
- ☐ E-mailen
- ☐ Chatbot

Dit kunnen ze doen door de klantenservice pagina te openen of via het chat icoontje rechtsonder in het scherm.

Scenario: Een gebruiker heeft een specifieke vraag over zijn/haar product. Hiervoor wilt hij/zij contact opnemen met de klantenservice of medewerker om advies te kunnen vragen over het product.

WAAARMEE HEB IK GETEST MET DE GEBRUIKERS?

Figma prototype: <https://www.figma.com/proto/H8E7B4EO59UeyXcmoxkPfq/De->

USER EXPERIENCE VRAGEN

1. Wat is de belangrijkste actie die je op deze website wilt uitvoeren?
2. Hoe gemakkelijk was het om de juiste informatie te vinden?
3. Zijn er delen van de website die je verwarrend vond?
4. Zou je deze website aanbevelen aan anderen? Waarom wel of niet?
5. Hoe snel kon je de informatie vinden die je zocht?
6. Welke aspecten van de website vind je aantrekkelijk en welke niet?
7. Is er iets op deze website dat je zou veranderen om het gebruiksvriendelijker te maken?

USER EXPERIENCE VRAGEN - SAMENVATTING

Hierin heb ik alle gebruikers hun ervaringen zo goed mogelijk geprobeerd te samenvatten.

1. Wat is de belangrijkste actie die je op deze website wilt uitvoeren?
 - Zodra we op de website komen willen we eigenlijk z.s.m. naar de producten gaan die ik nodig heb, die zie ik graag meteen terug op de homepage. Ik wil het zo simpel mogelijk maar ook z.s.m. kunnen bestellen.
2. Hoe gemakkelijk was het om de juiste informatie te vinden?
 - Het was erg makkelijk en duidelijk, de producten en categorieën stonden vrijwel meteen voor op de homepage. Het was overzichtelijk en simpel te vinden.
3. Zijn er delen van de website die je verwarrend vond?
 - Ja, er was geen terug knop naar de homepage. Achteraf toen ik wist dat het logo de terugknop was, klonk het logisch. Maar als je dit niet weet dan is het erg lastig om te bedenken voor ons hoe we terug naar de vorige pagina gaan.
4. Zou je deze website aanbevelen aan anderen? Waarom wel of niet?
 - Jawel, het is erg gebruiksvriendelijk. Voor alle leeftijdscategorieën en gebruikers. Het is alleen erg lastig als je de producten niet kent, maar verder lijkt het op een reguliere webshop.

5. Hoe snel kon je de informatie vinden die je zocht?

- Sommige dingen waren gemakkelijk te vinden, maar ook hier weer: Als je de producten of merken niet kent, dan weet je bijna niet waar je naar moet zoeken dus dan duurt het wat langer. Maar uiteindelijk kom je er wel. (Tijden staan bij resultaten).

6. Welke aspecten van de website vind je aantrekkelijk en welke niet?

- De gebruikers vonden het design erg strak en netjes, waardoor het rustig oogde dat vonden ze wel fijn. Echter vonden ze de kleuren niet zo mooi & het uitschuif menu een beetje druk. Bij het menu schrokken ze daar wel eens van af omdat ze dan een heleboel informatie krijgen op een klein scherm. Ze hadden graag meer subcategoriën gezien.

7. Is er iets op deze website dat je zou veranderen om het gebruiksvriendelijker te maken?

- Ja de kleuren zouden iets minder fel mogen, verder was er qua gebruiksvriendelijkheid niet veel op aan te merken. Ze miste alleen een aantal buttons en zouden bepaalde knoppen een andere naam geven.

RESULTATEN

SCENARIO 1

Scenario 1	Tijd	Clicks	Doel bereikt
Gebr.1	0:34	8	Ja
Gebr.2	0:28	7	Ja
Gebr.3	0:22	7	Ja

“Als je geen idee hebt wat ComfoFlex is, dan zoek ik dat graag via de zoekbalk, als die niet werkt. Dan vind ik het wel lastig te achterhalen waar ik dan als eerst moet zoeken” - **Gebruiker 3**

“Het horizontaal scrollen is echt super fijn, het is overzichtelijk en duidelijk” - **Gebruiker 1**

“Als ik meer dan x aantal producten wil bestellen. Dan gaat dit niet door de fixed aantal dropdown menu. Dit zou ik als b2b niet handig vinden als ik in grote aantallen wil bestellen.” - **Gebruiker 2**

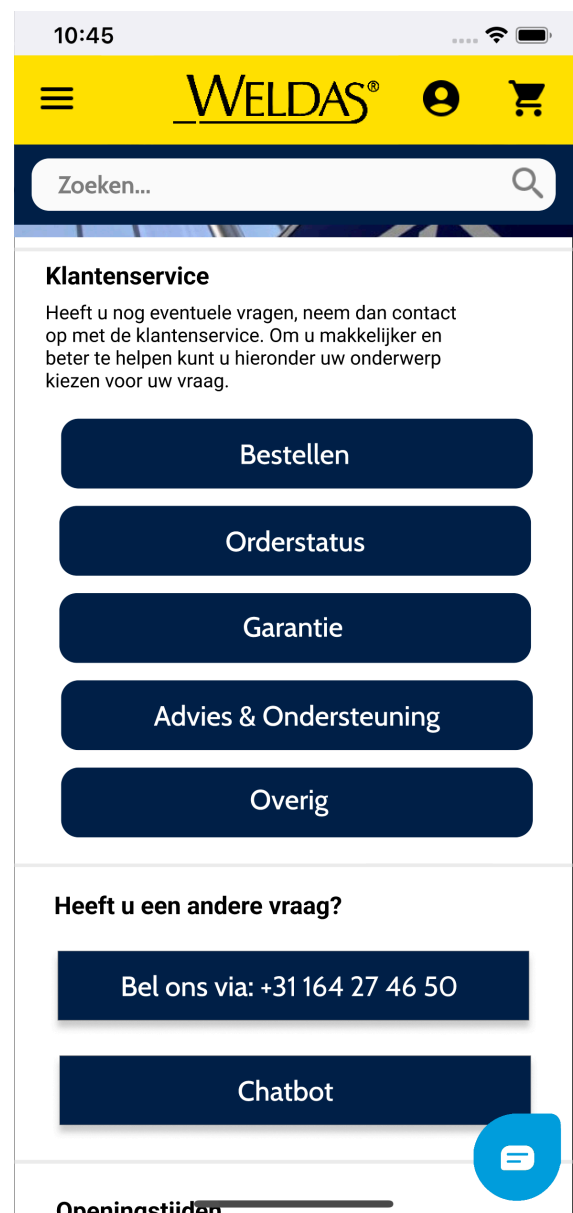


SCENARIO 2

Scenario 2	Tijd	Clicks	Doel bereikt
Gebr.1	1:54	3	Ja/Nee
Gebr.2	0:29	2	Ja
Gebr.3	0:12	2	Ja

“Ik vind het onhandig dat er eerst categorie opties staan boven aan de pagina ipv meteen een telefoon nummer” - **Gebruiker 1**

“Een knop zoals advies en ondersteuning mis ik bij de productpagina zelf” - **Gebruiker 2**



PROBLEEM GRADING

High - Het probleem van de fixed aantallen bij het bestellen van producten is een probleem dat we aan zouden willen pakken. Ipv een fixed dropdown menu willen we de gebruiker zelf een aantal in laten vullen.

Low - Het probleem van Gebruiker 1 is laag, hij kon het telefoonnummer niet vinden omdat deze te laag op de pagina staat en daar zou hij niet naar gezocht hebben. Het telefoonnummer is wel te vinden, alleen hij keek er gewoon niet naar omdat hij niet verwachtte dat het onderaan zou staan.

CONCLUSIE

ONDERZOEKSVRAAG & RESULTATEN BEANTWOORD

Om ons onderzoeksvraag: “Hoe kan de gebruikerservaring van de website worden verbeterd om het voor lassers en andere eindgebruikers gemakkelijker te maken om producten te bestellen en contact op te nemen met het bedrijf?” te beantwoorden kijken we terug op de resultaten.

Wat we uit onze resultaten hebben gehaald is dat het bestel proces van een product duidelijk is, echter is het zoeken van een product niet altijd even makkelijk. Daarvoor willen wij kleine aanpassingen maken aan ons design waardoor het filteren van deze producten makkelijker wordt.

Verder was het bereiken en contact opnemen met de klantenservice ook erg duidelijk, de contact button die voor op de pagina staat valt heel erg op en wordt ook vrijwel meteen op gedrukt in het geval dat ze in een scenario zitten om contact op te nemen. Al was dit niet voor iedereen meteen duidelijk zodra ze op de klantenservice pagina kwamen. Er zijn verschillende voorkeuren waargenomen en wij als designers nemen dit mee in ons besluit over welk design en voorkeur wij uiteindelijk verwerken in ons design.

Wat opviel bij het testen van ons design was dat er een aantal opmerkingen naar voren kwamen waar wij in eerste instantie niet over nagedacht hebben. Zoals de fixed aantallen bij een product bestellen.

Al met al beviel het de eindgebruikers wel hoe de website in elkaar zat en was de gebruikerservaring voldoende. Er zijn wat hier en daar kleine aanpassingen mogelijk om het nog te verbeteren, wel zijn deze aanpassingen niet van cruciaal belang voor de functionaliteit.

REFLECTIE/AANPASSINGEN

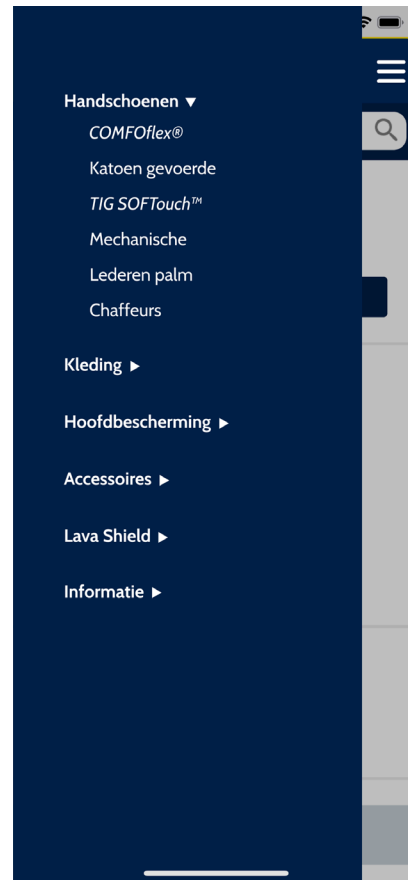
MENU - PRODUCT ZOEKEN

Tijdens het testen kwam ik tot de conclusie dat eindgebruikers die geen kennis of idee hebben van bepaalde product merken, dit nog wel is lastig kan zijn om dat specifieke product te zoeken.

Op basis daarvan stellen wij dat we misschien het menu aan moeten passen om dit duidelijker aan te geven.

Dit willen wij realiseren door Handschoenen onder te verdelen in lashandschoenen en dan pas bijvoorbeeld in merken.

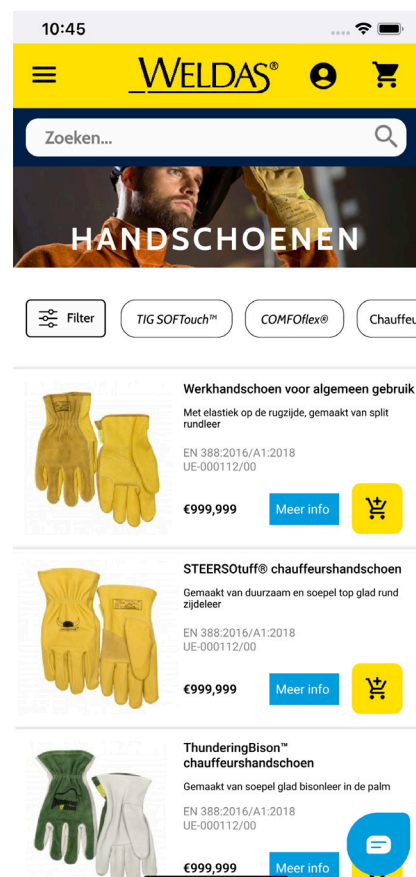
Een mega menu zoals die van coolblue, bol.com etc. zouden hier een goed voorbeeld van zijn.



TERUGKNOP NAAR HOME MENU/PAGINA

Wat opviel is dat de oudere gebruikers zoals Johan en Howard niet begrepen hoe ze terug moesten gaan naar de homepage van de website. Het logo van Weldas zou als home knop moeten functioneren maar dit is natuurlijk niet duidelijk voor ze. Daarom willen we een < Homepage knop maken zoals bij de klantenservice en andere pagina's

Hierbij komt er ook nog bij kijken dat je op vele smartphones wel terug kunt met de built-in terug knop of swipe mogelijkheden. Maar daar kunnen we niet altijd van uit gaan.



GEEN PRODUCTBESCHRIJVING

Wat de meeste personen ook miste bij het bestellen van een product is dat ze een productbeschrijving missen. Hierdoor weten zij maar weinig van een product. De specificaties staan er wel bij, maar een kleine beschrijving om te lezen waar dit specifieke product voor is gemaakt vinden ze vaak toch wel fijn. Dit zouden wij dus graag toe willen voegen.

MATEN KIEZEN

Verder in ons design was er geen optie om een maat te kiezen bij het bestellen van het product. Dit is iets wat we waren vergeten toe te voegen, uiteindelijk hebben we deze wel later toegevoegd aan het design. Het is echter alleen jammer dat we dat niet hebben kunnen testen bij de UX test. Omdat we zo niet weten waar de klant deze optie wenst te zien.

