

Usability Rapport

Prototype



Klas: M41
Groep: Consilium Design
Namen: Joris van Loon, Paul Geraets, Pim Dieks

Inhoudsopgave

Testgegevens	2
Managementsamenvatting	3
Methodologie	4
Informatie testpersonen	4
Wat hebben participanten gedaan tijdens onze test	4
Welke data hebben we uit de test kunnen opmaken	5
Bevindingen en opmerkingen	5
Bevindingen en opmerkingen (gedetailleerd)	6
BIJLAGE 1: Usability Testplan	7

Testgegevens

Datum:	12-12-2016
Test Datum:	06-12-2016
Locatie:	R1 Rachelsmolen, Eindhoven
Doel van de test:	Is het prototype makkelijk/duidelijk navigeerbaar? Welk gevoel/emotie roept het prototype bij de gebruiker op?
Afnemers test:	Joris van Loon, Pim Dieks, Paul Geraets
Uitgevoerd door:	Consilium Design
In opdracht van:	Perplex, Specsavers

Managementsamenvatting

De eerste usability test is uitgevoerd op 6 december 2016 door 3 gebruikers uit de groep experts. De test bestond uit het meten van emoties van de gebruiker na het zien van de website en het beantwoorden van een aantal vragen. De resultaten zijn in kaart gebracht door middel van affinity mapping. Uit de test kwam duidelijk naar voren dat de navigatie niet geheel duidelijk was. Testpersonen hadden moeite met het vinden van de juiste manier om naar de volgende pagina te gaan. De door de testpersonen aangegeven emoties sluiten aan bij de emoties die we willen opwekken met de pagina.

Methodologie

Informatie testpersonen

De doelgroep van onze user test hebben we in tweeën gesplitst. De eerste groep bestaat uit experts binnen het werkveld ICT. Denk aan docenten of studenten. De tweede groep bestaat uit mensen uit onze doelgroep (50+) deze personen laten we testen of het juiste gevoel overkomt en of ze geprikkeld worden door het verhaal. Door de gebruikerstest niet alleen uit te laten voeren door de doelgroep van de campagne hopen we om tot meer inzichten te komen waarmee we het prototype kunnen verbeteren op meerdere vlakken. Dus zowel op technisch als emotionele vlak.

Audience Type	
Experts	3
Doelgroep 50+	0
TOTAAL	3

Computer Usage	
0 to 10 hrs. week.	0
11 to 25 hrs. week.	0
26+ hrs. week.	3
TOTAAL	3

Age	
18-30	3
30-50	0
50+	0
TOTAAL	3

Gender	
Women	0
Men	3
Transgender	0
TOTAAL	3

Wat hebben participanten gedaan tijdens onze test

De participanten hebben vrij geëxploreerd door de pagina, na de test hebben de participanten een lijst van 10 woorden (droevig, blijdschap, natuur ,mensen ,regen, muziek, duister ,angst, argwaan, licht) voor zich gekregen, hier moesten ze er 5 uitkiezen om zo een duidelijk beeld te krijgen van de participant, ook hebben we vragen gesteld gericht op navigatie door de pagina. De lijst met vragen zijn terug te vinden in het hoofdstuk bevindingen en opmerkingen of bijlage 1.

Welke data hebben we uit de test kunnen opmaken

De verkregen data is in kaart gebracht d.m.v. affinity mapping. Hierdoor kunnen snel verbanden gelegd worden tussen de verkregen testresultaten en is het ook handiger om direct dingen aan te passen aan het prototype door de ordening in categorieën. Hieronder zijn de resultaten weergegeven:

Navigatie	Emoties	Feedback
Niet duidelijk te navigeren	Natuur 3x	Beeldvullend aantrekkelijk
Mouseover niet duidelijk	Mensen 3x	Gevoel komt over
Pijltjes/muis combinatie niet duidelijk	Muziek 3x	Inleiden
	Droevig	
	Licht	
	Duister	
	Regen	

Bevindingen en opmerkingen

Hieronder zijn de meest voorkomende problemen opgesomd. Daaronder zijn aanbevelingen gegeven voor oplossingen op deze problemen.

Grootste probleem:

- Hover werkt niet
- Navigatie is onduidelijk (sommige gebruikte alleen muis, sommige gebruikte alleen pijltjes)

Mogelijke oplossing:

- Instructiepagina of kleine hint over de werking van de navigatie
- Navigatie uitbreiden van alleen pijltoets naar pijltoets en muis en spatiebalk.

Bevindingen en opmerkingen (gedetailleerd)

Vraag	Antwoorden samenvatting
Wat is je eerste indruk van de pagina?	Droevig, Natuur, Muziek, Mensen, licht
Hoe ervaar je het navigeren door de pagina?	Grauw over, scrollen wordt licht, leuk effect
Is het duidelijk?	Dacht alleen pijltjes te hoeven gebruiken, maar moet ook scrollen. Visueel aantrekkelijk, muis is niet helemaal duidelijk, hover niet helemaal duidelijk
Heb je eventueel tips of andere op- of aanmerkingen?	Effect is begrijpbaar, mooie beelden

Usability Test Prototype



Klas: M41

Groep: Consilium Design

Namen: Joris van Loon, Paul Geraets, Pim Dieks

Inhoudsopgave

Testdoel	3
Gebruikers	3
Methodes	3
Hoe data-analyseren	5
Verwerken van data	5

Testdoel

Met deze usability test willen we vooral kwalitatieve data meten. We hebben voor de usability test de volgende testdoelen opgesteld die we graag beantwoord willen hebben:

- Is het prototype makkelijk/duidelijk navigeerbaar?
- Welk gevoel/emotie roept het prototype bij de gebruiker op?

Het is belangrijk dat de gebruiker het doorlopen van het prototype snapt. Daarom willen we testen of de gebruiker zonder problemen door het prototype kan navigeren en snapt hoe hij/zij verder moet en eventueel terug kan. Daarnaast willen we graag weten wat de testpersonen van het ontwerp van het prototype vinden. Het is de bedoeling dat het prototype bepaalde emoties opwekt tijdens het gebruik ervan. Hoe we dit gaan doen lees je verderop in het hoofdstuk Methodes.

Gebruikers

De doelgroep van onze user test hebben we in tweeën gesplitst. De eerste groep bestaat uit experts binnen het werkveld ICT. Denk aan docenten of studenten. De tweede groep zal bestaan uit mensen uit onze doelgroep (50+) deze personen laten we testen of het juiste gevoel overkomt en of ze geprikkeld worden door het verhaal. Door de gebruikerstest niet alleen uit te laten voeren door de doelgroep van de campagne hopen we om tot meer inzichten te komen waarmee we het prototype kunnen verbeteren op meerdere vlakken. Dus zowel op technisch als emotionele vlak. We willen in totaal minimaal vijf mensen per groep interviewen. Dat wil zeggen vijf experts binnen het werkveld ICT en vijf mensen uit de doelgroep. Het streefgetal is dus minimaal tien.

Methodes

Gedurende de tijd dat de testpersoon het prototype gebruikt wordt het scherm opgenomen d.m.v. screen recording software. Hierdoor kunnen we achteraf analyseren hoe de gebruiker door de pagina navigeert en waar het eventueel mis gaat. Daarnaast zullen we meteen met de gebruiker meekijken waardoor we direct kunnen inspringen op eventuele problemen in de navigatie. Hier maken we aantekeningen van. Door de screen recording software kunnen we dit later nogmaals terugkijken.

De emoties van de gebruiker willen we meten door 10 woorden op te schrijven en voor te leggen aan de gebruiker na de test. De testpersoon mag vervolgens na het testen van het prototype 5 woorden omcirkelen. De woorden die we opschrijven bestaan zowel uit woorden waarvan we willen dat de gebruiker ze herkent als woorden waarvan we niet willen dat het prototype ze opwekt bij de testpersoon.

De testgebruiker kan uit de volgende woorden kiezen:

- Droevig
- Blijdschap
- Natuur
- Mensen
- Regen
- Muziek
- Duister
- Angst
- Argwaan
- Licht

Verder hebben we een vragenlijst opgesteld met vragen die we meteen na de test aan de gebruiker willen stellen. Hiermee hopen we zoveel mogelijk antwoorden te krijgen op onbeantwoorde vraagstukken.

- Wat is je eerste indruk van de pagina?
- Hoe ervaar je het navigeren door de pagina?
- Is het duidelijk?
- Vind je het visueel aantrekkelijk?
- Heb je eventueel tips of andere op- of aanmerkingen?

We geven de gebruikers geen specifieke scenario's mee omdat er niet meteen een gericht doel is wat de gebruiker moet hebben. De gebruiker hoeft bijvoorbeeld niet bepaalde informatie te vinden op de pagina. Het prototype moet juist een gevoel/emotie opwekken.

In een later stadium, hi-fi prototype, zullen we twee verschillende prototypes voorleggen waarin we kleine verschillen willen aanbrengen.

Samengevat ziet de test er in de praktijk als volgt uit:

1. Testpersoon ontvangen, korte uitleg geven over de opdracht en wat we van hem/haar verwachten
2. Screen Recording software starten
3. Landingspage openen
4. Testpersoon instrueren om door de pagina te navigeren en te ontdekken.
5. Goed letten op gezichtsuitdrukking van de testpersoon, eventueel vragen of er iets niet duidelijk is wanneer dat blijkt uit een gezichtsuitdrukking
6. Opmerkingen van de testpersoon vastleggen (observator).
7. Kaart voorleggen met 10 emoties, vragen om er 5 te omcirkelen die het best passen bij de landing page.
8. Vragen stellen a.d.v. de opgestelde vragenlijst
9. Testpersoon hartelijk danken.

Hoe data-analyseren

Tijdens de gebruikerstest wordt het scherm waarop de test uitgevoerd wordt, opgenomen met een screenrecorder. Hierdoor kunnen we later de manier waarop de gebruiker door de pagina gaat analyseren. Tijdens de test kunnen we de personen ook vragen waarom ze daar op klikken. Alle opmerkingen van de testpersonen worden vastgelegd door de observator. De uitvoerder van de test zet alles klaar.

Verwerken van data

Het verwerken van de uiteindelijk verkregen data zullen we in kaart brengen m.b.v. affinity mapping. Hierdoor kunnen we snel verbanden leggen tussen de verkregen testresultaten en is het ook handiger om direct dingen aan te passen aan prototype. Deze gegevens uit de affinity mapping zullen we daarna in een document verwerken zodat het het voor de docenten handig te achterhalen is hoe we te werk zijn gegaan. De verkregen informatie van de screenrecorder zullen we uittypen en in het einddocument verwerken.

Resultaten

Testpersoon 1:

- Droevig, Natuur, Muziek, mensen, licht
- Grauw over, scrollen wordt licht, leuk effect
- Dacht alleen pijltjes te hoeven gebruiken, maar moet ook scrollen.
- Effect is begrijpbaar, mooie beelden

Testpersoon 2:

- Duister, licht, muziek, natuur, mensen
- Mooi dat beeld gevuld is
- Niet duidelijk waar de navigatie heen gaat
- Visueel aantrekkelijk, muis is niet helemaal duidelijk, hover niet helemaal duidelijk
- Nee

Testpersoon 3:

- Droevig, Muziek, Mensen, Natuur, Regen
- Moeilijk in eerste geval, pijltjes zijn vaak niet eerste richtlijn. Toen ik er doorheen ging was het nog allemaal niet duidelijk met hoveren.
- Niks mis mee
- Pijltjestoetsen zijn niet zo handig, navigeren stuk handiger maken