

Card Sorting

This document contains two different card sorting subjects.

The first card sorting is about webshop Wehkamp.nl (this was done individually).

The second card sorting is about our artist, Noek, who requires a good website.

Wehkamp.nl



Goal of the test

The goal is to get inspired by Wehkamp's layout. This will help me categorize websites their content in the future.

Description of the test

In this test I used closed card sorting. I performed the test with an already existing website (Wehkamp.nl). Closed card sorting seemed more fitting since I wanted to see if people agreed with the information placement in specific existing categories on Wehkamp.nl. The test candidates will (preferably) be people from the target audience. To start off I will let 5 candidates the test. If there isn't a clear pattern, more candidates will take the test.

An online tool (optimalworkshop.com) is to set up the test and collect the results.

Information for the user:

Wehkamp is a Dutch mail order company and online warehouse.

Wehkamp's website contains categories which have items sorted in them.

Take a look at the list of items of Wehkamp on the left. We'd like you to sort those items into categories that make sense to you.

Use the categories provided or create your own by dragging and dropping an item from the left into the space on the right.

There is no right or wrong answer. Just do what comes naturally. When you're done click "Finished" at the top right.

Categories

1. *Niet zeker*

2. *Speeldgoed & Games*

3. *Elektronica*

4. *Sport & Vrije tijd*

5. *Tuin & Klussen*

6. *Kinderen*

take

used

Cards

1. *Kindertablets*

2. *Rollenspel*

3. *Playstation 4*

4. *Koptelefoons*

5. *Console & Games*

6. *Horloges & Sieraden*

7. *Cadeaukaarten*

8. *Kerst*

9. *Laptops*

10. *Buitenspeelgoed*

Photos of the card sorting end results

An overview of the most important results. Quantitative and/or qualitative?

Conclusions and recommendations for the website owner

Goal of the test

The goal of this test is to discover how people understand and categorize the information we give them. This information can be used when Noek's website is going to be developed.

Description of the test

In this test we used hybrid card sorting. This means that the user can sort the cards in the categories we created, but also create their own categories and put the cards in there. We chose to use hybrid card sorting, because we haven't built Noek's website yet. With hybrid card sorting the user is free to add categories if a card doesn't fit in the existing categories. The results will help us build a website with content put into categories that make sense to the users.

To start off we will let 5 candidates take the test. If there isn't a clear pattern, more candidates will take the test.

An online tool (optimalworkshop.com) is used to set up the test and collect the results.

Information for the user:

Noek is a musician who needs our help for her branding. She would like to have a good website where her fans can find information about her and buy/stream her music.

Noek's website will have categories which have items sorted in them.

Take a look at the list of items on the left. We'd like you to sort those items into categories that make sense to you.

Use the categories provided or create your own by dragging and dropping an item from the left into the space on the right.

There is no right or wrong answer. Just do what comes naturally. When you're done click "Finished" at the top right.

Categories

1. *Muziek*

2. *Shop*

3. *Tour*

4. *Over*

5. *Contact*

Cards

1. *Concertdata*

2. *Boeking*

3. *Albums*

4. *Nummers*

5. *Videoclips*

6. *Bio*

7. *Instagram*

8. *Facebook*

9. *Foto's*

10. *Management*

11. *Spotify*

12. *Nieuwsbrief*

Resultaten

Participants

Completion

5

out of 5

5 of 5 (100%) participants completed your study.

Time taken

4^m58^s

It took your participants a median time of 04:58 to complete the study.
The longest time was 01:38:39 and the shortest was 01:55.

Location

Netherlands

100 %

Your participants were mainly from Netherlands.
You set up an Dutch language study.

Kwantitatief/Kwalitatief

Standardization grid

Total participants 0 5

Name	Contact	Muziek	Over	Shop	Tour	Not standardized
Albums		5				
Bio			5			
Boekingén	1	1		1	2	
Concertdata	1	1			3	
Facebook	3		1			1
Foto's			4			1
Instagram	3	1				1
Management	2		2		1	
Nieuwsbrief	2		2			1
Nummers	1	4				
Spotify		5				
Videoclips		5				

Aantal keren dat een ‘card’ wordt ingedeeld per categorie. ‘Albums’ is bijvoorbeeld door alle testpersonen ingedeeld in de categorie ‘Muziek’.

Kwantitatief

Similarity matrix

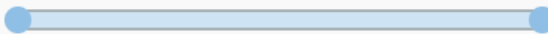
Albums									
100									Videoclips
100	100								Spotify
80	80	80							Nummers
0	0	0	0						Facebook
0	0	0	0	80					Nieuwsbrief
20	20	20	0	80	60				Instagram
20	20	20	0	20	20	40			Boeking
20	20	20	0	20	20	40	60		Concertdata
0	0	0	0	40	60	20	0	0	Foto's

Kwantitatief

Deze matrix laat zien hoeveel procent van de gebruikers mee een is met de groepering van de 'cards'.

Zo kan er afgelezen worden dat 80% van de testpersonen Facebook indeelt in dezelfde categorie als Instagram.

Participant-centric analysis

Consider information architectures (IAs) with  2 - 5 groups

Similar IAs: 5/5

4 groups submitted by participant #4

Muziek

Similar group labels

Albums

Nummers

Videoclips

Spotify

Tour

Similar group labels

Concertdata

Boeking

Over

Similar group labels

Bio

Foto's

Management

Nieuwsbrief

Contact

Similar group labels

Instagram

Facebook

Similar IAs: 4/5

4 groups submitted by participant #5

Muziek

Similar group labels

Albums

Nummers

Videoclips

Spotify

Over

Similar group labels

Bio

Foto's

Tour

Similar group labels

Concertdata

Contact

Similar group labels

Boeking

Instagram

Facebook

Management

Nieuwsbrief

Similar IAs: 2/5

3 groups submitted by participant #8

Over

Similar group labels

Bio

Facebook

Foto's

Management

Nieuwsbrief

Muziek

Similar group labels

Concertdata

Boeking

Albums

Videoclips

Instagram

Spotify

Contact

Similar group labels

Nummers

Kwalitatief

Deze analyse laat de top 3 groepen met de hoogste voorkeur zien (kan gezien worden als een gemiddelde/waar de gebruikers over het algemeen de voorkeur aan geven). Hieruit kan onder andere geconcludeerd worden dat de 'cards' 'Albums', 'Nummers', 'Videoclips' en 'Spotify' bij elke groep uit de top 3 bij elkaar zijn gezet.

Observaties

Similarity Matrix

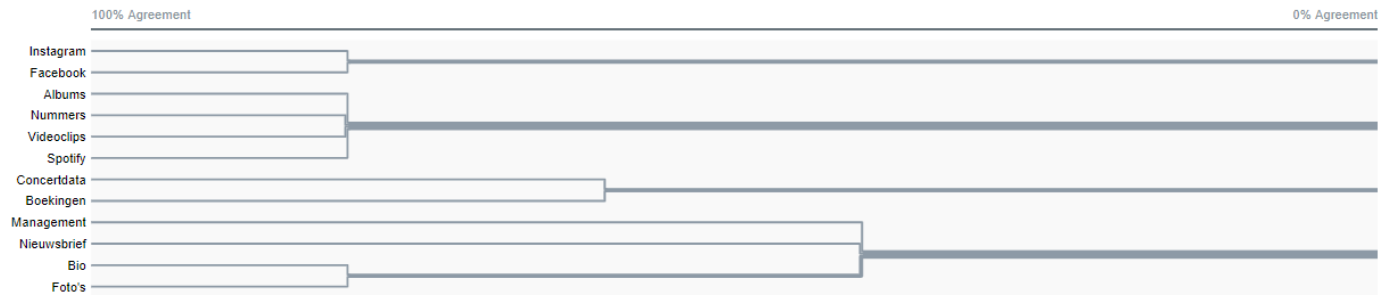
- De categorie 'Tour' werd overgeslagen (geen cards toegekend) of geassocieerd met 'Management', 'Concertdata' en 'Boeking'.

Participant-centric analysis

Dendrograms

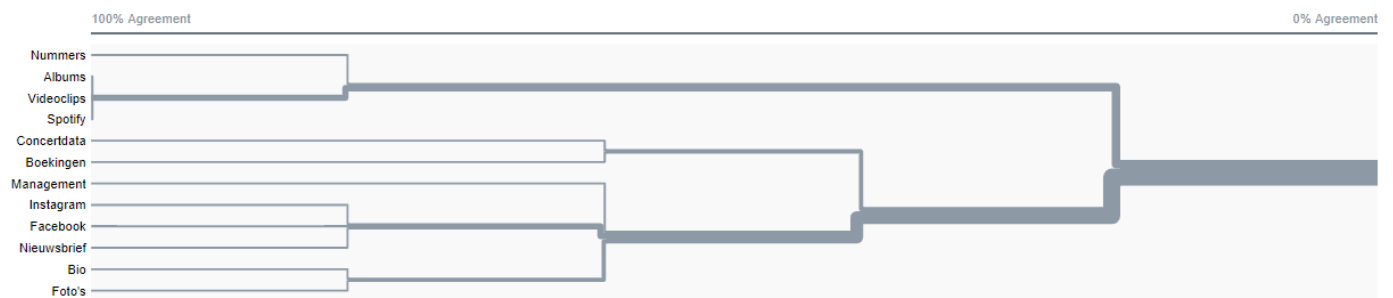
Actual agreement method

The actual agreement method works best with 30 or more participants and will depict only absolutely factual relationships. We call this the skeptical dendrogram.



Best merge method

The best merge method often performs better than the actual agreement method when your study has fewer participants. It makes assumptions about larger clusters based on individual pair relationships.



Kwantitatief

Deze 'dendrograms' laten zien hoeveel % van de testpersonen het met de groep eens is. In dit geval is het beter om naar de 'best merge method' dendrogram te kijken aangezien er minder dan 30 testpersonen zijn.

Ruwe data

Ruwe data

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	particip	login entry	card index	card label	category label	complete	comment	start time	finish time	sorted position
2	4		8	Facebook	Contact	1		2019-11-07 15:35:49	2019-11-07 15:38:43	1
3	4		7	Instagram	Contact	1		2019-11-07 15:35:49	2019-11-07 15:38:43	2
4	4		1	Concertdata	Tour	1		2019-11-07 15:35:49	2019-11-07 15:38:43	1
5	4		2	Boeking	Tour	1		2019-11-07 15:35:49	2019-11-07 15:38:43	2
6	4		6	Bio	Over	1		2019-11-07 15:35:49	2019-11-07 15:38:43	1
7	4		10	Management	Over	1		2019-11-07 15:35:49	2019-11-07 15:38:43	2
8	4		9	Foto's	Over	1		2019-11-07 15:35:49	2019-11-07 15:38:43	3
9	4		12	Nieuwsbrief	Over	1		2019-11-07 15:35:49	2019-11-07 15:38:43	4
10	4		3	Albums	Muziek	1		2019-11-07 15:35:49	2019-11-07 15:38:43	1
11	4		4	Nummers	Muziek	1		2019-11-07 15:35:49	2019-11-07 15:38:43	2
12	4		11	Spotify	Muziek	1		2019-11-07 15:35:49	2019-11-07 15:38:43	3
13	4		5	Videoclips	Muziek	1		2019-11-07 15:35:49	2019-11-07 15:38:43	4
14	5		6	Bio	Over	1		2019-11-13 10:25:23	2019-11-13 12:04:02	1
15	5		9	Foto's	Over	1		2019-11-13 10:25:23	2019-11-13 12:04:02	2
16	5		1	Concertdata	Tour	1		2019-11-13 10:25:23	2019-11-13 12:04:02	1
17	5		3	Albums	Muziek	1		2019-11-13 10:25:23	2019-11-13 12:04:02	1
18	5		4	Nummers	Muziek	1		2019-11-13 10:25:23	2019-11-13 12:04:02	2
19	5		11	Spotify	Muziek	1		2019-11-13 10:25:23	2019-11-13 12:04:02	3
20	5		5	Videoclips	Muziek	1		2019-11-13 10:25:23	2019-11-13 12:04:02	4
21	5		10	Management	Contact	1		2019-11-13 10:25:23	2019-11-13 12:04:02	1
22	5		2	Boeking	Contact	1		2019-11-13 10:25:23	2019-11-13 12:04:02	2
23	5		8	Facebook	Contact	1		2019-11-13 10:25:23	2019-11-13 12:04:02	3
24	5		7	Instagram	Contact	1		2019-11-13 10:25:23	2019-11-13 12:04:02	4
25	5		12	Nieuwsbrief	Contact	1		2019-11-13 10:25:23	2019-11-13 12:04:02	5
26	8		12	Nieuwsbrief	Over	1		2019-12-28 09:14:37	2019-12-28 09:19:35	1
27	8		8	Facebook	Over	1		2019-12-28 09:14:37	2019-12-28 09:19:35	2
28	8		10	Management	Over	1		2019-12-28 09:14:37	2019-12-28 09:19:35	3
29	8		9	Foto's	Over	1		2019-12-28 09:14:37	2019-12-28 09:19:35	4
30	8		6	Bio	Over	1		2019-12-28 09:14:37	2019-12-28 09:19:35	5
31	8		7	Instagram	Muziek	1		2019-12-28 09:14:37	2019-12-28 09:19:35	1
32	8		3	Albums	Muziek	1		2019-12-28 09:14:37	2019-12-28 09:19:35	2
33	8		5	Videoclips	Muziek	1		2019-12-28 09:14:37	2019-12-28 09:19:35	3
34	8		2	Boeking	Muziek	1		2019-12-28 09:14:37	2019-12-28 09:19:35	4
35	8		1	Concertdata	Muziek	1		2019-12-28 09:14:37	2019-12-28 09:19:35	5
36	8		11	Spotify	Muziek	1		2019-12-28 09:14:37	2019-12-28 09:19:35	6
37	8		4	Nummers	Contact	1		2019-12-28 09:14:37	2019-12-28 09:19:35	1
38	9		11	Spotify	Muziek	1		2019-12-28 09:27:50	2019-12-28 09:29:45	1
39	9		5	Videoclips	Muziek	1		2019-12-28 09:27:50	2019-12-28 09:29:45	2
40	9		4	Nummers	Muziek	1		2019-12-28 09:27:50	2019-12-28 09:29:45	3
41	9		3	Albums	Muziek	1		2019-12-28 09:27:50	2019-12-28 09:29:45	4
42	9		2	Boeking	Shop	1		2019-12-28 09:27:50	2019-12-28 09:29:45	1
43	9		10	Management	Tour	1		2019-12-28 09:27:50	2019-12-28 09:29:45	1
44	9		9	Foto's	Over	1		2019-12-28 09:27:50	2019-12-28 09:29:45	1

Kwantitatief

3		8	Facebook	Over
3		10	Management	Over
3		9	Foto's	Over
3		6	Bio	Over
3		7	Instagram	Muziek

Dit
Excel

bestand bevat alle gegevens van de tests.

Belangrijkste resultaten:

Observaties

- De testpersonen moesten langer nadenken bij

Data

- De testpersonen onder de 50 jaar oud (80%) deelden Instagram en Facebook altijd bij elkaar in. Boven de 50 jaar oud werden Facebook en Instagram niet bij elkaar ingedeeld.
- 'Albums', 'Nummers', 'Videoclips' en 'Spotify' worden vaak met elkaar geassocieerd.
- 'Bio' en 'Foto's' worden constant met de categorie 'Over' geassocieerd.
- 'Nummers' is 1 keer ingedeeld bij de categorie 'Contact'. Waarschijnlijk dacht de testpersoon aan 'contactnummers' i.p.v. muzieknnummers.
- 'Nieuwsbrief', 'Management' en 'Boeking' bleken moeilijk in te delen voor de gebruikers aangezien zij deze 'cards' in minstens 3 verschillende categorieën plaatsten.

Conclusies/Aanbevelingen

Het doel van deze test was om te ontdekken hoe mensen de informatie die we geven indelen en begrijpen.

Uit de test bleek dat de volgende punten kunnen verbeterd worden:

- 'Nummers' kan beter veranderd worden naar 'Muzieknnummers' of om het kort te houden 'Liedjes' om verwarring met contactnummers te voorkomen.
- Instagram en Facebook moeten in dezelfde categorie gedeeld worden aangezien de doelgroep deze bij elkaar heeft gezet.
- 'Bio' en 'Foto's' moeten bij de categorie 'Over' worden ingedeeld.
- 'Albums', 'Nummers', 'Videoclips' en 'Spotify' horen bij elkaar te staan in de categorie 'Muziek'.
- 'Nieuwsbrief', 'Management' en 'Boeking' zullen hernoemd of opnieuw ingedeeld moeten worden. 'Nieuwsbrief' is volgens de 'similarity matrix' vaak ingedeeld bij 'Facebook' en 'Instagram' dus kan deze misschien bij contact blijven staan onder een nieuwe naam zoals 'Nieuws'. 'Management' en 'Bio' worden niet vaak ingedeeld bij 'Facebook' en 'Instagram' en ook niet bij elkaar dus worden deze niet ingedeeld bij 'Contact' en bij elkaar.

Algemene conclusie

Uit de Card Sorting is dus gebleken dat de indeling van de onderwerpen op de webpagina's beter kan.

Reflectie

De resultaten zijn niet volledig steekproef waardig. Zo kan er moeilijk met percentages vergeleken worden als er slechts data is van 5 testpersonen. De volgende keer is het beter om nog wat extra testpersonen te verzamelen.