



# Usability testing

SolidSight

## About

In dit document staat een testplan, de uitvoering, resultaten en conclusies van het project SolidSight

Rick van Wijk

r.vanwijk-ab@student.fontys.nl

## Inleiding

Dit onderzoek is opgezet om te testen of gebruikers de productinformatie kunnen vinden op de SolidSight site.

## Inhoudsopgave

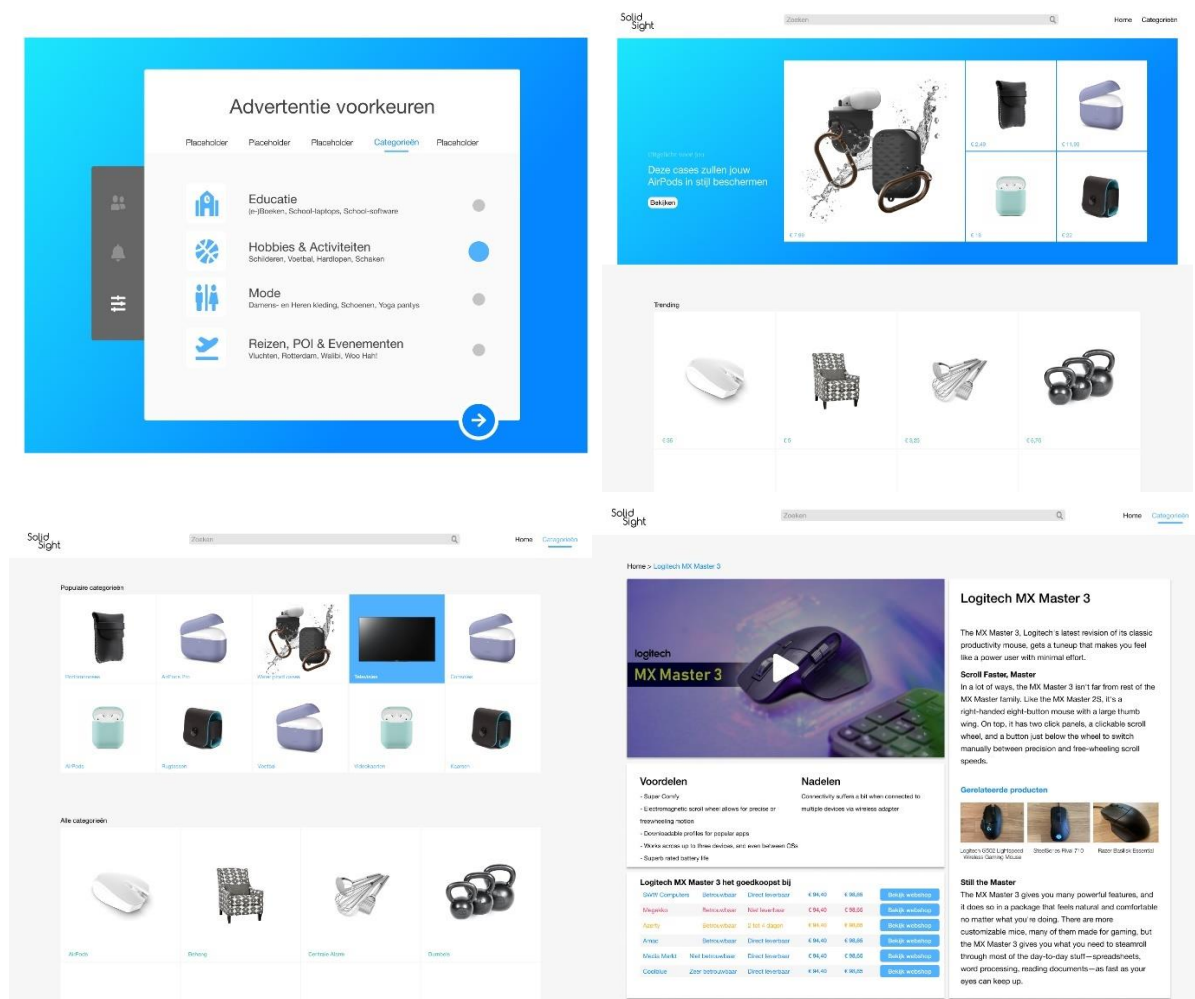
Usability testing 1/2: Preparation .....	3
Wat wordt er getest? .....	3
Aanleiding .....	4
Doelstellingen.....	4
Verwachting .....	4
Informatie voor de gebruiker .....	5

## Usability testing 1/2: Preparation

Voordat er met gebruikers getest kan worden, moet er een strak plan opgesteld worden.

### Wat wordt er getest?

Er wordt getest of gebruikers de productinformatie kunnen vinden. Het prototype hieronder wordt getest.



## Aanleiding

De user story 'als gebruiker wil ik specificaties van het product kunnen bekijken zodat ik meer afweet van het product' is belangrijk om op de juiste manier te verwerken in de SolidSight webapp. De gebruiker heeft informatie nodig over het product om een betere afweging te maken bij het kopen van een product.

## Doelstellingen

### Primaire doelstelling

Ik wil weten of gebruikers de productinformatie kunnen vinden.

**Onderzoeksvraag:** *kunnen gebruikers de productinformatie vinden?*

### Secundaire doelstelling

Ik wil weten hoe snel de gebruikers de productinformatie vinden.

**Deelonderzoeksvraag:** *hoe snel vinden de gebruikers de productinformatie?*

## Verwachting

Ik verwacht dat de testpersonen/gebruikers snel en zonder naar de verkeerde plek te navigeren, de productinformatie kunnen vinden.

## Doelgroep

De doelgroep van SolidSight bestaat uit twee persona's.

**Persona 1:** surft op internet naar de beste deals die relevant zijn en is niet zo technisch ingesteld. Deelt veel met vrienden.

**Persona 2:** wilt geen irritante reclames tegenkomen tijdens het surfen op internet en is gesteld op de eigen privacy.

In de ideale situatie maken de testpersonen onderdeel uit van de doelgroep. Er zal naar gestreefd worden uitsluitend de doelgroep te laten testen om de meest betrouwbare resultaten te verkrijgen. In het geval dat dit niet mogelijk is, hoeven de resultaten & conclusies echter niet waardeloos te zijn. Er wordt namelijk getest of de gebruikers de productinformatie kunnen vinden. Dit vereist geen speciale eigenschappen die alleen de doelgroep heeft. Waar wel mee rekening gehouden moet worden is de snelheid waarmee de testpersonen dit uitvoeren. Een man in de 80 jaar oud zal bijvoorbeeld over het algemeen een stuk langer moeten nadenken dan een persoon van 28 jaar oud.

## Informatie voor de testpersonen

De gebruiker zal voordat het testen begint kort worden uitgelegd waarom er wordt getest en wat de taken van de gebruiker zijn.

### Achtergrondinformatie

*Je krijgt dadelijk een aantal ontwerpen te zien die interactief zijn. Dit betekent dat je kunt klikken om acties uit te voeren. De ontwerpen zijn gemaakt voor een website. Op deze website kun je onder andere reviews van producten bekijken.*

*Ik geef je dadelijk een taak die je probeert te volbrengen. Ik zal graag willen dat je hardop nadenkt zodat ik weet hoe je denkt.*

### Scenario

*Startplaats:* Home pagina

*Gebruikersopdracht:* Je bent op zoek naar een nieuwe computermuis. Je wilt een draadloze muis met een batterijduur van minimaal 90 uur. Als je een muis gevonden hebt die aan deze voorwaarden voldoet, roep je 'klaar!'.

## Usability testing 2/2: Execution

Nu het plan is opgesteld kan er getest worden.

### Test voorbereiding

- Het prototype dat getest wordt, is in Figma gemaakt. Figma geeft klik hints om te laten zien welke onderdelen van het prototype klikbaar zijn. Dit moet worden uitgezet, omdat de testpersonen anders indicaties krijgen die de gebruiker niet krijgt op de SolidSight website. Dat kan zorgen voor onbetrouwbare testresultaten.
- Er moeten minstens 6 personen het prototype testen. Op dit moment is het niet verantwoord dit te testen bij testpersonen thuis. Om deze reden wordt het prototype door een aantal testpersonen online getest. Dit brengt enige complicaties met zich mee. Hoe wordt er belangrijke informatie die de testpersoon vooraf nodig heeft gedeeld? Hoe wordt er gecommuniceerd? Hoe kan de testpersoon interacteren met het prototype? Met MS Teams is dit allemaal mogelijk. De testpersoon zal dus MS Teams geïnstalleerd moeten hebben.

## Resultaten

De personen in het schema hieronder zullen het prototype testen. De personen hebben allemaal een ID gekregen zodat er in een tweede schema een beter overzicht ontstaat van de resultaten.

Naam	ID	Geslacht	Leeftijd	Type persona	Beschrijving	Overige info
Marike van Wijk	1	V	50	1	Secretaresse/moeder	-
Stefan Teeuwen	2	M	20	2	Student ICT & Technology	-
Nina van Wijk	3	V	20	1	Studente ArtCoDe	-
Valentijn Luijten	4	M	19	1	Student PABO	Is dyslectisch
Finn de Koning	5	M	19	2	Student Psychologie	-
Vera van Straten	6	V	41	1	Verkoopster/moeder	-

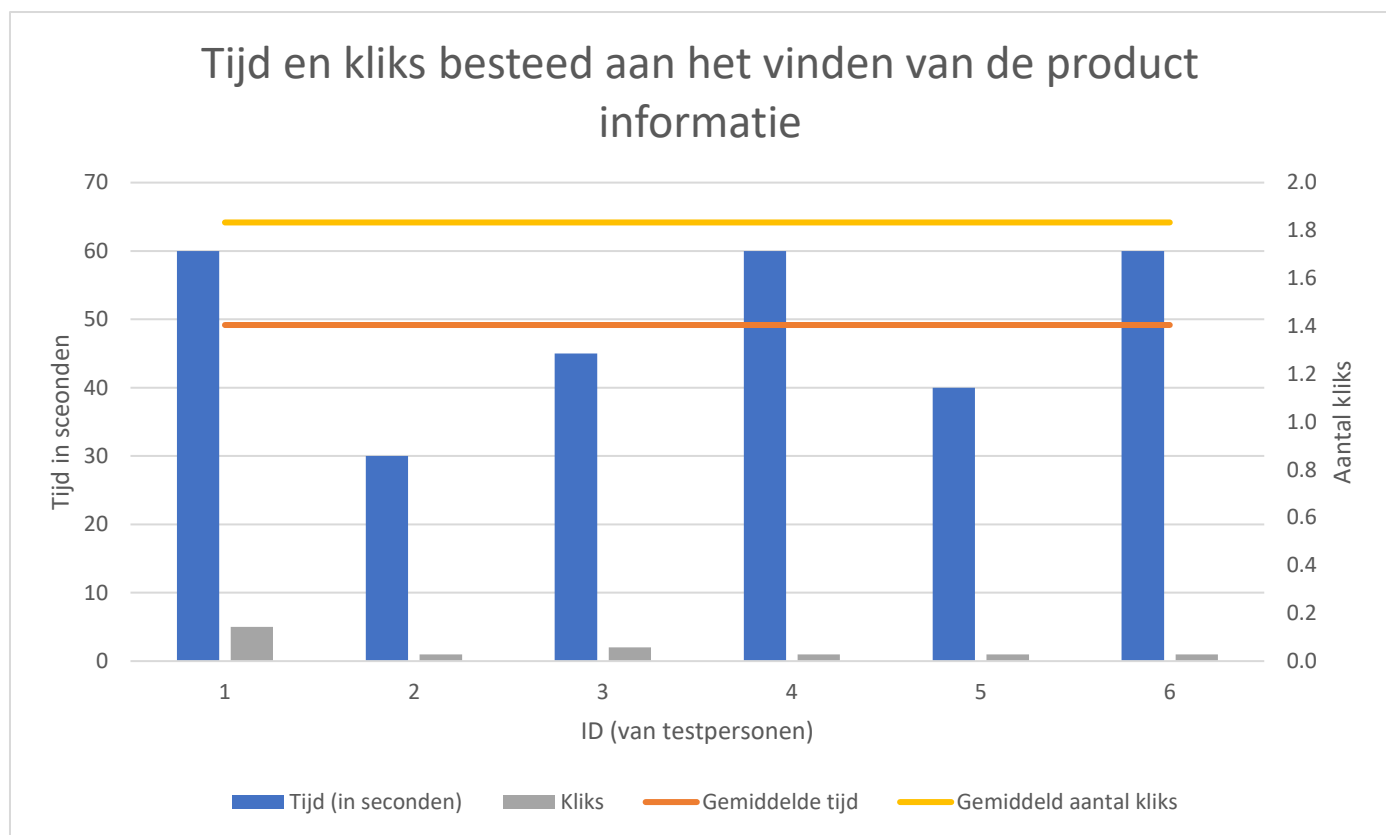
ID	Aantal kliks	Tijd (seconden)	Plaats	Opmerkingen
1	5	60	Fysiek aanwezig	"Waarom staat batterijduur aan de rechterkant i.p.v. aan de linkerkant bij voordelen en nadelen? Is het niet logischer als de batterijduur daar ook staat?"
2	1	30	Fysiek aanwezig	"Engels en Nederlands wordt door elkaar gebruikt"
3	2	45	Fysiek aanwezig	"Mooie website, maar ik vind het wel een beetje veel tekst"
4	1	60	Online	"Waarom zoveel tekst? Van die opsommingen die links staan zijn veel handiger vind ik."
5	1	40	Online	"Ik vind het wel onlogisch dat het aantal uren niet bij voordelen staat"
6	1	60	Fysiek aanwezig	"Ik zie de batterijduur nergens staan"



ID	Beschrijving acties/emoties testpersoon
1	De testpersoon kijkt rond op de home pagina. De testpersoon ziet de muis ongeveer na 5 seconden en klikt erop. De testpersoon kijkt op de productpagina rond en vindt na ongeveer 8 seconden dat de muis draadloos is. Het duurt de testpersoon vervolgens veel langer om de batterijduur informatie te vinden. De testpersoon raakt lichtelijk geïrriteerd. De testpersoon klikt op de muis afbeeldingen, maar dit levert niks op voor de testpersoon. Uiteindelijk leest de testpersoon de beschrijving aan de rechterkant van de pagina en vindt de testpersoon de batterijduur.
2	De testpersoon kijkt rond op de home pagina. De testpersoon ziet de muis na enkele seconden en klikt er op. De testpersoon heeft vervolgens langer de tijd nodig de productpagina te verwerken. De testpersoon begint vanaf linksboven naar linksonder te lezen en vindt dat de muis draadloos is. Vervolgens wordt er naar de rechterkant gekeken en leest de testpersoon globaal door de beschrijving en vindt de batterijduur van de muis. De testpersoon ging geconcentreerd op zoek naar de informatie en had geen extra kliks nodig om het doel te bereiken.
3	De testpersoon kijkt rond op de home pagina. De testpersoon ziet de muis over het hoofd en klikt op de categorieën pagina. Op de categorieën pagina ziet de gebruiker de muis al snel staan en klikt er op. Op de productpagina kijkt de testpersoon eerst aan de linkerkant en ziet na enkele seconden dat de muis draadloos is. De testpersoon leest vervolgens de beschrijving en vindt na ongeveer 10 seconden de batterijduur van de muis. De testpersoon heeft meer kliks dan nodig was gebruikt.
4	De testpersoon kijkt rond op de home pagina en begint van boven naar onder de content te bekijken. De testpersoon ziet de muis staan en klikt er op. Op de productpagina leest de testpersoon de headers die de testpersoon ziet hardop op. De testpersoon begint dan bij de voordelen en nadelen te kijken en vindt dat de muis draadloos is. Vervolgens kijkt de testpersoon naar de beschrijving en vindt de batterijduur. Dit duurde een stuk langer dan het vinden dat de muis draadloos is. De testpersoon vond het irritant dat er stukken tekst op de pagina stonden, omdat de testpersoon daardoor veel moest lezen.
5	De testpersoon kijkt op de home pagina eerst naar het eerste grid en vervolgens naar het grid daaronder. De testpersoon ziet de muis staan en klikt er op. Op de productpagina kijkt de testpersoon allereerst naar de video thumbnail en daarna meteen naar de voordelen en ziet dat de muis draadloos is. De testpersoon begint dan de beschrijving aan de rechterkant te lezen. De testpersoon praatte hierbij niet hardop en was duidelijk geconcentreerd aan het lezen. Na iets meer dan 5 seconden vond de testpersoon de batterijduur.
6	De testpersoon kijkt op de home pagina, ziet de muis en klikt er op.

	Op de productpagina kijkt de testpersoon eerst linksbovenaan, want de testpersoon leest de naam van de muis op. Vervolgens vind de testpersoon daaronder dat de muis draadloos is. De testpersoon werpt een blik op de prijzen en kijkt vervolgens rechts bovenaan de pagina naar de beschrijving. Het duurt de testpersoon langer om de batterijduur te vinden. De testpersoon was duidelijk in de war waar de informatie stond.
--	---

Uit bovenstaande tabellen is de onderstaande grafiek ontstaan.



## Analyse

Het allereerste wat opvalt aan de resultaten is dat vrijwel ieder testpersoon het raar vond dat de batterijduur tussen een lap tekst stond. Dit was niet alleen een rare plaats volgens de meeste testpersonen, maar ook irritant voor de testpersonen, omdat de testpersonen hele stukken tekst moesten lezen. Sommige van de testpersonen gaven aan de informatie liever in opsommingen te lezen.

Wat nog meer opviel is dat één van de testpersonen de opmerking “Engels en Nederlands wordt door elkaar gebruikt” maakte. Deze afwisseling van talen kan ervoor hebben gezorgd dat de testpersonen meer tijd kwijt waren aan het vinden van de informatie, omdat zij een aantal keren moesten omschakelen naar een andere taal.

Één van de testpersonen koos ervoor eerst naar de categorie pagina te gaan. Dit komt hoogstwaarschijnlijk omdat de testpersoon de muis niet heeft gezien. Het kan zijn dat de testpersoon dit niet heeft gezien doordat de producten geen titel hebben en elk grid item ongeveer dezelfde kleuren bevat.

Het aantal kliks bij de eerste testpersoon week af van de rest. Dit kwam vermoedelijk doordat de testpersoon de informatie niet meteen kon vinden en daarom een andere muis wilde bekijken. Dat ging echter niet, omdat het slechts een prototype was. Dit leidde tot nog meer irritatie bij de testpersoon.

## Conclusie

Om terug te komen op de onderzoeksvraag: *'kunnen gebruikers de productinformatie vinden?'*

Uit het onderzoek is gebleken dat de gebruikers de productinformatie kunnen vinden. Echter bleek ook uit het onderzoek dat het vinden van de productinformatie door de testpersonen niet effectief was. De testpersonen waren onnodig tijd kwijt aan het zoeken naar de productinformatie.

Om terug te komen op de deelonderzoeksvraag: *'hoe snel vinden de gebruikers de productinformatie?'*

De testpersonen deden er maar liefst gemiddeld 50 seconden over om vanaf de home pagina de nodige productinformatie te vinden. Het vinden van de informatie duurde langer dan nodig was doordat sommige informatie op onverwachtse plekken stond, verborgen tussen andere stukken tekst. Eventueel kan het wisselen tussen de Engelse en Nederlandse taal het zoeken naar de juiste informatie ook moeilijker gemaakt hebben. Hier moet echter meer onderzoek naar gedaan worden om dit aan te kunnen tonen.

In conclusie, de gebruikers kunnen de productinformatie vinden, maar niet op een effectieve manier.

## Vervolgstappen

Uit het onderzoek blijkt dat de SolidSight website een betere productinformatie structuur nodig heeft om de gebruikerservaring te verbeteren. De volgende stap is nu om te onderzoeken welke structuur geïmplementeerd moet worden om de gebruikers op een efficiënte wijze de productinformatie te laten vinden waar ze naar op zoek zijn.