**Testdocumentatie**

*KoersWest*



# Inhoudsopgave

[Inhoudsopgave 2](#_Toc451904161)

[Inleiding 3](#_Toc451904162)

[Bezoek aan BOOT 4](#_Toc451904163)

# Inleiding

In dit document wordt beschreven wat we gedurende het project aan de Opdrachtgever hebben getoond. We gaan in dit document doorlopen wat en hoe we de schermen hebben getoond aan de Opdrachtgever. We hebben de schermen doorlopen en het principe van het systeem uitgelegd waardoor er een duidelijk beeld werd gecreëerd over wat ons idee was om de doelgroep te ondersteunen met de diensten waar ze hulp bij nodig hebben. We hebben ook de doelgroep zelf gesproken om te kijken wat hun wensen zijn bij een website. Waar letten ze op? Is het duidelijk genoeg? Hoe kunnen we dit verbeteren om het wel te laten begrijpen? Dit zijn allemaal vragen die we hebben gesteld aan de doelgroep om een duidelijker beeld te krijgen van hoe de website er uiteindelijk uit zou moeten zien.

# Bezoek aan BOOT

17 Mei ’16

We zijn langs BOOT geweest en hebben de vooruitgang getoond aan de opdrachtgever. Eerdere presentaties hebben het principe van onze website verduidelijkt aan de opdrachtgevers zodat ze op de hoogte waren van ons idee. Het idee was om een responsive website te maken waarbij de gebruiker geholpen kon worden door talenten van andere gebruikers of visa versa. Die match moet ervoor zorgen dat het netwerk wordt uitgebreid van de gebruiker zodat ze niet lang BOOT hoeven te komen voor hun vragen.

Het gesprek met Barbara verliep heel prettig, we hebben zelf kennis kunnen maken met de doelgroep en hebben een beter beeld gekregen van wat het niveau is. We zijn erachter gekomen dat er nog een heleboel moest gebeuren in de gebruiksvriendelijkheid. Onze doelgroep heeft last met de Nederlandse taal of spreekt de taal helemaal niet. We moeten er dus voor zorgen dat alles wordt gevisualiseerd met plaatjes. Barbara heeft zelf ook aangegeven het prettig te vinden de knoppen met plaatjes te laten voorzien.

De categorieën en diensten waaruit de gebruikers kunnen kiezen hebben we ook tijdens het gesprek opgevraagd. We hebben gevraagd met welke vragen de doelgroep het meest mee komt. Met het e-mailtje van Barbara konden we de categorieën en diensten maken. De categorieën verschillen van sanitair tot overheid en koken tot vervoer. Inmiddels hebben we de categorieën en diensten verwerkt in de database en hebben we zelf nog diensten bedacht.

24 Mei ’16

De website is zo goed als af en getest door de doelgroep. De reden dat we dit niet eerder hebben gedaan is omdat we nog geen werkend prototype hadden. Uit de test is gebleken dat de het registreren en inloggen foutloos ging. De doelgroep begrepen dat ze na het registreren moesten inloggen. Nadat het email-adres en het wachtwoord werd ingevoerd en op de inlog knop werd gedrukt kwam de testpersoon op het hoofdmenu. Omdat er bij het registreren de vraag werd gesteld in welke categorie ze goed zijn en in welke categorie ze hulp nodig hebben konden ze dit terugverwijzen in het hoofdmenu door dezelfde kleuren namelijk, groen voor dienst aanbieden en turquoise voor dienst vragen.

De doelgroep kan met gemak een dienst aanbieden en vragen. Wanneer de dienst is aangevraagd heeft de gebruiker ook de keus de dienst te verwijderen wat ook werd begrepen door de doelgroep.

De gegevens kunnen worden gewijzigd door de knop die onder de persoonlijke gegevens staat. Toen daarop werd geklikt zagen ze verschillende opties die konden worden gewijzigd. Dit viel in de smaak omdat ze het fijn vonden om de gegevens aan te passen als ze bijvoorbeeld gaan verhuizen of een nieuw telefoonnummer hebben.

De meeste vragen die we kregen ging om het matchingmenu. Ze zagen dezelfde symbolen en begrepen niet welke symbool waar voor staat. Nadat we hebben uitgelegd wat het principe van elk knopje was begrepen ze waar ze allemaal voor stonden. We hebben deze feedback ook van de Product Owner gekregen en zijn hard bezig dit op orde te krijgen om het zo simpel mogelijk te maken. Waar we ook op moesten letten was voornamelijk: minder tekst en ervoor zorgen dat er geen top-balken komen met dubbelde informatie.

2 Juni ’16

Het product is gepresenteerd en getest door BOOT. De feedback die we van de Product Owner hebben gekregen is mooi verwerkt in de website.

2 Juni zijn we langs geweest bij BOOT om het uiteindelijke product op onze doelgroep te testen. Helaas waren er geen deelnemers aanwezig op dat tijdstip. Barbara heeft gevraagd aan collega’s of zij het systeem zouden willen testen. Ze konden zich makkelijk door de website navigeren. Tijdens het testen op de weknemers van BOOT hebben we nuttige feedback gekregen op de Matching gedeelte van de website. Hier vonden ze dat ‘Keuren’ een negatief woord vinden en dat we het beter kunnen vervangen voor ‘Goedkeuren’ etc. Ook werd de vraag gesteld waarom we specifiek op categorie en specifiek op dienst alleen de matches lieten zien. Dit was makkelijker geweest als we alleen een lijst met matches zouden laten zien en een lijst met de contacten. De feedback is goed ontvangen waardoor de nieuwe versie van de website de feedback van BOOT in is verwerkt.