**Planul de testare**

Planul de testare, testarea si raportul in urma testarii, a fost realizat pe un site de masinii, care are ca scop promovarea de diferite brand-uri international si a convinge cumparatorii de autenticitatea acestora cat si de ofertele avantajoase care vor urma in viitor a fi adaugate site-ului.

**La accesarea site-ului de catre un utilizator, ce regaseste pe prima pagina?**

Aici sunt prezentate slide-uri care se deruleaza automat, prezentan o imagine generala despre autovehicule, acestea schimbandu-se la un interval de cateva secunde. In header-ul paginii, care este pe fundal negru se regaseste o bara de navigare in site. Iar in partea de jos, in antet-ul paginii, care de asemenea este tot pe un fundal negru, se regaseste o adresa de contact si un numar de telefon, la mijlocul antet-ului, posibilitatea de a distribui pe retelele de socializare, iar in partea dreapta o fotografie cu masina faimoasa din filmul animat “Cars”, fapt care poate adduce un scurt zambet pe fata utilizatorului.

**Ce posibilitatii se regasesc in bara de navigare in site?**

Aici regasim 3 variante, dintre care una ne conduce tot pe aceasi pagina pe care suntem, pe cea de “Acasa”, astfel ca avem doar 2 posibilitatii de parasire a paginii principale. Mai exact una spre sectiunea de “Informatii”, si una spre “Galerie Foto”.

**La accesarea sectiunii de “Informatii”, ce regasim aici?**

In acest caz, in header-ul paginii, regasim iarasi o bara de navigare, iar in antet-ul pagini, sunt descries cateva marcii de automobile cu care operatorii site-ului lucreaza. Iar in pagina propriu-zisa, sunt prezentate informatii, despre brand-urile in sine, iar la fiecare brand in parte, este prezentata o descriere a lui, fapt care incearca sa ofera credibilitate cumparatorului, ca marcile prezentate in site, sunt marcii prezente pe piata international, tratandu-si clientii cu seriozitate.

**Ce posibilitatii de parasire a sectiunii de “Informatii” avem?**

De aici, putem parasii sectiunea spre pagina de “Acasa”, pagina principala a site-ului, sis pre sectiunea de “Galerie Foto”.

**La accesarea sectiunii de “Galerie Foto”, ce regasim aici?**

La accesarea acestei sectiunii, regasim in partea de sus a paginii un header, cu o bara de navigare, iar de aceasta data nu avem un antet pentru pagina. Iar in continutul efectiv al paginii, regasim toate imaginile acestei sectiuni in miniature, prezentate intr-un stil in ceata.

**Daca se face pe click pe o poza, ce se va deschide?**

La apasarea unui click pe oricare din imaginii, se vor deschide la dimensiunea lor reala, iar ca fundal vom avea pagina in sine in ceata. Sub fiecare imagine momentan se regaseste doar un titlu sugestiv, iar in coltul din stanga sus al imaginii avand un buton de parasire a imaginii, revenind in sectiunea de “Galerie Foto”.

**Ce posibilitatii de parasire a sectiunii de “Galerie foto” avem?**

Si aici, ca si in celelalte sectiunii, avem 2 posibilitatii de a parasii pagina, una care ne va conduce spre pagina principala a site-ului, la sectiunea de “Acasa”, iar celalalt buton, ne va duce de aceasta data, tot pe pagina pe care ne regasim deja.

Mai jos, este prezentat un tabel de feedback, cu 10 intrebari, iar variantele de raspuns fiind doar cu “Da” si “Nu”, chestionar care a fost completat in urma realizarii testarii asupra site-ului prezentat in introducere.

|  |  |
| --- | --- |
| Feedback | Da/Nu |
| 1. Transmite site-ul mesajul simplu si la subiect? | Nu |
| 1. Exista o navigare usoara pe site? | Da |
| 1. In cazul in care exista probleme, poate contacta utilizatorul staff-ul administratic al site-ului? | Da |
| 1. Informatiile sunt clare si concrete? | Da |
| 1. Exista buton de ajutor? | Nu |
| 1. Exista suficiente poze pentru prezentare? | Da |
| 1. Din prima pagina a site-ului, se poate crea o impresie clara despre ce este prezentat pe site? | Nu |
| 1. Exista posibilitate de distribuire pe retele de socializare? | Da |
| 1. In vizualizarea fotografiilor, sunt prezentate scurte informatii despre fotografii? | Nu |
| 1. Exista headere si antete clar definite? | Nu |

Ce mi-a placut la acest site, sunt mesajele detaliate despre brand-urile prezentate, oferind si o scurta introducere despre brand-ul prezentat, nuanta de culori aleasa pentru site, este un ape fundal alb-negru, o combinatie care in orice timp, in orice domeniu, ofera vizibilitate clara, sunt asa zisele culori care nu mor niciodata.

Ce nu mi-a placut la site, este faptul ca mai ales partea de header a paginii, este lasata prea descoperita, si sunt putine informatii pe site care sa sporeasca autenticitatea si credibilitatea firmei, iar in unele sectiuni ale site-ului, este prezenta o lipsa a informatiilor. Acestea sunt lucrurile de baza pe care le-as imbunatatii asupra site-ului.

Mai jos este prezentat un tabel cu principiile lui Nielsen, razpunzandu-se cu “Da” sau “Nu”, daca au fost sau nu applicate asupra site-ului

|  |  |
| --- | --- |
| **Principile lui Nielsen** | **Aplicat pe site** |
| 1. **Asigurarea vizibilității stării în care se află sistemul** | **Da** |
| 1. **Crearea unui model al sistemului care să fie compatibil cu realitatea** | **Nu** |
| 1. **Controlul și libertatea utilizatorului** | **Da** |
| 1. **Consistență și standarde** | **Nu** |
| 1. **Prevenirea erorilor** | **Da** |
| 1. **Recunoaștere mai degrabă decât memorare** | **Da** |
| 1. **Flexibilitate și eficiență în utilizare** | **Da** |
| 1. **Proiectare estetică și minimalistă** | **Nu** |
| 1. **Ajutați utilizatorul să recunoască, să diagnosticheze și să revină dintr-o eroare** | **Nu** |
| 1. **Suport (Help) și documentare** | **Nu** |

**Raportul de testare**

Mai jos este prezentat in urma testarii, raportul cu cea ce a fost depistat ca ar trebui schimbat asupra site-ului, si ce ar trebui imbunatatit, pentru ca mesajul transmis utilizatorului sa fie clar si precis, astfel incat sa fie scoasa in evidenta credibilitatea firmei, cu un design placut si usor pentru utilizator, si o usoara navigare pe site.

**Pagina de “home”**

* Nu contine informatii de prezentare, iar utilizatorul nu isi poate forma o idee concreta depre aplicabilitatea site-ului.
* Pozele care se ruleaza nu sunt la aceasi dimensiune.
* Lipseste titlu sau un antet care sa atraga privirea utilizatorului.

**Pagina de “informatii”**

* La fel ca la prima pagina, lipseste un titlu al brand-ului.
* In partea de jos a pagini exista o bara de culoare mov, culoare care nu este in concordanta cu design-ul site-ului care pastreaza o nuanta alb-negru.
* Informatiile de pe bara nu sunt asezate intr-un mod placut
* In partea de jos a paginii, ar putea fi prezentat un antet, fapt care ar da mai multa credibilitate companiei.

**Pagina de “galerie foto”**

* Aici este prezentata o galerie generala fara nici o informatie suplimentara
* La fel si aici, lipseste un titlu al brand-ului.
* Fiecare poze care se ruleaza nu are un titlu informativ, si nici o alta descriere.
* In partea de jos a paginii, ar putea fi prezentat un antet, fapt care ar da mai multa credibilitate companiei..

Ca si o concluzie, informatiile trebuie sa fie mai concrete pentru ca user-ul sa inteleaga usor cea ce ofera compania pentru el.

Testarea a fost realizata de Suceava Sebastian, an III Informatica, grupa 2.2.