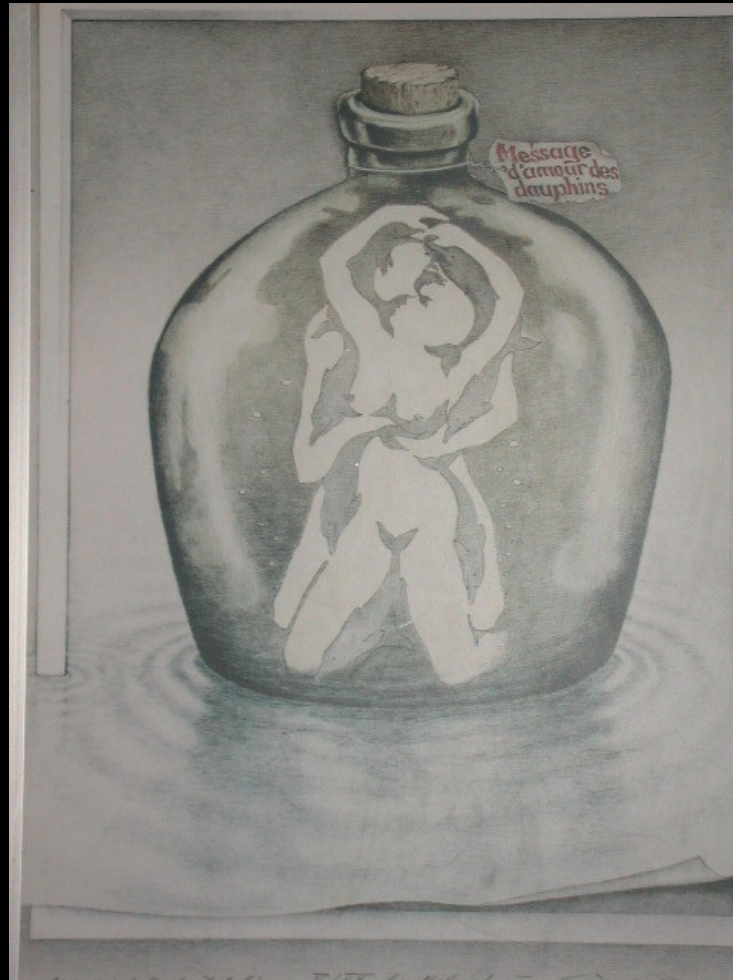


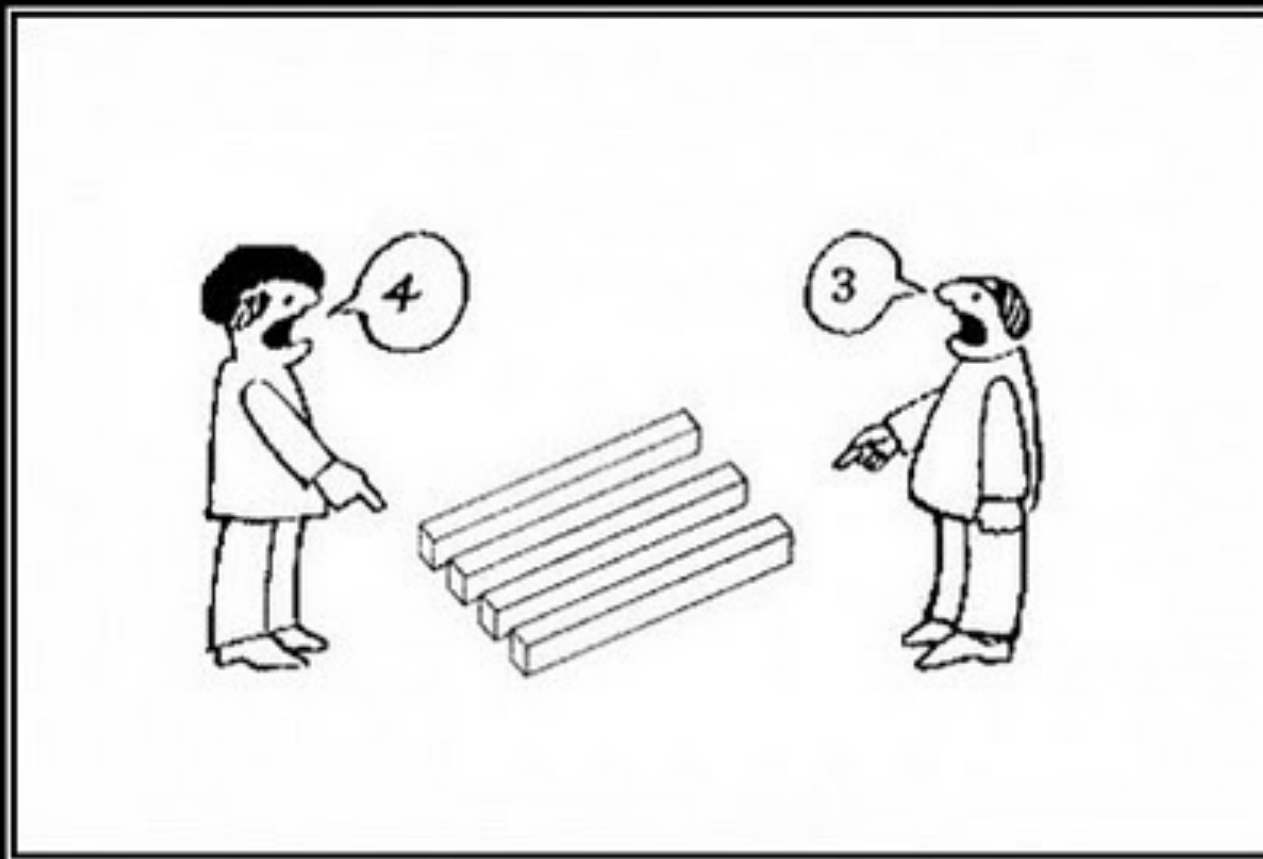
USABILITY BRUGERTESTS

SER VI VERDEN FORSKELLIGT?



HVAD SER I?





HVILKEN FARVE?

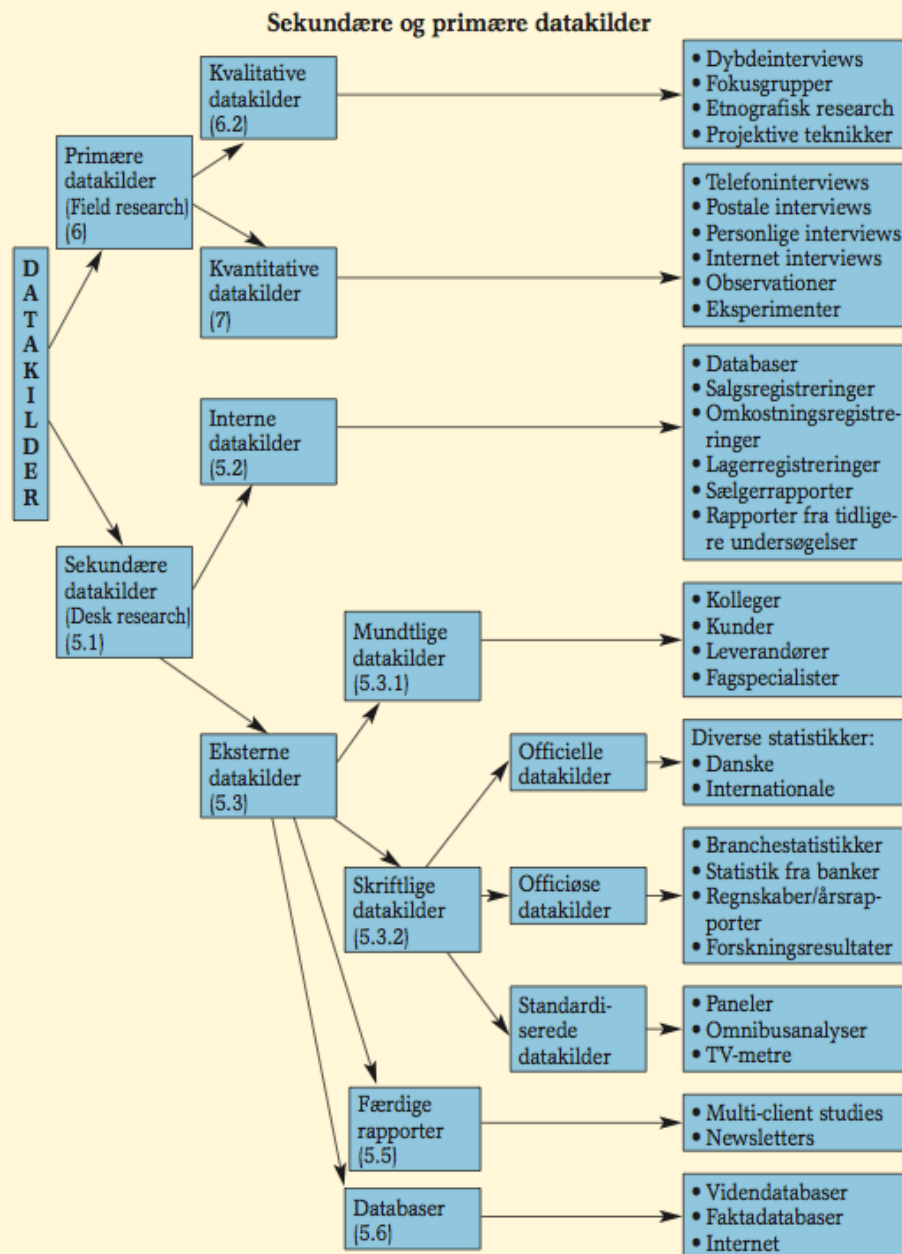


- Når man skal undersøge noget, findes der ikke kun én metode
- Man må gerne kombinere metoderne

METODISKE OVERVEJELSER

- Undersøgelsesdesign (side 24)
 1. Fokusområde
 2. Valg af metode
 3. Forberedelse

KORT OPSUMMERING AF DATA OG METODER



Research- paradigmer

Kvalitativ og kvantitativ research

SYNSVINKEL	KVANTITATIV METODE	KVALITATIV METODE
Eksempel på undersøgelsestype	Spørgeskemaundersøgelse	Casestudie med interview
Overordnet tilgang	Præcision: En eksakt kortlægning af den kvantitative variation	Følsomhed: Den bedste forståelse af den kvalitative variation
Overordnet perspektiv	Bredde: Søger oplysninger om mange undersøgelsesenheder som muligt	Dybde: Søger mange facetter og oplysninger om få undersøgelsesenheder
Overordnet mål for undersøgelsen	Det gennemsnitlige: Søger fællestræk som er repræsentative	Det specielle: Søger frem til det, der kan siges at være særligt.
Metodekriterium	Repræsentativitet: Fx skal udvalgte informanter repræsentere totalbefolkning.	Relevans: Informanter er relevante i forhold til problemstilling
Metodesign	Systematik: Spørgeskema med faste, lukkede svarmuligheder	Fleksibilitet: Interview uden faste svaralternativer, dialog, interaktion.
Formaliserings- og strukturgrad	Høj: Svarmulighederne er fastlagte på forhånd. Lav fleksibilitet.	Lav: Åbne svarmuligheder og åbne fortolkninger af svar. Høj fleksibilitet.
Metodisk nøglebegreb	Forklaring: Hvordan. Hvor mange. Hvad gør hvem. Årsagssammenhænge.	Forståelse: Hvorfor. Hvem synes hvad om hvilket. Meningssammenhænge
Eksempel fra webresearch og mulige metoder/værktøj	Hvor mange bruger hjemmesiden og Hvad er brugsmønstrene?: Google analytics kombineret med en undersøgelse sendt ud til udvalgte brugere.	Hvad motiverer målgruppen til at foretage køb og udforske hjemmesiden? Hvad er brugernes præferencer for farve, menuer etc?: Tænke-højt-test og fokusgrupper.

KVALITATIV METODE

I de kvalitative metoder indsamles data, som ikke kan udtrykkes i eksakte talstørrelser.

Fx om holdninger og adfærd, altså indsamling af bløde data.

KVALITATIV METODE

Kvalitativ metode handler om at forstå de tanker, følelser og overvejelser, respondenterne gør

- Indsamlingsmetoder (eksempler)
 - (dybde)Interview
 - Fokusgrupper – kollektivt dybdeinterview
 - Observationer

KVALITATIV METODE

- Man bruger åbne "hv-spørgsmål". Hvordan?, hvorfor?
Osv.
- Data vil ofte være i form af lange/korte interviews/samtaler med en eller flere personer
- Databearbejdningen består af at fortolke og analysere

KVANTITATIV METODE

- I de kvalitative metoder indsamles hårde data, dvs. størrelser som det er muligt at sætte tal på (eks. spørgeskema)
- Handler ikke om at forstå, hvorfor folk mener eller gør, som de gør. Vi er groft sagt ligeglade med at forstå deres overvejelser.
- Antager, at det måles kan måles og kvanitificeres

KVANTITATIV METODE

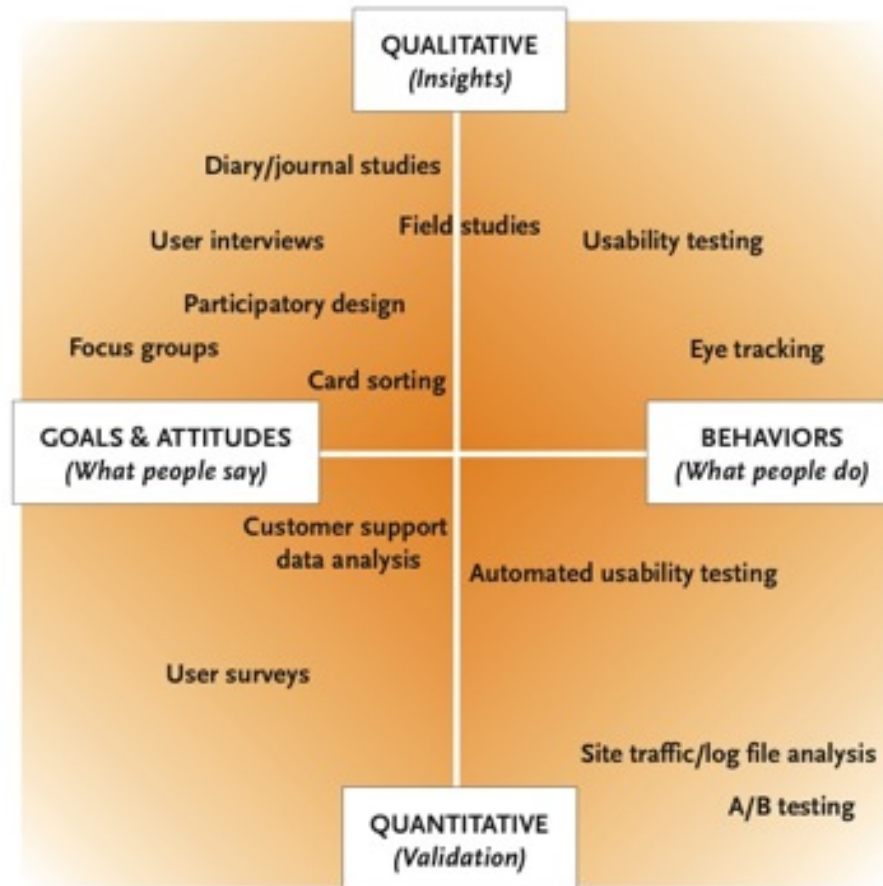
Oftest et større datamateriale end ved kvalitative undersøgelser

Det giver større mulighed for at generalisere resultaterne

Det handler om at forklare – ikke forstå

Data vil ofte være i form af observationer eller besvarelser af såkaldte lukkede spørgsmål, hvor respondenterne har kunnet vælge mellem flere prædefinerede svarmuligheder.

RELEVANS FOR MULTIMEDIEDESIGNERE



The landscape of user research and testing techniques.

Excerpted from The User Is Always Right: A Practical Guide to Creating and Using Personas for the Web
by Steve Mulder with Ziv Yaar. Copyright © 2007.

Used with permission of Pearson Education, Inc. and New Riders. All rights reserved.



MEN HVORDAN KAN BRUGERNE INDDRAGES UNDERVEJS

- Når man udfører en eller flere brugertests gøres det ud fra en idé om brugerinddragelse.
- Brugerinddragelse handler om at forstå brugernes behov, motivation og adfærd.

- Brugerinddragelse handler om at inddrage brugerne, for at validere den navigation, prioritering, kommunikation eller andet, der udvikles på den pågældende brugergrænseflade f.eks en hjemmeside.
- Når man arbejder med brugerinddragelse, fokuserer man på at inddrage brugerne som medudviklere af nye digitale løsninger og processer. Brugerne er således med til at kvalitetssikre løsningen.

- Tests skal informere – ikke bevise
- At undersøge usability er en iterativ proces
- Brugertests er ikke en engangsforøjelse
- Brugertests handler ikke kun om brug – og bør ikke stå alene. Husk jeres faglighed



MEN PÅ HVAD?

Man kan blandt andet udføre brugertest på:

En eksisterende hjemmeside

En digital/analog prototype (skitser på papir eller klikbare skitser på computer)

En nyimplementeret hjemmeside

FORMÅL

- Formålet er at undersøge om brugerne kan finde rundt i en ny indholdsstruktur, forstå sproget, forstå navigationen, anvende funktionerne osv.
- Det er brugernes egne forståelser af fx funktion og navngivning, der fungerer som rettesnor.
- De resultater, som brugertest giver, er ikke nødvendigvis generaliserbare

- Brugertests er ikke kun tænkt som et afsluttende kvalitetstjek
- Sker ofte for sent og for lidt
- Hav fokus på både hvad brugeren siger og ikke mindst, hvad de gør

Så husk både FØR – UNDER - EFTER