

## **Priorytetyzacja zgłoszonych błędów: (skala 1-4)**

### **1. Problem z wyświetleniem zdjęć niektórych produktów w sklepie – waga 4**

**Uzasadnienie:** Sklep ma za zadanie przyciągnąć klientów, zachęcić ich do zakupów. Patrzymy, gdzie w biznesie są pieniądze, i gdzie je tracimy, jak jakaś funkcjonalność nie będzie działała. Ludzie są wzrokowcami, kupują „oczami”. Atrakcyjne zdjęcie zachęca do zakupu danego produktu. Całkowity brak zdjęcia powoduje, że klient zrezygnuje z zakupu, bo nie wie jak wygląda produkt. Nie kupi „w ciemno”.

### **2. Problem z działaniem przycisku ‘BUY NOW’ przy ‘SAVE UP TO 50% ON OUR BLACK TOPS’ – waga 4**

**Uzasadnienie:** Przycisk umożliwiający zakup po promocyjnej cenie nie działa. Klient nie może zakupić produktów. Może być z tego powodu bardzo niezadowolony i nigdy więcej nie skorzystać z usług sklepu. Może poczuć się oszukany. Znowu biznes traci pieniądze.

### **3. Krótki opis i opis produktów nie są w języku angielskim – waga 3**

**Uzasadnienie:** Brak krótkiego opisu i opisu produktu w języku angielskim, powoduje, że klient nie może dowiedzieć się szczegółów o danym produkcie. Może to spowodować, że zrezygnuje z zakupu. Jednak zdjęcie produktu i inne dane (nazwa) mogą spowodować, że pomimo braku opisów w języku angielskim, zdecyduje się jednak na zakup.

### **4. Możliwość założenia kolejnego konta na ten sam adres e-mail – waga 3**

**Uzasadnienie:** Możliwość założenia konta na ten sam adres e-mail może powodować zamieszanie i klient może w końcu nie wiedzieć jaki jest jego login i przez to zrezygnować z zakupu. Klient może mieć także problem z zalogowaniem się. Jednak może w każdej chwili zarejestrować się ponownie i pomimo że do loginu dodaje się kolejna cyfra, to nie przeszkadza to w dokonaniu zakupu.

### **5. Przy produktach nie działa przycisk ‘View cart’ - waga 2**

**Uzasadnienie:** Brak możliwości przejścia do koszyka przy danym produkcie, powoduje, że klient w inny sposób musi dostać się do koszyka. Koszyk umożliwia dokonanie zakupu. Znów są tutaj pieniądze dla biznesu, więc brak działania tego przycisku może spowodować, że klient zrezygnuje całkowicie z zakupu. Jednak w prawym górnym rogu strony jest wyraźnie widoczna (wyróżniający się od czarnego tła pomarańczowy kolor, ikona koszyka) zakładka ‘My Cart’, dzięki której klient szybko i łatwo może dostać się do koszyka i dokonać zakupu. Łatwo da się obejść brak działania tej funkcjonalności.