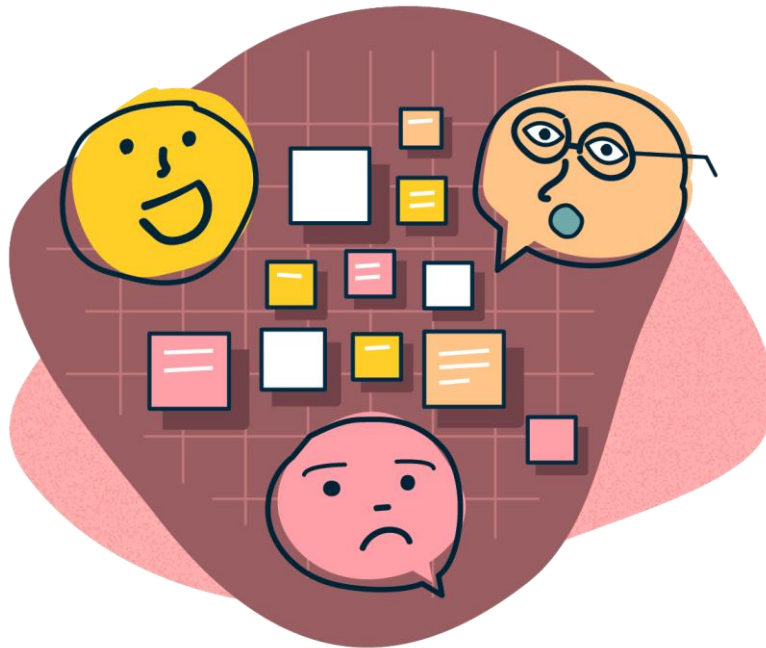


Usability Test Weldas Europe



Studentnaam: Brent van Malsen
Studentnummer: 4852869
Klas: P-DB02
PCN: 507960

Versie: 1.0
Datum: 10-04-2023

Versiebeheer

Versienummer	Datum	Auteur	Veranderingen
0.1	29-03-2023	Brent van Malsen	Opmaak document, testplan gedeeltelijk gemaakt.
0.2	03-04-2023	Brent van Malsen	Feedback gevraagd aan Evert op de vragen/scenario's en deze aangepast.
0.3	06-04-2023	Brent van Malsen	Feedback Anke verwerkt. <ul style="list-style-type: none">- Aantal testpersonen- Kwalitatief en kwantitatief- Twee minuten verkennen- Contact vraag anders verwoorden- Inleiding schrijven
0.4	11-04-2023	Brent van Malsen	Resultaten verwerkt
1.0	12-04-2023	Brent van Malsen	Resultaten geschreven, conclusie en aanbeveling geschreven, inleiding en reflectie geschreven.

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave.....	2
1. Inleiding.....	3
2. Methode	4
3. Resultaten	6
4. Conclusie & aanbeveling.....	8
5. Reflectie	9

1. Inleiding

Waar gaat dit verslag over?

In dit verslag beschrijf ik het proces van een usability test die ik heb uitgevoerd op de gebruikersvriendelijkheid van een prototype. De usability test gaat over het prototype die ik heb gemaakt voor de mobiele versie van de Weldas Europe website. De onderzoeksvraag is “Welke factoren beïnvloeden de gebruiksvriendelijkheid van het navigeren in het prototype?”. Ik vermeld in dit verslag de resultaten, de conclusie en de aanbeveling na afronding van de usability test. Ik sluit het verslag af met een reflectie op mijn werk. Ik heb groep 1 geïnterviewd en Laurie groep 2, in dit verslag neem ik bij het hoofdstuk resultaten ook de antwoorden mee van groep 2 zodat de usability test compleet is.

2. Methode

Wat is het testdoel?

Ik wil erachter komen of dat het prototype gebruikersvriendelijk is. Voor de onderzoeksvraag wil ik weten of dat de volgende onderdelen in het prototype gebruiksvriendelijk zijn: de navigatiebalk, call to action naar de contactpagina, productpagina's en de profielpagina.

Bij wie heb ik dit getest?

Ik heb het prototype getest bij groep 1.

Groep 1 bestaat uit drie deelnemers, waarvan twee consumenten en een inkoopmanager.

Groep 2 bestaat ook uit drie deelnemers, waarvan twee inkoopmanagers en een consument. Groep twee heeft ook deelgenomen aan het usability onderzoek van de huidige website van Weldas. Hun feedback is waardevol voor ons omdat zij dus ook meteen kunnen zien of er verbeteringen hebben plaats gevonden.

Wat heb ik gemeten?

Ik heb gemeten of mensen de scenario's kunnen uitvoeren, hoelang ze hierover doen en hoeveel klikken het nam om het scenario te doorlopen.

Hoe heb ik dit gemeten?

Kwantitatieve metingen: ik heb gemeten hoe lang het een deelnemer nam om een scenario te doorlopen en hoeveel klikken dit nam.

Kwalitatieve metingen: ik heb de deelnemers gevraagd hardop na te denken en ik heb de feedback genoteerd en daarnaast ook een audio opname gemaakt.

Ik heb het volgende stappenplan gevolgd:

- Stap 1: Vraag de deelnemer om consent om een audio/beeld opname te mogen maken van de test.
- Stap 2: Bedankt de deelnemer voor zijn of haar deelname.
- Stap 3: Licht toe: wat we gaan doen, het onderwerp en duur van het onderzoek.
Voorbeeld: "We doen onderzoek naar de gebruiksvriendelijkheid van het prototype voor de website van Weldas Europe, dit is een bedrijf die zich specialiseert in de verkoop van lasartikelen aan bedrijven. Dit onderzoek bestaat uit 2 scenario's en duurt 5 tot 10 minuten. Naderhand krijgt u nog een kort reflectieformulier om in te vullen"

- Stap 4: Licht toe dat ik de gebruiksvriendelijkheid van het prototype aan het testen ben en niet de persoon zelf. Er is geen foute manier waarop je deze test kunt doorlopen.
- Stap 5: Vraag aan de testpersoon wat zijn of haar leeftijd is en welke opleiding of beroep ze beoefenen.
- Stap 6: Licht toe: wat ik nu ga doen.
Voorbeeld: “Je krijgt zo een aantal scenario’s om uit te voeren. Hierbij is het de bedoeling om hardop na te denken. Op deze manier snap ik de gedachtegang achter de stappen die je maakt.
- Stap 7: De deelnemer mag de scenario’s doorlopen. Naderhand mag deze persoon zelfstandig de website nog verkennen.

De rol van de moderator

Je filmt wat de testpersoon op het scherm doet. De moderator timed hoelang de testpersoon bezig is met het uitvoeren van een scenario. Daarnaast luistert de moderator naar wat de deelnemer te zeggen heeft en wordt de feedback genoteerd. Verder houdt de moderator bij of er zich problemen voordoen. Achteraf reflecteert de moderator met de deelnemer over hoe het gegaan is.

De scenario’s

Hamburger menu

Vraag: Kunnen klanten het product lashandschoenen vinden?

Taak: Ga via het hamburger menu naar accessoires en dan de pagina lashandschoenen.

Scenario: De lashandschoenen van je werknemers zijn versleten. Je hebt de vraag gekregen om te gaan kijken of er lashandschoenen te vinden zijn op deze website.

Call to action naar contactpagina

Vraag: Kunnen klanten het telefoonnummer van Weldas Europe vinden?

Taak: Ga via één van de 3 contactknoppen op de homepagina naar de contactpagina waar het telefoonnummer te vinden is.

Scenario: Je ervaart problemen en wilt graag contact op nemen met Weldas Europe.

3. Resultaten

Kwalitatieve resultaten

Groep 1

Scenario 1: De lashandschoenen van je werknemers zijn versleten. Je hebt de vraag gekregen om te gaan kijken of er lashandschoenen te vinden zijn op deze website.

Tijdens het hardop nadenken merkte ik bij enkele gebruikers enige moeite om terug te keren naar de vorige pagina. Op de contactpagina is er bijvoorbeeld heel duidelijk een pijl te vinden terwijl dit bij de andere pagina's niet zo is, 2 van de 3 deelnemers ervaarde deze moeite. Verder hadden 2 van de 3 testpersonen moeite met het begrijpen wat de cijfers onder de producten betekende. Eén van deze 2 personen kon uiteindelijk nog wel begrijpen dat het artikelnummers waren, aan de andere kant leek het deze persoon logischer wanneer dit aangeduid zou zijn met 'Art'. Eén deelnemer had moeite met het terugkeren naar de homepage. Dit was echter logisch omdat je normaal gesproken in een browser een pijltje terug hebt maar dit krijg je niet te zien in Figma.

Scenario 2: Je ervaart problemen en wilt graag contact op nemen met Weldas Europe.

Bij het hardop nadenken werd er weinig opmerkelijks gezegd. Wél kreeg ik een reactie in mijn tweede interview dat het faxnummer tegenwoordig haast niet meer gebruikt gaat worden. Het was bij alle deelnemers gelukt om zowel te navigeren naar de contactpagina als het contactformulier. Ik kreeg de opmerking dat het pijltje op het contactformulier handig was om terug te keren naar de vorige pagina. De andere pagina's hebben dit niet.

Groep 2

Scenario 1: De lashandschoenen van je werknemers zijn versleten. Je hebt de vraag gekregen om te gaan kijken of er lashandschoenen te vinden zijn op deze website.

Bij de testpersonen die ook deel hadden genomen aan de usability test van de Weldas website viel het op dat ze bij het prototype een stuk positiever reageerde. Zo vinden ze het fijn dat je nu kan categoriseren op product, en dat het navigeren nu een stuk duidelijker is geworden. Als verbeter punten kreeg ik dat bij de producten een nummer staat in plaats van naam, dit vinden de gebruikers onduidelijk en niet praktisch. Daarnaast zouden ze graag willen kunnen filteren op de volgende dingen: vlamwerend – materiaal – merk.

Scenario 2: Je ervaart problemen en wilt graag contact op nemen met Weldas Europe.

Ook hier viel een merkbaar verschil op met de eerste test ronde. De mensen navigeren veel makkelijker over het prototype en het kost ze minder tijd om alles te vinden. De testpersonen vinden het prototype simpel, helder en duidelijk. Ook waren ze blij om te zien dat er niet meer zoveel contactpersonen op de contactpagina staan.

Overige feedback:

Verdere observaties van de deelnemers waren dat het lettertype inconsistent was in het prototype, knoppen die naast elkaar staan maar een ander lettertype gebruiken komt rommelig en onprofessioneel over. Wel vinden de deelnemers het fijn dat je op de homepagina ook naar de productcategorieën kan scrollen. Een van de deelnemers wist niet hoe terug bij home te komen (dit kan via het Weldas logo). Sommige deelnemers vinden het prototype nét iets te kleurrijk. Ook viel het de deelnemers op dat wanneer je een productcategorie kiest, bijvoorbeeld handschoenen, dat je dan een extra navigatiebalkje hebt waarin je snel koppelingen hebt naar de andere categorieën, ze zouden het fijn vinden als de huidige pagina dan in een andere kleur weergegeven wordt.

Kwantitatieve resultaten

Hoe lang doen de deelnemers over het uitvoeren van een scenario?

Scenario 1: Gemiddeld nam het deelnemers 7 tot 8 seconden om een scenario te doorlopen.

Scenario 2: Gemiddeld nam het deelnemers 5 tot 6 seconden om een scenario te doorlopen.

Hoeveel kliks had een deelnemer nodig bij het uitvoeren van een scenario?

Scenario 1: Gemiddeld nam het de deelnemers 3 tot 4 kliks om scenario 1 uit te voeren.

Scenario 2: Gemiddeld nam het de deelnemers 1 tot 2 kliks om scenario 1 uit te voeren.

Interviews

Interview 1

<https://youtu.be/lqwBqZAKkfY>

Interview 2

<https://youtu.be/i7VJEhMs7Ts>

Interview 3

<https://youtu.be/bFKrfYLAplE>

4. Conclusie & aanbeveling

Onderzoeksvraag:

Welke factoren beïnvloeden de gebruiksvriendelijkheid van het navigeren in het prototype?

Pluspunten

Alle deelnemers die de huidige website van Weldas Europe kennen waren erg positief over het nieuwe prototype van de website. Ze vinden het fijn dat ze nu kunnen categoriseren op producten en dat het navigeren een stuk duidelijker is geworden. De deelnemers vinden het fijn dat ze op de homepage naar productcategorieën kunnen scrollen.

Verbeterpunten

Het was duidelijk dat de gebruikers het niet fijn vonden dat er overal artikelnummers staan, in plaats van productnamen. Er was wel één deelnemer die begreep dat het om artikelnummers ging, wél gaf deze deelnemer het advies om deze artikelnummers als we die toch gebruiken dan aan te duiden met: "Art". De helft van de deelnemers miste de mogelijkheid om te kunnen filteren, met als voorbeeld de volgende categorieën: vlamwerend, materiaal of merk. Enkele deelnemers hadden enige moeite om terug te keren naar de vorige pagina. Deze feedback ga ik echter niet verwerken laten omdat ik een prototype heb laten testen, in een normaal browser heb je de mogelijkheid om met pijltjes terug te gaan. Verder had een deelnemer nog een opmerking over het faxnummer, hij vertelde dat dit tegenwoordig bijna niet meer gebruikt wordt en vertelde hij dit overbodig vond bij de contactgegevens. Buiten dit om was de lettergrootte van bepaalde tekstkoppen niet gelijk, daarnaast zou het volgens een aantal deelnemers goed zijn om te kunnen zien op welke pagina je zit bij de kleding. Denk hierbij aan een knop die van kleur verandert om aan te duiden dat je op die pagina bent.

5. Reflectie

Wat had ik verwacht?

Ik hoopte dat dit prototype een verbetering zou zijn van de huidige website van Weldas Europe. Verder hoopte ik ook te zien dat er weinig tijd en weinig klikken nodig waren voor het uitvoeren van de scenario's, dit zou betekenen dat we een goed prototype hebben gemaakt. De verwachting was dat de aanpassingen minimaal zouden zijn. Wat ik verder nog verwacht had was dat de deelnemers de artikelnummers moeilijk zouden kunnen begrijpen. Ten slot had ik verwacht dat de deelnemers wellicht moeite zouden hebben met één pagina teruggaan.

Hoe is het gegaan?

De gesprekken verliepen soepel, de deelnemers namen het onderzoek serieus, werkte goed mee en gaven goede feedback. Mijn verwachtingen kwamen redelijk overeen met de uitkomsten die we uiteindelijk hadden. Er waren voornamelijk kleine veranderingen en suggesties voor verbeteringen. De samenwerking verliep erg goed en ik hebben veel kunnen doen in een korte tijd. Ik ben blij met de feedback die ik heb gekregen, nu de usability test gedaan is gaan ik verder met het verwerken van de feedback in de laatste versie van het prototype.