Thinktinker

Probleem

Tinker heeft moeite met het werven van nieuwe klanten. Er zijn heel wat concurrenten aanwezig op de markt en met de huidige site blinkt Tinker nog niet uit. Ook is het voor veel klanten niet duidelijk dat taxi's ook van de luchthaven naar verblijfplaats geboekt kunnen worden. Dit duidt dus op een erg lage conversie. Ook haken veel klanten af bij de laatste stap.

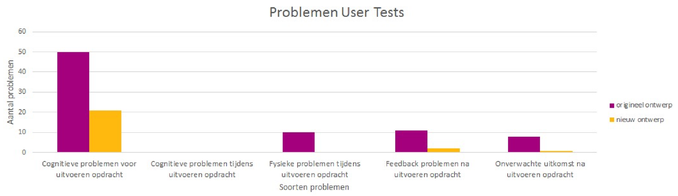
Onderzoek

User Tests

In ons onderzoek zijn we begonnen met een aantal user tests. Hier zijn de meest opvallende ontbrekingen en onduidelijkheden van de originele website uitgekomen. Aan de hand hiervan hebben we een design opgezet. Na dit uitvoerige proces hebben we onderzocht hoeveel effect ons nieuwe design heeft gehad op het oplossen van problemen.

Usability Problem Classifier

Deze problemen hebben we als eerste opgedeeld volgens de Usability Problem Classifier: in problemen voorafgaand aan het uitvoeren van eenopdracht, tijdens een opdracht en na een opdracht. De problemen voor en tijdens het uitvoeren van de opdracht hebben een fysiek en cognitief onderscheid. Bij de derde categorie is dit anders: deze is op te delen in 'feedback' en 'onverwachte resultaten'.De meeste problemen die wij hebben gemeten vallen onder voorafgaande cognitieve problemen. Deze waren ook het beste te meten bij ons redesign.



Een grote afname in aantal problemen

Cognitieve problemen:

↓ 40%

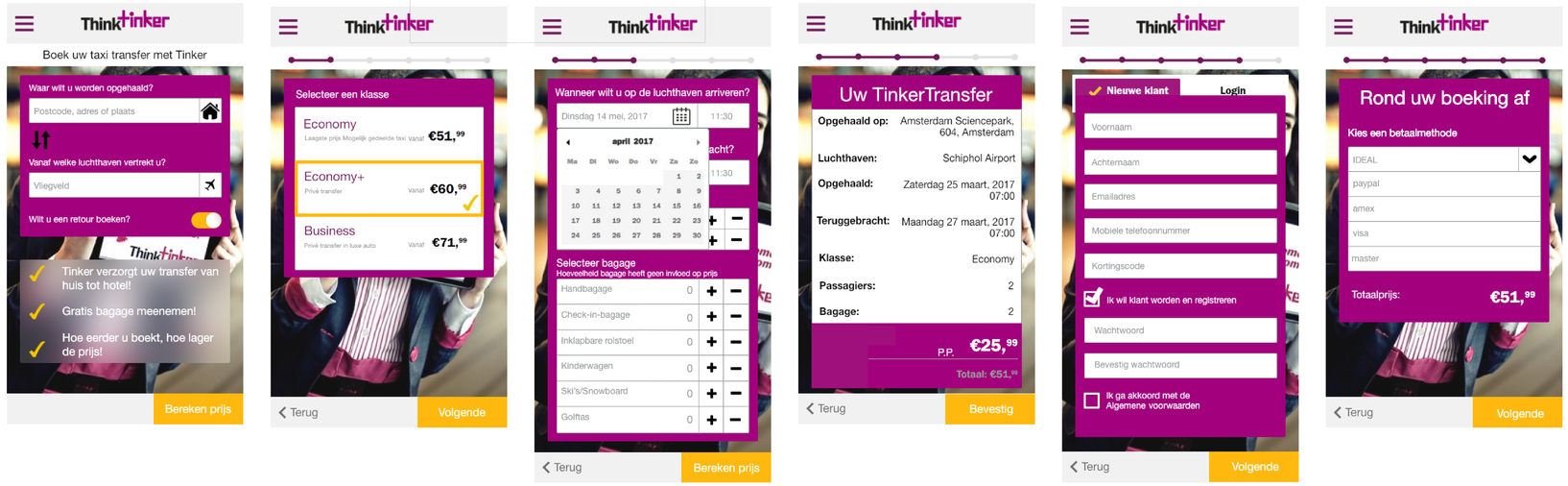
Gezien de beperkte mogelijkheid voor ons om functies van de Tinker site aan te passen, hebben we ons niet gefocust op het beperken van de fysieke problemen. Dat er weinig fysieke problemen werden ervaren door testpersonen, is te danken aan het feit we dat we slechts een klikbaar prototype van ons ontwerp hebben neergezet. Hier was het niet mogelijk technische mankementen van de huidige site in te verwerken. Waar daarentegen wel onze focus lag, was bij de cognitieve problemen van de huidige site. Hier waren er nogal een aantal van, maar dit getal is behoorlijk gereduceerd tijdens de user tests achteraf: het aantal cognitieve problemen voor het uitvoeren van een opdracht is van 52 naar 21 gegaan. Een significant verschil ($p<0{,}01$), zoals berekend aan de hand van de Poissondistributie en een afname van meer dan veertig procent!

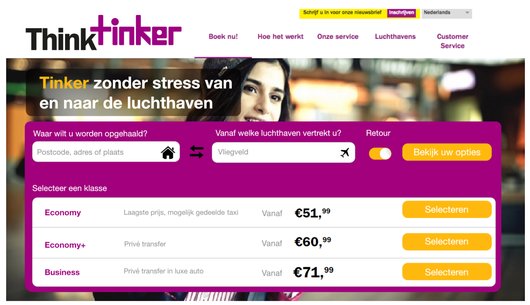
Poisson random variable (x)	21
Average rate of success	52
Poisson Probability: P(X = 21)	5.55153709069027E-07

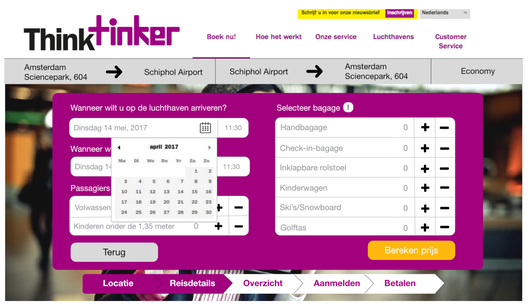
Meer oude problemen weg dan nieuwe erbij

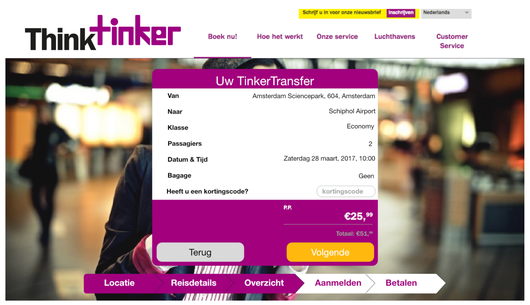
Deze 52 problemen zijn onder te verdelen in 21 verschillende situaties. We hebben vergeleken hoe deze 21 soorten problemen op de huidige website zich verhouden tot de problemen in ons ontwerp. Op de herontworpen website zijn 14 van deze problemen opgelost, 6 problemen worden minder vaak als storend gezien en 1 probleem is nog aanwezig. Aan de andere kant bracht ons ontwerp ook drie nieuwe problemen met zich mee, maar deze werden niet door veel mensen als problematisch beschouwd (3, 1 en 2 keer om precies te zijn).

Ontwerp









Ten eerste

In het ontwerpproces zijn wij uitgegaan van de mobile first techniek. De pc-versie van de website is dan ook gebaseerd op het mobiele ontwerp. Het herontwerp van de website is gebaseerd op de uitkomsten van meerdere user tests, job stories en customer journeys. Uit dit onderzoek is gebleken dat veel gebruikers dat afhaken tijdens het boeken van een taxi. Het doel is dan ook om het aantal gebruikers dat tijdens het boekingsproces afhaakt te verminderen.

Slim kleurgebruik en manier van indeling

De problemen hebben we verholpen door de gebruiker tijdens het boeken meer feedback te geven. Dit gebeurt in de vorm van een progressiebalk. Voor de mobiele versie hebben wij gekozen om de balk kleiner en simpeler te houden om een te vol scherm te voorkomen. Verder bleek uit de user tests dat het soms niet duidelijk was voor de gebruiker waar ze nou precies op moesten klikken in de oude versie van Tinker. Door de buttons van ons design felle kleuren te geven en anders te placeren, is ervoor gezorgd dat gebruikers minder snel in verwarring raken. Wat het kleurgebruik betreft, hebben we de kleuren paars en geel gebruikt, omdat deze kleuren Tinker representeren. De knopen en tekst hebben op elke pagina dezelfde kleur zodat het duidelijk is wat een knop is en wat tekst is. De datumnotatie had een simpele oplossing, voorheen werd het genoteerd op de Engelse manier en dit hebben wij verandert naar de Nederlandse manier van datumnotatie. Deze noemt als eerste de dag, dan de maand en als laatste het jaar.

Informatie centraal

De oude desktopversie was volgens de user tests te onoverzichtelijk voor de gebruikers. In het nieuwe design hebben we alle benodigde informatie centraal op de pagina's geplaatst in de vorm van één groot blok. Dit zorgt ervoor dat de gebruiker direct weet wat de inhoud van de pagina is en dus precies weet wat er van hem of haar verwacht wordt.