

# **Utvärdering av användbarheten på ASOS.com enligt ISO 9241-210 standarden.**

**En jämförelse mellan erfarna och oerfarna testdeltagare.**

**Karolin Pettersson, Linn Jansson, Sofia Englund**



Department of Computer and System Sciences  
Stockholm University  
Stockholm 2018



## Sammanfattning

Konkurrensen inom e-handeln gör det viktigt att utvärdera användbarheten. Om ett köp genomförs eller inte och hur stor inköpssumman blir påverkas båda enligt tidigare forskning av kundens erfarenhet av online shopping. Asos.com som testades är ett onlinebaserat klädföretag som levererar till alla delar av världen. Frågeställningen var om användbarheten skiljer sig på asos.com mellan en grupp av erfarna användare och en grupp av oerfarna användare.

Studien omfattade 10 deltagare där 5 hade mer erfarenhet av att handla kläder online och 5 hade mindre erfarenhet. Deltagarna fick fem olika uppgifter och därefter utfördes en semistrukturerad intervju. För att mäta användbarheten användes ISO 9241-210 som standard.

Majoriteten av de oerfarna deltagarna upplevde sidan positivt som helhet och för den erfarna gruppen var upplevelsen mer negativ. De allvarligaste användbarhetsproblemen som användarna fick var bland funktioner i kassan, navigationen i menyn och problem att ta till sig var på sidan alternativ för rea fanns. Slutsatsen är att användbarheten på Asos.com skiljer sig mellan oerfarna och erfarna användare gällande effektivitet och tillfredsställelse, men visade en marginell skillnad mellan grupperna i ändamålsenlighet.

# Innehållsförteckning

<b>1 Inledning</b>	<b>1</b>
1.1 Frågeställning . . . . .	3
<b>2 Metod</b>	<b>4</b>
2.1 Etik . . . . .	4
2.2 Metodval . . . . .	4
2.3 Metodtillämpningar . . . . .	5
2.4 Pilottest . . . . .	5
2.5 Deltagare . . . . .	5
2.6 Utförande . . . . .	6
2.7 Databearbetning och analys . . . . .	6
<b>3 Resultat</b>	<b>7</b>
3.1 Effektivitet . . . . .	7
3.2 Ändamålsenlighet . . . . .	9
3.3 Tillfredsställelse . . . . .	11
3.4 Användbarhetsproblem . . . . .	12
<b>4 Diskussion</b>	<b>13</b>
4.1 Slutsats . . . . .	14
4.2 Rekommendationer . . . . .	15
<b>Referenser</b>	<b>18</b>
<b>Bilagor</b>	<b>19</b>
<b>A Medgivarenkät</b>	<b>19</b>
<b>B Frågor under testet</b>	<b>20</b>
<b>C Intervjuer</b>	<b>21</b>
C.1 Deltagare 1 (oerfaren) . . . . .	21
C.2 Deltagare 2 (oerfaren) . . . . .	22
C.3 Deltagare 3 (oerfaren) . . . . .	23
C.4 Deltagare 4 (oerfaren) . . . . .	26
C.5 Deltagare 5 (oerfaren) . . . . .	28
C.6 Deltagare 6 (erfaren) . . . . .	31
C.7 Deltagare 7 (erfaren) . . . . .	32
C.8 Deltagare 8 (erfaren) . . . . .	33
C.9 Deltagare 9 (erfaren) . . . . .	34

C.10 Deltagare 10 (erfaren) . . . . .	35
---------------------------------------	----

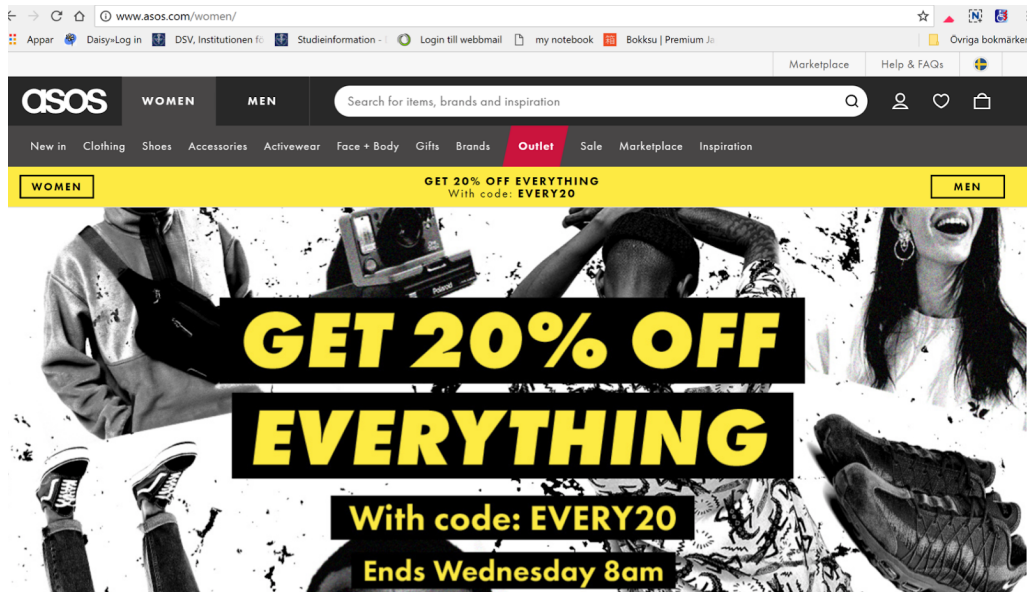
# 1 Inledning

I och med den potentiella tillväxten i den globala internethandeln är skapande och utformning av effektiv detaljhandel viktigt för att öka intäkter hos företag [1]. Mer än hälften av alla internetanvändare använder sig av e-handel någon gång i månaden, år 2012 spenderades mer än en miljard dollar inom e-handeln i världen. Genom att online-användandet ger en snabb, bekväm tillgång för kunder till produkter, produktinformation och pris så förvandlar webben produkter till råvaror. Att fokusera på användbarheten på webbplatser gör att kundtillfredsställelsen ökar. Det gör även att webbplatsen sticker ut bland alla andra, förbättrar varumärket och kan öka marknadsandelar för företaget. Till exempel kan problem med navigation och betalning på en webbsida vara orsaker till att kunder lämnar sidan och produkterna i kundvagnen. Enkel navigering och användbarhet är således viktiga egenskaper på en e-handelsplats. [2] Konkurrensen inom e-handeln har gjort det viktigare att utvärdera användbarheten av en interaktiv produkt under produktutvecklingen. Det har visat sig att interaktionsdesign är en användbar standard för mjukvaruutveckling för att produkten skall optimeras för användbarhet [3]. För att testa användbarhet enligt ISO 9241-210 används ändamålsenlighet (noggrannhet och fullständighet), effektivitet (användandet av resurser) och tillfredsställelse (positiva upplevelser och frihet från obehag) som mätmetoder [4]. ISO 9241-210 är en standard som hjälper till att bejaka de mänskliga faktorerna och ge en tydlig struktur för att veta att processen genomförs effektivt och för att skapa programvara som uppfyller användarens behov och ger dem en bra användarupplevelse. [5]

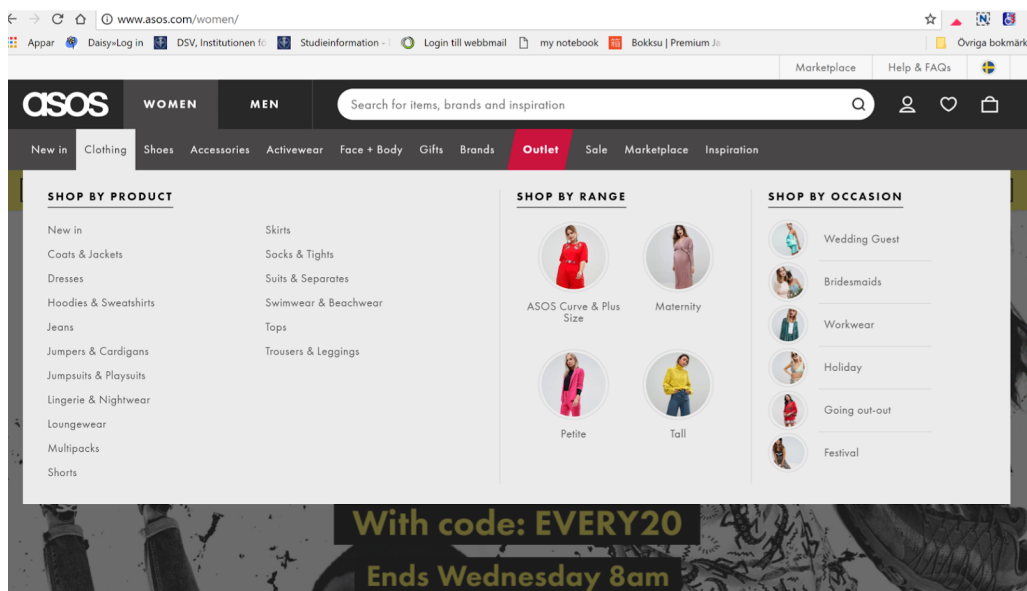
För att mäta de parametrar som utgör ISO standarden användes bland annat mått för ändamålsenlighet där användarens mål och delmål mäts i relation till hur noggrant och fullständigt målen kan uppnås. Vidare kan effektiviteten mätas genom att ange graden av måluppfyllelse i relation till hur mycket resursåtgång det behövs för att utföra uppgiften. Detta kan omfattas av fysisk ansträngning, tidsåtgång, materialåtgång eller kostnader för utförandet. Mätning av tillfredsställelse handlar om användarens frihet från obehag men också den attityd användaren har till användning av produkten. [6]

Onlineshopping är en aktivitet som är uppgiftsorienterad. En kortare söktid och mindre detaljerad informationsbearbetning ger en mer positiv upplevelse. Känslorna hos kunden kan variera beroende på påverkan från exempelvis produktkategori och kundens tidigare erfarenheter. [7] De viktigaste faktorerna för kunder när de handlar online är; användargränssnittet håller bra kvalitet, sidan känns säker och att användaren upplever att hen har kontroll [8]. Om kunden har en större erfarenhet av online shopping påverkas inköpssumman uppåt och sannolikheten att inköpen upprepas. Kunder med mindre erfarenhet av onlineshopping hade en större tendens att avbryta det pågående köpet. [7] Därför är vårt syfte att utföra en studie som jämför två grupper med olika erfarenhet av online shopping. En grupp av deltagare med begränsad erfarenhet av att handla kläder online och en grupp av deltagare med stor erfarenhet av att handla kläder online.

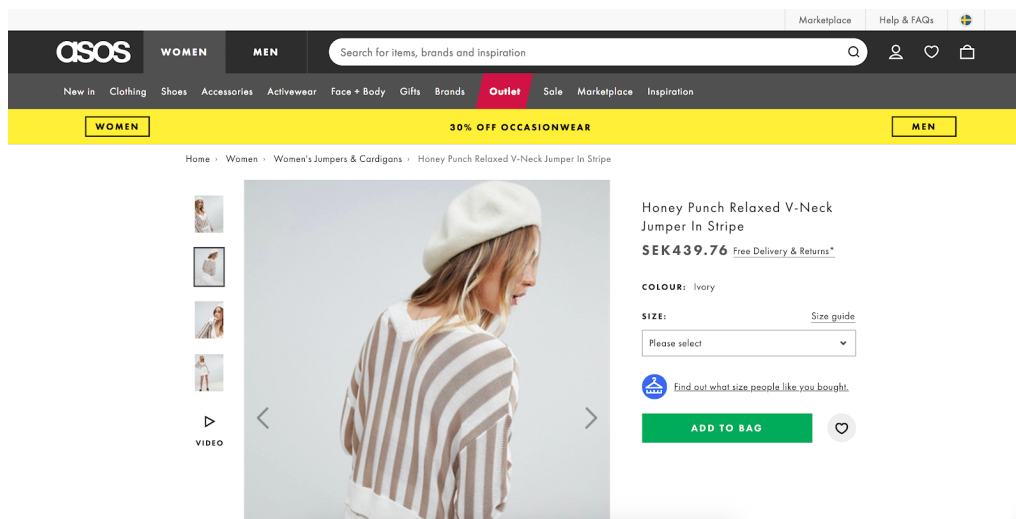
Asos är ett företag som säljer över 80 000 varumärkes-varor samt sina egna varumärken genom en mobilapplikation och webbplats varav båda är lokalt designade. Kläderna levereras till alla delar i världen från olika lager som är belägna i Storbritannien, USA, Europa och Kina. [9] Asos säljer kläder och dylikt för både kvinnor och män online genom en digital betalningslösning.



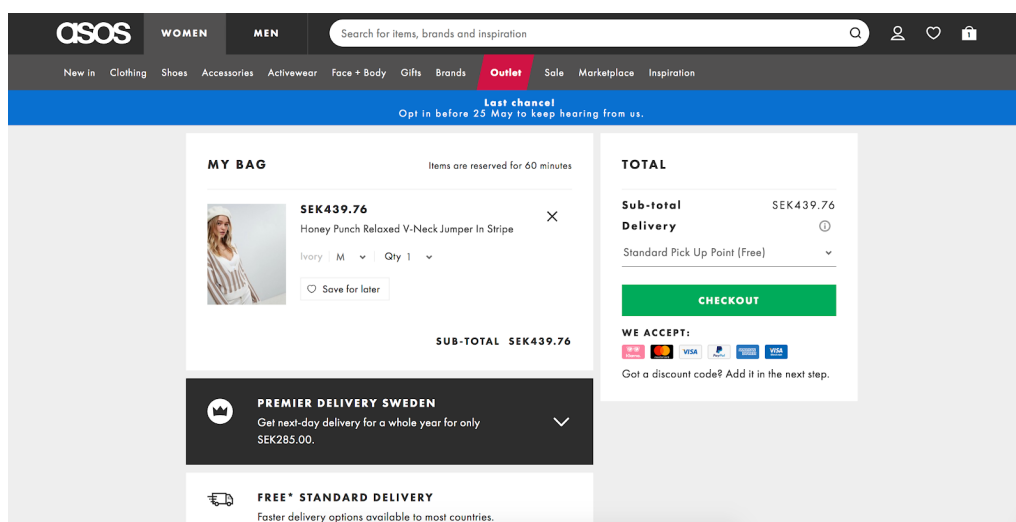
Figur 1.1. Startside kläder för kvinnor. ASOS.com



Figur 1.2. Meny kläder för kvinnor. ASOS.com



Figur 1.3. En produkt för kvinnor. ASOS.com



Figur 1.4. Kassen med en produkt inlagd. ASOS.com

Det kan vara intressant att studera oerfarna och erfarna användare och se hur användbarheten är på asos.com. Det som är mest relevant för denna studie är den direkta köpprocessen och delarna på hemsidan som omger köpprocessen. Målet är att se om användarna lätt kan navigera i systemet, hitta de produkter kunden vill se och även gå vidare och eventuellt lägga en beställning.

## 1.1 Frågeställning

Skiljer sig användbarheten på asos.com mellan en grupp av erfarna användare och en grupp av oerfarna användare?



## 2 Metod

### 2.1 Etik

Innan testet startade fick varje deltagare skriva på en medgivandeblankett [10]. Medgivandeblanketten innehöll bland annat medgivande från användaren att vi skulle använda insamlad data inom ramen för kursen, hur denna data skulle hanteras samt att deltagarna kunde dra sig ur studien när de själva behagade.

Denna studie var inte i behov av etikprövning enligt etikprövningsnämnden då känsliga personuppgifter och personuppgifter om lagöverträdelser ej användes i studien. Inom studien förekom inte några fysiska ingrepp, den påverkade ej deltagarna fysiskt eller psykiskt och innebar inte någon risk för skada för deltagarna. [11]

### 2.2 Metodval

Metoderna som användes var användbarhetstestet automated testing är en metod där deltagaren utför ett test med uppgifter enligt instruktioner men de kunde fråga moderatoren om de inte förstod något under testets gång. I slutet användes även en semistrukturerad intervju. Vi använde även metoden enkät direkt efter varje uppgift för att samla data angående upplevd kontroll och effektivitet, för att deltagarna inte skulle glömma deras upplevelse när de väl hade startat nästa uppgift. I användbarhetstestet fokuserades på att samla in data angående effektivitet, ändamålsenlighet och en del av tillfredsställelse gällande upplevd kontroll och upplevd effektivitet. [10]

ISO standarden valde vi för att mäta användbarheten då det är en metod som låter en utforska de olika parametrarna och sedan komma till en slutsats. Om en annan metod valts som inte använde en ISO-standard skulle resultaten i denna rapport kunna avvisas då det inte skulle finnas någon grund att stödja resultat relaterat till användbarhet [6]. För att mäta effektivitet kunde vi ha valt att endast ta tiden det tog för användare för varje uppgift men då skulle det bli svårare att mäta antal klick om datasamlaren inte kunde hålla samma takt som användaren och därmed påverka användarens resultat. Därför valdes metoden screen recording där både data på video och tid kunde samlas. [10]

För att mäta ändamålsenlighet kunde vi ha valt co-discovery, som är en metod där testdeltagarna sitter två och två och löser uppgiften, men då vi ville jämföra två olika grupper skulle kompetensen hos användaren spela för stor roll och studien skulle få missvisande resultat. Därför valdes metoden optimal väg och antal klarade uppgifter för att kunna få kvantitativ och kvalitativ data och där co-discovery skulle begränsas till kvalitativ data. [10]

Vi valde att använda oss av en semistrukturerad intervju för att samla deltagarnas upplevelse av sidan och därav få liknande kvalitativ data från alla testsessioner, men ändå kunna ställa följdfrågor för att utveckla intervjun vid behov. För att mäta tillfredsställelse kunde vi ha valt tänka-högt metoden men detta skulle kunna ha inneburit problem för deltagaren att utföra uppgiften samtidigt, vilket tidigare forskning också visat [12]. Det är lättare att använda en semistrukturerad intervju istället för ett frågeformulär då deltagarna bör känna att svaret är genuint när de ger ett svar och att de inte svarar så de tror att svaret är korrekt [10].

## 2.3 Metodtillämpningar

Data från när användarna gjorde uppgifterna samlades in med hjälp av en bärbar dator med inkopplad mus och webbläsaren Google Chrome (Version 66.X.XXXX.XXX). Inspelningsutrustningen som användes för att dokumentera var tillägget Nimbus Screen Recorder och inspelningen omfattade ljud- och skärminspelning [10]. Deltagarna utrustades med en penna och en pappersenkät som de skulle fylla i under testets gång där de graderade sig själva på upplevd kontroll och effektivitet. De fick även skriva kommentarer på upplevda användbarhetsproblem. Den efterföljande semistrukturerade intervjun spelades in och transkriberades.

## 2.4 Pilottest

Pilottestet utfördes i klassrumsmiljö. Användaren som deltog i pilottestet gav feedback på att beskrivningen för uppgifterna samt scenarierna kunde förkortas, alternativt att beskrivningen för varje uppgift kunde visas för användaren under testet då det var svårt att komma ihåg. Efter feedback kortades uppgifternas scenarier ned samt att både scenario och uppgiftsbeskrivningen skrevs ut för att användaren skulle ha tillgång till dessa under testets gång.

## 2.5 Deltagare

Urvalet av deltagare utfördes via en bakgrundsenkät med frågeställningar gällande erfarenhet av att handla kläder online. Bakgrundsenkäten delades ut i våra respektive sociala nätverk, främst genom olika sociala medier, för att på så sätt få en bred spridning på enkäten genom ”snöbollseffekten” [10]. Deltagarna i studien bestod av tio privatpersoner. Vi ville att den ena gruppen skulle bestå av deltagare med begränsad erfarenhet av att handla kläder online och att den andra gruppen bestod av deltagare med stor erfarenhet av att handla kläder online. Därför fick personerna som gjorde bakgrundsenkäten svara på bland annat frågorna:

1. Hur ofta brukar du handla kläder online?
2. Hur många års erfarenhet har du av att handla kläder online?

Utifrån det resultat vi fick i bakgrundsenkäten gjorde vi sedan ett urval bland de personer som gjort bakgrundsenkäten och valde därefter användare till den en erfarna och oerfarna gruppen. Vi valde ut två grupper à 5 användare där en grupp hade handlat kläder online 0 – 2 gånger under en 5 årsperiod och den andra minimalt 10 gånger.

## 2.6 Utförande

Testerna utfördes enskilt med var och en av de olika testdeltagarna. Under testet tog författarna på sig rollerna moderator och observatör [10]. Moderatoren guidade respektive deltagare genom testet via ett manus. Testen utfördes i deltagarnas hem för att spegla en verklig kontext, det vill säga hur beställning av kläder online oftast utfördes utifrån den information vi fick in med hjälp av bakgrundsenkäten således utfördes testet i ett minimalistiskt förflyttningsbart testlabb [10]. De krav som var ställt på deltagarna var att de skulle kunna använda ett vanligt tangentbord och datormus samt behärska det engelska språket då asos.com har engelska som sitt huvudspråk. Studien begränsades till desktopversionen av asos.com då majoriteten av de som gjorde bakgrundsenkäten uppgav att den kontext de vanligtvis befann sig i när de beställde kläder online var framför en dator i hemmiljö. Testdeltagarna fick presenterat för sig fem olika scenarier med tillhörande uppgifter. Efter att det skärmbaserade testet hade utförts gjordes en semistrukturerad intervju som till största delen bestod av frågor utifrån ett givet manus men som även gav moderatoren möjlighet att ställa följdfrågor när behov fanns.

Scenarier och uppgiftsbeskrivningar:

Uppgift 1 - Scenariot är att du vill ha ett par nya byxor. Gå in på ett par röda byxor som finns i din storlek. Spara detta plagg i Asos "favorit-funktion". Lagg sedan plagget i kassan. Uppgift 2 - Scenariot är att du kommer på att du inte har råd med de nya byxorna. Gå in på en grå hoodie på rea som innehåller polyester som material. Lagg till den i kassan och ta bort de röda byxorna. Uppgift 3 - Scenariot är att du inser att du behöver ha din nya hoodie omgående. Kolla hur mycket det skulle kosta att få din beställning du har i kassan till nästa dag ("next working day delivery"). Uppgift 4 - Scenariot är att du vill ha ett par nya löparbyxor i märket ASOS 4505. Gå in på ett par löparbyxor av märket ASOS 4505. Starta videon för plagget. Uppgift 5 - Scenariot är att du vill ha inspiration till att köpa ett plagg. Välj en intressant artikel under style feed. Öppna artikeln.

## 2.7 Databearbetning och analys

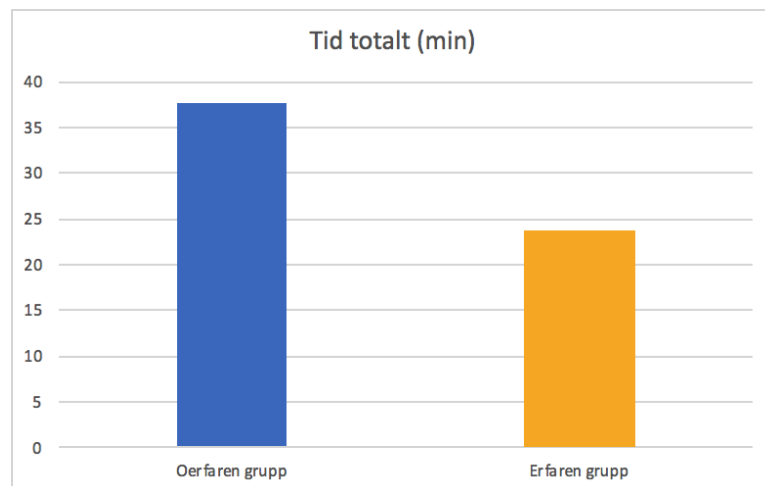
Studien genomfördes med ett utforskande syfte och i mellangrupsdesign, data samlades in angående användbarhet på sidan asos.com [10]. Deltagarna utförde ett test där kvantitativ data samlades in gällande antal användbarhetsproblem deltagarna stötte på. Ändamålsenlighet mättes genom att se över den optimala vägen och antal klarade uppgifter. Effektivitet mättes med tid och antal klick. Tillfredsställelse mättes genom upplevd kontroll, upplevd effektivitet och upplevelsen av hemsidan. Kvalitativ data gällande upplevelsen av användbarheten av asos.com samlades in genom en semistrukturerad intervju som genomfördes i slutet av varje testsession och analyserades genom ett affinitetsdiagram. [10].

De användbarhetsproblem som uppkom under testerna rangordnades från 1 till 5 där 1 var inte så viktig att lösa i nästkommande release och där 5 var väldigt viktig att lösa. Rangordningen gjordes av författarna som en variant av Planning Poker där istället för tidsåtgång för att lösa problemet representerade korten prioritetsgrad att lösa problemet [13]. Alla tal som presenteras i resultat har vid behov blivit avrundade till närmaste heltal för tydlighetens skull förutom i avsnittet om tillfredsställelse där talen som presenteras har blivit avrundade till två decimaltal.

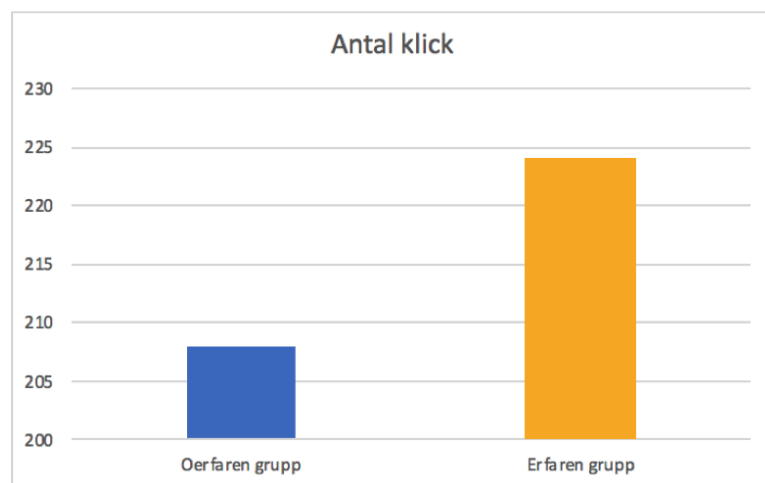
## 3 Resultat

### 3.1 Effektivitet

Resultatet för effektivitet visade att gruppen med oerfarna användare tog längre tid på sig för att utföra alla uppgifterna jämfört med den erfarna gruppen som utförde alla uppgifter på en kortare tid (fig. 3.1). Det visade även att antal musklick var något fler i den erfarna gruppen än i den oerfarna gruppen (fig. 3.2).



Figur 3.1. Den sammanlagda tiden det tog för deltagarna att klara alla uppgifterna tog



Figur 3.2. Antal klick det tog för deltagarna att klara alla uppgifterna

Den effektivitet de oerfarna deltagarna upplevde kunde variera. Deltagare 3 upplevde att filtreringen vid sökningen var effektiv. "Jag det tycker jag, det var bra filterfunktioner så att jag kunde väldigt snabbt bli av med det jag inte ville se. Det var bra sätt att spara tid på."

Deltagare 4 upplevde att valet för leverans i kassan var förvirrande då det fanns ett liknande alternativ för leverans under produkten. "Det fanns en meny under betala och sen fanns det en när man scrollade ner. Antingen att de väljer att inte ha informationen på två ställen eller göra det mycket tydligare. Men det var lite förvirrande tycker jag."

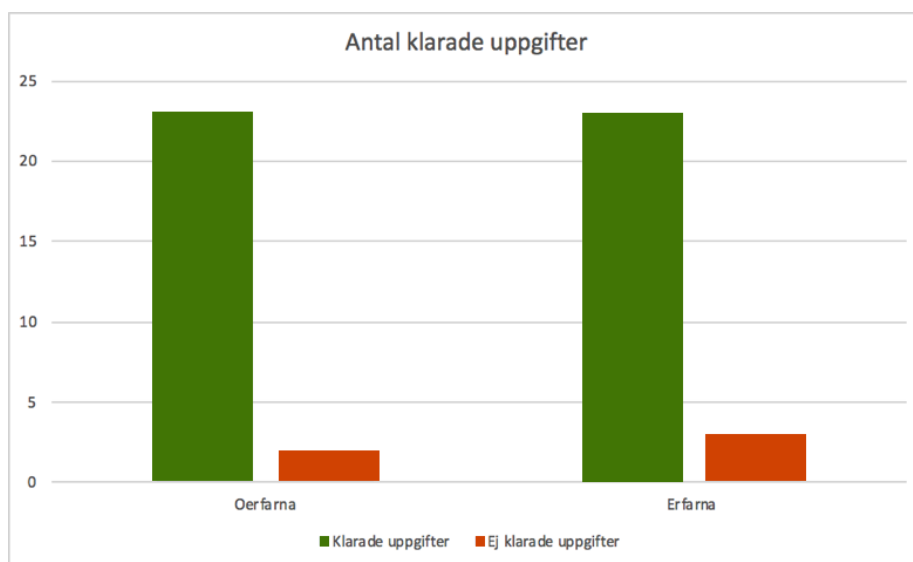
Deltagare 3 upplevde även problem vid valet för leverans och beskrev det så här: "Nej det gick inte så effektivt då jag höll på att köpa helt fel tjänst. Och var tvungen att lusläsa och se att det stämmer ju inte." Deltagare 3 upplevde även att gränssnittet försämrade effektiviteten då en "show more-knapp" används för att öppna en textruta med information om själva plagget hen beskrev det såhär: "Det hade varit bättre med stiliserad grafik så det blir mindre laddning att bara dra upp texten lite snabbt. Text går ju snabbt att ladda, men ska man göra om det till någon snygg grafik med texten som en show more knapp gör ju att det tar tid och det är ju frustrerande om någonting, när något tar onödig tid."

En situation uppstod för deltagare 5 där effektiviteten påverkades när hen skulle försöka hitta videon för plagget. Hen beskrev det såhär: "Inte så effektivt eftersom det tog så lång tid att hitta den där knappen. Och där kände jag verkligen inte att det var mig det var fel på." Deltagare från den erfarna gruppen beskrev hemsidan:

Deltagare 8 upplevde sidan: "Lättnavigerad och att det fanns bra sökfunktioner och filterfunktioner". Deltagare 10 upplevde att reafältet i början på sidan var mindre effektivt och beskrev: "Jaa, där finns det en rea-avdelning men då kommer jag fram till allt som är på rea och det vill jag inte. Jag söker specifikt efter en hoodie som är på rea. Då vill jag inte ta omvägen genom att titta på allt annat som jag inte är intresserad av först."

## 3.2 Ändamålsenlighet

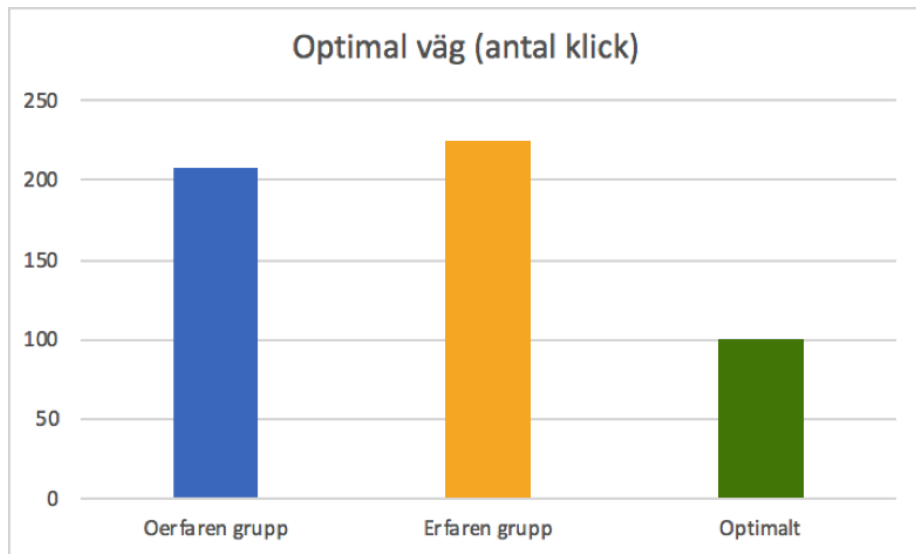
Resultatet visade att den oerfarna gruppen klarade 23 av 25 uppgifter sammanlagt och den erfarna gruppen klarade 22 av 25 uppgifter (fig. 3.3) vilket visade sig vara en marginell skillnad.



Figur 3.3. Antal klarade uppgifter deltagarna hade sammanlagt.

När det gäller ändamålsenlighet var det deltagare som inte klarade av vissa uppgifter. Vid uppgift två var det en deltagare som misslyckades. Deltagare 2 från den oerfarna gruppen misslyckades med att lägga varan i korgen. Hen uppfattade inte att uppgiften misslyckats då hen hade sagt klar först och valt fel alternativ, men ändrade sedan sitt val och sade klar igen. Deltagare 10 från den erfarna gruppen klarade ej av att beställa kläder via den specifika readelen och beskrev det: "Ja... jag kan förstå att de vill ha mer-försäljning. Att jag ska lockas av att köpa något annat som jag inte hade tänkt att köpa men min reaktion blir snarare att jag går inte ens in på den här kategorin överhuvudtaget. Jag ignorerar hela det fältet. Jag söker specifikt efter en hoodie som är på rea. Då vill jag inte ta omvägen genom att titta på allt annat som jag inte är intresserad av först."

Det var en deltagare från den oerfarna gruppen och två deltagare från den erfarna gruppen som inte klarade av uppgiften att välja leveranssätt i kassan, de beskrev upplevelsen av uppgiften på olika sätt. Deltagare 4 från den oerfarna gruppen beskrev: "Ja där missförstod jag. Jag var lite snabb på att säga klar. Då hade jag valt där man fick ett helt år med snabb leverans. Det var inte krångligt, men lite otydligt att hitta shipping till nästa dag." Deltagare 6 från den erfarna gruppen beskrev det: "Det var otydligt så fattade inte vad det var som låg under kläderna. De kunde ju ha highlightat för a year eller nåt så man fattar. Jag läste bara next day delivery och körde." Deltagare 8 också från den erfarna gruppen beskrev situationen, utan att vara medvetet om att hen inte klarade uppgiften, så här: Eh, ja den va ju enkel dåå eftersom jag fortfarande va i kassan så va det ju bara att kryssa i att jag ville ha hem express delivery till Sverige. Då lades den i kundkorgen och sen så kan man checka ut som vanligt."

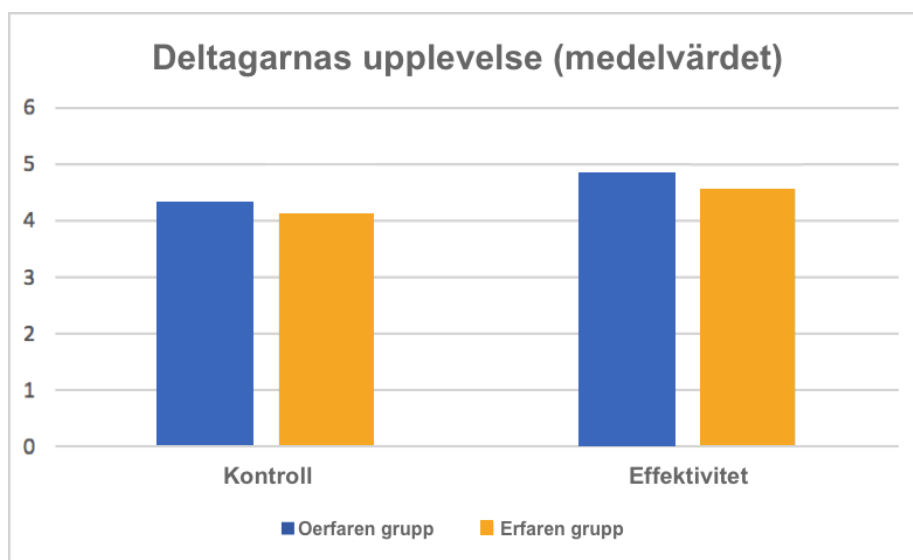


Figur 3.4. Den optimala vägen i antal klick jämfört med den erfarna och oerfarna gruppen.

Figur 3.4 visar en jämförelse mellan de två grupperna och det optimala antalet klick för att klara uppgifterna. Resultatet från användarna i respektive grupp på respektive uppgift har slagits samman. De användare som inte klarade en specifik uppgift är ersatta med ett medelvärde som räknats ut från de andra gruppmedlemmarnas resultat på den specifika uppgiften. Den optimala vägen på varje uppgift mättes genom att varje författare utförde varje uppgift tre gånger enligt beskrivningen av uppgiften. Efter detta kom vi fram till den optimala vägen för varje uppgift för att genomföra den så ändamålsenligt som möjligt. Resultatet sammanställdes sedan i en total för alla resultat från alla uppgifter. Som figur 3.4 visar är skillnaden marginell mellan den erfarna och den oerfarna sett till den optimala vägen.

### 3.3 Tillfredsställelse

Skillnaden för upplevd kontroll och effektivitet mellan den erfarna och oerfarna grupperna var marginell (fig. 3.5). Majoriteten av de oerfarna deltagarna upplevde sidan som positiv i helhet med endast ett fåtal problem som beskrevs under användbarhetsproblemen.



Figur 3.5. Medelvärde uträknat över hur deltagarna upplevde kontroll och effektivitet.

Deltagare 5 beskrev sidan: “Snygg hemsida. Fina bilder och den känns ju väldigt tydlig och den känns trevlig att vara på den.” Deltagare 3 beskrev den: “Positiv. Det var enkelt att hitta plagget jag letade efter. Det enda negativa var frakt grejen.” Deltagare 4 upplevde: “Den är väldigt snygg. Den är relativt enkelt just att man kan söka i sökfältet eller gå in via drop down menyerna. Allt annat var positivt.”

Det var två deltagare som upplevdes lite mer neutrala i sina svar. Deltagare 1 beskrev den som helhet: “Jag tyckte den var modern, den funkade bra. Det var bara mycket information i navigationen tycker jag. Lite många länkar att trycka på, så man får läsa ett tag innan man hittar in liksom.” Deltagare 2 beskrev: “Den är som en vanlig hemsida. Inga speciella intryck.”

Från den erfarna gruppen upplevdes sidan som helhet mer negativt och deltagare 10 beskrev den: “Jaa, den är snygg... Men eh, inte jätte användbar. Man måste nästan förlita sig på deras sökfunktion. Dom skulle nästan kunna ta bort större delen av deras meny. Den är inte så användbar.” Deltagare 9 beskrev att: “Jag tycker att den va lite för rörig. Faktiskt. Lite... ostrukturerad på nåt sätt, känner jag. Sen var den inte riktigt.” Deltagare 7 beskrev till och med frustrerad över för många rörliga element och upplevde även: “Jag tycker att hemsidan inte gav känslan av att kläderna va i fokus”.

Deltagare 6 var mer neutral och beskrev sidan som: “Typ som vilken annan hemsida som helst. Svart och vit. Ganska tråkig”. Det var endast deltagare 8 från den erfarna gruppen som var mer positiv i sin beskrivning med att de upplevde sidan lättnavigerad som helhet: “ Bra filterfunktion, eh bra sökfunktion.”



### 3.4 Användbarhetsproblem

Resultatet från testet gällande användbarhetsproblemen beskrivs i figure 3.6. Varje problem graderades genom att multiplicera antal gånger det uppkommer med rangordningen av hur allvarligt problemet är för att enklare få en överblick över vilka de allvarligaste användbarhetsproblemen är. De fyra allvarligaste problemen vid användbarhet var först då deltagaren valde fel eller håller på att välja fel fraktnalternativ då det är otydligt vilket som ger leverans nästa dag, därefter då användaren hade problem att navigera i menyn på grund av dess breda struktur, efter det när användaren har svårt att hitta sektionen för kläder som är på rea och sen när deltagaren inte kan scrolla upp om muspekaren är på bilden.

Det allvarligaste problemet, där användarna skulle välja fraktnalternativ, visade sig vara negativt för majoriteten av deltagarna från båda grupperna. Deltagare 3 beskrev det som: Det var negativt. Det var inte det jag var ute efter. Jag höll på att köpa något jag inte ville ha. Deltagare 4 upplevde: "Ja där missförstod jag. Jag var lite snabb på att säga klar. Då hade jag valt där man fick ett helt år med snabb leverans. Det var inte krångligt, men lite otydligt att hitta chipping till nästa dag." Deltagare 10 kände att de olika sätten att välja på förvirrade och beskrev: "Nä, jag förstår inte vad det är dom vill få ut av den ena.."

Problembeskrivning:	Antal gånger det uppkommer:	Erfarna deltagare antal gånger:	O-erfarna deltagare antal gånger:	Rangordning (1-5):	Resultat:
Användaren kan inte scrolla upp om muspekaren är på bilden	3	2	1	3	9
Användaren väljer fel eller håller på att välja fel fraktnalternativ då det är otydligt vilket som ger leverans nästa dag	6	4	2	4	24
Användaren har svårt att hitta sektionen för kläder som är på REA	4	3	1	4	16
Användarens användning av sökfunktionen gav inte önskat resultat eller gav någon alternativ väg vilket resulterade i att användaren fick börja om	1	1	0	4	4
Användaren hade problem att navigera i menyn på grund av dess breda struktur	6	2	4	3	18
Användaren får problem att stänga en dropdown meny efter valet är gjort	3	0	3	2	6
Användarna upplevde att scrollfunktionen på de olika filterings funktionerna var svårnavigerad	1	1	0	2	2
Användaren kunde inte hitta alternativet för att starta videon	1	0	1	1	1

Figur 3.6. En tabell över de allvarligaste användbarhetsproblemen.

## 4 Diskussion

ISO metoden var en effektiv metod för att bejaka de mänskliga faktorerna och för att skapa en helhet till resultatet. Det har gett oss en överblick på hur deltagarna upplevde asos.com och även gett detaljerad information av tillfredsställelse hos deltagarna av den kvalitativa datan som samlades in från de semistrukturerade intervjuerna. [5] Det resultat som framkommit kan även ge upphovsmännen till hemsidan vägledning för hur de ska anpassa sin sida för bästa användbarhet för både oerfarna och erfarna kunder, då testerna har genomförts med båda grupperna och jämförts med varandra.

I en tidigare studie beskrevs det att de med mer erfarenhet av onlineshopping hade desto större inköpssumma och de var även mer benägna att avsluta köpen de hade påbörjat [7]. Detta var motsatsen till vad resultatet i denna studie visade då fler deltagare från den erfarna gruppen ej klarade av uppgiften som fokuseras på kassan, att välja leveranssätt.

Bakgrundsenkätens syfte var att identifiera deltagare som passade in i de användargrupper vi ville undersöka och på så sätt få tag på deltagare till testet. Det fanns en viss svårighet att rekrytera deltagare till den oerfarna gruppen, något som skulle kunna förklaras med att sökandet efter dem initialt skedde online och att deras närvaro online generellt, inte bara gällande online-shopping, kanske skiljer sig från den erfarna gruppens online-närvaro.

Författarna turades om att moderera testen, något som skulle kunna ha påverkat de kvalitativa resultaten från den semistrukturerade intervjun som genomfördes i slutet av varje testsession. Å andra sidan bör det inte underskattas att varje deltagare också var unik och kunde vara mer eller mindre benägen att prata och reflektera över hur de tyckte att testet gick. Testet som sådant bestod av tydliga scenarier och uppgifter som presenterades på samma sätt oavsett vem som modererade testet vilket är något som talar för att testresultaten har både reliabilitet och validitet.

Effektiviteten av hemsidan visade att antalet klick hos de erfarna användarna generellt sett högre än hos de oerfarna. Detta kan bero på att de erfarna deltagarna kände sig mer säkra och vana vid att utforska hemsidor de handlar på och därför vågade klicka mer när de hade navigationssvårigheter. De oerfarna tog generellt sett längre tid på sig med uppgifterna de utförde, det visade att de kanske var försiktigare med att testa sig fram och utforskade sidan mer genom att titta på sidan än att testa sig fram.

Resultaten gällande ändamålsenligheten visade att en del personer ej klarade av en specifik uppgift, som var tvetydig på hemsidan - att välja leveranssätt i kassan. Att ha olika vägar att nå en specifik uppgift kan ibland vara lyckat. Detta visades i uppgiften då deltagarna skulle hitta style-feeden då vissa hittade den i menyn och andra hittade den på asos

förstasida. Men det verkade som att uppgiften om leveranssätt krånglade till det för deltagarna då de olika alternativen för leveranssätt var alldeles för nära varandra och istället gjorde det onödigt komplicerat.

När det handlade om tillfredsställelse visade enkäten att skillnaden var marginell, på gränsen till icke existerande, mellan upplevd kontroll och effektivitet. Den semistrukturerade intervjun visar däremot på att de erfarna deltagarna hade en mer negativ attityd till helheten av sidan. Att attityden var mer negativ kan bero på att de var vana vid att shoppa kläder online och att asos.com inte mötte den standard som de var vana vid. En majoritet av den oerfarna gruppen beskrev i intervjun att de tyckte det var som det var fel på och lade skulden på sig själva och inte systemet. I och med att de gjorde det kan detta jämföras med resultat från en tidigare studie där oerfarna kunder oftare är mer benägna att avbryta sina köp [7]. Det kan ha att göra med att de oerfarna deltagarna upplever att hemsidan var krånglig och kände att felet låg hos dem som användare, något som även framkom i intervjuerna.

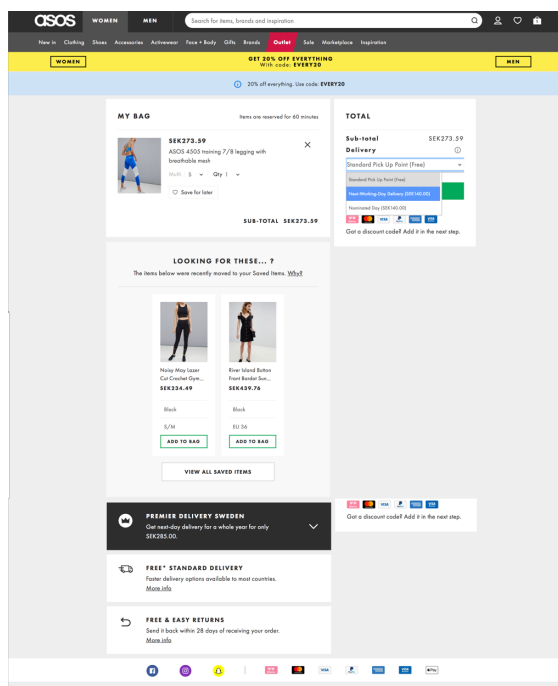
Syftet med studien var att se om det var skillnad mellan en erfaren grupp och en oerfaren grupp vid användandet av asos.com och där har resultatet visat att det fanns skillnader i effektivitet då antal klick hos den erfarna gruppen var högre än för den oerfarna och tiden hos den oerfarna gruppen var högre än för den erfarna. Detta kan då påvisa att den oerfarna gruppen tog längre tid på sig att ta in information medan den erfarna gruppen testade sig fram mer. Detta kan vara en viktig punkt för utveckling av hemsidor där fokus borde ligga på att ta hand om de erfarna användarna och samtidigt värna om de oerfarna användarna. Detta tror vi går att åstadkomma genom att utveckla ett fungerande och enkelt gränssnitt där de nya användarna får en chans att enkelt navigera sig och känna att de har kontroll i kombination med att de erfarna får en bättre tillfredsställelse genom att lösa de användbarhetsproblem som påvisats i denna studie, då den erfarna gruppen var mindre tillfredsställda med hemsidan överlag. Detta kan även kopplas ihop med en tidigare studie som visade att utseendet på en hemsida kunde påverka engagemanget hos kunderna [6].

## **4.1 Slutsats**

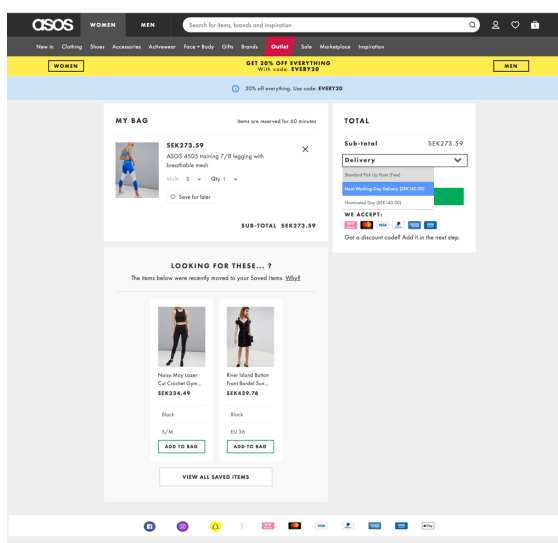
Användbarheten skiljer sig mellan en grupp av erfarna användare och en grupp av oerfarna användare gällande effektivitet och tillfredsställelse, men det är en marginell skillnad gällande ändamålsenligheten, vilket har påvisats av denna rapport.

## 4.2 Rekommendationer

Ett problem deltagarna hade var enligt figur 4.1 i kassasystemet att det fanns två olika fält med leveranssätt som förvirrade deltagarna både i den erfarna och den oerfarna gruppen. Den första förändringen som rekommenderas var att förenkla sidan genom att ta bort leveransalternativen längre ned på sidan och därefter göra dropdown menyn med leveranssätt mer förståelig genom att användaren kan välja ett alternativ i dropdownmenyn än att det ska vara ett förvalt som ej förstås direkt av användaren som ett leveransalternativ. Om deltagaren ej valt något alternativ kan en feedback visas då ramen runt om leveransrutan blir röd, se figur 4.2.

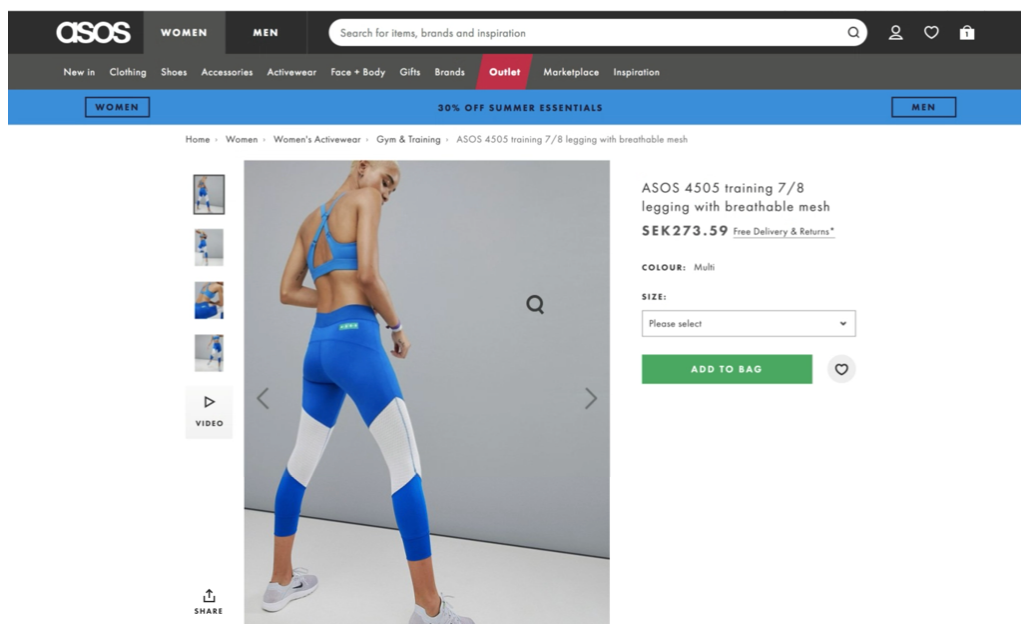


Figur 4.1. Leveransval före.

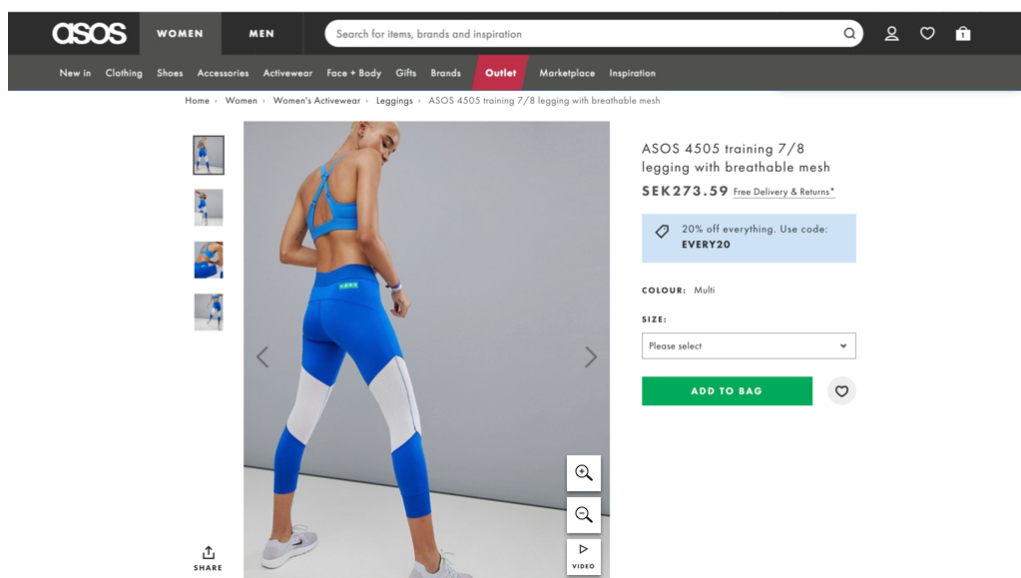


Figur 4.2. Leveransval efter.

Det andra problemet många deltagare hade var att den automatiska zoomen i bilden störde deltagaren att ej kunna scrolla ned på sidan om musen hamnade ovanpå bilden, se figur 4.3. Vår rekommendation på detta problem är att, enligt figur 4.4, använda oss av zoom knappar där deltagaren kan istället trycka för att inte störa scrollfunktionen överlag på sidan. Eftersom en deltagare även hade problem att hitta video knappen då närhet-sprincipen ej tillämpades lade vi även till video knappen i bilden för att få användaren att se att de hör ihop och att den funktionen finns, se figur 4.4.

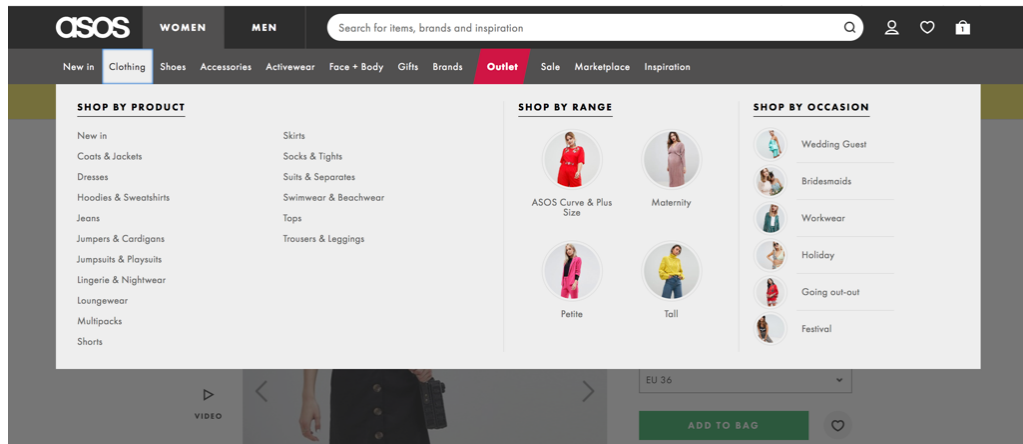


Figur 4.3. Zoomverktyg före.

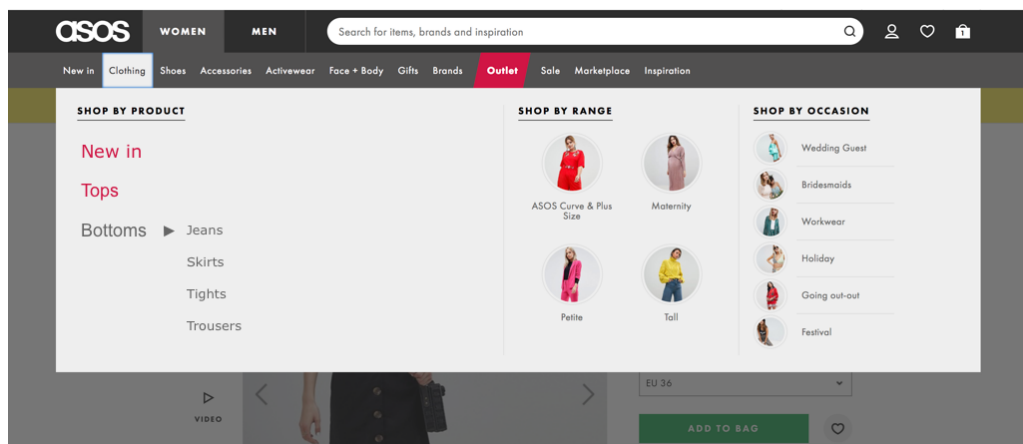


Figur 4.4. Zoomverktyg efter.

Det tredje problemet vi rekommenderar är att förändra menyns upplägg då flertalet deltagare upplevde menyn ineffektiv och svår att tolka, se figur 4.5. de förändringar vi upplever kan förändra detta är att dela upp de olika valen i menyn till underkategorier för att få en mer strukturerad valbarhet hos användaren, se figur 4.6.



Figur 4.5. Menyval före.



Figur 4.6. Menyval efter.

# Referenser

- [1] Ranganathan C, Grandon E An exploratory examination of factors affecting online sales. Journal of computer information system. University of Illinois, Chicago. Spring 2002 sid 87-93
- [2] Najjar JL. Designing E-commerce User Interfaces. Handbook of Human Factors in Web Design.. Boca Raton. London and New York. 2011 2 ed. sidor 587-598
- [3] Schulze K, Krömker H. A Framework to Measure User Experience of Interactive Online Products.. Proceeding of Measuring Behavior. Eindhoven Nederländerna. 2010 sid 24-27
- [4] Bevan N, Carter J, Harker S. ISO 9241-11 revised: What have we learnt about usability since 1998? Human-Computer Interaction, Part 1, HCII 2015, LNCS 9169. Los Angeles, USA. 2015 sid 143-151
- [5] Maguire M. Using human factors standards to support user experience and agile design. In: Stephanidis, C. and Antonia, M. (eds.). Proceedings of 2013 7th International UAHCI Conference, HCI International. Las Vegas, USA. 2013 sid 185-194.
- [6] European Committee for Standardization. Bryssel. 1998. Ergonomiska krav på kontorsarbete med bildskärmar (VDTs)– Del 11: Riktlinjer för användbarhet (ISO 9241-11:1998). Central Secretariat: rue de Stassart 36, B-1050 BRUSSELS.
- [7] Zhou L, Dai L, Zhang D. Online shopping Acceptance model. Journal of Electronic Commerce Research, ed 8. no1. University of Maryland Baltimore County. 2007 sid 41-62
- [8] Chung-Hoon Park, Young-Gul Kim. Identifying key factors affecting consumer purchase behavior in an online shopping context", International Journal of Retail and Distribution Management. Vol. 31: Issue 1. 2003. sid 16-29.
- [9] ASOS. About. ASOS 2018 [2018-05-09]. Tillgänglig på: <http://www.asos.com/about/>
- [10] Rubin, J. Chisnell, D. Handbook of usability testing: How to plan, design, and conduct effective tests. 2 ed. Indianapolis, USA: Wiley Pub. 2008
- [11] EPN.se. [Internet] Stockholm: Lagen om etikprovning; 2003:460. Etikprovningssamfunderna. [citerad 24 maj 2018]. Hämtad från: <https://www.epn.se/start/bakgrund-och-bestaemmelser/>
- [12] Nielsen J, Clemmensen T, Yissing C. Getting access to what goes on in people's heads. - Reflections on the think-aloud technique. I Proceedings of NordiCHI 10/02. Aarhus, Denmark: ACM. 2002 sid 101-110
- [13] Tonnquist, B. Projektledning. 6 ed. Stockholm: Sanoma Utbildning; 2016. ISBN: 9789152336120

# A Medgivarenkät

University: Stockholms Universitet

Course: Utvärderingsmetoder

User Identification Number for this trial: Användare .....

---

## CONSENT FORM

---

Title of Project: Projektarbete Grupp 9

Name of Group Members: Sofia Englund, Linn Jansson och Karolin Pettersson

1. I confirm that I have read and understand the information sheet dated .....  
for the above study. I have had the opportunity to consider the information, ask questions and  
have had these answered satisfactorily.

☐

2. I understand that my participation is voluntary and that I am free to withdraw at any time  
without giving any reason. After the study has finished you may reach us on the contact  
information found on page 2 (2).

☐

3. I understand that relevant sections of my answers in this test may be looked at by individuals in  
the course Utvärderingsmetoder at Stockholms Universitet VT -18 in which I will be anonymous.  
I give permission for these individuals to have access to test results I have during this study.

☐

4. I agree to video record my interaction with the computer screen and my voice during the whole  
test that will be a maximum of one hour. I understand that my interactions with the computer  
screen and my voice can be shown within the frame of the course Utvärderingsmetoder at  
Stockholms Universitet VT -18.

☐

5. I agree to take part in the above study.

☐

\_\_\_\_\_  
Name of one of the Group Members

\_\_\_\_\_  
Date

\_\_\_\_\_  
Signature

\_\_\_\_\_  
Name of Person taking consent

\_\_\_\_\_  
Date

\_\_\_\_\_  
Signature

Figur A.1. En medgivarenkät alla deltagare fick fylla i innan testet startade.



## B Frågor under testet

### Frågor under testet

Sätt ett kryss på varje påstående.

1 = Håller inte alls med

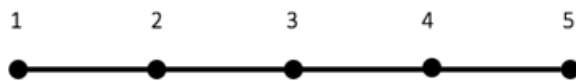
2 = Håller delvis med

3 = Varken eller

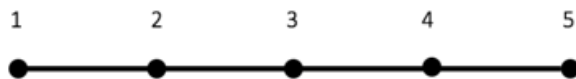
4 = Håller till stor del med

5 = Håller med fullständigt

Jag kände att jag hade kontroll när jag gjort uppgiften



Jag kände att jag kunde gjort uppgiften på ett mer effektivt sätt



Kommentarer:

A large empty rectangular box with a thin black border, intended for the respondent to write their comments.

Figur B.1. En enkät som fylldes i efter varje uppgift avklarades.

## C Intervjuer

### C.1 Deltagare 1 (oerfaren)

Moderator: Så då tänkte jag bara fråga dig lite frågor. Hur upplevde du uppgift ett? Deltagare: Uppgift ett vilken var det?

Moderator: Jag ska läsa för dig.

Ja nya byxor, röda byxor. Spara detta plagg i favoritfunktion och lägg sedan plagget i kassan.

Deltagare: Ja jag tyckte att jag skulle få fler röda byxor när jag tryckte på röda byxor, så kom det massa blå byxor istället.

Moderator: Är det något mer du vill tillägga på det?

Deltagare: Nej.

Moderator: Hur upplevde du uppgift två? Som var att du inte hade råd med byxorna och skulle beställa en grå hoodie på rea. Med polyester och lägga den i kassan och ta bort de röda byxorna.

Deltagare: Jag tyckte det var svårt att veta om det var polyester eller inte. Men jag hittade ju en hoodie. Men det var svårt först att bläddra i menyn för att få fram en tyckte jag.

Moderator: Tackar! Och hur upplevde du uppgift tre? Scenariot är att du inser att du behöver ha din hoodie omgående. Kolla vad det kostar för att få den nästa dag.

Deltagare: Det var ganska straight forward, tyckte jag. Däremot fattade jag inte den där års grejen de hade för att betala för att få. Jag blandade ihop den med att man skulle få göra det på det här köpet, men det var en sån här årsförbrukning för snabbare shipping.

Moderator: Tack så mycket! Hur upplevde du uppgift fyra? Då scenariot handlar om ett par löparbyxor med Asos 4595 och starta videon.

Deltagare: Jag trodde det var ett artikelnummer 4505, men det visade sig vara ett märke för något slags klädmärke. Jag trodde jag skulle få en träff med ett par byxor, men jag massor så jag fick bläddra ett tag innan jag hittade ett par byxor.

Moderator: Hur upplevde du uppgift fem när det handlade om att få inspiration till att köpa ett plagg genom att hitta en intressant artikel genom style feed?

Deltagare: Men det var ganska enkelt tyckte jag, det var bara att gå tillbaka och hitta den delen av sidan, första sidan.

Moderator: Det tyckte du va enkelt.

Deltagare: Mm.

Moderator: Det va inget krångligheter att veta vad style feed var.

Men du uppfattade att du skulle ned på sidan, hur förstod du det?

Deltagare: Jag letade efter en rubrik med style feed. Men det var ingen längst uppe på

sidan så jag bläddrade ner och hittade den.

Moderator: Vad fick du för intryck av hemsidan?

Deltagare: Jag tyckte den var modern, den funkade bra. Det var bara mycket information i navigationen tycker jag. Lite många länkar att trycka på, så man får läsa ett tag innan man hittar in liksom.

Moderator: Inget att tillägga där?

Moderator: Tycker du att något borde ändras så det skulle vara enklare att förstå?

Deltagare: Ja jag tycker att de skulle göra navigationen enklare. Kanske att använda bilder och ikoner istället. Det är lite mycket text för att. Det blir för mycket att läsa igenom. Det är som att läsa en hel rad i en bok, för att man hittar det man ska.

Moderator: Är det menyn du pratar om då. Är det något mer du upplevde?

Deltagare: Av det som jag har tittat på?

Moderator: Så att det skulle vara enklare för dig att förstå. Är det något du vill ändra mer på, än menyvalen så att skulle vara enklare där?

Moderator: Några andra kommentarer som vi inte berört som du upplevt?

Deltagare: Inte som jag kan komma på.

## **C.2 Deltagare 2 (oerfaren)**

Moderator: Bra då har vi lite frågor här. Då startar vi intervjun.

Moderator: Hur upplevde du uppgift ett? Var det svårt eller var det lätt

Deltagare: Det var lätt, bra sökfunktion. Det gick fort.

Moderator: Det var det att lägga nya byxor ett par röda i kassan. Du tyckte det funkade bra?

Deltagare: Ja, det var onödigt att gilla den först men det var väl bra att spara på en på lista och köpa sen.

Moderator: Precis. Hur upplevde du uppgift två.

Deltagare: Två, att ta bort dom och gå till lägga in tröjan. Ja det var inte så svårt. Det var bara att kryssa och sen så söka igen. Men det var svårt att hitta material i kläderna.

Moderator: Vad var det som var svårt med det då?

Deltagare: Det var så undantaget. Man var tvungen att trycka in på plagget och sedan in på förstoring och visa mer. Det är lättare att ha materialet stående där du går in så det står direkt.

Moderator: Var det något mer du upplevde på uppgift två?

Deltagare: Nej

Moderator: Hur upplevde du uppgift tre då, det var om det när du skulle betala frakten.

Deltagare: Det var jättelätt.

Moderator: Det gick snabbt. Då hade du kanske lärt dig kassan?

Deltagare: Ja eller jag visste ju då kassa symbolen var tydlig, sen var det tydligt var man skulle välja leverans.

Moderator: Hur upplevde du uppgift fyra?

Deltagare: Löparbyxor. Det var också lätt. Gå på användarlistan, gå på activewear och sedan söka fram byxor.

Moderator: Och du tyckte det var bra menyvalen.

Deltagare: Ja Moderator: Men du förstod också märket, eller hur tänkte du när vi skrivit ASOS 4505?

Deltagare: Det såg man när man går in på menyn och när man väljer brands så står det i brands.

Moderator: Hur upplevde du uppgift 5.

Deltagare: Uppgift 5, det borde jag komma ihåg.

Moderator: Nej då. Det var style feed att hitta artikel från första sidan.

Deltagare: Det var onödigt att gå från första sidan. När man börjar på första sidan är det lätt att scrolla. Sen fungerar listen också bra där om man är inne på sidan.

Moderator: Något du upplevde mer på den uppgiften?

Deltagare: Nej

Moderator: Vad fick du för intryck från hemsidan?

Deltagare: Den är som en vanlig hemsida. Inga speciella intryck.

Moderator: Tyckte du den var lätt att följa och lätt att hitta. Ingenting du fastnade på.

Deltagare: Inget mer än där man hittade klädes materialet, men det löste ju sig.

Moderator: Tyckte du att något borde ändras så att det skulle vara enklare att förstå?

Deltagare: Nej, jag tyckte att den var enkel att förstå.

Moderator: Du tyckte att den väldigt användbar och funktionell.

Moderator: Vad hade du för känslor när du använde sidan? Vad hade du för upplevelse?

Deltagare: Ingen särskild. Det var som vilken sida som helt.

Moderator: Har du några andra kommentarer som vi inte har tagit upp?

Deltagare: Dåligt utbud med röda byxor.

Moderator: Sortimentet borde ändras?

Deltagare: Ja

Moderator: Upplevde du någon kontroll och du tyckte den var effektiv?

Deltagare: Ja.

### **C.3 Deltagare 3 (oerfaren)**

Moderator: Tänkte jag fråga dig lite frågor i intervjun. Hur upplevde uppgift ett?

Deltagare: Uppgift ett var.

Moderator: Som var när du vill ha ett par nya röda byxor som du skulle lägga i favorit-funktion och sen i kassan.

Deltagare: Jag tyckte det var väldigt enkelt. Det var liksom inga krångligheter. Det var bara att färgsortera.

Moderator: Var det något i flödet som du tyckte var krångligt, användbarhet eller svårt att hitta.

Deltagare: Inte vad jag kan komma på nej.

Moderator: Upplevde du det effektivt

Deltagare: Ja

Moderator: Kände du att du hade kontroll.

Deltagare: Ja.

Moderator: Vad hade du för känsla när du utförde uppgiften, positivt eller negativt.

Deltagare: Det var positivt det fanns ganska många alternativ på filter att lägga på söknin-gen.

Moderator: Hur upplevde du uppgift två. Och det var när du inte hade råd med byxor och du köpte en grå hoodie på rea som innehållande polyester och lägga den i kassan och ta bort de röda byxorna.

Deltagare: Jag insåg nu att jag glömde att titta efter polyester i materialet, men det är nog bara min klantighet. Men det stod inte tydligt nog att jag lade märke till det utan att ha det i åtanke att aktivt leta efter det, passivt dök det inte upp.

Moderator: Om vi går in på sidan. Tyckte du att det var lätt att hitta. Gå in på den igen så tittar du var du skulle kunna se det någonstans.

Deltagare: Här var det den jag tryckte på förut. Ja här är polyester. Jag tycker att det är ganska dåligt att man ska behöva trycka på show more för att man ska kunna se det. Det skapar bara mer typ laggande grafik. Men det var lätt att hitta en grå hoodie. Men det var mindre lätt att hitta polyester. Det var väldigt enkelt att ta bort de grå eller röda byxorna.

Moderator: Hur upplevde du uppgift tre som handlade om då du ville ha din hoodie omgående och du skulle gå in på next working day delivery i kassan och se.

Deltagare: Den gick ju struligare. Först var det som kanske var en bugg eller inte, men efter det när jag hittade rätt fanns informationen på två olika ställen. Det fanns en på shipping hela året, jag vet inte vad som var vad på ett ställe. Vilket jag trodde först var det som gällde. Sen senare kunde jag se att det var helt på andra sidan sidan, andra sidan skärmen. Fanns det som gällde för just den här leveransen. Det var lite, skulle jag hamna i en brådska skulle bli lätt fel iallafall.

Moderator: Var det svårt att se just var det var du skulle fylla i.

Deltagare: Ja precis den som gällde hela året, den rutan var större än det som skulle skeppas nu. Det blir ju i fel ordning. Det borde vara viktigast störst.

Moderator: Är det något du vill tillägga?

Deltagare: Nej

Moderator: Tyckte du att det var effektivt?

Deltagare: Nej det gick inte så effektivt då jag höll på att köpa helt fel tjänst. Och var tvungen att lusläsa och se att det stämmer ju inte.

Moderator: Kände du att du hade kontroll?

Deltagare: Någorlunda, men inte jättebra då jag höll på att ta helt fel alternativt.

Moderator: Upplevde du det positivt eller negativt?

Deltagare: Det var negativt. Det var inte det jag var ute efter. Jag höll på att köpa något jag inte ville ha.

Moderator: Du blev styrd åt något du inte ville?

Deltagare: Ja.

Moderator: Hur upplevde du uppgift fyra som handlade om att du skulle välja löparbyxor med asos 4505 och starta videon.

Deltagare: Det gick ju ganska bra. Jag gick ju in på kläder först och det känns ju lite, om jag hade designat sidan hade jag haft nästan haft activewear under, som en subkategori till kläder. För det är som att man tänker dem som kläder, inte bara träningskläder. Män tänker inte dem som helt olika saker. Då gick jag in fel först och gick in bland kläder efter träningskläder. Sen när jag såg senare att det fanns en helt egen kategori då gick det enkelt.

Moderator: Upplevde du någon kontroll under den här uppgiften.

Deltagare: Ja, för det allra mesta.

Moderator: Kändes det effektivt.

Deltagare: Ja, det var kanske inte effektivt första gången för mig. Men nästa gång jag

handlar kommer jag veta att den finns på active wear. Då blir det inget konstigt längre.  
Moderator: Kände du att du blev positivt eller negativt överraskad av den här uppgiften.  
Deltagare: Ingetdera egentligen. Kanske mera åt den positiva sidan.

Moderator: Hur upplevde du uppgift fem som handlade om att du ville ha inspiration till att köpa ett plagg och gå in på style feed för att öppna artikeln.

Deltagare: Det var inte helt lätt att hitta style feed. Man var tvungen att gå till första sidan och sen dyker det upp kläder så man behövde scrolla ned för att hitta style feed. Jag tyckte att det vore enklare att hitta om man behövde inspiration med en egen avdelning för det som det var där uppe på meny.

Moderator: Det som är att det finns det.

Deltagare: Inspiration, ja. Så det fanns där. Jag letade efter style feed specifikt. Då kom jag inte att tänka på det. Då är det vettigt så. För mig som inte visste att det fanns fyra olika inspirations sorter och visste bara om style feed så var det svårt att hitta.

Moderator: Vad tycker du om titeln style feed?

Deltagare: Bra, det förklarar sig självt vad det är i namnet. Den är tydlig. Det är två stavelser så det är liksom.

Moderator: Det var alltså inte det som var problemet, utan problemet var att det var längre ned på sidan och att du inte förstod kopplingen med inspiration eller?

Deltagare: Ja det var det. Precis. Hade det varit högre upp på sidan hade det varit enklare att hitta till den.

Moderator: Och mer konkret i menyn eller?

Deltagare: Hade det stått style feed rakt av eller om det hade hetat inspiration, style feed.

Moderator: Vad fick du för intryck av hemsidan. Deltagare: För det allra mesta bra. Känns som det mesta borde funka vid det andra försöker om inte tidigare.

Moderator: Men du känner att man behöver öva för att förstå den.

Deltagare: På det där med frakten ja. Och på det med activewear, det var enklare och blev tydlig sen när man vet det. Men det var inte det första jag tänkte på att det skulle vara där i en egen kategori. Inga svårigheter om man ska handla mer än en gång. Men förstå gången kan vara lite struligt.

Moderator: Känner du att hemsidan som helhet är effektiv?

Deltagare: Jag det tycker jag, det var bra filter funktioner så att jag kunde väldigt snabbt bli av med det jag inte ville se. Det var bra sätt att spara tid på.

Moderator: Upplevde du någon kontroll.

Deltagare: Ja effektiv är att ha kontroll.

Moderator: Hur upplevde du sidan i allmänhet positiv eller negativ.

Deltagare: Positiv. Det var enkelt att hitta plagget jag letade efter. Det enda negativa var frakt grejen. Allt annat var positivt. Har du några andra kommentarer vi inte har upplyst eller berört.

Moderator: Tyckte du att något borde ändras så att det skulle vara enklare att förstå?

Deltagare: Att kolla materialet att behöva trycka på show more. När man har ett plagg uppe. Det hade bara kunnat stå tydligare och sedan hade man inte behövt knappen show more.

Moderator: Det hade kanske bara stått rakt av att man bara hade scrollat ned eller behövdes det tas bort information.

Deltagare: Det hade varit bättre med stiliserad grafik så det blir mindre laddning att bara dra upp texten lite snabbt. Text går ju snabbt att ladda, men ska man göra om det till någon snygg grafik med texten som en show more knapp gör ju att det tar tid och det är

ju frustrerande om någonting, när något tar onödig tid. Moderator: Något mer. Känner du dig klar. Deltagare: Jag känner mig klar.

## C.4 Deltagare 4 (oerfaren)

Moderator: Då ska vi fortsätta med en intervju. Då ska du svara på hur du kände och vad du tänker. Hur upplevde du uppgift 1, som handlade om att du skulle lägga i ett par röda byxor i favoritfunktion och sedan i kassan?

Deltagare: Det var enkelt, jag tänkte att jag kunde ha gjort det enklare. Jag gick via kategori istället för att söka. Så jag tänker att det hade varit enklare om jag hade sökt.

Moderator: så du tror att sökningen hade hjälpt dig bättre. Tycker du att den behöver vara tydligare på något vis.

Deltagare: Jag tänkte bara inte på det. Jag tänkte mer att jag delar upp det via kategori där det är enklare att börja med byxor och sedan färg och så. Men jag hade lika gärna kunnat söka red pants.

Moderator: Det är olika hur man gör. Den väg du valde, vad var det som störde dig där?

Deltagare: När jag tänker byxor tänker jag inte jeans spontant. Utan det kan ju finnas andra, så jag kunde kunna söka på trousers. Men jag tog jeans direkt. Jag tänker att man skulle kunna dela upp det istället för att ha alltså så att det är coats, jackets, dresses så man kunde ha nederdelar och överdelar uppdelat så istället, det skulle göra det enklare om man söker på det här sättet.

Moderator: Ja, jag förstår vad du menar. Upplevde du att det var effektivt det du gjorde?

Deltagare: Jag kunde varit effektivare tänker jag.

Moderator: Hade du föredragit söka i sökfältet än i menyn.

Deltagare: Som kund hade jag nog föredragit att söka i menyn och klicka mig in dit istället för att söka.

Moderator: Skulle den behöva vara tydligare då med uppdelningen då av underdel och överdel.

Deltagare: Ja precis.

Moderator: Upplevde du kontroll i den här uppgiften.

Deltagare: Ja, det tycker jag.

Moderator: Tycker du att det är bra att det finns två olika sätt.

Deltagare: Det kan vara enklare för personer som vet vilket märke eller vad produkten heter och kan söka i sökfältet istället för att välja utifrån kategorier. När man bara letar efter något för att se vad som finns så är det enklare att söka via drop down menyerna.

Moderator: Upplevde du det du gjorde positivt eller negativt.

Deltagare: Positivt.

Moderator: Hur upplevde uppgift två och då handlade om att inte ha råd med byxorna gå in på en grå hoodie på rea med polyester lägga till i kassan och ta bort de röda byxorna.

Deltagare: Jag tyckte det var väldigt enkelt. Rea fliken var ju röd så det var enkelt att hitta dit. Men även där hade jag kunnat söka fram produkten. Jag vet inte om man kan lägga till outlet i sökningen. Men jag tyckte det var väldigt enkelt via menyerna.

Moderator: Upplevde du någon kontroll i den uppgiften.

Deltagare: Jag det tycker jag, det var ju väldigt enkelt. Det var inte jättemycket produkter i just hoodie kategorin. Hade det varit fler hade jag nog upplevt mer kontroll. Nu fanns det en att välja på som var grå. Det gjorde det väldigt enkelt och kändes som att man hade kontroll. Och effektivt.

Moderator: Upplevde du det positivt eller negativt.

Deltagare: Positivt. Just för att det var så enkelt och tydligt att hitta det jag ville ha. Så det var bra.

Moderator: Hur upplevde du uppgift tre som var att du skulle kolla att du skulle få det nästa dag i kassa. Deltagare: Ja där missförstod jag. Jag var lite snabb på att säga klar. Då hade jag valt där man fick ett helt år med snabb leverans. Det var inte krångligt, men lite otydligt att hitta chipping till nästa dag.

Moderator: Vad upplevde du var krångligt. Var det missvisande att det var två olika?

Deltagare: Det fanns en meny under betala och sen fanns det ens när man scrollade ner. Antingen att de väljer att inte ha informationen på två ställen eller göra det mycket tydligare. Men det var lite förvirrande tycker jag.

Moderator: Upplevelse av kontroll Deltagare: Det var lite lägre här tycker jag. Inte lika mycket kontroll då det var svårt att hitta.

Moderator: Effektivitet?

Deltagare: Inte så effektivt.

Moderator: Positivt eller negativt.

Deltagare: Den var lite mer krånglig så mer åt det negativa hållet.

Moderator: Hur upplevde du uppgift fyra som var löparbyxor märket Asos 4505 och där du skulle starta en video.

Deltagare: Där provade jag att använda sökfältet i och med att jag visste vilket märke det var. Det var väldigt smidigt men då kunde jag lägga till att det var running pants eller sport leggings eller sån. För nu fick jag upp alla deras aktiva wears och det fanns toppar och allting där. Så jag kunde ha tänkt mer effektivt och specificerat ännu mer. Men jag visste inte vad som ingick i deras märke. Men det gick ganska effektivt ändå. Tycker jag.

Moderator: starta videon också.

Deltagare: Ja det var väldigt enkelt. Stor video icon. Enkelt att hitta.

Moderator: Upplevd kontroll.

Deltagare: Rätt hög ändå.

Moderator: Effektivt?

Deltagare: Rätt effektivt också.

Moderator: Upplevde du det positivt eller negativt.

Deltagare: Positivt, de var väldigt enkelt att få träff på märket. Har man ett favoritmärke så kan man ju ska på det och få upp alla träffar väldigt smidigt, så det var bra.

Moderator: Hur upplevde du uppgift fem?

Deltagare: Den var? Moderator: När du ville ha inspiration till att köpa ett plagg och du gick in på style feed och öppna artikeln.

Deltagare: Det var väldigt enkelt. Smidigt att ha med just inspiration och lite mer editorial för att om man inte vad vad man är ute efter så är det väldigt bra att bli inspirerad så det var väldigt positivt. Moderator: Upplevde du kontroll.

Deltagare: Ja det tycker jag. Just att få fyra olika artiklar på en och samma gång man kunde se, då kunde man verkligen välja vad man är intresserad av och klicka på det direkt. Så väldigt tydligt, det fanns ju väldigt många olika stilar i de fyra artiklarna.

Moderator: Effektivt?

Deltagare: Ja effektivt också.

Moderator: Positivt eller negativt?

Deltagare: Positivt.

Moderator: Vad fick du för intryck på hemsidan, som helhet.



Deltagare: den är väldigt snygg. Den är relativt enkelt just att man kan söka i sökfältet eller gå in via drop down menyerna.

Moderator: Tyckte du att något borde ändras så att det skulle vara enklare att förstå?

Deltagare: Men kategorierna kunde vara lite bättre kanske. De har ju Shop by product, by range och occasion. Du kunde man ha product att de var uppdelade i över underdel utomhus något sådant. Men överlag är det en väldigt lättförståelig hemsida ändå. Förstå när man skulle favorisera någon, de röda byxorna. Det var väldigt enkelt när man trycker favorit är det ett hjärta. Logisk tycker jag.

Moderator: Upplevde du kontroll på hemsidan som helhet?

Deltagare: Ja det tycker jag att man har. När man kan välja mellan. Man kan söka på olika sätt man kan kolla i style feed för inspiration, man kan söka fram om man vet vad det är vad man vill ha eller gå in via kategorier. Så det tycker jag, det har man.

Moderator: Effektivitet?

Deltagare: Det beror lite på. Just att hitta shipping och sånt från en dag till det andra var förvirrande. Men annars var det väldigt enkelt. Så det var effektivt.

Moderator: Några andra kommentarer som vi inte berört.

Deltagare: Inte vad jag kan komma på spontant.

## C.5 Deltagare 5 (oerfaren)

Moderator: Hur upplevde du uppgift ett där scenariot vara att köpa nya byxor, du skulle välja storlek lägga det i favoritfunktion och sedan i kassan.

Deltagare: det var inga konstigheter. Det var bara i början när jag skulle klicka på, välja women så gick det typ inte att trycka på. Det hände ingenting och jag trodde det var mig det var fel på. Men det var det ju inte.

Moderator: upplevde du kontroll?

Deltagare: Ja, det måste jag säga att jag kände.

Moderator: Även i den situationen du var med om i början?

Deltagare: Nej inte då nej.

Moderator: Varför kände du inte kontroll där då?

Deltagare: För att jag inte fattade var det var för fel.

Moderator: Kändes det som att det var fel på dig istället för systemet?

Deltagare: Ja.

Moderator: Upplevde du det effektivt?

Deltagare: Ja det var inga konstigheter. Men jag skulle ju ha ett par röda byxor men det fanns ju bara jeans i byxväg som kategori. Det behöver inte vara så att det är fel på hemsidan eller så.

Moderator: Gå och kolla om det finns andra kategorier än bara jeans. (Deltagaren tittar på sidan i menyn) Deltagare: Nej där fanns det ju. Det låg ju längst ner. Då var det mig det var fel på.

Moderator: Upplevde du uppgiften positiv eller negativt?

Deltagare: Det kändes smidigt att välja storlek och jag förstod direkt vad det var jag skulle välja som favorit. Det var inga konstigheter att lägga i kassakorgen.

Moderator: Hur upplevde uppgift två då där du inte hade råd och tog en grå hoodie på rea i polyester istället för de röda byxorna?

Deltagare: Det var lätt att hitta hoodien och det var hyfsat lätta att hitta att det innehöll polyester, men det var väldigt rörigt just med all texten som var där. Det kändes inte som

att det var strukturerat tydligt med kategorier.

Moderator: Vad tyckte du med att du fick trycka på en knapp där show me more.

Deltagare: Det var inge konstigt. det tycker jag bara kan vara bra.

Moderator: Vad det några andra svårigheter med den uppgiften?

Deltagare: Det var lätt att gå till kassan och ta bort byxorna.

Moderator: upplevde du kontroll.

Deltagare: Ja jag upplevde att jag hade kontroll i uppgiften.

Moderator: Och att den var effektiv?

Deltagare: Mmm.

Moderator: Vad var det du kände att du hade kontroll över?

Deltagare: Allting gick smidigt och det var samma med effektiviteten också. Förutom att det var rörigt med texten.

Moderator: Upplevde du uppgiften positiv eller negativt?

Deltagare: Positivt.

Moderator: Hur upplevde du uppgift tre som handlade om att du ville ha hoodien omgående och kolla hur mycket det skulle kosta för att få din beställning nästa dag, next working day delivery.

Deltagare: Det var svårt. Jag blev förvirrad över att det inte stod totalsumman när jag valde leverans. Det var inge bra. Det var varken effektivt och jag kände att jag inte hade kontroll.

Moderator: Hur upplevde du det var att hitta next working day delivery?

Deltagare: Det var ändå ganska lätt.

Moderator: Men du upplevde att du inte fick informationen om hur mycket det skulle kosta sammanlagt.

Deltagare: Uppgiften var väl att hitta vad det skulle kosta med den leveransen? Jag fick ju fram vad leveransen skulle kosta och vad hoodien skulle kosta, men inte det totala.

Moderator: Upplevde du kontroll?

Deltagare: Nej det gjorde jag inte då riktigt.

Moderator: Upplevde du att uppgiften var effektivt.

Deltagare: Nej, Det var effektivt fram till det att jag skulle se totalsumman för det var ganska lätt att hitta.

Moderator: Så det var totalsumman som gjorde att du inte upplevde kontroll och effektivitet.

Deltagare: Ja exakt så.

Moderator: Upplevde du uppgiften positiv eller negativ.

Deltagare: Negativ.

Moderator: Hur upplevde du uppgift fyra?

Deltagare: Vad var det för någon. Moderator: Scenariot var att hitta löparbyxor ASOS 4505 och starta videon för plagget.

Deltagare: Det var en negativ upplevelse. Det var ganska lätt fram tills jag skulle starta videon. Då började jag leta och tänkte att video kanske finns någon annanstans för att jag hittade inte video-knappen. Så började jag ju leta runt. Sen när jag gick tillbaka igen då hittade jag den ju, men då tittade jag verkligen noga efter den. Det var svårt för att den var så lite och färglös, hade den varit större hade det varit mycket lättare.

Moderator: Upplevde du någon kontroll då?

Deltagare: Nej det gjorde jag inte. På grund av att jag inte hittade knappen.

Moderator: Hade den varit bättre på ett annat ställe så du hade förstått lättare.

Deltagare: Jag tänker om det hade varit som det brukar vara. Som en stillbild med en

play-knapp på. Att man kan trycka därpå, d fattar man att det är en play-knapp på. Nu var det bara en grå ruta som man kunde playa på.

Moderator: Effektivitet då?

Deltagare: Inte så effektivt eftersom det tog så lång tid att hitta den där knappen. Och där kände jag verkligen inte att det var mig det var fel på.

Moderator: Som sagt så testar vi systemet.

Deltagare: Det var systemet det är fel på.

Moderator: Var det något mer du ville säga om det.

Deltagare: Nej

Moderator: Hur upplevde du uppgift fem som handlade om du ville ha inspiration när du skulle köpa ett plagg och gå in på intressant artikel under style feed och öppna artikeln.

Deltagare: Det var super enkelt. Inga konstigheter. Det var både effektivt och jag kände att jag hade kontroll.

Moderator: Märkte du att det fanns andra vägar, eller fanns det bara en.

Deltagare: Du menar under fliken med inspiration den var jag inne och letade i innan. Så den visste jag ju att den fanns. Jag letade ju där när jag skulle hitta videon.

Moderator: Men du upplevde det praktiskt. Vilken väg skulle du valt om du starta från ingenstans. Skulle du gått från första sidan eller skulle du valt från menyval.

Deltagare: Då hade jag gått från menyval då det står klart och tydligt inspiration.

Moderator: Upplevde du uppgiften positiv eller negativ.

Deltagare: Positiv.

Moderator: Vad fick du för intryck från hemsidan som helhet?

Deltagare: Jag fick ett positivt intryck för det kändes som mycket blandade människor, många inkluderade. Sánt tänker jag mycket på när det kommer till bilder med modeller. Så får jag gå till förstasidan. Jag tänkte på den allra första bilden. En bild på ett gäng som hade sportkläder på sig i början. Snygg hemsida. Fina bilder och den känns ju väldigt tydlig och den känns trevlig att vara på den.

Moderator: Och användbarheten då, hur upplevde du det i helhet på hemsidan.

Deltagare: Förlåt användbarhet?

Moderator: Inte bara att den var ytligt snygg utan mer hur du gick in och använde den. Kändes det som att allt var logisk?

Deltagare: Det var väldigt logiskt när jag gick in och beställde byxor och gör det här då var det ju enkelt.

Moderator: Upplevde du att du såg allt i menyn och allt var klart vad du skulle göra och hitta allting. Även på byxor som du pratade om tidigare.

Deltagare: Men det var ju faktiskt jag som missade det. det står ju klart och tydligt i bokstavsordning. Så det var ju jag som missade det.

Moderator: Tycker du att menyn är komplett för att du ska hitta det du behöver eller tar det tid på dig att försöka fundera ut hur den funkar.

Deltagare: Nej det kändes att jag fattade ganska direkt.

Moderator: Men jag tänkte att du fastnade på att du bara såg jeans.

Deltagare: det kanske ha skulle ha varit större text eller kanske någon bild också. Ja det kanske skulle ha varit tydligare.

Moderator: Jag tänkte bara på att du fastnade på det. Men helhet upplevde du att den var logisk och användbar annars.

Deltagare: Ja.

Moderator: Upplevde du kontroll som helhet på sidan och effektivitet.

Deltagare: Ja i helhet , bortsett från det jag har berättat om.

Moderator: Positivt eller negativt som helhet på sidan.

Deltagare: Positivt.

Moderator: Tycker du att något borde ändras så att den skulle vara enklare att förstå.

Deltagare: Ja men det där med beskrivning om plaggen. Dr man går in för att kolla information om plagget. Det skulle kunnas göras tydligare så att det inte blir så rörigt. Ja såklart det där med videon.

Moderator: Då ville du att bilden såg ut som en video.

Deltagare: Ja, och det med leverans. Att man kan se totalsumman.

Moderator: Var skulle det stå då om du skulle vilja se det.

Deltagare: Såsom det står, men att det räknar ut totalsumman. Det är tydligt att subtotalen står där. Men man kanske är mest van vid att summan är längst ned. Men det är ju ingen annan summa. Här står det också subtotal, det står på två ställen så det är ju tydligt ändå.

Moderator: Men att det ändrades inte så du tycker att det ska uppdateras så att man räknar ihop det?

Deltagare: Ja.

Moderator: Några andra kommentarer vi inte har berört som du upplevde.

Deltagare: Nej.

## **C.6 Deltagare 6 (erfaren)**

Moderator: Hur upplevde du uppgift 1?

Deltagare: Relativt enkelt men de hade fula byxor.

Moderator: Hur upplevde du uppgift 2? Deltagare: Också ganska enkel men de har ju hur mycket underrubriker som helst, man kan ju välja allt möjligt så det går lite till överdrift.

Moderator: Kan du utveckla?

Deltagare: Men alltså du kan ju välja typ, du kan ju välja, färg, typ av kläder, storlek, det fanns ju typ 10 stycken sådana. Kan ju vara bra om man är ute efter något specifikt men om man bara vill testa känns det lite plottrigt. Det finns så många val så man vet ju inte vad jag kan göra så min sökning blir bra. 7 val för mycket.

Moderator: Hur upplevde du uppgift 3?

Deltagare: Det var otydligt så fattade inte vad det var som låg under kläderna. De kunde ju ha highlightat for a year eller nåt så man fattar. Jag läste bara next day delivery och körde.

Moderator: Hur upplevde du uppgift 4?

Deltagare: Bra att det finns filmer så man ser hur de ser ut in action liksom.

Moderator: Hur upplevde du uppgift 5?

Deltagare: Jaa, det kändes ju inte riktigt som en artikel när man väl kom in på den.

Moderator: Vilket syfte tror du den tjänar

Deltagare: Visst det kan ju vara inspiration och så men ah. Du går ju in på en onlinesida för att du har sett något som du vill köpa, typ på facebook eller en blogg. Då har man ju redan fått inspo. Det kan ju vara lite onödigt med inspiration på hemsidan och den låg ju inte så bra till. Där fanns det ju också 10 flikar och inspiration låg ju längst bort. Du behövde ju också hålla över den för att få fram något. Inspirationen kan ju ligga i botten

på typ gråa hoodies eller på sidan, åtkomst till artiklarna mer relevant än att man ska hitta inspiration. Då kan man trycka in på den när man väl bläddrar bland speciella plagg. Typ “matcha shorts och hoodies i sommar wohooo”.

Moderator: Vad fick du för intryck från hemsidan? Deltagare: Typ som vilken annan hemsida som helst. Svart och vit. Ganska tråkig.

Moderator: Kändes den enkelt att förstå?

Deltagare: Jadå, bara man har lite datavana tänker jag och att man förstår engelska. Det kanske de skulle tänka på, kanske inte alla som fattar engelska.

Moderator: Tycker du att något borde ändras så att det skulle vara enklare att förstå?

Deltagare: Ingen kommentar.

Moderator: Några andra kommentarer som vi inte har berört?

Deltagare: Nej, alltså bara typ störigt att man måste klicka på shopping bag för att se vad man har i.

## **C.7 Deltagare 7 (erfaren)**

Moderator: Hur upplevde du uppgift 1?

Deltagare: Det kändes som att det fungerade ganska enkelt. Jag hann inte reflektera så mycket på hur bilderna såg ut och sådär men det kändes som att jag hittade ett par byxor som såg helt okej ut ganska snabbt så det var väl bra.

Moderator: Hur upplevde du uppgift 2?

Deltagare: Det är ju inte så lätt att sortera på material överhuvudtaget för att det är ju inte något som hemsidor vill skylta med känns det som. Om det är ett filtreringsalternativ så kommer folk kolla upp vad det är och sidorna tjänar ju på att folk köper sånt. Det gick lätt att utföra uppgiften. Det var enkelt att lägga till och ta bort sådär, det va inget problem.

Moderator: Hur upplevde du uppgift 3?

Deltagare: Jag tycker inte att det va klart vad som var, eller alltså hur man ändrade så man fick fast delivery. Jag tyckte att de skyltade för mycket med deras sign up tjänst vilket gjorde att det var först den jag trodde att jag skulle klicka på. Jag tycker att det var störigt att de hade reklam i check out på det sätt. Jag tycker de borde presenterat det som ett alternativ efter jag i så fall valt direktleverans.

Moderator: Hur upplevde du uppgift 4?

Deltagare: De va jättenkelt, sökte på produktens märke, gav mig kollektionen, jag kunde enkelt filtrera på det jag va ute efter.

Moderator: Hur upplevde du uppgift 5?

Deltagare: Jag tycker att de va för svårt att hitta, inspiration tycker jag ska vara något man ser direkt på första sidan. Så jag skulle uppskattat om man promotat de lite bättre och inte gömt det bakom en knapp.

Moderator: Vad fick du för intryck från hemsidan?

Deltagare: Jag tycker att hemsidan inte gav känslan av att kläderna va i fokus. Jag tycker det var en för stor yta mellan loggan och navigation till kläderna (produkterna). Jag gick

in på de länkarna jag ville och sen va det mycket scroll för att komma till kläderna, jag kände mig fränkopplad.

Moderator: Tycker du att något borde ändras så att det skulle vara enklare att förstå?

Deltagare: Väldigt bra filtreringsfunktion, annars nej.

Moderator: Några andra kommentarer som vi inte har berört?

Deltagare: Jag stör mig på att navigationsbaren rör sig, den är inte fixed helt. De kändes som att det var för många rörliga element, eller alltså saker som laddades in senare och sen ändrade sidan fokus. Det gjorde så att jag kände mig väldigt frustrerad. (Den blåa summer baren)

## C.8 Deltagare 8 (erfaren)

Moderator: Hur upplevde du uppgift 1?

Deltagare: Första uppgiften sökte jag ett par röda byxor. Det var ju svårt att söka på röda då byxor eftersom de hade väldigt dåligt med röda byxor när man hade sökfunktionen, speciellt i den storleken som jag behövde.

Moderator: Hur upplevde du uppgift 2?

Deltagare: Eh, nej jag gick till hoodie eh... och sweatshirt stod det va, tror jag? På rea dårå, under outletfliken. Eh, sen gick jag in och kolla och utökade textningen dårå för att se om det innehöll polyester eller inte dårå. Så att, eh och la den i kassan och samtidigt som jag gick in i kassan så tog jag bort byxorna.

Moderator: Hur upplevde du uppgift 3?

Deltagare: Eh, ja den va ju enkel dårå eftersom jag fortfarande va i kassan så va det ju bara att kryssa i att jag ville ha hem express delivery till Sverige. Då las den i kundkorgen och sen så kan man checka ut som vanligt.

Moderator: Hur upplevde du uppgift 4?

Deltagare: Ehm, jag ville ha ett par löparbyxor i märket ASOS 4505. Eh, jag gick in i sökrutan och skrev ASOS 4505. Eh, så kom det upp ett antal plagg, både herr och dam. Eh, letade... valde ett par byxor dårå som verkade passa och valde rätt storlek dårå. Och startade videon. Under bilder.

Moderator: Hur upplevde du uppgift 5?

Deltagare: Jag vill ha inspiration för att köpa ett plagg. Då klickade jag på ASOS (svenskt uttal, min anm.) eller ASOS-loggan (engelskt uttal på ASOS, min anm.) på sidan längst upp till... vänster. Kom till startsidan, scrolla ner till... ehm... Style Feed och valde en intressant artikel om midjeväsor.

Moderator: Vad fick du för intryck från hemsidan?

Deltagare: Lättnavigerad.

Moderator: Lättnavigerad?

Deltagare: Ja.

Moderator: Är det nåt som du tycker... eller, varför tycker du att den är lättnavigerad?

Deltagare: Nä...sökfunktionen fungerade. Eh, ingen inloggning för att lägga i en favorit. Man behöver inte logga in utan den behålls i 14 dar, tror jag det stod. Eh, och lätt att

komma till kassan dårå.

Moderator: Tycker du att något borde ändras så att det skulle vara enklare att förstå?  
Alltså, något som du saknar?

Deltagare: Näe.

Moderator: Ingenting?

Deltagare: Näe, tycker inte det. Bra filterfunktion, eh bra sökfunktion. Näe!

Några andra kommentarer som vi inte har berört?

Deltagare: Nej.

## **C.9 Deltagare 9 (erfaren)**

Moderator: Hur upplevde du uppgift 1?

Deltagare: Eh?

Moderator: Om du tänker tillbaka på hur du gjorde?

Deltagare: Ja, den var väl... Det gick väl hyfsat bra fast det är ju också så att jag inte var bekant med sidan och då är det svårare tycker jag.

Moderator: Hur upplevde du uppgift 2?

Deltagare: Ja, där missade jag ju att jag skulle gå in på..på rea. Så... det hade ju varit lättare om jag hade gjort det från början förstås.

Moderator: Hur upplevde du uppgift 3?

Deltagare: Ja, men den var inga problem med det var ju inte så svårt att räkna ut var man skulle hitta informationen.

Moderator: Hur upplevde du uppgift 4?

Deltagare: Mm, ja den var ju också lätt att lösa. Och kanske lite också för att då hade jag vant mig vid sidans upplägg, tror jag. För jag vet inte knappt om jag varit inne på den här sidan... nån gång kanske.

Moderator: Hur upplevde du uppgift 5?

Deltagare: Nä den var inte heller nåra problem med för den fanns ju också. Var ju lätt att hitta.

Moderator: Vad fick du för intryck från hemsidan?

Deltagare: Jag tycker att den va lite för rörig. Faktiskt. Lite... ostrukturerad på nåt sätt, känner jag. Sen var den inte riktigt... Alltså, det funkar ju inte riktigt när man går in på ett plagg och sen när man skulle scrolla där så... Scrollfunktionen va lite eh... dold, kändes det som. Att man fick liksom kämpa lite för att få fram dom olika storlekarna. Nu vet inte jag om det beror på att den är inställd på desktop... eller på tablet och inte desktop. Eller nej, det kanske inte..

Moderator: Nej, det har nog inte...

Deltagare: Nej det har inte med det att göra!

Moderator: Nej det har inte med det att göra utan det är själva inspelningen ehm..

Deltagare: Eller så var det jag som gjorde fel [börjar navigera på sidan igen], jag vet inte.. Men jag tyckte den va lite.. Lite svårt när man går in så här [Klickar sig vidare på sidan för att visa]. Så liksom, man skulle vilja att det kom upp mer. Ja, det gör det ju i och

för sig kanske? Nej, det gör det ju inte. Faktiskt. [Scrollar vidare]. Ja, det är kanske en vanesak... Men, jag vet inte... Lite rörig och lite ostrukturerad,

Moderator: Tycker du att något borde ändras så att det skulle vara enklare att förstå?

Deltagare: Ja, det är ju svårt att veta i och för sig men... Det är nånting med utseendet tror jag som inte jag... Det är ju i och för sig bra att man kan sortera såhär [pekar på filtreringsfunktionen] men, men...

Moderator: Alltså filtreringen?

Deltagare: Mm. Ja, att man kan filtrera ja men, men... det är svårt att svara på.

Moderator: Men det är ingenting spontant som du känner att; Om de ändrade det här så vore det lättare eller?

Deltagare: Nja, jag tror att det är hela utseendet för att jag vet inte om... det här tar ju, får ju ganska litet utrymme [pekar på menyn] och sen så får dom här [pekar på filtreringen] filtreringen så stort utrymme. Och sen när man går in på den så är det, då är det ändå... är det ändå svårmanövrerat på nåt sätt. Så jag vet inte, jag tror att det är hela... hm... manövr... alltså hela utseendet är det som inte är riktigt som man skulle önska. Fast jag kan inte riktigt förklara vad jag skulle vilja ha istället.

Moderator: Några andra kommentarer som vi inte har berört?

Deltagare: Nej, jag tror inte det

## C.10 Deltagare 10 (erfaren)

Moderator: Hur upplevde du uppgift 1?

Deltagare: Relativt lätt men jag ville hitta jeans när du fråga efter byxor men det fanns inga röda jeans så då fick jag gå till chinosavdelningen istället.

Moderator: Mm... ehm... Tycker du att det hade varit mera effektivt om dom hade buntat ihop jeans och övriga byxor?

Deltagare: Ja.

Moderator: Hur upplevde du uppgift 2? Den med hoodien.

Deltagare: Lätt. Det fanns en hoodie-avdelning och sen kunde man välja grå och så var man klar.

Moderator: Mm, ehm... och det var ju bra men det skulle va en hoodie som va på rea.

Deltagare: Mm.

Moderator: Hittade du någon hoodie på rea?

Deltagare: Jag vet inte, den va billig.

Moderator: Ja... Deltagare: Den va billigare än mina byxor som tydligen va för dyra för mig därför tyckte jag att det va ett bra pris.

Moderator: Mm, men om du... skulle vilja hitta nånting på rea... Hur tänker du att du, du skulle ha gjort annorlunda?

Deltagare: Ehm, jag skulle väl leta efter någon sale-funktion, någon rea... [A10 börjar klicka runt på sidan igen, undersöker filtreringsfunktionen] Fast det har dom inte... [klickar runt] Jag skulle vilja ha en knapp där man kan se allt som är på rea. Möjligtvis i sorteringen? Men det finns inte, vad jag kan se.

Moderator: Nej. Om du kikar lite närmare på... menyn.

Deltagare: [klickar på blått fält under menyn- "30 procent off summer essentials"] Jaa, där finns det en rea-avdelning men då kommer jag fram till allt som är på rea och det vill jag inte. Jag söker specifikt efter en hoodie som är på rea. Då vill jag inte ta omvägen



genom att titta på allt annat som jag inte är intresserad av först. Moderator: Så du eh... tycker att effektiviteten hämmas där? Deltagare: Ja... jag kan förstå att de vill ha mer-försäljning. Att jag ska lockas av att köpa något annat som jag inte hade tänkt att köpa men min reaktion blir snarare att jag går inte ens in på den här överhuvudtaget [markerar antal plagg i kategorin] Jag ignorerar hela det fältet.

Moderator: Hur upplevde du uppgift 3? Att du behöver ha din nya hoodie omgående...

Deltagare: Mm, den va lätt för det stod direkt på samma sida som jag va på i kassan.

Moderator: Eh, om vi går in i kassan och kollar...

Deltagare: [klickar sig in i kassan]

Moderator: Är det "next working day delivery"?

Deltagare: Ja, det är next day i alla fall...

Moderator: Mm.. Ser du något annat ställe som har med frakt att göra?

Deltagare: Mja... på fraktavdelningen [klickar så att ny tab öppnas] Där får du nåt som heter next working day delivery.

Moderator: Precis... Om du går tillbaka till kassan har du noterat eh, den där till exempel [Pekar på fältet till höger där totalsumman står]

Deltagare: [klickar på fraktalternativmenyn i det högra fältet] Nej.

Moderator: Hur tycker du om det upplägget?

Deltagare: Är det meningen att man får gratis... eller gratis man får års, en årsavgift på frakten på den ena? Njaa, jag förstår inte försäljningsargumentet på den ena av dom andra alternativen. Om det är att man betalar 285 för att få såhär... den frakten för hela året. Att man betalar flat-rate på nåt sätt för 12 månader. Eller om det är nån, om man är med i nån kundklubb? Nä, jag förstår inte vad det är dom vill få ut av den ena...

Moderator: Så... man kan säga att kontrollen uteblir där då?

Deltagare: Ja...

Moderator: Hur upplevde du uppgift 4?...det var ju löparbyxorna av ett specifikt märke där.

Deltagare: Jag tyckte den va svår. För att där va återigen byxavdelningen, va väldigt svår att hitta... Det finns massor av ingångar för byxor och jag vet inte vilken av ingångarna som leder till löparbyxor. Därför fick jag använda sökfunktionen istället och manuellt skriva in exakt vad jag ville ha, och då fick jag ju fram massor av märket som kanske inte är löparbyxor heller och då får jag bara hoppas att jag inte behöver scrolla alltför långt för att hitta löparbyxor...

Moderator: Mm, så där... kan man säga att effektiviteten minskas...

Deltagare: Mm.

Moderator: Hur upplevde du uppgift 5? Det var den med...

Deltagare: Style Feed?

Moderator: Precis.

Deltagare: Jaa, deras style feed är otydlig, att det är en style feed. Den kommer bara som alla andra produkt-banners... Jag ser ingen skillnad på den och dom andra. Att det ska va ett inspirationsfält till skillnad från dom andra som kanske mer är säljfält. Och texten för style feed är alldeles för liten för att jag ens ska kunna notera det. Den försvinner liksom i massan.

Moderator: Vad fick du för intryck från hemsidan?

Deltagare: Jaa, den är snygg... Men eh, inte jätteanvändbar. Man måste nästan förlita sig på deras sökfunktion. Dom skulle nästan kunna ta bort större delen av deras meny.

Den är inte så användbar.

Moderator: Varför är den inte användbar?

Deltagare: Som byxexemplet, att jag måste gissa mig fram och trycka på alla varianter av byxor innan jag hamnar på rätt byxa. Det skulle varit lättare för mig att bara använda sökfältet från början. För att då... blir menyn oanvändbar när jag ändå inte hittar rätt där...

Moderator: Tycker du att något borde ändras så att det skulle vara enklare att förstå?

Deltagare: Jaa, fraktdelen borde dom ju förtydliga sitt erbjudande. Vad det innebär. Att dom har två "next day delivery"-alternativ. Och man förstår inte skillnaden. Och menyn skulle dom strukturera om, tycker jag. Gruppera ihop byxorna kanske? Så att man har en "byxingång".

Moderator: mm, så att man kan leta sig vidare därifrån. Alltså så att det är en övergripande kategori byxor och sen underkategorier typ, eller?

Deltagare: Ja.

Moderator: Några andra kommentarer som vi inte har berört?

Deltagare: Nej