



# Testplan usability test

[H1 Inleiding](#)

[H2 Doel](#)

[H3 Testgebruikers](#)

[H4 Testmethode](#)

[H5 Benodigde materialen](#)

[H6 Waar, wanneer, wie, rollen](#)

[H7 Script](#)

[H8 Manier van analyseren](#)

[H9 Taken](#)

[Uitleg](#)

[Scenario, Taak, Vraag 1](#)

[Scenario, Taak, Vraag 2](#)

[Scenario, Taak, Vraag 3](#)

[Scenario, Taak, Vraag 4](#)

[Scenario, Taak, Vraag 5](#)

[Scenario, Taak, Vraag 6](#)

[Scenario, Taak, Vraag 7](#)

[Scenario, Taak, Vraag 8](#)

## H1 Inleiding

Het prototype van de Brik landingspagina wordt getest door middel van een gebruikersonderzoek. De methode die hiervoor wordt gebruikt is een usability test wat valt binnen de lab strategie van het DOT Framework.

## H2 Doel

Het doel van de test is het verzamelen van data over de manier waarop content moet worden getoond en op de structuur van de landingspagina per doelgroepprofiel. Welke vorm van een element als bijvoorbeeld een call to action past bij een type websitegebruiker en welke vorm is juist meer voor een ander profiel geschikt. Op deze manier kan gevalideerd worden of de manier waarop een element op de pagina voor een type websitegebruiker wordt getoond in de huidige versie van de landingspagina past bij het type websitegebruiker. Hierdoor kan in een volgende

versie de vorm van de content beter worden aangesloten bij een type websitegebruiker.

### H3 Testgebruikers

De testgebruikers die de usability test gaan afnemen bestaat uit acht testgebruikers, deze testgebruikers vallen binnen onderstaande doelgroepprofielen:

- Methodisch profiel
- Spontaan profiel
- Competitief profiel
- Humanistisch profiel

Om te bepalen binnen welk doelgroepprofiel de testgebruiker wordt na afloop van het uitvoeren van de usability test een MBTI persoonlijkheidstest afgenomen. Op basis van deze test is inzichtelijk binnen welk type websitebezoeker de testgebruiker valt waardoor de data aan dit profiel kan worden gekoppeld. Deze persoonlijkheidstest wordt na de usability test gedaan zodat de resultaten van de persoonlijkheidstest geen invloed hebben op het gedrag van de testgebruiker.

### H4 Testmethode

De testmethode die worden toegepast is de usability test. De testgebruiker krijgt de opdracht om verschillende taken uit te voeren. Door de testafnemer worden de handelingen van de testgebruiker tijdens het uitvoeren van een taak uitgeschreven. De testgebruiker wordt ook gevraagd om zijn eigen gedachten hardop uit te spreken tijdens het uitvoeren van een taak. Nadat een taak succesvol/onsuccesvol is afgerond wordt door de testafnemer mondeling dieper ingegaan op de ervaringen van de testgebruiker rondom het uitvoeren van de desbetreffende taak. Als testafnemer kan er zowel gekeken worden naar het gedrag van de testgebruiker als geluisterd worden naar wat de testgebruiker zegt.

Tijdens de test is het niet het doel dat de testgebruiker de taak succesvol afrond maar het achterhalen van de acties en handelingen die door de testgebruiker worden uitgevoerd tijdens het uitvoeren van de taak.

### H5 Benodigde materialen

De MBTI persoonlijkheidstest wordt voordat de usability test start afgenomen op te bepalen binnen welk doelgroepprofiel de testgebruiker valt.

Link naar test: [MBTi persoonlijkheidstest](#)

De testafnemer zorgt voor een computer waarop het prototype van de landingspagina is geopend zodat de testgebruiker de taken kan gaan uitvoeren.

De feedback van de testgebruiker worden digitaal genoteerd door de testafnemer. Zo kunnen de testresultaten in een volgende versie van de landingspagina worden verwerkt.

## **H6 Waar, wanneer, wie, rollen**

De usability test wordt in de week van 23 mei afgenomen.

Contactgegevens testafnemer:

Michelle de Wit – Testafnemer

Email - michelledewit1.mdw@gmail.com

Telefoon: - 06-27355652

## **H7 Script**

De testgebruiker neemt achter de laptop plaats waarop het prototype van de landingspagina is geopend. De testgebruiker krijgt van de testafnemer de opdracht om in een scenario een taak uit te voeren. De taken zijn gericht op de elementen binnen de landingspagina.

De testafnemer volgt de handelingen van de testgebruiker en vergelijkt deze met het ideale scenario, luistert naar de hardop uitgesproken gedachten en vraagt na afloop naar de bevindingen van de testgebruiker. Deze informatie wordt door de testafnemer digitaal uitgeschreven in het testrapport.

## **H8 Manier van analyseren**

Per taak en type websitegebruiker worden de resultaten van een taak uitgeschreven gebaseerd op handelingen van een testgebruiker tijdens het uitvoeren van de desbetreffende taak. Dit door middel van de opgestelde ideale scenario's waardoor verschillen en verbanden kunnen worden vastgesteld bij het uitvoeren van een taak door een testgebruiker. Naast de scenario's wordt ook de input op de gestelde vragen uitgewerkt in de analyse per taak. Uiteindelijk worden per taak de inzichten opgeschreven en wordt aan het einde van de rapportage een conclusie geschreven.

# H9 Taken

## Uitleg

*Taak* = De taak die de testgebruiker uitvoert

*Scenario* = De situatie van de testgebruiker

*Vraag* = Wat de testafnemer wilt weten

*Ideale scenario* = De ideale situatie die een testgebruiker kan doorlopen

## Scenario, Taak, Vraag 1

### Testgebruiker

*Scenario*: Je wilt graag weten welke onderwerpen in whitepaper worden behandeld

*Taak*: Welke drie punten worden behandeld in de whitepaper?

### Testafnemer

*Vragen*:

- Welke route wordt er door de testgebruiker afgelegd om achter informatie in de whitepaper te komen?
- Welke knop wordt er gebruikt om de whitepaper te downloaden?
- Helpt de afbeelding van de whitepaper bij het duidelijker maken wat de whitepaper inhoudt?

*Ideaal scenario*:

Humanistische/methodische bezoeker - Gebruiker drukt in de header op de knop "meer informatie" waardoor er meer informatie over de whitepaper wordt opgevraagd en komt zo uit bij het whitepaper element. Gebruiker benoemt vervolgens de drie onderwerpen die in de whitepaper behandeld worden door middel van de informatie die in het element staat uitgeschreven.

Spontane/competitieve bezoeker - Drukt in de header op de knop "downloaden whitepaper", vult zijn gegevens in en krijgt vervolgens de melding bedankt voor het downloaden van de whitepaper. De bezoeker krijgt zo zijn informatie vanuit de whitepaper zelf.

## Scenario, Taak, Vraag 2

### Testgebruiker

*Scenario*: Je wilt graag weten wat experts over Brik en Craft CMS zeggen

*Taak:* Hoe heeft Wilma Janssen de samenwerking met Brik/Craft CMS ervaren?

### **Testafnemer**

*Vragen:*

- Welke route wordt er door de testgebruiker afgelegd om de testimonials te lezen?
- Worden er ook meerdere testimonials bekeken of blijft het bij het lezen van een 1 testimonial?
- Wat valt eerder op bij het lezen van de testimonial, het bedrijfslogo of de afbeelding van de persoon?

*Ideaal scenario:*

Gebruiker scrolt door pagina en wilt graag weten wat experts/anderen van Craft CMS of Brik vinden. Gebruiker ziet de testimonials en benoemt vervolgens de review van Wilma Janssen en bekijkt nog meer testimonials.

## **Scenario, Taak, Vraag 3**

### **Testgebruiker**

*Scenario:* Je wilt graag op de hoogte worden gehouden van het laatste nieuws rondom Craft CMS en Brik.

*Taak:* Blijf op de hoogte van het laatste nieuws rondom Craft CMS en Brik.

### **Testafnemer**

*Vragen:*

- Welke acties worden uitgevoerd waardoor de testgebruiker bij de nieuwsbrief uitkomt?
- Wordt er bij het uitvoeren van de taak aan de nieuwsbrief gedacht of wordt er eerder naar de whitepaper gerefereerd?
- Zou de testgebruiker geïnteresseerd zijn in het aanmelden voor de nieuwsbrief?

*Ideaal scenario:*

Gebruiker scrolt door pagina en raakt gaandeweg steeds meer geïnteresseerd in Craft CMS en Brik. Ziet daar de mogelijkheid van het aanmelden voor de nieuwsbrief en wilt graag op de hoogte gehouden worden van nieuws en updates. Testgebruiker meldt zich aan door middel van het invullen van het e-mail adres en de sector. Drukt op aanmelden en melding bedankt voor aanmelden komt in beeld.

## Scenario, Taak, Vraag 4

### Testgebruiker

*Scenario:* Je hebt een vraag en je zou deze graag beantwoord willen hebben.

*Taak:* Kom erachter hoeveel Craft CMS kost.

### Testafnemer

*Vragen:*

- Welke acties voert de testgebruiker uit om de vraag beantwoord te krijgen?
- Zou de testgebruiker eerder de landingspagina onderzoeken om achter de vraag te komen of wordt er bijvoorbeeld contact opgenomen om het antwoord te verkrijgen?
- Worden er bij de veelgestelde vragen meerdere vragen geopend of wordt alleen de desbetreffende vraag geopend.

*Ideaal scenario:*

Humanistische/methodische bezoeker - Gebruiker scrollt door pagina en gaat op zoek naar het antwoord in de content en de verschillende elementen. Komt vervolgens de veelgestelde vragen tegen en vindt daar het antwoord.

Spontane/competitieve bezoeker - Scant de pagina maar drukt als snel op de knop contact opnemen om de vraag beantwoord te krijgen.

## Scenario, Taak, Vraag 5

### Testgebruiker

*Scenario:* Je hebt een vraag en je zou graag contact willen opnemen met Brik

*Taak:* Neem contact met Brik op

### Testafnemer

*Vragen:*

- Welke button wordt geklikt om contact op te nemen?
- Bij het klikken op contact opnemen wordt een nieuwe pagina geopend. Is dit de juiste oplossing of heeft de testgebruiker de voorkeur dat er een pop-up wordt geopend?
- Hoe neem je het liefst contact op: verzenden contactformulier, mail sturen of bellen?

- Om meer informatie te weten te komen over Brik/Craft CMS zou de testgebruiker eerder de landingspagina onderzoeken of wordt er meteen contact opgenomen?

*Ideaal scenario:*

Humanistische/Methodische bezoeker

Gebruiker observeert kort de landingspagina en drukt vervolgens in de navigatie op de CTA contact opnemen en komt vervolgens op de pagina uit met het contactformulier.

Spontane/Competitieve bezoeker

Gebruiker scrolt en observeert de landingspagina en komt vervolgens op het einde van de pagina bij het element CTA contact opnemen. Drukt op deze knop en komt bij het contactformulier uit.

## **Scenario, Taak, Vraag 6**

### **Testgebruiker**

*Scenario:* Je bent benieuwd met wie je contact krijgt als je contact zou opnemen (bellen/mailen/contactformulier)

*Taak:* Geef aan wie de functie van office manager uitvoert binnen Brik

### **Testafnemer**

*Vragen:*

- Welke route wordt door de testgebruiker afgelegd terwijl er wordt gezocht naar de office manager?
- Vind de testgebruiker het fijn om een beeld te krijgen van wie er bij Brik werkt?
- Wat zou de testgebruiker liever hebben een overzicht van het volledige Brik team of alleen degene waarmee ook contact wordt opgenomen?

*Ideaal scenario:*

Gebruiker scrolt door de pagina en komt uiteindelijk uit bij het teamoverzicht, benoemt vervolgens de office manager.

## **Scenario, Taak, Vraag 7**

### **Testgebruiker**

*Scenario:* Je wilt meer weten over het bedrijf Brik

*Taak:* Benoem de drie punten die behoren tot de visie/usp's van Brik

### **Testafnemer**

*Vragen:*

- Hebben de icoontjes die bij de visie van Brik staat een meerwaarde, verduidelijkt het?
- Zou de testgebruiker de “meer tonen” knop openen? Waarom wel of niet?
- Heeft de testgebruiker onder de titel behoefte aan een extra subtitel voor meer informatie of geeft de titel ook voldoende informatie.

*Ideaal scenario:*

Gebruiker scrolt op de pagina of drukt in het menu op “features” en komt bij de features van Brik met Craft CMS. Gebruiker benoemt vervolgens de drie visiepunten/usp's.

## **Scenario, Taak, Vraag 8**

### **Testgebruiker**

*Scenario:* Je wilt graag weten in welke projecten Brik met Craft CMS hebben gewerkt.

*Taak:* Benoem een project waarin Craft CMS is toegepast.

### **Testafnemer**

*Vragen:*

- Zou de testgebruiker de “meer projecten” knop openen zodat er meer projecten worden getoond? Waarom wel of niet?
- Heeft de testgebruiker behoefte aan visuele voorbeelden/afbeeldingen van de projecten?

*Ideaal scenario:*

Gebruiker scrolt op de pagina of drukt in het menu op “projecten” en komt bij de projecten van Brik met Craft CMS. Gebruiker benoemt vervolgens een project.