

# Analys av netonnet.se

Marcus Gustafsson

## **Innehåll**

Inledning

Syfte

Målgrupp

Webbplatsdiagram

Metod

Teoretiskafundament

Kriterier

Utvärdering

Diskussion

Slutssats

## **Inledning**

Gruppen valde att analysera netonnet.se för att vi kände att det fanns vis problematik i sidans struktur och kategori gruppering.

För att få fram vårt resultat har vi gjort ett tänka högt test för att analysera användbarheten på webbplatsen.

För att tydligöra netonnets webbplats struktur har vi gjort ett generellt övergripande webbplatsdiagram.

I denna rapport kommer vi gå igenom resultatet och genomförandet av analyseringen.

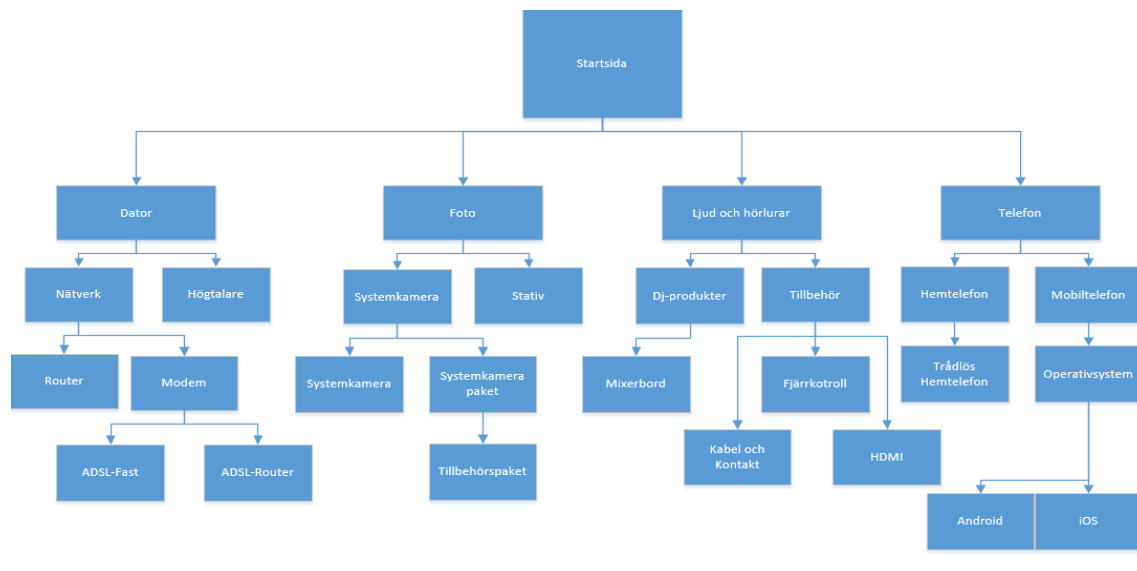
## **Syfte**

Syftet med projektet är att omsätta teori i praktik, dvs. att med hjälp av teorin kunna utvärdera en webbplats ur ett användbarhetsperspektiv, samt att basera en re-design utifrån resultatet av utvärderingen.

## **Målgrupp**

Vår valda målgrupp är personer i ålder mellan 20-35 år, för att vi känner att det är en åldersgrupp som är mer insatta i att köpa tekniska och kontors produkter, vilket ingår i NetOnNets sortiment.

# Webbplatsdiagram



Detta är webbplatsdiagrammet vi tog fram för netonnet.se. Vi fick begränsa det något och tog därför bara med 4 olika kategorier och inte alla underkategorier.

Webbplatsdiagrammet visar hur man kan sig fram på sidan via de olika kategorierna.

## Metod

Genom att testa och granska netonnets hemsida för att se om vi själva kunde hitta något som skulle kunna försvåra för användaren att hitta vissa produkter så tog vi de tankar och resultaten och utformade testuppgifter för att se om andra användare upplevde sidan på liknande sätt.

Vi hade ett tänkt högt test för att få fram ett resultat om användbarheten på webbplatsen.

Vi i gruppen tog fram 5 stycken uppgifter till testet som vi tyckte skulle hjälpa oss att kunna analysera webbplatsen.

Syftet med testuppgifterna var att samla in data om hur testpersonen upplevde sidan samt att se hur lättförstådd hemsidan var för att kunna utföra de angivna uppgifterna.

De flesta uppgifterna gick ut på att testaren skulle hitta olika produkter på webbplatsen, så att vi kunde observera t.ex. hur många steg testaren gjorde för att hitta de olika produkterna eller om testaren använde sig av sök funktionen och filter för att hitta produkterna.

Vi delade upp oss på testet så att Marcus var testledare och Gabriel antecknade de olika stegen som testaren gjorde.

När uppgifterna var slutförda så tog vi och frågade testdeltagaren om hur han upplevde sidan och hans synpunkter på olika delar av strukturen på netonnet.se för att få den sista biten data för att analysera.

## Teoretiska fundament

Learnability(lätt att lära sig)

Learnability är i någon mening det mest grundläggande användbarhetsmåttet, för många system och hemsidor måste vara lätt att lära sig och den första erfarenheten personer har med ett system är att man ska lära sig det. Det finns fall där man kan hårdträna någon för att lära sig ett system, men i de flesta fall skall det vara lätt att lära sig system eller hemsidor.

Alla användargränssnitt har en inlärningskurva som börjar med att användaren inte kan göra något när dom första gången använder det specifika användargränssnittet. Det finns undantag för detta, de så kallade "walk up and use" system, t.ex. informations system på museum som bara är avsedda att bli använda en gång och skall inte ha någon inläringstid.

Learnability är det lättaste användbarhetsmåttet att testa, det är så enkelt som att man tar någon som inte använt systemet innan och tar tid på hur lång tid det tar för användaren att nå en specificerad kompetensnivå. Såklart skall test användaren vara en representant för den avsedda användaren som skall använda systemet. Det vanligaste sättet att nå en specificerad kompetensnivå är att testa användaren skall klara en viss uppgift med framgång.

När man analyserar learnability ska man tänka på att användare normalt inte tar sig tid att lära sig hela användargränssnittet före man börjar använda det. Tvärtom, användare börjar oftast att använda ett system så fort de har lärt sig en del av användargränssnittet.

### **Memorability (lätt att minnas)**

Vardagliga användare är den tredje stora kategorin av användare förutom nybörjare och expert användare. Vardagliga användare är personer som använder system återkommande istället för att använda det väldigt ofta som expert användare gör. Jämfört med nybörjare användare har de vardagliga användarna använt systemet innan, så de behöver inte lära sig det från början, de behöver bara komma ihåg hur man använder det. Vardagliga användning är ses ofta i funktionella system som bara används under exceptionella omständigheter och används då och då, exempel system som att göra kvartals rapporter.

Att ha ett användargränssnitt som är lätt att komma ihåg är också viktigt för personer som har varit på semester eller bara inte använt systemet på länge.

Förbättringar i learnability stadiet gör ofta så att användargränssnittet blir lätt att komma ihåg, men användbarheten när man återvänder till ett system är annorlunda från att använda det för första gången.

Att minnas Användargränssnitt är inte ofta testat som med de andra användbarhetsmått, men det finns två sätt man testa detta på. Första är att man gör ett vanligt användar test med en vardaglig användare som varit borta från systemet en tid och mäter hur lång tid det tar att göra olika vanliga uppgifter.

Det andra är att göra ett minnes test med användare efter de har gjort klart sin test session och fråga om de kan förklara olika kommandon eller namnet på kommandot som har en viss funktion. Användargränssnitts poäng från dessa test är så många som användaren svarade rätt på.

### **Satisfaction(Tillfredsställelse)**

Användarbarhetsmättet Satisfaction menas med hur behagligt det är att använda systemet eller webbplatsen. Satisfaction kan vara ett viktigt användarbarhetsmått för system som är icke jobb relaterade såsom att använda datorn hemma, spel och kreativ målning. För vissa system är deras underhållningsvärde viktigare än hur snabbt vissa saker blir gjorda, för någon kanske vill spendera en längre tid att ha kul.

För att testa om ett system är tillfredsställande, delar man oftast ut ett frågeformulär till de användare som har testat systemet.

Användaren ska kunna känna sig tillfredsställda när de använder hemsidan och känna att de kan tänka sig återkomma till sidan.

När användaren använder sidan så ska de inte känna sig frustrerade, vilsna, uttråkade eller irriterade.

### Effektivitet

Hemsidan i fråga ska kunna användas på ett effektivt sätt för att kolla igenom och hitta olika produkter.

Användare ska kunna ha lätt för att förstå och använda filter så att det inte känns överflödigt och kunna visa resultat på ett tydligt sätt så att användaren effektivt kan få fram önskad produkt.

Hemsidan ska kunna användas av användaren utan att det blir längre "pauser" för att användaren ska kunna hitta det han/hon söker, t.ex: "ligger router som kan användas med sim-kort på mobilt bredband eller nätverk?" .

Om problem uppstår så måste detta åtgärdas för att användare ska komma från punkt A till punkt B på snabbast enklaste sätt för att användaren ska känna att det är enkelt att handla på netonnet.

### Errors(Fel)

Användare skall göra så lite fel som möjligt när man använder dator system. Ett fel är definierat som någon åtgärd som inte kunde uppnå det önskade målet. Systemets felfrekvens mäts av hur många gånger som en sådan handling görs av test användaren medan man utför en viss uppgift.

Om användaren gjort något fel så ska man kunna återgå eller rätta till felet utan att förlora allt. Utöver det så ska man helst kunna få någon form av feedback om man exempelvis inte använt rätt sökord och erbjuda förslag till liknande ord av det som skrevs.

# Kriterier

De uppsatta kriterierna baseras på användarbarhetsmått i de teoretiska fundamenten, nämligen Learnability(lätt att lära), Satisfaction(tillfredsställelse), efficiency(effektivitet), errors(fel) och memorability(lätt att minnas).

Vi har satt följande kriterier:

Sidan ska:

- Vara lätt att filtrera produkter
- Bra kategorisering av produkter
- Lätt att se saker på sidan(exempelvis ”knappar”, länkar osv.)
- Bra sökmotor
- Attraktiv
- Lätt att rätta till eventuella fel
- Kännas lätt att använda
- Lätt att hitta önskad eller intressanta produkter

# Utvärdering

Efter en granskning av hemsidan och att analyserat testresultaten så visade det sig att hemsidan inte uppnår en del av de angivna kriterierna samt inte uppnår alla punkter i användbarhetsgränsnittet.

Testen visar att en del produkter tar för lång tid att hitta på grund av dålig kategoriserings valmöjligheter.

På vissa kategorier som exempelvis “Dator” så finns det väldigt många subkategorier vilket en del av dom skulle kunna läggas ihop och andra tas bort och lägga produkttyperna i andra kategorier för att avgränsa antalet val och minska söktiden av användaren.

Vi upptäckte också att filtreringen var väldigt olika i olika kategorier, vissa hade ytterst många filter vilket vissa var överflödiga och andra hade väldigt lite med dåliga val av filter.

Knappen för filter stack inte ut vilket gör det svårare för användare att ens upptäcka den.

Positioneringen av filtret kan göra det besvärligt för användare då långa filter pressar ner resultatet längsner på sidan och detta är något som borde åtgärdas för att göra filtret mer meningsfull och sedd.



Sökmotor hade inga större problem men däremot såg ansågs sökkategorierna lite luddiga då bara var en lång lista av de olika kategorierna, vilket visar ännu en gång att det är ett problem med grupperingarna av kategorier.

Vi såg också att vissa produkter hamnat där de egentligen inte hör hemma och borde flyttas till en annan subkategori.

Vid ett antal tillfällen under observationer av testets gång så märkte vi att testdeltagaren verkade känna sig vilse vid utförande av uppgifter som handla om att hitta specifika produkter.

På start sidan så finns det två stycken länkar till "Kundservice" och "Hitta våra lagershoppar" som inte är långt ifrån varandra vilket borde tas bort så att det blir en av varje.

Samt så har de en länk till deras "SiteMap" ovanför deras "SiteMap" som verkar ganska ologiskt och ett dåligt designer val, anledningen till citattecknen på SiteMap är av den enkla anledningen att deras SiteMap inte är en SiteMap.

## **Diskussion**

NetOnNet fungerar att använda i dagsläget, men den uppnår inte måtten inom användbarhet, vilket gör att det finns gott om plats för vidare utveckling.

Om NetOnNet togs sig tid att gå igenom och fixa deras brister på sidan så skulle nog fler finna netonnet.se mer attraktivt för användare.

Just nu av vår ananlys så ligger det största problem med hemsidan i filtrerna och kategoriseringen.

En del relativt viktiga filter fattas som borde läggas till på produkter såsom nätverkskablar och routrar.

Men det finns ytterligare ett problem med sidan, nämligen startsidan.

Layouten för startsidan på netonnet gör att man kan missa vissa saker som kan vara intressant för användare såsom veckoerbjudanden som ligger i en liten ruta i skymundan på höger sida vilket om man kollar snabbt på sidan kan tas för en produkt som kanske nyss kommit in eller reas ut, vilket kan skapa problem för i försäljningen för att om just den lilla rutan inte innehåller en intressant produkt för besökaren av sidan så är risken stor att den ignoreras.

En fråga som dyker upp är varför netonnet inte granskat sina brister?

De har uppenbarligen inte designat hemsidan ur ett användbarhets perspektiv utan mer inriktat sig på att designa hemsida på ett logiskt sätt hur layouten ska vara och vad sidan ska innehålla.

## Slutssats

NetOnNets hemsida går bra att använda, men den kan vara svår navigerad och svårläst på grund av ett större antal kategorier.

Testresultaten av hemsidan indikerar att sidan ej följer användbarhetsmåten och detta gör att sidan har en del brister.

Startsidan har del problem med att allt inte syns såsom veckoerbjudanden, vilket vi tror gör att många går miste om netonnets erbjudande om man inte för hem en veckotidning.

Vi tror även att för val som kundservice och att hitta till lagershopparna skulle kunna flyttas till en horisontell meny under headern på sidan för att kunna ge plats åt ett filtrerings fönster på sidan av hemsidan för att dra ner på hur mycket användaren behöver scrolla

För att vidare utveckla hemsidan behöver vi se över kategorierna och omgruppera dom, samt ta bort vissa delar på sidan.

Vi har konstaterat att sidan inte upphåller alla av våra utsatta kriterier.

Sidan ser inte attraktiv ut utan mer som om netonnet ivrigt ville vara med inom webbhandeln vilket gör att sidan inte verkar fullkomligt genomtänkt ur ett användbarhets perspektiv.

Inte heller är den lätt att filtrera i inom vissa kategorier då viktiga filter saknas eller att det finns många överflödiga filter mellan olika relevanta filter. Samt att om man råkat välja fel filter så går det inte att avmarkera utan måste nollställas.

Kategoriseringen måste göras om då de har för många kategorier huvudsakligen i kategorin

Dator där det finns många subkategorier som går hand i hand och skulle kunna slås ihop.

Testet och granskningen visar att allt inte framstår tydligt nog som exempelvis knappen för filter eller länken till veckoerbjudanden.

## **Vidare utveckling: Prototyp**

Efter att ha gått igenom vår diskussion, resultat från analysen av granskningen och testet vi utförde så gjorde vi en del modifikationer.

Vi har endast med det som vi gjort ändringar för tydlighetens skull.

Vi valde att göra om startssidan eftersom vi anser det första intrycket som en viktig del till om besökaren vill vara kvar eller ens återkomma till sidan.

## **Våra ändringar**

Vi valde att göra kategori menyn med knappar för att användare inte ska behöva hålla muspekaren över texten till den kategori de vill in på, samt tog vi bort kategori valet “Koppla och Anslut” som innehöll olika sladdar, kablar och USB-minnen. Dessa produkttyper fanns nämligen redan i andra subkategorier där de mesta dels hör hemma. Med andra ord så var den överflödig.

Vi tog bort kundservice och lagershoppar och gjorde om dem till val i en horisontell meny där man ska kunna välja “Kundservice”, “Lagershoppar” och “Om oss”.

“Kundservice” ska kunna länka besökaren till en sida med information om telefonnummer, besöksadress, e-post och vanliga frågor.

“Lagershoppar” ska däremot kunna visa öppentider, karta och adresser till deras lagershoppar.

“Om oss” är tänkt att netonnet ska kunna ge besökare en inblick till hur deras verksamhet fungerar och om deras bakgrund.

Vi flyttade designade om “veckasklipp” så att den skulle vara det första som besökare ser när de går in på sidan för att kunna ta del av deras veckoerbjudanden.

Vi tog även och gjorde så att sidan skulle visa olika produkter från olika kategorier för att göra besökare mer intresserade.

Vi valde sen att flytta det som tidigare var högst upp på sidan nämligen prissänkta produkter. Och sen under nya produkter.

Vi ville göra om “hierarkin” på sidan om vad som var viktigast och vad som skulle kunna göra sidan mer attraktiv samt öka försäljningen.

Prototypen

## Veckansklipp!



[Se fler erbjudanden här](#)



60-tums Full HD  
LED-TV med Smart TV

**SONY**  
KDL60W605BBAEP

**9990:-**

[Mer information](#)

## Nyhet!

Nya, kraftfulla och vattentäta  
Xperia Z3

