

NPO gemist website

Menno Lont (11061200)
Meera Dasai (10691766)
Rosan v/d Werf (11030917)



The screenshot shows the NPO Gemist website interface. At the top, there is a navigation bar with the NPO logo, links for Start, Tv, Radio, Gemist, Gids, Rubrieken, and A-Z, and user options for Account aanmaken, Inloggen, and NPO Plus. A search bar with the text 'Zoek' and a magnifying glass icon is also present. The main content area features a large video player for the show '50 ways to kill your mommy' (AVROTROS), with a description and a 'Bekijk' button. Below the video player, there is a section titled 'Meest bekeken afleveringen' (Most watched episodes) with a dropdown menu set to 'Vandaag'. This section displays three episode thumbnails: 'Vier Handen Op Een Buik' (BNN), 'ZDoc: Levensindekliniek' (NTR), and 'Dokter Deen' (MAX). To the right of the episode list, there is a 'Ga naar' section with a 'plus' icon and a 'Zapploos: De Krokodillenbende' (AVRO en AVROTROS) link. Below this, there are sections for 'Zoek op datum' (Search by date) and 'Zoek op genre' (Search by genre), both with dropdown menus. At the bottom right, there is a 'Nieuw' (New) section.

1. Testplan

<http://www.npo.nl/uitzending-gemist>

We hebben gekozen om de NPO gemist website te testen. We willen erachter komen of een nieuwe gebruiker zich goed kan navigeren op de site. Wij focussen ons hierbij op het sorteren op soorten afleveringen en op het zoeken naar specifieke afleveringen op de website. Wij hebben hiervoor gekozen omdat de meeste mensen alleen naar de NPO gemist website gaan om een specifieke gemiste aflevering terug te kijken. Ook willen wij testen of het duidelijk is wat er allemaal mogelijk is om op de website te doen, en of het überhaupt duidelijk is waarvoor de website eigenlijk voor dient.

2. Testmethode(n)

We hebben voor de volgende testmethodes gekozen. Deze zullen apart worden toegelicht.

5-second test

Thinking aloud (NielsenNormanGroup), tijdens de user test

Question test (Usabilityhub.com)

De 5-second test

We beginnen met de 5-second test. Hier krijgt de testpersoon 5 seconden de tijd om een indruk te krijgen van de site. Vervolgens vragen we wat de testpersoon denkt wat de functie van de website is.

Thinking aloud

Het hardop denken van de testpersoon, geeft weer wat hij denkt tijdens het zoekproces. Eventuele valkuilen komen hierdoor gelijk aan het licht.

Question test

Vervolgens geven we de testpersoon drie zoek-opdrachten. Wij volgen de testpersoon tijdens elk zoekproces en notuleren alle stappen die worden gezet.

3. Verwachte resultaten

We verwachten dat de website niet heel erg makkelijk te navigeren is voor een nieuwe gebruiker, omdat de interface chaotisch is en er gebruik wordt gemaakt van logo's die niet vanzelfsprekend zijn. Daarnaast staat er nergens echt duidelijk wat de functie is van de website. Op zich zou dit wel handig zijn voor mensen die voor het eerst op de website komen.

We hebben ervoor gekozen om de resultaten met behulp van een dictafoon en een notulant te verwerken. Door de dictafoon is het mogelijk om na te gaan wat er allemaal is gezegd. Zo hoef je je tijdens het praten/ondervragen geen zorgen te maken dat je iets vergeet. De notulant noteert wat er gedaan en gezegd wordt. Daarnaast kijkt hij/zij naar de gezichtsuitdrukking van de testpersoon. Op deze manier ontvangen we ook gegevens over de emotie van de gebruiker, bijvoorbeeld of de testpersoon fronst omdat hij/zij iets er niet logisch uit vindt zien.

4. Testscript

Wij zijn Meera, Menno en Rosan en wij zijn eerstejaars Informatiekunde studenten aan de Universiteit van Amsterdam. Wij moeten voor een opdracht onderzoeken hoe gebruikersvriendelijk een website is. Wij hebben gekozen om de website NPO gemist te onderzoeken, wij zouden je graag willen vragen als proefpersoon om de site voor en met ons te testen. Dit geeft ons inzicht in hoe gebruikers de website ervaren. Wij zijn niet geassocieerd met deze website je kan dan ook zeggen wat je wilt.

Wij testen de website, niet jou. Wees niet bang dat je ons teleurstelt. Wij zijn vooral geïnteresseerd in hoe de website wordt gebruikt en daarbij kun jij niets fout doen. Alles wat misschien niet lukt of onduidelijk is ligt aan de website, niet aan jou. Zorg ervoor dat je alles wat in je op komt hardop verteld, zodat wij mee kunnen kijken in jouw denkproces.

5-second test

Wij zullen straks de website vijf seconden lang laten zien en je moet proberen om proberen te achterhalen waar de website voor dient, en bedenken wat er allemaal mogelijk is/moet zijn op de website.

Navigatie

Algemeen

Nu mag je op de site op zoek gaan naar een programma, die je wellicht zou willen kijken. Kijk rond op de homepage of zoek ergens anders op de website.

Gesorteerd op genre

Nu mag je op zoek gaan naar een programma uit de sectie thriller; uitgezonden op donderdag 11 februari.

Specifiek

Ga nu op zoek naar het programma "Toren C" en zoek de allernieuwste aflevering

5. Vragen

5-second test

Toelichting: Je krijgt de site nu 5 seconden te zien. Gebruik deze 5 seconden om erachter te komen wat het doel is van de site.

Vragen:

Waar denk je dat deze site voor dient? Wat is het doel van de site?

Wat is je eerste indruk van het design?

Thinking Aloud

Toelichting: Laat de testpersoon rondkijken op de webpagina en laat hem/haar zeggen wat hij/zij ziet en denkt. Zorg er over het gehele onderzoek voor dat de onderzoekers mee kunnen kijken in het denkproces van de testpersoon.

Question test

Toelichting: Stel je voor dat je een aflevering van een programma terug wil kijken

Wat verwacht je dat je kan doen op deze site?

Hoe ga je op zoek naar het programma? (Wil je tijdens het zoeken vertellen welke stappen je zet en waarom - thinking aloud)

Stel je voor dat je een aflevering van het programma Toren C wil terugkijken
Hoe pak je dit aan? (Wil je wederom tijdens het zoeken vertellen welke stappen je zet en waarom - thinking aloud)

6. Rolverdeling

Meera	Test afnemen/Contact met testpersoon
Menno	Faciliteren techniek, stoelen, koffie etc.
Rosan	Toekijken, luisteren, notuleren

Meera - Afnemer test

Na het vinden van een testpersoon, ga ik de test afnemen. Wij zijn op zoek naar een testpersoon die een first time user is. Na het geven van een korte introductie, beginnen we met een 5-second test. Dit geeft een goeie eerste indruk van de testpersoon. Vervolgens doen we een question test en vragen we de testpersoon om ook hardop te vertellen welke acties hij uitvoert (thinking aloud).

Menno - Facilitator

Als facilitator zorg ik ervoor dat de test goed kan verlopen zonder onderbrekingen; Ik zorg ervoor dat de locatie van de test beschikbaar en rustig is. Ook zorg ik ervoor dat er een laptop klaar staat voor gebruik en dat alles naar wens is. Hierdoor kan de testpersoon zonder moeilijkheden beginnen aan de test.

Rosan - Notulant

Als notulant luister je naar de testafnemer en de testpersoon. Mijn taak is om op te schrijven wat er gezegd word door de testpersoon. Daarbij moet ik ook letten op de reactie en de gezichtsuitdrukking van de testpersoon. Op deze manier is het mogelijk om later gemakkelijk te achterhalen wat de antwoorden waren op de vragen. Zo kunnen er goede conclusies getrokken worden.

7. Conclusies

Bij de 5 second test is naar voren gekomen dat enkele testpersonen meteen zagen wat er te doen was op de website, namelijk gemiste afleveringen terugkijken. Dit werd onder andere gezien door naar de URL te kijken waar "uitzending gemist" in staat. Andere testpersonen zagen niet meteen dat je op deze website afleveringen terug kan kijken. Zij dachten eerder dat het een nieuws website was. Hieruit is te concluderen dat het dus niet gemakkelijk te zien is wat de functie van de website is. Het is misschien een goed idee om nieuwe gebruikers toch een heel korte omschrijving te geven van wat ze op deze website kunnen doen. Een andere mogelijkheid is om het doel van de website in een kop bovenaan te laten kennen, of om dit in een banner te verwerken met een motto.

Tijdens het thinking aloud gedeelte zijn ook een aantal dingen naar voren gekomen. Zo werd er gezegd dat de website waarschijnlijk prettig is om mee te werken omdat de achtergrond een donkere kleur is. De website is echter niet erg klant-aantrekkelijk door de té donkere kleur volgens onze testpersonen. Dit is dus een compromis dat zich op de website bevindt.

Bovendien werd opgevallen dat er veel manieren waren om gemiste afleveringen te zoeken. Zo kon de gebruiker sorteren op datum/genre/populariteit. Dit wekt de verwachting dat het mogelijk is om op veel verschillende manieren te zoeken. Helaas bleek later dat het zoeken toch niet echt gemakkelijk gaat. Zo is de zoekmachine vaak niet accuraat en krijgt de gebruiker onverwachte resultaten. Bij het zoeken naar "Toren C" in de zoekbalk is de serie Toren C slechts het derde resultaat. De eerste twee resultaten zijn twee

compleet andere series. De benaming van genres was volgens onze testpersonen ook niet erg duidelijk, aangezien zij eerder het systeem dat op bijv. Netflix bestaat verwacht hadden (Thriller, comedy) in plaats van de vertaalde variant (Spanning, amusement).

Over het algemeen waren de testpersonen positief over de structuur van de website. Er staan geen onverwachte dingen op de website. De stijl is redelijk overzichtelijk en er zijn genoeg opties om afleveringen te zoeken.

Overigens werden de knoppen "Account aanmaken" en "Inloggen" opgemerkt. De testpersoon had geen idee wat hier het idee achter was. Op de website staat nergens duidelijk wat het nut is van het maken van een account. Dit zou misschien ook wat duidelijker naar voren moeten komen.

Het is één van de testpersonen opgevallen dat er bij de grote slider boven aan de pagina een duidelijke "Bekijk"-knop staat. Maar bij de kleinere afleveringen is deze knop niet te zien, het werd als verwarrend ervaren. Misschien moet er overal een opvallende "Bekijk"-knop komen. Dit is misschien ook prettiger voor de gebruiker omdat er dan een grotere consistentie is.

Er werd tevreden gereageerd op de details die bij de "thumbnails" staat. Dit zijn: de titel, de zender, de datum en de duur. Volgens de testpersoon zijn dit de meest geschikt details om snel meer over de aflevering te weten te komen.

8. Verbeteringen

Uit de user test is duidelijk naar voren gekomen dat de functie van de website niet meteen duidelijk is. Dit geldt ook voor de knoppen "Account aanmaken" en "Inloggen". Het eerste probleem is op te lossen door in het bovendee van de website, waar de gebruiker het meest op focust, duidelijk te maken wat de gebruiker kan doen.

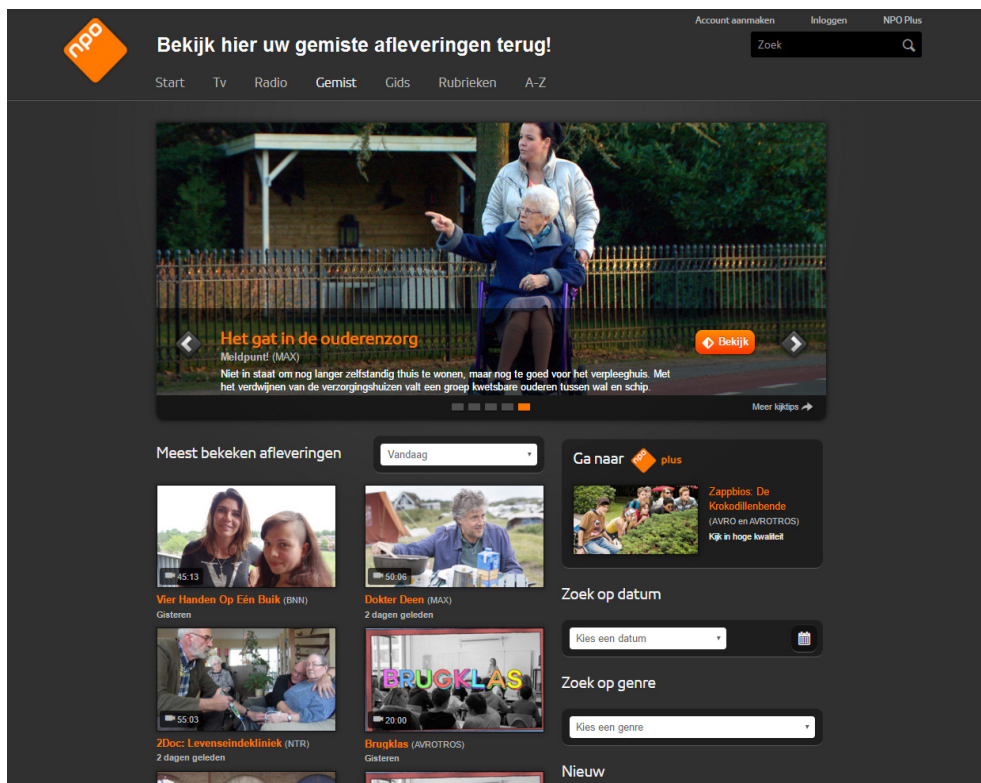
De zoekfunctie werkt nog niet geheel perfect, aangezien een letterlijk getypte zoekopdracht nog steeds compleet andere resultaten oplevert dan wat er gezocht werd. Hier moet dus naar gekeken worden door de website. De manier waarop resultaten worden weergegeven is echter wel goed, en de website heeft ook een "auto-fill" bij de zoekfunctie. Dit werkt erg goed.

De genres moeten veranderd worden naar de internationale benaming, of de naam "genre" moet veranderd worden in "categorie". Bij het woord "genre" bij een serie of film denken enorm veel mensen al aan een comedy of aan een thriller. Bij het woord "categorie" denken mensen echter eerder aan amusement of spanning. Hierdoor kunnen verwarringen tijdens het sorteren verholpen worden.

Om consistentie te behouden en om meer overzichtelijkheid te creëren kan bijvoorbeeld elke aflevering een "Bekijk"-knop gegeven worden. Op deze manier raakt de gebruiker gewent aan vaste functies. Dit zal voor een gemakkelijker gebruik zorgen.

Appendix

Verbeterde Homepagina (Duidelijker wat de functie van de website is door header)



Wireframe nieuwe afleveringenlijst. De genres zijn aangepast en de banner ook.

