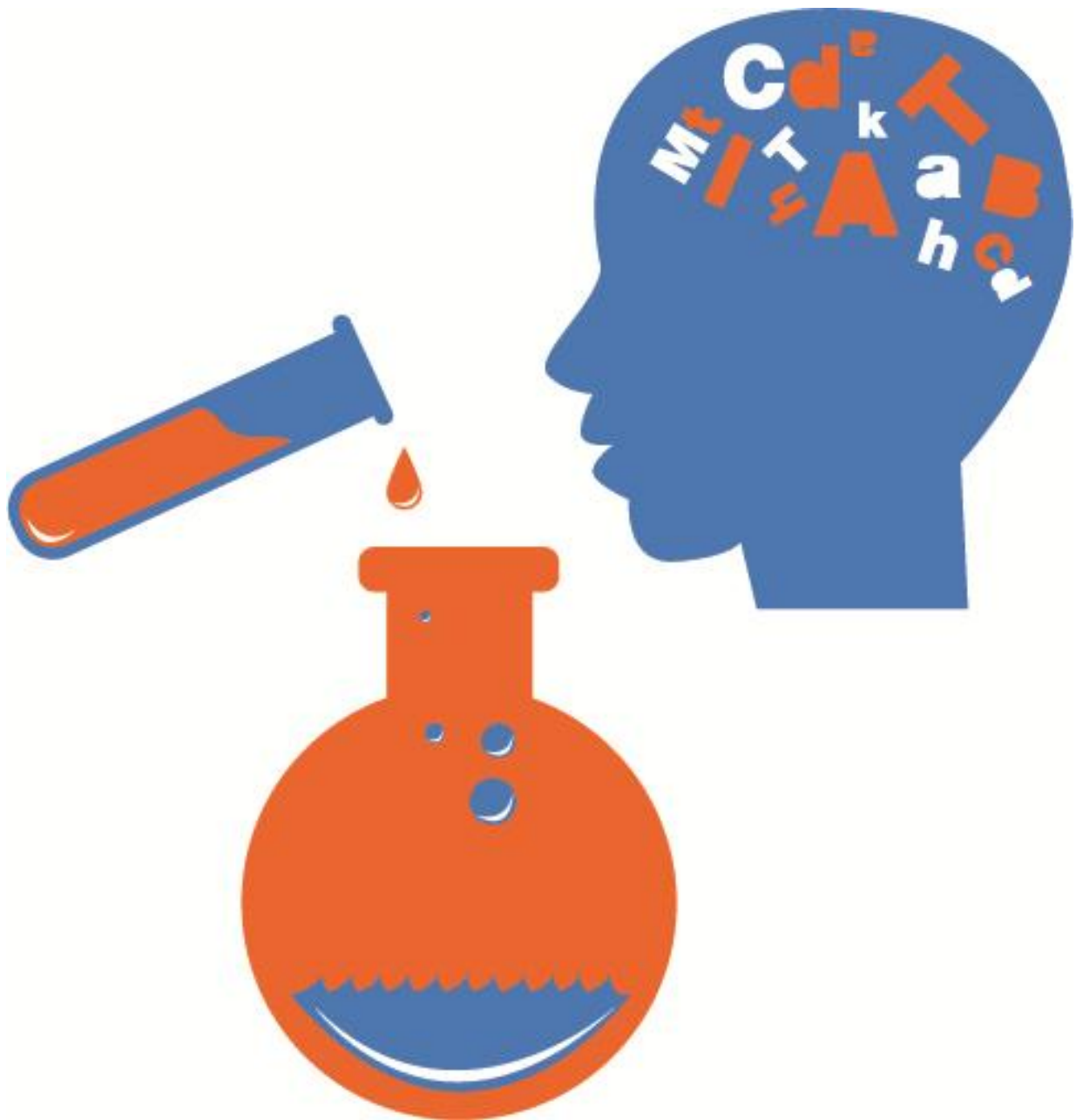


Usability test Rapport



Didi Willems 479471
15-01-2015
Versie V 2.0
2014-2015 (S1)
Hogeschool van Arnhem en Nijmegen te Arnhem
System4 te Veghel
Bedrijfsbegeleidster, Mariëlle Appeldoorn
Stagebegeleidster, Merel Brandon
Assessor, Elisa van Tuijl

Inhoudsopgave

1. Inleiding	2
1. 1 Opdracht	2
1. 2 Doel	2
1. 3 Indeling	2
2. Five second test	3
2. 1. Testplan.....	3
2. 1. 1 Doel.....	3
2. 1. 2 Test Methode	3
2. 1. 3 De test.....	3
2. 1. 4 Meetwaarden.....	5
2. 1. 5 Doelen en maatregelen.....	5
2. 2. Resultaten	6
2. 3. Conclusie.....	8
2. 4. Aanbevelingen	9
3. First click testing	10
3. 1 Testplan.....	10
3. 1. 1 Doel.....	10
3. 1. 1 Test Methode	10
3. 1. 2 De test.....	11
3. 1. 3. Meetwaarden.....	12
3. 1. 4 Doelen en maatregelen.....	14
3. 2 Resultaten	14
3. 2. 1 Test gegevens	14
3. 3 Conclusie.....	15
3. 4 Aanbevelingen	17
4. Contextual Task Analysis.....	18
4. 1 Testplan.....	18
4. 1. 1 Doel.....	18
4. 1. 2 Test Methode	18
4. 1. 3 Rollen	18
4. 1. 4 De test.....	19
4. 1. 5 Meetwaarden.....	20
4. 1. 6 Doelen en maatregelen.....	21
4. 2 Resultaten	21
4. 2. 1 Test gegevens	21
4. 2. 2 Persoons gegevens	22
4. 3 Conclusie.....	23
4. 4 Aanbevelingen	24
5. Bronnen	25

1. Inleiding

1. 1 Opdracht

De opdrachtgever, Reisburo de Wit, heeft samen met System4 een aparte sectie opgezet voor verre (rond)reizen, genaamd Best of Travel. Deze website was in eerste instantie toe aan een re-design om klanten langer te binden en meer interesse te wekken. Toen ze hiermee aan de slag waren gegaan kwamen ze op een ander idee, namelijk het samenstellen van bouwstenen. Hiermee kan de gebruiker, de toekomstige reiziger, zijn eigen reis online samenstellen. Hiervoor moet nu een geheel niet ontwerp komen in de vorm van een web-app.

1. 2 Doel

In dit document worden de drie uitgevoerde usability tests beschreven. Het doel van de Usability test was het verbeteren van het ontworpen design voor de website. Doormiddel van deze tests zijn aanbevelingen gedaan ter verbetering. Door de verbeteringen uit te voeren zal de toekomstige gebruiker beter met de website kunnen omgaan en makkelijk een reis kunnen boeken. Twee tests zijn voornamelijk gericht op het design en de uitstraling, de derde test is gefocust op het gebruiksgemak.

1. 3 Indeling

Dit document is opgedeeld in drie delen. Iedere test heeft een eigen beschrijving met eigen conclusies. Zo zijn alle drie de testen hetzelfde opgebouwd. Het begint met de uitleg over wat de test inhoud en wat het doel is van de test. Daarna volgt de test aanpak, welke testpersonen zijn er, hoe wordt de test afgenomen en welke vragen worden er gesteld. Daarna volgt het stuk voor de controle, wat zijn de goede antwoorden en welke worden als goed gezien. Vervolgens worden de testresultaten weergegeven waarna een conclusie hier uit op wordt gemaakt. De test sluit af met de aanbevelingen voor verbetering. De eerste test is de Five Second test, daarna de First Click test en als laatst de Contextual Task Analysis. Het document sluit af met een bronnenlijst.

2. Five second test

Nu het visual design van de hoofdpagina klaar is, wordt deze getest om te kunnen verbeteren. Dit wordt in eerste instantie gedaan door middel van een five second test. Met deze test is goed de eerste indruk te meten. Hieronder staat de werking van de five second test uitgelegd in het Test plan. De bevindingen van deze test kunnen direct worden meegenomen in het ontwerp proces.

2. 1. Testplan

2. 1. 1 Doel

Met deze test wordt het design gecontroleerd op uitstraling en duidelijkheid. Het doel is om te weten te komen wat de gebruiker van de vormgeving vindt, welke indruk deze op hem maakt. Daarnaast moet direct duidelijk zijn waar de website over gaat. Dit om het thema, het opvallende meest opvallende onderdeel, impressie, waardering en functie te kunnen vaststellen. Met deze test wordt bij een kleine groep het schermontwerp uitgeprobeerd. Uiteindelijk is zo de uitstraling van de website te verbeteren.

2. 1. 2 Test Methode

Een five second test bestaat uit een screenshot of ontwerp die vijf seconden aan de test persoon wordt getoond. (Tomlin, 2014) Hierna worden er een aantal openvragen gesteld, meestal tussen de een en vijf vragen, die de gebruiker over het design moet beantwoorden. Dit zijn vragen in het kader van sfeer, doel, aantrekkelijkheid, impressie en organisatie/bedrijf. De vragen zijn bedoeld om de eerste indruk die een persoon van het design heeft vast te stellen. Deze test is een simpele manier om snel de indruk te testen en de mening van de gebruiker mee te nemen in het design. Binnen vijf seconden (eigenlijk al binnen een) heeft een bezoeker van een website al besloten of hij wil blijven of niet. Deze test is goed om de conversie te verhogen en daarmee een goede website op te zetten.

Deelnemers

Aan deze test hebben negen personen deelgenomen. De testpersonen voor deze test zijn mensen uit de kennis kring, omdat deze makkelijk te bereiken zijn en bereid zijn vrijwillig te helpen. De enige criteria die is aangegeven is dat ze liever geen (multi)media design ervaring hebben. Dus niet de mensen van de opleiding CMD of een andere soortgelijke studie. De testpersonen is gevraagd zich via facebook hun deelname te bevestigen, waarna ze later op de dag een mail ontvangen met de uitleg voor de test. Er is niet gekozen om testpersonen te werven via de tool, omdat hier kosten aan verbonden zijn.

Procedure

De test is opgezet binnen een online tool van Usabilityhub. (Usability hub, 2014) Deze test kan de testpersoon vanaf zijn eigen laptop of computer uitvoeren. In de mail die de testpersoon ontvangt staat een link naar de test. Hierdoor is geen observatie mogelijk, maar bij deze kleine en korte test is dat ook niet van belang, er wordt al gevraagd naar de mening van de testpersoon. De test kan op iedere browser en PC functioneren en resolutie is ook niet van belang. De antwoorden kunnen door de testpersoon worden ingevuld in test vakken. Deze worden automatisch opgeslagen en verwerkt tot woordwolken door de tool.

2. 1. 3 De test

De test bestaat uit een uitleg, beschrijving, een afbeelding en vijf vragen. Deze worden middels de online tool aan de testpersoon voorgelegd. Op de volgende bladzijde de teksten, afbeelding en vragen zoals de testpersoon deze heeft uitgevoerd. Uiteraard wordt iedere test en vraag op een aparte pagina getoond en de afbeelding vijf seconden in beeldgehouden tijdens de test.

Je staat op het punt om een 5-Seconden Test te gaan doen



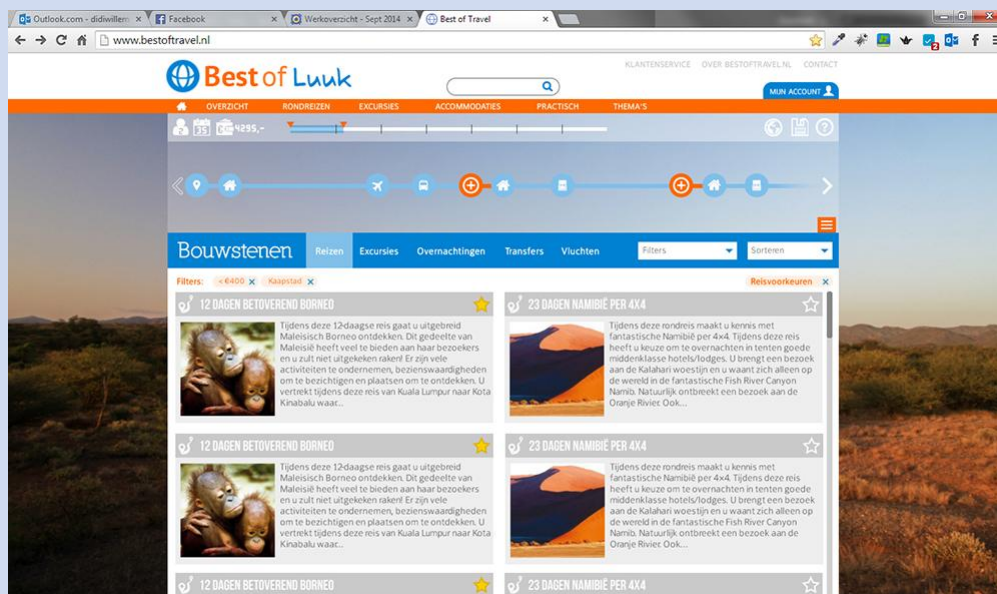
Het enige wat je hoeft te doen is:

- Kijk 5 seconden naar het scherm en probeer zoveel mogelijk te onthouden
- Beantwoord de vragen die verschijnen zodra de tijd voorbij is

Heel eenvoudig!

Start met de test

Ik ben een nieuwe website aan het ontwikkelen op stage. Graag wil ik je mening horen over het ontwerp. Tip; zet je scherm op volledige grote. Succes ;-)



1. WAT BIEDT DE WEBSITE AAN OF WAT IS HET THEMA?
2. OP WELK ONDERDEEL LAG JE FOCUS?
3. BESCHRIJF JE IMPRESSIE VAN DE SITE IN ÉÉN WOORD.
4. WAT DENK JE HIER TE KUNNEN DOEN?
5. HOE VOND JE DE PAGINA ER UIT ZIEN OP EEN SCHAAL VAN 1 TOT 10?

Hé bedankt!

Wist je dat een designer je net een online schouderklopje heeft gegeven.

Doe nog een test

2. 1. 4 Meetwaarden

De meetwaarden voor deze test zijn alleen de vijf openvragen. Alle antwoorden van de testpersonen worden door de tool verzameld. Deze worden per vraag een per antwoord opgeslagen, maar daarbij worden ook alle antwoorden op een vraag bij elkaar gelegd, hier wordt vervolgens een woordwolk van gemaakt. Hierin staan de meest voorkomende woorden groot afgebeeld en de minst voorkomende klein. Vraag twee en vijf zijn hier afwijkend in. Bij vraag twee wordt er naar ieder antwoord individueel gekeken en daarna vergeleken. Het goede antwoord van deze vraag is namelijk de beschrijving van het reis overzicht. Dit kan op veel verschillende manieren beschreven worden. Vraag vijf is een waardering op de schaal van een tot tien. Hier wordt ieder antwoord meegenomen in een gemiddelde. Het was niet mogelijk een ander antwoordoptie te maken, dus ook de cijfers komen in een woordwolk.

Errors

Het kan zijn dat er weinig wordt ingevuld, veel verschillende woorden worden gebruikt of antwoord wordt gegeven in het kader van "ik weet het niet". Hierdoor kan er een onbruikbare woordwolk ontstaan. Mocht dit gebeuren bij een vraag, dan worden de antwoorden op die vraag los van elkaar bestudeerd en worden de correcte antwoorden van de foute antwoorden onderscheiden. Daarna zullen de antwoorden worden vergeleken.

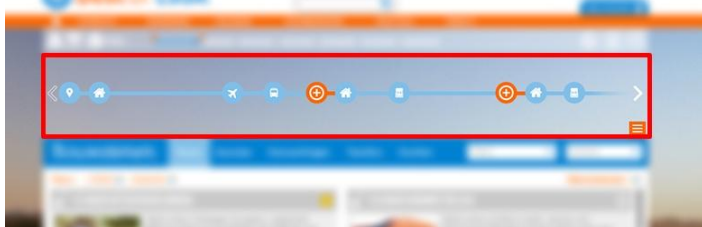
Antwoorden

Voor goed meetwaarden moet voor iedere vraag een juist antwoord worden geformuleerd. Hieronder staan de test vragen, met daar onder woorden die als juist worden beschouwd. Minimaal een van deze woorden zal dus voor moeten komen in het antwoord van de testpersoon om als juist te worden beschouwd.

Wat biedt de website aan of wat is het thema?

Reis, Reizen, Travel, Vakantie, Vakanties, Rondreizen, excursie, excursies, trips, tripjes, uitjes, tours.

Op welk onderdeel lag je focus?



Beschrijf je impressie van de site in een woord.

Mooi, Betrouwbaar, Kleurrijk, Vrolijk, goed, prettig, overzichtelijk.

Wat denk je hier te kunnen doen?

Boeken, reis, samenstellen, rondreis, bouwstenen, bouwsteen, reis maken, combineren, zoeken, vakantie.

Hoe vond je de pagina er uit zien op een schaal van 1 tot 10?

6,7,8,9,10

2. 1. 5 Doelen en maatregelen

Het doel van de gehele test is er achter komen of het design een juiste impressie achterlaat bij de gebruiker. Het thema en de functie van de website moet namelijk direct duidelijk zijn voor een bezoeker van de website. Er wordt vanuit gegaan dat de testpersonen de taken zonder moeite kunnen doorlopen. Er zijn namelijk geen kritische fouten die een testpersoon kan maken waardoor er echt geen uitkomst is. Wel kunnen de vragen negatief worden beantwoord. Dit houdt in dat ze niet het antwoord op de vraag weten of compleet naast het juiste antwoord zitten. Het slagingspercentage voor deze test, per antwoord, is 90%. Dit wil zeggen dat ongeveer 8 van de 9 testpersonen een juist antwoord moet hebben gegeven. Als dit niet het geval is moet het webdesign

op het gebied van die vraag worden herzien. Voor deze vraag wordt er vervolgens ook naar de losse antwoorden gekeken om zo tot een goed advies ter verbetering te komen.

2. 2. Resultaten

Vraag 1

Wat biedt de website aan of wat is het thema?

Woordwolk:



Antwoorden:

- *reizen*
- *Reizen*
- *vakantie site o.a. reizen naar Borneo*
- *ik zag een plaatje van een aap, en een kopje 'bouwstenen'*
- *reizen?*
- *ojee. uhm reizen?*
- *Apen*
- *Een blog over iemand*
- *reizen*

Vraag 2

Op welk onderdeel lag je focus?

Woordwolk:



Antwoorden:

- *header*
- *De horizontale menubalk*
- *Apen*
- *op de plaatjes en verschillende categorieen waar ik op kon klikken*

- de aapjes
- alles. ik wou alles bekijken in korte tijd en daardoor zag ik eigenlijk niks.
- Header
- de artikelen die op de website staan
- De menu items en de achtergrond afbeelding

Vraag 3

Beschrijf je impressie van de site in een woord.

Woordwolk:



Antwoorden:

- kleurrijk
- Overzichtelijk
- kleurrijk
- professioneel, duidelijk
- er stond zoveel op dat ik even niet goed wist waar ik moest kijken.
- overzichtelijk ingedeeld
- Kleurrijk, mooi in sfeer, eenheid
- kleurrijk
- orthodox

Vraag 4

Wat denk je hier te kunnen doen?

Woordwolk:



Antwoorden:

- niks
- Op vakantie
- reizen boeken
- veel informatie lezen in tekstvorm
- reis boeken? Het is een gok...
- ik denk dat je hier een reis kan boeken
- Steun bieden aan apen?
- artikelen lezen
- Reizen/vakanties boeken

Vraag 5

Hoe vond je de pagina er uit zien op een schaal van 1 tot 10?

Woordwolk:



Antwoorden:

- 8
- 8
- 7 (veel tekst)
- 7,5
- 6 (Druk. Er stond veel tekst op. Maar vijf seconden is ook wel erg kort om te kijken.)
- 7
- 8
- 8
- 8

2. 3. Conclusie

Vraag 1

Zes van de testpersonen hebben een correct antwoord gegeven, waarvan twee nog twijfelden. Een van de testpersonen kwam nog in de buurt met zijn antwoord, de andere twee zaten er naast. Dit betekent dat 66 % een correct antwoord heeft gegeven, dit is nog onder het gewenste resultaat van 90%.

Vraag 2

Geen van de testpersonen heeft het gewenste antwoord gegeven, niemand heeft het reisoverzicht beschreven. Bij vijf testpersonen lag de focus op een menubalk of header, bij twee lag de focus op artikelen of andere elementen, bij de laatste twee waren de afbeeldingen het interessantst. De antwoorden op deze vraag hebben niet voldaan aan het slagingspercentage.

Vraag 3

Twee van de testpersonen had een van de gewenste antwoordwoorden genoemd. Vier vonden de website er kleurrijk uitzien en een vond het professioneel en duidelijk. Twee antwoorden weken te veel af. Officieel heeft dus 22% het juiste antwoord gegeven, met de andere positieve antwoorden meegenomen is dit 78%. Dit is nog onder het gewenste percentage, maar niet veel.

Vraag 4

Vijf van de negen testpersonen gaven een correct antwoord. Twee testpersonen verwijzen naar de stukken tekst van de rondreizen. De andere twee hebben een foutief antwoord gegeven. Het percentage juiste antwoorden is bij deze vraag 55,5%. Dit is onder het gewenste percentage van 90%.

Vraag 5

Vijf testpersonen hebben het ontwerp gewaardeerd met een 8, drie met een 7(+) en een met een 6. Het gemiddelde van de waardering is een 7,5, dit is meer dan het gewenste gemiddelde van een 7.

Overig

Van een aantal testpersonen kreeg ik te horen dat de duur van de vertoning van de afbeelding wat aan de korte kant is. Nu hoort dit natuurlijk bij de test, maar deze test is voornamelijk bedoeld voor normale website schermen, meestal een homepage. Hier staat vaak minder onderdelen op en ligt de focus daarom wat anders. Dit is een vervolgpagina in een rijke omgeving, hier is veel in te stellen en te wijzigen en daarom is het scherm drukker. Voor een volgende test zal daarom een langere vertoningstijd gewenst zijn.

2. 4. Aanbevelingen

Ondanks dat niet alle vragen voldoende juiste antwoorden hebben gekregen is er maar een vraag die echt herzien moet worden. De andere vragen lagen niet ver onder het gewenste percentage, er wordt verwacht dat hier meer correcte antwoorden op gegeven worden als de afbeelding langer was vertoond, daarbij zal als alles werkt en de gebruiker de stappen voor dit scherm heeft doorlopen meer hier van begrijpt. Alleen vraag twee, waarbij werd gevraagd naar het meest opvallende, mag het reisoverzicht meer opvallen. Dit onderdeel moet dus worden herzien tijdens de verbeteringen.

3. First click testing

Deze test is aan de testpersonen van de five second test voorgelegd als deel 2. Met de First click test wordt onderzocht of de functies en handelingen die een bezoeker van de website moet kunnen duidelijk zijn. Deze test is zeer gemakkelijk te maken door de testpersoon en vergt weinig werk om op te stellen. In het testplan is de werking van de First click test beschreven. Ook de uitkomsten van deze test kunnen direct worden meegenomen in het ontwerp proces.

3. 1 Testplan

3. 1. 1 Doel

Het doel van deze test is te weten komen of de gebruiker de belangrijkste onderdelen kan vinden. Dit is nodig om de functies van de website goed te kunnen uitvoeren. Zo moet het zoeken, toevoegen en informatie verkrijgen van een bouwsteen duidelijk zijn. Ook moeten onderdelen als opslaan, kosten, gegevens, landkaart en reisoverzicht goed te vinden zijn door de gebruiker. Het doel is om te weten te komen of dit al is bereikt met dit schermontwerp. Als dit nog niet het geval is moet dit worden verbeterd om dit uiteindelijk wel te bereiken.

3. 1. 1 Test Methode

Een First Click test bestaat een vragenlijst met bij iedere vraag een of twee afbeeldingen (Usability, 2014). De afbeelding kan een screenshot, schermontwerp of wire frame zijn. Het is namelijk de bedoeling dat de testpersoon op de vraag kan antwoorden door op een afbeelding te klikken. Als er van een afbeelding gebruik wordt gemaakt per vraag dan wordt er voornamelijk naar de locatie waarop geklikt is gekeken. Hiermee zijn onder andere functies, begrijpbaarheid en iconen te testen. Als er twee afbeeldingen worden toegevoegd is er de mogelijkheid om verschillende versies van een ontwerp te testen op voorkeur zoals verschillende formulervormen of twee verschillende iconen. De vraagstelling bevat daarom altijd een locatie (bij optie een) of een voorkeur (bij optie twee). Met deze test kan de duidelijkheid van iconen, functies van knoppen, locatie van onderdelen en voornamelijk het gebruik van de bezoeker getest worden.

Deelnemers

Voor deze test zijn de testpersonen dezelfde als bij de five second test, omdat deze test hun is aangereikt als deel 2. Aan dit deel van de test hebben acht personen de test volbracht. Hier nog even de korte beschrijving die ook bij het five second test hoofdstuk staat:

“Aan deze test hebben negen personen deelgenomen. De testpersonen voor deze test zijn mensen uit de kennis kring, omdat deze makkelijk te bereiken zijn en bereid zijn vrijwillig te helpen. De enige criteria die is aangegeven is dat ze liever geen (multi)media design ervaring hebben. Dus niet de mensen van de opleiding CMD of een andere soortgelijke studie. De testpersonen is gevraagd zich via facebook hun deelname te bevestigen, waarna ze later op de dag een mail ontvangen met de uitleg voor de test.”

Procedure

De First click test wordt uitgevoerd met behulp van de online tool van intuitionHQ. (Intuition HQ, 2009) Ook deze test kan de testpersoon vanaf zijn eigen laptop of computer uitvoeren. In de mail die de testpersoon ontvangt staat een link naar de test. Hierdoor is geen observatie mogelijk, maar bij deze kleine en korte test is dat ook niet van belang, er is al observatie omdat de muis kliks worden geregistreerd, deze zijn het belangrijkste voor de test. De test kan op iedere browser en PC functioneren en resolutie is ook niet van belang. De testpersoon antwoord door te klikken op een locatie binnen de weergegeven afbeelding. Deze locaties worden opgeslagen door de tool en weergegeven als een heatmap.

3. 1. 2 De test

De test bestaat uit een beschrijving en negen vragen, met bij behorende afbeelding. Deze worden middels de online tool aan de testpersoon voorgelegd. Op de volgende bladzijde staan de teksten, afbeelding en vragen zoals de testpersoon deze heeft uitgevoerd. Bij iedere vraag wordt dezelfde afbeelding steeds weergegeven. Op deze afbeelding moet worden geklikt door de testpersoon als antwoord.

Deel 2

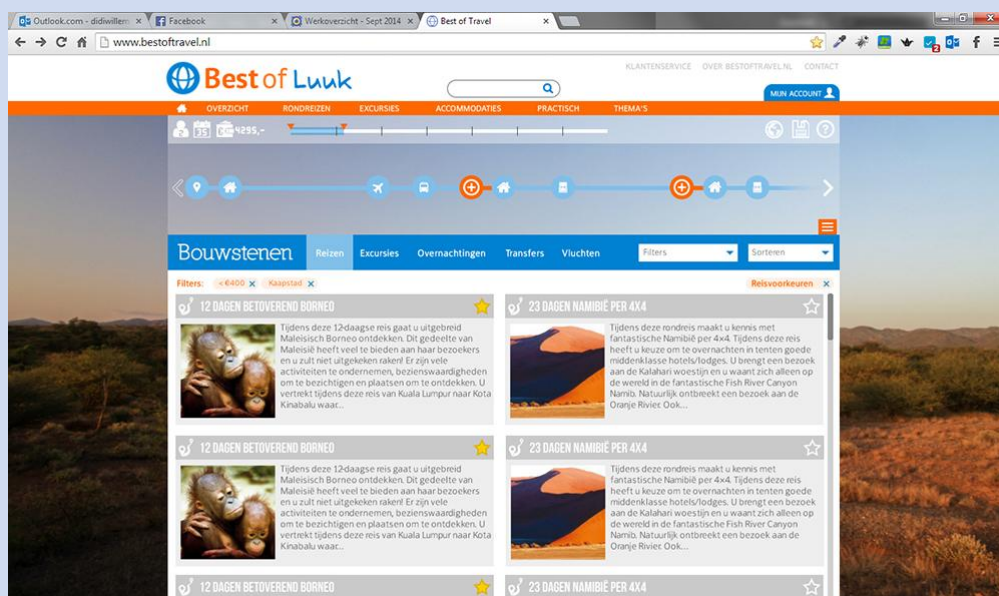
Nogmaals bedankt dat je deel wilt nemen aan deze test. Graag wil ik van mijn website weten of je begrijpt wat alles is en betekend.
Je krijgt dezelfde afbeelding nog een aantal keer te zien. Het is een website voor een reisorganisatie waarbij je een rondreis kunt samenstellen. Je bent op de website ingelogd als 'Luuk'. Over deze toekomstige website krijg je negen vragen.

Wat je moet doen:

1. Lees de vraag boven de afbeelding
2. Beantwoord de vraag door te klikken op de afbeelding alsof het een website is.

Succes!

[Click here to get started](#)



- WAAR KUN JE EEN REIS OF BOUWSTEEN ZOEKEN?
- WAAR KUN JE JE REIS OPSLAAN?
- WAAR STAAN DE KOSTEN VAN JE REIS?
- WAAR KUN JE JE GEGEVENS VINDEN?
- WAAR KUN JE EEN LAND/WERELD KAART VINDEN?
- WAAR VIND JE HET VOLLEDIGE REIS OVERZICHT?
- STEL JE WILT ALLEEN AVONTUURLIJKE REIZEN VINDEN, WAAR GA JE ZOEKEN?
- WAAR ZOU JE KLIKKEN OM MEER INFORMATIE OVER EEN BOUWSTEEN TE LEZEN?
- WAAR ZOEK JE ALS JE EEN BOUWSTEEN AAN JE REIS WIL TOEVOEGEN?

Klaar! Dat was de test alweer.
Hartstikke bedankt dat je me hebt
geholpen mijn ontwerp te verbeteren.

Didi

3. 1. 3. Meetwaarden

De meetwaarden voor deze test omvat alleen de negen openvragen. Alle antwoorden van de testpersonen worden door de tool verzameld. Alle antwoorden (kliks) op een vraag worden bij elkaar gelegd, hier wordt vervolgens een heatmap van gemaakt. De kleur van de kliks op de heatmap verlopen van blauw naar paars naar rood en vervolgens in het midden wit. Hoe meer kliks bij elkaar hoe meer wit er verschijnt.

Errors

Ook hier zijn geen error fouten te maken, we kan de testpersoon niet op de gewenste plaats klikken. Dit is dan een foutief antwoord. Het is mogelijk dat geen enkele testpersoon op de juiste plaats klikt of dat de kliks ver uiteen lopen. Als dit het geval is moet het onderdeel waar de vraag over gesteld is worden herzien. Het advies is hierbij afhankelijk van het aantal kliks en de locatie ervan. Aangezien de testpersonen makkelijk te benaderen zijn zou er nog een verdiepingvraag gesteld kunnen worden over deze vraag.

Antwoorden

Om goede meetwaarden te stellen moeten er juiste antwoorden zijn op de vragen. Hieronder staan de test vragen, met daar onder de afbeelding van de test. Op deze afbeelding is met een rood vlak aangegeven wat de correcte locatie is. Als er meerde, van kaliber verschillende, correcte vlakken zijn weergegeven, zijn de voorkeurslocaties is aangegeven in rood aan gegeven en mogelijke andere locaties in geel. Het aantal kliks binnen dit gebied gelden als juist antwoord op de vraag.

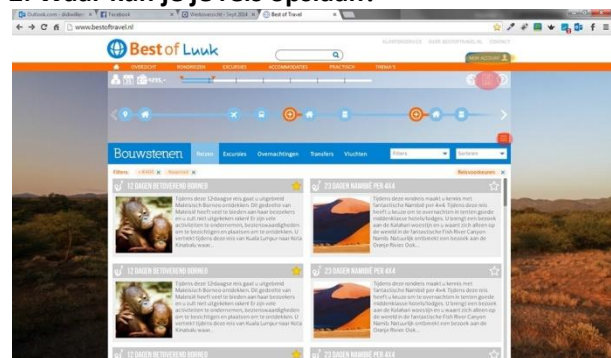
1. Waar kun je een reis of bouwsteen zoeken?



Er moet geklikt worden op de zoekfunctie of op de filterfuncties. Kikken op het tabmenu is ook goed.

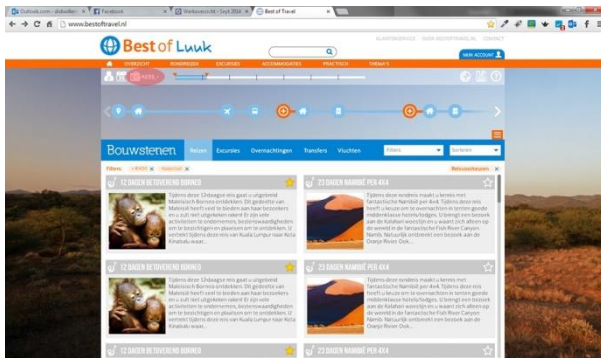
3. Waar staan de kosten van je reis?

2. Waar kun je je reis opslaan?

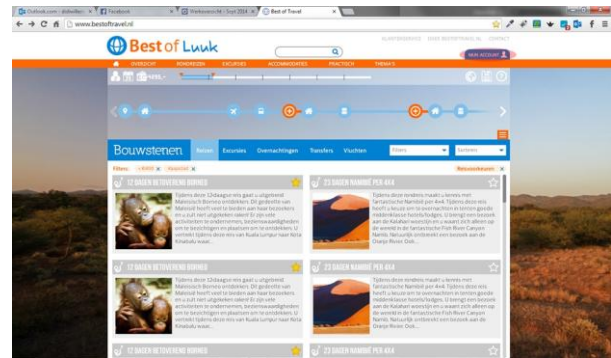


Er moet geklikt worden op het save icon of op het reisoverzicht. Klikken op het account is ook goed.

4. Waar kun je je gegevens vinden?

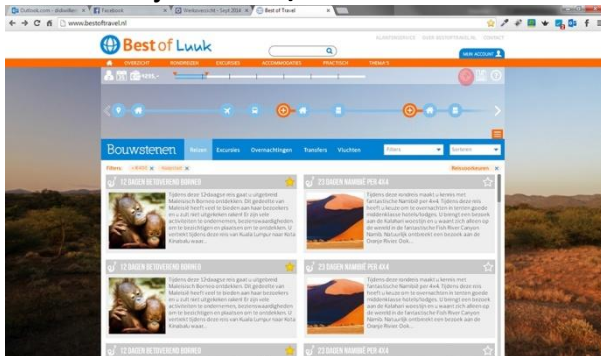


Er moet geklikt worden op het reiskosten icon.



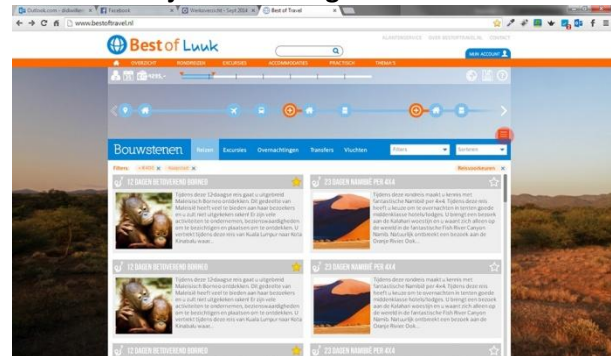
Er moet geklikt worden op het account.

5. Waar kun je een land/wereld kaart vinden?



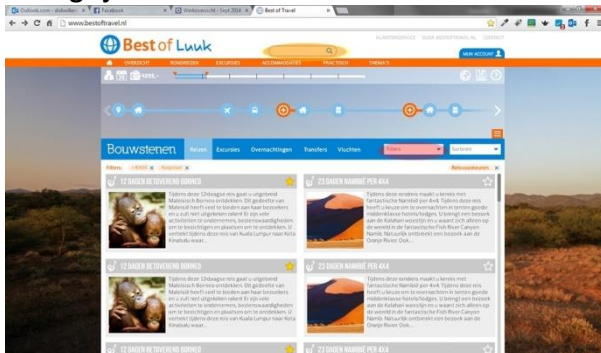
Er moet geklikt worden op het wereld icon.

6. Waar vind je het volledige reis overzicht?



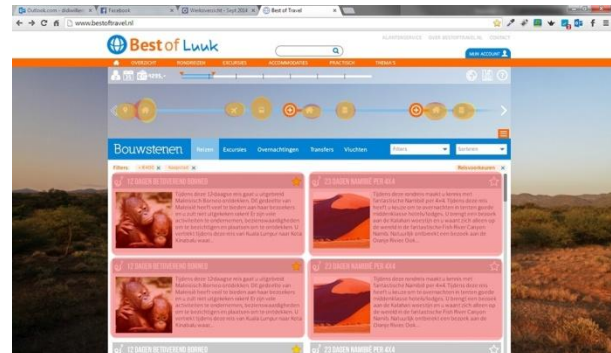
Er moet geklikt worden op het reisoverzicht.

7. Stel je wilt alleen avontuurlijke reizen vinden, waar ga je zoeken?



Er moet geklikt worden op de filters. Klikken op de zoekbalk is ook goed.

8. Waar zou je klikken om meer informatie over een bouwsteen te lezen?



Er moet geklikt worden op een bouwsteen. Klikken op een icon uit de tijdlijn is ook goed.

9. Waar zoek je als je een bouwsteen aan je reis wil toevoegen?



Er moet geklikt worden op een bouwsteen of op een plus icon in de tijdlijn.

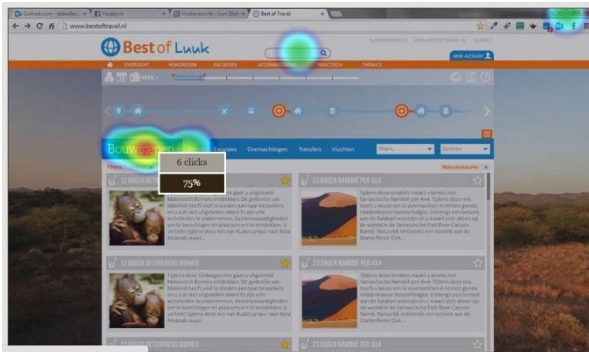
3. 1. 4 Doelen en maatregelen

Het doel van de gehele test is er achter komen of de functies die het bied voor de gebruiker duidelijk zijn. Er wordt vanuit gegaan dat de testpersonen de taken zonder moeite kunnen doorlopen. De testpersoon hoeft alleen op een afbeelding te klikken, er kan niets kritisch fout gaan. Als de testpersoon buiten het aangegeven correcte gebied klikt, is dit een foutief antwoord. Het doel is dat 80% van de testpersonen per test vraag het juiste, een van de juiste, antwoordlocatie aanklikt. Sommige vragen hebben meerdere correcte locaties. Dan geldt nogsteeds dat het rode gebied het meest moet worden aangeklikt met minstens 60%. Als dit niet het geval is moet het webdesign op het gebied van die vraag worden herzien. Hiervoor kan dan een verdiepende vraag worden gesteld aan, een van de, testpersonen om de verbetering door te kunnen voeren. Optioneel is de test nogmaals laten uitvoeren met een verbeterd design.

3. 2 Resultaten

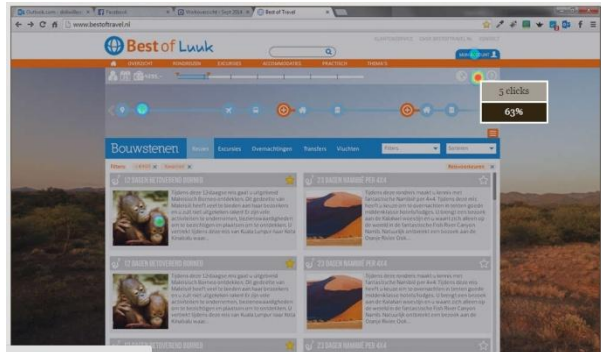
3. 2. 1 Test gegevens

1. Waar kun je een reis of bouwsteen zoeken?



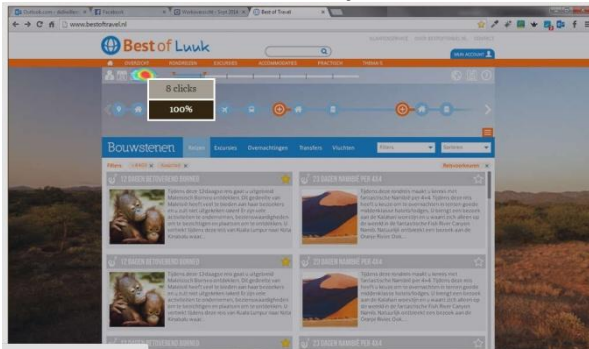
- 15,76 sec

2. Waar kun je je reis opslaan?



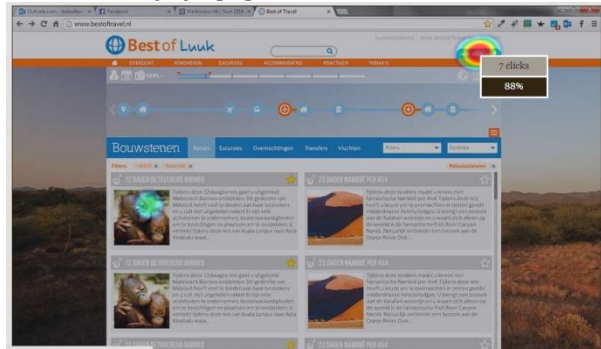
- 12,78 sec

3. Waar staan de kosten van je reis?



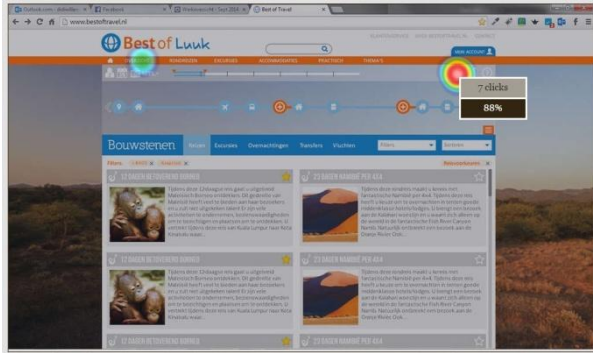
- 18,56 sec

4. Waar kun je je gegevens vinden?



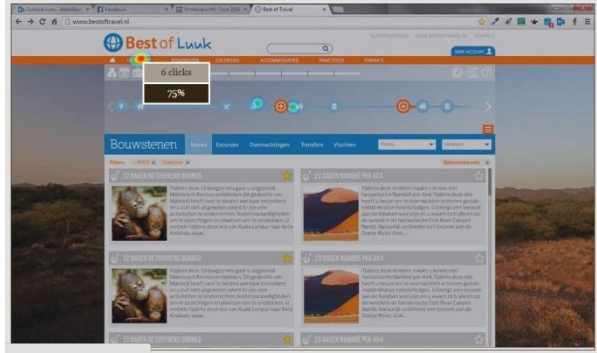
- 5,41 sec

5. Waar kun je een land/wereld kaart vinden?



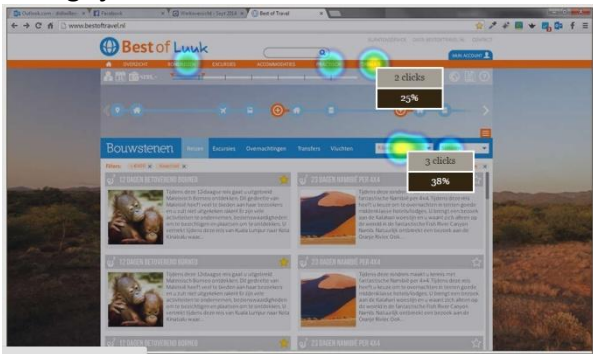
- 11,13 sec

6. Waar vind je het volledige reis overzicht?



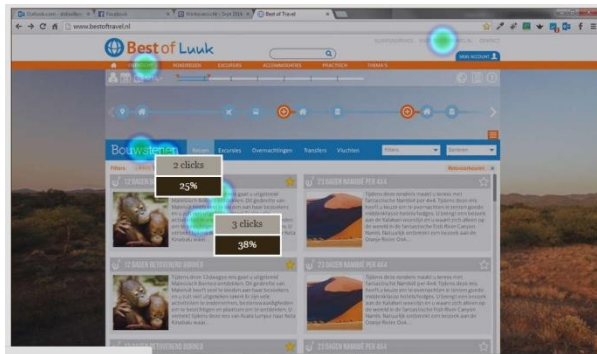
- 17,95 sec

7. Stel je wilt alleen avontuurlijke reizen vinden, waar ga je zoeken?



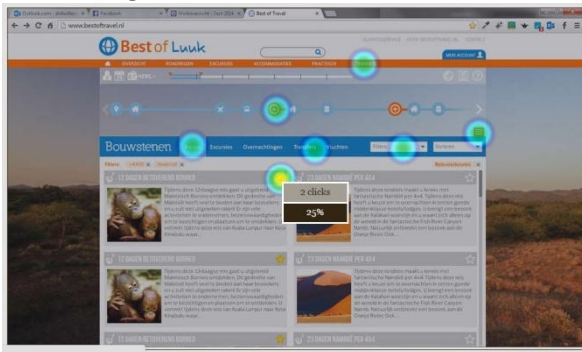
- 17,44 sec

8. Waar zou je klikken om meer informatie over een bouwsteen te lezen?



- 14,8 sec

9. Waar zoek je als je een bouwsteen aan je reis wil toevoegen?



- 9,15 sec

3.3 Conclusie

Vraag 1

Waar kun je een reis of bouwsteen zoeken?

Één testpersoon heeft een correct antwoord gegeven, zes testpersonen hebben een secundair correct antwoord gegeven. Maar één persoon heeft een foutief antwoord gegeven. Het totale percentage van correcte antwoorden is 87,5%, maar voor het rode gedeelte alleen is dit maar 12,5%.

Dit betekent dat niet het gewenste onderdeel opvalt bij deze taak. Er is tevens geklikt buiten het scherm, dit kan betekenen dat hij de test niet helemaal begreep. Het woord bouwstenen valt daarbij meer op dan zoeken of filters.

Vraag 2

Waar kun je je reis opslaan?

Vijf kliks zijn gegeven op de juiste, rode plaats, één Klik is geplaatst op een geel deel. Twee kliks waren foutief. Het totale percentage van deze vraag is 75%, het percentage op het rode deel is 62,5%.

Dit betekent dat wel genoeg personen de juiste klik-plaats hebben gevonden. Het opslaan in het account is niet mogelijk, maar kan een logische plek zijn om dit te zoeken. De twee testpersonen die niet juist hebben geklikt is geen logische plaats om op te slaan.

Vraag 3

Waar staan de kosten van je reis?

Alle acht de testpersonen hebben op de juiste, rode, locatie geklikt binnen het ontwerp. 100% heeft de vraag correct beantwoord. Het vinden van de kosten is duidelijk voor de gebruiker.

Vraag 4

Waar kun je je gegevens vinden?

Zeven van de acht testpersonen hebben op de correcte plaats geklikt voor deze vraag. De andere testpersoon heeft de vraag foutief beantwoord. Het percentage correcte antwoorden is 87,5% voor deze vraag.

Dit betekent dat de gebruiker zijn gegevens zou kunnen vinden. Ook hier geldt dat de twee foutieve kliks onlogisch zijn om gegevens te zoeken.

Vraag 5

Waar kun je een land/wereld kaart vinden?

Ook bij deze vraag hadden zeven testpersonen de vraag juist beantwoord, een testpersoon niet. Het percentage juiste antwoorden voor deze vraag is 87,5%.

De wereld kaart zal goed te vinden zijn door de gebruiker. Echter is het ook logisch om dit in een overzicht te zoeken. Alleen is de functie van dit menu bedoeld voor de gehele website.

Vraag 6

Waar vind je het volledige reis overzicht?

Geen enkele testpersoon heeft op de juiste plaats in het scherm geklikt, wel hebben er twee op het detail overzicht geklikt. Het percentage juiste antwoorden is dus 0%.

Veel testpersonen hebben ook hier op het menu geklikt dat niet voor de reisplanner van toepassing is. Het is logisch dat er op het woord 'overzicht' wordt geklikt. Het icon voor het overzicht moet daarom worden aangepast.

Vraag 7

Stel je wilt alleen avontuurlijke reizen vinden, waar ga je zoeken?

Drie testpersonen hebben op de juiste plaats geklikt, een er net naast en de andere vier hebben in de menubalk geklikt. Dit betekent dat 37,5% van de testpersonen een correct antwoord heeft gegeven.

De testpersonen hebben op de menubalk geklikt. Ook hier geldt weer dat deze menubalk te veel op valt. Er moet duidelijk worden gemaakt dat dit niet de functie is van de menubalk.

Vraag 8

Waar zou je klikken om meer informatie over een bouwsteen te lezen?

Vier testpersonen hebben het juiste gedeelte aangeklikt. Twee testpersonen hebben net niet op de juiste plaats geklikt, maar dit kan goed worden gerekend omdat dit wel in de juiste richting is. Twee hadden foutief geklikt op de header. Het percentage correcte antwoorden is 75%.

Dit betekent niet dat het onduidelijk is waar deze informatie te vinden is, maar wel dat er meer functionaliteiten in moeten komen waardoor de fout niet wordt gemaakt. Ook hier wordt er weer te veel gezocht in de header.

Vraag 9

Waar zoek je als je een bouwsteen aan je reis wil toevoegen?

Een persoon heeft op correcte locatie geklikt. De andere testpersonen hebben op verschillende incorrecte locaties geklikt. Het percentage correcte antwoorden is 12,5%.

Er moet duidelijker worden weergegeven hoe een bouwsteen kan worden toegevoegd.

3. 4 Aanbevelingen

Uit de eerste vraag is af te leiden dat duidelijker moet worden aangegeven dat er met filters gezocht kan worden naar reizen of bouwstenen. Aangezien niet alle testpersonen dit wisten te vinden. Dit kan op twee manieren worden uitgevoerd, door het gewenste onderdeel meer te laten opvallen of de locatie die het meest is aangeklikt die functie te geven en dit duidelijk maken. Als eerste moet de zoekfunctie duidelijk zijn, waar deze voor dient. De zoekfunctie in de header wordt van verwacht over de gehele website te werken. Er zal dus nog een zoekfunctie moeten komen die alleen voor bouwstenen geldt. Niet iedere gebruiker zal direct filters instellen.

Uit vraag 2 tot en met 5 zijn geen concrete verbeterpunten te halen. Deze zijn door de testpersonen veel al gevonden en zal daarom door een gebruiker ook gevonden worden.

Naar aanleiding van vraag 5 is er wel wat te verbeteren, aangezien niemand deze vraag correct had. De plaats waar het volledige reisoverzicht te vinden is, moet worden aangepast. Deze moet duidelijker zichtbaar zijn en beter een connectie aangeven met het detailoverzicht. Deze aanpassing heeft een hoge prioriteit, omdat het een belangrijk element is binnen de website en het niet gevonden is door de testpersonen. Het ontwerp van de kleine button moet worden aangepast zodat deze in connectie staat met de tijdlijn, moet meer opvallen en het moet duidelijk zijn dat het om een reisoverzicht gaat. Het kleine icon gaf deze indruk duidelijk niet, waardoor de testpersonen in de menubalk zijn gaan zoeken.

Uit vraag 7 en 8 blijkt dat de menubalk de uitstraling geeft op het plannen van de reis effect te hebben. Dit is niet het geval, het heeft betrekking op de website en door te klikken op de menubalk verlaat de gebruiker zijn samengestelde reis. Hiervoor is aan te raden de menubalk minder te laten opvallen of (deels)weg laten. Daarnaast moet er een zoekfunctie komen die alleen voor de bouwstenen geldt, zodat het duidelijk is dat deze daar gevonden kunnen worden. Om de bouwsteen informatie te verduidelijken moet gewerkt worden met een hover. Zo zal deze makkelijker gevonden worden en zal de tijdlijn ook duidelijker worden.

Uit de laatste vraag is af te leiden dat het niet duidelijk is waar een bouwsteen kan worden toegevoegd. Dit moet wel duidelijker worden aangegeven, omdat dit ook een van de belangrijkste acties is binnen het samenstellen van een reis. Dit kan worden opgelost door middel van een knop of icoon, of duidelijke hover die dit aangeeft.

4. Contextual Task Analysis

Nadat de wire frames zijn afgerond zijn deze verwerkt tot een demo. Deze demo is een eenvoudige versie van de nieuwe website. De demo wordt getest zodat alle functies die de website zal bevatten, goed te vinden zijn door de gebruiker. De uitslagen van deze test worden overgedragen aan een andere designer van System4. Deze test wordt uitgevoerd met behulp van de Contextual Task Analysis methode.

4. 1 Testplan

4. 1. 1 Doel

Het doel is de functionaliteiten van de website te controleren. Hier is het vooral belangrijk dat de belangrijkste taken die een gebruiker moet kunnen uitvoeren ook makkelijk uit te voeren zijn. Zo moeten de taken als inloggen, gevens invullen, filters instellen, bouwstenen wijzigen en zoeken vanzelfsprekend zijn voor de bezoeker van de website. Het doel is om de gebruiker al deze taken zonder moeite en uit zichzelf te laten volbrengen. Met deze test wordt dit gecontroleerd en waarnodig worden de functies aangepast in het design, zodat dit alsnog bereikt wordt.

4. 1. 2 Test Methode

Bij de Contextual Task Analysis methode wordt een grote taak aan de testpersoon voorgelegd (Usability first, z.d.). Deze taak voert de testpersoon uit in een natuurlijke omgeving. De uitvoering wordt geobserveerd door de testafnemer om zo de handelingen te kunnen volgen. Na de uitvoering van de test wordt er met een interview meer verdieping gevraagd over de handelingen die de testpersoon heeft uitgevoerd. Deze methode wordt grotendeels overgenomen, maar er worden wel iets kleinere opgaven geformuleerd, zodat de testpersoon wel alle onderdelen die mogelijk zijn uitvoert en deze exacter kunnen worden geobserveerd op verkeerde handelingen. Het interview na de test wordt niet uitgebreid gehouden, maar er wordt gevraagd naar de lastigste stappen en tips. Deze test zorgt ervoor dat er bevestiging is voor de ontwerpen van de handelingen. Dit om te voorkomen dat een werkelijke gebruiker van de reisplanner onderdelen niet kan vinden.

Deelnemers

Aan deze test nemen drie werknemers van Best of Travel deel. Zei weten wel hoe ze een reis willen boeken, maar nog niet hoe de applicatie er uit ziet of in elkaar zit. De deelnemers zijn uitgenodigd door de contactpersoon van BoT, Kirsten Lammers om deel te nemen aan deze test. Verder zijn er geen criteria voor de testpersonen, omdat iedere bezoeker van de site deze handelingen zou moeten kunnen uitvoeren.

Procedure

De demo voor de test is gemaakt in de online tool 'Marvel' (Marvel, z.d.). Met deze tool is het mogelijk van afbeeldingen een klikbare demo te maken. De demo bestaat uit afbeeldingen van wire frames. Door doorzichtige knoppen, vakjes, op de afbeelding te plaatsen en deze te laten linken naar een andere pagina is de demo werkend gemaakt. De demo kan vervolgens online worden geactiveerd, zodat deze gebruikt kan worden.

De taken die de testpersoon uit moet voeren staan op het uitgereikte papier. Alle taken dienen door middel van de demo uitgevoerd te worden. De resultaten worden doormiddel van observatie verzameld. Na te test wordt er gevraagd om feedback van de testpersoon, door een aantal post-test vragen in te vullen. Dit om te controleren of de observaties juist zijn en voor extra informatie.

4. 1. 3 Rollen

Binnen deze test zijn er drie rollen, de testpersonen, Test observeerder en de testafnemer. De Facilitator wordt uitgevoerd door de online tool en de Data logger is niet van toepassing bij deze test. Wie de testpersonen zijn staat al uitgelegd in het kopje testmethode, deelnemers. De leeftijd en geslacht van de testpersonen staan in de resultaten van de test vermeld. De testafnemer is Didi

Willems, tevens de Designer van het ontwerp, zij heeft de test opgesteld, de vragen bedacht en het bedrijf gevraagd voor het uitnodigen van de testpersonen. Ook zal zij de gegenereerde resultaten bestuderen en verzamelen.

4. 1. 4 De test

De test bestaat uit een test uitleg met de test taken op papier voor de testpersoon, een demo die online beschikbaar is en de post-test vragen die ook worden uitgereikt aan de testpersoon. Het papier krijgt de testpersoon uitgereikt voordat de test begint. De demo kan worden uitgevoerd op de beschikbare pc of laptop aanwezig op het kantoor van Best of Travel. Onderstaand de test taken die de testpersoon uitgereikt krijgt en daarna de post-test vragen.

Wat kun je in deze demo?

De demo dient behandeld te worden als een website, maar dan zonder mooie kleurtjes. Het is alleen mogelijk te klikken, dus waar er iets ingevuld moet worden met tekst, wordt hier op geklikt. Ook als iets moet bewegen, wordt hier op geklikt. Verder is niet alles uitgewerkt, als er geen handje verschijnt, is het niet mogelijk er op te klikken. Gegevens worden niet opgeslagen dus als er een tweede keer op klikt, zijn de gegevens weer weg. Dit is geen probleem, een maal uitvoeren is genoeg. Voor de rest, behandel het vooral als een website.

De aangemelde naam is Luuk Specht en hij heeft al een reis uitgezocht op de website van Best of Travel. Voor jou de taak om deze rondreis door Zuid-Afrika aan te passen. Daarom open je deze reisplanner. Hieronder staan een aantal taken die je wilt uitvoeren, voer deze a.u.b. in volgorde uit. Succes!

Taak 1

Log in op de website. Je hebt al een account, dus vul de velden in.

Taak 2

Je gaat meteen op onderzoek naar je profiel. Vult daarom maar meteen alle gegevens in.

Taak 3

Je weet al wat voor een soort reis je wilt, daarom vul je je reis voorkeuren in. Deze staan hieronder aangegeven, vul deze in de juiste volgorde in.

Je maximale budget voor de reis is €4000 en je gaat samen met je vrouw. Ook wil je op 12 December 2016 vertrekken, want dan heb je vakantie. Je wilt graag met een groepsreis mee en je wilt perse met de auto.

Je besluit toch niet te filteren op de vertrekdatum, verwijder deze.

Taak 4

Je hebt al eerder reizen opgeslagen, deze wil je updaten.

- *Wijzig je reis "Luuks – '12 dagen betoverend Borneo" in "Fantastisch en Luxe Borneo"*
- *Verwijder busreis door Brazilië*

Taak 5

Je besluit ook nog even je favorieten te controleren. Je ziet de Excursie bako Np staan en wil deze eigenlijk wel meteen toevoegen aan je reis.

Taak 6

Je bent klaar met het aanpassen van je account. Je wilt nu de kaart bekijken van je rondreis. Van hier uit bekijk je de informatie over het vliegveld Bloemfontein. Verlaat nu deze vlucht naar 16:30.

Taak 7

Je wilt graag de excursie "Ballonvaart boven het Krugerpark" toevoegen aan je reis. Zoek deze rondreis en voeg deze op de beschikbare plaats in je reis.

Taak 8

Je hebt nu je reis al een beetje aangepast, sla deze maar even op.

Taak 9

Je wilt een medereiziger toevoegen, maar je weet niet hoe. Zoek dit op via de FAQ.

Taak 10

In je reis heb je als eerste een overnachting staan: "Hotel Globales - Kaapstad", na je vlucht heb je behoefte aan wat comfort. Wijzig daarom de Klasse van deze overnachting naar vier sterren.

Taak 11

Je bent tevreden over de reis die je hebt samengesteld. Open het reisoverzicht en vraag de factuur aan om deze reis te boeken.

Nadat je de factuur hebt aangevraagd wil je de reis ook nog delen op facebook.

Taak 12

Je bent nu klaar in de reisplanner, sluit het reisoverzicht en log uit.

Post-test vragen

Leeftijd:

Geslacht:

- Welke taak was het meest ingewikkeld uit te voeren? Zo ja, welke en waarom.
- Welke taak duurde het langst om uit te voeren? Zo ja, welke en waarom.
- Was er een taak die je liever anders zou willen uitvoeren? Zo ja, welke en waarom.
- Heb je nog verbeterpunten voor de website?

4. 1. 5 Meetwaarden

De meetwaarden voor deze test omvat de observatie en de post-test vragen. De antwoorden worden door de test observeerder verzameld door deze te noteren. De observatie wordt tijdens de testuitvoering genoteerd. Bij de observatie wordt de houding en de expressie van de testpersoon waargenomen. Daarbij wordt er gelet op hoe vaak een testpersoon mis klikt of hoe vaak er een poging gedaan moet worden de taak te behalen. De vragen die worden gesteld zijn open vragen, zodat hier zo veel mogelijk informatie vanuit de testpersoon gegeven kan worden, dit is echter lastig exact te meten. De antwoorden op de vragen worden vergeleken, samengevat en daarna een conclusie uit getrokken.

Errors

Aangezien het om een observatie gaat kunnen er geen errors ontstaan. Wel is het mogelijk dat de testpersoon een taak niet weet uit te voeren. Daarnaast zou het kunnen dat er een error is de demo zit waardoor een tak niet kan worden uitgevoerd, hier is voor de testafname op getest door de test afnemer. Bij de post-test vragen is het mogelijk dat de test persoon geen antwoord op de vraag weet, dit kan positief of negatief zijn, afhankelijk van de vraag. Deze errors zijn niet ernstig voor de uitkomst van de test, ze dragen juist bij aan een betere uitkomst en aan een betere website.

Antwoorden

Er zijn geen concrete antwoorden mogelijk bij deze test. Bij de observatie is het totaal niet mogelijk een antwoord of een verwachting vast te stellen. Bij de post-test vragen kan er wel een (gewenst) resultaat worden omschreven. Onderstaand de verwachtingen per vraag.

Welke taak was het meest ingewikkeld uit te voeren?

Er wordt verwacht dat er minstens één taak genoemd wordt die lastig uit te voeren was. Als dit er meer dan drie zijn wordt dit als een negatief beoordeeld antwoord gezien.

Welke taak duurde het langst om uit te voeren?

Er wordt verwacht dat er minstens één taak genoemd wordt die lastig uit te voeren was. Als dit er meer dan drie zijn wordt dit als een negatief beoordeeld antwoord gezien.

Was er een taak die je liever anders zou willen uitvoeren?

Er wordt verwacht dat hier een taak wordt omschreven inclusief verbeterpunten.

Heb je nog verbeterpunten voor de website?

Er wordt verwacht dat hier een verbeterpunt uit komt op het gebied van onvindbaarheid van een onderdeel of onduidelijkheid van een icon.

Welke waardering zou je de website geven?

Het gemiddelde van deze cijfers moet boven de 6 uitkomen om een positief resultaat op te leveren.

4. 1. 6 Doelen en maatregelen

Het doel van deze test is het controleren van de duidelijkheid en overzichtelijkheid van de website. Er wordt verwacht dat iedere testpersoon de taken kan uitvoeren, zonder een vraag te stellen over de werking. Mocht dit wel het geval zijn, bij meerdere testpersonen, moet de functionaliteit waarbij de taak toebehoord worden herzien. Er wordt verwacht dat iedere testpersoon een vraag zal stellen over een taak. Dit hoeft niet te betekenen dat de taak direct moet worden herzien, maar wel als meerdere testpersoon dezelfde taak lastig vonden uit te voeren. Uit alle vragen wordt een samenvatting van iedere vraag gemaakt om zo per vraag de conclusie te trekken of de taak te veel mankementen bevat. Zoals aangegeven worden deze verbeterpunten, inclusief aanbeveling, beschreven om over te dragen aan een andere designer.

4. 2 Resultaten

4. 2. 1 Test gegevens

Welke taak was het meest ingewikkeld uit te voeren?

Testpersoon 1

Taak 10, ik wist niet dat ik in de balk moest klikken en wilde naar het tabblad 'overnachtingen'

Testpersoon 2

Taak 10, de balk met iconen wat wat was

Testpersoon 3

Reisoverzicht, niet duidelijk waar te klikken

Welke taak duurde het langst om uit te voeren?

Testpersoon 1

Taak 9, duurde even voor ik de juiste knoppen gevonden had

Testpersoon 2

Taak 10

Testpersoon 3

(vraag 1)

Was er een taak die je liever anders zou willen uitvoeren?

Testpersoon 1

Bij taak 7 een zoekscherm om te filteren

Testpersoon 2

Hulp zoeken

Testpersoon 3

Scherm sluiten

er naast klikken om te sluiten

beschrijving als je over icoontjes heen gaat

Heb je nog verbeterpunten voor de website?

Testpersoon 1

- iets duidelijker aangeven dat dit "tekent pijl naar beneden" overzicht is.

- filtering niet alleen in account maar links op scherm

Testpersoon 2

Werken met zowel tekst als beeld

Testpersoon 3

Data of dagen toevoegen aan tijdlijn.

Welke waardering zou je de website geven?

Testpersoon 1

7

Testpersoon 2

8

Testpersoon 3

8

4. 2. 2 Persoonsgegevens

Testpersoon 1

Leeftijd: 27

Geslacht: vrouw

Testpersoon 2

Leeftijd: 21

Geslacht: man

Testpersoon 3

Leeftijd: 23

Geslacht: vrouw

4.3 Conclusie

Welke taak was het meest ingewikkeld uit te voeren?

Taak 10, het wijzigen van de overnachting, en het vinden van de reisplanner waren de meest lastige taken volgens de testpersonen. Daarbij was het voornamelijk lastig om de overnachting te vinden. De testpersonen probeerden op andere vlakken te klikken en bij de tabbladen op overnachtingen te klikken. Dit geeft aan dat het niet duidelijk was dat de tijdlijn de samengestelde reis betrof. De tijdlijn zal meer uitstraling moeten krijgen dat het om een overzicht van de reis gaat. Ook het totale reisoverzicht was nog lastig te vinden. De pijl was niet voldoende om aan te geven wat dit was, er waren te weinig hints aanwezig. Ook hierbij geldt dat het volledige reisoverzicht beter duidelijk moet worden gemaakt aan de gebruiker om dit te kunnen vinden.

Welke taak duurde het langst om uit te voeren?

Bij deze vraag werd door iedere testpersoon een andere taak of onderdeel beschreven. De eerste testpersoon had duidelijk moeite met het zoeken in de FAQ. Ze vond het lastig de juiste onderdelen te vinden die tot het onderwerp leidde waar ze naar opzoek was. Om dit makkelijker te maken kan de structuur van de FAQ worden aangepast en/of de zoekfunctie in de FAQ werkend maken. (deze zat al in de test, maar was niet werkend).

De tweede testpersoon vond bij taak 10 het lastig om de informatie over het hotel te vinden. Dit was dezelfde taak als bij vraag 1. Hij probeerde ook op het tabmenu te klikken of in de website menubalk. De derde testpersoon gaf hier ook weer als antwoord dat het reisoverzicht niet goed te vinden was. De conclusie van deze laatste twee antwoorden staat al bij vraag 1 beschreven.

Was er een taak die je liever anders zou willen uitvoeren?

Als eerste werd aangegeven dat het zoeken naar een excursie lastig was. De testpersoon had hier liever een zoekfunctie om te kunnen zoeken naar een excursie dan alleen filters.

De tweede testpersoon heeft aangegeven het hulp zoeken anders te willen uitvoeren. Het moet daarin ook mogelijk worden gewoon te zoeken op trefwoorden in plaats van alleen categorieën door te klikken.

De derde testpersoon wilde graag op een andere manier de schermen kunnen sluiten, het liefst door buiten het scherm te klikken. Daarnaast gaf ze ook aan dat ze informatie zou willen zien bij iconen wanneer hier met de muis overheen wordt gegaan.

Dit zijn zeer concrete tips en zijn alleen goed uit te voeren ter verbetering. Een zoekfunctie kan worden ingesteld en hovers worden nog toegepast.

Heb je nog verbeterpunten voor de website?

De eerste testpersoon gaf wederom als verbeterpunt de vindbaarheid van het volledige reisoverzicht aan. Daarbij gaf ze aan dat het pijl icoon niet voldoende duidelijk is dat het hier om een overzicht gaat. Haar tweede tip was dat ze de filtering liever links op het scherm ziet en niet alleen in het account. Hierbij is het mogelijk de filtering wel aan te passen, maar deze links van het scherm plaatsen wordt lastig binnen dit design. De mogelijke veranderingen voor het reisoverzicht zijn in de vorige vragen al gegeven.

De tip van de tweede testpersoon was “werken met tekst en beeld”. Hiermee bedoelde de testpersoon dat er ook tekst bij iconen moet staan ter verduidelijking. Dit is al meegenomen in de vorige vragen.

De laatste testpersoon had als tip data of dagen toe te voegen aan de tijdlijn. Er wordt verwacht dat deze tips een duidelijke en functionele toevoegingen zullen zijn.

Welke waardering zou je de website geven?

Het gemiddelde cijfer dat voor de website is gegeven is een 7,6. Dit is een ruime voldoende, dat betekent dat de website nu al positief beoordeeld wordt. Een goede beoordeling zegt iets over de indruk en de verwachtingen. Als dit nu al goed is kan dit alleen maar beter worden met de resultaten uit deze test.

4. 4 Aanbevelingen

De onderdelen die moeten worden verbeterd zijn de tijdlijn, het volledige reisoverzicht, de filters, zoekfunctie en hovers. Deze onderdelen zijn allen zeer belangrijk voor de werking van de website. Als deze geen goed gebruiksgemak hebben worden de functies niet, niet goed of verkeerd gebruikt. Om dit te voorkomen moeten er een aantal verbeteringen worden doorgevoerd in het design.

De tijdlijn moet een titel krijgen ‘Mijn reis’, om aan te duiden dat dit de reis is en deze kan worden aangepast. Daarnaast worden de dagen boven de tijdlijn geplaatst zodat duidelijk is waar de gebruiker in de tijd zit en op welke dag de activiteiten staan gepland. Deze wijziging zal ook bijdragen aan de duidelijkheid van de functie van de tijdlijn.

Het volledige reisoverzicht moet beter vindbaar worden door toevoeging van een hover bij de pijl. Daarnaast zal bij het openen van het overzicht de titel ervan ook worden weergegeven bovenaan dit scherm. Waarschijnlijk is de toevoeging van een knop met ‘boeken’ in de kleine menubalk van de tijdlijn ook een goede toevoeging hiervoor.

De filters zullen zo blijven, omdat het binnen het design niet eenvoudig aan de linker kant te zetten. De filters zullen voor de wisseling tussen reizen, reisgebonden moeten worden. Zo is het duidelijker waar rekening mee gehouden wordt. Het is natuurlijk mogelijk een reis avontuurlijk te maken en een relaxend, maar dat je daar wel op wil filteren voor een reis specifiek.

De zoekfunctie zal terug moeten komen in de tabbladen bij de bouwstenen, zodat het duidelijk is dat deze alleen hiervoor geldt. De zoekfunctie in de header zal dan dienen voor de totale website.

Daarnaast moet de zoekfunctie in de FAQ werkend worden gemaakt en eventueel de indeling van de categorieeweergave worden aangepast.

Voor alle iconen bovenaan in de tijdlijn worden hovers gezet zodat de functie hiervan duidelijk is. Ook de hovers van de bouwstenen in de tijdlijn moeten werkend gemaakt worden voor gebruiksgemak.

Daarnaast moet een scherm te sluiten zijn door buiten het scherm te klikken.

Als allerlaatste toevoeging ter verbetering wordt aangeraden om bij het klikken op de menubalk of de zoekfunctie in de header, een waarschuwing te geven dat de gebruiker hierdoor de reisplanner zal verlaten. Hierdoor wordt duidelijk dat de gebruiker hier niet zal moeten zoeken om een bouwsteen toe te voegen.

5. Bronnen

Intuition HQ. (2009). *Projects*. Geraadpleegd op 2-12-2014, van Intuition HQ:
<http://didiwillems.intuitionhq.com/projects/2789>

Marvel. (z.d.). *Marvel*. Geraadpleegd op 1-12-2014, van Marvel: <https://marvelapp.com/>

Tomlin, C. (2014, 03 11). *5 second test*. Geraadpleegd op 2-12-2014, van Useful Usability:
<http://www.usefulusability.com/5-second-test/>

Usability. (2014). *First Click Testing*. Geraadpleegd op 19-9-2014, van Usability:
<http://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/first-click-testing.html>

Usability first. (z.d.). *Contextual Task Analysis*. Geraadpleegd op 19-9-2014, van Usability first:
<http://www.usabilityfirst.com/usability-methods/contextual-task-analysis/>

Usability hub. (2014). *Five second test*. Geraadpleegd op 16-12-2014, van Usability hub:
<https://usabilityhub.com/tests>