

Stejně si dáte řízek

Uživatelský výzkum a testování v Seznamu

Martin Kopta



SEZNAM.CZ
...najdu tam, co hledám

Uživatelský výzkum v Seznamu

Proč v Seznamu děláme uživatelský výzkum

Jaké druhy výzkumu realizujeme

Proč uživatelský výzkum

Nové příležitosti

Prostor pro vznik konkurenční výhody

Omezování vícenákladů na opravu chyb

Druhy výzkumu

~~Kvalitativní × kvantitativní~~

Formativní – definuje problém

Generativní – hledá možná řešení

Evaluační – ověřuje předpoklady

Formativní výzkum

~~Výzkum trhu~~

Etnografie

pozorování – stínování

deníky

kontextové dotazování

Dotazníková šetření

Skupinové rozhovory

Hlubkové pohovory

Generativní výzkum

~~Kniha přání~~

Knowledge Café

Critical Incident Analysis

Context of Use Analysis

Card Sorting (open)

Evaluační výzkum

Card Sorting (closed)

Product Reaction Cards

Five Secods Test

Feedback Surveys

Uživatelské testování

eyetracking

neuromarketing

Uživatelské testování v Seznamu

Formy uživatelského testování

Kdy, kde, kdo, co, s kým, za kolik

Postup uživatelského testování

Formy testování

Laboratorní

Vzdálené

Terénní

Moderované

Nemoderované

Kdy, kde, kdo, co, s kým, za kolik

Kdy testovat

Když má respondent čas

V co nejranějším vývojovém stádiu

Opakovaně, pravidelně

Kdy testovat

Sezení trvá 40 až 90 minut

facilitace 10 minut

scénáře 20 až 40 minut

řízený pohovor 10 až 40 minut

Rekrutace trvá 2 až 7 dnů

Příprava scénáře 1 den (+ schůzka se zadavatelem)

Kde testovat

Prostředí odpovídající běžnému kontextu užívání

Laboratoř + observatoř

Zvukově odstíněné místnosti

Kdo se účastní testování

Respondent (účastník)

Facilitátor (hostitel)

Moderátor (nezainteresovaná osoba)

Pozorovatelé (zainteresované osoby)

Co je předmětem testování

Testovat lze už od první skicy (wireframe, prototyp, beta verze webu, konkurence, původní web)

„Lepší dobrý wireframe, než zabugovaná beta.“

— Lukáš Marvan

Ujistěte se, že web funguje
(VPN, Private domains...)

Co je předmětem testování

Setkává se mentální model uživatele s realitou?

Orientuje se uživatel v rozhraní?

ergonomie

přístupnost

Jsou srozumitelné texty?

Dává uživateli smysl posloupnost úkonů?

Nezajímá nás marketing ani buggy.

S kým testovat

3 až 8 respondentů

Zkušenosti a dovednosti blízké cílové skupině

uživatelé služby

rekrutovaný panel

kamarádi a kolegové

kolemjdoucí (metoda Hallway)

Za kolik

Dobrý pocit

Drobný dar (pozdání na kávu, propagační předmět)

Finanční odměna (obvykle 500—1500 Kč za sezení)

Postup uživatelského testování

Před testem

Přivítat respondenta

Nabídnout občerstvení

Vysvětlit podstatu testu

Spustit nahrávání

Nechcete se na něco zeptat?

Po testu

Chcete nám ještě něco říci?

Byl test v pohodě?

Chcete se na něco zeptat?

Poděkování + odměna

Krátké zhodnocení

Výstupy z testování

Nenahráváme video ani audio

Pořizujeme textové poznámky

Vyhodnocujeme průběžně po každém sezení

Zápis na maximálně dvě strany

Řešitelská schůzka během pár dnů

Co číst

Steve Krug: Rocket Surgery Made Easy

Mike Kuniavsky: Observing User Experience

Tak určitě!

Martin Kopta



SEZNAM.CZ

...najdu tam, co hledám