



1. Wstęp

Po analizie eksperckiej serwisu www.domeria.pl i wyeliminowaniu najbardziej typowych błędów użyteczności, które się w nim pojawiły, przeprowadziliśmy badanie użyteczności z zaangażowaniem prawdziwych internautów. Jego celem było zdiagnozowanie tych wad witryny, których nie wykazała analiza heurystyczna, a które utrudniały uczestnikom badania interakcję z witryną.

Uczestnikami badania byli użytkownicy w różnym wieku, różnie wykształceni - zrezygnowaliśmy z określania wąskiej grupy docelowej, ponieważ serwis kierowany jest do szerokiego grona odbiorców, poza tym istnieje bardzo szeroki wspólny mianownik zachowań różnych użytkowników w Internecie. Każdy uczestnik otrzymał do wykonania kilka typowych dla witryny zadań, przy czym zwróciliśmy uwagę także na pierwszą styczność z witryną (obszary koncentracji, punkt startowy). Poprosiliśmy internautów o szczerą, naturalną oraz o ustne komentowanie tego, na co zwrócili uwagę, co nie jest dla nich jasne, co szczególnie im się podoba itd.

Osoba przeprowadzająca testy miała za zadanie przedstawić każdemu użytkownikowi cel badania, jego plan oraz kolejno zadania do wykonania. W trakcie ich realizacji starała się nie pomagać i nie przeszkadzać użytkownikom, a jedynie tworzyć szczegółowe notatki, których owocem jest ten raport.

	Użytkownik	Zawód	Grupa wiekowa	Korzystanie z Internetu
1.	Aneta B.	pedagog	31-40	kilka godzin dziennie
2.	Anna S.	nauczyciel	26-30	kilka godzin dziennie
3.	Jarosław R.	prywatny przedsiębiorca	26-30	kilka godzin dziennie
4.	Sebastian K.	student	26-30	raz dziennie
5.	Olga S.	student / geodeta	21-25	kilka godzin dziennie

2. Przebieg badania

2.1. Pierwszy kontakt z serwisem

Użytkownik 1 - bezbłędnie określa, co składa się na treść witryny. Zwraca uwagę na napis „PROMOCJA” i zdjęcie książki „Szkola budowania”, przechodzi jednak dalej z uwagi na zbyt długi i zbyt małą czcionką zapisany tekst objaśniający. Kolejnym punktem koncentracji staje się lista projektów, a szczególnie ich wizualizacje. Użytkownik zauważa i pozytywnie ocenia

dużą ilość projektów (opcje listowania u dołu strony), interakcję z serwisem zaczyna zaś od kliknięcia zdjęcia wybranego na stronie głównej projektu, następnie przegląda kartę projektu, zwracając szczególną uwagę na dane techniczne oraz cenę. Niezauważona pozostaje prawa kolumna serwisu, zakładki po lewej stronie, nagłówek i stopka, wyszukiwarka, a także tekst powitalny pod listą projektów.

Użytkownik 2 - również bezproblemowo określa charakter serwisu, ignoruje te same obszary strony, zwracając uwagę głównie na ikony domów oraz wizualizacje projektów. Interakcję z witryną rozpoczyna od wyboru jednego z projektów wyświetlonych na stronie głównej, jednak w odróżnieniu od użytkownika 1 klika przycisk „zobacz”, a nie samo zdjęcie.

Użytkownik 3 - prawidłowo rozpoznaje zawartość witryny. Sekcję „PROMOCJA” traktuje identycznie jak użytkownik 1 - zauważa ją, ale nie czyta, czego promocja dotyczy. Podobnie jedynie rzuci okiem na tekst powitalny u dołu strony. Już na stronie głównej poszukuje cen - brakuje ich na liście projektów. Ignoruje prawą kolumnę strony, zakładki po lewej stronie, nagłówek, stopkę, wyszukiwarkę, interakcję z serwisem zaczyna natomiast od kliknięcia jednej z ikon u góry strony.

Użytkownik 4 - jako jedyny źle interpretuje charakter serwisu, stwierdzając że jego autorzy sami projektują domy. Podobnie jak użytkownik 1 pozytywnie ocenia dużą liczbę projektów. Oprócz ikon u góry strony i wizualizacji na liście projektów zwraca uwagę na boks kontaktowy oraz na obszar „Gwarancja najniższej ceny”, rezygnując jednak z odczytania towarzyszącego mu tekstu (narzeka na małe litery i zbyt dużą ilość tekstu). Interakcję z witryną rozpoczyna od przeglądnięcia projektów na stronie głównej, po czym decyduje się kliknąć jedną z ikon domów.

Użytkownik 5 - trafnie określa treść witryny. Pozytywnie odnosi się do estetyki strony, a także do jakości (wielkości) zdjęć, negatywnie zaś do obszaru „PROMOCJA”. Interakcję z serwisem rozpoczyna od ikon u góry strony, po czym, jako jedyny uczestnik badania, klika „regulamin”, co jest jedyną różnicą w stosunku do pozostałych użytkowników, jeśli chodzi o ignorowane obszary strony. Na karcie projektu docenia schematy techniczne, co wiąże się prawdopodobnie z technicznym wykształceniem użytkownika.

2.2. Zadanie 1: wyszukanie projektu domu - kryteria dowolne

Użytkownik 1 - nie używa wyszukiwarki, przeglądając raczej listę projektów rozpoczynającą się na stronie głównej. Szczegóły wybranych projektów otwiera w kolejnych zakładkach przeglądarki klikając w wizualizacje. Na karcie wybranego projektu również zwraca uwagę głównie na zdjęcie (powiększa je), oprócz tego sprawdza ilość pomieszczeń, narzeka natomiast na brak informacji o łazienkach. Wraca do strony głównej żeby sprawdzić, czy kliknięcie „zobacz” daje taki sam efekt jak kliknięcie wizualizacji.

Użytkownik 2 - korzysta z ikony „domy średnie”. Przeglądając listę projektów rzadko przewija stronę do końca, jeśli jednak, klika „następna” pod listą, nie zwracając uwagi na opcje nawigacyjne nad listą. Przeglądając katalog ignoruje umiejscowiony w prawej kolumnie zestaw kategorii.

Użytkownik 3 - rozpoczyna poszukiwanie od kliknięcia ikony „domy małe”. Zaskakuje duża ilość projektów („nie przeglądnę wszystkich”) - narzeka na brak filtrów (nie zauważa możliwości filtrowania katalogu za pomocą wyszukiwarki). Klika wizualizację wybranego projektu, następnie pobiera wersję do druku. Ignoruję teczkę (podobnie inni uczestnicy badania).

Użytkownik 4 - również nie dostrzega wyszukiwarki, wybiera „domy z poddaszem” (przy dwóch pierwszych ikonach zauważa brak metrażu), następnie stwierdza błędnie, że „domy z poddaszem” prowadzą do tych samych projektów, co „domy małe”. Nie korzysta ani z prawego menu kategorii (choć ją przegląda), ani nawet z nawigacji nad / pod listą projektów - używa raczej „wstecz” przeglądarki. Bezskutecznie poszukuje podziału projektów wg stylu (interesują go tylko stylistyka podhalańska, natomiast przeglądać musi projekty w każdym stylu). Kartę projektu przegląda chaotycznie, na początku poszukując ceny.

Użytkownik 5 - przegląda projekty umieszczone na liście na stronie głównej, ignoruje kategorie w prawej kolumnie. Z nawigacji nad listą wykorzystuje jedynie opcję „idź do”, jednak wpisuje wartość 33 przy ilości stron równej 6. Na karcie projektu przegląda dane techniczne, zdjęcia (rzuty, elewacje), klika „odbicie lustrzane”. Zwraca uwagę na brak przekroju poprzecznego.

2.3. Zadanie 2: wyszukanie projektu domu - kryteria narzucone

Użytkownik 1 - ignoruje prawe menu, początkowo także wyszukiwarkę. Poszukiwania rozpoczyna od ikony domów średnich, po chwili przeglądania wyświetlonej listy wpisuje w polu tekstowym wyszukiwarki frazę „dom piętrowy bez poddasza”. Ponawia próbę w kilku podobnych konfiguracjach - brak wyników powoduje rezygnację z wyszukiwarki. W końcu postanawia skorzystać z opcji „zapytaj o projekt” przy przypadkowo wybranym projekcie, aby poprosić o listę projektów spełniających wskazane kryteria.

Użytkownik 2 - korzysta z wyszukiwarki zaawansowanej, jednak zamiast skorzystać z przycisku „szukaj ...” kieruje kursor aż do niezwiązanego z wyszukiwarką przycisku „idź”. Zauważa wyszukiwanie garażu, ale nie w wyszukiwarce domów, tylko w wyszukiwarce garażów - wielokrotnie przeskakuje kursorem pomiędzy dwoma obszarami wyszukiwarki zaawansowanej.

Użytkownik 3 - rozpoczyna od ikony „domy średnie”, przegląda kolejne strony wyświetlonej listy, próbując określić, czy kolejne projekty spełniają zadane kryteria, na podstawie zdjęć. Ignoruje wyszukiwarkę i kategorie w prawej kolumnie strony.

Użytkownik 4 - również rozpoczyna od „domów średnich”, następnie odnajduje wyszukiwarkę, gdzie podobnie jak użytkownik 2 myli wyszukiwarkę domów i wyszukiwarkę garażów, przede wszystkim przyciski „szukaj ...”. Powierzchnię domu wpisuje początkowo w wyszukiwarce garażów, ale w końcu znajduje prawidłowe miejsce.

Użytkownik 5 - rozpoczyna od ikon u góry strony, ale po chwili znajduje wyszukiwarkę, a jej obsługa nie sprawia mu problemów.

2.4. Zadanie 3: uzyskanie informacji co do możliwości modyfikacji projektu

Użytkownik 1 - zamiast z opcji „zapytaj o projekt”, korzysta z opcji „zapytaj o szczegóły”, przeznaczonej w zamyśle do uzyskania informacji co do kosztorysu. Ze względu na mnogość pól formularza rezygnuje, dodatkowo nie może poradzić sobie z zamknięciem otworzonego okienka.

Użytkownik 2 - na karcie projektu odnajduje przycisk „zapytaj o projekt”, a pojawiający się po jego kliknięciu formularz nie przysparza mu żadnych problemów (łącznie z zabezpieczeniem CAPTCHA).

Użytkownik 3 - początkowo sprawdza informacje w dziale „co zawiera projekt”, kiedy nie odnajduje tego, co go interesuje, stwierdza, że prawdopodobnie modyfikacja projektu nie jest po prostu możliwa. W razie konieczności wykonałby telefon do biura firmy.

Użytkownik 4 - podobnie jak użytkownik 2, bez problemu odnajduje odpowiedni formularz i nie ma problemów z jego uzupełnieniem.

Użytkownik 5 - jw.

2.5. Zadanie 4: zapytanie o kosztorys

Użytkownik 1 - w pierwszej fazie bardzo dokładnie przeszukuje kartę projektu, zakładając, że informacja ta na pewno jest w tym widoku podana. Ostatecznie klika odnośnik „zapytaj o szczegóły”. Widząc to okno po raz drugi, znów narzeka na dużą ilość pól formularza. Ignoruje blok „Koszty dostępne po zalogowaniu”.

Użytkownik 2 - odnajduje odnośnik „zapytaj o szczegóły”, jednak po jego kliknięciu od razu zamyka okno ze względu na stopień skomplikowania formularza (zachowanie bardzo podobne do tego, którym wykazują się internauci w razie pojawienia się na ekranie okna z treściami reklamowymi). Informuje, że po kliknięciu tego odnośnika spodziewał się od razu konkretnej informacji na temat kosztorysu. Sugeruje, że zadanie byłoby prostsze, gdyby na karcie projektu znalazł się wyraźny nagłówek „kosztorys”. Ignoruje blok „Koszty dostępne po zalogowaniu”.

Użytkownik 3 - bezproblemowo odnajduje link „zapytaj o szczegóły”, dziwi go jednak obecność pól: miejsce i termin inwestycji. Również ignoruje blok „Koszty dostępne po zalogowaniu”.

Użytkownik 4 - niezgodnie z zamysłem twórców serwisu korzysta z opcji „zapytaj o projekt”, jest przekonany, że to dobra droga do uzyskania informacji na temat kosztorysu.

Użytkownik 5 - w wybranym przez niego projekcie brak jest odnośnika „zapytaj o szczegóły”, pojawia się jedynie zachęta „zaloguj się aby...”, co zniechęca go do dalszych starań.

2.6. Zadanie 5: zamówienie wybranego projektu

Użytkownik 1 - bez trudu odnajduje przycisk „zamów projekt” na karcie projektu. Formularz zamówienia nie przysparza mu problemów, pyta natomiast, czy otrzymał potwierdzenie mailowe (nie otrzymuje tej informacji w komunikacie po zatwierdzeniu zamówienia).

Użytkownik 2 - zamówienie przeprowadza bez problemów. Sprawdza na swojej poczcie elektronicznej, czy otrzymał potwierdzenie. W otrzymanej wiadomości brakuje mu informacji, jak wygląda dalszy ciąg realizacji zamówienia, kiedy projekt zostanie dostarczony itp.

Użytkownik 3 - korzysta z przycisku „zamów projekt”. W formularzu zamówienia pomija drugi adres (podobnie użytkownicy 1 i 2). W potwierdzeniu na stronie chciałby zostać poinformowany co do dalszych losów zamówienia, podobnie komentuje informacje zawarte w potwierdzeniu email (brak informacji kontaktowych, informacji co do terminu i sposobu przesyłki, metody płatności). Zauważa, że nadawcą wiadomości jest on sam - wyraża niepewność i zdziwienie co do braku faktycznego nadawcy wiadomości.

Użytkownik 4 - jak pozostali użytkownicy, klika przycisk „zamów projekt”. Wypełnia drugi adres, pomimo iż jest on taki sam (szuka opcji „kopiuj dane”). Nie irytuje go zabezpieczenie CAPTCHA (podobnie pozostałych użytkowników). Spodziewa się potwierdzenia email, które jednak ocenia jako niekompletne.

Użytkownik 5 - łatwo odnajduje przycisk „zamów projekt”, nie ma także problemów z uzupełnieniem formularza zamówienia, poza tym, że szukają przycisku wysłania formularza niemalże kliknął przycisk „wróć” u dołu strony. Zastanawia się, czy otrzyma potwierdzenie mailowe. Po zapoznaniu się z potwierdzeniem pyta, kiedy otrzyma projekt, aby się tego dowiedzieć, w treści wiadomości bezskutecznie poszukuje telefonu kontaktowego.

2.7. Zadanie 6: ocena i dodanie komentarza do dowolnego projektu

Użytkownik 1 - nie zauważa opcji oceny projektu („zagłosuj”), odnajduje natomiast opcję komentowania. W widoku logowania przechodzi do rejestracji, w której podaje jedynie podstawowe dane, pozostałe ignorując. Nie otrzymuje maila aktywującego konto (!) - zirytowany rezygnuje.

Użytkownik 2 - również nie dostrzega ikonki oceny projektu, stwierdza, że opcja ta powinna znajdować się jako kolejny przycisk pod zdjęciami projektu. Odnajduje opcję komentarza, przez rejestrację przechodzi ignorując wszystkie niewymagane pola. Aktywacja z wiadomości email przebiega bezproblemowo, użytkownik zauważa jednak, że po zalogowaniu musi od nowa wyszukać wybrany wcześniej do skomentowania projekt.

Użytkownik 3 - odnajduje opcję „zagłosuj”, dla odmiany ma natomiast problem z odnalezieniem miejsca na komentarze. Krytykuje konieczność logowania, zaś podczas rejestracji ignoruje niewymagane pola.

Użytkownik 4 - z trudem odnajduje miejsce na ocenę projektu, sugeruje etykietę „ocień” zamiast „zagłosuj”. Przy próbie dodania komentarza narzeka na konieczność rejestracji, podczas zakładania konta również uzupełnia jedynie podstawowe dane. Podobnie jak użytkownik 2 zwraca uwagę na konieczność ponownego wyszukania projektu.

Użytkownik 5 - opcję oceny odnajduje po dłuższej chwili poszukiwań, opcję komentarza od razu. W formularzu rejestracji wypełnia podstawowe dane, pozostałe przegląda. Przy polu „powiadomienia” pyta, o jakie powiadomienia chodzi.

2.8. Zadanie 7: dodanie własnego zdjęcia realizacji dowolnego projektu

Użytkownik 1 - rezygnuje z powodu braku maila aktywującego konto.

Użytkownik 2 - łatwo uruchamia formularz dodania zdjęcia. W polu „tytuł” wpisuje „dom jednorodzinny”, nie wie co wpisać w polu „opis” - generalnie zmusza się do uzupełnienia tych pól.

Użytkownik 3 - aby dodać własne zdjęcie, szuka profilu swojego użytkownika, kiedy nie może go znaleźć, wraca do karty projektu i odnajduje stosowne miejsce. W opisie umieściłby krótkie rady od siebie, w tytule adres inwestycji.

Użytkownik 4 - odnajduje opcję dodania zdjęcia, nie ma problemów z formularzem.

Użytkownik 5 - odnajduje opcję dodania zdjęcia, w tytule wpisuje „moja budowa, etap fundamentów”, opis pozostawia nieuzupełniony.

2.9. Uwagi użytkowników

Użytkownik 1 - pozytywnie wyraża się o kolorystyce strony („nie męczy”), o ikonach u góry strony (zwraca uwagę na metraż). Do plusów zalicza możliwość podglądu projektu w odbiciu lustrzanym, chwali również przyciski pod zdjęciami na karcie projektu. Bardzo negatywnie ocenia konieczność logowania w celu dodania komentarza / zdjęcia. Oczekuje większej ilości informacji w dziale „o firmie” (od kiedy działa, kto tworzy zespół, kto stworzył i kto administruje samą witryną). Nie zwrócił uwagi na opcje nad zdjęciem głównym na karcie projektu, a także na całą część społecznościową.

Użytkownik 2 - do plusów zalicza przede wszystkim ikony domów oraz podawanie dokładnych danych technicznych na karcie projektu. Do minusów - brak wyceny. Nie zwrócił uwagi na te same obszary, co użytkownik 1.

Użytkownik 3 - sugeruje wyraźniejsze wyeksponowanie opcji kredytowych oraz projektów ogrodów. Wyraźnie brakuje mu profilu użytkownika, nie dostrzega odnośnika „moja domeria” w nagłówku strony, kiedy zostaje na niego nakierowany, szuka informacji o złożonym przez siebie zamówieniu i narzeka na brak informacji o jego statusie. Ignoruje wyszukiwarkę, zaznacza jednak, że nigdy z wyszukiwarek nie korzysta.

Użytkownik 4 - pozytywnie ocenia estetykę strony, chwali ikony domów. Bardziej wyeksponowałby wyszukiwarkę (zwraca uwagę na zbyt jasną czcionkę). W miejscu etykiety „nowi użytkownicy” sugeruje bardziej szablonową: forum, nie rozumie także obszaru poniżej boksu użytkowników. Powrotu do strony głównej dość długo poszukuje w lewej górnej części

strony. Na karcie projektu brakuje mu wizualizacji profili domu - początkowo nie przewinął strony do tego miejsca - zwraca uwagę, że są zbyt nisko, a gdy je odnajduje, nie może ich powiększyć.

Użytkownik 5 - generalnie wypowiada się o stronie pozytywnie, zwłaszcza o ikonach domów i wyszukiwarce (przy czym zwraca uwagę, że zbyt mało rzuca się w oczy - podobnie jak „co zawiera projekt”). Wiele elementów jest jednak dla niego niezrozumiałych. Powrotu do strony głównej szuka, jak użytkownik 4, po lewej stronie; nie rozumie, czym jestteczka oraz „nowi użytkownicy” („po co to?”) - ignoruje „moją domerię”. Nie zwróciła również uwagi na zakładki po lewej stronie.

3. Sugerowane rozwiązania

3.1. Pierwszy kontakt z serwisem

Uczestnicy badania nie mieli problemów z określeniem, co stanowi główną zawartość serwisu, do czego jest przeznaczony (jedynym wyjątkiem był użytkownik 4). W pierwszej kolejności uwagę wszystkich przyciągają albo ikony domów w górnej części strony, albo wizualizacje na liście projektów, co należy interpretować in plus, ponieważ są to jednocześnie punkty startowe wszystkich uczestników badania, skutecznie umożliwiające im przeglądanie katalogu projektów. Użytkownicy 1 i 4 pozytywnie odnoszą się do dużej liczby projektów (wnioskując po ilości stron w nawigacji pod listą produktów). Wejście na kartę projektu odbywa się albo poprzez kliknięcie zdjęcia, albo poprzez przycisk „zobacz” - należy więc pozostawić na stronie obydwa te sposoby.

Problem	Waga	Rozwiązanie
ignorowanie istotnych obszarów	***	Elementy ignorowane to: zakładki po lewej stronie, nagłówek i stopka, wyszukiwarka, tekst powitalny (zauważony tylko przez użytkownika 3), a w szczególności cała lub prawie cała prawa kolumna witryny. Należy ponownie przemyśleć przeniesienie jej na lewą stronę. Przejściowym rozwiązaniem może być zwiększenie ciężaru wizualnego boksu „projekty” (najważniejszego z punktu widzenia nawigacji), np. poprzez nadanie nagłówkowi pomarańczowej kolorystyki (jaką posiada fragment „dom” w logo). Nie należy natomiast zwiększać ciężaru wizualnego nagłówka i stopki (dla przykładu poszukujący regulaminu użytkownik 5 bez problemu, intuicyjnie go odnalazł).

nieczytelne bloki tekstu	*	Użytkownicy 1, 3, 4 swoimi uwagami i zachowaniem dają do zrozumienia, że teksty w obszarach: promocja, gwarancja najniższej oraz w tekście powitalnym zapisane są zbyt obszerne i nieczytelne z powodu małej czcionki. Rozwiązaniem byłoby skondensowanie, powiększenie i ustrukturalizowanie tekstu (sekcje, wypunktowania, podkreślenia itp.), co zawsze zwiększa szanse, że użytkownicy tekst przeczytają.
--------------------------	---	---

3.2. Zadanie 1: wyszukanie projektu domu - kryteria dowolne

Przeglądanie katalogu odbywa się raczej w sposób chaotyczny, m.in. ze względu na ignorowanie listy kategorii umiejscowionej w prawej kolumnie strony. Podstawą wyboru projektu są zdecydowanie wizualizacje - użytkownicy pozytywnie wypowiadają się o ich wielkości i jakości. Duża rola zdjęć widoczna jest także podczas przeglądania karty projektu, gdzie uważnie oglądane są także rzuty, elewacje, przekroje. Karta projektu jest dla użytkowników czytelna, oprócz zdjęć zwracają uwagę na cenę oraz dane techniczne. Użytkownik 4 uwidacznia ryzyko podjęte przez twórców serwisu przy wielowymiarowej kategoryzacji projektów - dochodzi do błędnego wniosku, że „domy z poddaszem” to ten sam zestaw projektów, co „domy małe”. Jest to natomiast jedyny przypadek takiego nieporozumienia.

Problem	Waga	Rozwiązanie
ignorowanie wyszukiwarki	***	Żaden z użytkowników nie skorzystał z wyszukiwarki na etapie wyszukiwania dowolnego projektu. Szkodzi jej zapewne przynależność optyczna do często używanego bloku ikon domów. Sytuację poprawiłoby „oderwanie” jej od tego bloku, zmiana jasnego koloru czcionki na czarny, zmiana etykiety „Znajdź projekt o nazwie” na „Wyszukiwarka” (z formuły „nazwa projektu” można wtedy uczynić domyślny wpis w polu tekstowym).
ignorowanie opcji nawigacyjnych nad listą produktów i nad zdjęciem głównym karty projektu	**	Podczas badania użyteczności nie korzystano w ogóle z opcji „wyświetl 8 12 18 projektów na stronie”, „SAME ZDJĘCIA” / „ZDJĘCIA WRAZ Z OPISAMI”. Opcji „idź do strony” użył tylko użytkownik 5, na dodatek wpisując liczbę 33 przy 6 stronach wyników. Dodatkowo przycisk „idź” mylił się z przyciskami wyszukiwania (!). Prawdopodobnie serwis skorzystałby na usunięciu trzech wymienionych opcji, co zredukowałoby zamęt, a stronie dodało przestrzeni i porządku. Podobnie w przypadku opcji znad zdjęcia głównego na karcie projektu („poprzedni”, „wróć...” itd.), które nie zostały wykorzystane ani raz - użytkownicy korzystali raczej z nawigacji przeglądarki oraz z ikon domów.

braki informacyjne	**	Użytkownicy irytują się niekiedy w przypadku braku istotnych informacji na kartach wybranych projektów (opis projektu wybranego przez użytkownika 1 nie zawierał żadnych informacji o łazienkach, użytkownik 5 nie odnalazł przekroju poprzecznego). Administrator serwisu powinien starać się, aby zestaw tych informacji był kompletny i taki sam dla różnych projektów. Dodatkowo użytkownik 3 jeszcze przy pierwszym kontakcie z witryną oczekuje cen projektów już na etapie ich listy, zaś użytkownik 4 pyta, dlaczego pod ikonami „domy parterowe” i „domy z poddaszem” nie jest podany metraż. Wydaje się, że są to uwagi warte odzwierciedlenia.
brak podziału projektów wg stylu	*	Użytkownik 4 oczekuje podziału projektów wg stylu - warto rozważyć dodanie projektom takiego atrybutu i odpowiednią opcję w wyszukiwarce zaawansowanej (tradycyjne, nowoczesne, podhalańskie itd.), zwłaszcza że jest to element rzadko spotykany w konkurencyjnych serwisach.

3.3. Zadanie 2: wyszukanie projektu domu - kryteria narzucone

Użytkownicy, którzy nie odnaleźli wyszukiwarki zaawansowanej, podeszli do realizacji zadania na zasadzie przeglądania list projektów po kliknięciu jednej z ikon w górnej części strony. W warunkach rzeczywistych trudno byłoby jednak oczekiwać od użytkownika determinacji wykazywanej w trakcie badania użyteczności (zwłaszcza w przypadku ilości stron przekraczającej 100), dlatego ważne jest wyraźniejsze wyeksponowanie wizualne wyszukiwarki i odnośnika do wyszukiwarki zaawansowanej.

Problem	Waga	Rozwiązanie
ignorowanie menu kategorii oraz wyszukiwarki	***	Patrz: sugestie zawarte w punktach 3.1. oraz 3.2.
wyszukiwarka: słowa kluczowe	**	Brak wyników wyszukiwania w przypadku wpisania wyrażen w stylu „dom piętrowy” musi prowadzić do irytacji użytkownika. Osoba szukająca domu bardzo rzadko będzie zorientowana w nazwach projektów, zatem pole będzie albo prawie nigdy nie wykorzystywane, albo wykorzystywane błędnie. Rozwiązanie drastyczne to usunięcie tego pola z wyszukiwarki, inne wymagałoby od administratora serwisu opisanie projektów słowami kluczowymi (tagami) w specjalnie do tego przeznaczonym i ukrytym dla użytkownika atrybucie. Korzystałaby z niego właśnie wyszukiwarka. Nie ma też technicznych przeszkód, aby skrypt wyszukiwania analizował zarówno nazwy projektów, jak i tagi.

mylenie obszarów wyszukiwania zaawansowanego	***	Użytkownicy 2 i 4 mieli problem z poruszaniem się pomiędzy wyszukiwarką domów, a wyszukiwarką garażów. Mylone jest pole „powierzchnia” oraz przyciski „szukaj...” (intuicyjnie przycisk wysłania formularza szukany był w prawej dolnej części bloku, przycisk „szukaj domu” był zwykle ignorowany). Zamęt wprowadza też współlistnienie opcji „garaż” dla domów z samodzielną wyszukiwarką garażów. Prostsza byłaby jedna wyszukiwarka z jednym przyciskiem „szukaj”. Wyszukiwanie garażów można sprowadzić do wyeksponowanej opcji (checkbox) „tylko garaże” lub „szukaj tylko garażu”, domyślnie wyłączonej, której kliknięcie wyłączałoby (atrybut „disabled”) grupę opcji odnoszących się tylko do domów, a włączało grupę opcji odnoszących się tylko do garażów. Drugie rozwiązanie to całkowite usunięcie wyszukiwania garażów - w przypadku lepiej widocznej listy kategorii użytkownicy klikaliby na niej „garaże”. Opcja ta wydaje się lepsza, zwłaszcza że garaże to jedynie kilkustronicowa lista projektów.
--	-----	---

3.4. Zadanie 3: uzyskanie informacji co do możliwości modyfikacji projektu

Zadanie to nie przysporzyło uczestnikom badania większych problemów. Użytkownicy 2, 4, 5 poradzili sobie za pomocą szybko odnalezionej opcji „zapytaj o projekt”. Po jej kliknięciu zwraca uwagę łatwość w zrozumieniu i wypełnieniu formularza (żaden użytkownik nie odniósł się z niechęcią nawet do zabezpieczenia typu CAPTCHA) - umożliwiają to takie czynniki jak niezbyt duża ilość pól, brak pól niepotrzebnych, brak konieczności logowania.

Problem	Waga	Rozwiązanie
współlistnienie odnośnika „zapytaj o szczegóły” obok „zapytaj o projekt”	**	Użytkownik 1 wybrał opcję „zapytaj o szczegóły” w zadaniu niezwiązanym z kosztorysem, z kolei użytkownik 4 wybrał opcję „zapytaj o projekt” poszukując informacji o kosztorysie. Pomyłek tych uniknąć można zastępując etykietę „zapytaj o szczegóły” etykietą np. „pytanie o kosztorys”. Dla pewności rozważyć można dodanie w górnej części widoku „zapytaj o projekt” komunikatu o treści „Aby zapytać o kosztorys , kliknij tutaj”.
formatowanie strony „co zawiera projekt”	*	Informacji o możliwościach modyfikacji poszukuje w tym dziale użytkownik 4, jednak chociaż są one zawarte w tekście, nie dostrzega ich. Z pozoru krótki tekst (składający się de facto z dwóch wypunktowań) okazuje się dla niego zbyt długi i trzeba założyć, że inni użytkownicy mogą potraktować go podobnie. Wystarczającym zabiegiem będzie stworzenie jeszcze wyraźniejszej struktury tekstu (podkreślenie istotnych wprowadzeń, pogrubienie kluczowych słów itd.).

3.5. Zadanie 4: zapytanie o kosztorys

Zadanie uzyskania informacji co do kosztorysu przerosło niestety uczestników badania. Wszyscy zgodnie zignorowali blok „koszty dostępne po zalogowaniu”. Użytkownicy 1, 2, 3 klikają odnośnik „zapytaj o szczegóły”, nie radzą sobie jednak ze skomplikowanym formularzem.

Problem	Waga	Rozwiązanie
brak kosztorysu na karcie projektu, konieczność logowania	***	Użytkownicy dają do zrozumienia, że koszty budowy chcieliby zobaczyć bezpośrednio na karcie projektu. Naturalna niechęć do zakładania w serwisach kont jest większa niż chęć uzyskania informacji co do kosztorysu. Najwyraźniej obrazuje to przykład użytkownika 5 - projekt, który wybrał, nie posiadał opcji bezpośredniego zapytania poprzez formularz „zapytaj o szczegóły”, jedynie link do strony logowania, co poskutkowało rezygnacją z wykonania zadania. Wydaje się zatem, że informacja ta rzadko będzie w stanie skłonić użytkownika do zarejestrowania się w serwisie. Wyświetlanie kosztorysu bez logowania zwiększyłoby na pewno atrakcyjność witryny.
ignorowanie bloku „koszty dostępne po zalogowaniu”	**	Zaskakuje to, że użytkownikom łatwiej zauważyć link „zapytaj o szczegóły” niż ikonkę skarbonki z tekstem „koszty dostępne po zalogowaniu”. Być może szkodzi tutaj reklama „Kredyt z Domerią!”, a także brak jednoznacznego nagłówka „Kosztorys” / „Koszt budowy” (to sformułowanie istnieje, jednak obudowane jest innym tekstem i nie spełnia swojej funkcji. Zaleca się zatem dodanie nagłówka, a pod nim w pierwszej linii zwrot „Koszty dostępne po zalogowaniu” (przy czym wystarczy pogrubienie samego słowa „zalogowaniu”) - o ile to konieczne, a w drugiej linii odnośnik „pytanie o kosztorys” (sugerowana już wcześniej zmiana etykiety). Jeśli te dwie drogi znajdą się obok siebie z jednakowym ciężarem wizualnym, użytkownik będzie bardziej świadomie decydował o tym, którą z nich wybrać.
nieprzystępna postać formularza „zapytaj o szczegóły”	**	Formularz ten zwykle nie mieści się na jednej stronie, przez co trudno objąć go wzrokiem. Ponadto kolorystycznie całkowicie różni się od estetyki serwisu - użytkownik 2 zamyka go myśląc, że jest to tylko treść reklamowa. Osobna kwestia to skomplikowana postać formularza - z perspektywy kogoś, kto chce poznać ogólny koszt budowy niezrozumiała jest obecność niektórych pól (miejsce i termin inwestycji, sposób inwestowania). Należy pozostawić w formularzu jedynie faktycznie wymagane pola, doprowadzić jego wygląd do mniejszych rozmiarów i wpasować w stylistykę całej witryny. Niekoniecznie musi to być wyskakujące okienko zamiast osobnej podstrony.

3.6. Zadanie 5: zamówienie wybranego projektu

Formularz zamówienia uczestnicy badania odnajdują i obsługują raczej sprawnie. Każdy z użytkowników od razu odnalazł wyeksponowany na karcie projektu przycisk „zamów projekt”. Również postać formularza poza jednym drobnym wyjątkiem nie stanowiła żadnej bariery w wykonaniu zadania. Wątpliwości pojawiały się raczej po dokonaniu zamówienia.

Problem	Waga	Rozwiązanie
adres wysyłki	*	Użytkownik 4 postanowił uzupełnić drugi zestaw danych adresowych, chociaż był on taki sam jak adres podstawowy (szuka opcji „kopiuj dane”). Aby uniknąć tego rodzaju wątpliwości można umieścić pola drugiego adresu w ukrytym domyślnie bloku, który pojawiałby się po kliknięciu przez użytkownika opcji „Inny adres wysyłki” (checkbox pod pierwszym adresem).
przyciski na stronie formularza zam.	*	Użytkownik 5 po uzupełnieniu formularza poszukiwał przycisku zatwierdzającego na samym dole, przez co prawie kliknął przycisk „wstecz”. Taka operacja na pewno zdegustowałaby użytkownika, dlatego zaleca się umieszczenie przycisków obok siebie („wróć” po lewej „zamawiam projekt” po prawej stronie).
lakoiczny komunikat po dokonaniu zam.	**	Komunikat wyświetlający się na stronie po złożeniu zamówienia nie zawiera żadnej treści oprócz podziękowania dla użytkownika. Powinien on zawierać przynajmniej informacje o potwierdzeniu wiadomością email (dla części uczestników badania nie było ono oczywiste), w bardziej rozbudowanym wariantcie informacje co do dalszej realizacji zamówienia.
niekompletne potwierdzenie email	***	Użytkownicy zgłaszają, że w wiadomości potwierdzającej nie znajdują takich informacji jak spodziewany termin przesyłki, sposób płatności, telefon kontaktowy - zdecydowanie powinny one znaleźć się w treści wiadomości. Dodatkowo użytkownik 3 zauważa, że w nagłówkach listu nadawca jest tożsamy z odbiorcą - aby nie było wątpliwości, w nazwie nadawcy i/lub tytule wiadomości powinna znaleźć się nazwa firmy Domeria, zaś adres email nadawcy powinien być faktycznym adresem jednego z pracowników Domerii, aby można było skorzystać z opcji „odpowiedz”.

3.7. Zadanie 6: ocena i dodanie komentarza do dowolnego projektu

Użytkownicy mieli wyraźny kłopot z odnalezieniem opcji oceny projektu, w przeciwieństwie do opcji komentowania, którą odnajdywali szybko, być może kierowani doświadczeniem z innych serwisów, gdzie dodawanie komentarza umiejscowione jest z reguły pod artykułami etc.

Konieczność rejestracji przy próbie dodania komentarza dziwi i irytuje, jednak sama rejestracja przebiega bez problemów - nie budzi większych wątpliwości zarówno widok logowania z odnośnikiem do rejestracji, jak i formularz rejestracyjny. Nikt nie uzupełnia natomiast nieobowiązkowych pól („Krótka informacja o Tobie”, „Twoje zdjęcie”) , czego nie należy jednak interpretować jako błąd użyteczności, ponieważ pole te są zrozumiałe i bardziej zaangażowani użytkownicy nie powinni mieć problemu również z nimi. Co ciekawe, uczestnicy badania nie narzekają na konieczność aktywacji konta z wiadomości email (wiadomości tej nie otrzymuje użytkownik 1 - usterka ta wystąpiła jednak jednorazowo lub została usunięta).

Problem	Waga	Rozwiązanie
trudność z odnalezieniem opcji oceny projektu	*	Wydaje się, że szara czcionka oraz umiejscowienie tego elementu w sąsiedztwie obrazu o dużym ciężarze wizualnym utrudnia zauważenie opcji oceny. Słuszna wydaje się sugestia użytkownika 4, aby etykietę „zaloguj” zastąpić etykietą „oceni”, można także przetestować ciemniejszą czcionkę. Nie należy jednak zapominać, że jest to opcja zdecydowanie dodatkowa i powinna pozostać na dalszym planie, jako funkcjonalność dla bardziej wprawionych i zaangażowanych w Internecie użytkowników.
konieczność logowania w celu dodania komentarza	***	Z wywiadu z uczestnikami badania można wywnioskować, że żaden z nich nie byłby na tyle zdeterminowany, żeby założyć konto jedynie w celu dodania komentarza. Dlatego taki system zabezpieczenia przed robotami, treściami wulgarnymi itd. należy zamienić np. na komentarze moderowane przez administratora.
brak automatycznego powrotu do lokalizacji sprzed logowania	***	Użytkownicy 2 i 4 zwracają uwagę, że po dokończeniu procedury rejestracji i logowania muszą od początku wyszukać projekt, do którego zamierzali dodać komentarz - jest to dodatkowe i poważne utrudnienie dla użytkownika. Twórcy serwisu powinni zatem zaimplementować moduł zapamiętujący lokalizację użytkownika sprzed przejścia do widoku logowania, tak aby był on po zalogowaniu automatycznie przekierowywany w zapamiętane miejsce.
niejasne pole „powiadomienia”	*	Jedyna niejasność w formularzu rejestracyjnym, wskazana przez użytkownika 5. Prosta do wyeliminowania poprzez tekst objaśniający po prawej stronie pola.

3.8. Zadanie 7: dodanie własnego zdjęcia realizacji dowolnego projektu

Po próbie dodania komentarza dodanie zdjęcia do projektu wydaje się proste (użytkownicy są już zalogowani). Odnalezienie odpowiedniego obszaru na karcie projektu także nie stanowi raczej problemu (funkcjonalność bardzo bliska komentowaniu).

Problem	Waga	Rozwiązanie
wątpliwa zasadność pól „tytuł”, „opis”	*	Uczestnicy badania starają się wypaść dobrze, więc nie chcą zostawiać nieuzupełnionych pierwszych pól niewielkiego formularza. Widać jednak wyraźnie, że wpisywane frazy wymyślane są z trudem i w sposób wymuszony. Wątpliwa jest także ich wartość dla administratorów serwisu, warto więc przemyśleć, czy nie lepiej byłoby uprościć formularz tylko do pola uploadu pliku, albo też pozostawić na pierwszej pozycji upload pliku, a pod nim dodatkowe pole tekstowe „Uwagi”.

3.9. Uwagi użytkowników

Po wykonaniu określonych zadań serwis jest przez użytkowników oceniany pozytywnie. Podczas oceny ogólnej zwracają oni uwagę przede wszystkim na:

- przyjemną i nienachalną estetykę (nie bez znaczenia pozostaje zapewne brak powszechnych, przekoloryzowanych, ruszających się banerów reklamowych),
- ikony domów u góry strony,
- wielość przydatnych, a zarazem konkretnych informacji (metraż, dane techniczne, odbicie lustrzane).

Poproszeni o podsumowanie zaczynają zauważać elementy wcześniej ignorowane (teczka, część społecznościowa, zakładki po lewej stronie). W większości nie są to na szczęście elementy niezbędne do wykonania typowych zadań w obrębie serwisu. Uczestnicy badania narzekają przede wszystkim na:

- brak łatwego dostępu do kosztorysu,
- konieczność logowania w celu dodania komentarza / zdjęcia,
- trudności z powrotem do strony głównej.

Problem	Waga	Rozwiązanie
powrót do strony głównej	***	Problem potwierdziło dopiero podsumowanie z użytkownikami, jest on jednak poważny ze względu na siłę konwencji poszukiwania odnośnika do strony głównej z lewej strony serwisu. Jeśli przeniesienie zawierającej logo prawej kolumny nie jest możliwe, należy umieścić łącze „strona główna” np. po lewej stronie nagłówka witryny.
profil użytkownika	***	Serwis dostarcza użytkownikom elementów społecznościowych, sprawia jednak trudności w momencie, gdy chce się przejść do obsługi utworzonego przez siebie konta. Obrazuje to użytkownik 3, który najpierw nie może odnaleźć odnośnika do konta (będąc zalogowanym), a po nakierowaniu go narzeka na brak informacji na temat swojego zamówienia. Zważywszy na to, że żaden z użytkowników nie zwrócił uwagi na znajdujący się w nagłówku link „moja domeria”, należy sprowadzić go do formy formy tekstowej z czytelną etykietą „moje konto” (lub „mój profil”) i umieścić obok łącza „zaloguj się” / „wyloguj się”, a „dodaj do ulubionych” przenieść na prawo. Konieczne jest także dodanie do profilu informacji o złożonych zamówieniach i ich aktualnym statusie - jest to standard, którego część osób będzie oczekiwać.
niedostrzeżenie zakładek po lewej stronie serwisu	*	Zakładki „Kredyty” i „Projekty ogrodów” nie są w serwisie najważniejsze i nie powinny być przesadnie eksponowane, natomiast w aktualnej lokalizacji nie zauważył ich żaden użytkownik, co także nie jest dobrym sygnałem. Dla opcji „Kredyty” lepszym miejscem byłby nagłówek strony (obok łącza „regulamin” itd.), z natury rzeczy nie najważniejszy, ale będący pod ręką. Link „Projekty ogrodów” można natomiast dodać do menu kategorii z prawej strony.
mała ilość informacji w dziale „o firmie”	*	Użytkownicy wykazują większe zaufanie dla firm, które dają się dobrze poznać. Przeciwny efekt przynosi prezentowanie zdawkowych danych w specjalnie do tego utworzonym dziale „o firmie”. Dlatego sugerowane przez użytkownika 1 informacje (od kiedy firma działa, kto tworzy jej zespół, kto stworzył i kto administruje samą witryną itp.) byłyby mile widziane.

4. Podsumowanie badania

Z przeprowadzonych badań wywnioskować można, że serwis nie jest trudny w obsłudze i wywołuje raczej pozytywne odczucia. Z większością typowych dla witryny zadań (poza uzyskaniem informacji co do kosztorysu) użytkownicy radzili sobie dobrze, głównie dzięki silnemu wyeksponowaniu najważniejszej zawartości serwisu (tj. list projektów) oraz prostej (poza zapytaniem o kosztorys) budowie formularzy. Nie oznacza to jednak, że serwis pozbawiony jest wad. Najważniejsze bariery jego użyteczności to:

- prawostronne, niekonwencjonalne ułożenie logo i bocznej kolumny witryny (o ile ignorowanie opcji społecznościowych nie jest poważnym problemem, użytkownicy powinni mieć intuicyjny dostęp do kategorii projektu oraz powrotu do str. głównej),
- podwojenie obszaru wyszukiwarki zaawansowanej,
- bardzo utrudniony dostęp do kosztorysu,
- wymuszanie logowania przy komentowaniu / dodawaniu zdjęć (te z pozoru proste operacje są de facto trudniejsze niż zamówienie projektu, które rejestracji nie wymaga).

Co ciekawe, problemów z użytecznością nie stwarzają takie kwestie jak nieużywanie konwencji serwisu handlowego (brak terminu „koszyk”, brak promocji / nowości na stronie głównej), ani uciążliwe do niedawna zabezpieczenie typu CAPTCHA. Tak więc droga do zmaksymalizowania użyteczności witryny nie jest bardzo długa, natomiast kwestii, które na niej pozostały, nie należy zbagatelizować.

Raport na zlecenie CompassISN przygotował:

Maciej Adamów