

Brugerundersøgelse 2 (Anja)

Metode:

En think-aloud test vil blive gennemført, hvor fem testdeltagere verbalt beskriver deres tanker og overvejelser, mens de udfører de specifikke opgaver i brugertesten. Denne metode giver en dybdegående indsigt i deltagernes beslutningsproces, deres forståelse af kampagnesidens funktionalitet samt eventuelle udfordringer.

Der udarbejdes en testplan, der beskriver hvordan testen gennemføres samt et testscript som fungerer som en vejledning for testlederen under selve testen. [Se bilag XX](#)

Efter testen vil resultaterne blive samlet og analyseret og hermed danne baggrund for eventuel optimering af kampagnesiden.

BILAG XX - TESTPLAN & TESTSCRIPT - BRUGERUNDERSØGELSE 2 (Anja)

Resultaterne vil blive samlet sammen og analyseret og brugt til analyse i en akademiske rapport, som vil blive udarbejdet.

Det er kun vores undervisere og gruppen der vil have adgang til resultaterne.

Testplanen består af følgende:

- **Formål og mål**

Formålet er at klarlægge eventuelle udfordringer og problemer med kampagnesiden. Testen vil fokusere på både de visuelle og interaktive aspekter af kampagnesiden og inkludere indholdet.

Målet er at klarlægge om designet tiltrækker vores målgruppe og om der problemer med donationsprocessen samt om siden er responsiv. ANDET?

- **Testomfang**

Hvad skal testes: Design, layout, virker knapperne,

Hvad skal ikke testes:

- **Deltagerprofil**

Unge i alderen 20-25 år bosat på Fyn. *SE PERSONA?*

- **Metode og scenarier**

En think-aloud-test, hvor deltagerne skal sidde foran en computer, og her vil de blive stillet nogle spørgsmål af testlederen jf. testscriptet, se bilag XX.

Observanden tager notater i.f.t. de stillede spørgsmål samt deltageradfærd.

- **Tidsplan og ressourcer**

Fredag d. 11/4 kl. 11.15 i lokale xx. Der skal være en computer til rådighed.

- **Rollefordeling**

Testleder: _____ Observatør: _____

Testscript (Anja)

- **Introduktion og instruktion**

"Hej, velkommen til. Vi kommer fra UCL og vi studerer Multimediedesign og vi er i gang med et projekt der handler om, hvordan man får unge mere engageret i et eksisterende velgørenhedsprojekt/organisation. Vi har valgt Dyrenes Beskyttelse.

Jeg er testleder og hedder _____ og med mig har jeg en observant _____, som tager notater ud fra det du siger og gør. Testen er anonym. Det håber jeg at du er indforstået med?

Først har vi nogle generelle spørgsmål og derefter vil jeg bede dig svare på nogle spørgsmål omkring den kampagneside, vi har udarbejdet og til slut kan du komme med eventuelle yderligere kommentarer.

Undervejs må du gerne fortælle hvad du gør og hvorfor du gør som du gør. Har du nogle spørgsmål? Lad os så komme i gang.

- **Generelle spørgsmål:**

Køn & alder:

Bopæl & beskæftigelse:

- **Scenarier, opgaver og spørgsmål**

Navigation

Scenarie 1: Forestil dig, at du har set et opslag på de sociale medier om en kampagne fra Dyrenes Beskyttelse, og nu er du nysgerrig på at finde ud af mere om den aktuelle kampagne.

Hvordan navigerer du dig frem til information om fredagsslik-kampagnen?

Scenarie 2: Forestil dig, at du er ny på hjemmesiden og gerne vil finde ud af, hvordan du kan støtte Dyrenes Beskyttelse.

Hvordan navigerer du til en side, hvor du kan give en donation?

Design

Scenarie 1: Se på kampagnesiden og giv din umiddelbare vurdering af layoutet.

Hvilken del af siden fanger din opmærksomhed først, og hvorfor?

Scenarie 2: Hvad synes du om farverne og kontrasterne på siden?

Er der nogen områder, der virker forvirrende eller for svære at læse?

Interaktion

Scenarie 1: Du vil gerne give en fredagsslik-donation. Hvordan gør du dette?

Beskriv, hvad du ser, og hvordan du udfører opgaven.

Scenarie 2: Hvordan føler du, at donationen er blevet bekræftet/afsluttet? Er der noget, der kunne forbedres i feedbacken efter donationen?

• Afslutning:

Nu er vi færdige med testen. Jeg har et par supplerende spørgsmål:

- Var der nogen steder på kampagnesiden, hvor du blev usikker på, hvad du skulle gøre?
- Er der nogen funktioner, du savnede på kampagnesiden, eller noget, du synes kunne være lettere?
- Har du andet du vil tilføje?

Vi vil meget gerne sige tak fordi du gerne ville deltage og bidrag med feedback på vores forslag til en kampagneside.

ANALYSE af udført tests (Anja)

I denne del af rapporten præsenteres en analyse af resultaterne fra Think-Aloud-testen, som blev udført med henblik på at evaluere brugernes oplevelse og interaktion med den nye kampagneside. Formålet med analysen er at identificere potentielle brugervenlighedsproblemer og foreslå forbedringer baseret på de observationer, der blev gjort under testen.

Testen blev gennemført med fem deltagere, som blev bedt om at gennemføre en række opgaver dels via deres telefon og på selve kampagnesiden, mens de verbalt udtrykte deres tanker undervejs. Dataene består af dels transkriptioner samt observationer af deres adfærd og eventuelle problemer, som de stødte på.

Testen er delt op i 3 kategorier som er belyst på baggrund af følgende spørgsmål:

- Navigation: *havde svært ved at finde bestemte funktioner?*
- Design: *var der designmæssige udfordringer som forvirrende layout eller problemer med farvekontraster*
- Interaktion: *var der tekniske problemer, såsom knapper, der ikke reagerede, eller fejl.*

En af deltagerne udtalte bl.a.”... “

Under analysen af navigationen/designet/interaktionen blev det observeret, at flere deltagere..., hvilket tyder på, at ...

En af de hyppigste problemer, der blev observeret, var at deltagerne..... En løsning kunne være at

Samlet set viser resultaterne fra Think-Aloud-testen, at kampagnesiden har

Ved at implementere de foreslåede ændringer vil det være muligt at forbedre brugervenligheden og dermed den samlede brugeroplevelse.

