

UX тестване на сайтове и мобилни приложения

Кога може да се използва UX тестването?



Преди разработване на прототип

Тестване на конкурентни приложения, извеждане на предимства и недостатъци, генериране на препоръки за разработване на прототип.



Тестване на готово приложение

Извеждане на проблемни зони (фини настройки) при работещ сайт/ приложение. Сравняване с конкурентни сайтове/приложения и генериране на препоръки за подобряване.



Тестване на прототип

Оценка на цялостната концепция и нейната полезност. Тестване на различни варианти на определени страници като дизайн и функционалност, препоръки за избор и подобрене.



Тестване при редизайн

Идентифициране на насоки и детайли, в които да се направят подобренията, тестване на нови функционалности и оценка на настоящите.

Предимства на тестването



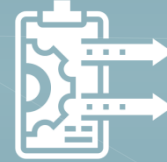
Улавяне на потребителите в естествената им среда и на собствените им устройства



Оптимизиране на ресурси при разработката



Контролиране на риска, в т.ч. от провал



Лесно работещо приложение с висока ефективност



По-висока потребителска удовлетвореност



Кратки срокове за провеждане - от 6 до 16 дни в зависимост от целевата група

Механизмът на тестовете...

Тестването на:



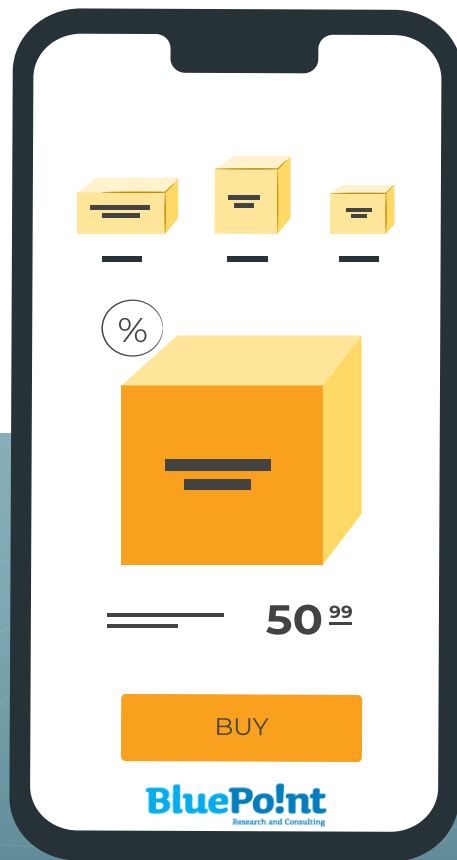
Отделен тест

UX тест и задачи върху
Вашето
приложение/сайт



Паралелен тест

UX тест и задачи върху
Вашето
приложение/сайт
+
конкурентни
приложения/ сайтове от
интерес



Целеви групи:



**Настоящи
клиенти**

Специално селектирани
потребители по Ваши
критерии,
идентифицирани и
рекрутирани от нас



**Потенциални
клиенти**

Настоящи клиенти на
компанията и/ или на
конкурентни компании

Добивът на информация ...

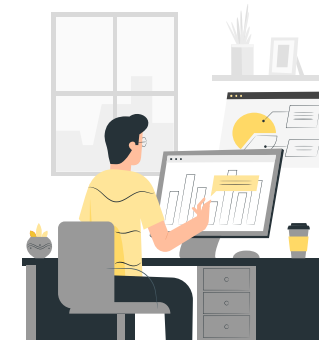
Как се осъществяват тестовете?



По предварително разработен и одобрен сценарий, включващ набор от конкретни практически задачи, чието изпълнение преминава през реални стъпки .

Разговорът се модерира от специалист-анализатор и при необходимост се задават и допълнителни въпроси, „извън сценария“, допринасящи за ефективни препоръки .

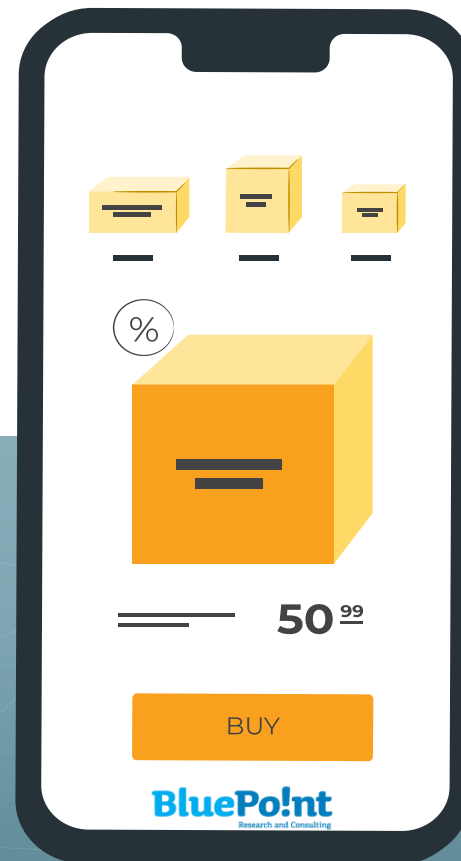
Къде се осъществяват тестовете?



В офис среда, но понастоящем с оглед ситуацията, изцяло онлайн в домовете на потребителите, чрез използване на платформа за интеракция и наблюдение.

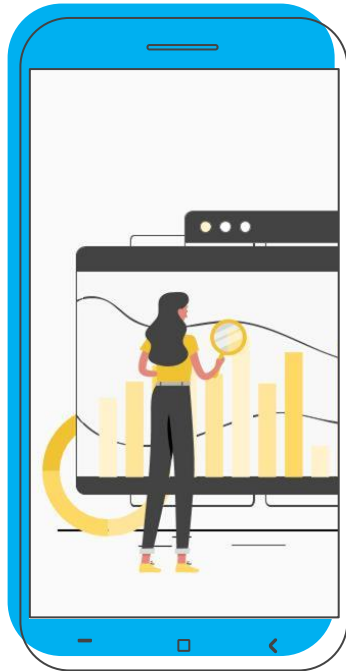
Това дава предимството на непринуден разговор, в собствена среда и възможност за повече отделено време за преминаване през различни задачи.

Самите участници биват финансово мотивирани за отделеното време.

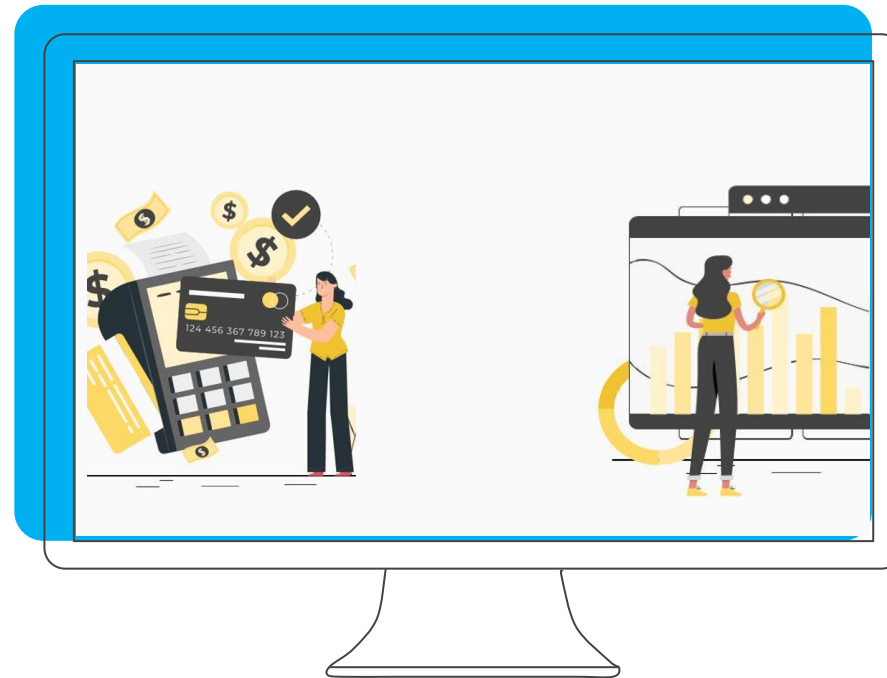


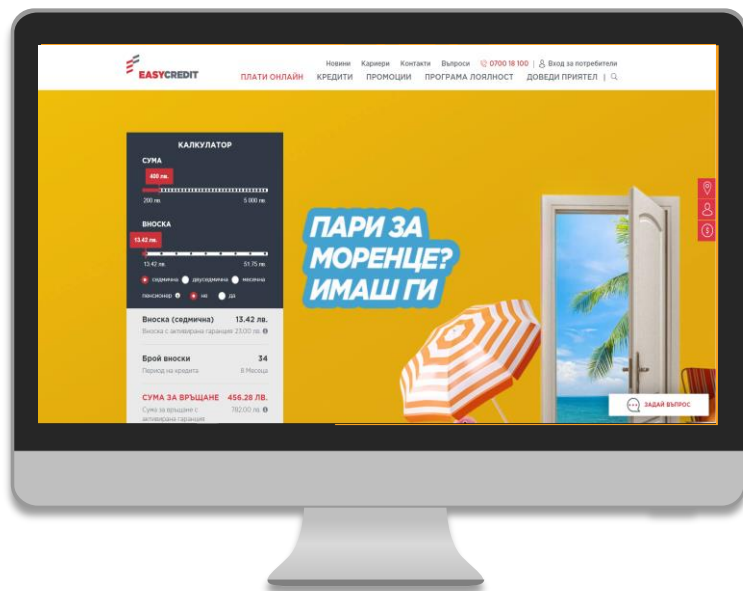
Какво можем да тестваме?

Мобилни
приложения



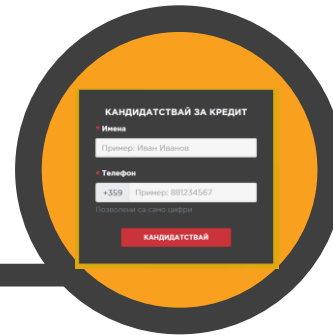
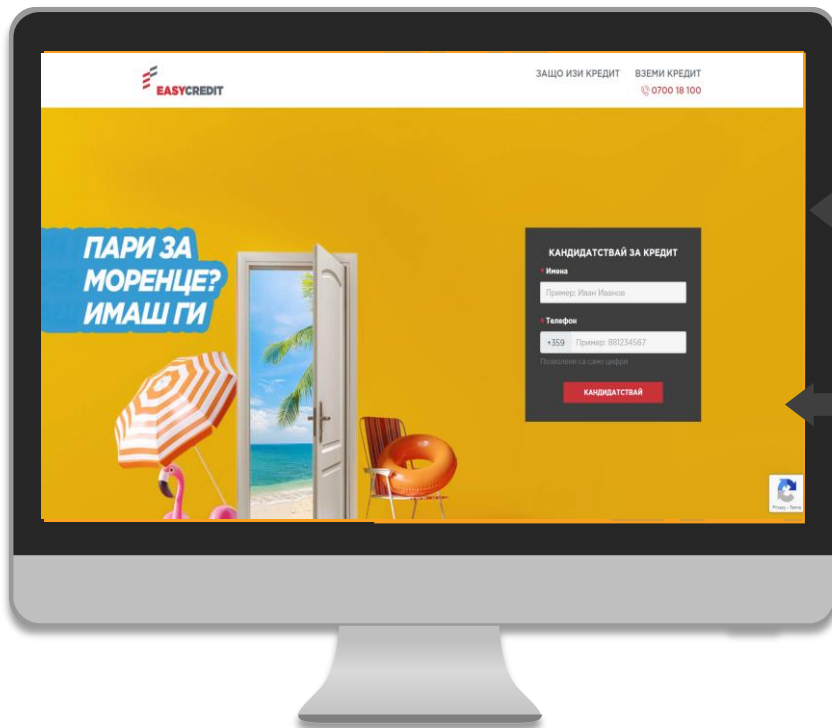
Сайтове
Софтуер





Експертна оценка на някои от елементите на сайта на EasyCredit

Казус 1



Промоционална начална страница

При посещение на сайта през търсачка се зарежда спонсирана връзка към Начална страница с текуща промоция. Прави впечатление, че:

- В поместеното поле за кандидатстване има само прозорци за въвеждане на имена и телефон. Липсва информация за основните параметри на кредита, която да бъде видима на тази страница.
- След въвеждане на данни в прозореца и кликане на бутон „Кандидатствай“, отново не се появява информация за параметрите на кредита, а само системно съобщение, че ще се свърже с нас оператор.
- Липсата на тази информация поставя под въпрос ефективността на конкретната страница.
- При зареждане на Landing Page няма видим бутон за препратка към други предлагани кредити от компанията.

Казус 2



Калкулатор

При попълване на данните в поместения калкулатор на началната страница се появява информация за сума за връщане.

В поместеното поле присъстват две суми, едната от които е „Сума за връщане с активирана гаранция“. Информационния бутон дава насоки за търсене на допълнителна информация в секция „Често задавани въпроси“ без да е налична бърза връзка към частта, касаеща информация за активирана гаранция и обяснение какво представлява.

При задаване на въпрос „Какво представлява сума за връщане с активирана гаранция?“ към служител в полето поместено на сайта не получихме директен отговор.

Притеснителен е факта, че разликата между двете суми е значителна и без лесен достъп до информация, това е възможно да откаже част от потребителите.

Казус 3

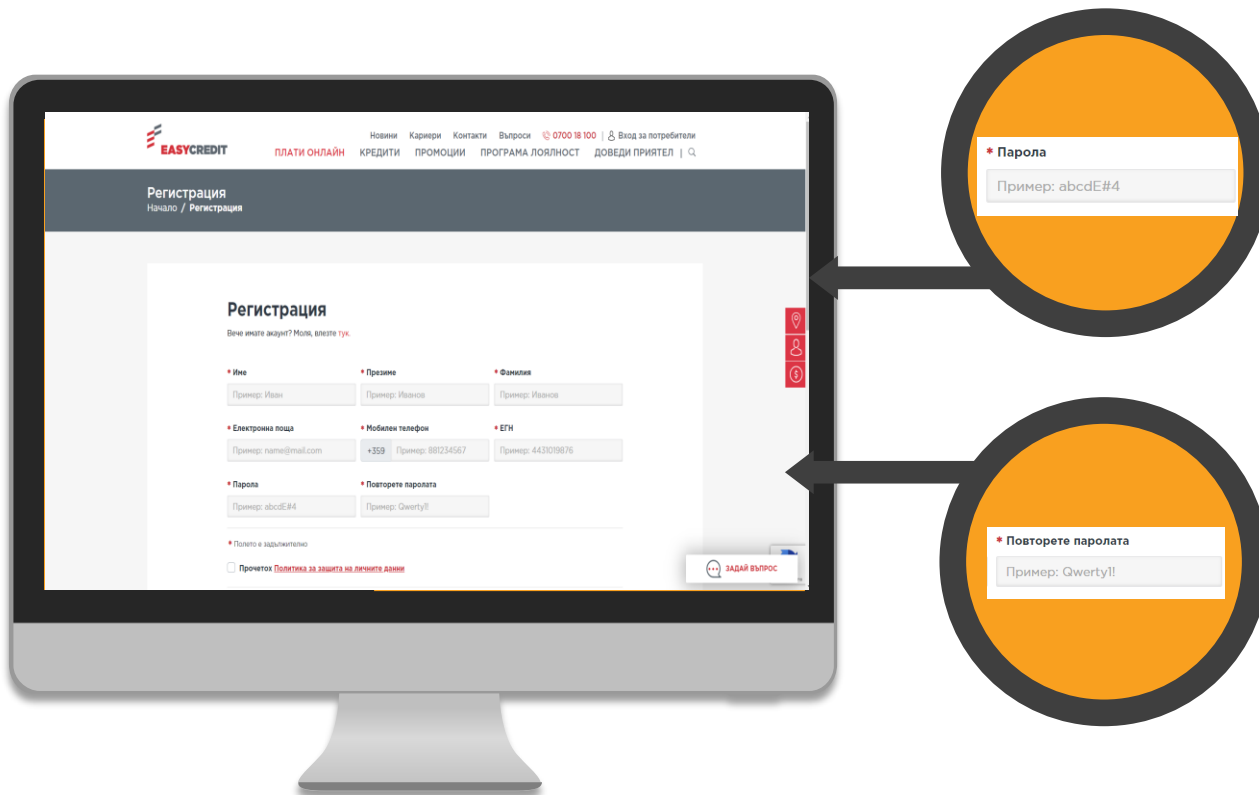
Онлайн регистрация

Позитивно по отношение на регистрационната форма е, че в полетата които потребителите попълват са предоставени примери за по-лесната им ориентация.

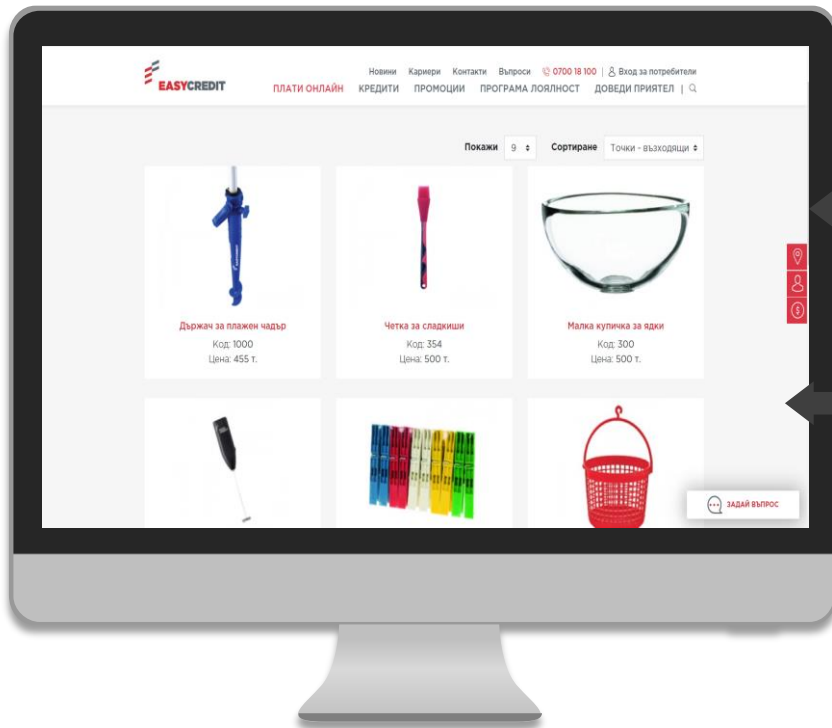
По отношение на паролата, която потребителите трябва да генерират обаче са представени два примера, които се различават :

- „Парола“ : Пример: abcdE#4
- „Повторете паролата“ : Qwerty1!

Това би могло да доведе до объркване сред потребители, които нямат голям опит с регистрации в различни онлайн сайтове.



Казус 4

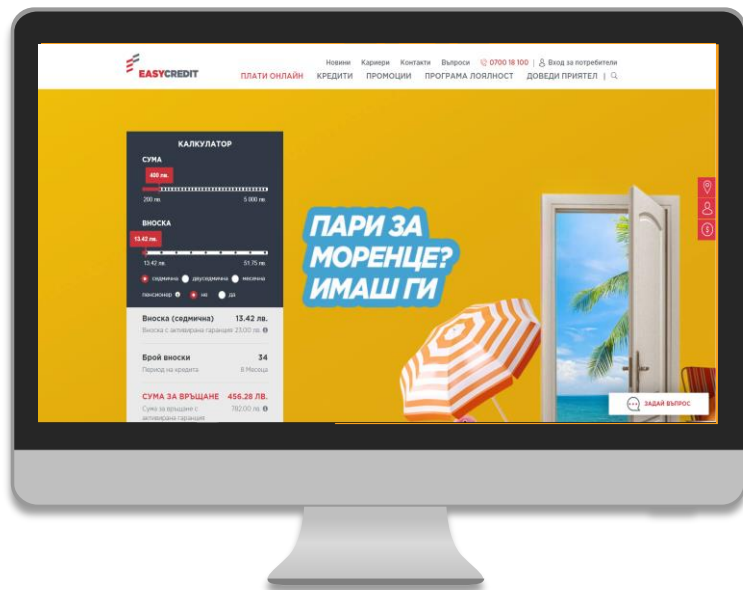


Програма за лоялност

Поместената подсекция „Каталог с подаръци“, включваща подаръци за лоялни клиенти, би могла да предизвика негативни конотации сред потребители на финансови услуги и да доведе до сериозно разминаване с очакванията им.

Препоръчително е да се изследва доколко релевантни за категорията са поместените подаръци и какво е тяхното влияние върху имиджовото възприятие на компанията.

Защо да проведем UX тестове?



През последните години дигиталните процеси в финансовия сектор се развиват и все повече потребители кандидатстват за продукти онлайн.

Откриване на банкови сметки например и ползване на услуги вече става без посещение на клонове.

UX тестовите могат да преминат през всички стъпки за кандидатстване за кредит, като за всяка ще бъдат изведени съответните позитиви, негативи и препоръки за подобрение.

Не бива да забравяме, че при финансови продукти, потребителите обръщат по-голямо внимание на поместената информация, правят бързо и лесно сравнение със конкурентните сайтове и всяко разминаване с потребителски очаквания, рефлектира върху решението им да ползват определен продукт.

Благодарим ви за
отделеното време!

Ако имате някакви въпроси, ще се
радваме да ги обсъдим заедно

julian.dobrev@bluepoint.bg
+359 896 786 722
Bluepoint.bg

