



Юзабіліті тестування

Бантиш Олег



План

- Що таке тестування зручності використання?
- Міфи про юзабіліті-тестування
- Евристичні критерії зручності використання
- Інструменти для юзабіліті-тестування



Що таке юзабіліті-тестування?

- Тестування зручності користування - це метод тестування, спрямований на встановлення ступеня зручності використання, навченості, зрозумілості та привабливості для користувачів розроблювального продукту в контексті заданих умов. [ISO 9126]



Тестування зручності користування дає оцінку рівня зручності використання додатка за наступними пунктами:

- продуктивність, ефективність (efficiency)
- правильність (accuracy)
- активізація в пам'яті (recall)
- емоційна реакція (emotional response)



Види тестування

- Тестування готового продукту (black box testing)
- Тестування прикладних програмних інтерфейсів (white box testing)

Рівні тестування

- Модульне
- Інтеграційне
- Системне
- Приймальне



Міф 1: Юзабіліті - це GUI

Юзабіліті - це властивість продукту задовольнити потреби користувача, іграфічний інтерфейс - лише одна зі складових юзабіліті.

Юзабіліті продукту визначається цілим комплексом чинників:

- *Наявність необхідної користувачеві функціональності і її працездатність*
- *Простота використання продукту і швидкість навчання*
- *Кількість помилок, які здійснюють користувачі через нерозуміння.*



Міф 2: Тестування юзабіліті - це просто

Для корисного та успішного проведення тестування юзабіліті, потрібно досить велика кількість знань і навичок:

- Розуміння принципів юзабіліті і проектування інтерфейсів
- Великий досвід використання продуктів на схожих платформах
- Розуміння бізнес-складової продукту: навіщо він потрібен? Які завдання вирішує?
- Знайомство з користувачем: хто він? У яких умовах працює з продуктом? Як він це робить?



Міф 3: Будь-яка людина може оцінювати юзабіліті продукту

Уявіть, що ваша дитина попросила як подарунок на день народження 5 кг цукерок, і ви погодилися з цим. Але які цукерки вона любить? У вас є 2 варіанти, як їх вибрати:

- Дати спробувати різні цукерки дитині, щоб вона вибрала сама
- Спробувати самостійно, вибрати найсмачніші на ваш погляд, і купити 5 кг таких цукерок.

Добре розуміючи принципи юзабіліті, ви можете отримати корисну інформацію від стороннього користувача продукту, але самі її згенерувати - ні!

Міф 4: Юзабіліті для всіх одне





Міф 5: Замовник знає, як зробити йому добре

- *Клієнт нічого не знає про проектування інтерфейсів і найчастіше пропонує абсолютно нелогічні ідеї!*
- *Клієнт не завжди добре розуміє, які є варіанти реалізації, і придумує щось занадто складне.*
- *Запит за запитом, виконані відповідно до побажань клієнта, перетворюють ваш продукт в стьогану ковдру, яке втратило свою консистентність і загальний унікальний стиль.*



Міф 6: Юзабіліті не надто важливе, важливіша функціональність

- *Юзабіліті - це й функціонал в тому числі. І часто при проведенні детальних юзабіліті-тестів приходять до необхідності прибрати якийсь функціонал, розробити інший і т.д.*
- *Якщо клієнт не користуватиметься продуктом (не зрозуміє, як; не захоче і т.д.), то до функціоналу він просто не дійде.*

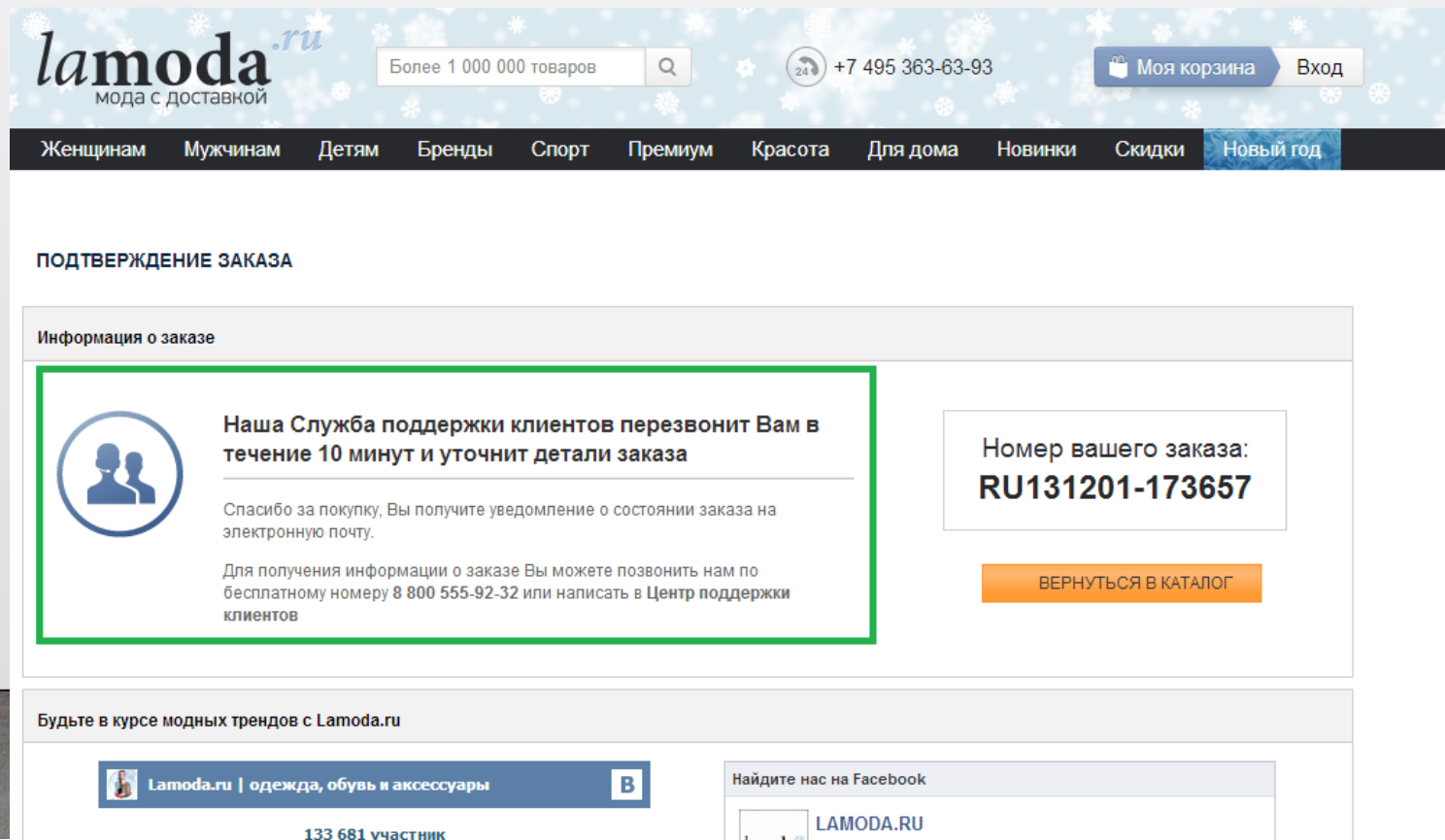


Евристичні критерії зручності використання

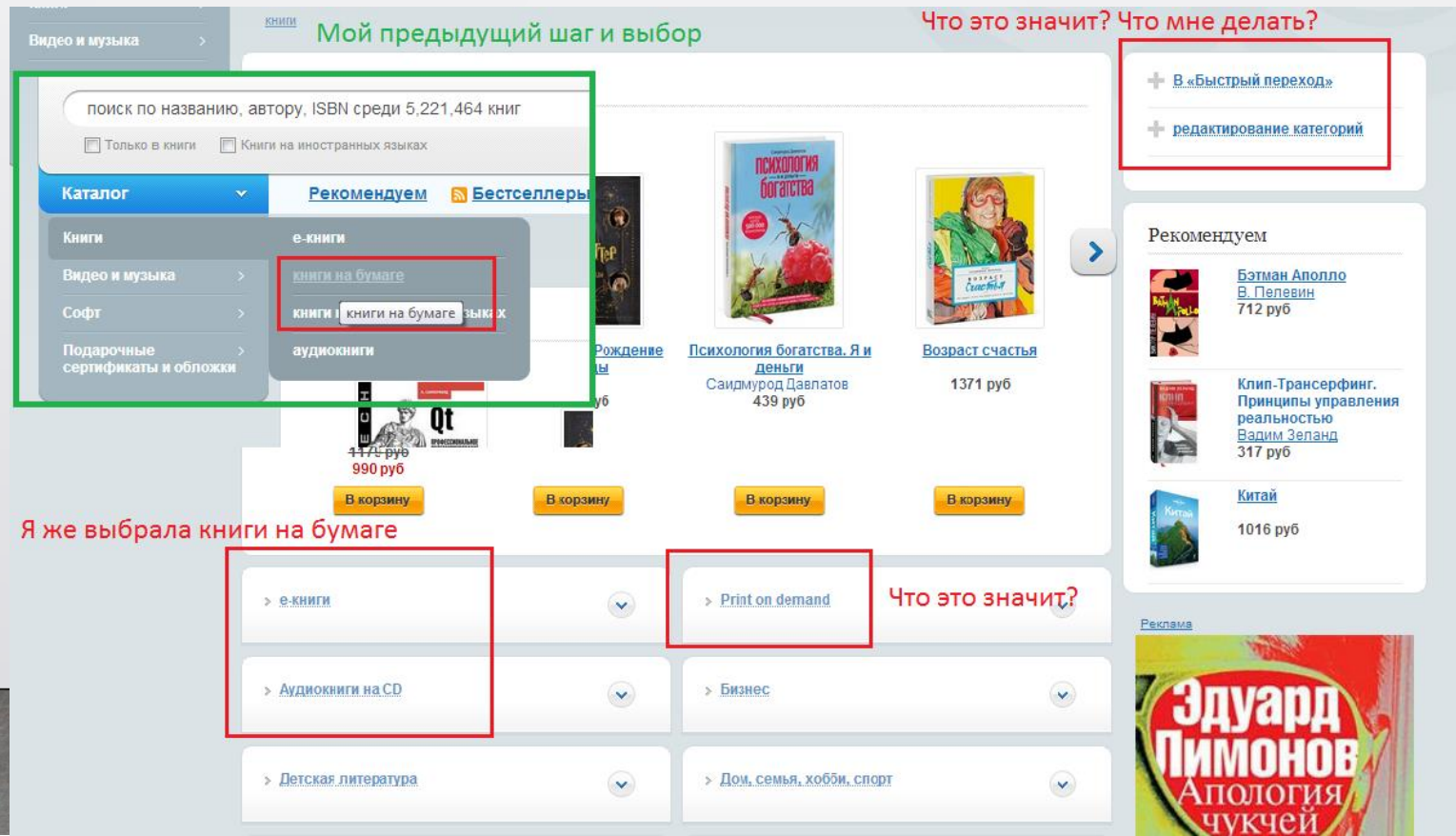
- 1990 рік
- Якоб Нільсен

1. Інформованість про стан системи

- Користувач завжди повинен орієнтуватися і добре розуміти, що відбувається в системі. Взаємодія між користувачем і системою повинно бути якомога більш логічним і швидким.

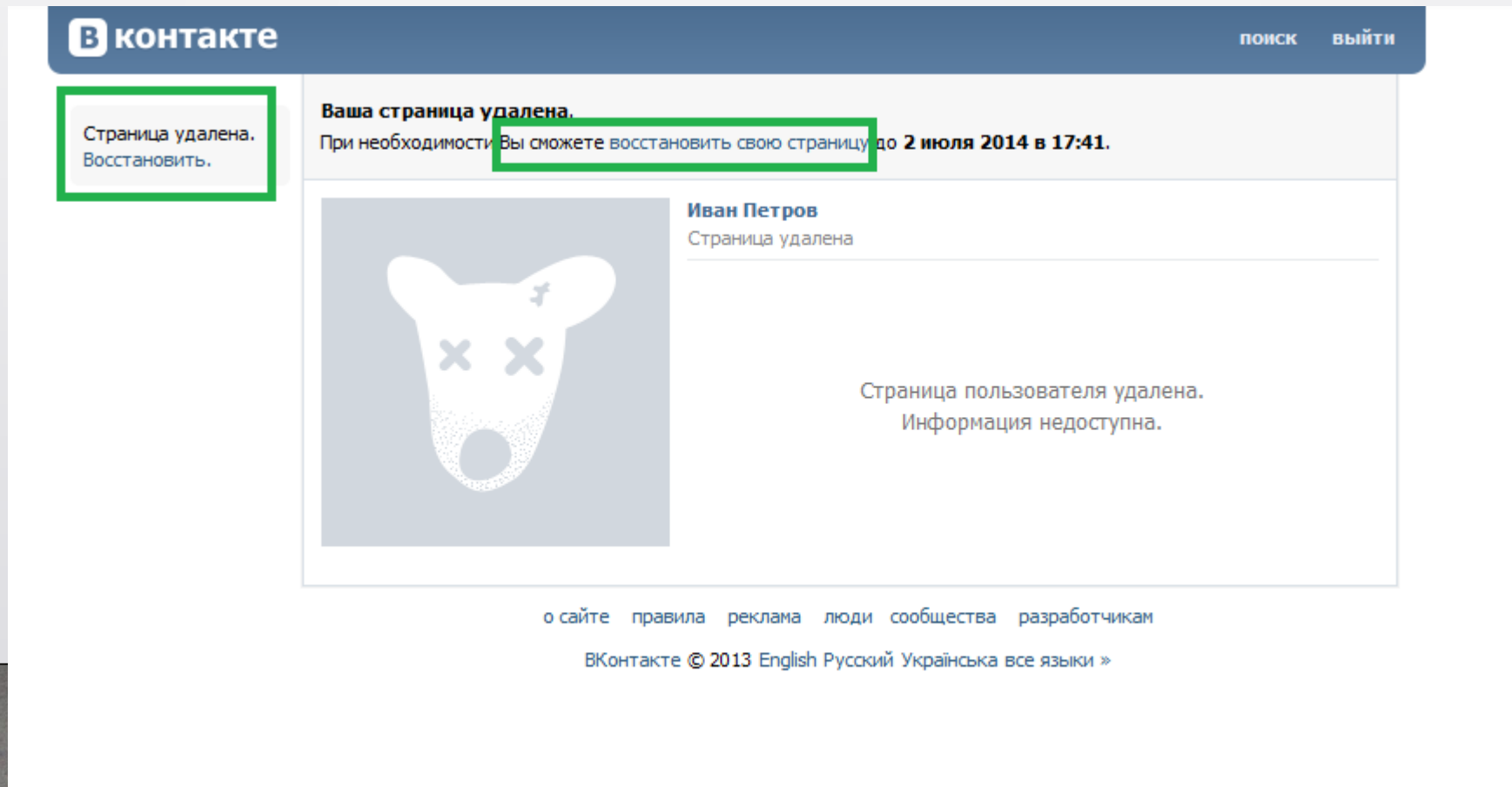


- Система повинна спілкуватися з користувачем на зрозумілій йому мові. Використання слів, фраз і понять, знайомих користувачеві в реальному світі, набагато краще, ніж використання спеціалізованих термінів.



3. Свобода дій

- Дайте користувачам можливість скасування дій, а також повернення до раніше скасованим діям.





4. Одноманіття і стандарти

- Не плутайте користувача, описуючи одні й ті самі речі різними словами і термінами. Дотримуйтеся однаковості і дотримуйтесь стандартам.

5. Запобігання помилок

- Зведіть до мінімуму кількість умов, в яких можуть бути допущені помилки.

зарегіструйтесь в Google

есь Google

унт и пользуйтесь любыми сервисами Google!



Можно использовать буквы латинского алфавита, цифры и точки.

бный Google

ля, изменяйте настройки сервисов.



Как вас зовут

Имя

Фамилия

Придумайте имя пользователя

|

@gmail.com

Придумайте пароль

Подтвердите пароль

Дата рождения

день

месяц

год

Выберите контрольный вопрос

не выбран

Ответ на контрольный вопрос

Мобильный телефон

например, +7 916 123 11 22

Введите символы:

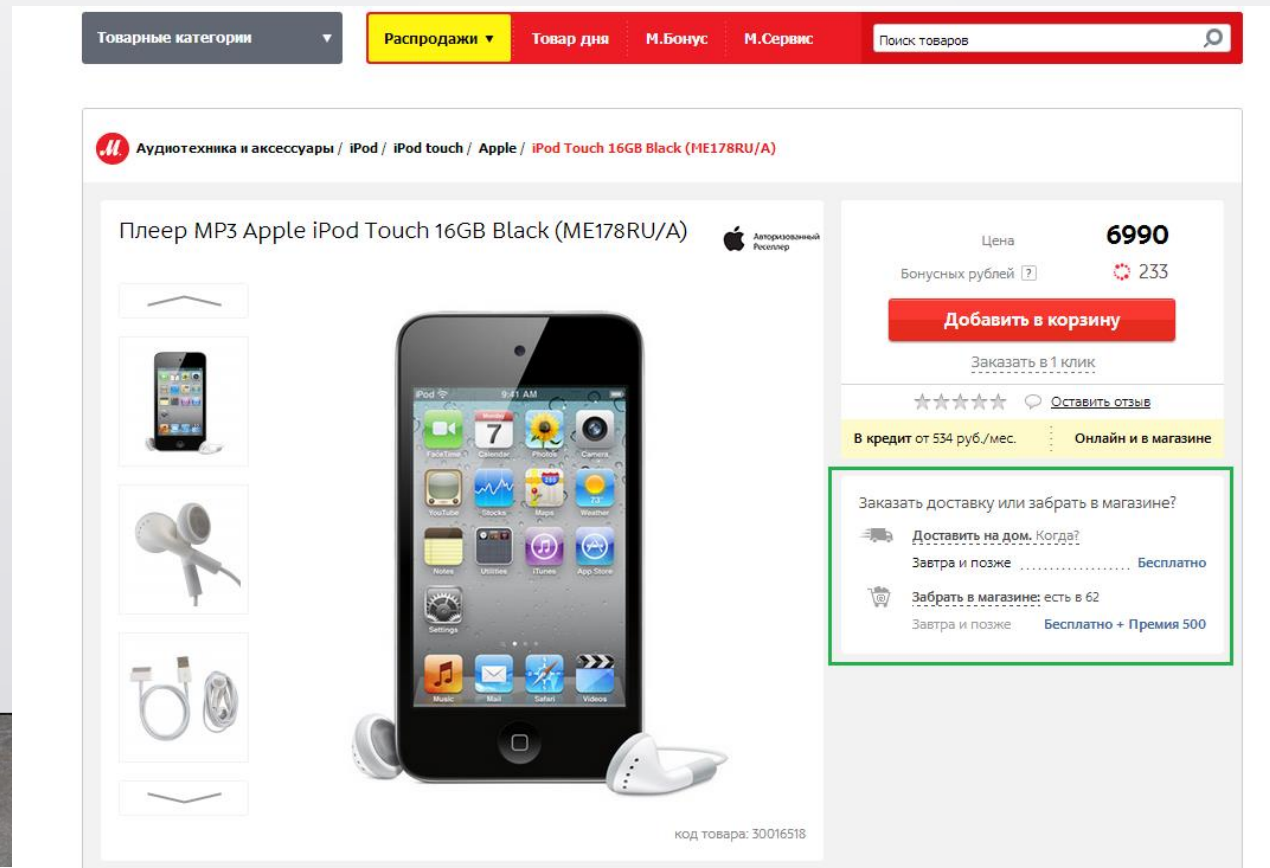


[Другой код](#)

[Послушать код](#)

6. На виду, а не в пам'яті

- Не змушуйте користувача запам'ятовувати велику кількість об'єктів, дій і опцій. Відвідувач не повинен тримати в голові інформацію, переміщаючись з однієї частини системи в іншу.



7. Гнучкість і ефективність

- Чи не навантажуйте досвідчених користувачів зайвою інформацією, надайте їм можливість здійснювати часто повторювані дії якомога швидше і простіше.

Заказ звонка

Вход в кабинет

Главная
Каталог
Как заказать
Доставка
Где купить
О продукции
Новости

Каталог продукции

Стандартные ванны

1200 x 700 мм
1300 x 700 мм
1400 x 700 мм
1500 x 700 мм
1500 x 750 мм

Введите 10 цифр номера
мобильного телефона без 8 в
начале и нажмите "Заказать
звонок". Мы свяжемся с Вами
в ближайшее время

Заказать звонок

Triton

Сделайте шаг к...

Вход в кабинет

8. Естетичний і мінімалістичний дизайн

- Тексти не повинні містити марною або застарілої інформації. Кожне зайве слово робить сприйняття все більш важким і позбавляє відвідувача можливості знайти те, за чим він прийшов на сайт.

The screenshot displays the PlayToday website interface, which is designed to be clean and minimalist. The layout is divided into a left sidebar with promotional banners and a main content area for registration.

Left Sidebar:

- playToday** logo and navigation links: [BABY Мальчики \(0-2 года\)](#), [Скидки до 70%! \(на маленькие размеры\)](#), [PlayToday Девочки \(3-8 лет\)](#), [Playtoday Мальчики \(3-8 лет\)](#), [Скидки 40-75%](#).
- Tutti Quanti** logo.
- [TQ Девочки \(3-9 лет\)](#) and [TQ Мальчики \(3-9 лет\)](#) links.
- S'COOL!** logo.
- [S'COOL-Девочки \(9-14 лет\)](#) and [S'COOL Мальчики \(9-14 лет\)](#) links.
- ОБУВЬ** (Shoes) button.
- Выбор размера** (Size selection) section with a dropdown menu.
- Новости** (News) section with two short news items dated 01.12.2013 and 28.11.2013.

Main Content Area:

- Progress bar with icons for: **Ваш адрес** (Your address), **Доставка** (Delivery), **Оплата** (Payment), and **Подтверждение** (Confirmation).
- Ваш адрес** section with a blue box containing the text: "Чтобы оформить заказ необходимо зарегистрироваться, У вас уже есть аккаунт в Интернет-магазине детской одежды PlayToday? [Вход](#)".
- Registration form with the following fields:
 - * **Логин** (Login)
 - * **Пароль** (Password)
 - * **Подтвердите пароль** (Confirm password)
 - * **Имя, Отчество** (Name, Patronymic)
 - * **Фамилия** (Surname)
 - * **Email**
 - * **Телефоны** (Phones)
 - Ближайшее метро** (Nearest metro)
- Адрес доставки заказа** (Order delivery address) section with a large text area for address details and a note: "*Улица, дом, квартира. Подъезд, этаж, код. Если офис – название, как найти."
- Location fields: **Город** (City), **Область** (Region) (set to Москва), and **Почтовый индекс** (Postal index).
- A checkbox for **Подписаться на новости** (Subscribe to news).
- A **Далее** (Next) button.

9. Розуміння проблем та їх вирішення

- Повідомлення про помилки повинні бути виражені на зрозумілій користувачеві мові, як можна більш точно описувати проблему і надавати можливі варіанти її вирішення.

The screenshot shows a web browser window with the address bar containing 'ihb kfyrf'. The search results page displays a large sad face icon and the message: 'Мы ничего не нашли по запросу «ihb kfyrf», хотя и старались.' (We found nothing for the query 'ihb kfyrf', although we tried). Below this, there are search tips under the heading 'Советы для поиска' (Search tips):

- Проверьте, нет ли опечаток (Check for typos): *булза* → *блуза*
- Введите более общий запрос (Enter a more general query): *пенал двухсекционный* → *пенал*
- Перефразируйте запрос (Rephrase the query): *давилка для чеснока* → *пресс для чеснока*
- Воспользуйтесь каталогом (Use the catalog)

A green arrow points from the text 'Решения проблемы пользователя' (User problem solutions) to the search tips. Another green arrow points from the 'Воспользуйтесь каталогом' tip to the product recommendations section below.

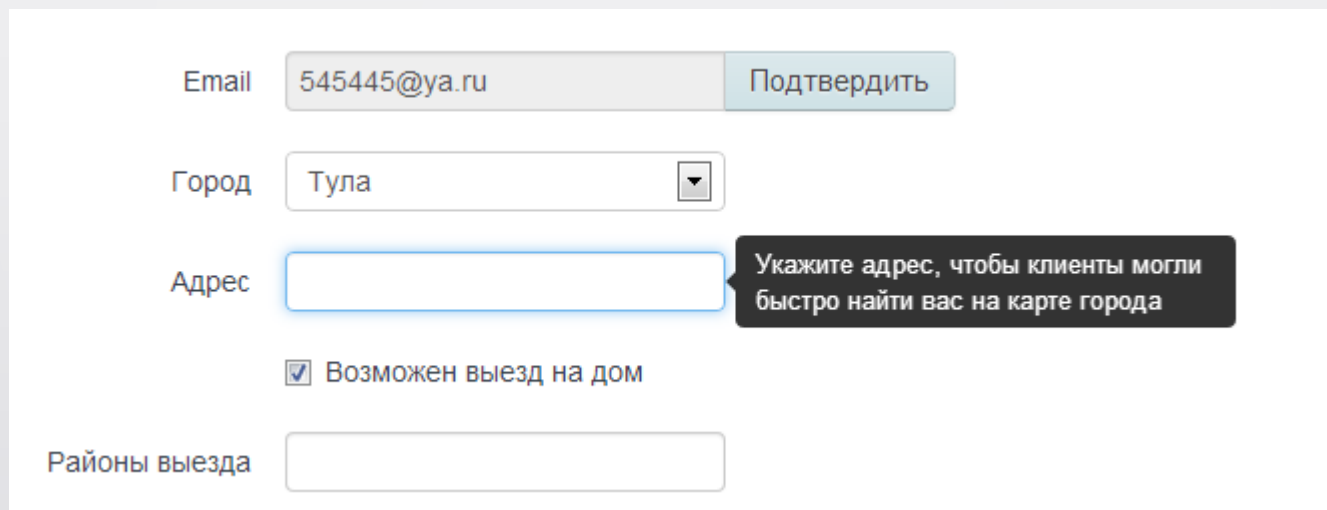
Below the search tips, there is a section titled 'В любом случае, у нас всегда есть, что вам предложить' (In any case, we always have something to offer you). This section displays four product recommendations:

- Противоскользкий коврик "Koto" на 47 руб. (Antislip mat "Koto" for 47 rubles)
- Автомобильные пакеты для мусора 43 руб. (Car trash bags for 43 rubles)
- Освежитель воздуха на дефлектор 179,10 руб. (Air freshener for deflector for 179.10 rubles)
- Брелок "Кумулус". Цвет: черный 70 руб. (Keychain "Cumulus". Color: black for 70 rubles)

Each product recommendation includes a 'В корзину' (Add to cart) button.

10. Довідкові матеріали і документація

- Навіть якщо система може використовуватися без документації, в процесі роботи з нею все ж може знадобитися довідкова інформація. Подібні документи повинні складатися таким чином, щоб в них легко було знайти необхідне.



The screenshot shows a web form with the following elements:

- Email:** A text input field containing "545445@ya.ru" and a blue "Подтвердить" button.
- Город:** A dropdown menu with "Тула" selected.
- Адрес:** An empty text input field with a blue border. A tooltip points to it with the text: "Укажите адрес, чтобы клиенты могли быстро найти вас на карте города".
- Возможен выезд на дом:** A checked checkbox.
- Районы выезда:** An empty text input field.



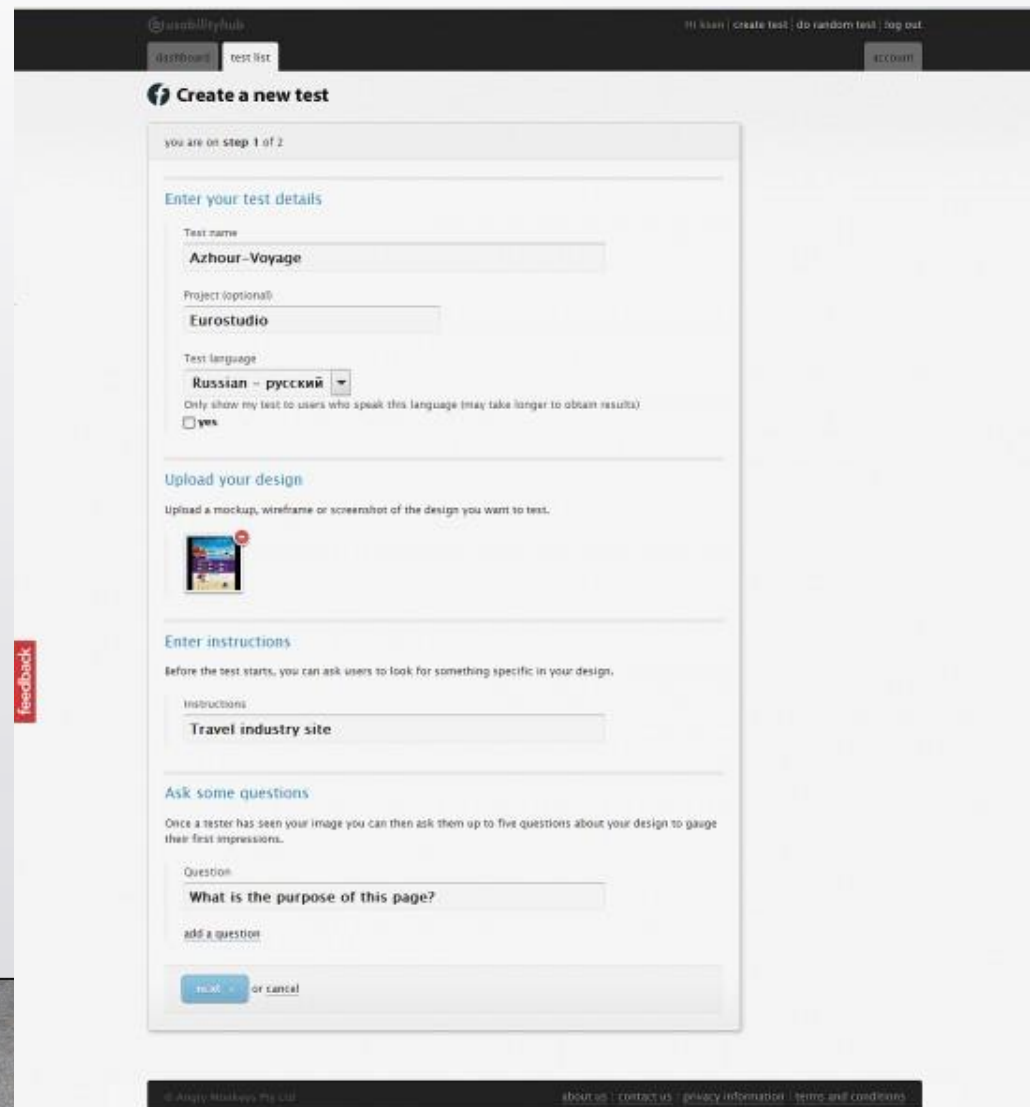
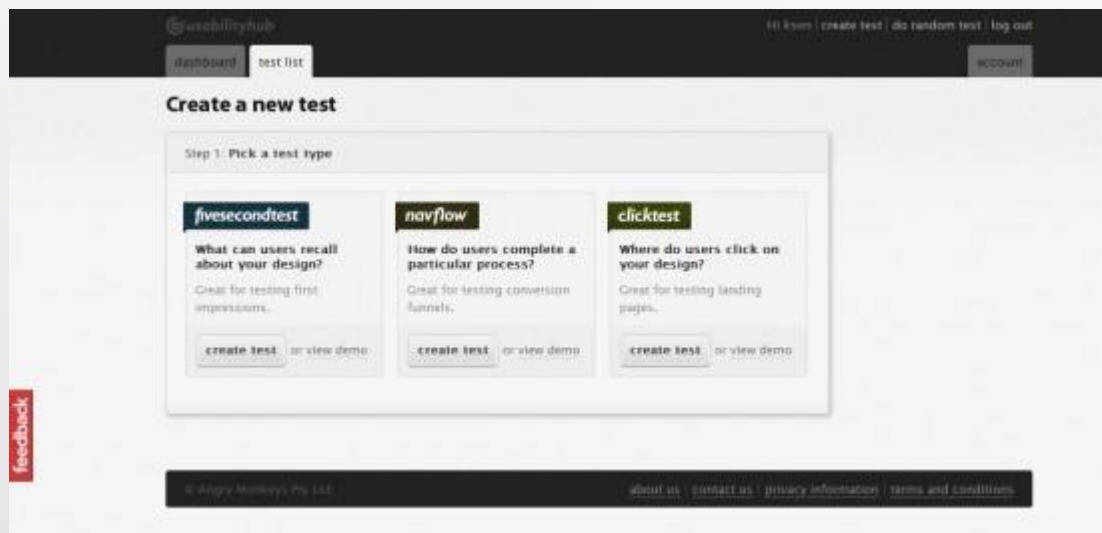
ІНСТРУМЕНТИ ДЛЯ ЮЗАБІЛІТІ-ТЕСТУВАННЯ: ОГЛЯД ТА ПОРІВНЯННЯ



UsabilityHub

- Navflow
- Fivesecondtest
- Click Test

Як це працює. На прикладі Fivesecondtest

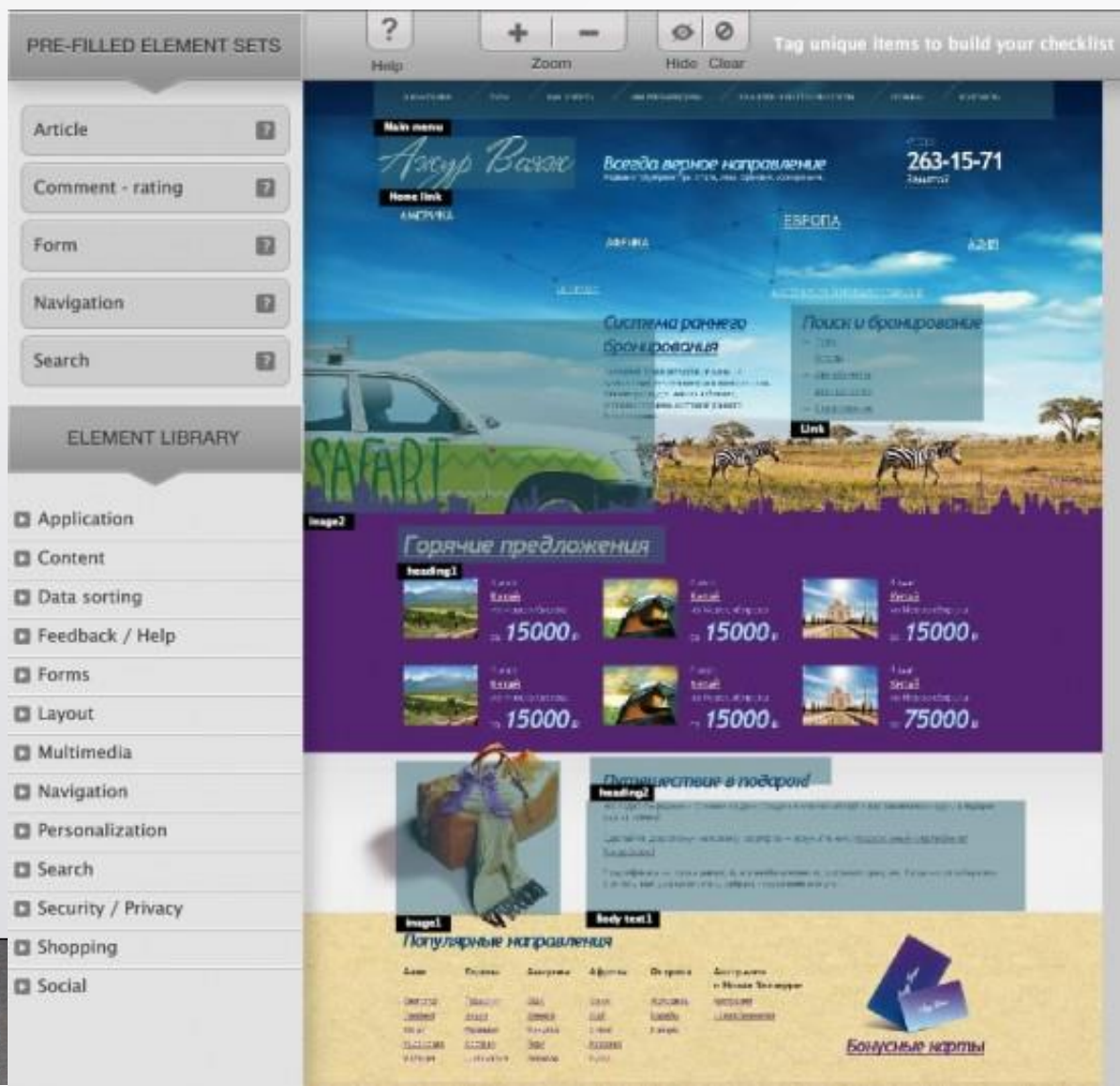




UserPlus

- Самостійно, за допомогою [The Advisor Tool](#).
- На реальних людей, з допомогою інструменту [The Tester Tool](#).

Як це працює?



Your custom checklist for Project Eurostudio is displayed below.
Answer each question and your score for this page will be calculated.

YOUR SCORE
12 OF 102 ANSWERED

12%

Please fill in all sections of the checklist to calculate an accurate score.

GENERAL GUIDELINES

REQUIREMENT	IMPORTANCE	STATUS			
Is a search function provided, unless the website is so small all information can be easily explored?	VERY HIGH	☒ Yes	☐ No	☐ N/A	☒
Is there a horizontal scrollbar? (in 95% of the screen resolutions used by the target users)	VERY HIGH	☐ Yes	☒ No	☐ N/A	☒
Is there only one homepage for the website?	VERY HIGH	☒ Yes	☐ No	☐ N/A	☒
Are frames only used when no other positioning techniques can provide the same result?	HIGH	☒ Yes	☐ No	☐ N/A	☒
Are notation formats used consistently throughout the website?	HIGH	☒ Yes	☐ No	☐ N/A	☒
Are shorter pages used for the home page, navigational pages, pages with large graphics?	HIGH	☒ Yes	☐ No	☐ N/A	☒
Are there items on the website that look clickable but aren't?	HIGH	☐ Yes	☒ No	☐ N/A	☒
Does each frame have a descriptive title?	HIGH	☐ Yes	☒ No	☐ N/A	☐
Does the homepage offer direct access to the highest priority/ most frequently used tasks?	HIGH	☐ Yes	☐ No	☐ N/A	☐



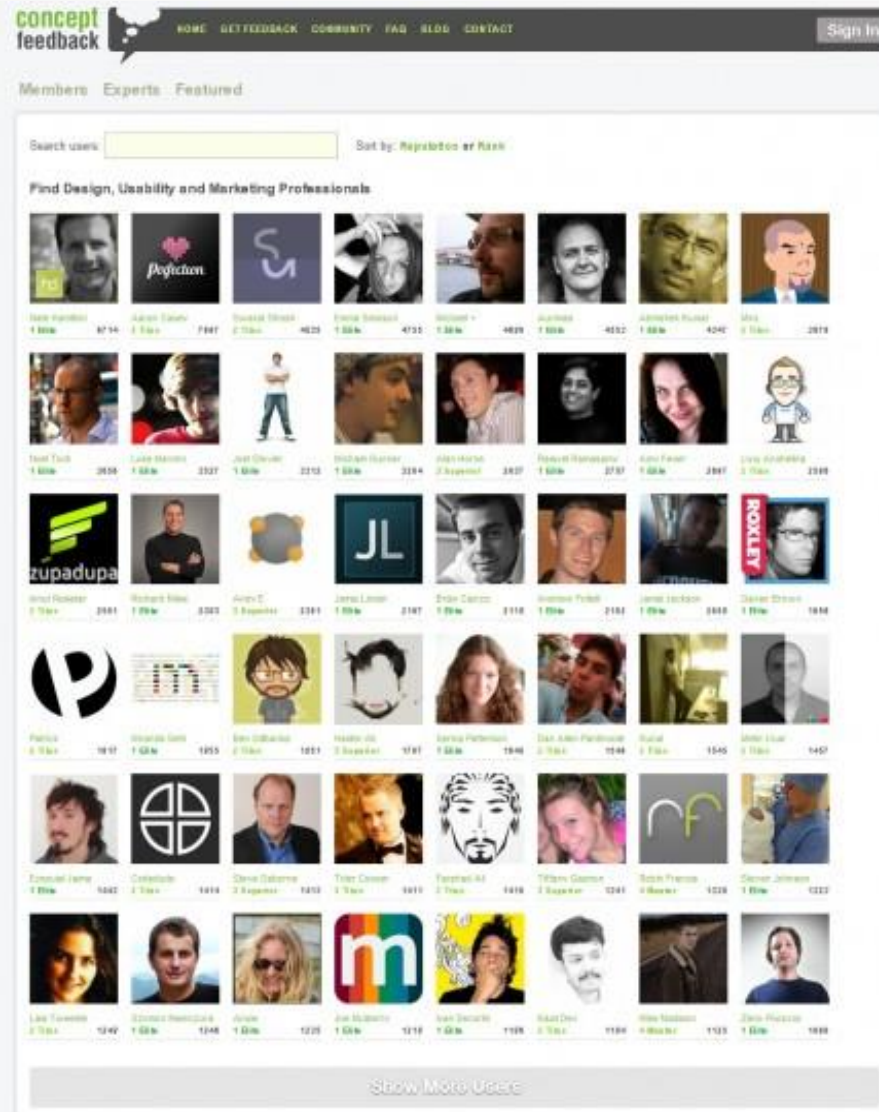
Usabilla

Тестування юзабіліті на сайті Usabilla проходить у п'ять етапів:

- Створюємо новий тест
- Вказуємо сторінки сайту для тестування.
- Вибираємо питання, на які хочемо отримати відповіді від користувачів.
- Самі знаходимо і запрошуємо людей, готових взяти участь у тестуванні і поділитися своєю думкою.
- Програма акумулює результати тестів і відгуки користувачів, а потім надає статистику, згруповану у зручному для аналізу вигляді.

Безкоштовно можна протестувати дві сторінки на десяти людях.

ConceptFeedback





Optimal Workshop

- • [Optimalsort](#) – це інструмент, який допомагає організувати структуру сайту за допомогою [методу сортування карток](#).
- • [Treejack](#) – додаток для тестування багаторівневої інформаційної архітектури (IA) сайту. Щоб почати тестування, структуру веб-сайту необхідно організувати як таблицю і завантажити в Treejack.
- • [Calkmark](#) призначений для тестування юзабіліті веб-сторінок. Він допомагає зрозуміти, наскільки просто (або складно) користувачам сайту знаходити потрібну інформацію.

4Q



- home
- sign up
- login
- FAQ
- community
- contact us

Customer Driven Optimization.

Are visitors completing their tasks on your website?

The 4Q Online Survey is a free online survey solution that allows you to find out why visitors are at your website, and whether or not they are completing their tasks (and if they aren't, what's getting in the way?).

The 4Q online survey provides answers to the following 4 essential questions:

- What are my visitors at my website to do?
- Are they completing what they set out to do?
- If not, why not?
- How satisfied are my visitors?

Thousands of companies are already gaining tremendous insight into the customer experience on their website. You too can measure purpose of visit and task completion (and of course, satisfaction).

And best of all...the 4Q online survey is completely free!

[Click here to see a sample 4Q online survey in action!](#)

[SIGN UP NOW!](#)

Latest News: [iPerceptions announces the upcoming 4Q Suite Beta...](#) [\[read more\]](#)

4 The 4Q Community

Join the 4Q Survey Community to interact with other users of the 4Q survey solution. Share insights, see benchmarks and more!



[JOIN TODAY!](#)

 Watch Avinash Kaushik setting up 4Q.

Powered by 

© iPerceptions 2008 Privacy Policy

Feng-GUI

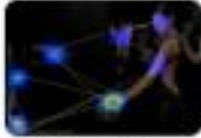
风鬼 Feng-GUI

Attention and Attraction in Visuals

Products Resources Customers Company



Optimize Website Conversions
Increase your website conversion rate by using Feng-GUI attention heatmap. [Read more >](#)



Increase Ad & Brand Effectiveness
Test and improve the effectiveness of your creative before it airs. [Read more >](#)



Mobile content adaptation
Scale images for web to mobile content adaptation. [Read more >](#)

Attention Analysis for Websites & Advertisements

Feng-GUI attention analysis simulates human vision during the first 5 seconds of exposure to visuals, and creates heatmaps that predicts what a real human would be most likely to look at. [Read more >](#)



Free evaluation demo

Opacity Off On Analyze



Attract the viewer's attention

Feng-GUI empower web designers, advertisers and creatives to effectively analyze Attention and Attraction in visuals. [Read more >](#)

[Purchase on Account](#)



Feng-GUI Dashboard
Find out how people see your website, creative media or photo and which areas of the image attract the viewer's attention. [Read more >](#)

Dynamic Ad selection

Optimally choose the best ads to serve to produce maximum attention. [Read more >](#)

© 2009-2010 Feng-GUI - Feng Shui for graphic user interfaces.
[Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#) - [Service Level Agreement](#)

ClickHeat

labs
media

ClickHeat is a visual heatmap of clicks on a HTML page, showing hot and cold click zones. ClickHeat is an OpenSource software, released under GPL licence, and free of charge.

Our projects
[3C CMS](#)
[BuzzRiver](#)
[ClickHeat](#)
[Wordmap](#)

ClickHeat | Clicks heatmap

ClickHeat is a visual heatmap of clicks on a HTML page, showing hot and cold click zones. ClickHeat is an OpenSource software, released under GPL licence, and free of charge.



Requirements

- on the browser's client: Javascript (tested on Firefox 2.0, Internet Explorer 6 and 7, Konqueror...)
- on the server: either Linux or Windows (since ClickHeat 1.3 release), Apache or Lighttpd (other may work fine), PHP, the graphic library GD2 (PNG support needed). Please post on the [bug tracker](#) or contact us (link at the bottom of the page) if you have problem running ClickHeat.

Features

- Low logging activity: a very few function calls to log a click, no server load rise should be noticed (have a look at [Performance & optimization](#))
- A keyword is used to define the page upon Javascript code load, allowing you to group same pages.
- Screen sizes and browsers are logged, making possible the tracking of liquid CSS layouts (100% used width).

Demo

A [ClickHeat demo](#) is available (with real data from this website's clicks). Sign in with the user **demo** and its password **demo**.

Latest version

The latest stable version is **1.11**.

Development roadmap

Here are some developments to come in the next releases:

- add database (MySQL) support?
- improve speed rendering using virtual squares (avoid looking at empty zones)
- correct truncated dots in heatmaps (between 2 images of the heatmap)
- limit tracking to a defined percentage of clicks
- integrate into Plink
- rewrite Javascript code to use prototype (class)

Log in / Register

More information:
[Installation and upgrade of ClickHeat](#)
[Heatmap Class](#)
[Frequently Asked Questions](#)
[Thanks](#)
[Performance and optimization](#)
[Resources](#)
[Download](#)
[Demo \(demo/demo\)](#)

© 2010 Laureada Cloud Consulting Center. [Terms of Use](#) [Contact](#) and [support](#)
version 1.11.11.11



WebVisor

З її допомогою можна:

- Записувати дії відвідувачів сайту: кліки, скролінг, натиснення клавiш, заповнення форм, виділення та копіювання тексту.
- Відтворювати записані дії в режимі «живого відео».
- Проводити детальну аналітику поведінки відвідувачів веб-сайту.
- Складати карти активності користувачів: теплові карти кліків, карти уваги і карти скролінгу.

SitePolice

- Замовник виставляє свій сайт на суд «поліцейських», формулює кілька запитань, на які хотів би отримати відповіді і обирає тарифний план аудиту.
- Аудитори пишуть звіт по сайту в практично вільній формі.
- Якщо замовник аудиту не проти, то всі звіти «поліцейських» залишаються на сайті сервісу для загального перегляду.



Назва	Хто тестує	Об'єкти тестування	Результати тестування
UsabilityHub	Тестери сервіса; інші користувачі UsabilityHub	Скріншот веб-сторінки	Відповіді на питання, що сформульовані на початку теста; теплова карта кліків
UserPlus	Своїми силами з допомогою опитування; тестери сервісу	Скріншот веб-сторінки	Оцінка сторінки на відповідність міжнародним стандартам
Usabilla	Користувачі, що запрошені замовником тестування	Скріншот веб-сторінки, сторінка «живого» сайту	Звіт про дії користувачів, згрупований для наступного аналізу; теплова карта кліків
Concept Feedback	Учасники спільноти веб дизайнерів	Скріншот веб-сторінки, сторінка «живого» сайту	Відгуки, оцінки і поради учасників професійної спільноти
OptimalWorkshop	Користувачі, що запрошені замовником тестування	Скріншот веб-сторінки, інформаційна архітектура сайту	Інформаційна структура сайта; теплова карта кліків; кількість часу, витраченого користувачами на виконання якої-небудь задачі
4Q	Реальні користувачі	Робочий сайт	Відповіді користувачів на 4 питання
Feng-GUI	Своїми силами, за допомогою програми, що імітує погляд користувача на основі спеціального алгоритма	Скріншот веб-сторінки	Теплова карта руху очей по сторінці
ClickHeat	Реальні користувачі сайту	Робочий сайт	Теплова карта кліків
WebVisor	Реальні користувачі сайту	Робочий сайт	Відео-запис дій реальних користувачів; карти активності; аналітика
SitePolice	Реальні користувачі сайту	Робочий сайт	Звіт аудитора в вільній формі