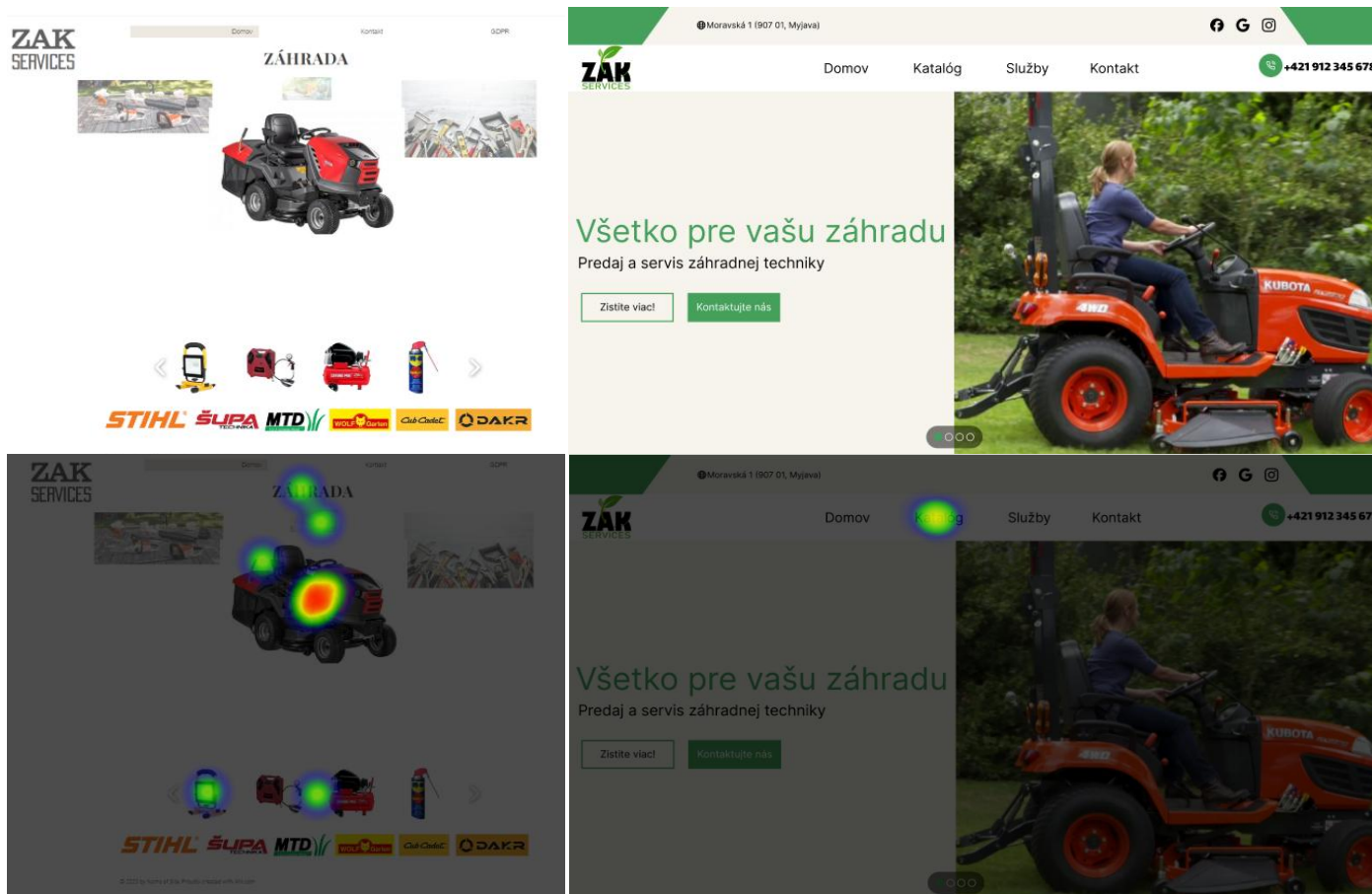


Analýza scenárov

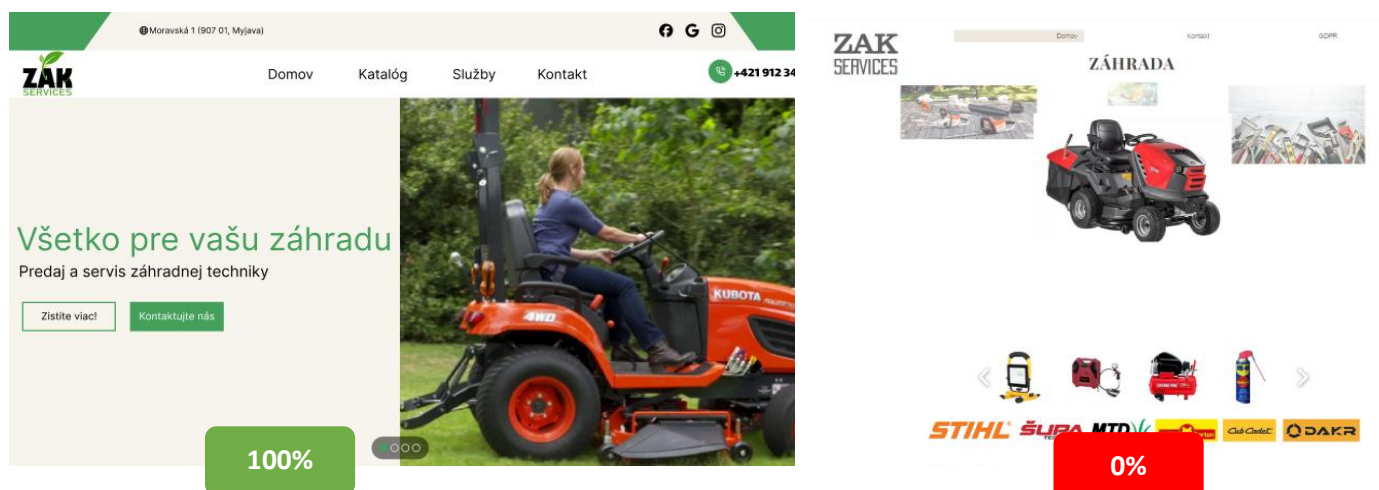
V rámci ďalšej fázy analýzy sme sa zamerali na testovanie nového dizajnu, aby sme zistili, či navrhnutý dizajn a štruktúra stránky sú vhodné na praktické využitie. Cieľom bolo overiť, či stránka spĺňa očakávania používateľov z hľadiska funkčnosti, prehľadnosti a estetického prevedenia, a zároveň identifikovať oblasti, ktoré by mohli potrebovať ďalšie úpravy.

1. Otázka Kde by ste hľadali katalóg/ponuku produktov?



Ako je vidieť podľa výsledkov testov, nový dizajn stránky priniesol výrazné zlepšenie v prehľadnosti, keďže všetci zúčastnení tohto scenáru presne trafili, kde sa katalóg produktov nachádza.

1. Otázka Ktorý dizajn stránky Vám príde dôvernejší, ktorý obchod by ste radšej navštívili?



Z odpovedí na túto otázku sme zistili, že nový dizajn je pútavejší a dôveryhodnejší pre potencionálnych zákazníkov, čím sme sa viacej uistili o správnom výbere palety farieb a rozmiestnení prvkov navigácie na stránke.

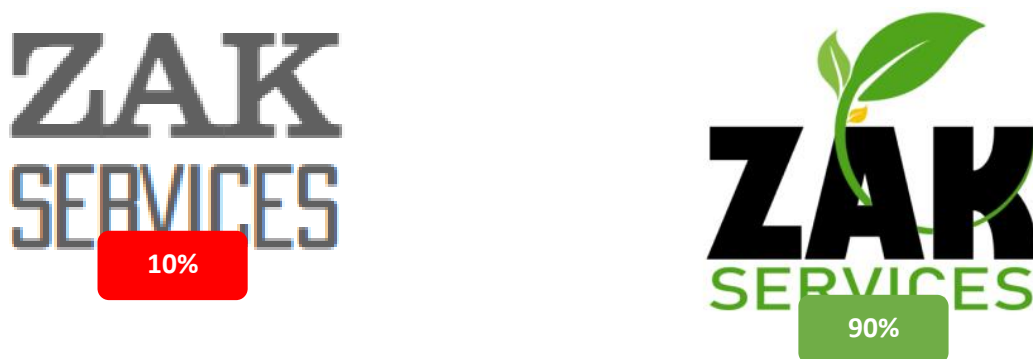
Po tejto otázke nasledovala otázka v súvislosti prečo si vybrali práve tento dizajn, aby sme vedeli zachytiť silné stránky vybratého dizajnu.

3. Otázka Prečo ste zvolili tento dizajn?

☐	je krajší a dôveryhodnejší
☐	vzhľad a štruktúra
☐	je vhodnejší na reprezentovanie obchodu
☐	Moderný dizajn
☐	vyzerá lepšie a dôvernejšie
☐	Je pomerne moderný a vhodný, tiež má vhodnú štruktúru
☐	kks lebo je cacany co sa pytas 2 krat to iste
☐	krajší, prehľadnejší
☐	Pride mi pomerne pekny a jednoduchy a nicim prehroteny tento dizajn
☐	Lepsia paleta farieb, lepsie rozmiestnenie prvkov

Ako je vidieť viacero oslovených používateľov na test sa zhodlo aj v otvorených odpovediach že nový dizajn webovej stránky je dôveryhodnejší a modernejší, čo by mohlo pomôcť obchodu nájsť si nových a stálych zákazníkov.

4. Otázka Ktoré logo je podľa Vás krajšie a lepšie na zapamätanie



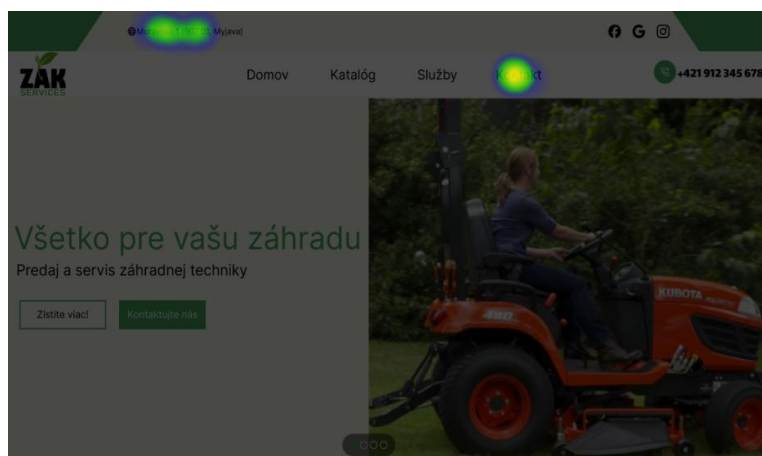
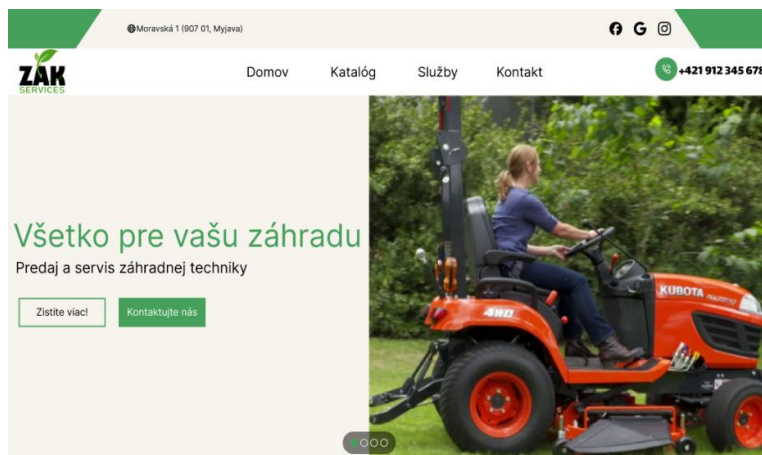
Podľa výberu sa používateľom tiež viacej páči nový grafický dizajn loga pre danú firmu. Tento test bol tiež vhodný aby sa zabezpečil dobrý návrh loga, ktorý bude zapamätateľný, aby si človek hneď vybavil konkrétnu firmu.

No podľa ďalšej otázky sa našlo pár doporučení, aby sa skúsil dizajn loga mierne upraviť.

5. Otázka Prečo ste vybrali toto logo?

☐	pride mi reprezentativne a zapamätateľné pre firmu, ale hodilo by sa pár zmien
☐	farebná škála a vhodné použitie grafických prvkov
☐	Je krajšie ako to druhe no navrhol by som trochu iný dizajn
☐	pride mi vhodnejšie
☐	je krajšie
☐	je pomerne pekné a elegantné tiež je dobre zvolený výber farieb, možno by som doplnil zapamätateľný znak
☐	lebo je pekne co to je za otazku
☐	krajšie
☐	Pride mi pekne a jednoduche
☐	No answer given

6. Otázka Kde by ste hľadali lokalitu predajne?



Aj na základe tohto testu sme si overili či je štruktúra stránky intuitívna a či obsahuje podstatné informácie na správnom mieste pre používateľa. Ako je vidieť, oproti predošlej verzii stránky, kliknutia používateľov sa sústredili iba na 2 hlavné miesta, ktoré obsahovali informácie na ktoré sme sa v teste pýtali.

7. Otázka Príde vám štruktúra stránky dostatočne prehľadná a vhodná?

☐ ano
☐ áno
☐ ano
☐ za mňa ano
☐ Ano
☐ prečo ľava strana sa nazýva ľava a prava prava?
☐ Ano, štruktúra stránky je jednoduchá a prehľadná
☐ jj ale dal by som si parky s kecupom
☐ ano
☐ Za mňa môže byť
☐ ano, možno by som zväčšil lokalitu predajne

Z tejto otázky sme zistili že štruktúra stránky je vhodná a prehľadná pre cieľovú skupinu ľudí, pričom tiež sa tu našli odpovede ktoré nemali z testovaním nič spoločné alebo obsahovali rady na zlepšenie stránky.

Záver:

Po vyhodnotení všetkých výsledkov testovania scenárov sme dospeli k záveru, že nová verzia webovej stránky má výrazne lepšiu štruktúru a prehľadnosť v porovnaní s predchádzajúcou verziou. Na základe pripomienok získaných počas testovania však odporúčame implementovať drobné úpravy, ktoré by mohli zlepšiť užívateľský zážitok. Po ich zapracovaní bude stránka pripravená na nasadenie do plnohodnotnej prevádzky.