

Analýza scenárov

V rámci testovania našej stránky sme sa rozhodli využiť rôzne typy testov, aby sme čo najlepšie zhodnotili jej použiteľnosť v praxi. Cieľom bolo analyzovať, ako používateľské rozhranie vplyva na celkovú spokojnosť používateľov, ich schopnosť orientovať sa na stránke a rýchlo nájsť potrebné informácie.

Pri testovaní sme použili **Five Second test** vďaka ktorému sme mohli zistiť či stránka ako celok sa drží témy pre ktorú bola navrhnutá a vytvorená.

- Respondentom sa na 5 sekúnd zobrazil obrázok stránky po ktorom nasledovali otázky



1. Otázka: „Čo daná stránka ponúka?“

- Pri tejto otázke boli voľné odpovede, pričom sa väčšina respondentov zhodla v odpovedi: **Záhradnú techniku**

☐	Záhradnú techniku
☐	Záhradnú techniku
☐	Traktor
☐	zahradu , sponzorov :D
☐	záhradnícke potreby
☐	záhradné nástroje (snád)
☐	zahradnicke
☐	záhradnícké nástroje
☐	stihl, kosačky, záhradné nástroje
☐	obrázky o nástrojoch

2. Otázka: „Páči sa Vám táto stránka?“

- Pri tejto otázke boli voľné odpovede, pričom sa väčšina respondentov zhodla v odpovedi: **Nie**

☐ Ani nie.

☐ Nie

☐ Nie

☐ ani nie

☐ moc nie

☐ nie

☐ nie

☐ ani ne

☐ nie

☐ nie

V rámci testovania sme tiež využili **First click test** zameraný na prehľadnosť stránky:

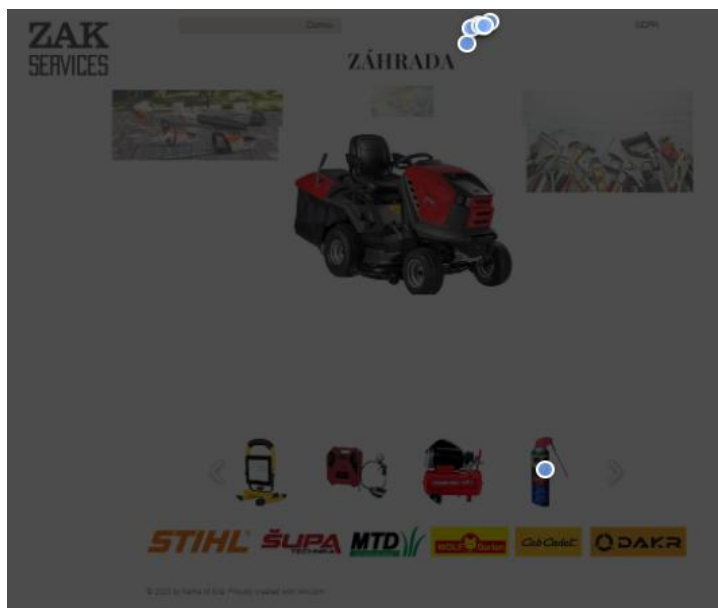
1. Otázka: „Kde by ste hľadali ponuku produktov?“



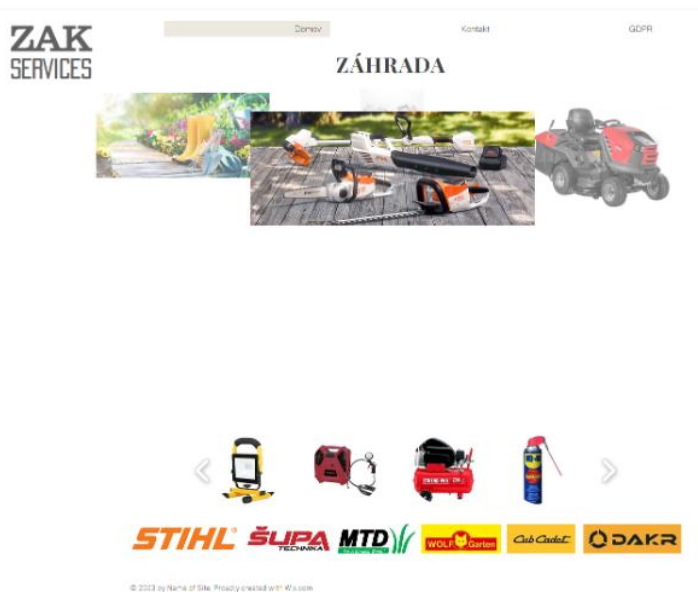
- Následne bola respondentom položená otázka: **„Je podľa Vás táto stránka prehľadná?“**
 - o Pri tejto otázke boli voľné odpovede, pričom sa väčšina respondentov zhodla v odpovedi **Nie!**

☐ Skor nie. Chyba menu
☐ Nie
☐ Nie
☐ nie
☐ nie
☐ nie
☐ nie je to srot
☐ ne
☐ je ale veľa toho tam nieje
☐ áno ale moc tam toho není

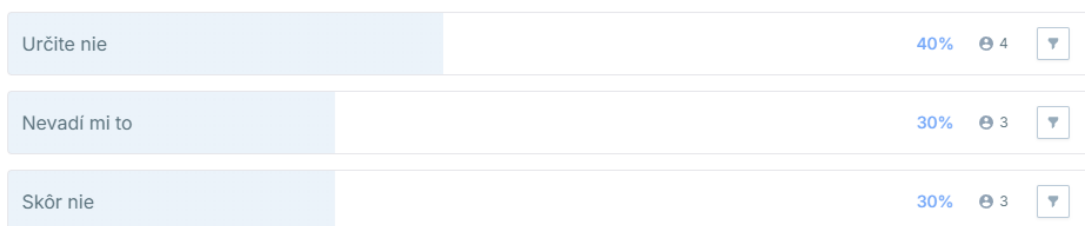
2. Otázka: „Kde by si hľadal lokalitu kamennej predajne?“



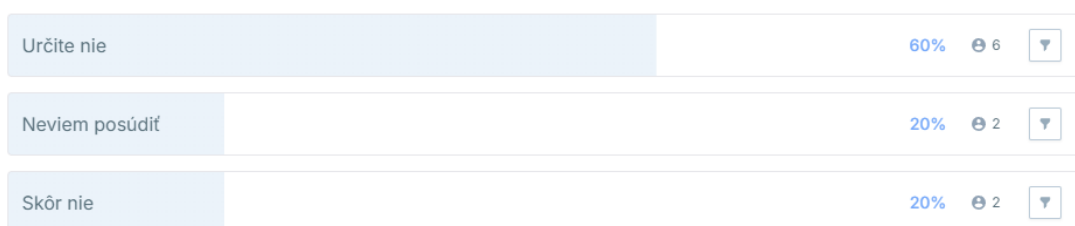
3. Otázka: „Kde by ste hľadali informácie o obchode?“



- Následne bola respondentom položená otázka: „Je podľa Vás toto umiestnenie vhodné?“
 - o Pri tejto otázke bolo možné odpovede vybrať, pričom sa väčšina respondentov zhodla v odpovedi **Nie!**



- Taktiež nasledovala otázka: „Je tento dizajn vhodný pre aktuálnu dobu?“
 - o Pri tejto otázke bolo možné odpovede vybrať, pričom sa väčšina respondentov sa opäť zhodla v odpovedi **Nie!**



V rámci testovania sme tiež využili **Preference test** zameraný na výber prívetivejšej stránky:

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



Na záver bola respondentom položená otázka: „Pre túto stránku by ste navrhli:“



- Respondenti mohli vybrať z možností
 - o Úplný Redizajn
 - o Čiastočný redizajn
 - o Stránka nepotrebuje redizajn
- Vo výsledku sa **100%** respondentov zhodlo že stránka potrebuje úplný redizajn.

Úplný redizajn	100%
Čiastočný redizajn	0%
Stránka nepotrebuje redizajn	0%
<i>Other</i>	0%