

Výsledky lyssna scenárov

Prvý scenár o kontaktoch

V tomto teste mali účastníci nájsť informácie o tom, kde sa prevádzka nachádza. Úlohou bolo kliknúť na miesto, kde by tieto údaje očakávali. Podľa výslednej heatmapy väčšina ľudí klikla priamo na položku „Kontakty“ v hornom menu. Kliky boli sústredené takmer výlučne v tomto jednom bode, čo znamená, že navigácia je pre používateľov jasná a intuitívna. Nikto výraznejšie neklikal mimo správneho miesta, takže orientácia v tomto scenári nespôsobovala problémy. Test ukazuje, že nájdenie kontaktov je na stránke jednoduché a používatelia presne vedia, kde túto informáciu hľadať.



Odpovede k pod otázke:

V podotázke sa účastníkov pýtalo, prečo klikli práve na tlačidlo „Kontakty“. Z ich odpovedí vyplýva, že to bolo pre nich najlogickejšie miesto, kde by očakávali informácie o adrese alebo lokalite prevádzky. Viacerí spomenuli, že pri „Kontaktach“ automaticky predpokladajú aj adresu, mapu alebo možnosť, ako firmu nájsť. Niektorí odpovedali aj intuitívne („instinkt“), prípadne uviedli, že sa im nič iné nehodilo alebo že to jednoducho vyzeralo ako správna odpoveď. Celkovo odpovede potvrdzujú, že používatelia majú jasnú predstavu o tom, čo pod položkou „Kontakty“ nájdu, a preto ju bez váhania volili.

Prečo ste klikli práve sem?

Answers 10 Tags 0 Word cloud

Search responses

Add/edit tags

Select all

☐ Iné sa nehodilo

☐ V kontaktoch by som predpokladala, že budú aj údaje o lokalite.

☐ Snáď pri kontakte je aj adresa 📍

☐ lebo tam byvajú

☐ lebo

☐ Instinkt.

☐ lebo som si myslel že je to správna odpoveď

☐ Pretože si myslím, že by tam mohla byť mapa alebo čo

Druhý scenár o fotogalérii

V druhom scenári mali účastníci nájsť miesto, kde by hľadali ukážky práce, fotky jedál alebo fotogalériu. Heatmapa ukazuje, že väčšina ľudí klikla priamo na položku „Fotogaléria“ v hornom menu. Kliky sú veľmi sústredené na jednom mieste, čo znamená, že názov aj umiestnenie sú pre používateľov úplne jasné a ľahko pochopiteľné.

Neboli zaznamenané žiadne výrazné kliky mimo tejto položky, takže účastníci nemali problém identifikovať, kam treba prejsť, ak chcú vidieť fotky alebo ukážky práce. Celkovo test potvrdil, že fotogaléria je dobre viditeľná a intuitívne umiestnená na stránke.

🔍 Kde by si hľadal ukážky práce, fotky jedál

🔥 Heat map 🔍 Click map 🖼️ Image

📄 Export heat map as image



Odpovede k pod otázkam:

Používatelia nemali problém nájsť položku s fotkami produktov, čo znamená, že fotogaléria je v rozhraní umiestnená logicky a je ľahko nájditeľná. Odpovede zároveň ukazujú, že hoci navigácia je intuitívna, samotný obsah fotogalérie by mohol byť rozsiahlejší — viacerí respondenti uviedli, že by očakávali viac fotografií jedál, prípadne aj fotky prevádzky. To naznačuje, že doplnenie vizuálneho obsahu by zlepšilo orientáciu používateľov a ich celkový dojem z produktu.

1.1. Long text question

Bolo náročné nájsť položku s fotkami produktov?

Answers 5 Tags 0 Word cloud

Search responses Add/edit tags

Select all

☐ Trošku ale pohode celkom

☐ ani trošku

☐ nie

☐ Neboľo

☐ Absolútne nie

1.2. Long text question

Čo všetko by ste očakávali v položke fotogaléria?

Answers 5 Tags 0 Word cloud

Search responses Add/edit tags

Select all

☐ Nie fotky jedál :D

☐ fotky každej pizze a ostatných jedál, možno aj prevádzky

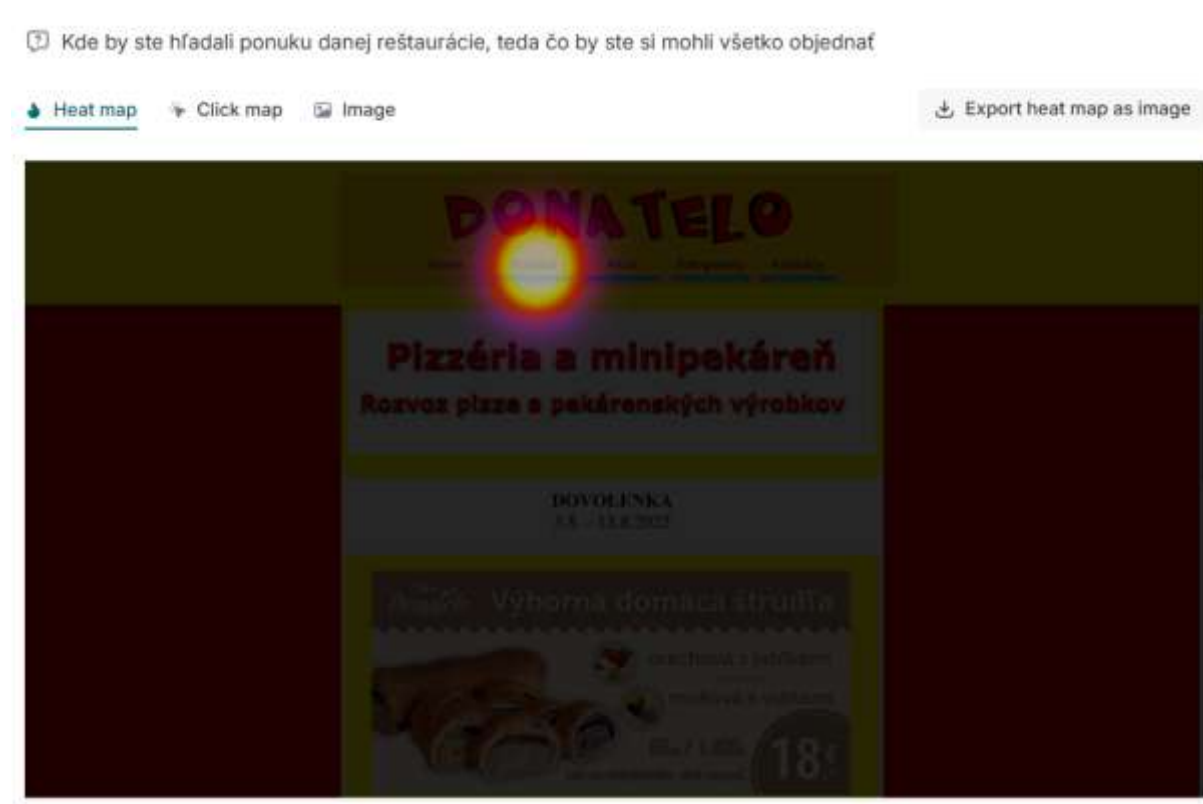
☐ fotky

☐ Pikantne fotky

☐ Fotky

Tretí scenár o fotogalérie

Heatmapa ukazuje, že všetci respondenti intuitívne hľadali v hornej navigačnej lište, konkrétne v položke „Ponuka“, ktorá je vizuálne najintenzívnejšie zafarbená. Koncentrácia pozornosti v tejto oblasti potvrdzuje, že používateľské očakávania sú v súlade s твоjím rozložením webu a že cesta k hlavným informáciám je pre návštevníkov jednoznačná. Zároveň sa na zvyšku stránky prakticky neobjavila interakcia, čo naznačuje, že používateľom bolo okamžite jasné, kam kliknúť, aby našli jedálne menu či ponuku produktov.



Odpovede k otázkam

Používatelia nemali problém nájsť ponuku jedál, čo potvrdzujú odpovede typu „hneď som to našiel“, „ani nie“, či „vôbec nie“. To znamená, že umiestnenie ponuky v navigačnej lište pôsobí intuitívne a ľahko identifikovateľne. Pri otázke, či by ponuku umiestnili inde, väčšina odpovedala záporne, takže aktuálna poloha ponuky je pre používateľov prirodzená. Objavila sa len jedna zmienka o tom, že by niekto upravil celú navigačnú lištu, čo však nesmeruje k zásadnej zmene, skôr k vizuálnemu alebo štruktúrálnemu vylepšeniu. Celkovo teda dáta ukazujú, že navigácia smerujúca k ponuke jedál je pre väčšinu používateľov jasná a funkčná.

Bolo náročné nájsť ponuku jedál ktoré sa dajú objednať?

Answers: 6 Tags: 0 Word cloud

Search responses

Add/edit tags

Select all

☐ mid

☐ Ani nie

☐ vôbec, hneď som to našiel

☐ nie

☐ Vôbec

☐ Ani nie

Dali by ste ponuku niekam inde?

Answers: 6 Tags: 0 Word cloud

Search responses

Add/edit tags

Select all

☐ nie

☐ Asi nie navigácia je správne umiestnenie

☐ upravil by som celu lištu

☐ nie

☐ Nie

☐ Asi áno

