

Analýza testovacích scenárov

Testovacie scenáre boli vyplnené 20 používateľmi, analyzovaných bolo 15 odpovedí.

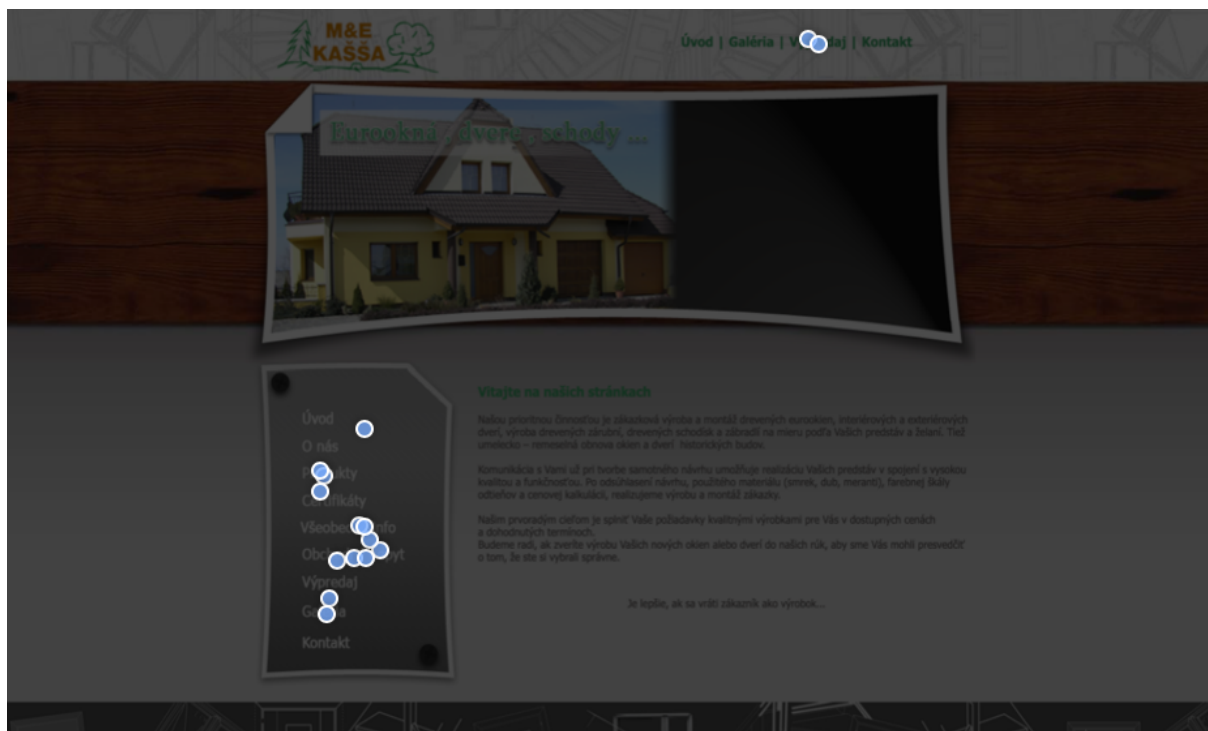
Otázka č. 1: Kde by sa mohol nachádzať formulár o nezáväznú cenovú ponuku?

Cieľ testu: Určiť optimálne umiestnenie formulára na nezáväznú cenovú ponuku na webovej stránke tak, aby bol pre používateľov ľahko dostupný.

Výsledok testovania:

- Obchodný dopyt: 5 kliknutí (28%)
- Produkty: 3 kliknutia (17%)
- Výpredaj: 2 kliknutia (11%)
- Všeobecné info: 2 kliknutia (11%)
- Galéria: 2 kliknutia (11%)
- O nás: 1 kliknutie (6%)

Zhrnutie: Najčastejšie kliknutia smerovali na „Obchodný dopyt“ (28%). Z testovania vyplýva, že menej ako jednej tretine používateľom sa darí nájsť správny odkaz na *Obchodný dopyt*, čo naznačuje potrebu prehodnotenia jeho viditeľnosti alebo umiestnenia.



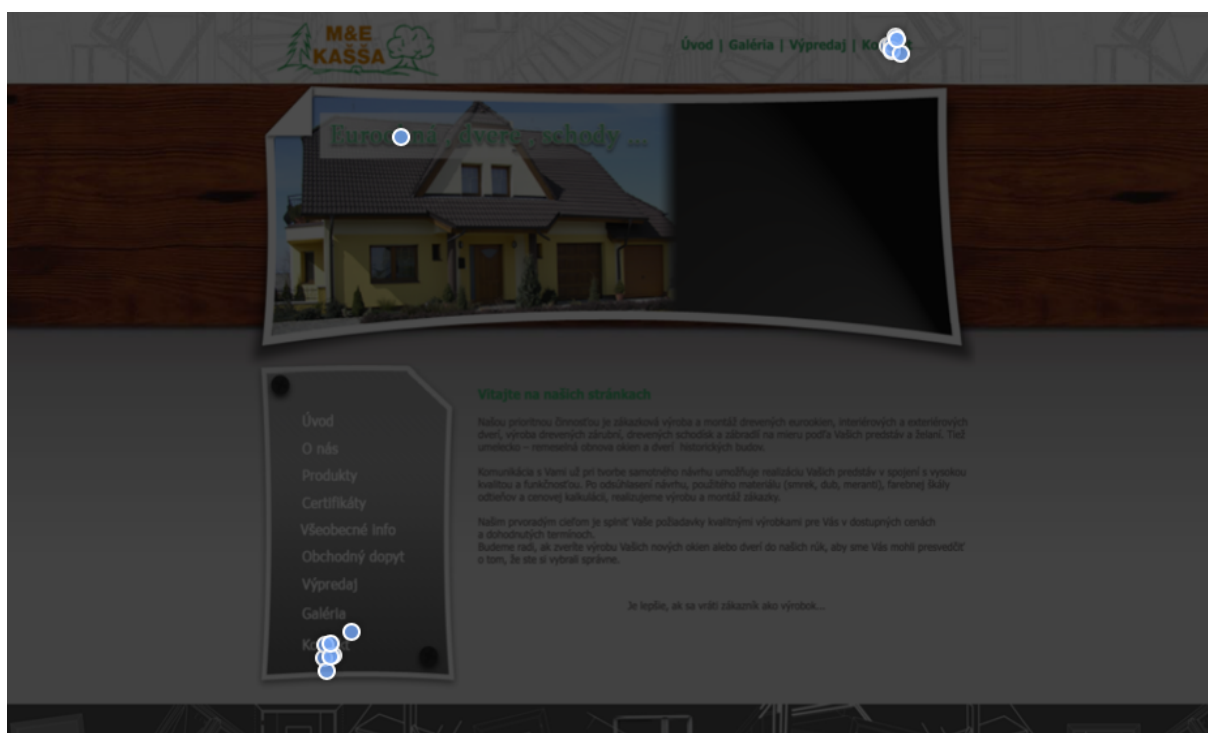
Otázka č. 2: Kde ste si skôr všimli kontakt?

Cieľ testu: Zistiť, ktoré umiestnenie kontaktu je pre používateľov výraznejšie a ľahšie postrehnuteľné – či v hornej časti stránky (v hlavičke), alebo v ľavom menu.

Výsledok testovania:

- Horné menu: 7 kliknutí (44%)
- Ľavé menu: 7 kliknutí (44%)
- Mimo cieľa: 2 kliknutia (12%)

Zhrnutie: Výsledky ukazujú, že používatelia si kontakt všimli rovnako často v hornom aj v ľavom menu (po 44%). Na základe týchto výsledkov sa javí, že obe umiestnenia sú vhodné. Môže však stať za zváženie zahrnúť kontakt na oboch miestach pre vyššiu dostupnosť.



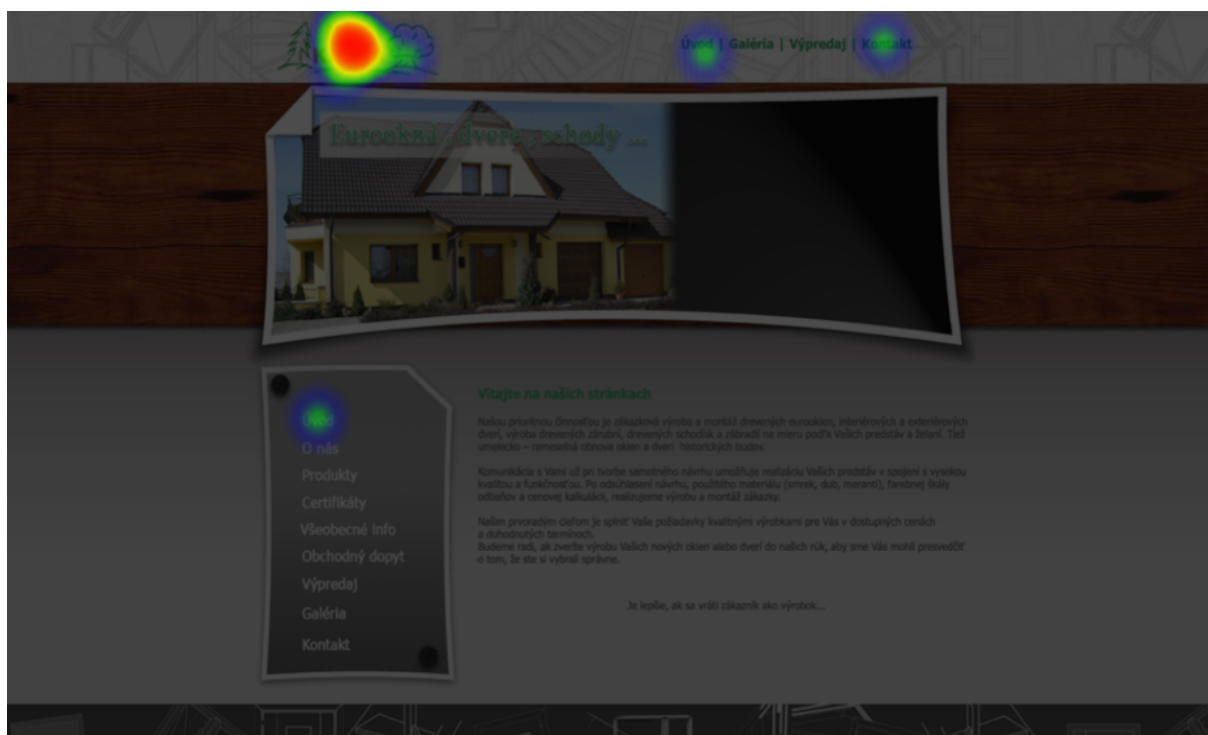
Otázka č. 3: Kam kliknúť, aby ste sa dostali späť na domovskú stránku?

Cieľ testu: Zistiť, ktorý prvok na stránke používateľa najčastejšie používajú na návrat na domovskú stránku – či je to *Úvod* v hornom menu, logo v ľavom hornom rohu alebo *Úvod* v ľavom menu.

Výsledok testovania:

- Logo: 12 kliknutí (86%)
- Horné menu: 1 kliknutie (7%)
- Ľavé menu: 1 kliknutie (7%)
- Kontakt: 1 kliknutie (7%)

Zhrnutie: Výsledky jasne ukazujú, že používatelia preferovali kliknutie na logo v ľavom hornom rohu, ktoré získalo najviac kliknutí (86%). Logo sa potvrdilo ako najintuitívnejší a najefektívnejší prvok pre návrat na domovskú stránku.



Otázka č. 4: Čo sa vám nepáči na starej stránke?

Cieľ testu: Hodnotenie nedostatkov starej webovej stránky. Získať spätnú väzbu od používateľov o tom, čo sa im na starej webovej stránke nepáči, aby bolo možné identifikovať oblasti na zlepšenie pri redesignu stránky.

Výsledok testovania:

1. Farby: 5 zmienok (31%)
2. Zastaralý dizajn: 5 zmienok (31%)
3. Celkový dojem / Všetko: 5 zmienok (31%)
4. Rozloženie: 3 zmienky (19%)
5. Veľa malého textu: 1 zmienka (6%)
6. Rodinný dom: 1 zmienka (6%)

Zhrnutie: Na základe týchto výsledkov je zrejmé, že používatelia sa zhodujú na viacerých nedostatkoch, najmä v oblasti farieb a celkového dizajnu. Odporúča sa vykonať redesign, ktorý by mal zahŕňať modernizáciu farebnej schémy, zlepšenie rozloženia a zvýšenie čitateľnosti textu.

Čo sa vám nepáči na starej stránke?

Answers 15 Tags 0 Word cloud

☐ Select all

Add/edit tags

☐ Farby

☐ vsetko

☐ vela maleho textu

☐ ze je zastarala

☐ farby

☐ dizajn

☐ vsetko

☐ Vsetko

☐ Vsetko, je stará

☐ Rozloženie

☐ Farby

Otázka č. 5: Ako by ste ohodnotili svoju celkovú skúsenosť s touto stránkou od 0 do 10?

Cieľ testu: Získať kvantitatívne údaje o celkovej používateľskej skúsenosti s existujúcou webovou stránkou na stupnici od 0 do 10.

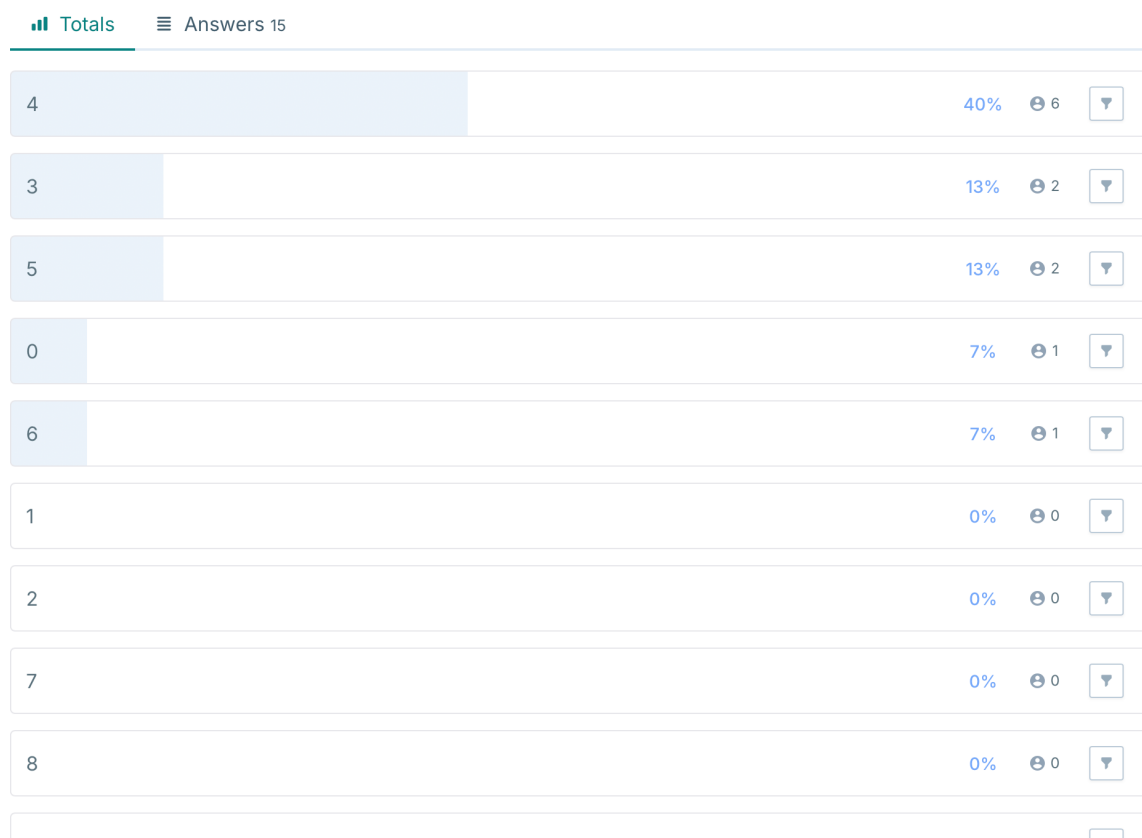
Výsledok testovania:

- 0: 1 odpoveď (7%)
- 2: 2 odpovede (13%)
- 3: 3 odpovede (20%)
- 4: 6 odpovedí (40%) – najčastejšie hodnotenie
- 5: 2 odpovede (13%)
- 6: 2 odpovede (13%)
- 7: 1 odpoveď (7%)

Priemerné hodnotenie: $(4 * 6 + 3 * 3 + 2 * 2 + 0 * 1 + 6 * 2 + 5 * 2 + 7 * 1) / (6 + 3 + 2 + 1 + 2 + 2 + 1) = (24 + 9 + 4 + 0 + 12 + 10 + 7) / 17 = 66 / 17 \approx \mathbf{3.88}$

Zhrnutie: Celkovo hodnotenie naznačuje, že používateľská skúsenosť so stránkou je prevažne priemerná, s určitým podielom negatívnych skúseností.

Ako by ste ohodnotili svoju celkovú skúsenosť s touto stránkou od 0 do 10?



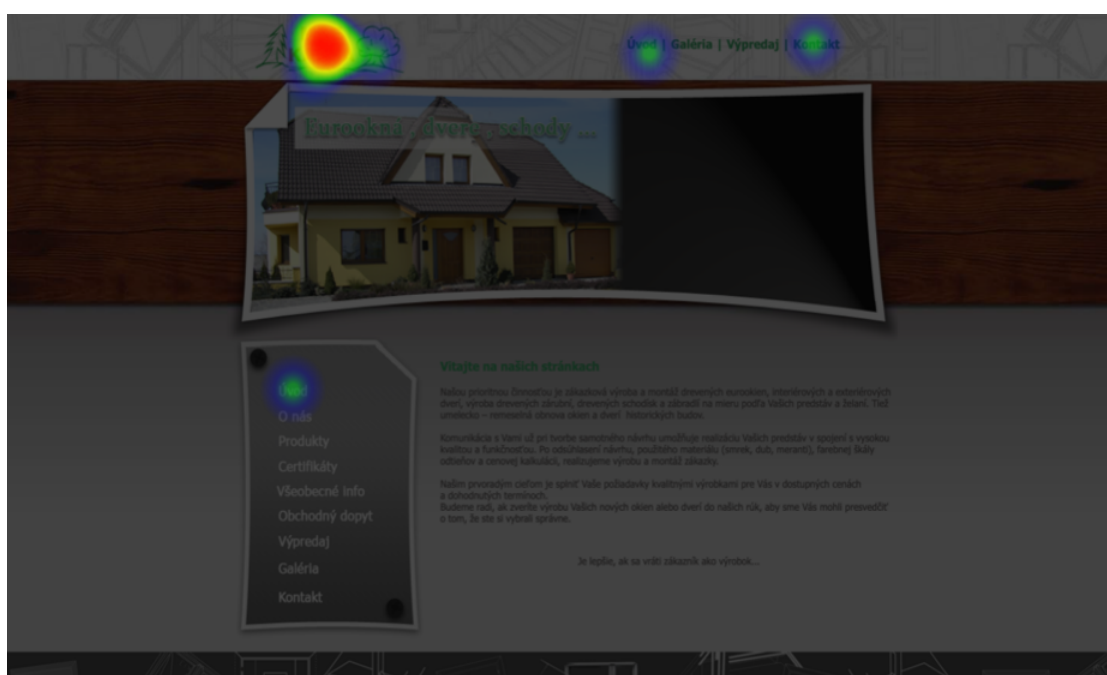
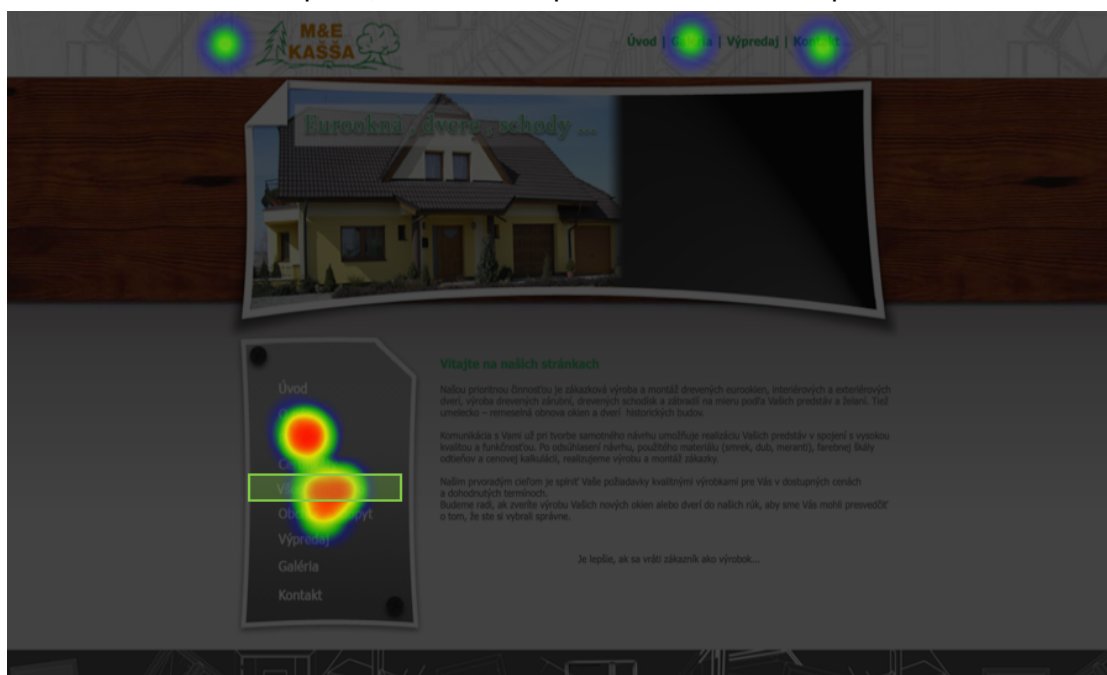
Otázka č. 6: Kde by ste hľadali ako sa ošetrujú okná?

Cieľ testu: Zistiť, kde by používatelia hľadali informácie o ošetrovaní okien na webovej stránke, aby sa overila intuitívnosť a efektívnosť navigácie.

Výsledok testovania:

- Prvá ukážka: Správne kliknutia na sekciu *Všeobecné info* - 5 používateľov (33%)
- Druhá ukážka: 4 používatelia (80%)

Zhrnutie: V prvej ukážke, z 15 používateľov, iba 33% kliklo na správnu sekciu, čo naznačuje, že navigácia nie je dostatočne intuitívna pre väčšinu používateľov. V druhej ukážke sa situácia zlepšila, keď 80% z 5 používateľov našlo správne informácie.



Otázka č. 7: Je informácia o ošetrovaní okien potrebná na stránke?

Cieľ testu: Získať spätnú väzbu od používateľov o tom, či považujú informácie o ošetrovaní okien za potrebné a relevantné pre stránku.

Výsledok testovania:

- Potrebné (Áno / Asi áno): 33%
- Nepotrebné (Nie): 47%
- Neviem: 7%
- Nejednoznačné odpovede (napr. „Fuha, snád' hej“): 13%

Zhodnotenie: Väčšina používateľov (47%) považuje informácie o ošetrovaní okien za nepotrebné, čo naznačuje, že táto informácia nemá pre nich vysokú prioritu alebo relevantnosť.

Je táto informácia potrebná na stránke?

Answers 15 Tags 0 Word cloud

Select all Search responses Add/edit tags

☐ neviem

☐ nie

☐ asi ano

☐ nie

☐ pravdepodobne

☐ asi ano

☐ určite

☐ Nie

☐ No answer given

☐ Asi ano

Otázka č. 8: Ktorá stránka skôr zaujme?

Cieľ testu: Zistiť, ktorá verzia webovej stránky viac zaujme používateľov na základe ich preferencií a vizuálneho dojmu.

Výsledok testovania:

- Preferencia alternatívnej stránky: 93%
- Preferencia originálnej stránky: 7%

Zhodnotenie: Iba 1 používateľ z 15 klikol na pôvodnú stránku, čo môže naznačovať, že táto verzia stránok neuspokojila očakávania používateľov z hľadiska dizajnu, usporiadania alebo obsahu.

