

Lyssna – scenáre pre nový dizajn

Tento dokument sumarizuje výsledky testovania používateľského rozhrania pre nový dizajn webovej stránky veterinárnej ambulancie VeterinárTT.

Cieľom bolo zistiť, ako používatelia vnímajú prehľadnosť a orientáciu v kľúčových informáciách, ako aj ich všeobecnú preferenciu nového dizajnu. Testovanie bolo rozdelené na dve časti: test prvého kliknutia (First click) a test preferencií (Preference test), pričom v oboch prípadoch sa zúčastnili 2 respondenti.

1. Scenár: First click – Zistenie polohy ambulancie

Cieľ: Overiť intuitívne nájdenie kontaktných informácií/polohy na stránke.

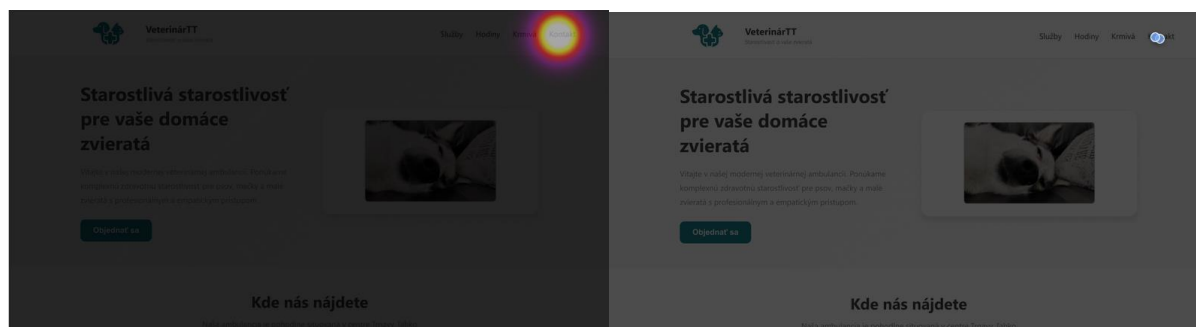
Respondenti: 2.

Zistenia:

- **Úspešnosť:** Obaja respondenti správne klikli na "Kontakt".
- **Použitelnosť:** Respondenti uviedli, že tlačidlo nebolo ťažké nájsť.
- **Vnímanie dizajnu:** Stránka bola vnímaná ako prehľadná a text bol považovaný za dostatočne výrazný.

Scenár potvrdil vysokú úspešnosť pri hľadaní kontaktnej informácie. Hlavné navigačné prvky sú intuitívne a text je dostatočne čitateľný.

Otázka: Kam by ste klikli, ak by ste chceli zistiť, kde sa veterinárna ambulancia nachádza?



Otázka: Bolo tlačidlo ťažké nájsť?

Bolo tlačidlo ťažké nájsť?

 Answers 2  Tags 2  Word cloud

 Search responses

☐ Select all

☐ Nie

☐ Nie

Otázka: Je text dostatočne výrazný na stránke?

Je text dostatočne výrazný na stránke?

 Answers 2  Tags 2  Word cloud

 Search responses

☐ Select all

☐ Ano

☐ Áno

Otázka: Pôsobí stránka prehľadne alebo zahltené?

Pôsobí stránka prehľadne alebo zahltené?

 Answers 2  Tags 2  Word cloud

 Search responses

☐ Select all

☐ prehľadne

☐ Prehľadne

2. Scenár: First click – Nájdenie otváracích hodín

Cieľ: Overiť intuitívne nájdenie sekcie s otváracími hodinami.

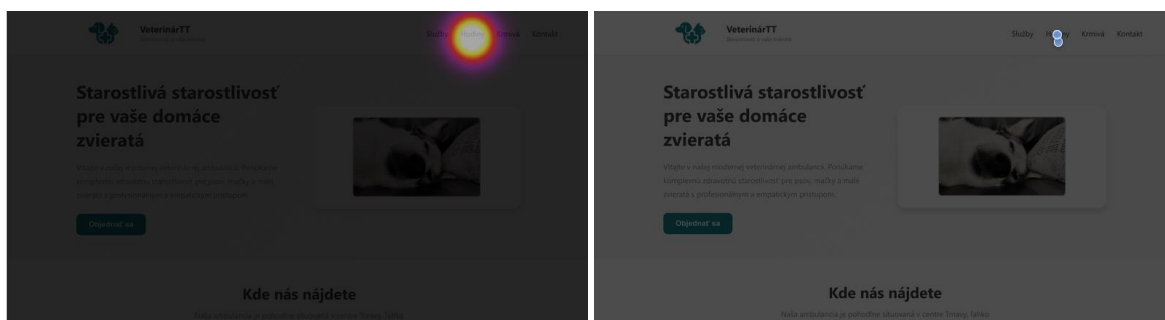
Počet respondentov: 2

Zistenia:

- **Úspešnosť:** Obaja respondenti správne klikli na "Hodiny".
- **Viditeľnosť:** Respondenti potvrdili, že tlačidlo bolo dostatočne viditeľné.

Rovnako ako v prvom scenári, aj pri hľadaní otváracích hodín preukázala navigácia vysokú efektívnosť. Kľúčové informácie sú ľahko dostupné a viditeľné.

Otázka: Kde by ste klikli ako prvé, keby ste chceli nájsť otváracie hodiny?



Otázka: Bolo tlačidlo dostatočne viditeľné?

Bolo tlačidlo dostatočne viditeľné?

☰ **Answers 4** 🏷 **Tags 2** ☁ **Word cloud**

🔍 Search responses

☐ Select all

☐ ano

☐ Áno

3. Scenár: Preference test – Porovnanie dizajnov

Cieľ: Zistiť, ktorý z dvoch dizajnov (nový alebo starý) používatelia preferujú a prečo.

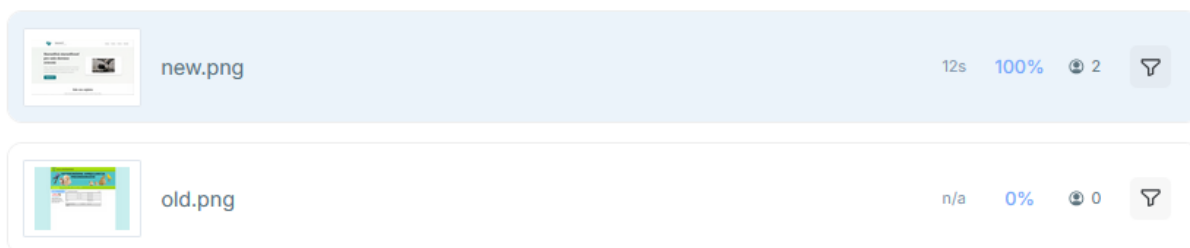
Počet respondentov: 2

Zistenia:

- **Preferovaná voľba:** Nový dizajn (new.png) bol preferovaný 100% respondentov (2/2)
- **Dôvody preferencie:** Respondenti označili nový dizajn za čistý, prehľadný a moderný.
- **Orientácia:** Obaja respondenti vyjadrili presvedčenie, že by sa na novej stránke lepšie orientovali.

Nový dizajn je jednoznačne preferovaný a spĺňa moderné vizuálne a prehľadnostné požiadavky používateľov. Očakáva sa, že zlepší celkovú orientáciu na stránke.

Participants selected their preference from the options below.



Otázka: Ktorý dizajn preferujete a prečo?

Ktorý dizajn preferujete a prečo?

Answers 2 **Tags 0** **Word cloud**

Search responses

☐ Select all

☐ nový, prehľadnejší, modernejší

☐ Je čistý, prehľadný, moderný

Otázka: Vedeli by ste sa na novej stránke lepšie orientovať?

Vedeli by ste sa na novej stránke lepšie orientovať?

 [Answers 2](#)  [Tags 0](#)  [Word cloud](#)

 Search responses

☐ Select all

☐ samozrejme

☐ Asi áno

Porovnanie

Kategória	Pôvodné testovanie	Testovanie nového dizajnu
1. Úloha	Overiť intuitívnosť, prehľadnosť a rýchlu identifikáciu kľúčových informácií.	Zistiť prehľadnosť, orientáciu a všeobecnú preferenciu nového dizajnu.
Kľúčové zistenia	Používatelia požadujú zväčšiť písmo, použiť jemnejšie farby, prepracovať dizajn a zlepšiť grafiku menu.	Nový dizajn je prehľadný, text je výrazný a je jednoznačne preferovaný.
2. Úloha	Určiť, kde kliknúť, ak by chceli preposlať otváracie hodiny e-mailom.	Určiť, kde kliknúť, ak by chceli nájsť otváracie hodiny.
Kľúčové zistenia	Obaja respondenti sa zhodli, že tlačidlo nebolo dostatočne viditeľné. Tlačidlo pravdepodobne splývalo.	Obaja respondenti správne klikli na "Hodiny" a potvrdili, že tlačidlo bolo dostatočne viditeľné.

Nový dizajn úspešne reagoval na hlavné kritické body pôvodného testovania:

Vizuálne vady vyriešené: Pôvodné testovanie identifikovalo problémy s veľkosťou písma, grafikou a prehľadnosťou. Nové testovanie potvrdilo, že nový dizajn je vnímaný ako prehľadný a s výrazným textom.

Vysoká intuitívnosť: V oboch scenároch First Click dosiahol nový dizajn 100% úspešnosť pri hľadaní kľúčových informácií (Kontakt, Hodiny) , pričom tlačidlá boli vnímané ako ľahko nájditeľné a viditeľné.

Pozitívna preferencia: Nový dizajn je používateľmi jednoznačne preferovaný z hľadiska estetiky a jednoduchosti.