

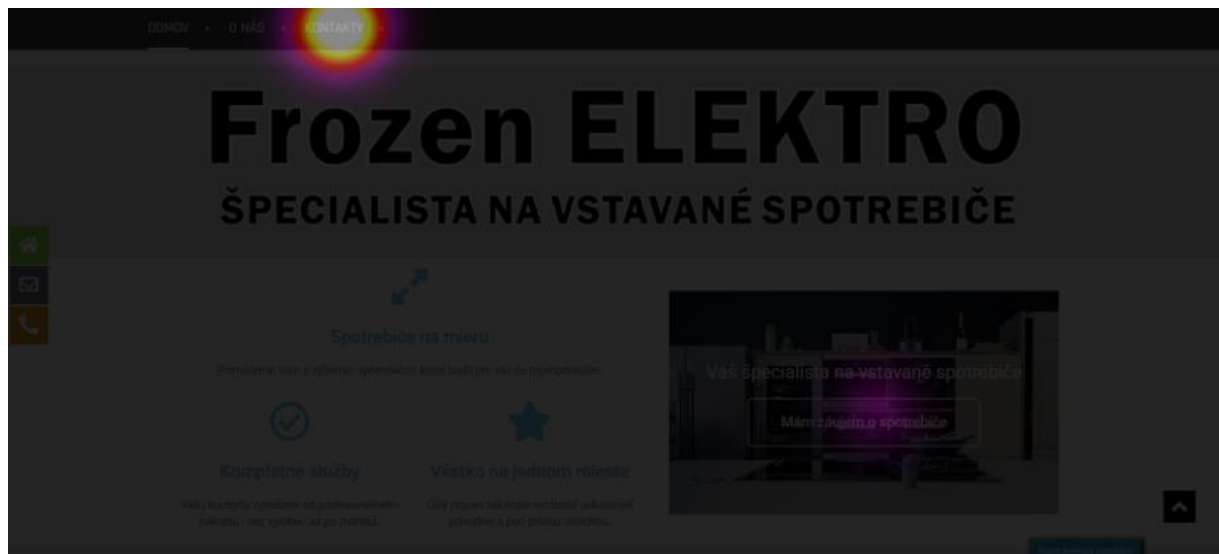
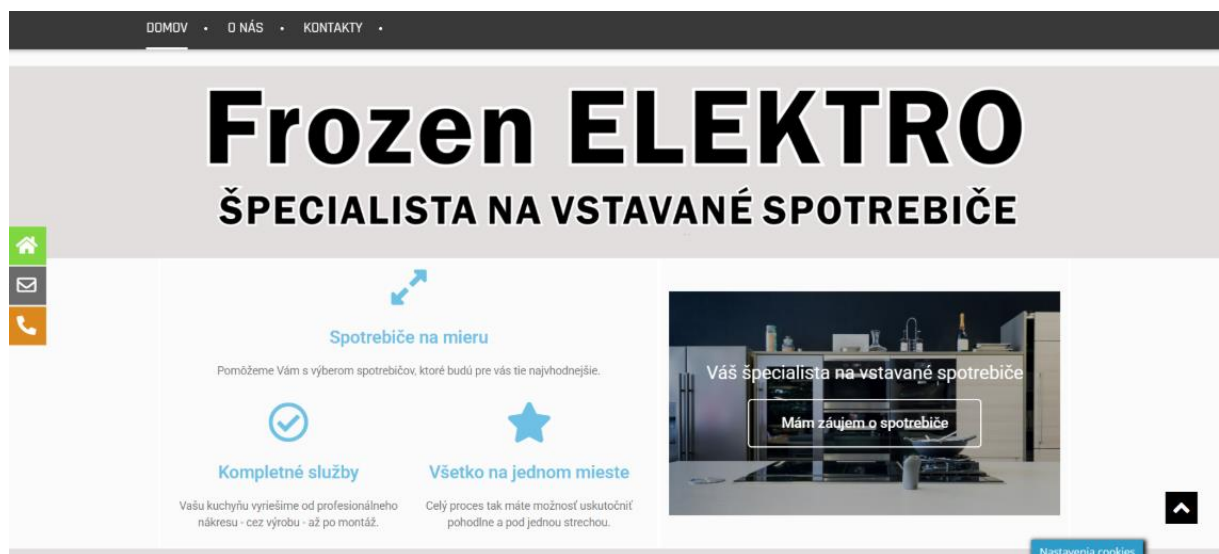
Scenár 1

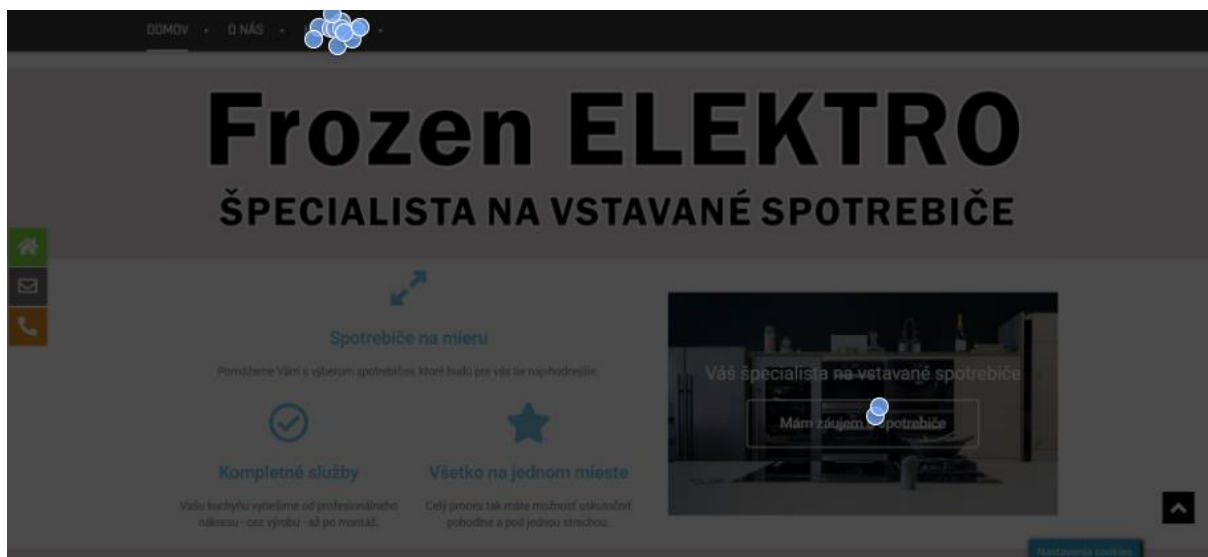
V prvom scenári sme zisťovali, kam by používatelia klikli, ak by chceli nájsť kontakt, a zároveň sme overovali, či je umiestnenie kontaktu dostatočne viditeľné.

First Click Test

Počet účastníkov: 19

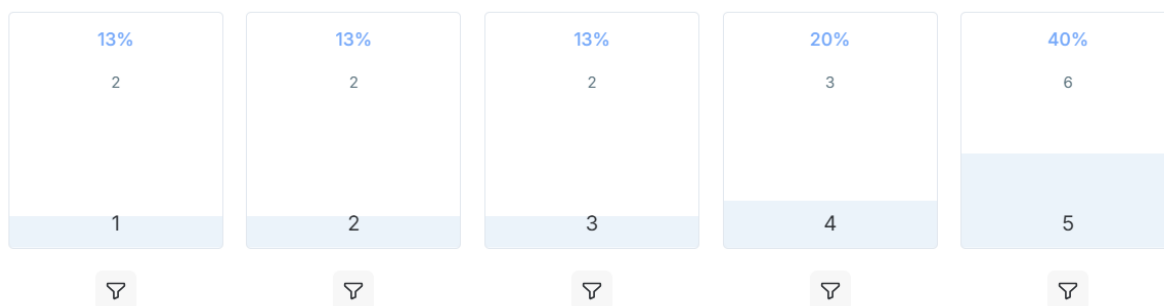
Kam by ste klikli pre kontakt ?





Výsledky:

Bolo miesto pre kontaktovanie dostatočne viditeľné ?



Scenár 2

V tomto teste sme zisťovali, či je úvodná sekcia a úvodný text na hlavnej stránke dostatočne pútavý, dobre formulovaný, informatívny a či si návštevníci zapamätajú, čomu sa firma venuje.

Five second test

Počet účastníkov: 8



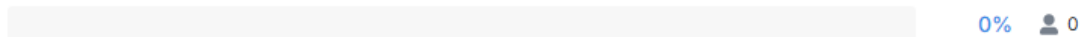
Výsledky:

Čomu sa firma venuje ?

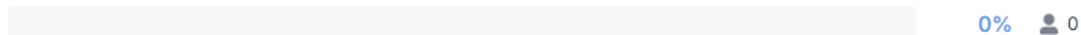
Spotrebičom



Vývoju webových aplikácií



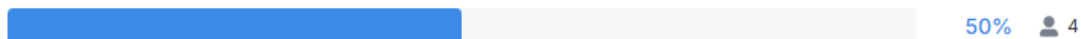
Správe sociálnych sietí



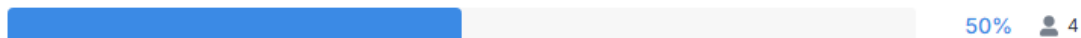
Powered by
Lyssna

Od akého roku firma pôsobí na trhu ?

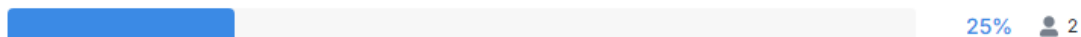
2010



2008



2005



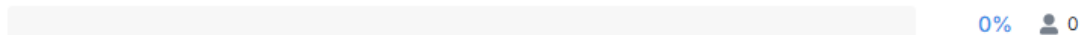
Powered by
Lyssna

Nachádzajú sa na stránke logá iných firiem ?

Áno



Nie



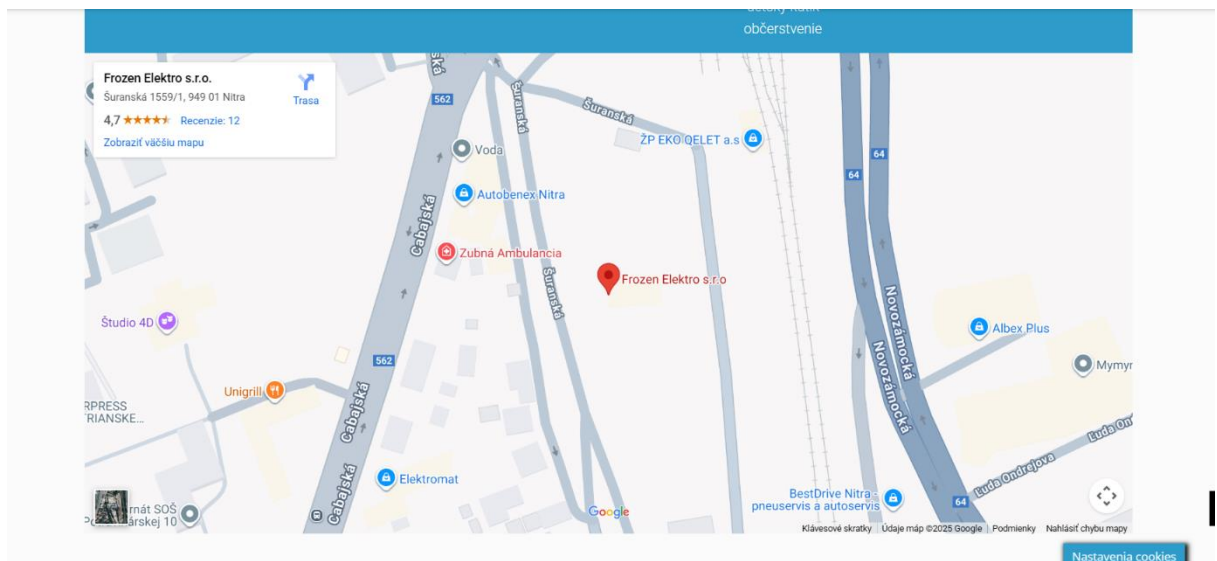
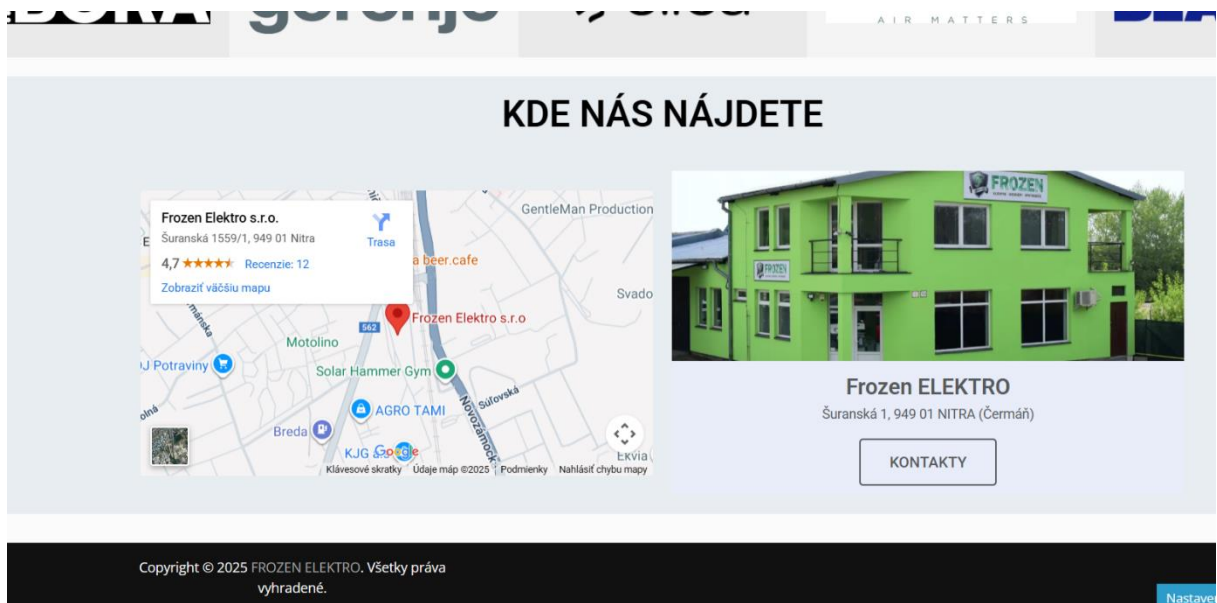
Powered by
Lyssna

Scenár 3

V treťom teste som zisťoval, ktorá verzia mapy viac vyhovuje návštevníkom. Test som realizoval preto, lebo plánujem odstrániť podstránku s kontaktmi a nahradiť ju samostatnou kontaktnou sekciou na konci hlavnej stránky.

Preference test

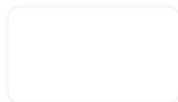
Počet účastníkov: 10



Výsledky:

Ktorá mapa Vám viac vyhovuje ?

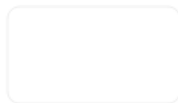
Snímka obrazovky (272).png is performing better, and the difference is **90.0%** likely to be statistically significant. This means that you can be **fairly confident** that it is actually better, and not performing better due to random chance.



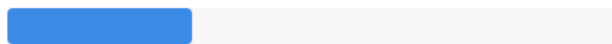
Snímka obrazovky (272).png



70% 7 15s



Snímka obrazovky (269).png



30% 3 6s

Powered by
Lyssna