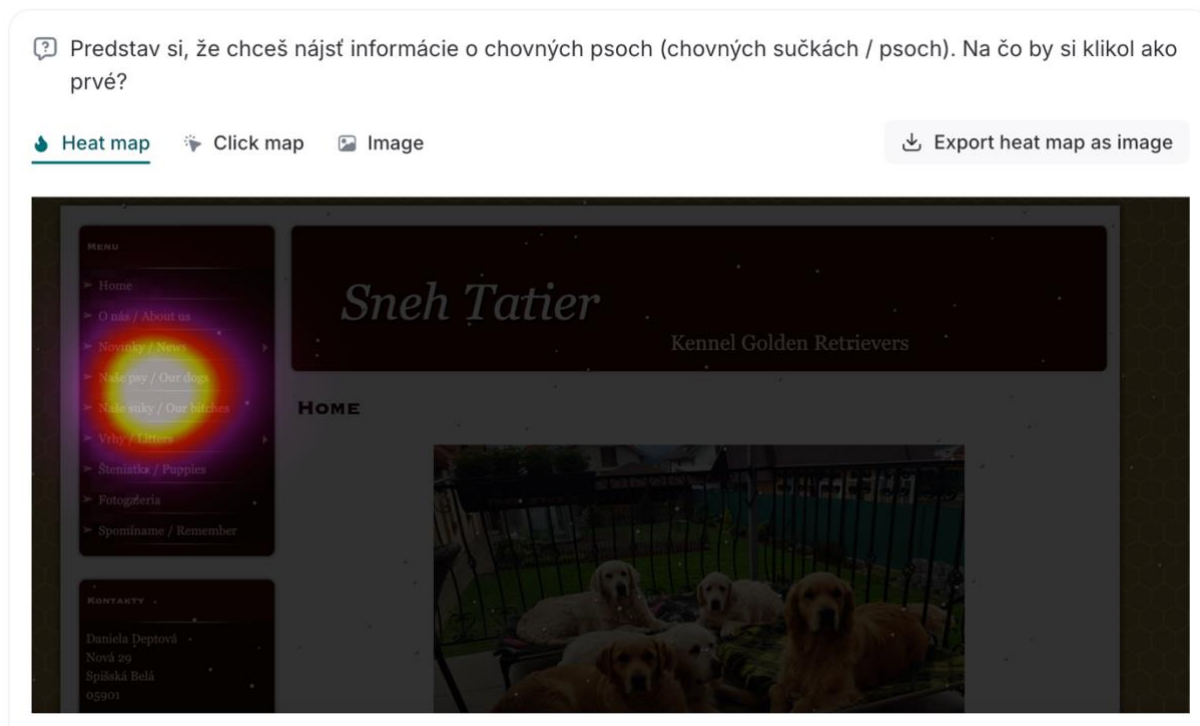


Scenár 1: Hľadanie informácií o chovných psoch

Navrhovaný scenár:

Používateľ má za úlohu nájsť informácie o chovných psoch na webovej stránke chovateľskej stanice. Cieľom je zistiť, na ktorú časť menu by používateľ klikol ako prvú pri hľadaní týchto informácií.



Očakávania od testovania:

Očakávalo sa, že väčšina používateľov klikne na položku menu „Naše psy / Our dogs“, keďže táto položka najlepšie zodpovedá cieľu úlohy. Predpokladalo sa, že navigácia bude pre používateľov jasná a intuitívna.

Analýza scenára:

Testovanie bolo realizované pomocou heatmapy, ktorá zaznamenávala miesta, kam používatelia klikali najčastejšie. Používatelia mali za úlohu označiť prvé miesto, kam by klikli pri hľadaní informácií o chovných psoch. Týmto spôsobom bolo možné vyhodnotiť, či je názov položky menu zrozumiteľný a či navigácia podporuje intuitívne používanie webovej stránky.

Získané výsledky:

Z heatmapy vyplýva, že najviac kliknutí smerovalo na položku „Naše psy / Our dogs“ v ľavom menu stránky.

Na otázku „Bolo pre teba jednoduché a intuitívne nájsť túto informáciu?“ respondenti odpovedali nasledovne:

- **Nie:** 88 % (7 respondentov)
- **Áno:** 13 % (1 respondent)
- **Nemôžem posúdiť:** 0 %

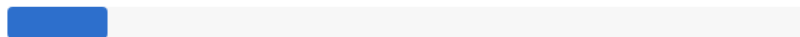
Bolo pre teba jednoduché a intuitívne nájsť túto informáciu?

Nie



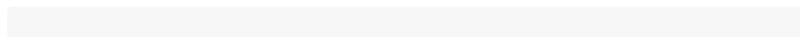
88% 7

Áno



13% 1

Nemôžem posúdiť



0% 0

Powered by
Lyssna

Analýza výsledkov:

Aj keď heatmapa ukazuje, že používatelia vo väčšine prípadov klikli na správnu položku menu, odpovede v dotazníku poukazujú na nízku mieru spokojnosti s intuitívnosťou stránky. Až 88 % respondentov uviedlo, že nájsť informáciu nebolo jednoduché.

Tento výsledok naznačuje, že problémom nemusí byť samotný názov položky menu, ale celkové rozloženie stránky, vizuálna hierarchia alebo spôsob prezentácie obsahu. Používateľ síce vie, kam kliknúť, ale samotné rozhranie nepôsobí prehľadne ani používateľsky prívetivo.

Scenár 2: Prvá orientácia na stránke po 5 sekundách

Navrhovaný scenár:

Používateľovi bola na 5 sekúnd zobrazená webová stránka chovateľskej stanice. Po tomto čase mal odpovedať na otázky zamerané na orientáciu na stránke, zapamätanie si vizuálnych prvkov, rozpoznanie sekcie a polohy hlavného menu.

Očakávania od testovania:

Očakávalo sa, že používatelia dokážu:

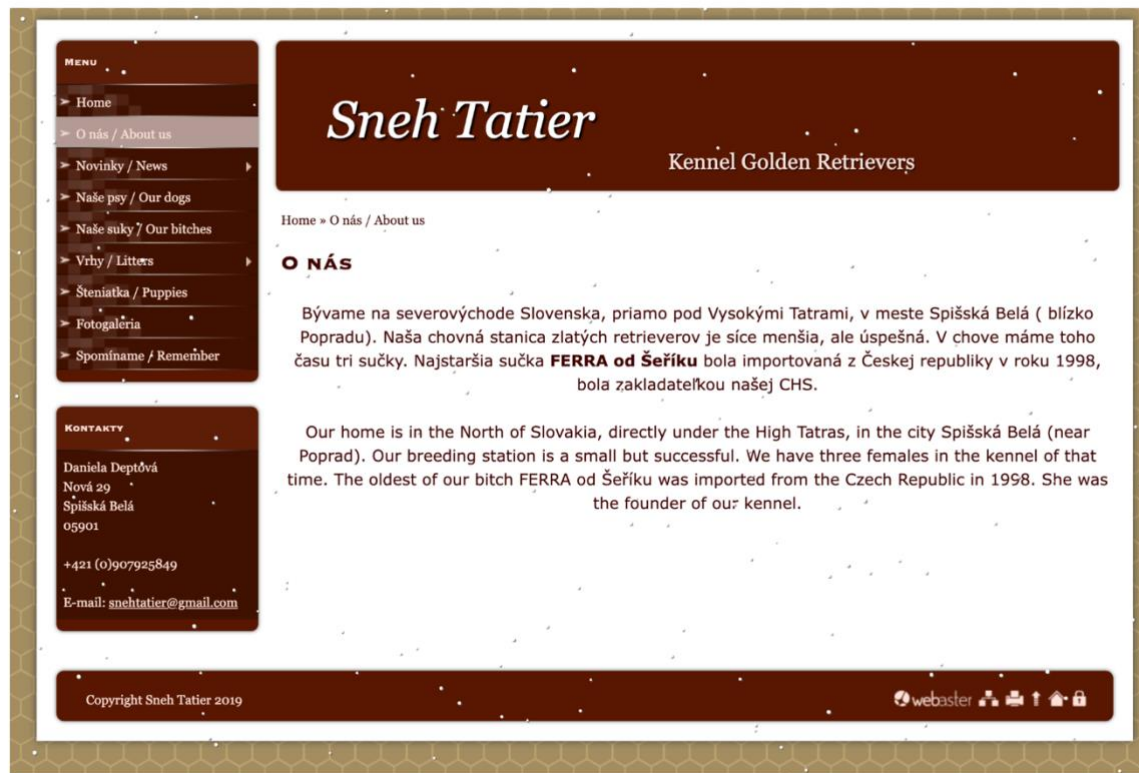
- identifikovať, v akej sekcii webu sa nachádzali,
- všimnúť si, v akých jazykoch je obsah dostupný,
- zapamätať si hlavné vizuálne prvky stránky (logo, menu, farby),
- určiť, kde sa nachádza hlavné menu.

Predpokladalo sa, že najvýraznejšími prvkami budú logo, názov chovateľskej stanice a horizontálna štruktúra stránky.

Analýza scenára:

Tento scenár bol zameraný na prvý dojem a schopnosť používateľa rýchlo pochopiť rozloženie stránky. Po krátkom zobrazení dizajnu nasledoval dotazník obsahujúci otvorené a uzavreté otázky. Cieľom bolo zhodnotiť, či je informačná architektúra a vizuálna hierarchia nastavená správne.

Participants viewed the design for 5 seconds.



Získané výsledky:

1. Identifikácia sekcie webu

Na otázku: „Viete povedať, v akej sekcii webu ste sa nachádzali?“ boli odpovede:

- „O nás“ – 1 respondent
- „Nie“ – 2 respondenti
- „Nie, ťažko“ – 1 respondent

→ Väčšina respondentov nevedela určiť, na akej podstránke sa nachádza.

1.1. Long text question

Viete povedať, v akej sekcii webu ste sa nachádzali?

Answers 4 Tags 0 Word cloud

Q Search responses

Add/edit tags

☐ Select all

☐ nie

☐ o nas

☐ nie, tazko

☐ nie

2. Vnímanie jazykov obsahu

Na otázku: „Všimli ste si, v akých jazykoch bol obsah?“:

- Všetci respondenti odpovedali „nie“

→ Používatelia si nevšimli, že obsah bol dostupný vo viacerých jazykoch (slovenčina / angličtina).

1.4. Long text question

Všimli ste si, v akých jazykoch bol obsah?

Answers 4 Tags 0 Word cloud

Q Search responses

Add/edit tags

☐ Select all

☐ nie

☐ nie

☐ nie

☐ nie

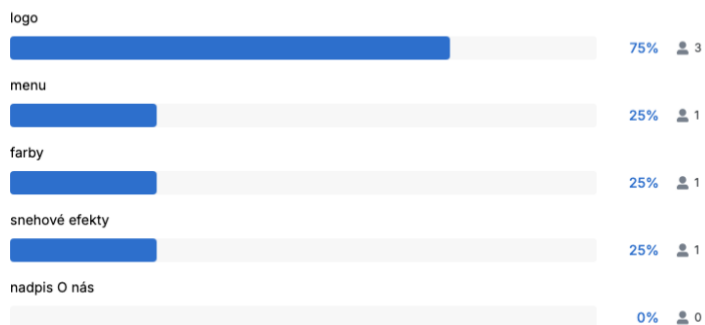
3. Najvýraznejšie vizuálne prvky

Na otázku: „Čo bolo vizuálne najvýraznejšie na stránke?“ respondenti uviedli:

- **Logo** – 75 % (3 respondenti)
- **Menu** – 25 % (1 respondent)
- **Farby** – 25 % (1 respondent)
- **Snehové efekty** – 25 % (1 respondent)
- **Nadpis „O nás“** – 0 %

→ Najmenej zapamätateľný bol hlavný nadpis strany.

Čo bolo vizuálne najvýraznejšie na stránke?



Powered by
Lyssna

4. Zapamätanie polohy hlavného menu

Na otázku: „Spomeniete si, kde sa nachádzalo hlavné menu?“:

- **Vľavo** – 75 % (3 respondenti)
- **Hore** – 25 % (1 respondent)
- **Vpravo** – 0 %

→ Väčšina respondentov správne identifikovala polohu menu.

Spomeniete si, kde sa nachádzalo hlavné menu?

Ľavá strana



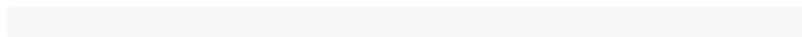
75% 3

hore



25% 1

pravá



0% 0

Powered by
Lyssna

Analýza výsledkov:

Výsledky naznačujú, že používatelia si síce zapamätali rozloženie stránky (najmä umiestnenie menu a logo), avšak nedokázali identifikovať:

- názov aktuálnej sekcie,
- jazykové mutácie stránky,
- obsahovú štruktúru.

To poukazuje na slabú vizuálnu hierarchiu obsahu. Nadpis „O nás“ nebol dostatočne výrazný, aby upútal pozornosť používateľov. Prevaha vizuálnych efektov (napr. snehový efekt) mohla odvádzať pozornosť od hlavného obsahu.

Pozitívnym zistením je, že umiestnenie menu vľavo je zrozumiteľné a zapamätateľné. Avšak samotná informačná architektúra stránky nepodporuje rýchle pochopenie, v akej časti webu sa používateľ nachádza.

Odporúčania:

Na základe výsledkov sa odporúča:

- zvýrazniť názvy sekcií (väčší font, kontrastná farba),
- jasnejšie oddeliť vizuálne efekty od obsahu,
- lepšie zvýrazniť prepínač jazykov,
- zlepšiť hierarchiu informácií na stránke,
- zvážiť zjednodušenie dizajnu s cieľom zvýšiť čitateľnosť.

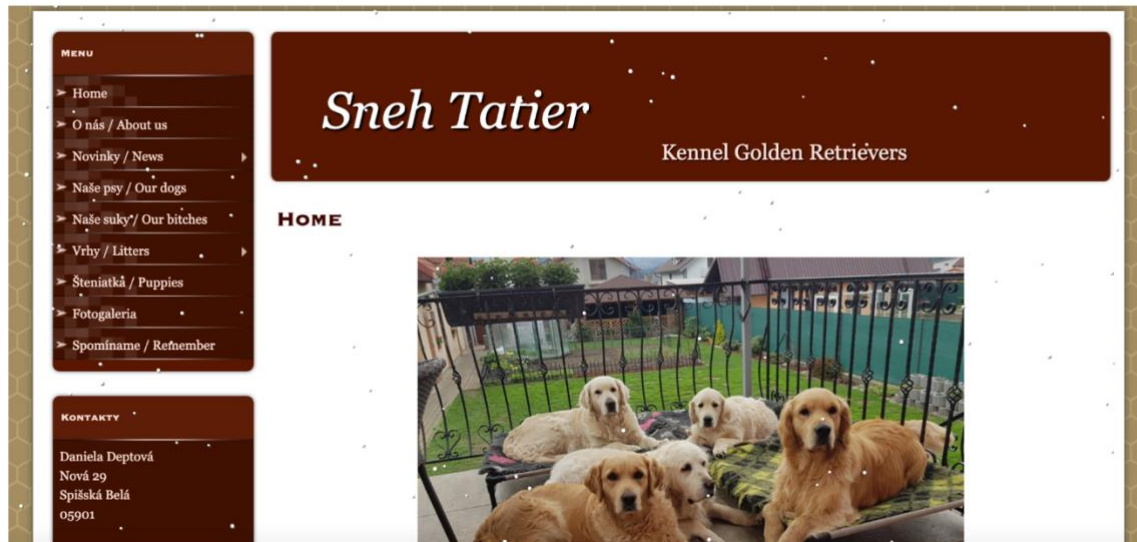
Scenár 3: Vnímanie účelu stránky, dôveryhodnosť a zapamätateľnosť obsahu

Navrhovaný scenár:

Používateľom bola zobrazená hlavná stránka webu chovateľskej stanice na dobu 5 sekúnd. Následne odpovedali na otázky týkajúce sa účelu stránky, jej dôveryhodnosti a toho, čo si zo zobrazenia zapamätali.

Ukážem vám stránku na 5 sekúnd. Pozrite sa na ňu a zapamätajte si, čo stihnete.

Participants viewed the design for 5 seconds.



Expand image

Očakávania od testovania:

Očakávalo sa, že používatelia:

- správne identifikujú hlavnú tému stránky ako chov psov,
- budú stránku vnímať ako dôveryhodnú,
- zapamätajú si aspoň základné prvky (logo, psov na obrázku, názov webu).

Analýza scenára:

Scenár sa zameriaval na hodnotenie prvého dojmu. Účelom bolo zistiť, či webová stránka dokáže v krátkom čase jasne komunikovať svoj obsah a pôsobiť profesionálne a dôveryhodne.

Získané výsledky:

1. Vnímanie účelu stránky

Na otázku: „Čo je podľa vás hlavný účel tejto stránky?“ respondenti uviedli:

- „Neviem, sú tam psy“
- „Niečo ohľadom psov“
- „Ukázanie vrhov a šteniatok“
- „Niečo súvisiace so psami“

→ Väčšina odpovedí bola **veľmi všeobecná** a nešpecifikovala jasne, že ide o chovateľskú stanicu.

☰ 1.1. Long text question

Čo je podľa vás hlavný účel tejto stránky?

☰ Answers 4 🗑 Tags 0 ☁ Word cloud

🔍 Search responses Add/edit tags

☐ Select all

☐ nevim su tam psy

☐ niečo ohľadom psov

☐ ukázanie vrhov a šteniatok

☐ niečo súvisiace so psami

2. Dôveryhodnosť stránky

Na otázku: „*Pôsobí stránka dôveryhodne?*“ odpovedali respondenti:

- **Nie** – 3 respondenti
- **Nie, vyzerá ako scam** – 1 respondent

→ Nikto neoznačil stránku ako dôveryhodnú.

1.2. Long text question

Pôsobí stránka dôveryhodne?

Answers 4 Tags 0 Word cloud

Search responses

Add/edit tags

Select all

☐ nie

☐ nie

☐ nie, vyzerá ako scam

☐ nie

3. Zapamätateľnosť obsahu

Na otázku: „Čo si pamätáte z tých 5 sekúnd?“:

- „Obrázok s psami“
- „Obrázok so psami“
- „Pamätám si psy a škaredú a nepochopiteľnú stránku“
- „Nič“

→ Používatelia si zapamätali **iba obrázky psov**, nie obsah ani účel stránky.

1.3. Long text question

Čo si pamätáte z tých 5 sekúnd?

Answers 4

Tags 0

Word cloud

Add/edit tags

☐ Select all

☐ obrazok s psami

☐ obrázok so psami

☐ Pamätám si psy a škaredú a nepochopiteľnú stránku.

☐ nic

Analýza výsledkov:

Výsledky tohto scenára poukazujú na vážne problémy v oblasti:

- komunikácie účelu webovej stránky,
- dôveryhodnosti dizajnu,
- vizuálnej identity.

Používatelia síce rozpoznali, že stránka súvisí so psami, ale **nedokázali identifikovať**, že ide o profesionálnu chovateľskú stanicu. Negatívne hodnotenie dôveryhodnosti („vyzerá ako scam“) je silným indikátorom, že dizajn stránky pôsobí zastarane, amatérsky alebo vizuálne neprehľadne.

Pamäť používateľov sa viazala výlučne na obrázky psov, čo znamená, že textové informácie, názov stránky ani jej účel neboli dostatočne výrazné.

Odporúčania:

Na základe výsledkov sa odporúča:

- zreteľne komunikovať účel stránky (napr. „Chovateľská stanica zlatých retrieverov“),
- modernizovať dizajn,
- odstrániť rušivé vizuálne efekty (napr. sneh),
- zvýrazniť logo a názov stránky,
- doplniť referencie, certifikáty alebo ocenenia,
- zjednodušiť layout stránky.

