

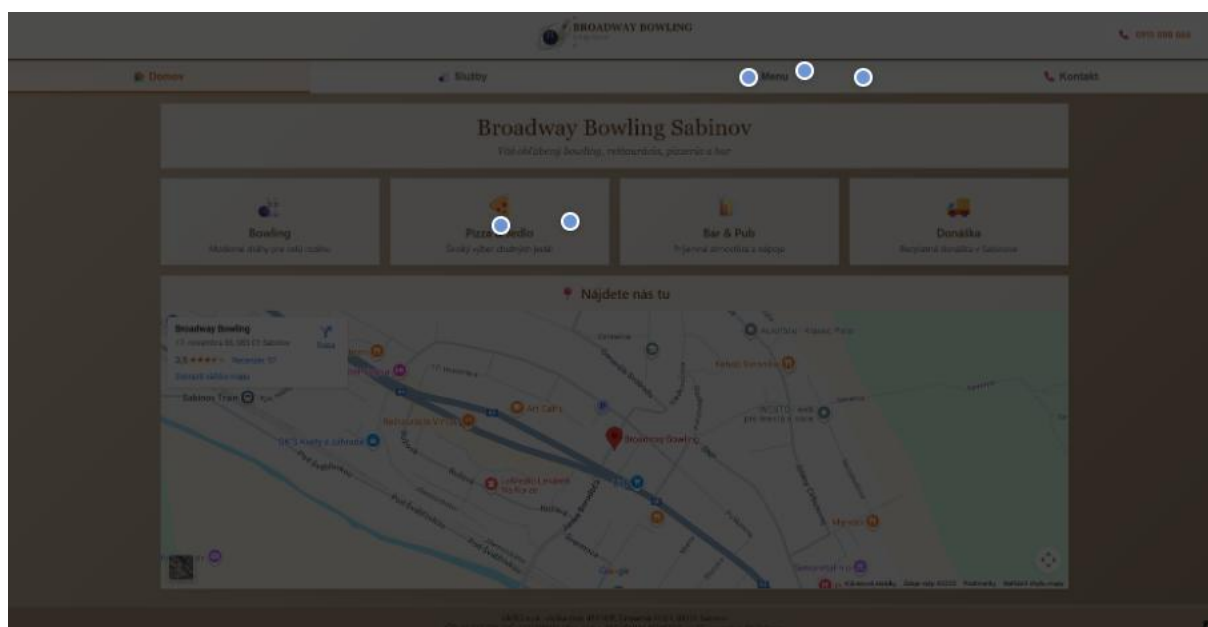
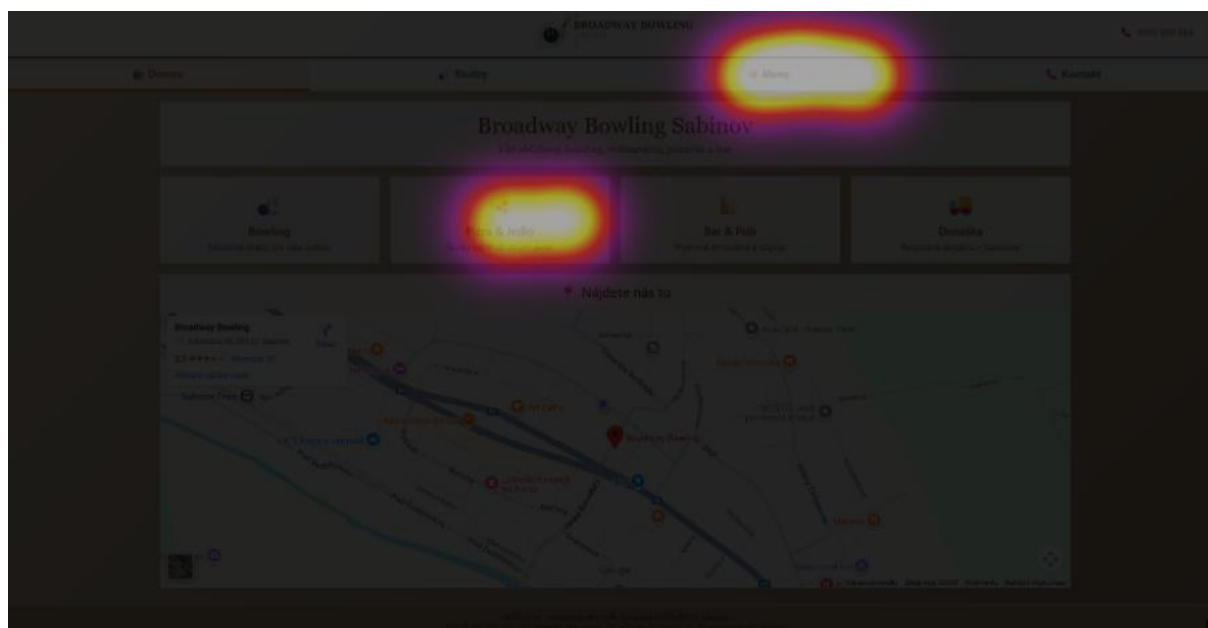
Scenár 1

First click test

Počet respondentov : 5

Popis : Zistenie či sa respondenti vedia orientovať na stránke

Otázka : Kam by ste klikli, keby ste si chceli pozrieť ponuku jedál ?



Odpovede :

Bolo zložité nájsť menu ?

Answers 5 Tags 0 Word cloud

Search responses

Add/edit tags

☐ Select all

☐ nie

☐ nie

☐ Nie

☐ Nie

☐ Jednoduché

Chceli by ste túto ponuku mať niekde inde ?

Answers 5 Tags 0 Word cloud

Search responses

Add/edit tags

☐ Select all

☐ vôbec

☐ ani nie

☐ Nie

☐ Nie

☐ Asi nie

Záver :

Väčšina respondentov vedela, kde majú klikať, aby našli menu a bolo to pre nich jednoduché.

Scenár 2

Preference test

Počet respondentov : 5

Popis : Zisťovali sme, ktoré logo sa respondentom viac páčilo

Odpovede :

🔍 Ktoré z týchto lóg sa vám viac páči ?

Participants selected their preference from the options below.

 logo.png 2s 100% 5

Answers 5 Tags 0 Word cloud

Search responses Add/edit tags

☐ Select all

☐ lepšie je

☐ v jednoduchosti je krása

☐ Je krajšie

☐ Je proste krajšie

☐ Modernejšie, príjemné na pohľad

Záver :

Všetkým respondentom sa páčilo nové, vynovené logo.

Komparácia :

Prechod zo starého návrhu na nový priniesol výrazné zlepšenie v prehľadnosti a vizuálnej identite. Zatiaľ čo v starom návrhu respondenti hľadali položky ako boli napríklad šaláty že by mali byť umiestnené vyššie, v novom rozhraní bola orientácia a hľadanie menu pre všetkých respondentov prirodzené a bezproblémové. Najväčší posun nastal pri logu, pôvodné logo bolo vnímané chaoticky a časť respondentov žiadala jeho modernizáciu či zmenu farieb, ale nové logo v teste preferencií zvíťazilo u všetkých opýtaných, ktorí ho označili za modernejšie a esteticky príjemnejšie. Nový dizajn tak úspešne odstránil predchádzajúce nedostatky a staval na jednoduchosť, ktorá respondentom vyhovuje viac.