

Användbarheten på 6 hemelektronikföretags webbplatser - studie baserad på användartester



Februari 2012

Making it easier to use

Sammanfattning

Usability Partners mål är att hjälpa företag och organisationer med att få deras webbplatser och interaktiva applikationer enkla att använda. Som ett av de ledande användbarhetsföretagen i Norden testar vi regelbundet produkter för ett stort antal kunder i Sverige och Europa. Vid sidan av vår konsultverksamhet genomför vi enstaka undersökande studier om användbarhet i produktområden vi anser vara extra intressanta. I denna studie har vi valt att fokusera på användbarheten på olika hemelektronikföretags webbplatser.

Denna rapport presenterar resultatet av en jämförande studie av 6 webbplatser. Syftet med studien var att undersöka hur användare interagerar med webbplatserna, identifiera användbarhetsproblem och samla in återkoppling från användare.

22 representativa användare försökte leta upp en passande LED-TV, Blu-ray-spelare samt HDMI-kabel och sedan gå mot ett köp på de olika webbplatserna (varje webbplats testades av minst 10 personer). Användartesterna genomfördes i Usability Partners användbarhetslab i Stockholm 6 - 14 februari 2012. Representanter från hemelektronikföretagen var välkomna att observera testerna.

Hur gick det att leta upp och köpa produkterna?

Både små och större missar i design och i utformning stoppade testpersonerna från att på ett smidigt sätt leta upp och köpa produkterna, samt påverkade deras upplevelse av webbplatserna negativt.

Studien visade att det på *alla* de testade webbplatserna finns utrymme att göra förbättringar för att öka användbarheten. På webbplatser av denna sort – där användare tar ett beslut om ett produktköp och utför en finansiell transaktion – är det viktigt att användarna inte enbart har lätt för att hitta det de söker men att de även känner sig säkra på hur de använder webbplatsen. Annars ökar risken att transaktioner inte slutförs. Användbarhet är därför en central faktor för framgång, särskilt med tanke på att hemelektronikbranschen är mycket konkurrensutsatt och det är enkelt för en användare att lämna webbplatsen till fördel för en konkurrents webbplats.

Det här är *exempel* på problemområden som identifierades i studien:

- **Sortering och filtrering:**
När testpersoner försökte hitta lämpliga produkter upplevde de svårigheter och begränsningar i funktionalitet vid sortering/filtrering. Ibland förstods inte den ordning i vilken produkter presenterades eller så uppfattades den som rörig eller ologisk.
- **Lagerstatus:**
Testpersoner missförstod/blev förvirrade av lagerstatusinformationen. Några försökte köpa produkter som inte fanns tillgängliga utan att förstå att detta var fallet, vilket senare skulle kunna leda till besvikelse. Produkter presenterades på ett sådant sätt att det fick dem att framstå som tillgängliga trots att de inte var det.
- **Kundvagn/varukorg:**
På många av webbplatserna hade man uppenbart försökt att ge feedback om att en vara lagts till i varukorgen, alla hade dock inte lyckats med detta. Det var inte ovanligt att användare lade till samma produkt flera gånger, med en känsla av osäkerhet och irritation som resultat.
- **Produktinformation:**
Ett antal problem med produktinformationen observerades, oftast relaterade till layout och inkonsekvent presentation av information. I vissa fall saknades rentav information.

Dessa problem, tillsammans med andra aspekter (som inkluderar jämförelse- funktionalitet, merköpsförslag, fraktkostnader, etc) presenteras i rapporten och illustreras med både bra och dåliga exempel.

Innehållsförteckning

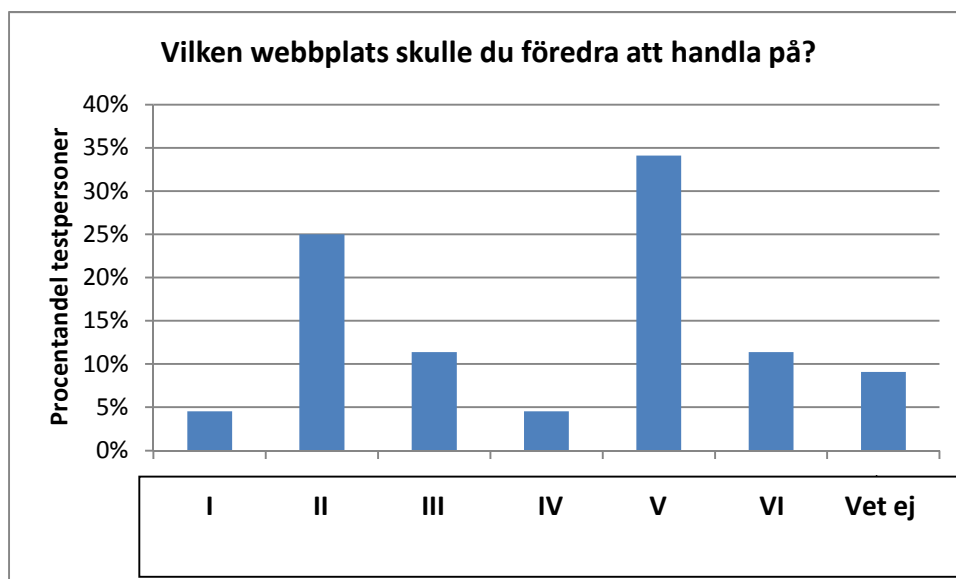
SAMMANFATTNING	1
EXECUTIVE SUMMARY	3
INNEHÅLLSFÖRTECKNING	4
BAKGRUND	5
METOD	6
VILKA VAR TESTPERSONERNA?	7
VILKA PROBLEM UPPSTOD?	9
PRODUKTINFORMATION	10
MERKÖP-FÖRSLAG	15
SORTERING/FILTRERING	18
JÄMFÖRA PRODUKTER.....	24
LAGERSTATUS.....	27
KUNDEVAGN/KASSA/KÖPFLÖDE	31
VAD TYCKTE TESTPERSONERNA?	39
FRÅGEFORMULÄR	39
INTERVJU	44
SLUTKOMMENTAR	46
ÖVERGRIPANDE RESULTAT – WEBBPLATS FÖR WEBBPLATS	47
ÖVERSIKT AV ALLA WEBBPLATSER.....	47
SNABBRUTOR	48

Övergripande resultat – webbplats för webbplats

I detta avsnitt presenteras aspekter som utmärkte de olika webbplatserna, både deras styrkor och svagheter. I samlingstabellen får man en överblick över alla webbplatser medan de i "snabbrutorna" ges mer explicita beskrivningar över de utmärkande aspekterna.

Översikt av alla webbplatser

I grafen nedan presenteras resultatet över vilken webbplats som testpersonerna skulle kunna tänka sig att handla på. Tabellen visar webbplatsens styrkor och svagheter på ett övergripande sätt, för mer explicita beskrivningar se nästa avsnitt *Snabbrutor*.



Företag	Styrkor	Svagheter
I - ■■■■■■■■	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sortering ✓ Filtrering 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Plottrig ✗ Kategorisering ✗ Lagerstatus
II - ■■■■■■■■	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Bildvisning ✓ Tekniska specifikationer ✓ Filtrering 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Kundvagn ✗ Feedback vid tillägg i kundvagn
III - ■■■■■■■■	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Utseendet ✓ Struktur 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Sortering/Filtrering ✗ Produktinformation ✗ Toppmeny
IV - ■■■■■■■■	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Betyg/Recensioner ✓ Lagerstatus 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Sortering/Filtrering ✗ Fraktinformation
V - ■■■■■■■■	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gästköp ✓ Kundvagn 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Produktsidor ✗ Jämförelsefunktion
VI - ■■■■■■■■	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Produktinformation ✓ Fraktinformation 	<ul style="list-style-type: none"> ✗ Sortering/filtrering ✗ Lagerstatus