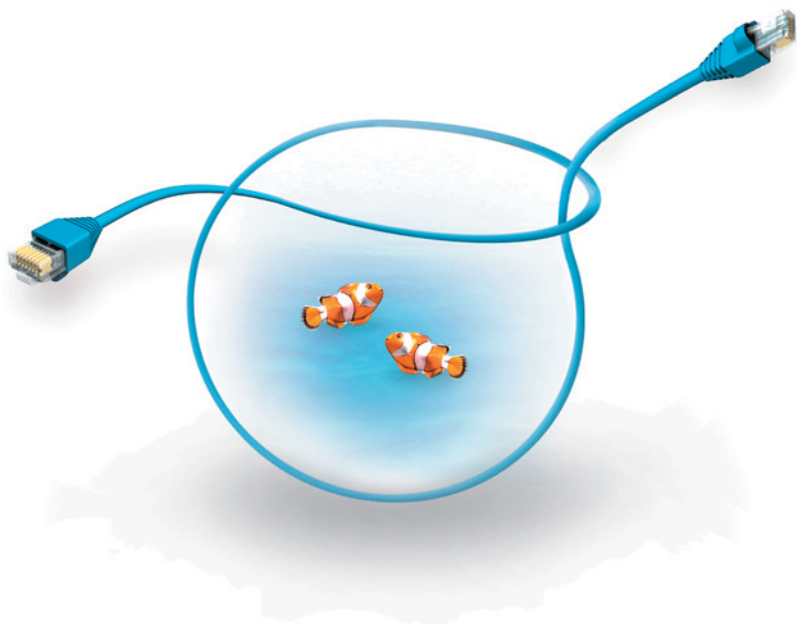


# USABILITY

efektywne strony internetowe





# Co to jest usability?

**Użyteczność produktów interaktywnych** – stron internetowych, programów komputerowych, telefonów komórkowych – to odczuwana przez użytkowników prostota i wygoda, naturalność wykonywania zadań, łatwość nauki.

## Produkty o wysokiej użyteczności zapewniają:

- krótki czas wykonywania operacji,
- szybką naukę obsługi,
- niewielką liczbę pomyłek,
- zaufanie do dostawcy produktu.

Wszystkie te zalety gwarantują ostatecznie satysfakcję użytkownika.

Badanie witryny sprawdzonymi metodami inżynierii użyteczności (usability engineering) pozwala na identyfikację wszelkich utrudnień, które mogą napotkać użytkownicy – czasem bardzo prostych (na przykład niewłaściwie nazwany dział serwisu), czasami zaś przenikających wszystkie jej strony.

# Czego nie należy robić?

Najczęściej popełniane błędy są dość łatwe do wyeliminowania.

## Zbyt małe czcionki

Jest to bardzo często spotykany problem. Obecnie ponad 80% użytkowników wyświetla strony w rozdzielczości minimum 1024\*768. Tekst, który był czytelny w mniejszych rozdzielczościach, staje się trudny do odczytania. Warto obejrzeć serwis w wyższej rozdzielczości i sprawdzić, czy wszystkie teksty będą czytelne.

## Nieintuicyjne linki

Użytkownik musi mieć pewność, co może kliknąć w serwisie. Należy szczególnie unikać sytuacji, gdy trzeba najechać na element graficzny, by zobaczyć jego opis.

## Zbyt dużo tekstu

Trzeba pamiętać, że użytkownicy surfujący po Sieci, gdy zatrzymują się by czytać, czują się mniej produktywni. Nie są skłonni poświęcić na czytanie z ekranu tyle samo czasu, co na czytanie wersji papierowej tekstu. Warto przygotować specjalne wersje tekstu dla Internetu. Z zasady tekst do Internetu powinien mieć o 50% mniej objętości niż wersja przeznaczona do druku.



# Jak badać usability?

Celem badań usability jest ustalenie, jakie problemy napotykają użytkownicy korzystający z serwisu WWW. W zależności od charakterystyki serwisu oraz jego użytkowników można skorzystać z wybranych narzędzi badawczych.

Do najpopularniejszych narzędzi badawczych usability należą:

- **Ocena ekspercka** – oparta na wiedzy i doświadczeniu kilku niezależnych analityków.
- **Badanie z udziałem użytkowników** – testy jakościowe z użytkownikami.
- **Badanie eye-tracking** – badanie oparte na pomiarze ruchu gałek ocznych użytkownika podczas wykonywania zadań testowych.

Za kluczową technikę uznaje się różne formy badania z użytkownikami (user test, usability testing, w połączeniu z innymi metodami nazywane badaniami user-experience). Podczas badania tak zwani „zwykli” użytkownicy pracują z witryną bądź jej prototypem pod okiem obserwatorów.

Badania z użytkownikami najczęściej łączone są z oceną ekspercką (expert review). Metoda ta polega na systematycznym przeglądzie witryny pod kątem uznanych reguł projektowania interfejsów.

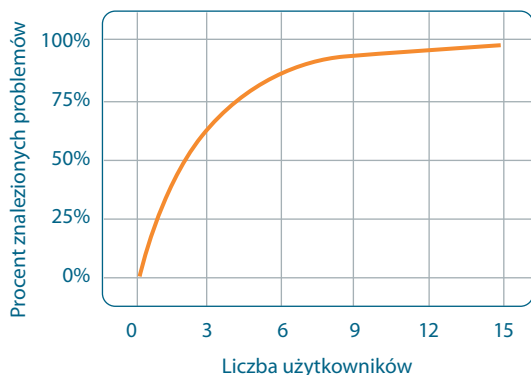
# Ilu użytkowników

powinno zostać przebadanych, aby otrzymane wyniki były wiarygodne?

Badania usability najczęściej mają charakter jakościowy. Ich celem nie jest określenie, ilu użytkowników ma problemy z obsługą serwisu, ale jakie są to problemy. W trakcie badań dąży się do wykrycia jak największej liczby problematycznych dla użytkowników miejsc.

Większość użytkowników napotyka problemy w tych samych miejscach serwisu. Kiedy testuje się witrynę z kolejnym użytkownikiem, zazwyczaj stwierdza się większość problemów już odkrytych przez jego poprzednika. Każda następną osobą uwiarygodnia wcześniej odkryte problemy i dostarcza pewną liczbę nowych wniosków.

Już przy 4 - 5 użytkownikach większość czasu badania zajmować będą wykryte wcześniej problemy. Dodając kolejnych użytkowników zwiększa się koszt badań, jednak liczba nowych wykrytych problemów już właściwie nie wzrasta.



Opracowane przez Jakoba Nielsena dane wskazują, że zaproszenie do badań pięciu użytkowników pozwala na wykrycie ponad 80% błędów w użyteczności serwisu.

Źródło: Jakob Nielsen, <http://www.useit.com/alertbox/20000319.html>



# Wyniki badania użyteczności

Rezultaty badania usability formułowane są zazwyczaj w postaci raportu. Wskazuje się w nim elementy witryny i ich cechy, które utrudniają bądź uniemożliwiają użytkownikom wykonywanie zadań, zmniejszają wydajność pracy z witryną czy też przyjemność korzystania z serwisu. Dla każdego tak zidentyfikowanego problemu proponowane są konkretne rozwiązania – wskazuje się elementy, które należy przebudować, aby zwiększyć użyteczność witryny. Wymieniane są także zalety serwisu – te jego części, które warto zachować, ponieważ we właściwy sposób spełniają swoje zadania.

Zależnie od potrzeb klientów raport może zawierać także makietki nowego układu najważniejszych stron czy wskazówki dotyczące dostępności i aspektów technicznych przygotowania witryny.

Niekiedy raportowi towarzyszą spotkania projektowe i szkolenia zespołu projektowego zlecniodawcy. Pozwala to na trwałe włączyć metody inżynierii użyteczności w projekty wykonywane po stronie klienta.

# Lista kontrolna

Jeśli Twój serwis nie odpowiada któremuś z poniższych stwierdzeń, to najprawdopodobniej można znacznie zwiększyć jego użyteczność.

## Strona główna

- W serwisie nie ma intro poprzedzającego stronę główną.
- Jeżeli użytkownik ma do wyboru kilka wersji językowych, to przy kolejnych odwiedzinach zapamiętywany jest wybór Internauty i jest on kierowany na wybraną wcześniej wersję językową serwisu.
- Logo serwisu znajduje się w lewym górnym rogu i jest linkiem do strony głównej.

## Nawigacja

- Opcja menu, która jest aktywna, jest wyraźnie zaznaczona.
- Każda podstrona serwisu ma własny tytuł.
- Nawigacja w podstronach nie różni się znacząco od tej na stronie głównej.
- Istnieje podstrona z mapą serwisu.
- W serwisie dostępna jest wyszukiwarka.
- Na stronie głównej znajduje się kilka tematycznych punktów startowych.

## Formularze

- Wszystkie pola formularzy są wyraźnie opisane, zaznaczono również, które są wymagane, a które opcjonalne.
- Witryna przechowuje wpisy formularza, jeśli użytkownik się pomylił i musi poprawić jedno lub kilka pól.

# USABILITY

efektywne strony internetowe



## Źródła wiedzy o usability

- Polski serwis o użyteczności - <http://www.uzytecznosc.pl>
- Kurs usability tworzony przez użytkowników - <http://www.kursusability.pl>
- Artykuły z serii Alertbox Jakoba Nielsena - <http://www.useit.com/alertbox>
- Katalog linków dotyczących usability - <http://www.usableweb.com>
- Strona J. Zeldmana, orędownika standardów sieciowych - <http://www.zeldman.com>
- Tematy związane z usability aplikacji WWW - <http://www.alistapart.com>

## O Janmedia

Janmedia Interactive jest agencją interaktywną działającą na rynku amerykańskim i europejskim. Pracujemy dla klientów w Polsce i USA. Prowadziliśmy projekty dla takich firm jak: NASA, Time Warner, Bank Światowy, Bank Pekao SA, Lukas Bank.

Więcej informacji o nas oraz publikacje i raporty o usability znajdziesz na [www.janmedia.pl](http://www.janmedia.pl).