

# E-Commerce für KMUs

Vorlesung an der HDM Stuttgart Wintersemester 2001

the art of web site usability



the fine line between pleasure & pain

## Der Usability Werkzeugkasten

© Claus Wagner 2001 <http://www.art-of-web-usability.de> E-Mail: [wagner@art-of-web-usability.de](mailto:wagner@art-of-web-usability.de)

# E-Commerce für KMUs

## Der Usability Werkzeugkasten



Ist eine Sammlung nützlicher Werkzeuge  
für die Iteration des UCD

Individuell, je nach Aufgabenstellung, Möglichkeiten  
und Gegebenheiten zu nutzen.

# E-Commerce für KMUs

## Der Usability Werkzeugkasten



Vor dem Öffnen unbedingt beachten:

Ist die Zielgruppe ausreichend bekannt?  
(definiert oder analysiert)

Ist die Zielsetzung der Website absolut klar?

Ist das Ziel des Usability Tests definiert?

# E-Commerce für KMUs

## Der Usability Werkzeugkasten



### Achtung!

Die Usability Tests und Werkzeuge sind unterschiedlich stark in Wirkung und Anforderung.

Vor jeder Anwendung sind Risiken und Auswirkungen genau zu evaluieren!

# E-Commerce für KMUs

## Der Usability Werkzeugkasten

### Die Diagnose vor der Diagnose

Warum die Entscheidung für einen Test?

Was soll mit den Ergebnissen geschehen?

Was soll getestet werden?

Können die Ergebnisse des/ der Tests umgesetzt werden?

Beinhaltet die Seite Inhalte auf die Sie keinen Einfluß haben?



# E-Commerce für KMUs

## Der Usability Werkzeugkasten

### Die Diagnose vor der Diagnose

Muss Rücksicht auf CD Richtlinien genommen werden?

Welche Zielgruppen-Informationen gibt es bereits?

Wer ist direkter Konkurrent zur zu testenden Seite?

Welche Usability Anstrengungen gab es bereits?

Laufen parallele Usability Tests auf der Site?



# E-Commerce für KMUs

Der Usability Werkzeugkasten

Die Diagnose vor der Diagnose

Die Projektfragen nicht vergessen:

Wieviel Zeit steht zur Verfügung?

Wie sieht der Budget-Rahmen aus?

Wieviel Ressourcen stehen zur Verfügung?



# E-Commerce für KMUs

## Der Usability Werkzeugkasten

### □ Das Kartenspiel

**Schwierigkeit:** □    **Wirkung:** □    **Ressourcen:** □    **Zeit:** □

**Anwendung:** Bei Information-Clustering, Redesign von Informations-Strukturen, tiefgreifenden Änderungen an der Site-Architektur, bei Neu- oder Redesign.

**Methode:** Feste Rubriken werden auf Karten geschrieben. Ebenfalls verschiedene auf der Site zu behandelnde Themen. Die Probanden sollen die Themen den jeweiligen Rubriken zuordnen.



# E-Commerce für KMUs

## Der Usability Werkzeugkasten

### □ Das Interview

**Schwierigkeit:** □ **Wirkung:** □ **Ressourcen:** □ **Zeit:** □

**Anwendung:** Bei eklatanten oder latenten Fehlerquellen; bei genau spezifizierten Problemstellen.

**Methode:** Aufgrund eines Interviews wird der Benutzer nach seinen Wünschen, Erwartungen, Gedanken, Erfahrungen bezüglich des zu erforschenden Punktes in halbformaler Weise befragt. Wichtig ist dabei, dass nicht stringent, sondern frei gesprochen wird. Die Geschichten zwischen den Zeilen sind die ergiebigsten. Das Interview wird zur späteren Auswertung aufgezeichnet.



# E-Commerce für KMUs

## Der Usability Werkzeugkasten

### □ Der Fragebogen

**Schwierigkeit:** □ **Wirkung:** □ **Ressourcen:** □ **Zeit:** □

**Anwendung:** Zum Pre-Screening geeignet. Zur Sammlung von demoskopischen Daten, Verfeinerung des Benutzer-Profiles oder zur genaueren Hinterfragung der Wünsche, Erfahrungen und Erwartungen mit Produkten, Services, Web-Sites.

**Methode:** Befragung (Multiple Choice) eines mehr oder weniger breiten Publikums. Sie kann auf Papier oder auch Online stattfinden. Achtung: Es besteht die Gefahr der Manipulation und Fehlkommunikation in der Fragestellung.



# E-Commerce für KMUs

## Der Usability Werkzeugkasten

### □ Klassisches Usability Testing

**Schwierigkeit:** □ **Wirkung:** □ **Ressourcen:** □ **Zeit:** □

**Anwendung:** Das mächtigste, teuerste, ergiebigste Werkzeug im Kasten. Dient zur Erstellung von empirischen Tests an Navigation, neuralgischen Punkten, Informationsstruktur, e-Commerce.

**Methode:** Aufgrund eines Testplanes, der Fragen, Aufgaben mit Zeitangaben enthält werden Erfolg und Misserfolg gemessen, Wege gespeichert, Herangehensweisen analysiert. Zu Grunde liegen die persönlichen Daten der Probanden.



# E-Commerce für KMUs

## Der Usability Werkzeugkasten

### ▢ Heuristic Evaluation

**Schwierigkeit:** ▢ **Wirkung:** ▢ **Ressourcen:** ▢ **Zeit:** ▢

**Anwendung:** Um einen Überblick der bestehenden Usability Probleme zu erhalten. „TÜV“ einer Web-Site. 80% der Usability Fallen können mit diesem Werkzeug erkannt werden.

**Methode:** Aufgrund der heuristischen Regeln (Nielsen) wird eine Punktzahl von min. und max. festgesetzt. Mindestens fünf Personen, die um diese Regeln wissen, testen unabhängig voneinander die Site und vergeben die Punktzahlen.



# E-Commerce für KMUs

## Der Usability Werkzeugkasten

### □ Der Erlkönig

**Schwierigkeit:** □ **Wirkung:** □ **Ressourcen:** □ **Zeit:** □

**Anwendung:** In der ersten Phase einer Web Veröffentlichung, um beispielsweise den Grad einer intuitiven Nutzung zu testen.

**Methode:** Ein live Dummy wird erstellt, deren Funktionen nur per Form verlinkt sind. So können aber Klickrate, Wege, Verweildauer und Zeit für die Lösung einer Aufgabe aufgezeichnet werden. Grundlage bildet hier ein Usability-Plan. Es empfiehlt sich hier die Arbeit mit einer Screen-Cam. Ebenfalls kann der Proband während der Lösung von Aufgaben interviewt und beobachtet werden.



# E-Commerce für KMUs

## Der Usability Werkzeugkasten

### □ Die Feldstudie

**Schwierigkeit:** □ **Wirkung:** □ **Ressourcen:** □ **Zeit:** □

**Anwendung:** Vor dem Beginn eines Design-Prozesses zur Gewinnung von Erkenntnissen über das Verhalten des Benutzers in seiner „natürlichen Umgebung“.

**Methode:** Die Zielgruppe wird vor Ort besucht, am Ort des Geschehens. Mittels Video, Tonband, Fotos und Notizen werden die Erkenntnisse notiert. Das Beobachten steht hier an erster Stelle. Besonderes Augenmerk wird hier auf verwendete Fachwörter gelegt. Ein anthroposophische Ansatz unter den Usability-Werkzeugen.



# E-Commerce für KMUs

## Der Usability Werkzeugkasten

### □ Der Automat

**Schwierigkeit:** □    **Wirkung:** □    **Ressourcen:** □    **Zeit:** □

**Anwendung:** Kann jederzeit angewendet werden. Dient zur allgemeinen Usability Einstufung.

**Methode:** Die Anwendung (oder Teil) wird den Benutzern zur Verfügung gestellt. Diese lösen in einem Katalog gestellte Aufgaben. Sämtliche Aktionen werden gespeichert: Anzahl Klicks, Zeit, Wege, Mausbewegungen, Erfolg, Misserfolg. Diese Daten werden ausgewertet und gemittelt.



# E-Commerce für KMUs

## Der Usability Werkzeugkasten

### ▢ Runder Tisch

**Schwierigkeit:** ▢ **Wirkung:** ▢ **Ressourcen:** ▢ **Zeit:** ▢

**Anwendung:** Bei Redesign, Neudesign, bei der Klärung für den Einsatz neuer Technologien, Ideen aus Marketing o.ä.

**Methode:** Eine Anzahl Personen werden aus der Zielgruppe heraus eingeladen und an einen Tisch gesetzt. Ein oder zwei Moderatoren diskutieren anhand eines Fragenkataloges und vor allem in freier Runde verschiedene präsentierte Punkte. Die Präsentation kann auf Papier, Folie, Online, oder anderem geschehen.



# E-Commerce für KMUs

## Der Usability Werkzeugkasten

### □ Das laute Denken

**Schwierigkeit:** □ **Wirkung:** □ **Ressourcen:** □ **Zeit:** □

**Anwendung:** In allen Situationen und Zuständen eines Web-Site Projektes. Vor allem auch zur Lösung von eklatanten Usability Problemen.

**Methode:** Probanden lösen unabhängig voneinander Aufgaben, die ihnen gestellt werden. Dabei denkt der Benutzer laut und erklärt, was er wann und wie vor allem warum macht. Der Moderator hört zu und greift nur ein, um den Probanden zu motivieren. Das Gespräch wird aufgezeichnet und ausgewertet.



# E-Commerce für KMUs

## Der Usability Werkzeugkasten

### 11 Der Kiosk

**Schwierigkeit:** □ **Wirkung:** □ **Ressourcen:** □ **Zeit:** □

**Anwendung:** In allen Situationen und Zuständen eines Web-Site Projektes.

**Methode:** Eine Online oder Offline Version der Anwendung wird auf Messen oder anderen öffentlichen Anlässen präsentiert. Ein Mitarbeiter bittet die Besucher, die Anwendung zu testen und unterhält sich dabei mit den Benutzern. Dabei sammelt er die Meinungen der Probanden. In einem Interview werden seine Erkenntnisse ausgewertet.



# E-Commerce für KMUs

## Der Usability Werkzeugkasten

### 12 Die Meinungsumfrage

**Schwierigkeit:** □ **Wirkung:** □ **Ressourcen:** □ **Zeit:** □

**Anwendung:** In allen Situationen und Zuständen eines Web-Site Projektes.  
Meist aber nur nach Veröffentlichung des Projektes.

**Methode:** Die Site wird zu Wettbewerben eingeschickt oder Redaktionen zum Test überlassen. Das Resultat des Testes lesen Sie dann in der Zeitschrift. Oder Sie schreiben einen Verbesserungscontest aus und bitten Usability Spezialisten die Seite zu bewerten.



# E-Commerce für KMUs

## Der Usability Werkzeugkasten

### 13 Der Wettbewerb

**Schwierigkeit:** □ **Wirkung:** □ **Ressourcen:** □ **Zeit:** □

**Anwendung:** In allen Situationen und Zuständen eines Web-Site Projektes.

**Methode:** Aufgrund eines Fragebogens wird der Benutzer nach seiner Meinung zur Site gefragt. Als Aufforderung können Sachpreise dienen. Der Fragenkatalog beinhaltet die zu testenden Bereiche, wie auch Fragen zur allgemeinen Zufriedenheit des Kunden.



# E-Commerce für KMUs

## Der Usability Werkzeugkasten



### Achtung!

Alle Test können je nach Bedarf auch gemischt werden.

Denken Sie aber daran: Die Meinung eines Einzelnen kann nicht die Meinung einer Allgemeinheit widerspiegeln. Es zählt die Intersubjektivität!