

# Materiál k webináři Ladíme nedostatky

Mgr. Zuzana Matulíková & Mgr. Pavla Martinková (ÚK FF MU)

25. 9. 2024

## Proč navrhované řešení testovat

Testování je často opomíjenou a přitom zásadní částí designového procesu. V poslední fázi zjišťujeme soulad mezi našimi domněnkami a reálnou uživatelskou zkušeností. Jednoduchý test nám může ušetřit hodně práce, a proto čím dříve se do něj pustíme, tím lépe. Ve výsledku pak i malá změna, kterou díky zjištěním provedeme, může mít velký dopad na úspěšnost, funkčnost i oblíbenost našeho řešení. Navíc nám pomůže ještě hlouběji porozumět uživatelům a problému, který řešíme.

## Co může bránit testování...

## ...a jak to překonat

<b>nedostatek motivace:</b> testování je zbytečné, protože... jsme s uživateli už mluvili / máme řešení podložené daty	uživatelé ne vždy říkají to, co chtějí a chtějí to, co říkají – vždy se dozvíme něco nečekaného
<b>nedostatek energie:</b> testování je zbytečně komplikované a my už to chceme mít za sebou	testování nám naopak může mnoho energie ušetřit a zajistit, že naše předešlá práce nevyjde nazmar
<b>obavy z reakce:</b> testováním bychom mohli uživatele (znovu) obtěžovat	vychází tyto obavy z reálné zkušenosti nebo je to jenom náš pocit? za zkoušku nic nedáme, navíc lidé bývají ochotnější než předpokládáme
<b>nedostatek času:</b> musíme řešení co nejdříve implementovat	testovat a upravovat hotový produkt nebo službu lze i v ostrém provozu
<b>obavy z výsledku:</b> ještě bychom to museli celé předělávat!	to přece neznamená, že naše práce neměla smysl! stejně jsme toho hodně zjistili a můžeme tyto poznatky využít jinde, případně se poučit pro příště

## Co můžeme oteřovat

- Bude naše řešení dobře přijato?
- Je navrhovaný výstup srozumitelný?
- Dosáhneme zavedením daného řešení našeho cíle?
- Je řešení použitelné?
- Jak na uživatele působí?
- Jde to udělat líp?

## Na co nezapomenout

- **Ani nejlepší řešení nebude vyhovovat všem.** Můžeme se ale přiblížit hranici, kdy je vyhovující pro většinu nebo zkusit vytvořit více alternativ.
- **Je potřeba pořád myslet na vizi a hodnoty,** se kterými jsme řešení tvořili a stát si za nimi. Pokud se při testování ukáže, že některá rozhodnutí, která jsme udělali na

základě vize nebo hodnot nesouzní s tím, co uživatel potřebuje, je to v pořádku. Důležité je dělat taková rozhodnutí vědomě, a pak je uživatelům komunikovat.

- **Vrátit se o krok zpátky není selhání**, právě naopak. Každý krok, který uděláme, je pro nás přínosný. Zastavit se a vrátit se zpátky není jednoduché, ale s největší pravděpodobností nás to nakonec dovede k lepším výsledkům.
- **Vaše řešení je určeno hlavně cílové skupině**, kterou jste si definovali. A mělo by být děláno na míru jí, i když by si to třeba kolegové nebo vedení představovali jinak.
- **Vedení je důležitá zainteresovaná strana, ale nemusí mít vždy pravdu**. Máme data, na kterých můžeme postavit argumentaci, proč nějakou věc dělat tak nebo jinak.
- **Slovíčkaření je v některých případech důležité**. Od ostatních nás v konečném důsledku odlišují hlavně ty nejmenší detaily. A třeba vyjádřování vůči uživateli nastavuje atmosféru společné komunikace více, než lajky na sociálních sítích.
- **Negativní emoce nebo připomínky u testování nemusí znamenat nefunkčnost řešení**. Pokud se uživateli nelíbí vizuál, který máme předepsaný, ale stejně se v informacích dokáže orientovat, dosáhli jsme tím našeho cíle.

## Jak testovat

Pomoc různých metod a jejich kombinace.

- [A/B testování](#) – pro srovnání dvou variant řešení
- modely – papírové, 3D, fyzické i virtuální
  - [3D modely](#)
- pozorování – jak uživatelé s prototypem interagují?
- kontextový rozhovor – doptejme se na pár otázek
- [landing page](#) – pro zjištění zájmu o službu
- jak testovat webové stránky
  - [tree testing](#) – testování struktury
  - [wireframe](#) (hrubý návrh) – rozmístění prvků na stránce
  - [mock-up](#) (grafický návrh) – působení a emoční odezva

## Uživatelské testování webu s přemýšlením nahlas

Často používaná metoda... online nebo offline, pět lidí, opakovat

1. **Stanovení otázek:** Ujasníme si, co chceme zjistit a zda verze stránek, kterou testujeme, umožňuje odpovědět na naše otázky.
2. **Příprava situací:** Na základě otázek přichystáme několik situací, které má tester\*ka s pomocí webu vyřešit.

Uvedené příklady situací z testování webu ÚK FF MU ukazují, že jsme se snažili formálkami příliš nenavádět – např. vzdělávací akce na webu označujeme jako *lekce a workshopy* ale ptáme se na *školení*.

### Situace studenti

1. Vrátil/a jste se večer domů a **nemůžete najít** flashku s rozpracovanou seminárkou. Máte podezření, že mohla zůstat v knihovně.
  2. Viděl/a jste na infopanelu upoutávku, že knihovna půjčuje **deskovky** a chcete vědět, jak to funguje.
  3. Kamarádka vás nalákala **na školení** o myšlenkových mapách od knihovny, na kterém byla minulý semestr a vy byste chtěl/a jít taky.
  4. Chystáte se do knihovny pozdě vrátit knížky. Tušíte, že budete platit **pokutu**, ale nevíte kolik a běžně u sebe nenosíte hotovost.
  5. Za týden máte odevzdat seminárku a jako jeden ze zdrojů jste použili Youtube video. Chtěli byste ho správně ocitovat, ale nevíte jak.
  6. Chcete zjistit, kde v knihovně najdete knížky japonských autorů.
  7. Viděl/a jste na Instagramu knihovny 3D tiskárnu a chcete vědět, jestli ji taky můžete použít.
  8. Chcete si půjčit knížku *Corsets and crinolines, Waugh, 2004*.
    - a. Slyšel/a jste, že vám ji knihovna může sehnat.
3. **Příprava scénáře testování a instrukcí:** Můžeme si připravit scénář testování (checklist pro nás), abychom na nic nezapomněli. Co je vhodné testerům\*kám zdůraznit: netestujeme vás, ale stránky, čím více chyb, tím lépe. Snažte se co nejvíce simulovat běžné (nesoustředěné) procházení webu. A hlavně – přemýšlejte nahlas.
  4. **Pilotní testování s kolegyn\*ěmi:** zjistí, zda je formulace situací srozumitelná a možná odhalí nejzásadnější problémy.
  5. **Nábor testerů\*ek**
  6. **Příprava prostředí:**
  7. **Co sledovat:** postup plnění úkolů, problémy, nejasnosti, používanou terminologii

### Testování přístupnosti webových stránek

Přístupné webové stránky by u knihoven měly být samozřejmostí. Existuje množství materiálů, které s tím mohou pomoci. Hlavním z nich je příručka [Přístupné webové stránky](#). Doporučujeme také web Radka Pavlíčka: [Jak na jednoduchý audit přístupnosti - otestujte si bezbariérovost svého webu - POSLEPU](#)

Máme několik možností:

1. Testování **svépomocí** – potřeba znalostí a doplnění testováním s uživateli
2. Testování **třetí stranou** – může být nákladné; některé univerzity mají pracoviště sloužící studujícím se specifickými potřebami, na které se lze obrátit
3. Pomocí **automatických nástrojů** – nemusí být zcela spolehlivé, ale neuškodí; [Testování přístupnosti webu: jaké nástroje použít - POSLEPU](#)

### Co po testování

Fáze testování se prolíná s fází tvorby. Po testování kategorizujeme zjištění a pokud z nich vyloučíme mnoho potřebných úprav, přidělíme jim priority. V tom by nám měly pomoci dříve stanovené mantinely.

### Co si odnášíme

- otestovaný a upravený prototyp
- připravenou službu / produkt / zlepšení