

Отчеты по удобству и простоте использования

4

Отчет является итогом проверки простоты и удобства использования, результаты которой собраны в определенном формате.

Документация по тестированию удобства и простоты использования не заканчивается планом. Необходимо сделать больше. Как только вы провели тест, надо составить отчет по результатам. Отчет служит для оценки того, что произошло при тестировании удобства и простоты использования, и является инструментом, руководящим командой дизайнеров.

Так как вы можете тестировать почти все, что угодно, отчет должен отражать среду проведения теста и все его результаты. Тестирование существующего веб-сайта как предвестник перепроектирования не сразу же предоставляет результаты, которые должны присутствовать в новом дизайне. Также результаты тестирования прототипа не сразу же показывают, как изменить прототип для удовлетворения потребностей пользователей. Эти тесты просто показывают наличие проблемы и ее природу, но не обязательно то, как ее исправить. Это не говорит о том, что тестирование удобства и простоты использования не вносит вклад в процесс дизайна. Дело в том, что отчет должен быть очень четким в области следствий из результатов в контексте теста и всего проекта.

У разных команд дизайнеров разное понимание роли аналитика удобства и простоты использования. Некоторые команды просят его подготовить тесты и отчет о том, что думают пользователи. Другие просят его принять активное участие в процессе дизайна, предоставляя рекомендации по дизайну, основанные на его наблюдениях в процессе теста. Эта глава предполагает, что есть четкое разграничение между наблюдениями, сделанными во время теста удобства и простоты использования, и их интерпретацией и анализом, вне зависимости от того, кто за это отвечает.

Первый взгляд на отчеты по тестированию удобства и простоты использования

Главной целью отчета по удобству и простоте использования является объединение откликов пользователей в процессе тестирования. Поэтому основная часть отчета — это наблюдения, но отчет также будет включать краткое изложение плана теста и результаты теста (рис. 4.1).

История версий	1
Краткое описание теста — что мы сделали и почему.....	2
Обеспечение теста — где и когда проводился тест.....	3
Профили участников	4
Краткие наблюдения — что мы увидели	5
Общие наблюдения.....	6
Данные наблюдения по домашней странице	7
Данные наблюдения по странице категорий	9
Данные наблюдения по странице товаров	10
Данные наблюдения по поиску результатов	12
Рекомендации.....	13
Следующие шаги.....	14

Рис. 4.1. Эта таблица показывает основные элементы отчета по удобству и простоте использования. Хотя наблюдения помещены в начало отчета, основная часть документа отведена для предоставления подробной оценки того, что произошло в процессе тестирования

ОБЗОР ОТЧЕТОВ ПО УДОБСТВУ И ПРОСТОТЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

Цель — для чего нужны отчеты по удобству и простоте использования?

Серии тестов удобства и простоты использования влекут за собой часы и часы получения данных — настоящие пользователи рассказывают об их опыте работы с вашим продуктом. Так как не у всех есть время на то, чтобы высидеть в течение всех этих тестов, для выделения основных полученных сведений нужен отчет.

Аудитория — кто их использует?

Отчет по удобству и простоте использования является широко востребованным документом, потому что каждый хочет знать, что думают пользователи. Команда дизайнеров, однако, извлекает наибольшую ценность из отчета, потому что он содержит информацию, которая непосредственно содействует их работе по дизайну.

Масштаб — какой объем работы потребуется?

Размер отчета всецело зависит от вашей методологии тестирования. Существует несколько факторов, которые могут увеличить затраты на приготовления отчета, включающие использование количественных оценок (типа количества времени, которое займет завершение задачи), числа тестов, числа различных групп пользователей (тестирование десяти пользователей отличается от тестирования пяти в двух разных группах) и количества информации, собранной до и после настоящего теста. Некоторые владельцы могут потребовать две версии отчета: одну — быстро изготовленную версию для сбора основных наблюдений, позволяющую команде дизайнеров без задержки двигаться дальше, и другую — более подробную.

Контекст — где они вливаются в процесс?

Если вы провели тест, отчет неизбежно следует за ним. Смотрите в предыдущей главе, когда проводятся тесты.

Формат — на что они похожи?

Отчеты по удобству и простоте использования могут иметь различные форматы и объемы. Некоторым командам удобно представлять их как большие документы, тогда как другие используют слайдовый подход. Основным преимуществом создания слайдов с использованием Microsoft PowerPoint или Apple's Keynote является то, что эти приложения позволяют очень легко сочетать текст и картинки. Когда вы представляете результаты тестирования удобства и простоты использования, сочетание снимков экрана и других инструментов из теста с наблюдениями пользователя может быть очень эффективным.

Проблемы

Составление отчета по удобству и простоте использования влечет за собой три основные проблемы, наиболее серьезной из которых является общедоступность. Так как проверка удобства и простоты использования и анализ стремятся получить статус областей наук, отчеты засоряются техническим жаргоном и сложными объяснениями. К несчастью, сами по себе отчеты становятся непригодными, иронические изгибы забавны, только если вы не один из тех, кто платит за отчет.

С проблемой общедоступности приходит хрупкое равновесие между информационным наполнением и ясностью. Чем больше деталей вы включаете, тем больше вам надо объяснять и тем более сложным становится создание доступного и понятного отчета. В то же время вы не хотите слишком сильно все сокращать, потому что это может дать аудитории не совсем верное представление о том, что на самом деле происходило во время теста.

Это указывает на третью основную проблему создания отчета по удобству и простоте использования: разделение между наблюдениями и рекомендациями. На протяжении этой главы «наблюдения» будут служить основными строительными блоками отчета по удобству и простоте использования. Когда вы проводите тест и определяете нечто, это считается наблюдением. Цель отчета — оценить все, что вы отнаблюдали. Попытки объяснений, почему участники повели себя определенным способом в ходе теста, являются интерпретациями. Кроме наблюдений и объяснений существуют рекомендации и предложения по решению проблем, обнаруженных в процессе теста. Так как грани между этими понятиями могут быть расплывчатыми, проблема состоит в их четком разделении. Вы хотите избежать того, чтобы владельцы и другие члены команды пропустили что-то, что сделал пользователь во время теста, думая о необходимости улучшения дизайна.

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

Создание отчетов по удобству и простоте использования

Как и любой другой документ в этой книге, отчет по удобству и простоте использования описан как набор слоев с первым слоем, включающим все важные элементы, — частью документа, которая делает его тем, чем он является. Отчет основан на наблюдениях — открытиях и проблемах, обнаруженных в ходе тестирования, — которые составляют основную часть первого слоя. Второй и третий слои добавляют контекст и дают возможность углубиться в детализацию наблюдений.

Слой 1. Для нетерпеливого дизайнера

Если необходимо быстро получить отчет, потому что дизайнеры страстно желают перейти к работе над дизайном, вы можете составить документ из этих важных элементов. Первый слой фокусируется на ответах на три основных вопроса: Что вы сделали? Что вы увидели? И что следует делать дальше?

Тест вкратце

Для соответствия первому вопросу первая пара страниц вашего отчета должна напомнить о целях теста, обеспечении и методологии. Пока вы не углубились в детали, запомните, вы уже провели тест удобства и простоты использования, поэтому ключевой момент сейчас — напомнить читателям, что вы сделали и почему.

Основные наблюдения

Следующий вопрос: «Что произошло?» Ответ на этот вопрос означает рассказ обо всем, что вы увидели и услышали во время проведения теста, но так как отчет подразумевает шаг или два в простую расшифровку, наблюдения дают материал для анализа. Ваши наблюдения являются обобщением примеров, которые вы видели во время теста. Например, относительно пожертвований, появляющихся на некоммерческих сайтах, вы можете получить следующие отклики от четырех разных пользователей:

Сэм: [После заполнения формы Сэм пролистал вниз для продолжения. Чтобы найти кнопку подтверждения, ему потребовалось несколько секунд, и он водил мышью по кругу перед тем, как нажать ее.]

Джим: Так... Я заполнил форму, что теперь? Мне просто надо вернуться? [Ведущий спрашивает Джима, где он обычно ищет кнопку для подтверждения формы.] Она обычно внизу всего этого... О, подождите, я просто пролистал, и вот она здесь.

Элла: [После заполнения формы Элла пролистывает вниз и нажимает кнопку подтверждения.]

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

Барбара: [До того как заполнить форму, Барбара пролистывает страницу. Ведущий спрашивает ее об этом.] Я не знаю. Всегда, когда есть форма для заполнения, я пролистываю все, только чтобы посмотреть, какие вещи они у меня спрашивают. [Ведущий спрашивает, почему.] Ну, иногда я хочу убедиться, что они не попросят информацию, которую я не хочу предоставлять. [Барбара заполняет форму.] Вы знаете, я знаю, что кнопка подтверждения внизу, потому что я пролистала страницу до этого, но ее трудно увидеть.

Эти (правда, перегруженные) отклики могут быть обобщены в следующее наблюдение:

Кнопка подтверждения формы для пожертвований отображается за пределами экрана с разрешением 1024 × 768. Размер и местоположение делают ее нахождение затруднительным.

Очевидно, настоящие отклики содержат меньше подробностей. В зависимости от формата вашего отчета можете включить эти детали, но сократив отклики до примеров, сохраняющих краткость отчета и действенность для команды дизайнеров. Если им необходимо больше подробностей, можете предоставить ряды данных или записи с сеансов.

Если проблема не настолько отчетлива, ваше описание наблюдений нуждается в небольшом ограничении или его оценке. Это обсуждается далее.

Небольшой контекст

Даже самые общие отчеты по удобству и простоте использования должны предоставлять некоторый контекст для наблюдений. Список наблюдений может быть всеобъемлющим, но будет непросто следовать ему.

Лучший способ предоставить контекст для наблюдений — это показать связанные с ними окна. Вы можете соединить наблюдения с окошками (рис. 4.2). Но даже снимка экрана недостаточно. Могут существовать определенные контексты, окружающие определенное окно, которые вам надо разделить. Например, вам, возможно, надо проверить одну и ту же страничку на нескольких разных группах пользователей с несколькими разными задачами. Веб-сайт может содержать страницы, которые выглядят похоже и требуют установления различий. Простого заголовка обычно достаточно для проведения границы вокруг контекста.

Эта глава предполагает, что вы создаете документ, который комбинирует картинки вашего сайта с вашими наблюдениями, но это не обязательно. Если надо, вы можете составить таблицу со всеми наблюдениями (рис. 4.3). В дополнение к наблюдениям каждая строка в таблице может включать контекстную информацию типа названия связанной страницы, расположения на карте сайта или на диаграмме последовательности действий пользователя, имени группы пользователей и задачи.

Домашняя страница CareFirst.com

Группа пользователей: члены
Задача: общий обзор домашней страницы

Большинство пользователей сначала проверили верхнюю навигацию, но не нашли ничего полезного

Навигация по типу аудитории смутила некоторых пользователей. Некоторые думали, что полезная информация должна быть в разделе «benefits managers». Другие думали, что им следовало зайти в «providers», чтобы найти доктора

Пользователи были больше всего заинтересованы в изменениях политики по отношению к ним и подумали, что это всего лишь маркетинговая ерунда

Один пользователь просматривал сайт с помощью Safari и интересовался, не пропускает он что-нибудь, потому что его браузер не поддерживается

Большинство пользователей не поняли, что такое Solution Center и были смущены смешанной навигацией (пункты, глаголы, вопросы, существительные)

Рис. 4.2. Эта страница из основного отчета по удобству и простоте использования выстраивает относящиеся к странице наблюдения следом за ней. Страница включает заголовок для пояснения точного местонахождения и любую другую контекстную информацию. В этом случае отчет организован при помощи снимка экрана, поэтому заголовок включает его название

	A	B	C
1	Домашняя страница		
2	Общий обзор	Члены	Большинство пользователей сначала проверили верхнюю навигацию, но не нашли ничего полезного
3	Общий обзор	Члены	Пользователи были больше всего заинтересованы в изменениях политики по отношению к ним и подумали, что News и Updates всего лишь маркетинговая ерунда
4	Общий обзор	Члены	Один пользователь просматривал сайт с помощью Safari и интересовался, не пропускает он что-нибудь, потому что его браузер не поддерживается

Рис. 4.3. Хотя лучше показывать наблюдения бок о бок со скриншотами, это можно сделать сжато. Заметьте, что этот формат представляет контекст, включая связанную информацию в дополнительных столбцах

Следующие шаги

Последний вопрос, на который надо ответить даже в кратком отчете, — «Что теперь?» Хотя ответ может показаться очевидным — команда дизайнеров получает все это и пересматривает дизайн, — среда или методология могут потребовать чего-нибудь более хитрого. Разные команды работают по-разному, но есть пара мыслей по поводу того, что вы можете включить в следующие шаги.

Приоритет: если некоторые возникающие проблемы более страшные, чем другие, вы можете рекомендовать команде дизайнеров сначала сфокусироваться на них.

Мозговой штурм: не каждая проблема имеет ясное решение, и поэтому вашим следующим шагом может быть рекомендация команде собраться вместе для проведения мозгового штурма по поводу возможных идей в дизайне.

Дополнительное тестирование: пока ваш заказчик не слишком знаком с регулярными проверками удобства и простоты использования, вам следует рекомендовать дополнительное тестирование. Худо-бедно, вы захотите проверять постоянно появляющиеся изменения в дизайне. Пока тестирование не укрепилось в корпоративной культуре вашего заказчика, ваш долг как профессионала по взаимодействию с пользователями ввести этот план. И худшее, что они смогут сказать, это — «Нет».

Слой 2. Дружественный документ

Краткий отчет хорош, если вы работаете только с командой дизайнеров, для того чтобы перевести их работу на следующий уровень. Создание отчета, дружественного для заказчика или руководства, однако, совсем другая история. Если у вас есть заказчики, которые не опасаются отчетов на скорую руку, радуйтесь своей удаче. В то же время вам следует также думать о том, какой вклад каждый документ, который вы делаете, внесет в ваше портфолио. Вы не просто показываете эти произведения текущему клиенту, ваш следующий начальник может быть яростным сторонником деталей. Элементы второго слоя делают документ чуть более человечным и позволяют ему быть независимым без необходимости водить людей по нему или объяснять слишком много.

Кратко о наблюдениях

В начале вашего документа вы можете кратко перечислить результаты наблюдений, полученные во время теста. Это другой уровень обобщения основного анализа, проведенного для результатов наблюдений. Он не должен быть больше одного абзаца или слайда с маркированным списком, и вы можете использовать его для выделения определенных проблемных областей. Так как результаты тестирования удобства и простоты использования не все негативны, вы также можете показать, что хорошо.

Кратко о рекомендациях

Если ваша методология проверки удобства и простоты использования требует создания специфических рекомендаций для обращения к проблемам, незатронутым в тесте, вы можете кратко перечислить их в начале отчета. Начало с кратким обзором наблюдений и пересмотром плана составляет основу всего сообщения вашего отчета. Если вы оставите три эти темы краткими, вы сможете пройти через суть отчета в паре абзацев или слайдов. Этот краткий обзор идеален для занятых заказчиков или руководителей проектов.

Даже если вы не включаете подробных рекомендаций, можете захотеть включить некоторые высокоуровневые советы типа краткой сводки наблюдений, которая не подразумевает специфичность, а предоставляет обзор изменений, которые надо внести в дизайн.

Степени серьезности

Некоторые вещи, которые вы наблюдали в процессе тестирования удобства и простоты использования, могли быть такими жуткими, что мешали пользователям успешно завершать выполнение задачи. Другие проблемы были незначительными неприятностями, которые позволяли пользователю завершить выполнение задачи, но влияли на удовлетворенность пользователей сайтом. Таким способом проблемы с сайтом могут быть разделены по степеням серьезности.

Эффект степеней серьезности важен для вас и вашей команды. Некоторые команды используют их для установления приоритетов, для определения того, какую проблему решать сначала, тогда как другие используют их для принятия решения о том, запускать ли сайт. Кроме того, другие используют их только для того, чтобы увидеть, насколько плохо то, что они сделали.

Использует ли ваша команда степени серьезности или нет, ваши владельцы могут быть заинтересованы в этой информации, потому что она добавляет дополнительную структуру и категоризацию в бесконечный поток наблюдений. Включение степеней серьезности в ваш отчет может помочь структурировать представление отчета — вы можете потратить больше времени на наиболее серьезные наблюдения. Далее следуют некоторые подсказки для определения степени серьезности.

Цитаты пользователей

Во многих случаях включить цитаты пользователей в первый слой вашего отчета — хорошая идея. Людям нравится узнавать, что сказали другие, и эти цитаты могут быть более значимыми, чем любые наблюдения или количественный анализ. Для их получения требуется просмотр записанного материала или стенограмм, что может отнять много времени.

Простейший способ включить цитаты пользователей в ваш отчет — присоединить по одной к каждой группе наблюдений. Если вы используете слайды для представления ваших открытий, это особенно просто, потому что вы можете легко вставить цитату на каждый слайд.

Слой 3. Больше контекста

Хотя отчет по удобству и простоте использования, содержащий всю описанную выше информацию, будет полным и дружелюбным, есть несколько дополнительных вещей, которые вы можете включить. Значение этих вещей всецело зависит от вашей методологии, ваших заказчиков и команды проекта.

Количественные данные

Некоторые методологии проверки удобства и простоты использования требуют записи количественных данных в процессе тестирования. Вы можете засечь время, чтобы узнать, сколько его потребуется для выполнения задачи, или вы можете подсчитать число ошибок, которые допустили тестируемые.

Количественные данные могут быть представлены независимо от наблюдений. Вы можете провести статистический анализ затрат времени на задачу, например, чтобы показать, какая задача отнимает его больше всего и где пользователи наиболее противоречивы при выполнении задачи.

Если вы сделали обзор, который собирает количественную информацию, он также должен быть представлен независимо от наблюдений.

Вы можете также располагать количественные данные рядом с вашими наблюдениями для предоставления дополнительного контекста. Вы можете показать, какие проблемы ведут к большинству ошибок пользователей или какие повлекли наибольшие затраты времени для выполнения задачи. Этот подход делает данные более осмысленными, показывая, как они непосредственно связаны с наблюдениями.

Профили пользователей

Увеличивающиеся различия между отчетом и планом теста в том, что как разработчик вы знаете, что на самом деле произошло, поэтому можете включить несколько больше деталей, например указать конкретных участников. Ваш план теста может требовать, чтобы пользователь удовлетворял шести определенным критериям. В отчете вы можете назвать пользователей и описать, как они удовлетворяют критериям. Отчет по проверке удобства и простоты использования для некоммерческого веб-сайта, ищущего пожертвования и набирающего добровольцев в сети, может содержать дополнительные сведения об участниках тестирования типа таких:

Сэм, частый посетитель магазинов в сети, теперь делает пожертвования на благотворительность по телефону или по почте.

Джим, очень частый посетитель магазинов в сети, делает пожертвования на благотворительность уже несколько лет через веб-сайт.

Элла, частый посетитель онлайн-магазинов, активный участник eBay, доброволец в местной бесплатной столовой, никаких денежных пожертвований.

Барбара, случайный посетитель онлайн-магазинов, но опытный пользователь Интернета, делает пожертвования на благотворительность в сети каждый год.

Запомните, это — настоящие участники. Для большей связности эти описания могут ссылаться на документ с действующими лицами, если он существует.

НЕБОЛЬШОЕ ОТСТУПЛЕНИЕ (ТО ЕСТЬ РАЗГЛАГОЛЬСТВОВАНИЯ) О КОЛИЧЕСТВЕННЫХ ДАННЫХ

Слой 3 может показаться странным местом для количественных данных, и это то, где проявляются мои наклонности. Количественные данные интересны, но не обязательно поучительны. Они завершают наблюдения, но они не дают оснований к действию. Из знания того, что для выполнения задания человеку требуется 3,7 минуты, не следует мгновенно знание того, что должно произойти, чтобы дизайн стал лучше. Также, говоря объективно, сложно сказать, следует ли из этих чисел необходимость в изменениях.

Многие профессионалы по взаимодействию с пользователями до сих пор работают в окружении, где само проведение тестирования удобства и простоты использования является достижением. Для того чтобы количественные данные имели значение, они должны показывать сравнения. А для проведения сравнения вам понадобится провести не менее двух тестов: один тест, оценивающий текущей веб-сайт, и другой, проводимый на улучшенном дизайне, сравнивающих их производительность. Посредством этого сравнения вы сможете показать, где новый дизайн превзошел по качеству старый, а где нет. Но не каждая среда предоставляет ресурсы или гибкость для проведения нескольких тестов. Количественные данные также сложно собирать. Для многих людей количественные данные могут быть барьером для доступа, причиной не проводить тестирования, потому что они не предоставляют возможности или ресурсов провести сбор данных и анализ. В настоящее время нам необходимо помогать людям проводить тестирование удобства и простоты использования и устранять причины для его непроведения.

И наконец (и это мой последний пункт по этой теме), методы тестирования удобства и простоты использования являются несколько несвойственными для наших заказчиков. Формирование групп необразцовых размеров в шесть или восемь пользователей несколько подозрительно, мягко говоря. Попытка сделать инструмент дизайна выглядящим научно, вводит меня в заблуждение. Методология не должна пытаться выглядеть научно, а должна вместо этого быть более полезной для людей, заинтересованных в результате: для дизайнеров.

Тактические рекомендации

Основная цель отчета по удобству и простоте использования — учет того, что произошло во время сеансов тестирования. В качестве дополнительного слоя информации вы можете дать рекомендации по улучшению дизайна, основываясь на том, что видели. В этом контексте существует два вида улучшений в дизайне, которые вы можете рекомендовать. Лучшие практические рекомендации: иногда вы можете найти шаблон, который сделает решение очевидным. Кнопка подтверждения, которую пользователи пропускали, потому что она слишком мала, — классический пример. Решение может быть таким очевидным, что вы захотите иметь возможность заменить кнопку в течение теста сами, только чтобы не пришлось видеть, как кто-нибудь еще задерживается на ней. Если решение бросается в глаза команде дизайнеров, вы можете захотеть внести это в отчет следом за наблюдениями (рис. 4.4). Форматируйте рекомендации так, чтобы отделить их от наблюдений, — должно быть ясно, что это рекомендации от команды по взаимодействию с пользователями, а не наблюдения.

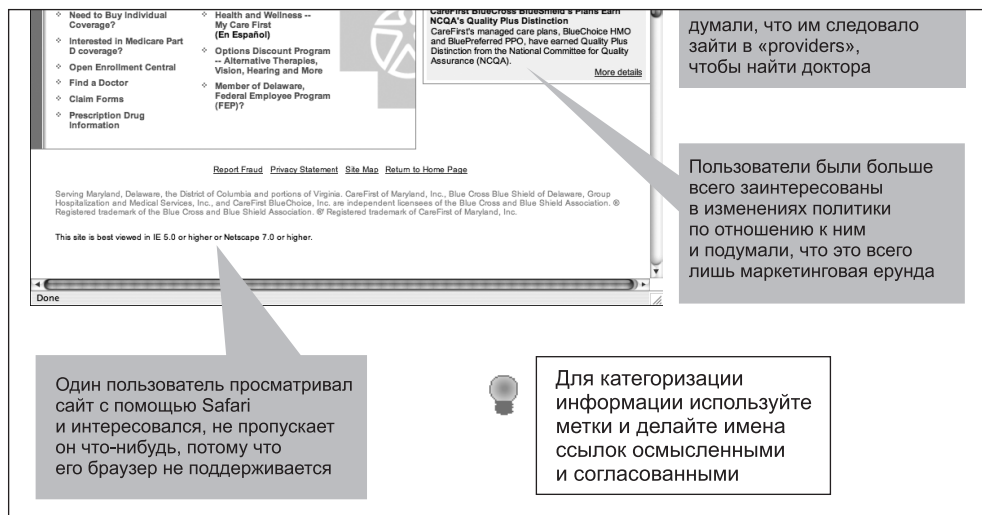


Рис. 4.4. В этом отрывке отчета по удобству и простоте использования лучшая практическая рекомендация следует за наблюдениями

Улучшения, рекомендованные пользователем: в ходе теста участники могут высказывать утверждения, начинающиеся с «Было бы лучше, если...» или чего-то похожего. Вы можете чувствовать себя обязанным включить в отчет некоторые или все из этих предложений — отдельные методологии даже требуют их сбора, — что может помочь команде дизайнеров, даже если они не восприняли предложения дословно. Чтобы сохранить объективность, не следует вносить идею в отчет, пока она не была предложена более чем двумя пользователями.

Составление отчета. Основы

Так как тест удобства и простоты использования собирает большое количество данных, важно вернуться на шаг назад и обдумать именно вашу ситуацию до записи этого на бумагу. Ответы на вопросы типа «Кто будет использовать отчет?» и «Какова цель тестирования удобства и простоты использования?» могут сами сформировать отчет.

До того как начать: оцените ситуацию

Как описано в предыдущей главе, тесты удобства и простоты использования делятся на две основные категории. Частичные тесты проводятся в ходе процесса дизайна для определения кумулятивных улучшений. Частичные тесты могут быть проведены для кусочков продукта или веб-сайта. Суммарные тесты проводятся на завершенном продукте для предоставления общей оценки удобства и простоты использования сайта. Ваш отчет будет выглядеть иначе в зависимости от того, какие тесты вы проводите.

Отчеты для частичных тестов: частичные тесты проводятся на протяжении процесса дизайна, сочетая разработку с сеансами тестирования для проверки и утверждения решений по дизайну. Ваша команда может выполнить любое количество тестов в процессе, и эти тесты могут быть всеобъемлющими или нацеленными на определенные задачи. Частичные тесты имеют, в отличие от их суммарных собратьев, определенный набор целей. Если тест проводится в ходе процесса дизайна, то он служит для раскрытия проблем и предоставления помощи, дающей дизайнерам некоторое чувство направления.

Это влияет на формат отчета, потому что документ должен соответствовать непосредственным потребностям. Любая другая информация, которая получается на выходе теста, полезна и должна быть зафиксирована, но она играет другую роль. Хотя отчет фокусируется в основном на данных, которые дают наибольшую непосредственную ответную реакцию по существу, он может содержать и любую другую информацию. Дизайнеры с определенными конечными сроками могут не заботиться о других результатах, тогда как заказчики, интенсивно впитывающие новые данные об их клиентах, могут захотеть провести как можно больше времени за анализом этой информации.

Отчеты для суммарных тестов: суммарные тесты проводятся в конце процесса, и их роль менее дизайнерская и более стратегическая. Проведением суммарного теста вы предоставляете всеобщую оценку удобства и простоты использования продукта и даете клиентам кристально чистое представление о том, чего они могут ожидать, когда запустят продукт. Надо надеяться, что процесс дизайна включал созидательные тесты; иначе суммарные тесты могут не покрыть факторы, которые подвергают сомнению жизнеспособность продукта в целом.

Отчет по суммарному тесту должен помещать наблюдения в два контекста: заказчикам необходимо знать, во-первых, чего ожидать при запуске, и во-вторых, что включить в план проекта для последующих выпусков. Устанавливая ожидания заказчиков, вы помогаете им планировать необходимость технической поддержки и подготавливаете виды вопросов, которые они могут получить по электронной почте. Более важно то, что суммарные тесты устанавливают начальную точку для последующих выпусков, помогая заказчику устанавливать приоритеты для внесения изменений.

Организация отчета

После вступительного материала ваш отчет будет содержать сбор рассуждений обо всех наблюдениях, сделанных во время теста. Без сомнения, небольшая структура принесет пользу этому беспорядку, и существует небольшое количество организационных принципов, которые вы можете использовать для внесения порядка в хаос (табл. 4.1).

Структура, основанная на задачах: при этом подходе вы группируете наблюдения по задачам, представляя так, как вы структурировали тест удобства и простоты использования. Эта структура документирует каждую задачу правильным способом для того, чтобы пользователи выполнили ее, и затем каждую проблему, с которой

они столкнулись при этом. Так как задачи в дальнейшем могут быть сгруппированы в сценарии или цели, ваш отчет может следовать четкой строгой структуре. Этот подход имеет наибольший смысл, когда задачи и сценарии являются отдельными кусочками с их собственными наборами проблем удобства и простоты использования. Если у вас излишне много проблем удобства и простоты использования, может быть, лучше организовать ваш отчет по снимкам экранов.

Структура, основанная на страницах: некоторые веб-приложения используют единственную страницу для нескольких задач. Многие современные подходы к веб-дизайну минимизируют число страниц, позволяя пользователям выполнять множество операций на нескольких страницах. Философия дизайна следует общим тенденциям стремления сделать поведение в веб более похожим на работу с настольными приложениями. Этот подход является наилучшим, когда в наблюдениях есть много пересечений между задачами, потому что это позволяет разделить задачи по страницам. В этом случае ваш отчет должен просто включать раздел для каждой страницы, начиная с основных, на которых пользователь проводит больше всего времени. В качестве альтернативы вы можете упорядочить страницы по их серьезности — сначала идут страницы с наибольшими проблемами.

Следующий список показывает, как вы можете использовать эти подходы для организации отчета по удобству и простоте использования для сайта страхования здоровья. Каждый список представляет раздел вашего отчета по удобству и простоте использования.

Таблица 4.1. Два подхода к организации отчетов по удобству и простоте использования

Подход, основанный на задачах	Подход, основанный на страницах
Обращение за страховым полисом	Домашняя страница
Поиск доктора	Страница членов
Загрузка формы заявления	Страница результатов поиска
Заполнение заявления	Форма для поиска доктора
Проверка статуса заявления	Окошко загрузки форм
	Окошко моей учетной записи

Разделение пользователей по группам: важной особенностью будет разделение пользователей на отдельные группы. Вы можете наблюдать разные модели использования в разных группах. Или вы можете внести изменения в тест для каждой группы пользователей, возможно, потому, что каждая группа ответственна за разные задачи, или потому, что вы хотите проверить два разных дизайна в одном тесте. Поэтому влияние на организацию вашего отчета всецело зависит от того, как вы постройте группы для вашего теста.

Важно соотнести, как группы пользователей влияют на результаты. Если наборы результатов полностью отличаются для одного и того же теста, вы захотите показать результаты рядом друг с другом для сравнения. Подобным образом, если

результаты одинаковы для двух разных дизайнов, вы также захотите сравнить их друг с другом. С другой стороны, если вы проводите два различных теста — где вариации приспособляются к разным нуждам групп пользователей, — организация результатов по группам пользователей имеет больше смысла.

Соединение групп пользователей по вышеописанному примеру подхода, основанного на страницах, может повлечь несколько другую организацию отчета по удобству и простоте использования. Вот список разделов для отчета, который собирает группы пользователей в учетную запись:

- Домашняя страница
- Страница для определенной категории пользователей
- Страница результатов поиска
- Окошко моей учетной записи
- Окошко сравнения планов
- Окошко для членов
- Форма поиска доктора
- Окошко загрузки форм
- Окошки для сотрудников
- Окошко поиска продаж
- Окошко заказа материалов

Сконцентрируйтесь на наблюдениях по удобству и простоте использования

Так как суть отчета по удобству и простоте использования — в учете наблюдений, сделанных во время теста, эти пункты заслуживают особого внимания. Чтобы сохранить ваши наблюдения в контексте, лучше представить их рядом со снимками экранов связанных веб-страниц. Конечно, вы также должны рассмотреть более общие наблюдения, которые относятся ко всему сайту.

Покажите наблюдения со снимками экранов и откликами

Ваши результаты, по сути, комментарии к дизайну страниц. Самый ясный способ донести результаты до аудитории — это показать окошко и указать на проблемы, которые вы обнаружили (рис. 4.5).

Другой способ зафиксировать наблюдения — это показать окошки с указателями, нумерованными в местах, к которым относятся наблюдения (рис. 4.6). Таким образом, презентация может быть более ясной — никаких стрелок, растянутых по всему экрану, — но за ними может быть немного сложнее следить.

Если вы не боитесь вынести элемент окошка из контекста, можете разрезать ваш снимок экрана, чтобы показать только существенные области, и расположить наблюдения рядом с ними (рис. 4.7). Этот подход ясен и позволяет четко указать определенные области страницы. Обратная сторона этого подхода — это то, что вы должны подготовить намного больше изображений для отчета, что может отнять время.

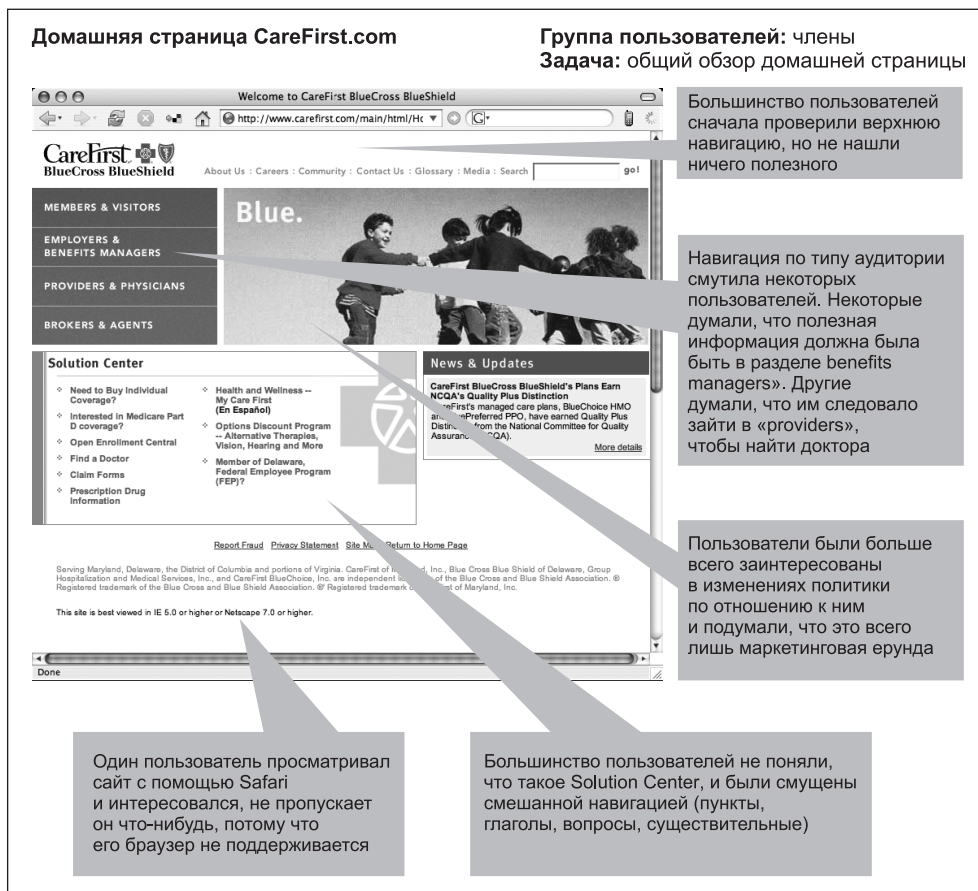
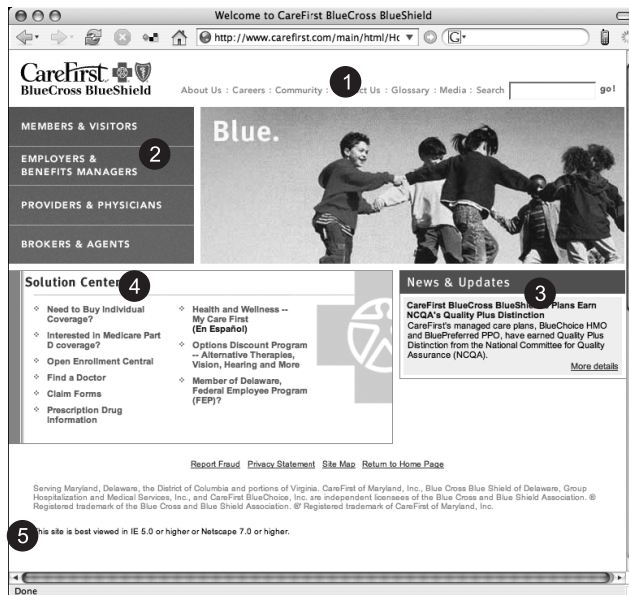


Рис. 4.5. Заказчики и дизайнеры одинаково положительно отзываюся о простом подходе «скриншоты и отзывы» для представления наблюдений. Даже несмотря на то, что отзывы могут занять часть экрана, они четко показывают контекст наблюдений

Домашняя страница CareFirst.com

Группа пользователей: члены

Задача: общий обзор домашней страницы



1 Большинство пользователей сначала проверили верхнюю навигацию, но не нашли ничего полезного

2 Навигация по типу аудитории смутила некоторых пользователей. Некоторые думали, что полезная информация должна была быть в разделе «benefits managers». Другие думали, что им следовало зайти в «providers», чтобы найти доктора

3 Пользователи были больше всего заинтересованы в изменениях политики по отношению к ним и подумали, что это всего лишь маркетинговая ерунда

5 Один пользователь просматривал сайт с помощью Safari и интересовался, не пропускает он что-нибудь, потому что его браузер не поддерживается

4 Большинство пользователей не поняли, что такое Solution Center, и были смущены смешанной навигацией (пункты, глаголы, вопросы, существительные)

Рис. 4.6. Кроме того, что сохранение снимков экрана проще, этот подход предоставляет больше места для описания наблюдений без необходимости ограничения пространством для отзыва. Вашим дизайнерам этот подход может понравиться больше всего, потому что он представляет дизайн окошка и чаще всего содержит пояснения

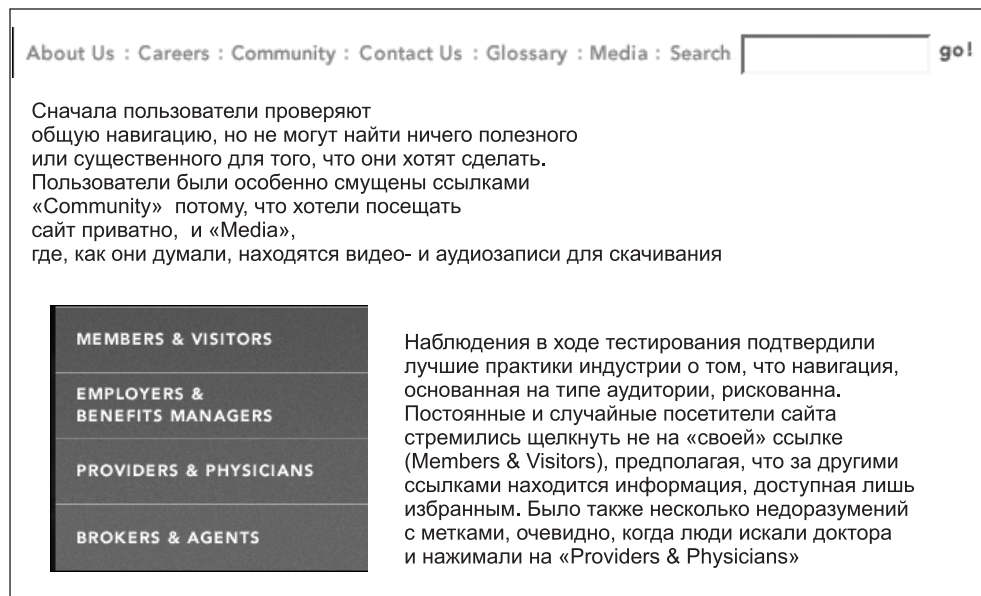


Рис. 4.7. Выстраивание в ряд группы выдержек из снимков экрана в отчете может привести к некоторому беспорядку. Не беспокойтесь о нем, у вас есть достаточно гибкости в том, как расположить все в отчете, если вы работаете только с нарезками из снимков экранов. В каком-то месте отчета вы можете захотеть показать экран целиком

Разделение между разными видами наблюдений

Некоторые из ваших наблюдений могут возникать на протяжении всего вашего сайта или отражаться в целом на всей странице. Вы можете представить эти более общие наблюдения таким же способом, как специфические наблюдения, но без стрелок, указывающих на области страницы (рис. 4.8).

Даже более общие наблюдения могут нуждаться в собственном разделе. Мы могли заметить, например, что пользователям нравится видеть кнопку **Save**, чтобы знать наверняка, что их работа сохранена на сервере. Если вы создали более автоматизированную веб-форму, которая автоматически сохраняет данные или сохраняет их при нажатии **Return** (или **Enter**), пользователи могут чувствовать себя неудобно с таким интерфейсом. Чем повторять эти наблюдения повсюду, лучше включить их в раздел «общие наблюдения» в начале или в конце вашего отчета (рис. 4.9).

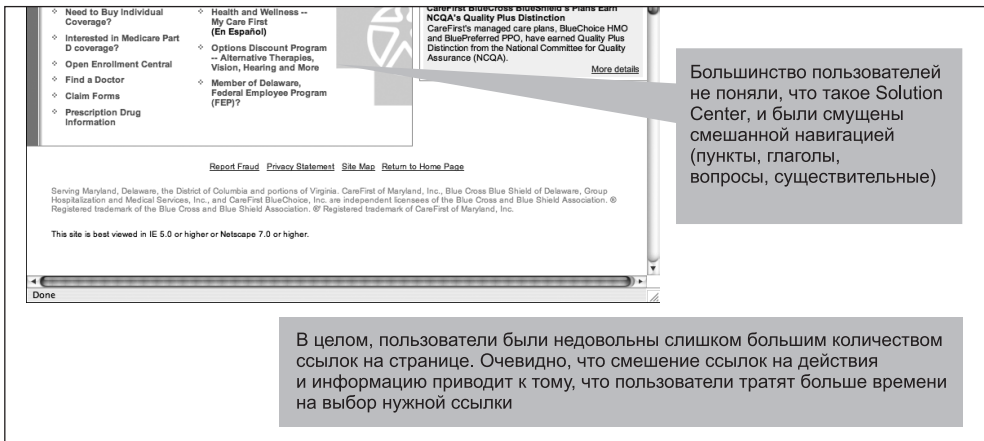


Рис. 4.8. Эти два наблюдения относятся к одной странице, хотя одно связано с определенной областью страницы, а другое более общее. Заметьте, что специфическое наблюдение имеет указатель, выходящий из него, тогда как общее наблюдение представлено просто прямоугольником с текстом

CareFirst.com Общие наблюдения

Действующие кнопки отличаются по формату. Некоторые варианты выглядят неактивными, как будто на них нельзя нажать



Группы ссылок несовместимы, содержат смешанные стили заголовков (например, Solution Center» на домашней странице)

- ❖ Interested in Medicare Part D coverage?
- ❖ Open Enrollment Central
- ❖ Find a Doctor
- ❖ Claim Forms

На всем сайте в разделах «News & Updates» важная внутренняя информация смешивается с маркетинговой. Пользователи научились игнорировать эти разделы, трактуя их, как если бы они были рекламными объявлениями

News & Updates

- :: [Hospital Comparison Tool Now Available](#)
- :: [CareFirst Introduces Consumer Directed Health Plan for Individuals](#)
- :: [CareFirst Transitions to New ID Card Processing Operation](#)

Рис. 4.9. Эта страница общих наблюдений для CareFirst.com. Хотя она не включает снимки экранов, она содержит список нескольких заявлений, которые были сделаны в процессе проверки удобства и простоты использования. Для того чтобы помочь читателям интерпретировать наблюдения, каждое из них сопровождается примером и ссылкой на страницу в самом отчете. Вы можете соединить общие наблюдения с фрагментами снимков экранов с помощью вышеописанной техники. Фрагмент снимка экрана может предоставить пример общего наблюдения вне контекста определенного окошка

Купить книгу на сайте [>>>](http://kniga.biz.ua)

Используйте числа

Одним из элементов третьего слоя являются количественные данные. Хотя я выражаю свое отношение по поводу этой информации достаточно четко, вы можете посчитать полезным дополнить ваши наблюдения. В Руководстве по тестированию удобства и простоты использования автор Джеффри Рубин разделяет мир метрик удобства и простоты использования на два основных типа: данные по исполнению и данные по предпочтениям. Данные по исполнению охватывают информацию типа «сколько времени занимает у пользователей выполнение задачи» или «как много ошибок они делают». Когда вы пытаетесь выяснить, нравится ли пользователям веб-сайт, вы собираете данные по предпочтениям, которые могут включать отклики на обзорные вопросы или количество жалоб, высказанных в процессе тестирования.

Книга Рубина предлагает отличный совет по уменьшению объема набора данных, основанный на целях теста. Когда просмотр Руководства окончен, вы возвращаетесь к работе над тем, как представить вашу информацию.

Количественные данные по исполнению: Рубин дополнительно делит данные по исполнению на два типа: один — время, другой — подсчеты и оценки. Данные по времени показывают, сколько занимает у участника какое-либо действие — выполнение задачи, усвоение информации, обнаружение и исправление ошибки. Вы можете также просто посчитать число различных случаев типа ошибок, пропущенных шагов или обращения за помощью.

Вы можете представить любые из этих данных обычными способами: таблица времен или оценок или серии столбиковых диаграмм, показывающих время, затраченное на задачу каждым из пользователей. Формат зависит от вашей аудитории, но вам следует также подумать над уместностью и смыслом этого подхода. Пока вы не охотитесь за определенными уровнями времени и оценок («Наши пользователи были способны оформить все за 176,29 секунды!»), строгие количественные данные бессмысленны.

Вместо этого подумайте о построении взаимосвязей между количественными данными и качественными — наблюдениями, сделанными в процессе тестирования. Расположение визуального представления количественных данных рядом с наблюдениями может усилить обе части информации.

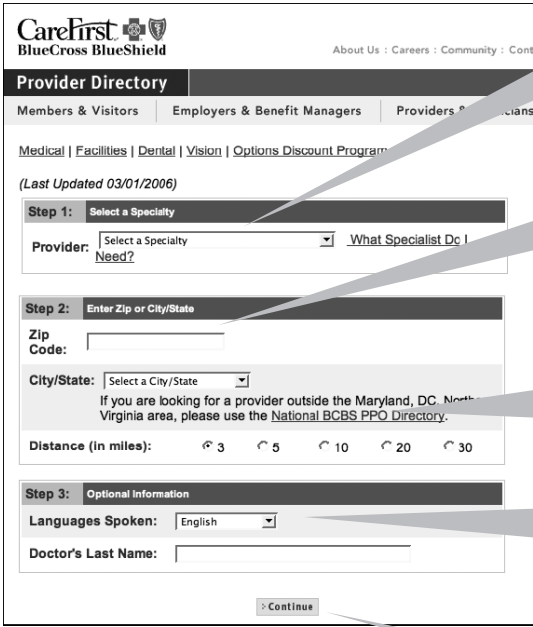
Количественные данные по предпочтениям: предпочтения по своей истинной природе субъективны. Намного проще для пользователей выразить предпочтение между двумя возможными способами. Спросите их, насколько сильно им нравится что-нибудь без возможности сравнения, и они будут заинтересованы более в том, чтобы понравится вам (или выглядеть хорошо), чем в объективном ответе.

Использование количественных данных по предпочтениям в качестве темы для строгого статистического анализа всегда кажется неадекватным. Понадобится эксперт по статистике (если у вас нет такого среди ваших друзей, вам следует побывать в кофейнях вблизи местного университета) для того, чтобы сказать наверняка,

подойдет ли определенный набор данных. Но если вы попросили пользователей оценить, насколько им нравится определенная особенность в пределах от 1 до 10, и затем усреднили эти значения, чтобы сказать, что 68 процентам людей нравится особенность, то необязательно все будет правильно.

Большинство данных по предпочтениям, которые вы собрали, могут быть вне всего объема наблюдений. Пока вы не ведете подсчеты, как предлагает Рубин, числа случаев предоставления негативных комментариев от пользователей или числа случаев, когда пользователи просят о помощи, большинство данных по предпочтению будут собраны в исследовании после теста. Это исследование может спрашивать пользователей об определенных особенностях или конкретных аспектах интерфейса (рис. 4.10, 4.11).

CareFirst.com, Раздел для поставщиков



Группа пользователей: члены
Задача: найти доктора

● ● ● Частота наблюдений

Некоторые пользователи были неуверены, какой специалист им нужен, а в списке были специальные термины ●

Пользователи имели возможность ввести ZIP-код, но не видели указаний о том, что они могут ввести ZIP или город, поэтому вводили и то и другое ●

По некоторым причинам, небольшое количество пользователей не посчитали вопрос о расстоянии сколько-нибудь полезным в данный момент ○

Некоторым пользователям было необходимо подтверждение того, что эта информация необязательна. Они были смущены вопросом об имени доктора ○

Кнопку трудно заметить, и она часто попадает за границу экрана ●

Рис. 4.10. Наблюдения этого окошка были усилены простыми пунктами, чтобы показать, как часто возникали ошибки. Более темные точки там, где чаще это наблюдалось. Каждое наблюдение также проводится с секундомером, чтобы показать, какую часть из всего времени задачи займет каждый элемент взаимодействия с пользователем

Если вопросы специфические, вы должны над ними больше поработать. Например, спрашивая у пользователей оценку списка особенностей в терминах, которые они могут использовать, вы собираете наибольший объем данных, что позволяет показать сравнения между особенностями. Вы можете также показать взаимосвязи между особенностями: люди, отобравшие особенность А сначала, затем обычно выбирают особенность Б.

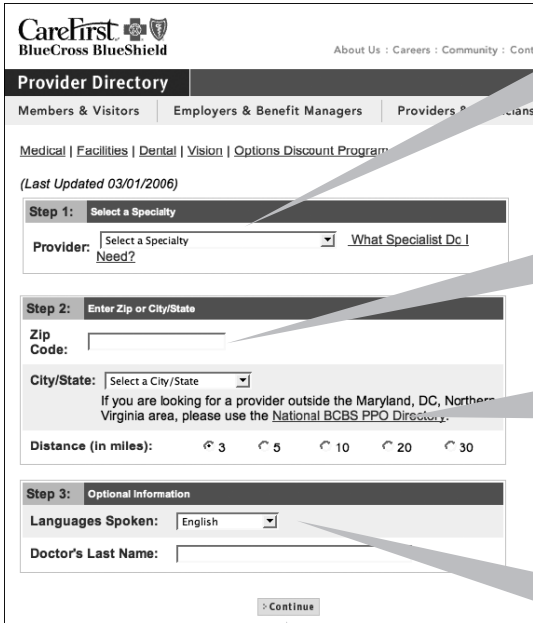
CareFirst.com, Раздел для поставщиков

Высказанные негативные комментарии

+ Просьбы о помощи

Группа пользователей: члены

Задача: найти доктора



Некоторые пользователи были неуверены, какой специалист им нужен, а в список были специальные термины

Пользователи имели возможность ввести ZIP-код, но не видели указаний о том, что они могут ввести ZIP или город, поэтому вводили и то и другое

По некоторым причинам, небольшое количество пользователей не посчитали вопрос о состоянии сколько-нибудь полезным в данный момент

Некоторым пользователям было необходимо подтверждение того, что эта информация необязательна. Они были смущены вопросом об имени доктора

Кнопку трудно заметить, и она часто попадает за границу экрана

☹️ 3 + 5

☹️ 0 + 0

☹️ 2 + 0

☹️ 2 + 0

☹️ 5 + 5

Рис. 4.11. Учет высказанных негативных комментариев или просьб о помощи может дать вам информацию для дополнения наблюдений. Как и на рис. 4.10, наблюдения на этом экране усилены добавлением обозначений, чтобы показать, где в этой онлайн-форме пользователи разочаровываются и начинают высказывать негативные комментарии

Риски при создании отчетов по простоте и удобству использования

Так как отчет пытается собрать и подвести итоги того, что произошло во время теста удобства и простоты использования, информация может теряться при перемещениях. Наблюдение, которое кажется безобидным или бессмысленным, в ходе теста может изменить общее соотношение. Так же могут потеряться некоторые тонкости основного наблюдения при его документировании.

Сохраняйте реалистичными оценки серьезности

Так как целью отчета по удобству и простоте использования является вынести на свет то, что произошло при проведении теста, некоторые вещи в вашем отчете могут показаться более серьезными, чем есть на самом деле. Простым включением наблюдений в отчет вы уже увеличиваете их серьезность. Владельцы могут легко ухватиться за наблюдения, которые «звучат правильно» для них — или, хуже того, подтвердить плохую идею по дизайну, которую сами придумали, — и тем самым тоже изменить общую картину.

Назначение оценки серьезности для наблюдений может держать это увеличение серьезности под контролем. Чем более объективны оценки, которые вы можете сделать, тем лучше. Конечно, серьезность проблем удобства и простоты использования — полностью субъективная оценка, но вы можете установить критерии того, что считать важными проблемами.

Таблица 4.2 показывает типичные определения.

Таблица 4.2. Оценки серьезности для отчетов по удобству и простоте использования

Оценка	Описание	Пример
Высокая	Препятствует выполнению задачи пользователем	Пользователь может не найти кнопки подтверждения и считает, что задача выполнена, несмотря на отсутствие кнопки
Средняя	Не препятствует выполнению задачи пользователем, но влечет значительные помехи, заметные пользователю	В системе возникает ошибка, когда пользователь нажимает кнопку подтверждения. Возвращаясь к форме, пользователь обнаруживает, что пропустил галочку, которая требуется для перехода вперед
Низкая	Не препятствует выполнению задачи пользователем, но влечет задержку или ошибку, которую пользователь не замечает	Пользователь знает, что нужно нажать кнопку подтверждения, но не может ее найти

Баланс между точностью отчета и читабельностью

Отчет по удобству и простоте использования представляет собой тонкий баланс между описанием того, что случилось, и сжатием нескольких часов тестирования

в удобочитаемые отрывки. Слишком много подробностей — и отчет потеряет свое значение. Слишком мало подробностей — и результаты станут сомнительными. Ваш отчет должен предоставлять достаточную детализацию для того, чтобы показать нюансы результатов: пользователи не говорят одинаково, некоторые наблюдения не так серьезны, как другие, модели поведения могут быть артефактами самого теста — вот только некоторые из этих нюансов. Представление наблюдений как безусловных — сила, которой надо пользоваться с огромной ответственностью. С другой стороны, слишком много ограничений и препятствий делают результаты бесполезными. Если вы не чувствуете себя комфортно, обрисовывая какие-нибудь выводы о сайте, владельцы и дизайнеры будут одинаково интересоваться, зачем вообще было проведено тестирование удобства и простоты использования.

Одним из способов нахождения этого баланса является назначение оценки серьезности для наблюдения (принимая во внимание вышеописанные риски). Вы можете использовать любое количество критериев для определения серьезности наблюдения. Пока вы используете одинаковые критерии для каждого наблюдения, оценка серьезности позволяет устанавливать приоритеты для наблюдений и показывать, какие из них заслуживают наибольшего внимания.

При верном использовании количественные данные позволяют квалифицировать наблюдения, чтобы делать утверждения типа «Даже несмотря на то, что пользователи пропускают кнопку подтверждения, это не мешает выполнению задачи, и это не является тем, на чем больше всего спотыкаются на странице. С другой стороны, это выпадающее меню с названиями штатов в географическом порядке от северного к южному...»

Преподнесение отчетов по удобству и простоте использования

Как и план теста удобства и простоты использования, отчет является достаточно простым для рассмотрения документом. При планировании презентации, однако, вам надо решить, какие части отчета вы хотите выделить, и потратить на них больше времени. Акцент будет зависеть от того, кому вы представляете содержимое отчета, и от цели презентации.

Тема совещания

Тема преподнесения отчета по удобству и простоте использования достаточно проста — людям из команды необходимо знать, что произошло в процессе тестирования удобства и простоты использования, — и это, к сожалению, вы получите вместе с любой другой причиной. Как сказано, вы можете захотеть изменить акцент на совещании в зависимости от того, для кого оно.

Представление выводов владельцам

Опыт показывает, что владельцы меньше заботятся о специфических наблюдениях по дизайну и больше — о направлении теста удобства и простоты использования в целом. Они хотят знать, успешен ли был сайт, были ли удовлетворены пользователи и были ли другие вопросы у участников или беспокойства по поводу организации. Это не говорит о том, что владельцы не заинтересованы результатами теста, но их интересы шире. Не тратьте больше времени на наблюдения, чем необходимо для прохода по всем основным пунктам. Если было несколько вещей, на которые последовательно указывали пользователи, убедитесь, что вы поговорили о них. Отойдите в сторону — рассмотрите некоторое необычное поведение, уникальное для одного пользователя, потому что это поможет показать, что вы получили широкий диапазон откликов.

С владельцами вам может понадобиться уделить больше времени вопросам до и после теста, что прольет свет на аудиторию в общем. Ответы участников на эти вопросы могут также включать их мысли по всей организации: или по другим линиям продуктов, или по бренду в общем. Надо надеяться, владельцы не захотят слишком сильно опираться на эти отклики — сложно узнать личную реакцию на бренд с помощью пары вопросов после того, как они высидели тест удобства и простоты использования, — но вам, возможно, понадобится прояснить границы этих вопросов.

Преподнесение итогов команде дизайнеров

Команда дизайнеров будет более заинтересована в наблюдениях и — в зависимости от команды — может потребовать решений. Когда люди, собранные на совещании, находятся здесь для прояснения того, как улучшить дизайн, они захотят вашей помощи в проникновении в мысли пользователей и оценят большую концентрацию на наблюдениях.

Структура совещания

При представлении отчета по удобству и простоте использования вашим владельцам или команде проекта вам следует всегда начинать с основ, напоминая им о целях теста и описывая его методологию и обеспечение. Способ проведения теста и обеспечение должны включать, когда и где тест был проведен, структуру теста и виды задач, которые вы просили пользователей выполнять, и быстрое краткое изложение того, кто приходил на тест. Несмотря на то что большая часть всего этого является повторением из плана теста, теперь вы знаете точно, что сделали и кто пришел. Если вы изменили свой подход в ходе теста или если профили пользователей были не полностью такими, каких вы ожидали, пришло время описать эти отклонения от плана.

До того как остановиться на наблюдениях, вы должны также кратко изложить их в паре пунктов. Сделав это, вы дадите основу для построения и установления

ожиданий того, что должно произойти дальше. Если вы не можете пройти по всей презентации, затроньте, по крайней мере, важные пункты.

Если ваш отчет также включает некоторый анализ, вы можете кратко описать его так же в начале презентации. При таком подходе участники совещания получают полную историю в первой части. Имея представление общей картины, вы можете углубиться в особенности. Как и подход, это зависит от того, кто присутствует на совещании.

Двигаясь по наблюдениям быстро

Вы можете предпочесть промчаться через наблюдения, отводя всего пару минут на каждую страницу или задачу и упоминая каждое наблюдение без углубления в детали конкретно о том, что сделал пользователь. Вы должны использовать этот подход, когда участники совещания не затрагиваются непосредственно наблюдениями по удобству и простоте использования или когда они здесь просто для обзора отчета и будут читать его более подробно позже.

Двигаясь по наблюдениям медленно

Некоторые дизайнеры не любят сидеть на совещаниях и лучше прочтут ваш отчет в безопасности и удобстве за своими столами и затем внесут изменения, которые следуют из теста удобства и простоты использования, в дизайн. Некоторые, однако, любят обсуждать вопросы совместно. Если это тип дизайнера, который есть в вашей команде, или тип дизайнера, которого вы хотите поддержать, вы будете отводить больше времени каждому наблюдению. Участники совещания захотят услышать истории, и это ваш шанс описать нюансы наблюдений. Может, у каждого есть трудности с пониманием формы, но каждый пользователь пробует что-то отличное, чтобы заставить это работать. Эти типы подробностей могут быть потеряны в вашем отчете, но они — идеальная тема для обсуждения на длительном совещании.

Устранение проблем

Конечно, вам не надо бросаться в крайности при структурировании этой части совещания. Золотая середина в том, чтобы пробежать по всем незначительным проблемам и остановиться подробно на более серьезных. Есть ли в процессе моменты, на которых спотыкается каждый пользователь? Столкнулись ли пользователи с трудностями при возвращении на домашнюю страницу? Были ли пользователи вынуждены войти в систему или зарегистрироваться? Эти проблемы могут иметь большее значение, чем просто выполнение задачи, от них зависит, будет ли жизнеспособной бизнес-модель веб-сайта. Вы можете использовать основную часть совещания для объяснения этих пунктов.

Представление рисков

При проходе по вашей презентации не беспокойтесь, если у ваших заказчиков или членов команды возникнут серьезные вопросы. Основной жалобой на отчеты по

удобству и простоте использования является то, что слишком много времени проходит между тестом и представлением результатов. Вы можете захотеть сжать этот отрезок даже до того, как запланировать презентацию.

Итоги отчета

Одна из величайших проблем с отчетами по удобству и простоте использования — это то, что владельцы не получают представление результатов сразу после теста. Они могут не понимать, что требуется некоторый анализ для составления отчета. Если вы можете выкроить несколько дней, этого может быть достаточно для составления отчета. Если владельцы оказывают давление, вы можете пойти на компромисс. Проведите совещание, где все люди, наблюдавшие за тестом, могут собраться вместе с людьми, которые на нем не присутствовали, и поговорить о том, что они видели.

Это совещание-компромисс не настоящая презентация отчета, но она может быть важным инструментом управления заказчиком, способным дать вам время для составления настоящего отчета. Риск, конечно, в том, что в отчете-компромиссе нет анализа, поэтому наблюдения будут вне контекста и вы можете что-то упустить. Владельцы должны осознавать этот риск и понимать, что после дальнейшего анализа вы можете определить другие приоритеты.

Будьте объективными и честными

Проверка удобства и простоты использования, как она практикуется большинством людей, является неточной наукой, и, более того, часто в наблюдениях нет места для интерпретаций. В процессе представления наблюдений будьте осторожны при разделении того, что случилось, и вашей интерпретации этого. Например, пользователи веб-приложения могут последовательно пропускать кнопку подтверждения. Вы не знаете, почему они ее пропустили, возможно, она слишком мала, или недостаточно выделяется на фоне, или, возможно, она выглядит неактивной. Но вы, скорее всего, спросили пользователей, почему они ее пропустили.

При описании этого наблюдения вы можете сказать, что люди последовательно пропускали кнопку, и затем предложить несколько объяснений, почему. К сожалению, природа тестирования удобства и простоты использования такова, что вы можете никогда не найти четкого объяснения, но команде может быть необходимо остановиться на чем-нибудь одном для разработки решения.

Приготовление к вопросам о дизайне

«Так что мы должны делать?» Вы можете столкнуться с таким вопросом после прохода по проблемам дизайна веб-сайта. Если вы не определились с ролью как лицо по исследованию удобства и простоты использования, сейчас самое время сделать это. Некоторые аналитики по удобству и простоте использования чувствуют себя уверенно, предлагая решения. Другие видят четкую разницу между обнаружением и диагностикой проблемы и ее решением. Если вы примыкаете ко второму лагерю,

вы можете чувствовать себя неуверенно, предлагая возможные решения, как если бы это выходило за пределы ваших обязанностей. Если утверждение «Я не решаю, я только идентифицирую» не работает с вашей командой, вы можете нуждаться в наличии некоторых идей в заднем кармане. Сложные проблемы дизайна не имеют единственного ответа, поэтому заставьте себя придумать пару разных подходов для каждой важной проблемы дизайна. В случае с кнопкой, которую люди пропускали, вы можете предложить пару объяснений и затем решений, вытекающих из этих объяснений. Одним объяснением может быть то, что кнопка теряется на странице, потому что на ней слишком много других активных элементов, на которые можно нажать. Другое объяснение в том, что кнопка может быть слишком мала и слишком удалена от активной области, чтобы быть визуально уместной для остальной части страницы. Предложив эти объяснения, вы можете посоветовать некоторые решения.

Отчеты по удобству и простоте использования в контексте

Тестирование удобства и простоты использования может быть сложным процессом, полным забот об обеспечении, методологии и политике. Эти сложности, однако, также являются величайшим призывом к тестированию: они связывают вместе всех в проекте. Отчет служит местом сбора, так сказать, поворотным пунктом, который все должны пройти и понять.

Можно сказать, что есть что-то необъяснимо приятное в сборе всех в работе на единой общей основе. Объем отчета по удобству и простоте использования может варьироваться от простых шагов в большем процессе до начальной точки, которая определяет план для следующей стадии разработки.

Использование отчета по удобству и простоте использования с другими документами

Как часть процесса дизайна, отчет по удобству и простоте использования является связующим звеном между различными фазами методологии. С каждым отчетом по удобству и простоте использования вы узнаете немного больше о том, как ваша аудитория отзывалась о веб-сайте и что в дизайне работает, а что нет. Так как отчет служит соединением между фазами, ему необходимо взаимодействовать с другими документами.

Отчеты по удобству и простоте использования и другие документы по потребностям пользователей

В этой книге отчеты по удобству и простоте использования классифицированы как документы по потребностям пользователей, потому что они предоставляют

изображение пользователя. В случае отчета по удобству и простоте использования это изображение пользователя описано с помощью использования веб-сайта, структурных характерных черт пользователя, в качестве наблюдений.

Отчет может хорошо работать с другими документами. Действующие лица могут предоставлять каркас для описания участников в отчете по удобству и простоте использования. Ваш отчет будет сильнее, если вы сможете показать, как люди, отобранные для участия в тесте, отражают ранее установленные профили. Более сильный отчет — это тот, который распознает эти начальные профили, так как он демонстрирует готовность роста с появлением новой информации.

Другой документ по потребностям пользователя, описанный в этой книге, — это план тестирования удобства и простоты использования, родственник документу к отчету. В отчете необходимо кратко повторить план, чтобы напомнить команде проекта подход теста и его цель.

Отчеты по удобству и простоте использования и стратегические документы

Несмотря на возможность изобразить соединения между вашим тестом удобства и простоты использования и тем, что вы узнали о конкурентах, или концепциями в основе модели, фокусом вашего отчета должен являться тест удобства и простоты использования. Пока важно сохранить ваши документы взаимосвязанными друг с другом, контекст для отчета устанавливается документами по дизайну.

Отчеты по удобству и простоте использования и документы по дизайну

Маловероятно, что вам придется явно упоминать документы по дизайну в отчете по удобству и простоте использования, но есть несколько исключений.

Каркасы страничек: есть пара случаев, в которых вы должны использовать каркасы страничек вместо снимков экрана. Если в тесте вы использовали каркасы вместо настоящего веб-сайта для проверки, вам необходимо использовать каркасы в отчете для предоставления контекста наблюдений (рис. 4.12).

Другая причина использования каркасов в отчете заключается в том, чтобы заменить снимки экрана, когда они оказываются слишком отвлекающими или конкурирующими за данные с более важной информацией. Даже если каркасы не являются адекватным представлением экрана, они могут быть полезными. Вообразите, например, что ваш каркас не использует схемы — он только показывает куски содержимого на экране и связанные приоритеты без схемы страницы. Ваши тесты удобства и простоты использования могут включать результаты, которые показывают, какое содержимое притягивает пользователей. Это может показать хороший контраст между задуманными приоритетами и реальными.

Карты сайта и блок-схемы: эти документы показывают возможные пути, которыми пользователь может пойти при работе с сайтом, но тестирование удобства

и простоты использования всегда демонстрирует, что пользователь стремится найти самые странные (если не самые короткие) расстояния между точками А и Б. Как и каркасы страниц, карты сайта и блок-схемы (называемые потоками) могут быть использованы при тестировании удобства и простоты использования вместо прототипа или набора страниц. В этом случае вы захотите включить эти диаграммы, чтобы показать, как участники реагируют на них.



Рис. 4.12. Этот каркас представляет домашнюю страницу сайта в терминах областей содержимого и соответствующих приоритетов без использования какой-либо схемы. Результаты удобства и простоты использования — какое содержимое получило больше всего внимания от пользователей — показано точками разного размера и яркости. Размер кружочка показывает, что пользователи смотрели больше всего на это содержимое, а яркость — вероятность взаимодействия с ним. Вы можете проделать это и с настоящим окошком, но ваши данные могут конкурировать с дизайном, делая интерпретацию сложной, и настоящее окошко может не предоставлять такого интересного контекста, как каркас

Но потоки также могут предоставлять контекст для представления результатов. Вообразите, что веб-сайт предлагает многочисленные пути к набору документов, и единственная вещь, которая вас интересует, это типичный путь, выбираемый пользователями. Карта сайта идеальна для представления этой информации и может даже служить в качестве основы для сравнения различного поведения, как на рис. 4.13.

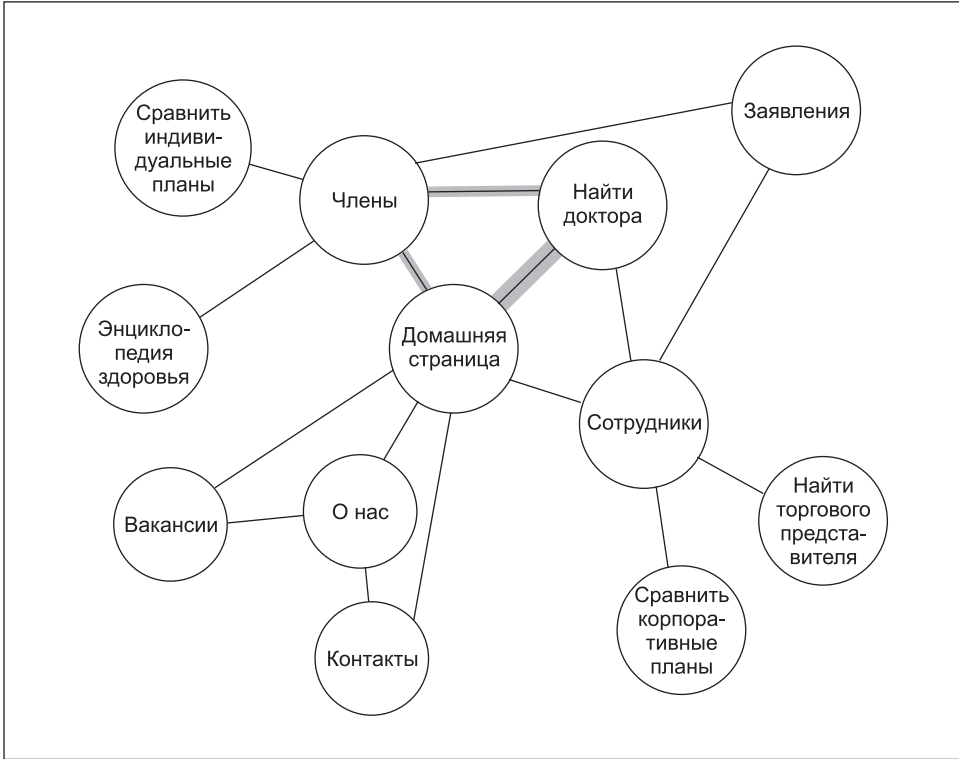


Рис. 4.13. В процессе этого теста удобства и простоты использования участники должны были перейти к документу в глубине сайта. Большинство пользователей нашли одинаковый путь, но небольшое количество пошло другим путем. Число пользователей показано весом или толщиной линии. Эта простая диаграмма может передать много информации

Проникая в их мысли

Из заключения предыдущей главы следовало, что тестирование удобства и простоты использования будет жить вечно в какой-либо форме. Для меня сложно изменить мои представления в пределах главы, но важно подумать, какую форму они примут.

Правильно проведенное тестирование удобства и простоты использования — прекрасный способ увидеть, работает ли сайт, но оно имеет несколько серьезных методологических проблем, которые надо преодолеть. Помещение пользователей в искусственную среду — вне контекста, в котором они будут использовать сайт, сидя следом за кем-то, кого они никогда не увидят снова, отвечая на вопросы, которые им никто раньше не задавал, — означает, что тестирование удобства и простоты использования в этой текущей форме — техника дизайна, пытающаяся быть наукой.

Многие профессионалы по взаимодействию с пользователями в наши дни защищают подход, при котором выходят за пределы лаборатории, избавляясь, таким образом, от искусственной среды и работая с пользователями там, где они на самом деле используют веб. Без сомнения, это отпугивает некоторых так же сильно, как и меня. Если мы провели достаточно трудную работу, отыскивая пару дней в расписании для проведения тестирования и получая хорошую подборку пользователей для проверки, будет ли сложнее посетить их дома и офисы? Скорее всего, ответ «да», но большинство проблем не в обеспечении, а в методологии. Тип тестирования не подойдет для каждой ситуации.

На самом деле развитие веб и процесса веб-дизайна указывает на более непосредственный доступ к результатам удобства и простоты использования. Все больше и больше веб-ориентированных сервисов запускаются в так называемых бета-версиях их сайтов, в основном завершенных, но все еще требующих некоторых поправок и улучшений. Некоторые сайты живут в называемых в промышленности «вечных бета-версиях». Эти сайты меняются ежедневно. Основные допущения о том, как построен и используется веб, испытывают серьезные изменения.

Ранние инициаторы этого методологического сдвига, вероятно, не проводили тестирования удобства и простоты использования тем способом, которым пользуемся я и вы. Они, возможно, планировали начальный сайт осторожно, показывали его, собирая отзывы и готовя новые выпуски каждый день в ответ. И теперь мы возвращаемся к теме нашей главы: пониманию того, как люди используют веб-сайт. Когда вы проводите тестирование удобства и простоты использования, сидя с настоящими пользователями, вы получаете богатый набор данных. Люди, которые строят «вечные бета-версии» сайтов, не имеют доступа к столь глубокой информации. На следующем этапе тестирования удобства и простоты использования необходимо стремиться к двум вещам: богатому набору данных и быстрому близкому отклику.

Когда это произойдет, отчеты по удобству и простоте использования будут выглядеть совсем по-другому, но они будут содержать много тех же видов информации, которые описаны в этой главе.