

AISHOP vs. Wosbee.com

Empiirinen käytettävyystutkimus

Sisältö

1. Aluksi	1
2. Tutkimuksen toteuttaminen.....	2
3. Tulokset	3
3.1. Verkkokauppa.....	3
3.2. Hallintapaneeli.....	7
4. Johtopäätöksiä.....	12
5. Lähteet.....	16
6. Liitteet.....	17
Liite 1	17
Liite 2	18
Liite 3	20

1. Aluksi

Anders Inno julkaisee sarjan käytettävyyttä käsitteleviä artikkeleita. Kirjoitusten tarkoituksena on valaista käytettävyyssajattelua ja sen toteutumista Anders Innon ohjelmistonkehityksessä. Samalla saadaan hyödyllistä tietoa, jota voidaan käyttää Anders Innon tuotteiden kilpailukyyn parantamiseen. Sarjan aloitti yleisluontoinen artikkeli käytettävyyssajattelusta ja sen esteistä (Anders Inno 2011a). Toisessa artikkelissa vertailtiin Anders Innon AISHOP-verkkokaupparatkaisun ja Wosbee.com-verkkokaupan hallintapaneelin toiminnallisuuksia tutkimuskirjallisuudessa esitettyjen käytettävyyshanteiden perusteella (Anders Inno 2011b). Käsillä olevaa kolmatta artikkelia varten toteutettiin edellä mainituista ohjelmistoista pienimuotoinen käytettävyystutkimus. Tutkimuksella oli kolme toisiinsa läheisesti liittyvää tarkoitusta. Ensimmäisenä tarkoituksena oli saada käytännöllistä tietoa siitä, miten ihmiset tosiasiaassa käyttävät AISHOPia. Toisaalta haluttiin tietää, miten AISHOP pärjää sellaisessa konkreettisesti vertailussa toisen verkkokaupparatkaisun kanssa, minkä suorittavat käyttäjät, jotka eivät ole aikaisemmin käyttäneet kyseisiä

verkkokauppaohjelmistoja. Lisäksi tutkimuksen avulla haluttiin identifioida mahdollisia käytettävyyden pullonkauloja joihin puuttamalla AISHOPin käyttökokemusta voitaisiin hioa entistäkin optimaalisemmaksi.

Vertailu suoritettiin AISHOPin ja Wosbee.comin välillä, sillä Anders Inno on profiloitunut itsensä yrityksille räätälöityjen verkkokaupparatkaisujen toteuttajana ja olemme ylpeitä saavutuksistamme ja osaamisestamme verkkokauppa-alalla. Yritysassiakkaiden tarpeisiin räätälöitävä AISHOP on monessa mielessä Anders Innon ohjelmistokehityksen lippulaiva. Wosbee.com on vuorostaan tunnettu suomalainen verkkokauppaohjelmisto. Vaikka tutkimuksen toteuttaakin Anders Inno, niin tarkoituksenamme on arvioida ohjelmistoja mahdollisimman objektiivisesti. Tähän meitä motivoi mahdollisuus saada tutkimuksen avulla hyödyllistä tietoa oman järjestelmämme vahvuuksista sekä myös sellaisista alueista joilla voisimme parantaa ohjelmiston toimintaa palvelemaan asiakkaitamme entistäkin paremmin. Parhaiten tämä onnistuu asettamalla oma ohjelmistonne objektiiviseen vertailuun erään markkinoiden johtavan verkkokaupparatkaisun kanssa.

2. Tutkimuksen toteuttaminen

Pienimuotoinen tutkimus toteutettiin kolmen testihenkilön voimin. Testihenkilöt olivat miespuolisia ja iältään 21–28-vuotiaita. Kukaan testattavista ei ollut aikaisemmin käyttänyt Wosbee.comia tai Anders Innon verkkokauppaohjelmistoa. Testihenkilöitä voisi luonnehtia aktiivisiksi netinkäyttäjiksi, sillä antamiensa tietojen mukaan he käyttävät Internetiä keskimäärin 5-10 tuntia päivässä. Lisäksi testajaat ovat varsin kokeneita verkkokauppojen käyttäjiä; he arvelivat käyttäneensä keskimäärin 5-10 erilaista verkkokauppaa. Käyttökokemukset verkkokaupoista olivat kuitenkin yksinomaan ostajan roolista, sillä kukaan testihenkilöistä ei ollut ylläpitänyt omaa verkkokauppaa tai myynyt tuotteita verkkokaupassa. Testihenkilöt käyttivät verkkokauppoja tuotteiden ostamiseen, tuote- ja hintatietojen hankkimiseen sekä tuotteiden keskinäiseen vertailuun. Tiivistäen voidaan sanoa, että tutkimuksen osallistujilla oli paljon käyttökokemusta web-pohjaisista käyttöliittymistä ja verkkokaupassa asioinnista mutta ei lainkaan verkkokaupan ylläpitotehtävistä.

Tutkimus toteutettiin Anders Innon testilaboratoriossa ja se eteni seuraavalla tavalla. Osallistujille jaettiin ensin täytettävä kyselylomake, jossa kysyttiin heidän perustietonsa sekä käyttökokemuksensa verkkokaupoista (liite 1). Tämän jälkeen käyttäjille jaettiin tiedot kuudesta koetehtävästä (liite 2), joista kolme piti suorittaa verkkokaupan asiakaspuolella ja kolme hallintapaneelissa. Testihenkilöt tekivät yksitellen kaikki kuusi tehtävää sekä Wosbee.comissa että Anders Innon AISHOP-verkkokaupassa. Testaajille annettiin mahdollisuus turvautua halutessaan ohjeisiin, kunhan linkki ohjeisiin löytyi suoraan verkkokaupan kautta. Lisäksi testaajilla annettiin mahdollisuus keskeyttää tehtävä halutessaan, mikäli tehtävän suorittaminen ei onnistunut kohtuullisessa ajassa. Tietokoneen ruutunäkymä tallioitiin jokaisen tehtävän suorittamisen aikana TechSmithin Camtasia Studio -ohjelmistolla. Lopuksi testihenkilöt saivat antaa vapaamuotoista palautetta ja kehitysehdotuksia AISHOPin toiminnasta (liite 3). Tämän jälkeen testauksen aikana tallennettu videomateriaali analysoitiin ja tulokset kirjattiin ylös.

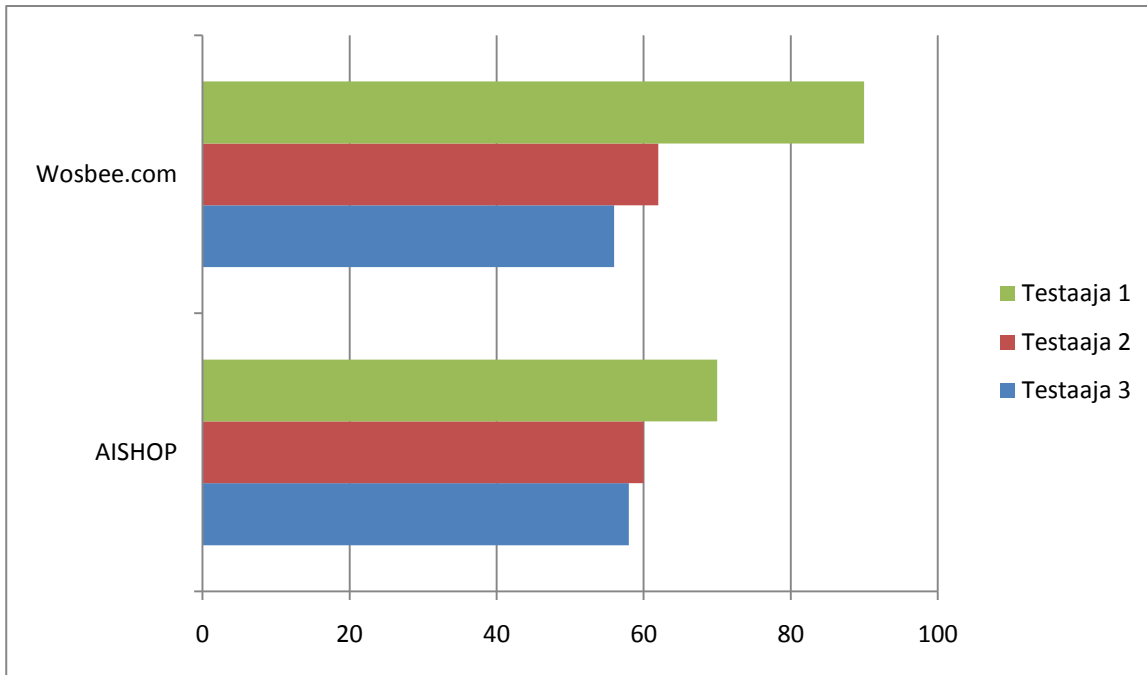
Tutkimuksessa käytettiin AISHOPin kokeilukäyttöön tarkoitettua verkkokauppaa, joka oli tutkimushetkellä järjestelmän revisiossa 7226. Verkkokaupan ulkoasuna käytettiin ohjelmiston triumph2-oletusteema. Oikeassa AISHOP-järjestelmässä ulkoasu räätälöidään aina asiakkaan toiveiden mukaisesti. Käytetty Wosbee.comin versio oli 1.14. Wosbee.comin ulkoasuna käytettiin ohjelmiston oletusulkoasua B2C-kaupalle.

3. Tulokset

3.1. Verkkokauppa

Verkkokauppaan liittyvät tehtävät sujuivat yleisesti ottaen kaikilta testihenkilöiltä varsin sujuvasti. Suurempia ongelmia ei ilmennyt ja suurimmat erot tehtävistä suoriutumisesta aiheutuivat testaajien erilaisesta kirjoitusnopeudesta jolla tarvittavia tietoja syötettiin tilaus- ja rekisteröintilomakkeisiin. Kuviossa 1 esitetään ensimmäisen tehtävän tulokset graafisessa muodossa. Graafisessa esityksessä vaakarivi kuvaa sekunteina tehtävän suorittamiseen kulunutta aikaa. Pystyrivi on jaettu kahtia ohjelmistojen välillä sekä kumpikin näistä puoliskoista on jaettu kolmeen osaan kolmen testaajan mukaisesti. Kuviota edeltää ensimmäisen tehtävän määrittely ja kuvion jälkeen esitetään yleisiä havaintoja tehtävän suorittamisesta. Samanlaista esitystapaa käytetään kaikista tutkimuksen aikana kaikkien tehtävien tuloksista.

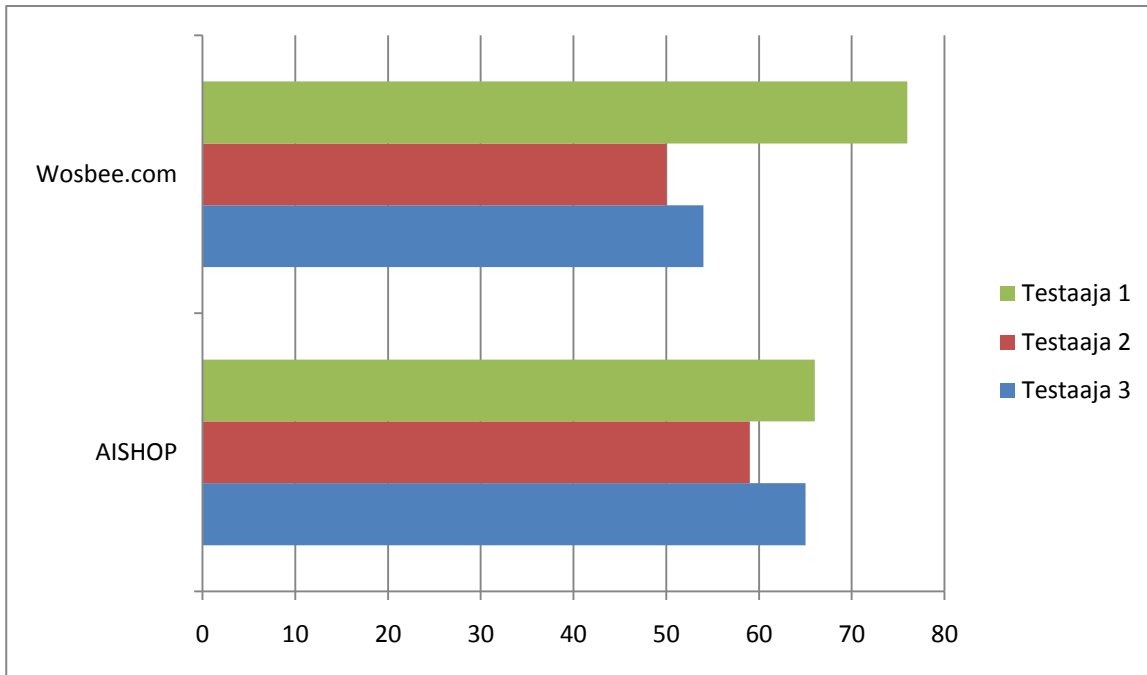
Tehtävä 1. Tilaa verkkokaupasta 5 kappaletta tuotetta Punainen paita. Valitse maksumenetelmäksi Nordea Solo ja toimitustavaksi Matkahuollon Lähellä-paketti.



Kuvio 1. Tuotteen tilaaminen verkkokaupasta.

Tuotteen etsiminen ja lisääminen ostoskoriin oli molemmissa kaupoissa käyttäjille helppoa ja tehtävän suorittaminen tapahtui näin ollen suoraviivaisesti. Kaikki testaajat käyttivät aluksi hakutoimintoa, jolla he hakivat tuotteen, avasivat tuotetiedot ja lisäsivät tuotetta haluamansa määrän ostoskoriin. Tämän jälkeen he siirtyivät suoraan linkistä tilauslomakkeeseen. Wosbee.comissa ostoskoriin lisääminen hämmensi käyttäjiä jonkin verran, sillä ohjelma ei antanut minkäänlaista visuaalista ilmoitusta siitä, että tuote on lisätty ostoskoriin - toisin kuin AISHOP, jossa tapahtumasta ilmoitettiin selkeästi. Toimitus- ja maksutapojen valitseminen oli kummassakin kaupassa helppoa, sillä halutut tavat piti yksinkertaisesti valita tilauslomakkeen alusvetovalikoista. Yhtä testaajaa hämmensi hieman se, että AISHOPin tilauslomakkeen Tilaa tuotteet -napin painamisen jälkeen siirrytään seuraavalle sivulle, jossa käyttäjän pitää vielä painaa Vahvista tilaus -painiketta. Kaiken kaikkiaan tilaaminen onnistui hieman nopeammin AISHOP-verkkokaupasta, mikä oli osaltaan seurausta edellä mainitusta Wosbee.comin ongelmallisesti ostoskorista.

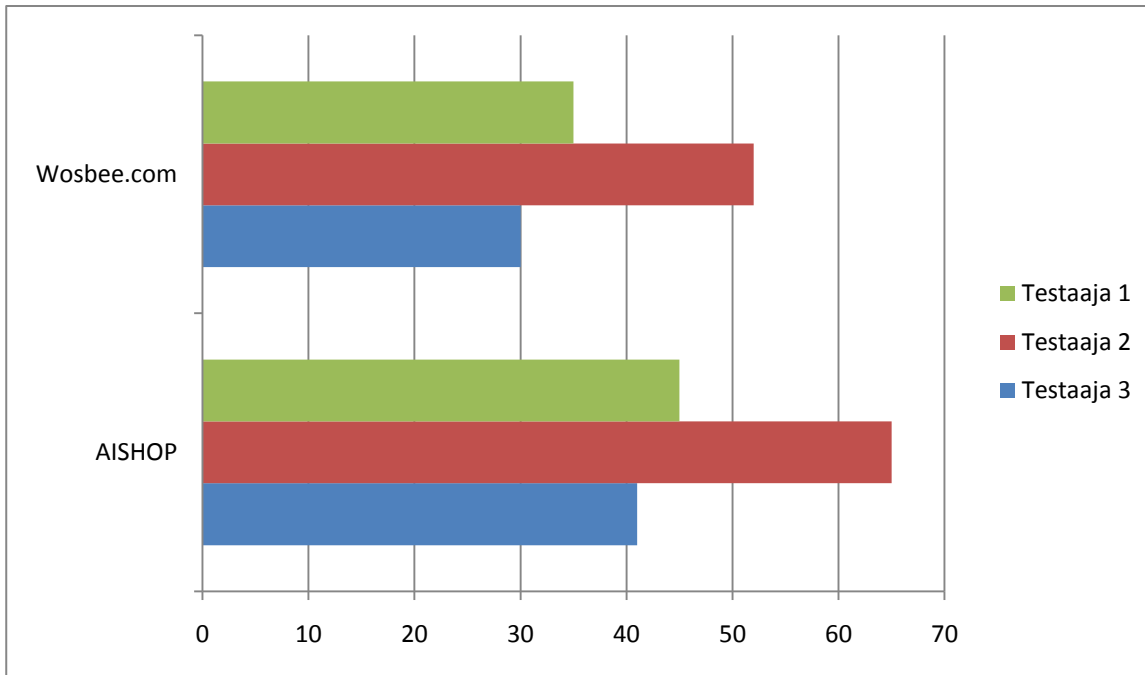
Tehtävä 2. Lisää ostoskoriin 8 kappaletta tuotetta Housut. Muuta sitten tietoja siten, että poistat Housut ostoskorista ja lisäät sinne 11 kappaletta tuotetta Solmio. Tilaa tuotteet.



Kuvio 2. Tuotteen lisääminen ostoskoriin, ostoskorin tietojen muuttaminen ja tilaaminen.

Myös toinen tehtävä sujui testihenkilöiltä enimmäkseen sujuvasti ja ongelmitta. Aiemman tehtävän tapaan testaajat etsivät haluamansa tuotteen hakutoiminnon avulla ja lisäsivät sen ostoskoriin. Wosbee.comissa ostoskoriin lisääminen hämmensi jälleen hieman osaa käyttäjistä. Tuotemäärien muuttaminen ja tuotteiden poistaminen ostoskorista sujuivat kuitenkin molemmissa kaupoissa intuitiivisesti. Erot käyttäjien aikamäärissä aiheutuivat lähinnä siitä, että toiset testaajat kirjoittivat yhteystietonsa tilauslomakkeeseen muita hitaammin. Kauppojen välillä ei ilmennyt tässä vaiheessa suuria ajallisia eroja tehtävien suorittamisessa. Ensimmäinen käyttäjä suoriutui tehtävästä noin kymmenen sekuntia hitaammin Wosbee.comissa kuin AISHOP-verkkokaupassa. Toinen ja kolmas testihenkilö suorittivat taas tehtävän AISHOP-verkkokaupassa noin kymmenen sekuntia hitaammin kuin Wosbee.comissa.

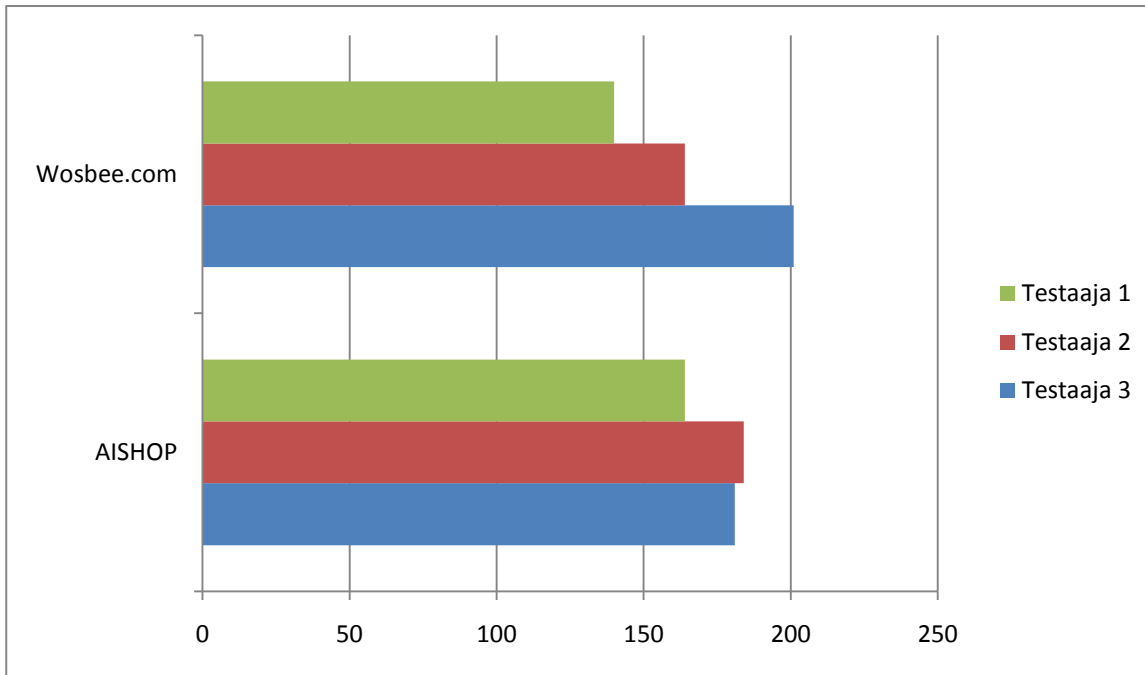
Tehtävä 3. Rekisteröi haluamasi käyttäjätunnus verkkokauppaan. Kirjaudu sisään. Etsi kaupasta tuote Housut ja lisää sitä 2 kappaletta ostoskoriin. Kirjaudu ulos.



Kuvio 3. Verkkokauppaan rekisteröityminen.

Verkkokauppaan rekisteröitymisessä ei havaittuja suuria eroja järjestelmien välillä. Wosbee.comin rekisteröinti oli keskimäärin noin kymmenen sekuntia nopeampi. Tämä johtuu kahdesta seikasta. Ensinnäkin AISHOPin rekisteröinti edellytti siirtymistä ensin asiakashallinto-sivulle oikean yläreunan linkistä ja vasta tämän jälkeen käyttäjä pääsee klikkaamaan rekisteröintilomakkeeseen johtavaa linkkiä. Wosbee.comissa etusivulla oli suora linkki rekisteröintilomakkeeseen. Lisäksi AISHOPin rekisteröintilomakkeessa oli jonkin verran enemmän täytettäviä kohtia. Testihenkilöiden kommentissa toivottiin AISHOPiin rekisteröinti-linkkiä suoraan kirjautumiskohdan yhteyteen. Tässä kohtaa AISHOP kärsi käytetystä ulkoasusta, sillä oletusulkoasussa suoraa rekisteröintilinkkiä ei ole, mutta sellainen on aina toteutettu asiakkaan etusivulle hänen toiveidensa mukaan.

Kokonaisuutena kauppavertailussa ei ilmennyt järjestelmien välillä suuria eroja. AISHOPin yhteen laskettu keskiarvoaika kaikkien kolmen tehtävän suorittamiseen oli 176,3 sekuntia. Wosbee.comissa sama keskiarvo oli 168,3 sekuntia. Testihenkilöiden kommentissa AISHOPin verkkokauppaa pidettiin pääosin selkeänä, nopeana ja miellyttävänä. Testaja 2 kuvaili verkkokaupassa asiointia sanoilla "miellyttävä, verkkokaupamainen, ja asiat paikoilla joista ne löytyvät".

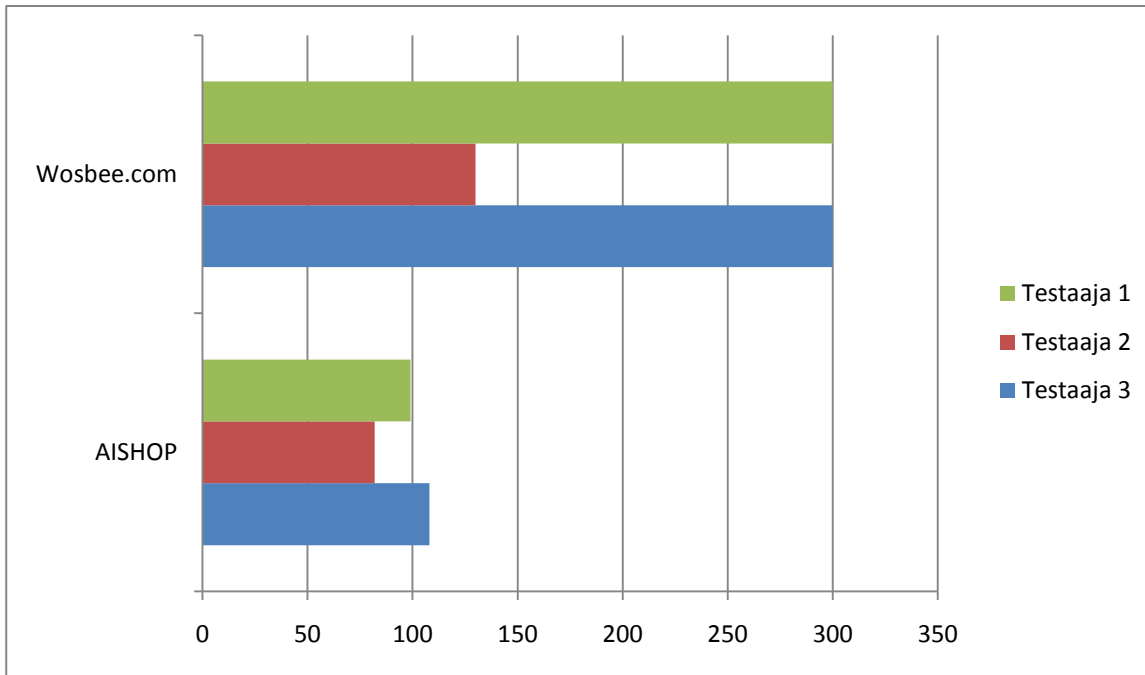


Kuvio 4. Verkkokaupan tehtävien suorittamiseen kulunut kokonaisaika.

3.2. Hallintapaneeli

Hallintapaneelia testattaessa verkkokauppajärjestelmien välillä alkoi näkyä enemmän eroja. Myös keskeytyksiä tapahtui, kun testaajat eivät onnistuneet kohtuullisessa ajassa tekemään suoritettavaa tehtävää.

Tehtävä 1. Luo järjestelmään Solmiot-tuoteryhmään/kategoriaan uusi tuote ohessa annetuille tiedoilla.

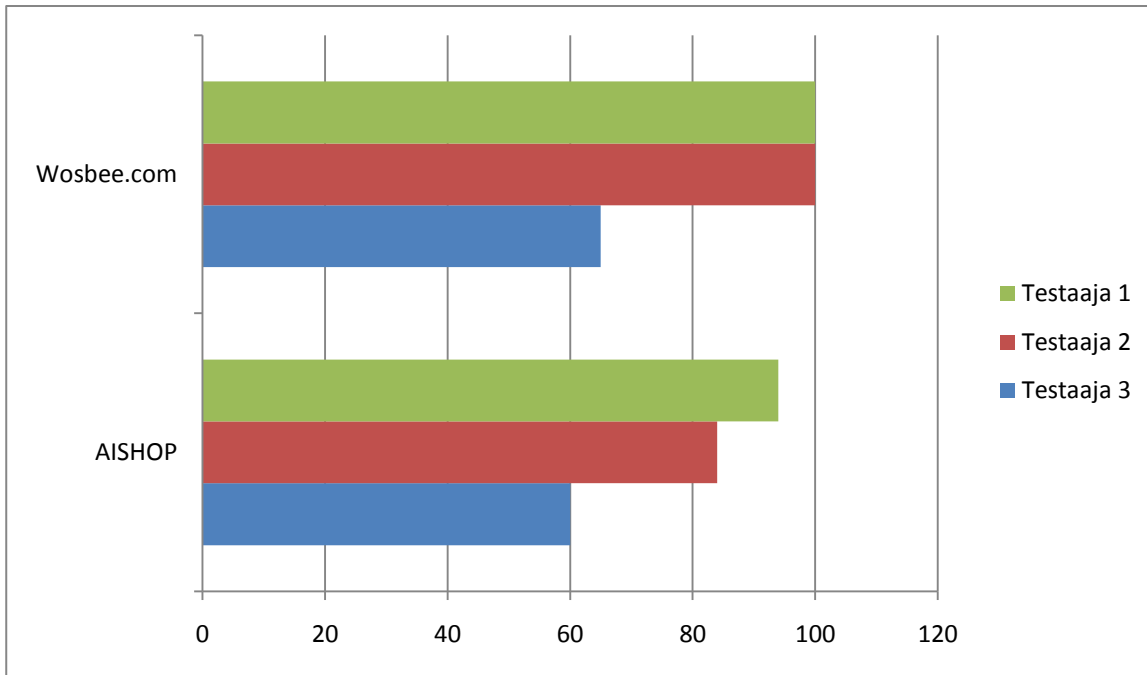


Kuvio 5. Uuden tuotteen luominen hallintapaneelissa.

Vain yksi testaaja onnistui luomaan uuden tuotteen Wosbee.comin hallintapaneelissa. Muut joutuivat turvautumaan ohjeisiin mutta eivät siltikään onnistuneet luomaan uutta tuotetta vaan lopettivat yrittämisen turhautuneina. Suurimpana vaikeutena oli se, että Wosbee.comin tuotehallinta aukeaa pop-up-ikkunana, joka ei jostain syystä auennut kunnolla kuin yhdelle testaajalle. Tämäkin testaaja joutui vielä etsimään huomattavan pitkän ajan uuden tuotteen luomismahdollisuutta, sillä pop-up-ikkuna näyttää ainoastaan tuoteryhmien hallinnan ja käyttäjän pitää osata luoda uusi tuote ryhmän sisälle. AISHOPin hallintapaneelissa yhdellä testaajalla oli aluksi hieman samanlainen ongelma, sillä hän suuntasi ensimmäisenä Tuotteet-osion kautta tuotekategorioiden hallintaan. Testaajalta kesti noin 30 sekuntia ennen kuin hän tajusi, että tuotetta ei lisätä tästä kohdasta.

AISHOP selviytyi kuitenkin selvästi paremmin tästä tehtävästä. Käyttäjät huomasivat heti aluksi Luo uusi tuote -pikakuvakkeen etusivulle, jota kautta tuotteen luomiseen pääsi helposti. Tuotteen lisäämisessä kaikki osasivat määrittellä tuotteelle nimen ja tuotekuvauksen, mutta hinnan ja veroluokan määrittelemisen aiheutti jonkin verran pohdintaa. Testaajia hämäsi se, että mikä tuoteosion useista hinnoista (ostohinta, verollinen hinta, veroton hinta) lopulta näytetään kuluttajalle verkkokaupassa. Veroluokka- ja tili-kohdat hämäsivät asiakkaita koska he etsivät veroprosentti-nimistä kohta. Näistä muutamista testaajia mietityttäneistä seikoista huolimatta tuotteen lisääminen onnistui kaikilta varsin hyvin.

Tehtävä 2. Luo järjestelmään uusi asiakas ohessa annetuilla tiedoilla.

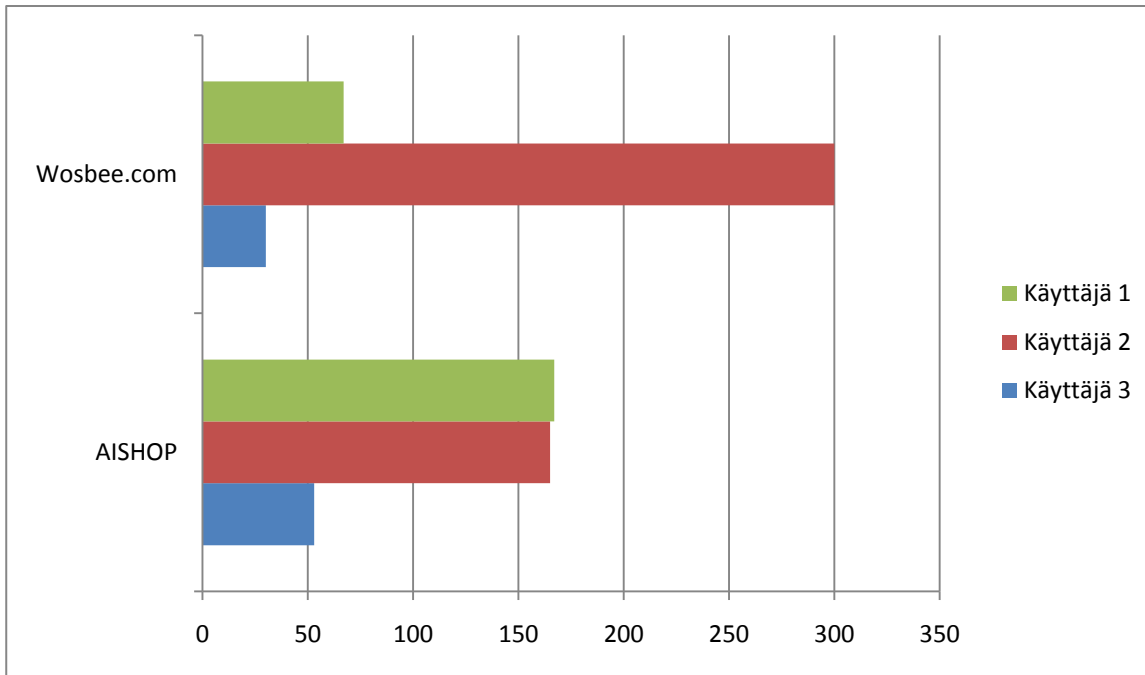


Kuvio 6. Uuden asiakkaan lisääminen järjestelmään.

Uuden asiakkaan lisääminen onnistui Wosbee.comissa huomattavasti helpommin kuin uuden tuotteen lisääminen. Kaikki testaajat osasivat siirtyä lisäämiseen Asiakkaat-kohdan kautta. Vaaditut asiakastiedot esitettiin selkeästi ja ymmärrettävästi. Yhtä testaajaa hämmensi se, että ennen varsinaisten henkilötietojen antamista piti määrittellä käyttäjätunnus ja salasana uudelle käyttäjälle. Kaiken kaikkiaan asiakkaan lisääminen oli intuitiivista ja nopeaa.

AISHOPin hallintapaneelissa käyttäjän lisääminen onnistui myös helposti. Testaajat siirtyivät käyttäjän lisäämisen joko kohdasta Asiakkaat -> Luo uusi asiakas tai etusivun pikakuvakkeen kautta. Ainoa asiakastietojen lisäämisessä ilmennyt ongelma oli käyttäjäryhmän määrittely. Tehtävänannossa vaadittiin käyttäjäryhmän määrittelyä ja testaajat eivät aluksi löytäneet oikeaa kohtaa, josta ryhmän voisi määrittellä, koska kyseinen kenttä oli piilotettuna asiakkaan lisätiedoissa. Ryhmän määrittelemisen edellyttää tämän lisätietokohdan "laajentamista" hiirellä. Ensimmäinen testaaja mietti asiaa jonkin aikaa ennen kuin osasi avata lisätiedot. Toinen testaaja ei osannut avata lisätietoja lainkaan vaan hän kirjoitti ryhmän nimen kommenttikenttään. Kolmas käyttäjä osasi avata oikean kohdan noin kymmenen sekunnin miettimisen jälkeen. Ottaen huomioon edellisen pohdinnan, AISHOPin uuden asiakkaan lisääminen oli jonkin verran Wosbee.comia nopeampaa.

Tehtävä 3. Etsi järjestelmästä Anders Innon nimellä tehty tilaus. Muuta tilauksen tietoihin osoite oheisten tietojen mukaan. Tallenna muutokset.



Kuvio 7. Tilauksen etsiminen ja osoitetietojen muokkaaminen.

Tilauksen osoitetietojen muokkaaminen osoittautui tutkimuksen vaikeimmaksi tehtäväksi. Mielenkiintoisesti Wosbee.comissa muokkaaminen onnistui kahdelta käyttäjältä varsin helposti mutta kolmas joutui keskeyttämään tehtävän. AISHOPin kohdalla kaikki onnistuivat muuttamaan tilauksen osoitetietoja, mutta se onnistui vain yhdeltä käyttäjältä suhteellisen nopeasti (50 sekuntia) ja muilta siihen kului yli kaksi minuuttia vaikka itse suoritettava tehtävä oli teoriassa varsin yksinkertainen.

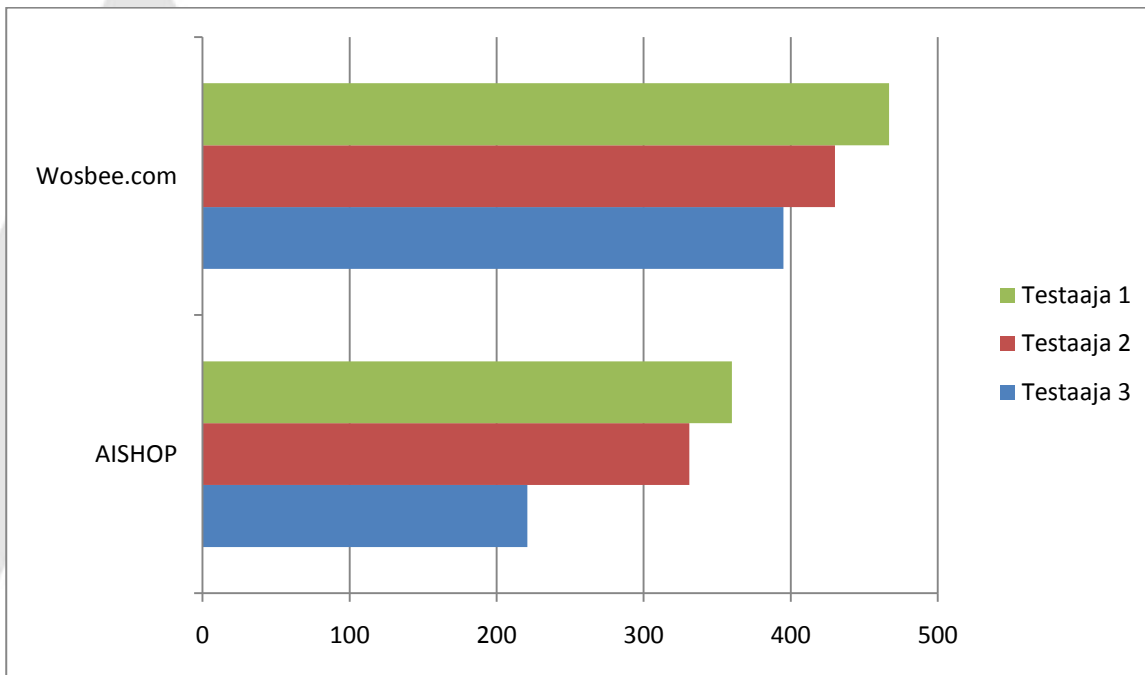
Wosbee.comissa ensimmäinen käyttäjä löysi tilauksen kohtalaisen helposti tilausten hallinnasta ja pääsi muuttamaan osoitetietoja. Ongelmia kuitenkin aiheutui siitä, ettei muutosten tallentamiseen käytetty painike antanut käyttäjälle tietoa tallennuksen onnistumisesta, joten testaaajilta kului pitkä aika epätietoisuuden vallassa vaikka itse tehtävä olikin jo suoritettu. Toinen testaja ei taas osannut klikata tilauslistauksen reunassa olevaa linkkiä, josta olisi päässyt tilauksen tietojen muokkaamiseen. Kolmannelle käyttäjälle kumpikaan näistä asioista ei sen sijaan tuottanut vaikeuksia, vaan hän eteni suoraviivaisesti tilauksen tietoihin, muutti osoitetiedot ja tallensi ne. Kun tallennuspainike ei antanut mitään tietoja muutoksesta, käyttäjä kävi itse tarkistamassa tilauslistauksesta että muutetut osoitetiedot tallentuivat tilaukseen.

AISHOPin kannalta tilauksen tietojen muuttamisessa ilmeni muutamia keskeisiä ongelmia. Kaikki testajaat löysivät välittömästi Tilaukset-kohdan ja saivat sieltä auki tilauslistauksen. Kaikille aiheutui kuitenkin suuria ongelmia siitä, että he eivät osanneet kaksoisnapsauttaa tilauksen nimeä, jolloin he olisivat päässeet muokkaamaan tilauksen tietoja. Tämän voidaan katsoa johtuvan puutteellisesta käytettävyydestä, sillä tilauslistaus ei indikoi millään tavalla miten näytettyihin tilauksiin pääsee käsiksi. Tilausten nimen vieressä ei ole esimerkki painiketta, joka veisi tilauksen tietoihin. Hiiren kursori myöskään muutu millään tavalla kun se viedään tilausten nimien päälle. Lopputuloksena on puhtaasti tekstiriveiltä näyttäviä rivejä, joista käyttäjä ei tiedä miten niiden kanssa pitäisi toimia.

Testauksen jälkeen annetussa palautteessa kiinnitettiin huomiota tähän jo käytettävyyssvertailussa esiin nousseeseen seikkaan ja toivottiin, että linkit tunnistaisi ulkoasusta klikattaviksi.

Tilauksen tiedoissa osoitteen muuttaminen osoittautui vaikeaksi. Käyttäjät yrittivät ensin muokata suoraan edessään näkyviä osoitetekstejä, jotka eivät ole muokattavia (toisin kuin Wosbee.comissa). Vasta pitkän tutkimisen jälkeen testaajat löysivät oikealta Tehtävät-valikosta linkin, jonka kautta he pääsivät muokkaamaan osoitetietoja. Kaikki käyttäjät pitivätkin tilauksen osoitetietojen muokkaamista hieman hankalana.

Kokonaisuutena hallintapaneelin testeissä järjestelmistä löytyi selviä eroja. Wosbee.comin tuotteen luominen osoittautui todella hankalaksi verrattuna AISHOPin yksinkertaiseen ja käyttäjäystävälliseen malliin. Uuden asiakkaan lisäämisessä epäselvään paikkaan piilotettu käyttäjäryhmän määrittely huononsi AISHOPin tulosta, muuten järjestelmät olivat tässä tehtävässä samalla viivalla tai AISHOP hieman edellä. Tilauksen tietojen muokkaaminen oli Wosbee.comissa selvästi helpompaa huonosti toteutetusta Tallenna-painikkeesta huolimatta. AISHOPin tilauslistaus ja tilauksen osoitetietojen muuttaminen osoittautuivat käytettävyydeltään varsin hankaliksi. AISHOPin hallintapaneelia pidettiin kuitenkin testaajien arvioissa yllättävän helppona ensikertalaisille. Testaaja 3 huomautti, että AISHOP oli sekä verkkokaupan että hallintapaneelin puolella muutamista puutteista huolimatta Wosbee.comia helppokäyttöisempi. AISHOPin yhteen laskettu keskiarvoaika kaikkien kolmen tehtävän suorittamiseen oli 304 sekuntia. Wosbee.comissa sama keskiarvo oli 430,7 sekuntia.



Kuvio 8. Hallintapaneelin tehtävien suorittamiseen kulunut kokonaisaika.

4. Johtopäätöksiä

Tutkimuksen perusteella voidaan esittää kaksi yleistä huomiota.

(a) Verkkokaupassa asioivan kuluttajan näkökulmasta kummatkin verkkokaupat ovat melko lailla tasavahvoja. Verkkokaupan perustoiminnot toimivat molemmissa lähes moitteettomasti, joten ratkaiseva ero puoleen tai toiseen tulee siitä kumpi onnistuu toteuttamaan kaupalle onnistuneemman, intuitiivisemman ja käyttävää eniten miellyttävän ulkoasun. Testihenkilöiden kommenttien sekä aiemman käytettävyyssvertailun havaintojen perusteella Anders Innon tuotteet koetaan käyttäjien keskuudessa visuaalisesti miellyttävimmiksi.

(b) Hallintapaneelissa AISHOP suoriutui Wosbee.comia paremmin. AISHOPin tulosta huononsivat muutamat seikat, joihin kiinnitettiin jo huomiota käytettävyyssvertailussa, kuten epäselväksi jäävät linkit. Tekemällä muutamia systemaattisia parannuksia järjestelmään AISHOPin käytettävyyttä saadaan hiottua entistään.


Kuten käytettävyyss tutkimuksessa jo havaittiin, AISHOPin hallintapaneelin etusivu pikakuvakkeineen on käytännöllinen ja se mahdollistaa sen, että käyttäjät pääsevät suorittamaan nopeasti perustoimintoja kuten lisäämään tuotteita. Wosbee.comissa tämä perustoiminta oli piilotettu useiden klikkausten, pop-up-ikkunoiden ja valikoiden päähän. AISHOPin etusivu toteuttaa hyvin ensimmäisessä käytettävyyssartikkelissa mainitun Krugin määrittelemän etusivun ideaalin käytettävyyden. Etusivun pitäisi sisältää kuvaus siitä, mitä sivusto tarjoaa sekä sisältää (mitä täältä löytyy) sekä mitä ominaisuuksia sivustolla on (mitä voin tehdä täällä). Samalla havainnollistetaan sitä, miten sivuston sisältö on organisoitu. Tämä tapahtuu esimerkiksi sivun reunassa olevien linkkien ja kategorioiden avulla. Nämä linkit rakentavat etusivulle hierarkkisen esityksen koko sivuston sisällöstä. Lisäksi etusivulta pitää löytyä hakutoiminta, sisältöä mainostavia elementtejä ja tietoa uudesta ja ajankohtaisesta sisällöstä. Lisäksi on hyvä tapa lisätä etusivulle oikopolkuja yleisimmin etsittyyn sisältöön, jotta käyttäjän ei tarvitse metsästä näitä linkkejä sivuilta. (Krug 2006, 96)

Tutkimuksen perusteella esille nousi neljä konkreettista parannusehdotusta. Käytännössä näiden ominaisuuksien toteuttaminen parantaisi AISHOPin käytettävyyttä siinä määrin, että sitä voitaisiin pitää tässä tutkimuksessa käsiteltyihin tehtäviin käytettävyydeltään selvästi paremmin soveltuvana järjestelmänä kuin Wosbee.comia. Parannusehdotukset on havainnollistettu alla satunnaisessa järjestyksessä.


1. Asiakastiedoissa olevat piilotetut osiot - kuten Asiakkaan lisätiedot - hämärsivät testaaajia. Nämä osiot voisi tuoda jollain tapaa paremmin esille asiakkaan tiedoissa. Tämä ei tarkoita sitä, että piilotetut osiot pitäisi kokonaan poistaa tai tehdä näkyviksi, vaan sitä, että ne voisi tuoda jollain tapaa näkyvimmin esille, jotta käyttäjä osaisi etsiä tarvitsemaansa tietoa myös näistä osioista.

ETUSIVU LASKUTUS TUOTTEET ASIAKKAAT TILAUKSET VERKKOKAUPPA

Asiakkaat |

 Henkilötiedot: (#8) Viljami Puuska

← Edellinen henkilö Seuraava henkilö →

Asiakkaan tyyppi:  Henkilöasiakas

Yksityisasiakkaan tiedot

Etunimet *	Sukunimi *	Lähiosoite *	
Viljami	Puuska	Omenakatu 51 D 11	
Tervehdys	Sukupuoli	Postinumero *	Postitoimipaikka *
	-	99690	Vuotso
Puhelin	Maa *	Alue	
+358(0)40 8078756	Suomi		
Sähköposti	Henkilön kommentti		
viljami@puuska.fi			
Lähetä sähköposti			
Www	Perintäesto		
www.osoite.fi	Ei estoa		
Siirry sivulle			

Asiakkaan lisätiedot

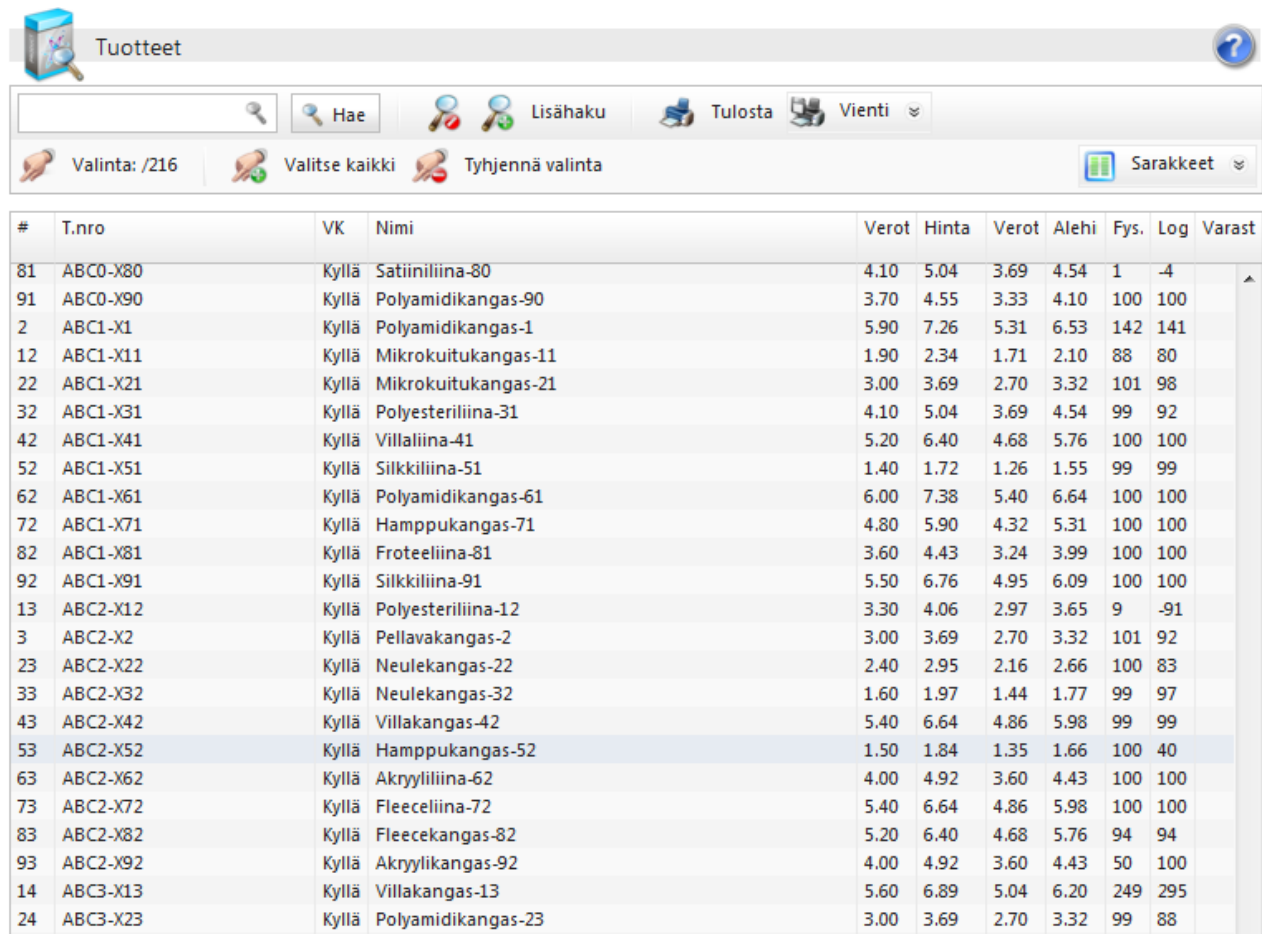
Toimituslisätiedot

Maksuehto	Toimitustapa
-	-
Vientityyppi	Kieli
Kotimaa	-----

Kuvio 9. Testaajat eivät osanneet heti laajentaa Asiakkaan lisätiedot -kohtaa muuttaakseen asiakasryhmätietoja.

2. Käytettävyysvertailussa todettiin jo aikaisemmin, että linkin ulkoasusta pitäisi käydä selväksi onko linkki klikattava vai ei. Tutkimuksessa tämä tarve ilmeni erityisesti asiakas-, tuote- ja tilauslistauksien osalta. Ehkäpä suurin yksittäinen ongelma AISHOPin testaajilla oli se, että listausten sisällöstä ei selvinnyt, että niitä pitäisi kaksoisnapauttaa hiirellä saadakseen tiedot auki. Listauksien ulkoasua pitäisikin muuttaa siten, että käyttäjälle on aina

selvää miten hän pääsee tarkastelemaan lähemmin listattuja tietoja, kuten esimerkiksi tuotteen tietoja.



#	T.nro	VK	Nimi	Verot	Hinta	Verot	Alehi	Fys.	Log	Varast
81	ABC0-X80	Kyllä	Satiiniliina-80	4.10	5.04	3.69	4.54	1	-4	
91	ABC0-X90	Kyllä	Polyamidikangas-90	3.70	4.55	3.33	4.10	100	100	
2	ABC1-X1	Kyllä	Polyamidikangas-1	5.90	7.26	5.31	6.53	142	141	
12	ABC1-X11	Kyllä	Mikrokuitukangas-11	1.90	2.34	1.71	2.10	88	80	
22	ABC1-X21	Kyllä	Mikrokuitukangas-21	3.00	3.69	2.70	3.32	101	98	
32	ABC1-X31	Kyllä	Polyesteriliina-31	4.10	5.04	3.69	4.54	99	92	
42	ABC1-X41	Kyllä	Villaliina-41	5.20	6.40	4.68	5.76	100	100	
52	ABC1-X51	Kyllä	Sikkiliina-51	1.40	1.72	1.26	1.55	99	99	
62	ABC1-X61	Kyllä	Polyamidikangas-61	6.00	7.38	5.40	6.64	100	100	
72	ABC1-X71	Kyllä	Hamppukangas-71	4.80	5.90	4.32	5.31	100	100	
82	ABC1-X81	Kyllä	Froteeliina-81	3.60	4.43	3.24	3.99	100	100	
92	ABC1-X91	Kyllä	Sikkiliina-91	5.50	6.76	4.95	6.09	100	100	
13	ABC2-X12	Kyllä	Polyesteriliina-12	3.30	4.06	2.97	3.65	9	-91	
3	ABC2-X2	Kyllä	Pellavakangas-2	3.00	3.69	2.70	3.32	101	92	
23	ABC2-X22	Kyllä	Neulekangas-22	2.40	2.95	2.16	2.66	100	83	
33	ABC2-X32	Kyllä	Neulekangas-32	1.60	1.97	1.44	1.77	99	97	
43	ABC2-X42	Kyllä	Villakangas-42	5.40	6.64	4.86	5.98	99	99	
53	ABC2-X52	Kyllä	Hamppukangas-52	1.50	1.84	1.35	1.66	100	40	
63	ABC2-X62	Kyllä	Akryyliiliina-62	4.00	4.92	3.60	4.43	100	100	
73	ABC2-X72	Kyllä	Fleeceliina-72	5.40	6.64	4.86	5.98	100	100	
83	ABC2-X82	Kyllä	Fleecekangas-82	5.20	6.40	4.68	5.76	94	94	
93	ABC2-X92	Kyllä	Akryylikangas-92	4.00	4.92	3.60	4.43	50	100	
14	ABC3-X13	Kyllä	Villakangas-13	5.60	6.89	5.04	6.20	249	295	
24	ABC3-X23	Kyllä	Polyamidikangas-23	3.00	3.69	2.70	3.32	99	88	

Kuvio 11. Erilaisten listausten tuplaklikkaaminen hämmensi kaikkia testaajia.

3. Osoitetietojen muokkaaminen tilauksen tiedoissa osoittautui yllättävän hankalaksi kaikille käyttäjille. Testaajat pitivät epäintuitiivisena, että osoitetietoja piti muokata sivun oikeassa reunassa olevan erillisen linkin kautta. Tutkimuksessa huomattiin, että käyttäjälle luonnollisin tapa oli yrittää muokata suoraan osoitetiedoissa näkyvää tekstiä. Wosbee.comin mallia seuraten osoitetiedot voisivatkin olla suoraan muokattavia kenttiä erillisen muokkausdialogin sijaan.

Tilaus 166: Aila Jalonen

Tulosta... Sähköposti... Lisää... Prinetti: Hae JFI...

Tiedot Kommentit ja loki Viitteet

Asiakastiedot
 Laskutusosoite
 Aila Jalonen
 Kalakatu 67 C 8
 95470 Pirkkiö
 Finland
 Puhelin:
 +358(0)00 450197
 Sähköposti:
 aila@jalonen.fi

Toimitusosoite
 Aila Jalonen
 Kalakatu 67 C 8
 95470 Pirkkiö
 Finland

Laskun tiedot
 Maksamatta: 3,69 € Maksuehto:
 Yhteissumma: 3,69 € Laskun pvm: 20.4.2011
 Yhteissumma alv. 0%: 3,00 € Eräpäivä: 4.5.2011

Tilauksen tiedot
 Lähdevarasto: Varasto
 Tilauksen tilanne: Käsittelemättä

1 tuotetta lähettämättä!

Eräpäivä mennyt! Siirry laskuun lisätäkseksi maksuistutus.

Tilauksen sisältö Lähetykset (0)

TEHTÄVÄT
 Laskuta heti
 Osoitteiden muokkaus
 Luo lähetys
 Lisää liitetiedosto
 Poista
 Aseta käsin maksetuksi

KALENTERI
 Kesä 2011

	Ma	Ti	Ke	To	Pe	La	Su
22			1	2	3	4	5
23	6	7	8	9	10	11	12
24	13	14	15	16	17	18	19
25	20	21	22	23	24	25	26
26	27	28	29	30			

PALAUTE
 Anna palautetta

LISÄTIEDOT

Kuvio 12. Testaajat eivät huomanneet oikealla olevaan muokkauskohtaa vaan yrittivät muokata osoitetietoja suoraan.

4. Testaajille oli epäselvää, mikä tuotteen asetuksissa näytetyistä hinnoista näytetään verkkokaupan asiakkaille. Verkkokaupassa näkyvä hinta voitaisiin tuoda tuotetiedoissa jotenkin korostetusti esille.

5. Lähteet

Anders Inno 2011a. "Käytettävyysajattelu ja sen esteet". 14.6.2011.

Anders Inno 2011b. "Verkkokaupan hallintapaneelin käytettävyysvertailu: AISHOP vs. Wosbee.com". 27.6.2011.

Krug, Steve 2006. *Don't Make Me Think. A Common Sense Approach to Web Usability*. 2. painos. New Riders. Berkeley.



6. Liitteet

Liite 1

AISHOPin käytettävyytutkimus

Testihenkilön tiedot

Ikä: ___ Sukupuoli: ___ Nainen ___ Mies

Kokemukset tietokoneista

Kuinka usein käytät Internetiä?

___ tuntia päivässä/viikossa/kuukaudessa

HUOM! Yliviivaa turhat vaihtoehdot.

Kokemukset verkkokaupoista

Oletko käyttänyt verkkokauppoja ennen?

___ Kyllä ___ Ei

Jos vastasit edelliseen kysymykseen Ei, sinun ei tarvitse vastata seuraaviin neljään kysymykseen.

Mihin olet verkkokauppoja käyttänyt?

- Tuotteiden ostamiseen
- Tuotetietojen hankintaan
- Hintatietojen hankintaan
- Johonkin muuhun, mihin? _____

Kuinka montaa eri verkkokauppaa olet käyttänyt?

___ kpl eri verkkokauppoja

Oletko joskus perustanut oman verkkokaupan?

___ Kyllä ___ Ei

Oletko myynyt jossain verkkokaupassa jotain?

___ Kyllä ___ Ei

Liite 2

Tehtävät

Tehtävän alkaa aina verkkokaupan (tai hallintapaneelin) etusivulta. Tehtävä loppuu kun määritelty asia on onnistuneesti tehty.

Verkkokauppa

Tehtävä 1. Tilaa verkkokaupasta 5 kappaletta tuotetta Punainen paita. Valitse maksumenetelmäksi Nordea Solo ja toimitustavaksi Matkahuolto Lähellä-paketti.

Tehtävä 2. Lisää ostoskoriin 8 kappaletta tuotetta Housut. Muuta sitten tietoja siten, että poistat Housut ostoskorista ja lisää sinne 11 kappaletta tuotetta Solmio. Tilaa tuotteet.

Tehtävä 3. Rekisteröi haluamasi käyttäjätunnus verkkokauppaan. Kirjaudu sisään.

Hallintapaneeli

Tehtävä 1. Luo järjestelmään Solmiot-tuoteryhmään/kategoriaan uusi tuote ohessa annetuilla tiedoilla.

Tuotteen nimi: Alligaattorisolmio

Hinta (kaupassa näytettävä hinta): 13 euroa

Veroprosentti: 22 %

Tuotekuvaus: "Kiva alligaattorisolmio."

Tehtävä 2. Luo järjestelmään uusi asiakas ohessa annetuilla tiedoilla (muut järjestelmän vaatimat *välttämättömät* tiedot saat keksiä itse).

Asiakkaan nimi: Dadan Karambola

Osoite: Ksrnic 123, 10100 Belgrad, Serbia

Sähköposti: dadan@pitbull.com

Asiakasryhmä: b-to-c new customers

Tehtävä 3. Etsi järjestelmästä Anders Innon nimellä tehty tilaus. Muuta tilauksen tietoihin osoite oheisten tietojen mukaan. Tallenna muutokset.



Liite 3

Mielipiteitä verkkokaupan (AISHOP) yleisvaikutelmasta

Kehitysehdotuksia

