Ensivaikutelman testaus

Sonja Moisio, Siiri Savolainen ja Tuukka Virtanen

Mistä lähteä liikkeelle

- Testataanko ensivaikutelmaa vai kuitenkin esim. toimintojen löydettävyyttä tai teknistä toimivuutta
- Mietitään, minkälaisena käyttäjän halutaan näkevän nettisivuston
  - Brändi
  - Hauska, asiallinen, räikeä, turvallinen jne
  - Listataan esim. noin 10 adjektiivia
- Ehkä tehdään kaksi tai useampi versio sivustosta pienillä eroilla (A/B-testaus)

Yksi sivusto tai A/B-testaus

- Yhden sivuston testaaminen
  - Testaaja kuvailee itse sanallisesti sivuston ensivaikutelman
  - tai
  - Testataan olemassa olevaa adjektiivilistausta vasten
  - tai molemmat
- A/B-testaus – kumpi vaihtoehto on parempi?
  - Kaksi hieman eri versiota sivustosta
  - Keskitytään vain yhteen tai muutamaan eroon

Kuinka kauan sivustoa näytetään

- Nopea näpsäystesti 1-2 sekuntia
  - Tiettyyn kohtaan alkaa keskittyä noin 2,6 sekunnin päästä
  - Sitä ennen näkee vain karkean yleisvaikutelman
- Viiden sekunnin testi (5 seconds test)
  - Noin 5-6 sekunnissa ehtii käymään läpi yhden huomiota herättävimmän asian
- Pidempi, 10-30 sekuntia
  - Keskimäärin sivustoa katsotaan 15 sekuntia
  - Noin 15 sekunnissa huomataan, onko sivusto hyödyllinen vai ei
  - Alle 10 sekunnin aikana paljon poistumisia (vielä 20 sekunnin aikanakin)
  - Yli 30 sekunnin jälkeen poistuneita huomattavasti vähemmän

5 sekunnin testi

- Käytetyin aikamääre
- Saadaan palautetta yleensä designista ja tunnelmasta
  - HUOM! Mikä on alkuperäinen tavoite? Mihin halutaan vastaus?
- Kaupallinen tuote https://fivesecondtest.com/
  - Valmis käyttäjäpooli jolla testata omaa tuotetta
  - Kallis
- Kysymyksiä testin jälkeen
  - Mitä sivulla tehdään? Mikä sivuston designissa miellytti eniten? Entä vähiten?

Kyselylomakkeet

- Testauksen lopussa
- Adjektiiveja, skaala 1-5, 1-7 tms
- Kerätään palaute numeerisessa muodossa
- Lukuisia erilaisia, esim. System Usability Scale (SUS) ja User Experience Questionnaire (UEQ)

System Usability Scale (SUS)

- Hyvin yleisesti käytössä oleva suorituskykytesti (benchmark)
- 10 kysymystä liittyen käyttöliittymän toimivuuteen
- Esim. mielestäni sivusto oli helppo käyttää
- Pisteytys 0-100, yli 68 pistettä keskimääräistä parempi

User Experience Questionnaire

- Suorituskykytesti
- 26 kysymystä monesta eri näkökulmasta
  - Houkuttelevuus
  - Selkeys
  - Tehokkuus
  - Käyttövarmuus
  - Stimulaatio
  - Uutuus
- Esim. ärsyttävä - nautinnollinen, skaala 1-7
- Tuloksia analysoidaan suhteessa 163 muuhun tuotteeseen
- Päädyttiin tähän monipuolisuutensa vuoksi

Tapaus Niagara - valmistelu

- https://www.arthousecinemaniagara.fi/fi/ohjelmistossa
- Mitä testattiin ja miten tuloksia mitattiin?
  - Sivuston ensivaikutelma ja tunnelma
  - Tutkittiin, eroaako tulokset sen mukaan, kuinka pitkään sivua näyttää
  - Ilmi mahdollisia kehityskohteita?
  - UEQ-lomake
- Pilottitestaus

Testaustilanne

- 15 sattumanvaraista henkilöä, käytävätestaaminen
  - 1, 5 ja 15 sekuntia
  - 5 henkilöä/ryhmä
- Sivustoa näytettiin tabletilta
  - Ohjelmistossa-sivu
  - Luonnollinen testausympäristö
- Kysymykset:
  - Kerro omin sanoin vähintään kolme asiaa, mitä muistaa sivulta tai miltä sivu vaikuttaa?
  - Mitä sivustolla tehdään?
  - Mikä sivun designissa miellytti eniten? Entä vähiten?
  - Mihin kiinnitti eniten huomiota?
- UEQ-lomake

Tulokset vapaasta sanasta

- Kuvailtiin sivun värejä (harmaa, sinertävä, kivoja värejä),
  - Ei eroa ryhmissä
- rakennetta,
  - Erityisesti nousivat esiin “sekava”, “paljon asioita”, “selkeä”, “helppo edetä” ja “pelkistetty”
  - Mitä pidempi aika, sitä enemmän mainittiin täyteen ahdattu sivu jossain muodossa
- tunnelmaa,
  - Ei juuri eroa ryhmissä
  - 1 sekunnin ryhmässä samankaltaisuuksia (sivistynyt, taiteellinen, korkealaatuinen, elegantti)
  - 5 sekunnin ryhmässä kiinnitettiin väreihin huomiota (värimaailma rauhallinen)
- ja annettiin muita yksittäisiä sanoja
  - 1 ja 5 sekunnin ryhmissä mainittiin monesti sana Niagara
  - 15 sekunnin kohdalla keskityttiin jo sisältöön (aikatauluja, hintoja, mainostaa elokuvia)

Tuloksia

- Mitä sivustolla tehdään?
  - 1 sekunnin ryhmällä ei selkeää näkemystä
    - arvailtiin liittyvän taiteeseen, vesiputoukseen tai Niagara-brändiin
  - 5 sekunnin ryhmällä havaintoja elokuvateatterista
    - vielä epävarmuutta, monesti esiintyi sana “varmaan”
  - 15 sekunnin ryhmä keskittyi jo sisältöön
    - mainittiin muun muassa elokuvat, hinnat, aikataulut, näytökset, ohjelmisto
- Mihin kiinnitit huomiota?
  - 1 sekunnin ryhmä keskittyi lähinnä otsikkoon
  - 5 sekunnin ryhmä mainitsi jo esimerkiksi mainokset ja värit
  - 15 sekunnin ryhmässä tuli ilmi aikataulut sekä oikean reunan elokuvamainokset

Tuloksia

- Missä designissa pidettiin eniten?
  - Sivusto koettiin kaikissa ryhmissä selkeäksi ja yksinkertaiseksi
    - “Ei hilavitkuttimia”, “ei mainoksia”, “ei mitään, mikä ei sopinut”, “kaikki siellä missä pitää”
  - Värimaailma koettiin rauhallisena ja hyvänä
    - Mielipide-eroja: myös väriä toivottiin lisää
  - Ryhmissä ei eroja
- Entä vähiten?
  - Kaikissa ryhmissä mainittiin liika sisältö (“kaiken kasaus”, “hässäkkä”, “paljon tavaraa”)
    - Yli puolet mainitsivat jossain muodossa!
- Vastausnopeuksissa ei eroja testihenkilöiden kesken
  - Helppo sanoa mikä miellytti ja mikä ei
  - Vastauksilla paljon painoarvoa, ei tarvinnut keksiä väkisin

Testitulokset ja analysointi

- Saatujen tulosten analysointiin käytettiin UEQ Data analysis toolia
- Kokonaisuudessaan tulokset jäivät lähes kaikilla asteikoilla keskiarvon alapuolella.
- Tulosten perusteella käyttäjäkokemus on keskimääräistä huonompi
  - Vain houkuttelevuus yli keskiarvon
  - Käyttövarmuus reilusti alle keskiarvon
    - käyttövarmuuden alhaisuus selittyy sillä, että käyttäjillä ei ole odotuksia sivua kohtaan tai muita asteikkoon kuuluneita kohtia
      - Joutuivat arvioimaan esim. onko sivusto tukeva/jarruttava pelkällä vilkaisulla
- Tulosten sijoitus laski aikaa pidentäessä
  - Testihenkilöt pystyivät antamaan tarkemman arvionsa lomakkeeseen

Ensimmäinen ryhmä (1 sekunti)

- Tulokset
  - Hyvä
    - Tehokkuus
  - Keskiarvon yläpuolella
    - Houkuttelevuus
    - Selkeys
    - Stimulaatio
  - Keskiarvon alapuolella
    - Käyttövarmuus
    - Uutuus

- Analysointi
  - Tulokset positiivisempia, kuin muissa testeissä, sillä testihenkilöt eivät pysty sekunnin aikana sisäistämään sivua niin tarkasti, ja he vastaavat lomakkeeseen enemmän arvailen

Toinen ryhmä (5 sekuntia)

- Tulokset
  - Keskiarvon yläpuolella
    - Houkuttelevuus
  - Keskiarvon alapuolella
    - Stimulaatio
    - Uutuus
  - Huono
    - Selkeys
    - Tehokkuus
    - Käyttövarmuus

- Analysointi
  - Sijoitukset alempia, kuin ensimmäisellä ryhmällä
  - Tehokkuus on tippunut
    - Osa testihenkilöistä piti sivua ahtaana
      - Ensimmäisessä ryhmässä sivun ahtautta ei niinkään huomattu

Kolmas ryhmä (15 sekuntia)

- Tulokset
  - Keskiarvon alapuolella
    - Houkuttelevuus
    - Selkeys
  - Huono
    - Tehokkuus
    - Käyttövarmuus
    - Stimulaatio
    - Uutuus

- Analysointi
  - Sijoitukset laskeneet toisesta ryhmästä

Havaintoja

- Ajan pidentyessä
  - Sivuston mielenkiinto laski
  - Sivusto vaikutti
    - nopeammalta
    - sekavammalta ja epäjärjestelmällisemmältä
    - luotaansatyöntävämmältä ja epäystävällisemmältä
    - ymmärrettävyys kasvaa
    - vähemmän innovatiiviselta ja luovalta
  - Sivuston ei koettu olevan motivoiva tai jännä
  - Arvio sivuston tehokkuudesta heikkeni
  - Lyhyemmissä ajoissa tulokset neutraalimpia “3-5 pistettä”, koska eos

Pohdinta ja yhteenveto

- Mitä pidempi aika, sitä enemmän sisältöä ja tarkempia tuloksia
- Testiin vaikuttaa, kerrotaanko sen pituutta vai ei
  - Jos olisimme kertoneet, että aikaa on muutama minuutti, olisivat testihenkilöt mahdollisesti tutkineet sisällön eri näkökulmasta.
  - Tällöin testihenkilö tietää, että suorittamiseen on enemmän aikaa ja ehtii tutustua sisältöön tarkemmin.
- 1 s testi; hyvä karkean ensivaikutelman testaamiseen.
  - Testihenkilöt saivat jo jonkinlaisen kuvan sivustosta
    - Tämän testin perusteella 1 sekunnin testihenkilöt saivat positiivisen ensivaikutelman ja olisivat luultavimmin jääneet sivulle.
    - 15 sekunnin kohdalla jäi huonompi kuva (“sekava”, “paljon kaikkea”)

Pohdinta ja kehitysehdotuksia

- Odotukset korkeammalla arvosanoista
- Monien testaajien vastaukset keskellä, ei juuri ääripäitä
  - Epävarmuus vastatessa ➜ oliko UEQ väärä valinta ensivaikutelman testaukseen?
  - Itse tehty adjektiivilista parempi?

Kysyttävää?

- KIITOS -

Lähteet

- https://conversionxl.com/blog/first-impressions-matter-the-importance-of-great-visual-design/
- https://www.nngroup.com/articles/how-long-do-users-stay-on-web-pages/
- https://www.trymyui.com/impression-testing
- https://fivesecondtest.com/
- https://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/system-usability-scale.html
- https://www.uie.com/brainsparks/2006/03/23/two-simple-post-test-questions/