

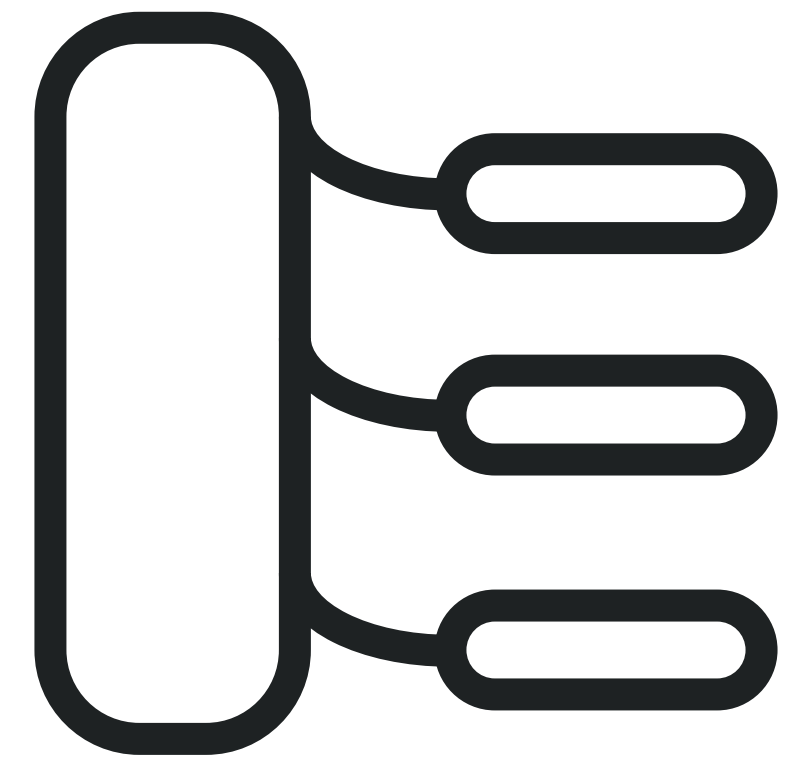
USER EXPERIENCE

Użyteczności na stronach

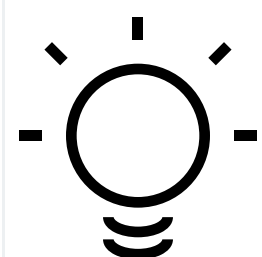
**STRZEŻEMY JAK OKA
W GŁOWIE!**

Zoptymalizowany system sklepowy,
przejrzysty proces zakupowy i klarowne
wezwania do działania to filary, na których
opieramy Twoją sprzedaż.

- ▷ AUDYTY UX
- ▷ ARCHITEKTURA INFORMACJI
- ▷ USER FLOW
- ▷ MAKIETY FUNKCJONALNE

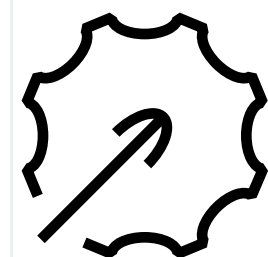


Czym jest audyt UX i po co go realizować? Audyt UX ma na celu sprawdzenie użyteczności strony oraz stopień łatwości realizowania głównych jej celów. Na użyteczność składa się kilka elementów:



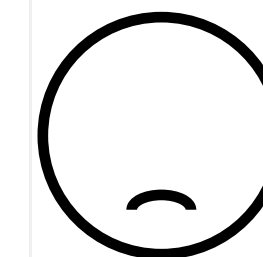
Nauczalność

Czy użytkownik nie ma trudności z wykonaniem prostych zadań po pierwszej wizycie na stronie



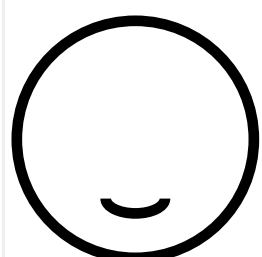
Efektywność

Czy użytkownik może szybko wykonywać zamierzone czynności po zapoznaniu się z budową strony



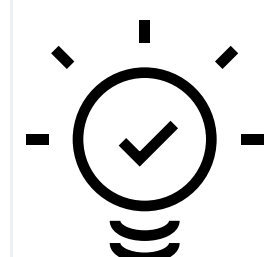
Błędy

Czy użytkownik może popełnić dużą ilość błędów, jak poważne są to błędy i czy da się je łatwo naprawić?



Satysfakcja

Czy użytkownik czerpie przyjemność z korzystania z serwisu pod względem jego estetyki i designu?



Zapamiętywalność

Czy użytkownik może z łatwością wykonać czynności na stronie po dłuższej nieobecności na niej



Jak to wygląda w praktyce? W celu sprawdzenia użyteczności posługujemy się trzema metodami:

Analiza heurystyczna

Analiza interfejsu pod względem 10 wytycznych wg. Nielsena, ukazuje ona bardziej techniczne błędy w funkcjonowaniu serwisu.

Wędrówka poznawcza

Testowanie serwisu z punktu widzenia użytkownika, sprawdza ona błędy miękkie.

Analiza sesji użytkowników (nagrania za pomocą HotJar)

Zgromadzenie ok. 100 nagrań użytkowników na stronie a następnie ich analiza w najbardziej newralgicznych na stronie miejscach.

WPROWADZENIE

04 Opis heurystyk

1. POKAZUJ STATUS SYSTEMU

Strony internetowe powinny być tworzone z myślą o osobach, które wcześniej nie miały z nimi do czynienia. Ważne jest zapewnienie prostego i intuicyjnego procesu, eliminującego wszelkie wątpliwości dotyczące tego, gdzie użytkownik się obecnie znajduje, co się wydarzyło po kliknięciu danego elementu itd. Konieczne jest ciągłe informowanie użytkownika o statusie podjętych przez niego akcji oraz o tym, co może dalej wykonać. Jeśli użytkownik będzie czuł się na stronie zagubiony, może poczuć się sfrustrowany i szybko tę stronę opuścić. Wszystkie te elementy, takie jak zmieniający się nagłówki, menu, komunikaty o sukcesie lub błędach, paski postępu, itp., są przykładem „pokazywania statusu systemu”. Dzięki tym informacjom użytkownik wie, co się dzieje na stronie i może w łatwy sposób korzystać z funkcji i opcji, jakie oferuje system. To pomaga uniknąć zamieszania, dezorientacji i ułatwia interakcję z danym interfejsem.

2. ZACHOWAJ ZGODNOŚĆ POMIĘDZY SYSTEMEM, A RZECZYWISTOŚCIĄ.

W tej heurystyce ważne jest unikanie niezrozumiałego żargonu, który może dezorientować użytkowników. Zaleca się używanie prostych i jasnych określeń, które każdy będzie mógł zrozumieć. Wszystkie komunikaty, zarówno słowne, jak i graficzne, powinny być klarowne. Interfejs użytkownika powinien być intuicyjny i łatwy do zrozumienia, tak jak czytanie otwartej książki.

3. DAJ UŻYTKOWNIKOWI PEŁNĄ KONTROLĘ.

W tej heurystyce ważne jest unikanie niezrozumiałego żargonu, który może dezorientować użytkowników. Zaleca się używanie prostych i jasnych określeń, które każdy będzie mógł zrozumieć. Wszystkie komunikaty, zarówno słowne, jak i graficzne, powinny być klarowne. Interfejs użytkownika powinien

01

02

03

01 / ANALIZA HEURYSTYCZNA

01 Strona główna

BŁĄD:

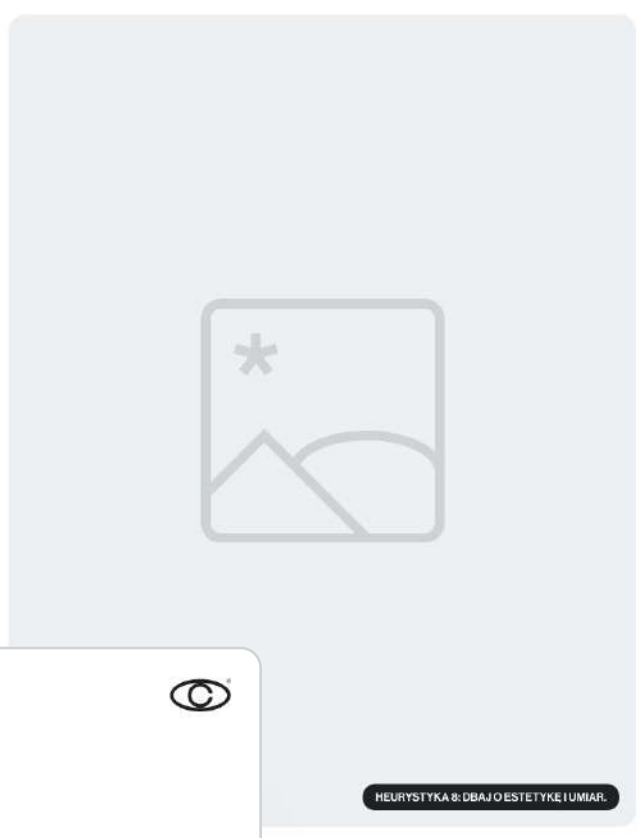
Baner główny na stronie nachodzi na menu i zaburza jego czytelność, gdyż za każdym razem zmienia swój kolor.

DLACZEGO TO WAŻNE:

Czytelność i przejrzystość menu to fundamentalne elementy w projektowaniu doświadczenia użytkownika na stronie internetowej. Jeżeli menu jest trudne do odczytania z powodu kolacji z banerem głównym, to może powodować frustrację u użytkowników i utrudniać nawigację po stronie. Utrudniona nawigacja może z kolei prowadzić do utraty potencjalnych klientów, gdyż użytkownicy mogą zdecydować się opuścić stronę, zamiast męczyć się z jej przeglądaniem.

ROZWIĄZANIE:

Aby poprawić czytelność menu, konieczne jest zmniejszenie projektu tak, aby baner główny nie nachodził na menu. Może to obejmować zmianę położenia banera, zmianę jego rozmiaru, albo użycie stałego koloru, który nie będzie kolidował z tekstem menu. Alternatywnie, można zastosować 10 menu, które utrzyma kontrast pomiędzy nim a dowolnym kolorem banera. Każde z tych rozwiązań powinno przyczynić się do poprawy czytelności menu i ogólnego doświadczenia użytkownika.



HEURYSTYKA & DBAJO O ESTETYKĘ I UMIAŁ.

01 / ANALIZA HEURYSTYCZNA

01

ANALIZA HEURYSTYCZNA

Analiza interfejsu pod względem 10 wytycznych wg. Nielsena, ukazuje ona bardziej techniczne błędy w funkcjonowaniu serwisu.

AUDIT UX

Proces audytu UX:

01 Opisujemy 10 heurystyk - rzeczy, które powinny być na stronie nienaganne.

02 Porównujemy to do obecnego stanu i wypisujemy czy coś na stronie jest plusem czy minusem. Jeśli jest minusem - proponujemy rozwiązanie, które z jednej strony ułatwi życie użytkownikom, a z drugiej będzie najwygodniejsze do implementacji dla dewelopera.

03 Oglądamy nagrania przechwycone dzięki oprogramowaniu HotJar i analizujemy, w których punktach użytkownicy mają największe problemy.

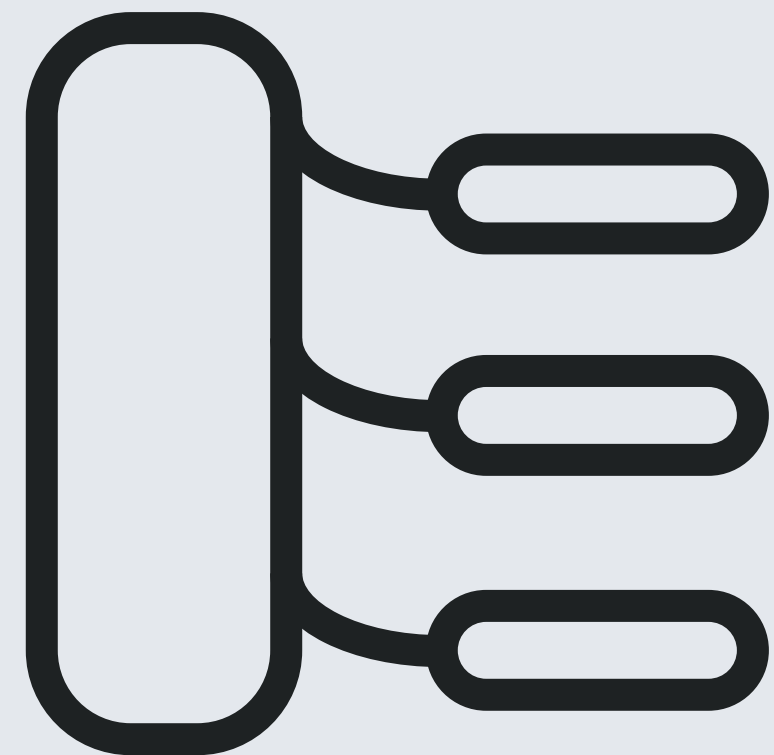
04 Ustalamy, jakie cele ma użytkownik, który odwiedza stronę a następnie analizujemy jakimi ścieżkami porusza się, aby je zrealizować. Dajemy sugestie, gdzie takie ścieżki uprościć.



ZYSKUJ W OCZACH



STUDIO KREATYWNE,
W KTÓRYM WIDZIMY
Z RÓŻNYCH PERSPEKTYW.



Przyjmij punkt widzenia Twoich klientów.

Tworzymy UX, który łączy potrzeby z estetyką, zapewniając klarowne i satysfakcjonujące doświadczenie.

[Skontaktuj się z nami →](#)