

# Usability is je gezonde verstand gebruiken!

05 augustus 2005 - Is usability onderzoek echt noodzakelijk? Deze vraag speelt nog steeds bij veel bedrijven. Ondanks het feit dat steeds meer bedrijven geld gaan investeren in usability onderzoeken blijken veel verantwoordelijke managers nog kritisch. Een vaak gehoord argument: "de onderzoeken zijn vaak een bevestiging van wat onze designers eigenlijk al dachten!" Mijn reactie op dergelijke uitspraken geeft weinig ruimte tot interpretatie: "als dat zo is, waarom zijn er dan zo ongelofelijk veel slechte websites?"

## Onderzoek

Vaak wordt bij usability onderzoek gedacht aan gebruikerstesten (user testing). Aan de hand van een aantal specifieke taken wordt een groep gebruikers gevraagd de opdrachten uit te voeren. Vaak worden de handelingen van de gebruikers geobserveerd en geregistreerd. Op deze manier krijg je inzicht in het gedrag van bezoekers op een website en kunnen valkuilen boven water worden gehaald. Echter methoden als cardsorting, paper prototyping, heuristische evaluatie, logfile analyse en vele andere methoden kunnen ook tot usability onderzoek worden gerekend. Het voert te ver om deze methoden allemaal afzonderlijk uit te diepen. Allesomvattend kunnen we wel de conclusie trekken dat alle usability onderzoeksmethoden hetzelfde doel dienen. Namelijk het zo optimaal mogelijk inrichten van een website voor de eindgebruiker.

## Gebruikerstest

Onlangs hebben wij met ons bedrijf een gebruikerstest gehouden. Doel van de test was het beoordelen van het gebruikersgemak van twee grote gemeente websites uit het Noorden van het land. Aangezien ons bedrijf gevestigd is in Groningen was de keuze voor de website van de Gemeente Groningen snel gemaakt. Toen we lazen dat de website van de Gemeente Assen onlangs een prijs had gewonnen voor de beste overheidssite van Nederland op het gebied van 'zelfredzaamheid', waren de te testen sites bekend.

We vroegen een aantal willekeurige mensen wat zij zouden willen vinden op de website van een Gemeente site. Al snel werden de volgende onderzoeksvragen geformuleerd:  
Op welke dagen en tijden kan ik mijn oude koelkast naar de stort brengen en wat zijn de kosten hiervan?  
Heb ik bij mijn in de straat een parkeervergunning nodig en zo ja, wat zijn de kosten hiervan?  
Wat is het dichtsbijzijnde zwembad om in de avonden recreatief te kunnen zwemmen?

Er werden zes testpersonen geselecteerd aangezien je met zes testpersonen 85% van het aantal usability problemen kunt elimineren (bron: Jacob Nielsen, useit.com). De respondenten hadden allemaal een gemiddeld (tussen de 5 en 20) of laag (minder dan 5) aantal uren internetervaring per week. De resultaten van het onderzoek waren verontrustend. Hoewel alle respondenten vooraf dachten dat de vragen eenvoudig binnen 15 minuten te vinden moesten zijn, slaagde niemand erin de vragen binnen 30 minuten te beantwoorden. Sterker nog, 4 van de respondenten slaagde er niet in de helft van de vragen beantwoord te krijgen.

Opvallend was dat vaak gekozen werd voor een verkeerd menu item. Het bleek niet duidelijk te zijn wat men onder een menu item kon verwachten zonder hier eerst op geklikt te hebben. Ook bleek men vaak tegen de zeer beperkte mogelijkheden van de zoekfunctie aan te lopen. Vaak werden resultaten weergegeven welke amper in relatie stonden met het doel van de zoekopdracht. Een ander opvallend punt is dat bezoekers vaak de 'schuld' van het niet kunnen vinden bij zichzelf zoeken en niet bij de onvolkomenheden van de site. Het was verrassend om te zien hoe lang bezoekers het uithouden op een site die totaal niet aan hun verwachtingen voldoet.

In deze specifieke situatie zijn we er door een gebruikerstest achter gekomen dat bezoekers een groot aantal vragen niet beantwoord zagen op de website. Vragen die willekeurig bij ondervraagden opkwamen en waarvan de respondenten vonden dat ze zeer eenvoudig te vinden moesten zijn. Ik citeer één reactie: "als dit er al niet op staat ..! ".

Dit had eenvoudig voorkomen kunnen worden door voordat de site werd gebouwd, een panelgesprek te houden. Op deze manier was mogelijk boven water gekomen dat er een groot verschil zit in het surfgedrag op gemeente sites tussen bezoekers en inwoners van een gemeente. Beide doelgroepen zoeken specifieke informatie en beide doelgroepen kunnen deze niet vinden!

Iedere ontwikkeling voor een bedrijf start met de segmentatie van je doelgroep. Zo ook de ontwikkeling van een website. Vervolgens is het erg belangrijk om deze doelgroep bij de ontwikkeling te betrekken. Zij zijn immers de gebruikers van de te bouwen website. Usability onderzoeken zijn hiervoor uitermate geschikt. Bedenk dat iedere dollar dat in de voorfase aan usability onderzoek wordt geïnvesteerd, \$ 100 bespaart wanneer dit probleem na de ontwikkeling van de website nog aangepast dient te worden (bron: Jacob Nielsen).

## **Metten is weten**

Als we de verantwoordelijke managers mogen geloven hadden designers de meeste zaken uit zichzelf dus al kunnen tackelen. Immers usability is niets anders dan je gezonde verstand gebruiken. Toch geloof ik dat voor usability nog altijd de vlieger "metten is weten" opgaat, waarbij altijd uitgegaan moet worden van je doelgroep. Groot respect voor de managers die wel de waarde zien van een usability onderzoek. Zij nemen hun bezoekers eindelijk serieus!

## **Auteur en publicatie**

Raymond Klompsma is werkzaam bij Concept7 ([www.concept7.nl](http://www.concept7.nl)). Raymond is bij Concept7 werkzaam als commercieel directeur.

Dit artikel is gepubliceerd in Usabilityweb magazine.