

Uživatelské testování podomácku

Uživatelské testování je efektivním způsobem, jak odhalit chyby na webu a přizpůsobit jej očekáváním a potřebám uživatelů. Nejčastěji bývá použito u rozsáhlých webů nebo složitějších interaktivních prvků. Jak ale aplikovat metody a poznatky uživatelského testování na menší weby, pro které by plnohodnotné testování bylo přehnanou investicí?

Každá webová stránka by měla před spuštěním projít nějakou formou ověření funkčnosti a **působení na skutečné publikum**. Nikdo není neomylný a i zkušený tvůrce se může dopustit chyb, které by později mohly uživatelům způsobit potíže a snižovat tak užitečnost webu.

Teprve při sledování člověka, který s webem pracuje poprvé, se mohou projevit nedostatky v grafickém návrhu, struktuře obsahu a technickém řešení, jež autor **nevědomky přechází** kvůli svým dříve vytvořeným návykům. Podobný problém se dotýká i obsahu stránek - uvědomte si, že čím více svému oboru rozumíte, tím obtížnější pro vás může být tvorba textů pro web. I tematicky velmi úzce zaměřené weby jsou mnohdy zdrojem informací pro širokou veřejnost, amatérské zájemce o daný obor nebo například pro novináře. Použitý jazyk by tedy měl být všem srozumitelný, především odborné termíny byste měli používat jen s pečlivou rozvahou.

Vybíráme uživatele

Uživatelské testování se pochopitelně neobejde bez uživatelů. Na rozdíl od profesionálně vedeného testování si můžete dovolit malou pohodlnost a **využít své blízké**, kolegy ze zaměstnání a další snadno dostupné dobrovolníky, pokud se vám v jejich případě podaří dodržet dvě základní pravidla. Testující subjekt by

- neměl mít předchozí zkušenost se zkoumaným webem a
- neměl by být odborníkem v oblasti, kterou se web zabývá.

Jen při splnění těchto předpokladů můžete získat poznatky, které se budou v souladu s pozdějším chováním skutečných návštěvníků vašeho webu. Druhé pravidlo pak ztrácí význam u webů zaměřených čistě na odbornou veřejnost. Uvažte dobře své cílové publikum a při testování se ujistěte, že web dokáže oslovit všechny potenciální návštěvníky. Dejte si také pozor, aby blízký vztah s vybraným uživatelem neovlivnil testování - například v případě, kdy by bránil upřímné kritické odpovědi.

Scénář a plnění úkolů

Jak tedy samotné testování provést? Předem si rozmyslete **průběh sezení**, abyste jej mohli vést požadovaným směrem a na nic nezapomněli. Připomeňte si, jakému účelu má web sloužit a jaké operace by na něm měli uživatelé provádět. Na jejich základě si pak můžete **připravit úkoly**, které budete zadávat vašemu pokusnému subjektu. Začněte úkoly obecnými a snadnými, díky nimž ověříte správnost řešení základních prvků webu. Zaměřte se na to, zda uživatel správně chápe smysl a zaměření webu (již z titulní stránky by měl rychle poznat, co web nabízí a čím se zabývá) a zda bez problémů používá základní ovládací mechanismy, především navigaci. Postupně se pak zaměřte na úkoly složitější, které vyžadují provedení více kroků, a především na ty, které vedou k naplnění hlavních cílů webu.

Zadávání úkolů si ukažme na příkladu webu nabízejícího jazykové kurzy. Pokud takové stránky budete testovat, požádejte uživatele, aby si vybral a přihlásil se na kurz němčiny dle vlastních představ. Pak již můžete pouze sledovat, zda se dokáže **snadno zorientovat v nabídce**, zda zjistí a bez problémů pochopí všechny informace potřebné ke správnému výběru a konečně, zda si díky webu dokáže vybraný kurz také zajistit.

Dle světově uznávaného odborníka na použitelnost [Jakoba Nielsena](#) zní první pravidlo testování použitelnosti: "[Neposlouchejte uživatele](#)." Není totiž důležité, co uživatel tvrdí, že by udělal, ale co skutečně dělá. Proto se nikdy nespokojte s odpovědí typu "Teď bych vyplnil tenhle formulář," ale jeho vyplnění skutečně požadujte a vedte

uživatelé k tomu, aby všechny **testované postupy skutečně dokončili**. Jen tak můžete jejich fungování plně ověřit. Zároveň uživatele taktně přerušete, pokud začne spekulovat o tom, jak by se na jeho místě chovali jiní.

Umění ptát se

Samotné pozorování uživatele při práci, prováděné co možná nejméně rušivým způsobem, je tedy nejzásadnějším zdrojem informací, nicméně i slovní komentář může přinést zajímavé poznatky. Způsob položení otázky do značné míry ovlivňuje následnou odpověď, schopnost **správně se ptát** je tedy jedním ze zásadních předpokladů úspěšného uživatelského testování. Pokud chcete získat představu o skutečném názoru dotazovaného, pokládejte **otázky takzvané emočně neutrální**. Zatímco dotaz "Líbí se ti ten web?" často vyústí v jednoduchou souhlasnou odpověď (vedenou mnohdy také snahou neurazit), otázka "Co si myslíš o vzhledu těchto stránek?" navádí k upřímné odpovědi zformulované na základě vlastního názoru. Podobný efekt mají i takzvané **otevřené otázky** - takové, na které se nedá odpovědět jednoduchým ano nebo ne.

Vyhodnocení testu

Aby testování vedlo k požadovanému cíli, kterým je následné zkvalitnění zkoumaného webu, je nutné test také správně vyhodnotit. Pamatujte, že uživatelské testování v žádném případě není zkouškou schopností uživatele, ale **ověřuje použitelnost webu**. Jakákoliv chyba během práce s webem nepadá na hlavu uživatele, ale jen a pouze na samotné stránky. To ostatně můžete sdělit i testujícím dobrovolníkům a snížit tak jejich stres z pozorování. Jakýkoliv problém při plnění úkolů by pro vás měl být inspirací k zamýšlení nad řešením webu. Menší pozornost pak můžete věnovat subjektivním dojmům respondentů, dejte spíše na celkové vyznění a rychlost, s jakou se uživatel s webem sžil.

Všechny zmíněné tipy můžete využít i bez toho, abyste cíleně organizovali uživatelské testování. Vzpomeňte si na rady z dnešního newsletteru, až se příště budete o svém webu s někým bavit, nebo se budete ptát ostatních na jejich názor. Měl by vám pomoci k **získání hodnotnějších informací**, díky kterým pak budete moci svůj web efektivněji upravit. Pokud se o uživatelském testování chcete dozvědět více, můžete si také pročíst naši [případovou studii z testování webu NAVRCHOLU.cz](#).

Martin Smrt