

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun koulutusohjelma

Ninni Hummelholm-Laakkonen

**MATKAILUVERKKOPALVELUN KEHITTÄMISTYÖ
KÄYTETTÄVYYSTESTAUKSEN AVULLA**

Opinnäytetyö
Maaliskuu 2014



OPINNÄYTETYÖ
Maaliskuu 2014
Matkailun koulutusohjelma

Sirkkalankatu 12
80100 JOENSUU
050 311 6310

Tekijä(t)

Ninni Hummelholm-Laakkonen

Nimeke

Matkailuverkkopalvelun kehittämistyö
käytettävyydestestauksen avulla

Tiivistelmä

Tämä opinnäytetyö on kehittämistyö, jonka avulla parannettiin pohjoiskarjalaisen matkailupalvelun Karelia Expertin ylläpitämää Visitkarelia.fi-verkkopalvelua. Työssä tutkittiin käyttäjien kokemuksia verkkopalvelun käytöstä ja matkailupalveluiden hakemisesta, sekä myöhemmin sitä, kuinka ensimmäisen testauksen perusteella palveluun tehdyt muutokset vaikuttivat käyttäjäkokemukseen.

Tarve testaukselle tuli palvelun saaman palautteen ja toimeksiantajan omien kokemusten perusteella. Myös aika oli tutkimukselle hyvä, sillä toimeksiantaja oli parhaillaan uudistamassa palvelua.

Verkkopalvelun käytettävyydestestaus tehtiin valvotuissa olosuhteissa käyttäjäprofiilin mukaiselle ryhmälle. Testaus sisälsi puolistrukturoidun kyselyn ja perustui testaajille annettuihin tehtäviin sekä niihin liittyviin lisäkysymyksiin. Tehtävät olivat tavanomaisia matkailun verkkopalvelun käyttöön liittyviä tehtäviä. Saadut vastaukset taulukoitiin ja analysoitiin Nielsenin virheasteikon mukaan eritasoisiksi ongelmiksi ja avoimet kysymykset analysoitiin sisällönanalyysiä käyttäen.

Työ oli toiminnallinen opinnäytetyö, jossa painottuivat testauksen suunnitteluprosessi sekä molempien testausten läpivienti. Opinnäytetyön tuloksena löydettiin eriasteisia käytettävyysongelmia ja toisen testauksen tuloksena todettiin, että niihin oli kiitettävästi reagoitu. Tulokseksi työstä saatiin lisäksi käyttäjättestaus, jota on mahdollista hyödyntää myös tulevaisuudessa.

Kieli

suomi

Sivuja 89

Liitteet 8

Liitesivumäärä 46

Asiasanat

käytettävyytutkimus, käyttäjättestaus, kehittämistyö



THESIS
March 2014
Degree Programme in Tourism

Sirkkalankatu 12
80100 JOENSUU
050 311 6310

Author(s)

Ninni Hummelholm-Laakkonen

Title

Developing Tourism Web Services by Using Usability Testing

Abstract

This thesis is a development work, which helped to improve the Visitkarelia.fi web service. Visitkarelia.fi web service is hosted by Karelia Expert Tourist Service Ltd, a full service Tourist Bureau in North Karelia.

This thesis studies the usability of web service from the users' point of view by testing. The first test was carried out to the old web site and the second test after it shows how the changes, made by the client, affected the service. The need for this study came from the user feedback and the timing for the test was good, because the client was in the process of upgrading the service.

The research method was a usability testing, which was carried out under controlled conditions for a group that matched with the user profiling. The test contained a semi-structured questionnaire and it was based on the tasks as well as on additional related questions. The test tasks dealt with normal actions of tourism web searching. The responses were tabulated and analyzed by using Nielsen's problem rating. Open-ended questions were analyzed by the content analysis method.

This thesis was a functional study, which focused on the planning process and on completing the both testings. As a result of the first test several usability problems were found and the second test showed that most of those problems were already solved. One of the results obtained was also the test frame, which can be utilized in future.

Language

Finnish

Pages 89
Appendices 8

Pages of Appendices 46

Keywords

Usability, usability testing, development work

Sisältö

1	Johdanto	5
2	Tutkimuksen taustaa	6
2.1	Matkailu verkossa	6
2.2	Testauksen tarve.....	7
3	Visitkarelia.fi	7
4	Verkkopalveluiden käytettävyys ja tutkiminen	9
4.1	Käytettävyyden teoria.....	9
4.2	Hyvä käytettävyys	11
4.3	Käyttäjälähtöisyys suunnittelussa.....	11
4.4	Iteratiivisuus	13
5	Käytettävyyden tutkimustavat.....	14
5.1	Asiantuntija-arviointi ja käyttäjätesti	14
5.2	Käytettävyyden arvioinnin vaikeudet	15
6	Käytettävyyden testaaminen	16
6.1	Kehittämishanke.....	16
6.2	Käyttäjätiedon keruu	16
6.3	Tulosten analysointi	18
7	Visitkarelia.fi-käytettävyydestestauksen suunnittelu.....	21
7.1	Testaussuunnitelma	21
7.2	Testausaika.....	23
7.3	Tehtävät	24
7.4	Testausryhmä ja koetesti	26
8	Visitkarelia.fi-käytettävyydestestin toteutus.....	27
8.1	Testauspaikan järjestely.....	27
8.2	Testauksen ohjaus	28
8.3	Taustatiedot, testustehtävät ja loppukysely.....	29
8.4	Analysointi, ongelmaluokitus ja tulosten raportointi.....	30
9	Testaus 1	31
9.1	Yleistä	31
9.2	Alkukysely	31
9.3	Testaus	32
10	Testaus 2	36
10.1	Yleistä	36
10.2	Analyysi.....	37
11	Vertailu aiempiin tuloksiin.....	38
12	Lopuksi.....	41

Liitteet

Liite 1	Osio 1, alkukysely
Liite 2	Osio 2, testustehtävät
Liite 3	Osio 3, loppukysely
Liite 4	Analysointi, testaus 1
Liite 5	Analysointi, testaus 2
Liite 6	Muistilista ohjaajan toimintaan ennen testausta
Liite 7	Toimeksiantajan kommentit työstä

1 Johdanto

Alueellisen matkailuorganisaation Karelia-Expertin ylläpitämän Visitkarelia-verkkopalvelun tehtävänä on tuoda esille matkailupalveluja koko Pohjois-Karjalan alueella, ja sen toimenkuva on siksi hyvin laaja. Työni tarkoituksena oli selvittää mahdolliset verkkopalvelun käytettävyyteen liittyvät ongelmakohdat käytettävyydestestauksen avulla ja esittää niihin mahdollisia ratkaisuja. Käytettävyyttä haluttiin testata käyttäjiltä tulleen palautteen vuoksi ja palvelun kehittämiseksi. Aika oli testaukselle hyvä, sillä testauksen tulokset pystyttiin ottamaan konkreettisesti huomioon sivuston uudistuessa opinnäytetyöprosessin aikana.

Testaus oli nelivaiheinen. Ensimmäisessä vaiheessa testi teetettiin vapaaehtoiselle testiryhmälle, johon oli valittu jäseniä eri ikä- ja ammattiryhmistä. Testi sisälsi ohjeistettuja tehtäviä sekä tarkentavia kysymyksiä. Testauksen toisessa vaiheessa tulokset purettiin ja niistä koottiin raportti, joka luovutettiin toimeksiantajalle. Toimeksiantaja otti testauksen tulokset mukaan uudistetun verkkopalvelun suunnitteluun, ja kolmannessa vaiheessa, verkkopalvelun uudistuksen jälkeen, testi uusittiin. Neljäs vaihe käsitti purettujen tulosten vertailun aiempiin. Testauksen ja varsinkin testauksen uusimisen tarkoituksena oli selvittää uudistuksen tuoma muutos verkkopalvelun toimivuuteen ja käytettävyyteen.

Koska näkökulma on pikemminkin matkailun alueellisessa kehitystyössä kuin tarkassa tietojenkäsittelyssä, on testaus sovellettu juuri tähän tarkoitukseen ja vastaamaan toimeksiantajan tavoitteita, joita olivat ennalta tiedettyjen virhekohtien tarkempi analysointi sekä uudelleentestaus.

Toteutin työni pitkällä aikavälillä sivupäivityksen kestästä johtuen. Ensimmäinen testaus suoritettiin keväällä 2013 ja toinen testaus, juuri uusien sivujen lanseerauksen alla, tammikuussa 2014.

2 Tutkimuksen taustaa

2.1 Matkailu verkossa

Kuluttajat omaksuvat jatkuvasti uusia tapoja etsiä tietoa. Yhä useammin ostamista edeltävä tiedonhaku käynnistyy verkossa ja hakukoneista on tullut merkittävä ostospäätöksiin vaikuttavan tiedon välittäjä. (Merisalo, Vesanen, Raulas, Virtanen 2006, 25.)

Matkailu ei poikkea muista toimialoista sen suhteen, että yhä useammin sekä tuotevertailu että varsinainen kauppa tehdään suoraan verkossa. Karelia Expert-matkailupalvelu on muutamassa vuodessa lanseerannut markkinoille Visitkarelia.fi -konseptin, jonka tarkoituksena on lisätä yrityksen kilpailukykyä sähköisillä markkinoilla. Matkailumarkkinoinnin kenttä on kuitenkin hyvin laaja ja monitahoinen, joten tällaiselle palvelulle haasteen asettaa kokonaisuuden hallinta ja toimintojen suunnittelemisen niin, että se ottaa huomioon koko kohdeyhmän. (Visitkarelia.fi 2013.)

Matkailulla on hyvät kasvumahdollisuudet. Perinteiset suomalaiset toimialat, kuten metalli- ja puuteollisuus, siirtävät toimintojaan jatkuvasti ulkomaille, joten matkailusta odotetaan Suomelle merkittävää elinkeinoa tulevaisuudessa. Matkailu työllistää yhä enemmän ihmisiä ja sitä ei paikkasidonnaisen luonteensa vuoksi voi ulkoistaa muihin maihin. Matkailun edistäminen vaatii kuitenkin toimenpiteitä, kuten markkinointia ja sitä kautta näkyvyyden parantamista. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2010, 6-13.)

Pysyäkseen mukana matkailun kehityksessä niin näkyvyyden kuin myynninkin osalta on tärkeää, että myös verkkopalvelut seuraavat aikaansa. Tuskin voidaan sanoa, että yksikään verkkopalvelu on täydellinen, mutta jos suunnittelussa otetaan huomioon myös käyttäjän näkökulma, ollaan jo asteen verran lähempänä. Käytettävyydestutkimus peilaakin monesti juuri tuotteen loppukäyttäjän arviointia ja toimii siksi hyvänä työkaluna toimintojen kokeiluun.

2.2 Testauksen tarve

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää ja kehittää Visitkarelia.fi:n käytettävyyttä käytettävyydestestauksen ja iteratiivisen suunnittelun avulla. Työ tähtäsi ongelmallisten osa-alueiden paikantamiseen, mutta myös hyvin toimivien ratkaisujen löytymiseen loppukäyttäjän näkökulmasta. Testauksen tarkoituksena oli osaltaan myös vahvistaa Visitkarelia.fi -verkkopalvelun asemaa kilpailukykyisenä matkailumarkkinoinnin toimijana.

Toimeksiantaja oli tietoinen verkkopalvelun ongelmista, ja työ palvelun parantamiseksi oli alkanut jo ennen testausta. Työ tuki jo aiemmin tehtyjä määritelmiä palvelun ongelmista, ja lisäksi se antoi eksaktimpaa tietoa yksittäisten ongelmien vakavuudesta.

3 Visitkarelia.fi

Karelia Expert Matkailupalvelut Oy on Pohjois-Karjalan alueella toimiva matkailun alueorganisaatio, jonka tehtävänä on huolehtia alueen matkailumarkkinoinnista ja tuotekehityksestä. Lisäksi yritys vastaa kokous- ja kongressipalvelujen tuottamisesta sekä joidenkin matkailupalvelujen, kuten mökkivuokrauksen, myynnistä ja matkailuneuvonnasta. Yritys työllistää tällä hetkellä 19 henkilöä, joista suurin osa työskentelee Joensuun toimistossa ja loput maakunnan toimitoissa Iломantsissa, Kolilla, Lieksassa, Nurmeksessa ja Kiteellä. (Visitkarelia.fi 2013.)

Markkinoinnin siirtyessä yhä voimakkaammin verkkoon on Karelia Expertin toimintaympäristön muutos tuonut paineita myös perinteisen matkailupalvelun kehittämiseen sähköiseksi. Yritys onkin laajentanut toimintaansa verkossa vahvasti ja määrätietoisesti, selkeän strategian mukaisesti. Strategian myötä kehitettiin Visitkarelia –konsepti, jonka kehitystyö alkoi vuonna 2009 ja joka lanseerattiin yleisölle vuonna 2010. Sähköisen liiketoiminnan aloittaminen laajentaa toimenkuvaa entisestään esimerkiksi verkkokaupan muodossa. Yritys pitää

sähköistä liiketoimintaansa haasteellisena toimintaympäristönä, mutta näkee sen myös vahvana tukena perinteiselle matkailumarkkinoinnille. Jakeluteiden hallinnointi ja koordinointi ovat jatkossa yritykselle tärkeä liiketoiminnan osa-alue. (Visitkarelia.fi 2013.)

VisitKarelia.fi-verkkopalvelu koostuu perinteisestä matkailuinformaatiosta, maakunnallisesta palveluhakemistosta ja verkkokaupasta. Matkailuinformaatiolla verkkopalvelussa tarkoitetaan alueen matkailutuottajien ja tapahtumien näkyvyyttä sivustoilla erilaisin tavoin. Tällaisia ovat esimerkiksi erilaiset näkyvyyspaketit, tapahtumanostot ja mainostamiseen käytetyt bannerit. Maakunnallinen palveluhakemisto puolestaan koostuu maksuttomasta palvelusta, johon alueen toimijat voivat käydä päivittämässä tietonsa. Sama sähköinen palveluhakemisto siirtyy myös painettuun, vuosittain ilmestyvään hakemistoon. Verkkokaupan tarkoituksena on yhdistää erilaisia matkailutuotteita verkkokaupasta ostettavaan muotoon. Matkailun palvelutuottajat eli pohjoiskarjalaiset matkailuyrittäjät ja esimerkiksi kunnat voivat valita erilaisista näkyvyyspaketeista sopivimman, hinnan määräytyessä näkyvyyden mukaan. Verkkokauppaa yritys hyödyntää voimakkaimmin mökkivuokrauksessa, joka onkin siirtynyt lähes yksinomaan verkkoon. (Visitkarelia.fi 2013.)

Verkkopalvelussa vierailee tällä hetkellä noin 15 000–20 000 kävijää kuukaudessa. Käyttäjistä 85 % on suomalaisia ja 15 % ulkomaalaisia. Verkkopalveluun liittyvän verkkokaupan puolella kävijöitä on kuukausittain hiukan alle 10 000. Kävijämäärissä ei ole suurta vaihtelua kausittain, mutta suuret tapahtumat, kuten alueella järjestettävät MM-ampumahiihtokilpailut tai Ilosaarirock, lisäävät jonkin verran varsinkin ulkomaalaisten kävijöiden määrää. Jatkossa kävijämäärän odotetaan lisääntyvän edelleen ja siksi onkin tärkeää, että käytettävyyttä arvostetaan yrityksen verkkopalvelun kehittämisessä. (Tolvanen 2012.)

4 Verkkopalveluiden käytettävyys ja tutkiminen

4.1 Käytettävyyden teoria

Käytettävyttä on vuosien ajan tutkittu laajasti ja siitä on myös tehty erilaisia määritelmiä. ISO 9241-11 -standardin mukaan käytettävyydellä tarkoitetaan vuorovaikuttavien tuotteen tai järjestelmän käytön tarkoituksenmukaisuutta, tehokkuutta ja käytön miellyttävyyttä eri käyttötilanteissa, tietyillä käyttäjillä. (Väänänen, Vainio & Mattila 2011, 102-103.)

Toinen tunnettu määritelmä on Jacob Nielsenin (1994, 2) käytettävyyden määritelmä. Hänen määritelmänsä vie ISO -määritelmää asteen pidemmälle ja sisältää useamman määritteen: opittavuus, tehokkuus, muistettavuus, virheettömyys ja tyytyväisyys.

- Opittavuus: tarkoittaa tuotteen helppoa omaksumista
- Tehokkuus: tuottavuuden taso, johon käyttäjän on mahdollista päästä
- Muistettavuus: kuinka helposti käyttö muistuu mieleen myöhemmin
- Virheettömyys: käyttäjä tekee mahdollisimman vähän virheitä, eli onnistuu suorituksessaan (koskee nimenomaisesti käyttäjän tekemiä virheitä)
- Tyytyväisyys: tuotetta on miellyttävä käyttää (Nielsen 1994, 2)

Jokela (2010, 18) selventää käytettävyttä matkailun esimerkein: Verkkomarkkinoinnissa sitä voidaan mitata tuloksellisuuden, tehokkuuden ja miellyttävyyden attribuuteilla seuraavasti:

- Tuloksellisuus: Missä määrin asiakas pääsee tavoitteisiinsa tietyn tuotteen tai palvelun löytämisessä? Jos esimerkiksi asiakas tilaa lentoliput verkko-kaupasta, ovatko tuloksena oikeanlaiset liput?
- Tehokkuus: Kuinka paljon resursseja tarvitaan siihen, että tavoite toteutuu? Tyypillinen tehokkuusmittari on aika. Kuinka kauan aikaa kuluu lentolippujen tilaamiseen?

- Miellyttävyys: Millaisena asiakas kokee verkkopalvelun käyttämisen? Esimerkiksi lentolippuja tilattaessa voidaan kysyä sitä millainen subjektiivinen kokemus tilausprosessi oli.

Maanläheisesti käytettävyyttä voitaisiin verrata perinteiseen kivijalkakauppaan seuraavasti: huono käytettävyys tarkoittaisi vaikeakulkuisia käytäviä, tavarakasoja ja kadonnutta myyjää, kun taas hyvän käytettävyyden kaupassa tavarat ovat järjestyksessä, hyllyrivit suorassa ja myyjä valmiina palvelemaan asiakasta parhaimmalla mahdollisella tavalla.

Käytettävyydestä on löydettävissä paljon tutkimustietoa, sillä nykypäivänä suorituskyvyn maksimoinnista on siirrytty ymmärrykseen siitä, että käytettävyydellä saavutetaan teknisen erinomaisuuden kaltaisia arvoja (Salo 2009, 1). Käytettävyyden teoriaa on tutkittu useiden vuosien ajan, ja konkreettisia tutkimuksia on tehty muun muassa lopputöinä eriasteisista oppilaitoksista. Lisäksi samalla, kun ymmärrys ja tahto testauksia kohtaan kasvavat, lisääntyvät myös erilaiset yritykset, jotka palveluita myyvät.

Käytettävyyteen ja sen tutkimiseen liittyy useita erilaisia termejä. Tässä työssä on yleisimmin käytetty seuraavia:

Käytettävyys tarkoittaa vuorovaikutteisen tuotteen tai järjestelmän käytön tarkoituksenmukaisuutta, tehokkuutta ja käytön miellyttävyyttä eri käyttötilanteissa, tietyillä käyttäjillä. (Väänänen ym. 2011, 102-103.)

Käyttäjälähtöisyys on loppukäyttäjän huomioimista suunnitteluvaiheessa.

Käyttäjätestillä pyritään selvittämään tuotteen ominaisuuksia loppukäyttäjien näkökulmasta.

Käytettävyytestaus on yksi käyttäjätestauksen muoto. Käytettävyytestauksessa voidaan tutkia koko tuotetta, palvelua tai osia niistä.

Käyttäjällä tarkoitetaan tuotteen käyttäjää. Tässä tapauksessa käyttäjä on kuka tahansa potentiaalinen matkailusta tai tapahtumista kiinnostunut henkilö

Käyttäjätiedon keruu tarkoittaa niitä menetelmiä, joilla käytettävyyttä tutkitaan.

Iteratiivinen suunnittelu on suunnittelumuoto, jossa edetään vähitellen, välillä arvioiden saavutettua tulosta.

4.2 Hyvä käytettävyys

Hyvään käytettävyyteen pyrittäessä tulisi jo palvelun tai tuotteen suunnitteluvaiheessa huomioida käyttäjälähtöisyys, joka on käytettävyyden keskeisiä osa-alueita. Tuotteen tulisi vastata käyttäjien vaatimuksiin ja tarpeisiin. Käytettävyys ei kuitenkaan tarkoita pelkästään navigoinnin nopeutta tai selkeää värimaailmaa vaan sillä on myös sekä taloudellinen että inhimillinen vaikutus.

Taloudellinen vaikutus näkyy kilpailuasemana muihin yrityksiin nähden ja varsinkin huono käytettävyys näkyy tuotekehityskustannuksissa. Inhimillisiksi vaikutuksiksi voidaan laskea hyvän käyttöliittymän tuomat elämänlaadulliset hyödyt, kuten esteettömyyden huomioon ottaminen jo suunnitteluvaiheessa. (Väänänen ym. 2011, 104.) Konkreettisesti elämänlaatua parantava hyöty voi olla esimerkiksi ajanvarauksen tai virastoasioiden hoitamisen mahdollisuus.

4.3 Käyttäjälähtöisyys suunnittelussa

Jotta tuote olisi käytettävä ja toimiva, tulee kiinnittää huomiota tuotteen suunnitteluun käyttäjän näkökulmasta. Joskus voi kuitenkin olla vaikeaa ymmärtää omassa suunnittelussa se, onko tuote käytettävyydeltään hyvä. Tällöin asiaa voi pohtia myös huonon käytettävyyden kannalta. Niitä asioita, jotka vähentävät tuotteen tai palvelun käyttäjälähtöisyyttä, ovat Rubinin (2008, 6 -11) mukaan seuraavat:

- Suunnittelijat keskittyvät liikaa teknisiin ratkaisuihin tai ohjelmistoihin unohtaen sen, kenen käyttöön tuote tai palvelu on tulossa ja millä tasolla heidän osaamisensa on. Tuotteen aktiiviset toiminnot menevät tällaisessa ajattelussa itse ihmisen edelle.
- Käyttäjäkunta laajenee ja muuttuu taidoiltaan erilaisiksi. Varsinkin tietoteknisten asioiden suunnittelussa käyttäjinä ovat yhä erilaisemmat ryhmät, jotka tulisi ottaa huomioon. Tällaisia ryhmiä ovat muun muassa tietotekniikasta kiinnostuneet vanhukset.
- Käytettävyyttä pidetään yksinkertaisena ja itsestään selvänä asiana, johon ei panosteta. Tuote luonnehditaan helposti käytettäväksi ennen kuin käytettävyyttä aletaan todellisuudessa selvittää tutkimuksen avulla.
- Asiantuntijat eivät tee suunnitteluvaiheessa riittävää yhteistyötä, jolloin tuote ei välttämättä toimi kokonaisuutena, vaikka osa-alueet olisikin testattu toimiviksi. Tällainen voisi verkkopalveluesimerkissä tarkoittaa graafisen suunnittelun ja ohjelmoijan välistä tai sisällöntuottajan ja käyttöliittymäsuunnittelijan välistä yhteistyötä.
- Suunnittelu ja käytäntö eivät kohtaa. Se, miltä verkkopalvelu näyttää ja mitä se käyttäjälle viestii, on eri asia kuin se, miten se toimii. Jokela (2010, 20-23) kirjoittaa eri käytettävyyden tasoista, joissa näennäisellä tarkoitetaan yksinkertaisen näköistä mutta toimivuudeltaan monimutkaista palvelua, suppealla toimivia perusratkaisuja, joita monimutkaisemmat suunnitteluratkaisut eivät sotke ja laaja käytettävyys laajempia kokonaisuuksia, joihin perustason toiminnot eivät riitä. (Jokela 2010, 20-23)

Palvelu tulisi myös olla suunniteltu siten, että se on kaikkien käyttäjien saatavilla. Alan tutkimuksissa tulee esiin useita erilaisia käyttäjälähtöisen suunnittelun piirteitä, mutta keskeistä kaikissa tutkimuksissa on se, että suunnittelua seurataan koko prosessin ajan ja tuloksia mitataan ajoittain. Valtionvarainministeriön käytettävyyden oppaan mukaan käyttäjälähtöisen suunnittelun keskeiset piirteet ovat projekti- tai suunnittelutiimin käyttäjälähtöisyys, käyttäjätarpeiden selvitys, käytettävyydetutkimukset ja käytön seuranta (kuvio 1). Tässä ohjeistuksessa korostuu juuri se, että käyttäjä otetaan mukaan jo suunnittelussa ja prosessia seurataan tarkasti. Huomattavaa on myös, että suunnittelijan tai suunnittelutiimin tulee olla käyttäjälähtöinen eli jos suunnittelijat suunnittelevat tuotteita toisilleen,

ei se palvele juuri sitä kohderyhmää jota tuotteella tai palvelulla haetaan. (Valtiovarainministeriö 2008, 13)

Suunnittelijan käyttäjälähtöisyys	Käyttäjätarpeiden selvitys	Käytettävyyss-tutkimus	Käytön seuranta
-----------------------------------	----------------------------	------------------------	-----------------

Kuvio 1. Käyttäjälähtöisen suunnittelun keskeiset piirteet Valtiovarainministeriön 2008 mukaan.

4.4 Iteratiivisuus

Käyttäjälähtöinen suunnittelu on iteratiivista, eli suunnitelma toteutetaan pienissä osissa välillä suunnitellen ja välillä arvioiden ratkaisuja. Ratkaisujen arvioinnissa voi olla mukana joko asiantuntija tai loppukäyttäjä. Tällä menetelmällä palvelu tai tuote kehittyy prosessissa kohti parempaa käytettävyyttä. (Väänänen ym. 2011, 109.) Käytettävyystavoitteiden asettaminen jo suunnittelun alkuvaiheessa auttaa iteroinnissa. Tällainen tavoite voi palvelun käytön onnistuminen ilman erillisiä ohjeita, kuten: ”Klikkaa vasemman yläreunan eteenpäin-painiketta”. Tällöin palvelua suunniteltaessa tiedetään, mikä tavoite on ja tavoitteen saavuttaminen on myös todennettavissa. (Jokela 2010, 39.)

Iterointi on resursseja vaativaa, joten se ei voi olla itsessään tavoite (Jokela 2010, 62). Monesti projektiaikataulut eivät mahdollista useiden evaluointien ja muutosten tekemistä. Käyttäjien osallistaminen on työlästä. Kuitenkin käyttäjälähtöisyys ja käytettävyys tulisi huomioida yhtenä palvelun laatukriteereistä ja varata sen tutkimiselle tarpeeksi aikaa ja resursseja. (Väänänen ym. 2011, 109).

Käyttäjän ottaminen mukaan suunnitteluprosessiin tuo mukanaan myös riskejä. Suunnittelijan tulisi huomioida käyttäjien mielipiteet, mutta välttää liiallista toteutusta, sillä se voi helposti johtaa huonoon tulokseen. (Jokela 2010, 62)

Suunnittelijan tulisikin osata arvioida ja erotella ne kohdat mielipiteistä, jotka ovat kehittymisen kannalta merkittävimpiä. Mikäli kaikki mielipiteet pyritään huomioimaan, muodostuu se todennäköisesti liian kalliiksi eikä todennäköisesti vähennä, vaan jopa lisää virheitä.

5 Käytettävyyden tutkimustavat

5.1 Asiantuntija-arviointi ja käyttäjätesti

Käytettävyyttä voidaan arvioida erilaisin tavoin ja sen tutkiminen kuuluu oleellisena osana käyttäjälähtöiseen suunnitteluun. Pääasiallisesti käytettävyyden arviointi jakautuu kahteen pääryhmään: asiantuntija-arviointiin ja käyttäjätestiin. Lopullisen arvioinnin käytettävyydestä molemmissa menetelmissä tekee arvioija tai arvioijat. (Sinkkonen 2006, 276.)

Asiantuntija-arvioinnissa asiantuntija tai ryhmä käy tuotteen läpi systemaattisesti ja luetteloii kohdatut ongelmat, niiden vakavuudet ja parannusehdotukset. Tunnetuin sääntöpohjainen menetelmä on nk. heuristinen menetelmä, jossa arviointi perustuu erilaisiin heuristiikkoihin, peukalo- tai nyrkkisääntöihin. (Jokela, 2010; Väänänen ym. 2011, 111.) Asiantuntijoiden arvioon perustuvan menetelmän heikkous on se, että loppukäyttäjien arvio jää kokonaan puuttumaan ja täten tärkeä tieto tuotteeseen kohdistuvista vaatimuksista ja nykytilasta käyttäjän näkökulmasta jää selvittämättä (Väänänen ym. 2011, 111).

Käyttäjätestillä puolestaan pyritään selvittämään tuotteen ominaisuuksia loppukäyttäjien näkökulmasta. Käyttäjätesti on monipuolinen: se tuo esiin mahdolliset ongelmakohdat, mutta tuo esiin myös ne osat, jotka tuotteessa tai palvelussa toimivat. Testi voidaan tehdä joko tutkimusympäristössä, kuten laboratoriossa, tai tuotteen oikeassa käyttöympäristössä. Tutkimusympäristön etuna ovat tarkemmat tieteelliset tulokset, mutta käyttöympäristössä testaus antaa oikeamman kuvan mahdollisista ongelmista oikeissa käyttötilanteissa. (Väänänen ym. 2011, 112.)

Yleisin käyttäjätesti on käytettävyydestaus, joka sopii hyvin käytettäväksi silloin, kun halutaan saada paljon tietoa käyttäjän näkökulmasta (Koskinen, 2005). Käytettävyydestaus on joustava menetelmä, jota voidaan käyttää erilaisten tuotteiden, prototyyppien, verkkopalveluiden ja palveluiden testaamiseen (Sinkkonen 2006, 275.)

Käytettävyydestauksessa voidaan tutkia koko tuotetta, palvelua tai osia niistä. Osittaminen on monesti perusteltua sen vuoksi, että testaus on tehokkaampaa ja hallittavampaa pienillä alueilla kuin koko palvelulla. Testikäyttäjillä teetetään erilaisia tehtäviä ja testistä saatu aineisto analysoidaan. Analysoinnin tuloksena saadaan määritettyä ongelmakohtat sekä mahdolliset korjausehdotukset. Eri-laisia aineiston keräysmuotoja ovat muistiinpanot ja esimerkiksi videokuva. Analysoijana voi toimia joko yksi tai useampi henkilö. (Koskinen 2005, 188.)

5.2 Käytettävyyden arvioinnin vaikeudet

Hyväkään testaus ei kuitenkaan ole absoluuttinen. Kaikkia ongelmia ei todennäköisesti saada selvitettyä, mutta testauksen avulla on kuitenkin mahdollista löytää niitä ongelmakohtia, joita testiryhmä pitää kaikkein selvimpinä ja käytettävyyden kannalta tärkeimpinä.

Käytettävyydelle ei myöskään ole olemassa varsinaista ”hyvän” kriteeriä, vaan se on jatkuvasti kehitettävä asia. Mikäli käytettävyydelle on asetettu tavoitteet, voidaan testauksella mitata se, onko niihin päästy. Tämän vuoksi olisi hyvä miettiä omalle tuotteelle ja resursseille sopiva testausratkaisu, sillä kuten aiemmin tuli todettua, käyttäjättestaus ja iterointi vaativat resursseja ja turhaa testausta kannattaa välttää. (Koskinen 2005, 189; Jokela 2010, 62.)

6 Käytettävyyden testaaminen

6.1 Kehittämishanke

Käytettävyytutkimus on kehittämistyö, jonka päämääränä on parantaa kohteena olevaa asiaa, tässä tapauksessa Visitkarelia.fi-verkkopalvelua ja sitä kautta alueellista matkailumarkkinointia.

Tutkimuksen osatekijät, jolla tulokseen pyritään, ovat yksinkertaistettuna ongelman havainnointi - käyttäjätestin suunnittelu – käyttäjätiedon keruu – käyttäjätiedon analysointi – parannusehdotukset (kuvio 2).

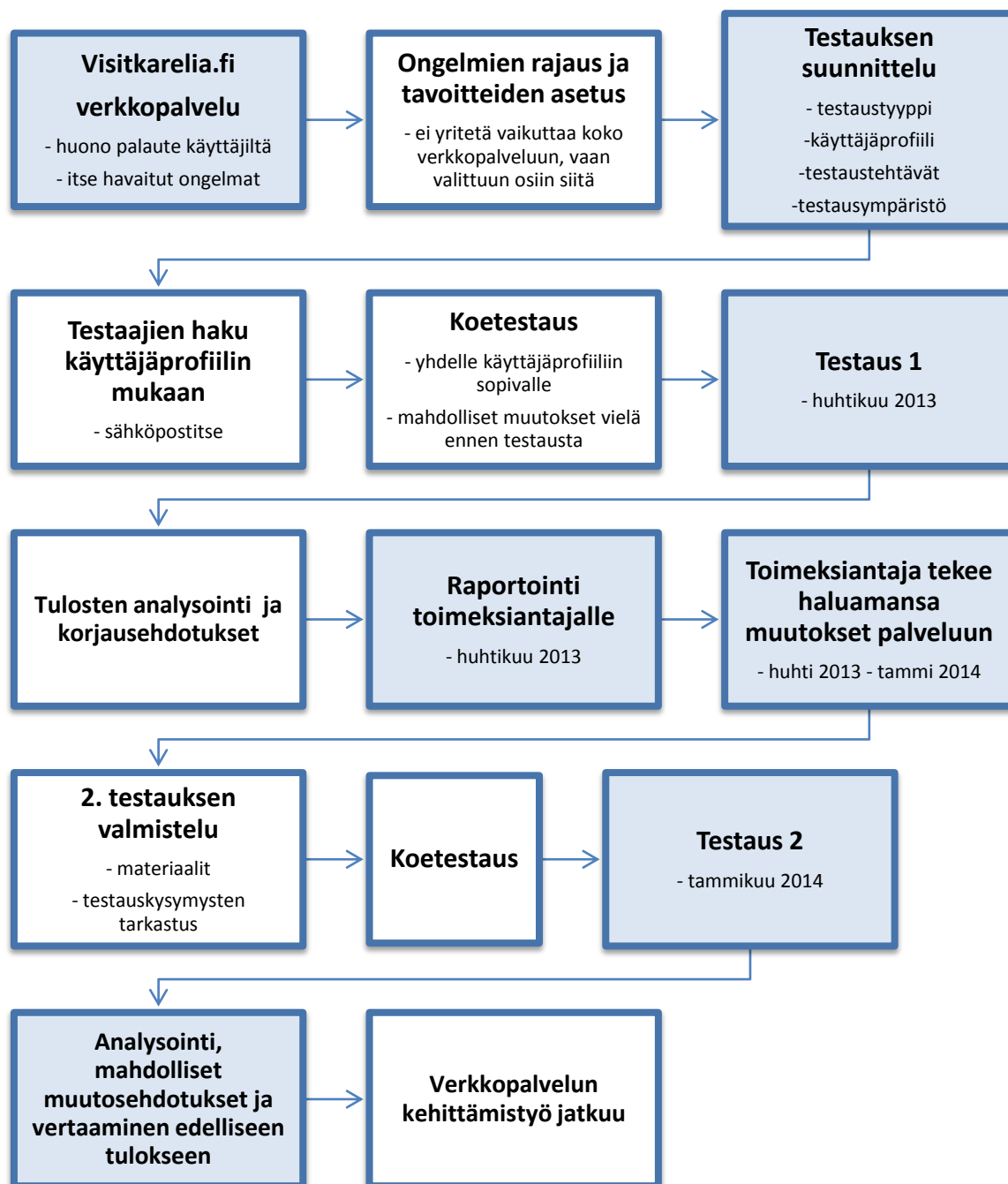
Visitkarelia.fi-verkkopalvelun testaaminen on toiminnallinen opinnäytetyö, sillä työssä tärkeässä osassa ovat itse testauksen suunnittelu ja toteutus. Työssä on yhdistetty erilaisia käytettävyytutkimuksen menetelmiä ja kevennetty rakennetta niin, että testauksen suorittaminen olisi helppo toteuttaa myös itsenäisesti. Tällöin testaus voisi olla osa matkailun verkkopalveluiden iteratiivista suunnittelua myös jatkossa.

Samalla, kun työssä rakennetaan matkailupalvelua kehittäviä tutkimusmetodeja, kehitetään myös itse matkailupalvelua. Tulosten huomioiminen verkkopalvelun muutoksissa ja niiden uudelleen testaus antaa suunnittelijalle tärkeää tietoa siitä, onko muutoksissa edetty loppukäyttäjien mielestä oikeaan suuntaan.

6.2 Käyttäjätiedon keruu

Käytettävyyttestauksen yleisimmistä menetelmistä tähän työhön valittiin käyttäjätestaus, sillä tuloksia haluttiin juuri käyttäjien näkökulmasta. Testaus sisälsi kyselyn, joka oli puolistrukturoitu ja perustui testaaajille annettuihin tehtäviin sekä niihin liittyviin lisäkysymyksiin. Tällöin koko palvelusta pystyttiin rajaamaan ne alueet, jotka jo aiemmin tiedettiin ongelmallisiksi, sekä ohjaamaan testaaajaa toimintoihin joiden testaamisen tarve arvioitiin tärkeäksi etukäteen. Menettele-

mällä näin ongelmasta saatiin syvällisempää tietoa ja pystyttiin arvioimaan sen todellinen vaikutus palvelun käyttöön.



Kuvio 2. Visitkarelia.fi -verkkopalvelun kehittämishankkeen eteneminen.

Testaus teetettiin usealle testaajalle samanaikaisesti, ja tällöin siitä jätettiin pois käytettävyydestä tyypillisesti kuuluva tilanteen tallentaminen myöhempiä analyysia varten. Tähän päädyttiin siksi, että testaus pysyisi kevyenä ja helposti toteutettavana myös jatkoa ajatellen. Lisäksi katsottiin, että videointi tai ääninauhointi ei toisi riittävää lisäarvoa suhteutettuna toimeksiantajan toiveisiin ja työn yleiseen tavoitteeseen matkailupalvelun parantamisessa. Havainnointia ei kuitenkaan jätetty kokonaan tutkimuksen ulkopuolelle, vaan se suoritettiin kirjaamalla ylös testaustilanteessa tulleita kysymyksiä ja pohdintoja sekä lisäämällä ne analyysiin.

Testaajille annettiin tehtäväksi myös niin sanottujen virheiden (ylimääräisten klikkausten ja takaisin palaamisten) laskeminen. Tällä menetelmällä voitiin tarkastella toiminnan hankaluutta kvantitatiivisesti, joskin myös tämä oli summitaista ja arvioitua. Tällä kuitenkin päästiin työn kannalta haluttuun tulokseen, eli arvioon siitä miten hankalaa kyseessä olevaa toimintoa on suorittaa.

Avoimet kysymykset ja kirjallinen loppuhaastattelu antoivat myös käyttäjälle tilaa kommentoida ja kertoa omia tuntemuksiaan. Tämän avulla pyrittiin saamaan vapaata tietoa, mikä ei tule esille esimääritellyissä asteikkovastauksissa, mutta on tutkimuksen kannalta yhtä tärkeää.

6.3 Tulosten analysointi

Tulosten analyysi tapahtui tutkimusongelmaan perustaen. Tässä tutkittava asia oli verkkopalvelun käytettävyys, joten analyysia tehdessä tätä pidettiin lähtökohdana. Analysointi aloitettiin huolellisella tutustumisella testauksesta saatuun aineistoon. Koska kyseessä on melko homogeeninen testausryhmä, ei taustatietojen vertailu ollut tässä kohdassa tarpeellista.

Tulosten käsittely tapahtui konkreettisesti taulukoimalla, sillä kysymyksiä oli vähän ja otoskoko pieni. Tämä tapa antoi myös enemmän joustoa havainnointien kirjaamiseen ja sisällönanalyysille tyypilliseen tulkintaan ja päättelyyn.

Testi analysoitiin Nielsenin (1994, 47) virheluokitusten mukaan. Nielsenin virheluokitus otettiin mukaan jo testauksen suunnitteluvaiheessa siten, että testaajille annetut vastausvaihtoehdot perustuivat 5-portaiseen asteikkoon. Tämä helpotti tulosten analysointia merkittävästi ja samalla se toi testaukseen selkeän rakenteen. Ongelmakohtat etsittiin tehtäväkohtaisesti vertailemalla testaajien vastauksia, minkä jälkeen ne jaettiin Nielsenin (1994, 47) virheluokituksen mukaisesti. Keskiarvon avulla tehtäville voitiin osoittaa virheluokitusluku. Keskiarvo saatiin kertomalla vastaukselle annettu arvo frekvenssillään, eli esiintymistiheydellään.

Esimerkkikysymys:

Tehtävä 1: Navigointi

Kysymyksiä:

Yhteystietojen löytyminen asteikolla 0-4:

- 0) ei ollenkaan vaikeuksia
- 1) pieniä vaikeuksia (eivät vaikuta käytettävyyteen)
- 2) jonkun verran vaikeuksia
- 3) todella vaikeaa
- 4) ei löytynyt ollenkaan

Saatujen vastausten taulukoiminen:

Arvo: vastausvaihtoehdoille annetut arvot

Määrä: esiintyminen testaajien joukossa, frekvenssi

Virheluokitus: keskiarvolla saatu virheluokitusluku

Arvo	0	1	2	3	4	Virheluokitus
Määrä (kpl)	3	2	4	0	0	1(+)

Keskiarvon laskeminen:

$$\frac{0x3 + 1x2 + 2x4 + 3x0 + 4x0}{9 \text{ (frekvenssi)}} = \frac{10}{9} = 1,11$$

Analyysissa luvusta käytettiin merkintää 1 (+), sillä desimaalien esittämiseksi ei ollut tutkinnallista merkittävyyttä.

Nielsenin (1994, 47) mukaan ongelmien vakavuus on kolmen tekijän summa:

- Esiintymistiheys: yleinen/harvinainen
- Vaikutus: käyttäjän helppo/vaikea selvittää ongelma
- Jatkuvuus: onko kyse sellaisesta ongelmasta, jonka voi opetella selvittämään vai vaatiiko ongelmanratkaisu jokaisella esiintymiskerralla uuden ratkaisumallin

Näiden tekijöiden perusteella saatiin virheluokat:

0 = Ei käytettävyysongelmaa

1 = Kosmeettinen ongelma – korjataan vain jos siihen on aikaa

2 = Pieni käytettävyysogelma – korjauksella matala prioriteettitaso

3 = Suuri käytettävyysogelma – korkea prioriteetti, korjattava

4 = Katastrofaalinen ongelma – korjattava välittömästi.

Kyselytutkimuksen tulokset purettiin ja luokiteltiin sisällönanalysointia käyttäen, sillä testauksessa oli mukana avoimia kysymyksiä ja havainnointia. Sisällönanalysointi on analysointimenetelmä, jossa korostuvat sisällöllinen ja laadullinen merkitys. Menetelmä perustuu tulkintaan ja päättelyyn (Seitamaa, Hakkarainen 2000.) Tähän työhön menetelmän valinta oli luonnollinen juuri työn kvalitatiivisten piirteiden, kuten avointen kysymysten, perusteella. Avoimia kysymyksiä työssä oli sekä testauksessa että loppukyselyssä.

Avointen kysymysten vastaukset koottiin yhteen ja niitä vertaamalla löydettiin eniten esiintyneet huomiot. Huomion esiintymistiheydestä taas pystyttiin tulkitsemaan, onko virhe toistuva ja miten se oli verrannollinen esimerkiksi tehtyihin virheisiin.

Avoimen palautteen, esiintymistiheyden ja virheluokituksen perusteella voitiin siis rakentaa analyysi kunkin tehtävän onnistumisesta, paikasta, jossa virhe syntyi ja sen vakavuudesta.

7 Visitkarelia.fi-käytettävyystestauksen suunnittelu

7.1 Testaussuunnitelma

Käytettävyystesti alkaa huolellisella testaussuunnitelman laatimisella ennen testin suorittamista. Testauksen kulku riippuu siitä, millainen testityyppi on kyseessä ja minkälaisia tavoitteita tuotteeseen kohdistuu. Voidaan kuitenkin listata tyypillisiä osioita, joihin tulisi testaussuunnitelmassa kiinnittää huomiota. (Rubin 2008, 67.)

- Testauksen tarkoitus tulisi selvittää heti, kun tiedetään, mitä ollaan testaamassa. Kyseessä voi olla muun muassa käyttäjiltä saadun palautteen mukaisten virheiden etsiminen.
- Kysymysten asettelu ja tavoitteiden asettaminen siten, että tuloksia saadaan juuri niiltä alueilta kuin on tarkoitus. Tämän voidaan katsoa olevan suunnittelun tärkein vaihe.
- Käyttäjäprofiilin määrittäminen siten, että testaus on helppo kohdentaa oikealle ryhmälle.
- Käytettävien metodien asettelussa suunnitellaan tavoitteisiin ja testiryhmään parhaiten soveltuva metodi ja laaditaan suunnitelma toteutuksesta.
- Testitehtävien laatiminen ja listaus. Tehtävien tulisi olla rakenteeltaan sellaisia, että niistä käy ilmi lyhyt selostus tehtävästä, mitä mahdollisia välineitä tehtävän tekemiseen tarvitaan, miten onnistuminen mitataan ja mihin tehtävästä suoriutumista verrataan.
- Testausympäristön ja välineistön valinta, eli mitä välineitä ja tiloja testin tekemiseen tarvitaan.

- Testitapahtuman tarkkailu tulee myös selvittää, varsinkin jos kyseessä on testaus, jossa on mukana esimerkiksi asiakasta esittävä tarkkailija.
- Tulosten listauksen suunnittelu helpottaa tulosten purkua. Tässä osiossa mietitään erilaisia mittareita ja vertailukohtia.
- Raportointisuunnittelussa tarkoituksena on etukäteen selvittää tuotosten esittämistapa. Tässä osiossa mietitään myös missä, miten ja kenelle kaikille tuotokset esitetään. (Rubin 2008, 67.)

Tämän työn testaussuunnitelmaa alettiin rakentaa pohtimalla sitä, miksi testi tehdään. Mitkä ovat ne tavoitteet, joita testin läpiviemisellä haetaan? Tavoitteet tulivat käyttäjiltä saadun palautteen perusteella sekä toimeksiantajan halusta luoda palvelustaan matkailijoita kokonaisvaltaisesti palveleva toimintaympäristö. Tavoitteiden linjausten on myös oltava samansuuntaisia sekä toimeksiantajalla että testaajalla onnistuneen lopputuloksen aikaansaamiseksi. (Tolvanen 2012).

Testaussuunnitelman runkoa alettiin myös rakentaa hyvissä ajoin ja siitä pyrittiin tekemään mahdollisimman tarkka ja kattava. Hyvin tehty suunnittelutyö varmisti sen, että suurilta yllätyksiltä itse testauksessa vältyttiin.

Testaukseen valittiin tavoitteiksi yleinen käytettävyys, helppo omaksuminen, verkkokaupan helppokäyttöisyys, toimivat valikkoratkaisut sekä sopivuus epä-säännölliseen käyttöön. (Sinkkonen 2006, 282) Yleisessä käytettävyydessä painopiste on etsittävän tiedon löytymisessä verkkopalvelusta.

Visitkarelia.fi:n testauksessa päädyttiin painottamaan tiettyjä osa-alueita koko verkkopalvelun testauksen sijaan. Tällä menetelmällä on mahdollisuus kerätä eksaktimpaa tietoa valitusta kohteesta. Tehtäviä testiin otettiin mukaan neljä. Testien osa-alueet olivat mökin varaaminen, matkailupalvelutuotteen etsiminen, verkkokauppaostoksen tekeminen ja yhteystietojen löytäminen. Näihin osa-alueisiin päädyttiin palautteiden ja toimeksiantajan kanssa käytyjen neuvottelujen perusteella.

7.2 Testausaika

Testausaika riippuu testin luonteesta. Koska testaustyypiksi valittiin jälkikäteen haastattelu, jonka haastatteluosuus suoritettiin kyselyllä, oli tärkeää, ettei testaus venynyt liian pitkäksi. Tällä testaajan mielenkiinto ja motivaatio saatiin pidettyä yllä loppuun asti. Testausaika vaikuttaa ratkaisevasti myös testitehtävien määrään. (Rubin, 2008) Visitkarelia.fi:n käytettävyytestaus kesti molemmilla kerroilla noin tunnin ajan.

<p>Testauksen esittely, testitilanteen selventäminen</p> <p>5 min</p>	<p>Testitilanne selvitetään testaaajille.</p> <p>Kerrottavia asioita:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kyseessä ei ole koe, vaan tuotteen testaus - rohkaistaan kommentoimiaan tuotetta vapaasti - luottamuksellisuus - vapaaehtoisuus - testin tärkeys
<p>Taustatietojen kysely</p> <p>5 min</p>	<p>Kartoitetaan testaaajien ikärakennetta ja muita demografisia tekijöitä sekä tuotteen tuntemusta ja tietokoneen käyttöä</p>
<p>Testitehtävän tekeminen</p> <p>20-30 min</p>	<p>Käydään läpi testitehtävien rakenne. Ohjaaja selventää mitä testaaajilta vaaditaan ja sen, että kysymyksiä saa testin aikana esittää. Kysymykset kirjataan ylös ja ne raportoidaan.</p> <p>Tehtävät suoritetaan itsenäisesti, omaan tahtiin. Jokainen testaaaja merkitään omalla numerolla. Kerrotaan, että virhetilanteita/vääriä valintoja kannattaa laskea tehtävää suorittaessa (vaikka tukkimiehen kirjanpidolla).</p> <p>Lisäksi kerrotaan loppukyselystä ja siitä,</p>

	että sen voi täyttää heti testauksen suoritettuaan.
Loppukysely 5-10 min	Kun kaikki tehtävät on suoritettu, jokainen testaaaja vastaa kyselyyn.
Testauksen lopetus	Kun testaus on tehty, voi jokainen poistua vapaasti. Täytetyt paperit jätetään testauspaikalle, että numerointi säilyy.

Kuvio 3. Taulukkosuunnitelma Visitkarelia.fi käytettävyystestauksen kulusta.

Testaukseen kuluva aika pyrittiin määrittelemään taulukoimalla testauksessa tehtävät toimenpiteet, sekä niihin kuluva aika (kuvio 3). Tällä pystyttiin teoriata-solla laskemaan koko tilanteen kesto ja tarvittaessa muokkaamaan suunnitelmaa ajan ja toimenpiteiden osalta.

7.3 Tehtävät

Testauksessa suoritettavien tehtävien tulee olla vaikeustasoltaan erilaisia. Mukana olisi hyvä olla sekä perustoimintoja testaavia tehtäviä ja haasteellisempia tehtäviä. (Sinkkonen 2006, 285.)

Tässä testissä pääpaino oli ennalta ongelmaiseksi tiedetyissä kohdissa, joita on tullut aiemmin esiin muun muassa elokuussa 2008 tehdyssä Karelia Expertin käytettävyysselvityksessä ja kansainvälistä liiketaloutta Karelia-Ammattikorkeakoulussa opiskelevien opiskelijoiden vuonna 2012 tekemässä raportissa Usability of visitkarelia.fi webpage.

Näistä tutkimuksista selvinneitä ongelmakohtia voitiin määritellä seuraavasti:

- mökin varaamiseen liittyvät ongelmat
- lapsiperheiden huomioiminen
- vaikea navigointi (liian paljon huomiota herättäviä kohtia)

Lisäksi testillä haluttiin selvittää verkkokaupan ja tapahtumakalenterin käytettävyyteen liittyviä asioita, kuten ostamistilanteen helppous.

Itse tehtävien tulee testauksessa olla yksiselitteisiä ja helposti ymmärrettäviä. Niissä voi olla kerronnallinen kehys, jolloin testaajan eläytyminen autenttiseen tilanteeseen helpottuu. Tärkeitä kysymyksiä tehtäviä suunniteltaessa ovat myös seuraavat: mikä on hyväksyttävä suoritus aika, millainen ajanylitys kertoo käytettävyyso Ongelmasta ja miten eri tavoin testaaja voi tulokseen päästä. Esimerkiksi testattaessa Visitkarelia.fi-verkkopalvelua testaajalla on mahdollisuus edetä monen eri linkin kautta.

Visitkarelia.fi -verkkopalvelun kysymykset sijoitettiin aitoihin varaus-, tapahtuma- ja etsintätilanteisiin ja niiden rakenteesta tehtiin kerronnallinen. Tällä pyrittiin saamaan testaaja osaksi tarinaa ja enemmän asiakkaaksi kuin tietyn toiminnon suorittajaksi.

Tehtävissä ei saa olla johdattelevia kysymyksiä, jotka ohjaavat testaajaa tiettyyn toimintaan. Tällaisia olisivat Visitkarelia.fi-verkkopalvelussa esimerkiksi Osta -välilehdelle ohjaaminen ja puhuminen online-kaupasta (palvelun vanhassa versiossa). Tehtävien on lisäksi oltava lyhyitä, jolloin testaaja ei kuormitu liikaa ja niiden pitää olla luontevaa kieltä. Yksittäisiä osa-alueita testattaessa, kuten Visitkarelia.fi-käytettävyytestauksessa oli tarkoitus, on riski, että osa-alueet todetaan toimiviksi, vaikka kokonaisuus ei toimikaan. (Koskinen 2005, 191. Sinkkonen 2006, 285.) Tätä riskiä pyrittiin minimoimaan kvalitatiivisella loppukyselyllä, jolla kartoitettiin verkkopalvelun yleistä käytettävyyttä avoimin kysymyksin.

Tehtävät pyrittiin yksinkertaistamaan sellaisiksi, että väärinymmärryksiltä vältyttäisiin ja itse testitilanteessa ei tulisi viivästyksiä epäselvien kysymysten vuoksi. Testaustehtäviä oli neljä, jotka olivat katsottu vaikeustasoltaan erilaisiksi. Tehtävät oli aseteltu niin, että testin aloitti helppo tehtävä ja hankalimmaksi arvioitu sijoitettiin keskelle. Tällä estettiin testaajan turhautuminen tilanteen alussa ja samalla testaaja pystyi tutustumaan testiin helpon tehtävän kautta.

7.4 Testausryhmä ja koetesti

Visitkarelia.fi-verkkopalvelun käyttäjäsegmentti on hyvin laaja. Käyttäjätettiin valittiin mukaan tuotteen tuntevia käyttäjiä, jotka ovat myös potentiaalisia tulevaisuuden käyttäjiä. Yleensä testiin suositellaan vähintään kolmea käyttäjää, normaalissa tuotekehitystestissä testaaajia on kolmesta kuuteen. Opinnäytetyönä tehtävä testi suoritettiin hiukan muunnellen, joten ryhmäkoko kasvatettiin yhdeksään. Testaajien määrän lisääminen lisää todennäköisesti löytyvien käytettävyysongelmien määrää, mutta tekee usein testistä raskaamman. Lisäksi useamman testaajan käyttö muuttaa testin luonteeltaan käyttäjäkyselyksi, joka paljastaa enemmän käyttäjien mielipiteitä ongelmallisten kohtien selvittämisen sijaan. (Sinkkonen 2006, 283.)

Käyttäjälunnehdintojen pohjalta voidaan erotella eri käyttäjäryhmään kuuluvia testaaajia. Tähän testiin valittiin käyttäjiä eri ikäryhmistä siten, että koko asiakassegmentti saataisiin mahdollisimman hyvin peitettyä. Testiryhmä koostui eri ikä- ja ammattiryhmien edustajista. Testiryhmän ikä vaihteli kahdestakymmenestä kuuteenkymmeneen vuoteen. Testaajat tuntevat matkailun toimintaympäristöä ja Visitkarelia.fi-verkkopalvelun, mutta eivät ole olleet mukana kehittämässä sitä. Kvalitatiivisessa testissä testaajan onkin suotavaa olla palvelun käyttäjänä uusi, mutta tuntee toiminta. (Sinkkonen 2006, 285.) Tällöin käyttäjä voi arvioida tuotetta tai palvelua ulkopuolisen silmin ja testauksen tulos pysyy tältä osin luotettavana.

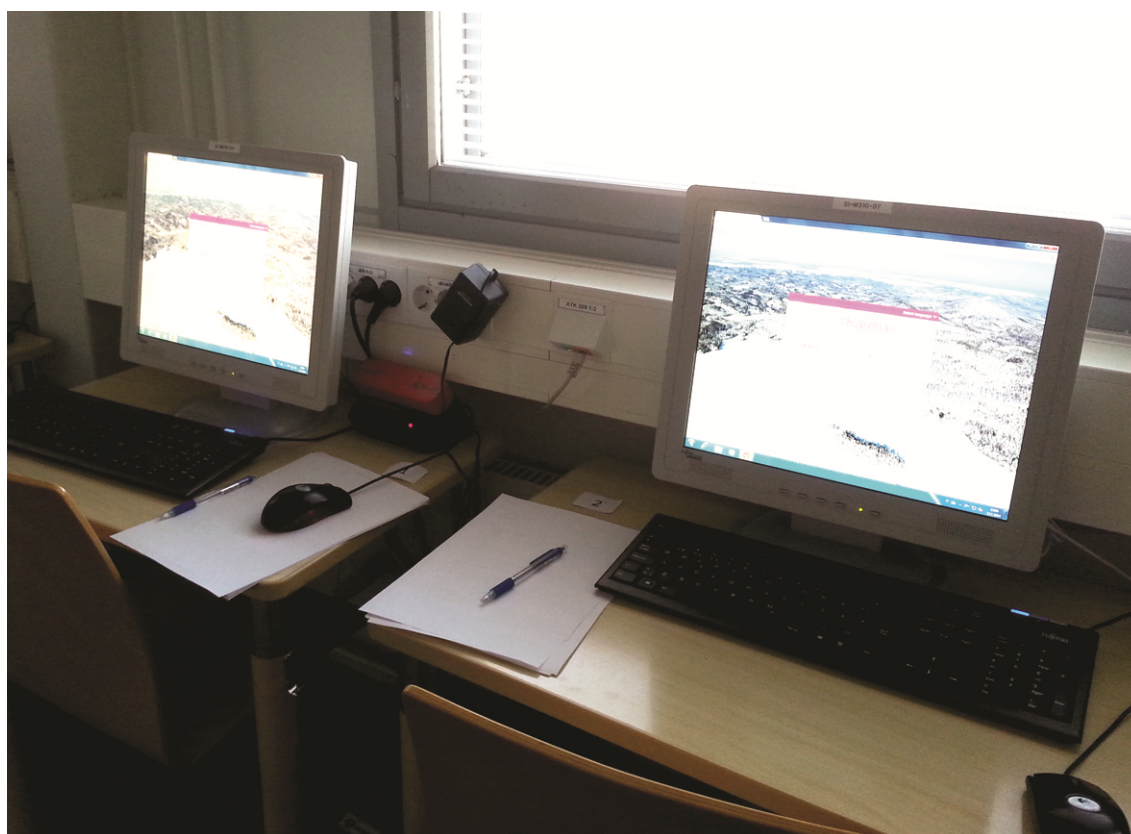
Testi testattiin koehenkilöllä ennen varsinaista testauspäivää molemmilla testauskerroilla. Koetestauksessa testitehtävät teetettiin koehenkilöllä, ja aika mitattiin. Koetestauksen jälkeen testiin tehtiin muutamia pieniä muutoksia lähinnä tehtävien ymmärrystä helpottamaan. Koehenkilö täytti testaajalle vaatimukset: henkilö ei saa kuulua palvelun suunnittelijoihin ja hänen on oltava potentiaalinen tuotteen loppukäyttäjä. Tehtävien muokkaaminen on testauksen tässä vaiheessa normaalia, ja sillä pyritään ehkäisemään erilaiset epäjohtonmukaisuudet ja testausvirheet itse testaustilanteessa. (Sinkkonen 2006, 288)

8 Visitkarelia.fi-käytettävyydestin toteutus

8.1 Testauspaikan järjestely

Ensimmäinen testaus suoritettiin Karelia Ammattikorkeakoulun luokkatilassa, Joensuun Tiedepuistossa. Testauksen ohjaajan tehtävänä oli järjestellä käyttöön tietokoneet, tarkastaa niiden toimivuus ja numeroida istumapaikat. Numerointi tapahtui siksi, että ohjaaja pystyi kirjaamaan mahdolliset kysymykset ja lisähuomautukset raporttiin ilman, että testaaja henkilöityi. Lisäksi ohjaaja merkitsi reitin luokkaan niin, että kaikki löysivät paikalle.

Testaajille jaettiin numeroidut kysely- ja testauslomakkeet sekä muistiinpanovälineet mahdollisia huomautuksia ja virheiden laskua varten.



Kuva 1. Ohjaaja esivalmistelee koneet, jakaa materiaalin ja numeroi paikat. Kuva toisen testauksen valmisteluista.

8.2 Testauksen ohjaus

Ohjaajalla on tärkeä osa testaustilanteessa. Ohjaaja on testin aikana paikalla, mutta ei osallistu itse testaukseen. Mikäli kysyttävää ilmenee, on ohjaajalta mahdollisuus kysyä. Kysymykset kirjataan ylös ja ne liitetään raporttiin. Vaikka ohjaajalla ei ole jälkeinpäin haastattelu-testauksessa aktiivista roolia, vaaditaan häneltä silti tiettyjä ominaisuuksia.

Rubinin (2008. 45-48) ohjeistuksen mukaan yksinkertaisinkin testi vaatii organisoitukykyisen ja osaavan ohjaajan. Ohjaaja tekee järjestelyt ennen testausta, suunnittelee testauksen kulun ja valvoo testausta. Hyvä ohjaaja tarkastaa tilojen ja laitteiden toiminnan, kertoo testauksen kulun selkeästi testaaajille ja eriyttää itsensä asiantuntijuudesta ollen neutraali koko tilanteen ajan. Tässä työssä ohjaajalle oli rakennettu muistilista, johon oli kirjoitettu jokainen suunnittelun vaihe kohta kohdalta (liite 6). Tällä pyrittiin takaamaan onnistunut valmistelu mitään yksityiskohtia unohtamatta.

Ohjaajan tulisi välttää johtamista ja johdattelemista sekä hätäisten johtopäätösten tekemistä. Lisäksi ohjaajan tulee olla joustava, sillä testaustilanteessa voi tulla esiin ongelmakohtia, joita ei huolellisellakaan suunnittelulla voida välttää. Tällaisia olivat Visitkarelia.fi -testauksessa tietokoneen rikkoutuminen tai internet -yhteyden katkeaminen. Varmuuden vuoksi testaustilassa aukaistiin valmiiksi useampi tietokone, että koneen vaihto onnistuisi nopeasti ja testi voisi jatkaa.

Visitkarelia.fi -verkkopalvelun testi koostui kolmesta osiosta: taustatietokyselystä, testaustehtävistä ja loppukyselystä. Tämä käytiin testin alussa huolellisesti läpi. Testaajia ohjeistettiin kysymään vapaasti testin aikana, mutta kysymykset eivät saaneet koskettaa palvelun toimivuutta eikä niihin saanut vastata johdattelevasti. Kaikki kysymykset kirjoitettiin myös ylös ja tarvittaessa lisättiin analyysiin. Testiin osallistuminen oli vapaaehtoista ja tilasta sai poistua heti, kun testi oli suoritettu. Testaustilanteessa oli myös sallittua puhua, mutta testaus oli yksilötehtävä, joten tehtävien suorittamista koskevat kysymykset muille testaaajille oli kielletty.

8.3 Taustatiedot, testaustehtävät ja loppukysely

Ensimmäinen osio, niin sanottu taustakysely (liite 1), ei sisältänyt avoimia kysymyksiä, vaan oli rakenteeltaan hyvin suora ja yksinkertainen. Siinä kartoitettiin testaajan demografisia ominaisuuksia, tietokoneen ja matkailupalveluiden käyttöä, sekä esimerkiksi sitä, miten tuttu visitkarelia.fi ja Karelia Expert-matkailupalvelu testaajalle oli. Osio pyrittiin myös pitämään mahdollisimman lyhyenä. Tässä työssä taustatietolomake täytettiin paperille, jolloin se saatiin pidettyä yksinkertaisena, ja koska kyseessä oli pieni testiryhmä, ei tulosten jälkikäteen purkaminen ollut liian haasteellista.

Toinen osio käsitti testitehtävien suorittamisen (liite 2). Työhön oli rakennettu neljä erilaista tehtävää, joiden vaikeustaso vaihteli. Tehtävät käytiin läpi ennen testauksen aloittamista ja samalla varmistettiin, että testattavat ymmärsivät, mitä heiltä odotettiin. Testitehtävät olivat tavanomaisia, matkailijalle eteen tulevia tehtäviä, jotka liittyivät varauksiin, tapahtumien etsintään jne. Kysymykset olivat rakenteeltaan monivalintakysymyksiä ja jokaisen tehtävän jälkeen oli muutama vapaampi kysymys aiheesta ja sen aiheuttamista tuntemuksista (kuva 2).

Loppukyselyn tehtävänä oli selvittää yleisiä tuntemuksia Visitkarelia.fi-verkkopalvelun (liite 3). Osa kysymyksistä oli rakenteeltaan Likertin asteikon mukaisia, nk. skaaloihin perustuvia kysymyksiä, mutta suurin osa kysymyksistä on kuitenkin avoimia, jolloin testaajalle annetaan mahdollisuus kertoa mielipiteensä omin sanoin. Avoimet kysymykset olivat varsinkin toimeksiantajan toiveena.

OSIO 2**Testaustehtävät****Tehtävä 1, NAVIGOINTI:**

Olet järjestämässä Joensuussa kokousta, jonka oheisohjelmat järjestettäisiin eri puolilla Pohjois-Karjalaa. Tarvitset Karelia Expert Matkailupalvelun avuksi järjestelyihin. Tätä varten tarvitset lisätietoa kokous- ja kongressipalveluista sekä Karelia Expertin matkailupalvelupisteistä maakunnassa.

Etsi sivuilta kokous- ja kongressipäällikön yhteystiedot (nimi ja puhelinnumero) sekä matkailupalvelupisteiden sijaintipaikkakunnat. Kirjoita ne alla olevaan kenttään. Palaa etusivulle.

Kysymyksiä:

Yhteystietojen löytyminen asteikolla 0 – 4:

- 0) ei ollenkaan vaikeuksia
- 1) pieniä vaikeuksia (eivät vaikuta käytettävyyteen)
- 2) jonkun verran vaikeuksia
- 3) todella vaikeaa
- 4) ei löytynyt ollenkaan

Navigoinnin toimivuus asteikolla 0-4:

- 0) erinomainen
- 1) hyvä
- 2) kohtalainen
- 3) heikko
- 4) todella huono

Virheiden määrittely. Ilmenikö navigoidessa virhetilanteita (esimerkiksi väärin toimivat tai huonosti löytyvät/nimetyt linkit tai väärin navigointi)?

Arvioi virheiden määrä:

- 1) 0
- 2) 1-3
- 3) 4-5
- 4) 6 tai yli

Muita esiin nousseita asioita?

AVOIN, lyhyesti

Kuva 2. Malli testaustehtävästä.

8.4 Analysointi, ongelmaluokitus ja tulosten raportointi

Testauksen jälkeen saadut käyttäjätiedot analysoitiin (liite 4). Analysoinnin tuloksena saatiin käsitys siitä, millainen käytettävyys verkkopalvelulla on. Tämän lisäksi avoimien kysymysten kautta testaaajilla oli mahdollisuus ehdottaa käytettävyyttä parantavia elementtejä ja antaa palautetta. Palautetta tuli hyvin ja se oli johdonmukaista.

Tulokset ja korjausehdotukset esitettiin raporttina toimeksiantajalle. Raporttiin kirjattiin kaikki testauksessa esille tulleet asiat ja ne kategorisoitiin virheluokkien

mukaan. Toimeksiantaja otti ensimmäisen testauksen analysoidut tulokset huomioon Visitkarelia.fi -verkkopalvelun päivityksessä, joka lanseerattiin näyttävästi Matkamessuilla tammikuussa 2014.

9 Testaus 1

9.1 Yleistä

Tämän testauksen tarkoituksena oli selvittää, mitä käyttöön liittyviä ongelmia verkkopalvelussa esiintyy yleisimmin ja mikä niiden vaikutus on sivuston toimivuuteen.

Testaus suoritettiin Karelia Ammattikorkeakoulun Luovien alojen keskuksessa, joka testauksen aikaan sijaitsi Joensuun Tiedepuistossa. Kaikki testaukseen etukäteen ilmoittautuneet tulivat paikalle.

Testaukseen kulutettiin aikaa puolesta tunnista tuntiin, testaajasta riippuen. Yleinen ilmapiiri testauksen aikana oli paikoin hyvinkin turhautunut. Muistiinpanoihin on lisätty monta negatiivista palautetta ja useita kysymyksiä verkkopalveluun liittyen. Testaus itsessään koettiin raskaaksi, ja todettiin, ettei se kestoaltaan olisi voinut olla yhtään pidempi.

Testauksen tarkempi analyysi löytyy liitteestä 4, johon on kerätty tarkempaa tietoa esiintymistiheyksistä ja sisällönanalyysistä.

9.2 Alkukysely

Testaajien ikä vaihteli alle 25-vuotiaista 60-vuotiaisiin. Testaajissa oli opiskelijoita, työssäkäyviä sekä eläkeläisiä. Naisia oli 5 ja miehiä 4. Internetiä testaajat käyttivät keskimääräisesti noin 3 tuntia päivässä.

Testiryhmä oli siis melko heterogeeninen ja kuvasi hyvin palvelun loppukäyttäjärhymää. Internetin käyttö tunneissa vastasi myös keskimääräistä 15–69 -vuotiaiden käyttötasoa. Testaajissa oli opiskelijoita, työssäkäyviä sekä eläkeläisiä.

9.3 Testaus

Tehtävä 1: Navigointi

Olet järjestämässä Joensuussa kokousta, jonka ohjelmat järjestettäisiin eri puolilla Pohjois-Karjalaa. Tarvitset Karelia Expert-matkailupalvelun avuksi järjestelyihin. Tätä varten tarvitset lisätietoa kokous- ja kongressipalveluista sekä Karelia Expertin matkailupalvelupisteistä maakunnassa.

Tässä tehtävässä oli tarkoitus kartoittaa yhteystietojen löytymistä sivuilta. Niiden löytyminen on matkailumarkkinoinnin kannalta tärkeää. Testaajalle annettiin tehtäväksi etsiä yhteystiedot kokous- ja kongressipalveluista, sekä Karelia-Expertin matkailupalvelupisteistä. Onnistuneessa suorituksessa yhteystiedot ja neuvontapisteen osoitteet löytyvät helposti ja nopeasti. Epäonnistuneessa suorituksessa yhteystiedot eivät löydy ollenkaan.

Testaajat löysivät yhteystiedot melko vaivattomasti. Lähes kaikki suoritukset olivat onnistuneita. Verkkopalvelussa on etusivulla INFO-painike kyseisten tietojen löytämiseksi, tätä ei kuitenkaan joko käyttänyt tai löytänyt testaajista kukaan. Vaikka tiedot yleisesti löytyivätkin, oli tiedon etsinnässä käytettävä useita klikkauksia. Lisäksi visitkarelia.fi ja kareliaexpert.fi sekoittuivat käytössä. Verkkopalvelun oma haku -toiminto koettiin huonoksi. Analyysin perusteella voidaan kuitenkin todeta, että toivottuun tulokseen päästään ja palvelussa ei tässä kohdin ole sellaista ongelmaa, joka aiheuttaisi välittömiä toimia.

Tehtävä 2: Mökkivaraus

Olet etsimässä itsellesi mökkiä Lieksasta kahdeksi yöksi toukokuussa (tarkan ajankohdan voit itse määrittää). Etsi Visitkarelia.fi -verkkopalvelusta mökki neljälle ihmiselle järven rannalta. Varaukseen tulee kuulua liinavaatteet ja loppusii-

vous. Tee varaus. Peru varaus ennen maksua. Kirjoita varaamasi mökin tunnistenumero, ajankohta ja hinta alla olevaan kenttään. Palaa etusivulle.

Tehtävällä oli tarkoitus selvittää, kuinka helppoa Visitkarelia.fi-verkkopalvelun kautta on varata mökkimajoitusta kyseiseltä alueelta ja kyseisillä tiedoilla. Testaaja sai itse valita tulopäivän, sen tarkka määrittäminen oli tarpeetonta. Mökin testaaja voi myös valita itse, ainoastaan henkilömäärä, mökin sijainti ja liina-vaatteiden sekä loppusiivouksen sisällyttäminen oli etukäteen määriteltä. Mikäli mökkivarausta ei saatu kohtuullisessa ajassa tehtyä, tuli siirtyä seuraavaan tehtävään. Kohtuulliseksi katsottiin se aika, minkä itse jaksaisi todellisessa tilanteessa etsimiseen käyttää. Tämä on tietenkin hyvin yksilökohtaista, mutta vastaa juuri oletettua käyttäjäkuntaa. Suoritus oli onnistunut silloin, kun kohtuullisessa ajassa oli saatu ohjeiden mukainen mökki varatuksi onnistuneesti, epäonnistunut suoritus oli silloin jos aikaa meni liikaa tai varausta ei saatu tehtyä ollenkaan.

Tälle tehtävälle oli varattu aikaa noin 15 min, joka ylittyi lähes kaikilla testaajilla. Neljä testaajaa epäonnistui tehtävässä: kaksi ei saanut mökkivarausta ollenkaan ja kaksi koki tehtävään kuluneen liikaa aikaa.

Verkkopalvelussa on kaksi eri mahdollista tapaa varata mökki. Tämä aiheutti testaajilla sekaannusta. Lisäksi ”verkkokauppa” ei käyttäjien mielestä ollut otsikona riittävän selkeä tapa kertoa, että sitä kautta vuokrataan mökkejä. Tässä tehtävässä testaajien tekemien virheiden määrä oli suuri ja sekä varaukseen kulunut aika että koko varauspaikan löytäminen tuottivat ongelmia.

Avointen kysymysten kautta saatu palaute kertoi sivun puuroisesta ulkoasusta ja hitaasta lataamisajasta. Myös karttaa navigoinnin helpottamiseksi toivottiin ja haku-linkin toimimattomuutta moitittiin.

Tehtäväanalyysin avulla voitiin todeta, että mökkivaraustajärjestelmän löytymisen ja varaukseen kuluneen ajan kohdalla käytettävyysongelma on virheluokkaa 3, joka tarkoittaa suurta käytettävyysongelmaa.

Tehtävä 3: Tekemistä lapsiperheille

Sinulle on tulossa kummilapsia kylään kesäkuussa. Haluaisit tehdä heidän kanssaan jotain mieleenpainuvan mukavaa. Etsi Visitkarelia.fi -verkkopalvelusta lapsiperheelle sopivaa ajanvietettä kahdelle päivälle Joensuun lähialueelta. Toisen toiminnoista tulee olla kulttuuripainotteinen ja toisen tulee perustua toimintaan ja tekemiseen, eli aktiviteettiin. Toiminnat eivät saa sisältää yöpymisiä. Kirjoita löytämäsi toiminnot ajankohtineen alla olevaan kenttään. Palaa etusivulle.

Tehtävällä oli tarkoitus selvittää, miten helppoa eri ikäryhmien on löytää toimintaa ja tekemistä Pohjois-Karjalasta. Lapsiperheet otettiin testauksen kohteeksi saadun palautteen perusteella. Testaajan tehtävänä oli etsiä kaksi tekemistä alueelta. Ajankohdaksi valittiin kesäkuu, tarkemman ajankohdan testaaja sai määrittellä itse. Tekemisten kuului olla päivätehtäviä ilman yöpymisiä. Onnistunut suoritus: testaaja löytää kaksi lapsiperheen toimintaa kesäkuulle kohtuullisessa ajassa. Epäonnistunut suoritus: testaaja ei löydä haluttua toimintaa.

Tässä tehtävässä testaajat turhautuivat sisällönpuutteeseen enemmän kuin käytettävyyteen. Käytettävyydessä ongelmia tuotti samanniminen, eri paikkaan vievä linkitys ja haku-toiminnon käytön hankaluus. Toimintojen hakeminen tietylle ryhmälle koettiin hankalaksi ja virhetilanteita sattui paljon. ”Tutustu”- ja ”Osta”-välilehdet sekoittivat testaajia ja lähes puolet testaajista epäonnistui tehtävässä. Palautteen mukaan sivusto on sekava, eksymismahdollisuuksia useita ja palvelua ei koettu miellyttäväksi. Virheluokituksen mukaan tässä osiossa on pieniä käytettävyyso ongelmia, jotka eivät välttämättä vaadi välitöntä korjausta.

Tehtävä 4: Verkkokauppa

a) Osta verkkokaupasta 3 kpl S-etukorttihinnoiteltua lippua Osuuskaupparockiin. Etene maksuun asti. Peru tilaus.

b) Varaa samalle ajalle majoitus. Etene maksuun asti. Peru tilaus. Palaa etusivulle.

Tässä tehtävässä oli tarkoitus selvittää verkkokaupan toimivuutta. Testaajan täytyi ostaa verkkokaupasta lippu tiettyyn tapahtumaan. Tämän lisäksi testaajan tuli varata majoitus sivuston kautta. Onnistunut tehtävä: Lipun ostaminen ja ma-

joituksen varaaminen sujuu nopeasti ja helposti. Epäonnistunut tehtävä: Lipun osto ja majoituksen varaus ei onnistu kohtuullisessa ajassa tai liput ovat vääriä.

Kun testaaajille annettiin selkeä tehtävä, lipun osto tapahtumaan, etsi moni ratkaisua Tapahtumat-pikalinkistä. Heti eteen auennut: ”Oletko järjestämässä tapahtumaa” –teksti harhautti luulemaan, että kyseessä on palvelun tarjoajalle tarkoitettu sivu. Tämä lisää virheiden määrää ja tuotteen löytymistä. Lipun osto verkkokaupasta sujuu nopeasti ja kätevästi. ”OSTA” – ”NÄE & TEE” – ”KAUPUNGIN ELÄMÄÄ” –polku ja palvelun etusivulla sijaitseva iso liikkuva mainosslider ohjasivat testaaajia oikealle reitille. Selkeästi näkyvä linkki auttoi tuotteen näkyvyydessä.

Hotellimajoituksen varaaminen samalla kertaa tuotti eniten vaikeuksia ja aiheutti muutaman epäonnistuneen tehtäväsuorituksen. Vaikka tapahtumalipun ostaminen onnistui helposti, niin testaaajat kokivat hotellimajoitusvarauksen vaikeuden ja tapahtumat -linkin outouden hankaloittavan siinä määrin, että tässä osiossa on pieniä, ei kuitenkaan välitöntä korjausta vaativia, käytettävyysongelmia.

Loppukysely

Verkkopalvelun ulkoasua pidettiin pääasiallisesti hyvänä ja tarjontakin koettiin suhteellisen kattavaksi, mutta käytettävyys, tuotevalikoima tarjonnan sisällä, sekä palvelun vastaus odotuksiin olivat testaaajien mielestä huonolla tasolla.

Suurin osa testaaajista kokee kuitenkin verkkopalvelun käytön niin hankalaksi, ettei koe tarvetta tai halua käyttää sitä uudelleen. Suurimmaksi syyksi useassa kohdassa mainittiin hitaus ja sekavuus. Hitaus johtuu sekä hitaasti latautuvasta sivustosta että useita klikkauksia vaativasta käyttöjärjestelmästä. Tämän lisäksi testaaajat eivät kokemuksensa perusteella suosittelisi palvelua muille.

Käytettävyyden kannalta parasta palautetta tuli tageista, joiden kerrottiin auttavan navigoinnissa. Lisäksi palveluhakemistoa keuhuttiin kattavaksi. Ulkonäölliset asiat verkkopalvelussa saivat positiivista palautetta paljon käytettävyyttä enemmän. Ulkoasua kuvattiin nuorekkaaksi ja logosta pidettiin.

10 Testaus 2

10.1 Yleistä

Toisen testauksen tarkoituksena oli selvittää, minkälaiseen tulokseen uudistunut verkkopalvelu ylittää, kun se testataan samalla testauksella. Lisäksi tarkasteltiin sitä, miten se on muuttunut verrattuna edelliseen testaukseen ja kuinka testajat kokivat muutoksen.

Kutsut lähetettiin kaikille edelliseen testaukseen osallistuneille henkilöille. Kuusi testajaa saapui paikalle ja yksi testasi palvelun erikseen mobiilisti. Mobiilitestaus oli toimeksiantajan pyynnöstä ja se ei varsinaisesti kuulunut suunnitelmaan. Testaustehtävät olivat täysin samat kuin aiemmin, mutta osio 3:n, eli loppukyselyn loppuun oli lisätty avoin kysymys koskien verkkopalvelun muutosta edelliseen testaukseen.

Testauspaikkana toimi Karelia-Ammattikorkeakoulun Luovien alojen keskuksen luokkatila Joensuussa, Sirkkalan kampuksella. Testaus tehtiin hiukan kesken-eräiselle beta-versiolle, mutta verkkokauppa-toimintoa lukuun ottamatta testausryhmä pystyi testauksen tekemään. Testauksen ohjaaja ohjeisti testajia ennen testiä kertoen palvelun keskeneräisyydestä ja siitä miltä osin testiä ei voitaisi suorittaa. Testauksen kesto oli edellistä lyhyempi. Tähän vaikuttaa osaltaan testin tuttuus ja testattavan verkkopalvelun selkeytyminen. Kestoltaan testi oli noin puoli tuntia.

Koska testiä ei voitu suorittaa ihan täydellisenä, kärsi testauksen luotettavuus hiukan. Se vastasi kuitenkin täysin toimeksiantajan tavoitteita, jotka olivat mahdollisten virheiden havainnointi ja käyttäjäkokemusten saaminen ennen palvelun lanseerausta. Tehtävät analysoitiin ensimmäisen tehtävän tavoin (liite 5).

10.2 Analyysi

Tehtävä 1: Navigointi

Tiedot pystyttiin löytämään seuraten useampaa reittiä. Toinen tie oli helpompi, mutta molemmilla saatiin onnistunut tulos. Etusivun iso kuva aiheutti ensimmäisessä tehtävässä eniten ongelmia. Info ja yhteystiedot löytyivät helposti, paluulinkityksissä koettiin hiukan ongelmaa, mikä saattoi johtua version keskeneräisyydestä. Käyttäjän tekemien virheiden määrä oli pieni, jolloin voidaan päätellä, että yhteystietojen löytyminen verkkopalvelusta onnistuu melko vaivattomasti ja nopeasti ja toiminta on tehokasta.

Tehtävä 2: Mökin varaus

Tässä tehtävässä mökkivarauksen löytäminen koettiin helpoksi mutta toimiminen varausjärjestelmässä hitaaksi. Hitaus aiheutti turhia klikkauksia. Polkua pidettiin selkeänä ja varausjärjestelmää sopivan yksinkertaisena. Haku koettiin vaivattomaksi, tosin joillakin oli hiukan haun päivittymisvaikeuksia.

Toiminnon käyttämisen todettiin vaativan hiukan harjoittelua, mutta olevan opittavissa. Käyttäminen oli tehokasta ja käyttäjät olivat pääsääntöisesti tyytyväisiä ainakin suureen osaan toiminnoista. Kaikki testaajat onnistuivat tehtävässä.

M ajoitus -pudotusvalikko näyttää ensisilmäyksellä vaihtoehtoina vain Kolin rinnetökit ja Ampumahiihdon maailmacupin. Tämä koettiin harhaanjohtavaksi, koska otsikkotason Mökit -linkitystä ei ensin tajuttu, vain sen alapuolella olevat. Pudotusvalikon nopeus aiheutti testaajille hankaluutta.

Tehtävä 3: Tekemistä lapsiperheille

Tekemisen löytäminen koettiin helpoksi ja siinä todettiin vain pieniä kosmeettisia ongelmia. Negatiivista palautetta saivat eriarvoinen aktiviteettien esittely ja keskeneräisen sivuston tuomat linkkiongelmat. Ajalliselta toimivuudelta palvelun koettiin olevan todella hyvä, eli toiminto katsottiin nopeaksi. Tämä näkyi myös avoimessa palautteessa. Hyvästä käytettävyydestä kielii myös se, että käytettävyyden sijaan huomiota kiinnitettiin paljon palvelutarjontaan.

11 Vertailu aiempiin tuloksiin

Verratessa kahden teetetyn testauksen tuloksia, voidaan todentaa useita eroavaisuuksia jokaisella testin osa-alueella. Ensimmäisen ja toisten testauksen välissä, huhti-tammikuussa, palvelu uudistettiin käytännössä täysin. Uudistus koski käytettävyyden lisäksi myös ulkoasua. Siksi testauksen tuloksia voitaneen vertailla miettimättä sitä, miten paljon testiryhmän ensimmäisellä kierroksella karttunut kokemus mahdollisesti tulokseen vaikutti.

Ensimmäisessä testauksessa esiin nousseita ongelmakohtia korjattiin kiitettävästi uudistuksen yhteydessä. Ilmenneet ongelmat esimerkiksi palvelun navigoinnissa hävisivät toiseen testaukseen mennessä, tai testiryhmämme ei kokenut navigoinnissa ongelmaa.

Myös tehtävissä haetut asiat löytyivät johdonmukaisemmin kuin aiemmin. Aiemmassa testauksessa sivustoa piti sekavana useampi kuin kolme testaajaa. Moni testaaja totesi kokeneensa muun muassa navigoinnissa joko vakavia tai katastrofaalisia virheitä (Nielsen 1994, 47). Toisella kerralla kumpaakaan ongelmaa ei raportoitu ilmenneen lainkaan.

Ensimmäisen tekstin aikana havaittiin myös useita korjausta vaativia tai käytön kokonaan estäviä ongelmia, toisella kerralla ongelmat olivat vakavimmillaan ”kosmeettisia ongelmia”.

Tehtävä 1: Navigointi	Virhe- luokitus 1.testaus	Virhe- luokitus 2.testaus	Analyysi
Yhteystietojen löytämisen helpous/vaikeus:	1(+)	1(+)	Yhteystiedot löytyivät molemmilla kerroilla yhtä helposti, eikä niiden löytymisessä koettu olevan muita kuin kosmeettisia ongelmia.

Navigoinnin toimivuus:	2(-)	1(+)	Toimivuus parani selkeytyksen ja selvien nimeämisten avulla.
Virheiden määrä:	0=3 1-3=2 4-5=1 6->=2	0=2 1-3=4 4-5=0 6->=0	Virheiden määrä laski huomattavasti. Tähän auttoi navigoinnin paraneminen.

Tehtävä 2: Mökkivaraus	Virhe- luokitus 1.testaus	Virhe- luokitus 2.testaus	Analyysi
Mökkivarausjärjestelmän löytyminen asteikolla:	3(-)	1(-)	Varausjärjestelmän löytyminen helpottui huomattavasti.
Varaukseen kulunut aika:	3(-)	1(+)	Koska varausjärjestelmää yksinkertaistettiin ja selkeytettiin, saatiin toiminnasta tuottoisaa ja varaamisesta nopeampaa.
Virheiden määrä:	0=1 1-3=2 4-5=4 6->=2	0=2 1-3=3 4-5=1 6->=0	Virheiden määrä laski selvästi.

Tehtävä 3: Tekemistä lapsiperheille	Virhe- luokitus 1.testaus	Virhe- luokitus 2.testaus	Analyysi
Tekemisen löytäminen:	2(+)	1(-)	Tekemisen löytyminen helpottui selvästi.
Ajallinen toimivuus:	2(-)	0(+)	Ajallisesti tehtävän suorittaminen nopeutui mikä johtui navi-

			goinnin helpottumisesta.
Virheiden määrä:	0=2 1-3=2 4-5=0 6->=5	0=2 1-3=1 4-5=1 6->=0	Virheiden määrä väheni selkeästi.

Tehtävä 4: Verkkokauppa	Virhe- luokitus 1.testaus	Virhe- luokitus 2.testaus	Analyysi
Verkkokaupan löytyminen:	2-	-	
Verkkokaupan toimivuus:	2+	-	
Virheiden määrä:	0=0 1-3=5 4-5=3 6->=1	-	

Kuvio 4. Taulukko testaustulosten vertailusta.

Palvelun käytettävyyttä on korjattu jo toisenkin testauksen löydösten perusteella. Osa ongelmista oli palvelun kokonaisvaltaisen uudistumisen myötä sellaisia, joita ensimmäisessä testauksessa ei noussut esille. Tällaisia asioita olivat muun muassa palvelun uuden version suuri otsikkokuva, jota testauksesta saadun palautteen mukaan pienennettiin pienemmän resoluution näytöille sopivammaksi. Osa ongelmista johtui siitä, ettei palvelun uusi versio ollut vielä täysin valmis testausajankohtana (muun muassa verkkokauppa oli kesken, samoin kieliversiot puuttuivat).

Testitilanteissa tehtyjen havaintojen perusteella voidaan todeta myös se, että yleinen ilmapiiri ja verkkopalvelun testauksen aiheuttamat spontaanit reagoinnit olivat toisistaan poikkeavia. Ensimmäisen testin turhautuminen oli toisessa muuttunut jopa iloisiksi huudahduksiksi.

12 Lopuksi

Asiakastytyväisyyskyselystä käyttäjätestaukseksi muuttunut työ oli pitkä prosessi, mutta samalla todella mielenkiintoinen ja opettavainen tie verkkopalveluiden analysointiin. Se, että työn seurauksena sai myös olla osana alueen matkailukehittämistä, toi mukanaan merkittävän lisäarvon ja teki työstä tarkoituksenmukaisen.

Suurimman jännityksen tähän prosessiin toi se, että hyppäsin tuntemattomaan, kun astuin tietojenkäsittelyn maailmaan. Matkailumarkkinoinnissa puhutaan usein siitä, että verkkomarkkinointiin ja -kaupankäyntiin tulee panostaa. Entä siinä tilanteessa, kun kauppa ei käy tai yrittäjä itsekin tietää, ettei se konkreettinen työkalu, eli verkkosivusto, toimi. Kuinka ja miten selvitetään se, missä vika on? Tiesin, etten tässä työssäni tulisi pääsemään samaan tieteelliseen tarkkuuteen kuin tietojenkäsittelyn ammattilaiset, enkä nähnyt mitään syytä siihen pyrkiäkään. Tämän työn tarkoituksiksi muodostui Visitkarelia.fi-verkkopalvelun käytettävyyden parantaminen ja samalla oli tarkoitus luoda sellainen testaus työkalu, joka ei kuluttaisi liian paljon resursseja mutta antaisi silti tarkkaa tietoa siitä, miten käyttäjä palvelun kokee. Näkisin, että matkailupalveluihin, missä iso osa varauksista ja kaupasta tehdään verkossa, tästä olisi todella paljon apua.

Onnistuin mielestäni työssäni saavuttamaan sen, mitä hain. Koska tämä oli ensimmäinen testaukseni, se ei ollut täydellinen. Silti olen tyytyväinen koko prosessiin, vaikka toisen testauksen mahdollisuutta odotellessa hiukan aikaa kului. Tunsin kuitenkin, että ilman toista testausta ja kehitysprosessin läpiviemistä työ olisi jäänyt puolittaiseksi ja ensimmäisen testauksen työ ikään kuin leijumaan. Myös toimeksiantaja on ollut työhön tyytyväinen (liite 7) ja kokee, että

työstä on ollut heille apua. Tämä on työni onnistumisen kannalta tärkeää, sillä työ tehtiin heille.

Mikään työ ei kuitenkaan ole kerralla täydellinen. Omassa työssäni muuttaisin testausta seuraavan kerran niin, että tekisin testin pienemmälle ryhmälle kerrallaan. Havainnointi olisi silloin eksaktimpaa ja hälinää testitilanteessa vähemmän. Toivon, että työstäni on apua muillekin ja että voisin näitä prosessin aikana opittuja asioita hyödyntää myös tulevaisuudessa.

Lähteet

- Juslen, J. 2009. Netti mullistaa markkinoinnin. Helsinki: Talentum.
- Jokela, T. 2010. Navigoi oikein käytettävyyden vesillä, opas käytettävyysohjat-
tuun vuorovaikutussuunnitteluun. Väylä-yhtiöt Oy.
- Koskinen, J. 2005 Käytettävyydestä. Ovaska, S., Aula, A. & Majaranta,
P. (toim.) Käytettävyydestutkimuksen menetelmät, 187-208. Tampereen
yliopisto, Tietojenkäsittelytieteiden laitos B-2005-1.
- Liikenne- ja viestintäministeriö. 2010. Kohti esteetöntä viestintää. Toimenpide-
ohjelman seurantaraportti. Liikenne ja viestintäministeriön julkaisu.
- Merisavo M., Vesanen J., Raulas M., Virtanen V.. 2006. Digitaalinen markki-
nointi. Economica-kirjasarjan julkaisu nro38. Jyväskylä: Talentum
Media.
- Nielsen J. 1994. Usability Inspection Methods. New York: John Wiley & Inc.
- Rubin, M. 2008. Handbook of Usability Testing, Second Edition: How to Plan,
Design, and Conduct Effective Tests. Indianapolis: Wiley Publishing,
Inc.
- Salo, P. 2009. Käytettävyydestutkimuksen synty ja kehitys.
http://www.soberit.hut.fi/t121/shared/thesis/kandityot/kandi_pasi_salo.pdf
- Seitamaa-Hakkarainen, P. 2000. Kvalitatiivinen sisällön analyysi.
http://www.academia.edu/Documents/in/Kvalitatiivinen_sisallon_analyysi
- Sinkkonen, S. 2006. Käytettävyyden psykologia. Helsinki: Edita.
- Tilastokeskus, Suomen virallinen tilasto, 2012. Internetyhteydet ja internetin
käyttö. http://www.stat.fi/til/sutivi/2011/sutivi_2011_2011-11-02_kat_001_fi.html. Helsinki: Tilastokeskus 10.2.2013.
- Tolvanen, J. 2012. Projektisuunnittelija. Karelia Expert-matkailupalvelu.
Haastattelu 4.10.2012.
- Työ- ja elinkeinoministeriö. 2012. Suomen matkailustrategia 2020.
[/www.tem.fi/files/27053/Matkailustrategia_020610.pdf](http://www.tem.fi/files/27053/Matkailustrategia_020610.pdf)
- Valtiovarainministeriö. 2008. Käyttäjälähtöisyys verkkopalveluiden
suunnittelussa. Valtiovarainministeriön julkaisu. Helsinki: Valtiova-
rainministeriö.
- Varto, J. 2005. Laadullisen tutkimuksen metodologia. Elan Vital.
- Vilka, H. & Airaksinen, T. 2003. Toiminnallinen opinnäytetyö. Jyväskylä:
Gummerus Kirjapaino Oy.
- Visitkarelia, Visitkarelia kehittyi, 1.3.2013.
<http://visitkarelia.fi/fi/Tutustu/Visitkarelia-kehittyi>
- Von Willebrand, Martin 2002. Kauppapaikka verkossa – perustaminen, kehittä-
minen ja markkinointi. Vantaa: Dark Oy.
- Väänänen-Vainio-Mattila, K. 2011. Käytettävyys ja käyttäjäkeskeinen suunnitte-
lu. Teoksessa Oulasvirta A. (toim.) Ihmisen ja tietokoneen vuorovai-
kut. Helsinki Oy Yliopistokustannus.

OSIO 1**ALKUKYSELY****Ikä:**

- 1) alle 24
- 2) 25-34
- 3) 35-44
- 4) 45-54
- 5) 55-64

Sukupuoli:

- 1) mies
- 2) nainen

Ammatti:

Arvioi vapaamuotoisesti, kuinka paljon vietät aikaa internetissä vuorokausittain:

Kuinka usein käytät/olet käyttänyt seuraavia matkailuverkkopalveluja:

	En koskaan	1-3 kertaa vuodessa	1-3 kertaa kuussa	Kerran viikossa tai useammin	En osaa sanoa
Lentojen varaus					
Majoituksen varaus					
Loman varaus					
Lisätietojen hakeminen matkakohteesta (nähtävyydet, ravintolat)					
Tapahtumatietojen etsiminen					
Tapahtumalippujen varaus (konsertit tms.)					

OSIO 2

Testaustehtävät

Tehtävä 1, NAVIGOINTI:

Olet järjestämässä Joensuussa kokousta, jonka oheisohjelmat järjestettäisiin eri puolilla Pohjois-Karjalaa. Tarvitset Karelia Expert Matkailupalvelun avuksi järjestelyihin. Tätä varten tarvitset lisätietoa kokous- ja kongressipalveluista sekä Karelia Expertin matkailupalvelupisteistä maakunnassa.

Etsi sivuilta kokous- ja kongressipäällikön yhteystiedot (nimi ja puhelinnumero) sekä matkailupalvelupisteiden sijaintipaikkakunnat. Kirjoita ne alla olevaan kenttään. Palaa etusivulle.

Kysymyksiä:

Yhteystietojen löytyminen asteikolla 0 – 4:

- 0) ei ollenkaan vaikeuksia
- 1) pieniä vaikeuksia (eivät vaikuta käytettävyyteen)
- 2) jonkun verran vaikeuksia
- 3) todella vaikeaa
- 4) ei löytynyt ollenkaan

Navigoinnin toimivuus asteikolla 0-4:

- 0) erinomainen
- 1) hyvä
- 2) kohtalainen
- 3) heikko
- 4) todella huono

Virheiden määrittely. Ilmenikö navigoidessa virhetilanteita (esimerkiksi väärin toimivat tai huonosti löytyvät/nimetyt linkit tai väärin navigointi)?

Arvioi virheiden määrä:

- 1) 0
- 2) 1-3
- 3) 4-5
- 4) 6 tai yli

Muita esiin nousseita asioita?

AVOIN, lyhyesti

Tehtävä 2, MÖKKIVARAUS:

Olet etsimässä itsellesi mökkiä Lieksasta kahdeksi yöksi toukokuussa (tarkan ajankohdan voit itse määrittää). Etsi *Visitkarelia.fi* -verkkopalvelusta mökki neljälle ihmiselle järven rannalta. Varaukseen tulee kuulua liinavaatteet ja loppusiivous. Tee varaus. Peru varaus ennen maksua. Kirjoita varaamasi mökin tunnistenumero, ajankohta ja hinta alla olevaan kenttään. Palaa etusivulle.

Kysymyksiä:

Mökkivarausjärjestelmän löytyminen asteikolla 0 – 4

- 0) ei vaikeuksia
- 1) pieniä vaikeuksia
- 2) jonkun verran vaikeuksia
- 3) todella vaikeaa
- 4) ei löytynyt ollenkaan

Varaukseen kulunut aika asteikolla 0 - 4

- 0) todella nopea

- 1) melko nopea
- 2) melko hidas
- 3) todella hidas
- 4) en saanut varattua ollenkaan

Virheiden määrittely. Ilmenikö varatessa virhetilanteita? Arvioi määrä:

- 1) 0
- 2) 1-3
- 3) 4-5
- 4) 6 tai yli

Muita esiin nousseita asioita?

AVOIN, lyhyesti

Tehtävä 3, TEKEMISTÄ LAPSIPERHEILLE:

Sinulle on tulossa kummilapsia kylään kesäkuussa. Haluaisit tehdä heidän kanssaan jotain mieleenpainuvan mukavaa. Etsi *Visitkarelia.fi* -verkkopalvelusta lapsiperheelle sopivaa ajanvietettä kahdelle päivälle Joensuun lähialueelta. Toisen toiminnoista tulee olla kulttuuripainotteinen ja toisen tulee perustua toimintaan ja tekemiseen, eli aktiviteettiin. Toiminnat eivät saa sisältää yöpymisiä.

Kirjoita löytämäsi toiminnot ajankohtineen alla olevaan kenttään. Palaa etusivulle.

Kysymyksiä:

Lapsiperheille suunnatun tekemisen löytäminen asteikolla 0 – 4

- 0) ei vaikeuksia
- 1) pieniä vaikeuksia
- 2) jonkun verran vaikeuksia
- 3) todella vaikeaa
- 4) ei löytynyt ollenkaan

Verkkopalvelun ajallinen toimivuus:

- 0) todella nopea
- 1) melko nopea
- 2) melko hidas
- 3) todella hidas
- 4) ei toiminut juuri ollenkaan

Virheiden määrittely. Ilmenikö varatessa virhetilanteita (virhetilanteista ovat esimerkiksi väärin toimivat tai huonosti löytyvät/nimetyt)?

Arvioi määrä:

- 1) 0
- 2) 1-3
- 3) 4-5
- 4) 6 tai yli

Muita esiin nousseita asioita?

AVOIN, lyhyesti

Tehtävä 4, VERKKOKAUPPA

a) Osta verkkokaupasta 3kpl S-etukorttihinnoiteltua lippua *Osuuskaupparockiin*. Etene maksuun asti. Peru tilaus.

b) Varaa samalle ajalle majoitus. Etene maksuun asti. Peru tilaus. Palaa etusivulle.

Kysymyksiä:

Verkkokaupan löytyminen asteikolla 1 – 4

- 0) ei vaikeuksia
- 1) pieniä vaikeuksia
- 2) jonkun verran vaikeuksia
- 3) todella vaikeaa
- 4) ei löytynyt ollenkaan

Verkkokaupan toimivuus asteikolla 0 - 4:

- 0) erinomainen
- 1) kohtalainen
- 2) hyvä
- 3) heikko
- 4) huono

Virheiden määrittely. Ilmenikö navigoidessa virhetilanteita (virhetilanteista ovat esimerkiksi väärin toimivat tai huonosti löytyvät/nimetyt) linkit?

Arvioi määrä:

- 1) 0
- 2) 1-3
- 3) 4-5
- 4) 6 tai yli

Muita esiin nousseita asioita?

AVOIN, lyhyesti

KIITOS, TEHTÄVÄT ON NYT SUORITETTU. PALAA VIELÄ OSTOSKORIIN JA POISTA SIELLÄ MAHDOLLISESTI NÄKYVÄT OSTOKSET.

OSIO 3**LOPPUKYSELY****1) YLEISET TEKIJÄT**

Pyydämme Sinua vastaamaan alla oleviin kysymyksiin asteikolla 1 - 5:

1= erittäin huono, 5= erittäin hyvä

x = ei kokemusta/ei osaa sanoa

Verkkopalvelun ulkoasu x	1	2	3	4	5
Tarjonnan kattavuus x	1	2	3	4	5
Palvelun käytettävyys x	1	2	3	4	5
Tuotevalikoima x	1	2	3	4	5
Miten verkkopalvelu vastasi odotuksiasi? x	1	2	3	4	5

2) Käyttäisitkö palvelua uudelleen?

- 1) Kyllä
- 2) En

Miksi:

3) Suositteletko verkkopalvelua muille?

- 1) Kyllä
- 2) En

miksi:

4) Mikä oli parasta?

5) Mitä parantaisit verkkopalvelussa?

TÄMÄ KYSYMYS OLI LISÄTTY TOISEEN TESTAUKSEEN:

6) Miten palvelu oli mielestäsi muuttunut aiempaan testaukseen verrattuna?

KIITOS OSALLISTUMISESTA!

Analysointi, testaus 1

OSIO 1: Alkukysely

Testaajien ikä vaihteli alle 25-vuotiaista 60-vuotiaisiin. Naisia oli 5 ja miehiä 4.

Internetiä testaajat käyttivät keskimääräisesti noin 3 tuntia päivässä.

Testiryhmä oli siis melko heterogeeninen ja kuvasi hyvin palvelun loppukäyttäjäryhmää. Internetin käyttö tunneissa vastasi myös keskimääräistä 15 - 69 -vuotiaiden käyttötasoa, joka oli TNS Atlas Intermedia 2012 -tutkimuksen mukaan 2 tuntia 15 minuuttia (<http://www.tns-gallup.fi/uutiskirje2013/04/otsikko2>).

Kuinka usein käytät/olet käyttänyt seuraavia matkailuverkkopalveluja:

	En koskaan		1-3 kertaa vuodessa	1-3 kertaa kuussa	Kerran viikossa tai useammin	En osaa sanoa
Lentojen varaus	XXXX	XXXXXX				
Majoituksen varaus	XX		XXXXXXXX			
Loman varaus	XXXX		XXXXX			
Lisätietojen hakeminen matkakohteesta (nähtävyydet, ravintolat)			XXXXX	XXX	X	
Tapahtumatietojen etsiminen	X		XX	XXXXXX		
Tapahtumalippujen varaaminen (konsertit tms.)	XX		XXXXXXXX			

OSIO 2: Testaustehtävät

- Tehtävien tulokset on purettu taulukkoon. Taulukossa on myös Nielsenin virheluokittelun mukaan saatu tulos kyseiselle toiminnolle. Olen myös merkinnyt joko (-) tai (+) luokituksen perään merkitsemään luokituksen painotusarvoa. Esim. 2(+) merkitsee yli kahden, mutta ei vielä kolmen tulosta.

Virheluokat:

0 = Ei käytettävyysongelmaa

1= Kosmeettinen ongelma - korjataan vain jos siihen on aikaa

2= Pieni käytettävyysongelma – korjauksella matala prioriteettitaso

3= Suuri käytettävyysongelma – korkea prioriteetti, korjattava

4= Katastrofaalinen ongelma – korjattava välittömästi

- Taulukon alla on avointen vastausten perusteella tehty koonti ja johtopäätöksiä sekä kyseisen toiminnon luokittelu Nielsenin käytettävyyden attribuuttien mukaan.
- Kommenttien ja pisteiden lisäksi analysointia on tehty testilanteessa tekemiäni muistiinpanojen pohjalta

Tehtävä 1, NAVIGOINTI:

Olet järjestämässä Joensuussa kokousta, jonka ohjelmat järjestettäisiin eri puolilla Pohjois-Karjalaa. Tarvitset Karelia Expert Matkailupalvelun avuksi järjestelyihin. Tätä varten tarvitset lisätietoa kokous- ja kongressipalveluista sekä Karelia Expertin matkailupalvelupisteistä maakunnassa.

(Tässä tehtävässä oli tarkoitus kartoittaa yhteystietojen löytymistä sivuilta. Niiden löytyminen on tärkeää matkailumarkkinoinnin kannalta. Testaajalle annettiin tehtäväksi etsiä yhteystiedot kokous- ja kongressipalveluista, sekä Karelia-Expertin matkailupalvelupisteistä. Onnistunut suoritus: yhteystiedot ja neuvon-

tapisteen osoitteet löytyvät helposti ja nopeasti. Epäonnistuneessa suorituksessa yhteystiedot eivät löydy ollenkaan. (Suunniteltu aika: 5 min.)

Onnistuneita suorituksia: 8 kpl

Epäonnistuneita suorituksia: 1 kpl. Syy: ei löytynyt henkilön tietoja.

Yleisimmin yhteystiedot löydettiin alaosan pikalinkeistä navigoimalla tai menemällä Karelia Expert -sivuille, ja ”TIETOA MEISTÄ” -kohtaan. (Google-haku ”kokous- ja kongressi Joensuu” linkittää myös Karelia Expertin sivuille). Visitkarelia.fi -verkkopalvelusta tietoa ei löydetty ja käyttäjä ohjautui väkisin ”eri” yrityksen verkkopalveluun (Karelia Expert).

Pisteiden jakautuminen ja kommentteja:

Kysymys	Arvioinnit	Avoim
Yhteystietojen löytämisen helppous/vaikeus:	0=4 1=2 2=0 3=2 4=1	Hakukone ei toiminut oletetusti, Google pelasti. Kuvia vähän.
Virheluokitus:	1 (+)	Haku ”kokouspalvelut” antoi 5 tulosta, joista ”me palvelemme” oli kai paras. Tämänkään kautta ei löytynyt mitään kokouspalveluihin suoraan liittyvää, vain matkailuneuvonnan ja myyntipalvelun yhteystiedot. En yrittäisi järjestää kokousta tai seminaaria P-K :ssa. 20 minuutin pyörimisen jälkeen löysin oikeastaan vahingossa linkin KE :n sivuille josta yhteystiedot lopulta löytyivät.
Navigoinnin toimivuus:	0=0 1=4 2=3 3=2 4=0	Visitkarelia / Karelia Expert? Sekaisin menin.
Virheluokitus:	2 (-)	Helposti löytyi.
Virheiden määrä:	0=3	

	1-3=2 4-5=1 6->=2	
--	-------------------------	--

Johtopäätös:

Etsintää tehtiin sekä visitkarelia.fi -palvelusta, että Karelia Expertin sivuilta. Epäonnistunut suoritus tehtiin hakukonetta käyttämällä.

Matkailupalvelupisteiden löytäminen aiheutti eniten ongelmia, kukaan käyttäjistä ei löytänyt visitkarelia.fi :n etusivun INFO -painiketta.

Alaosan Pikalinkki -> Visitkarelia yhteystiedot -> Henkilöstön yhteystiedot löydät täältä, vie Karelia Expertin sivuille. Yhteystietojen löytymiseen kuluu liian monta klikkausta ja lopulta päädytään eri sivustolle.

Huomattiin, että yleiset yhteystiedot on helppo löytää, mutta kun haluat tavoittaa tietyn henkilön, lisääntyä klikkausten määrä ja tehtävä hankaloituu huomattavasti.

Yleisesti koettiin pieniä vaikeuksia tai ei vaikeuksia ollenkaan. Navigoinnissa toimivuus katsottiin hyväksi tai kohtalaiseksi ja virheiden määrä oli vähäinen. Tästä voidaan päätellä, että ongelmia yhteystietojen löytymisessä ei ole, tai ongelmat ovat kosmeettisia eivätkä aiheuta välittömiä toimenpiteitä.

Avoimessa palautteessa vastaan tuli epäselvyys siitä, millä sivustolla ollaan: visitkarelia / karelia expert? Ulkonäöltään hyvin erilaiset sivustot eivät ole helposti ymmärrettävissä saman yrityksen sivuiksi. Tämä hämää käyttäjiä, sillä käyttäjä ei voi tietää miten tai miksi sivustot näyttävät erilaiselta.

Lisäksi katsottiin, että hakukone ei antanut toivottua tulosta. Hakukoneen huono toiminta todettiin useassa palautteessa joten siinä on **pieni käytettävyysongelma (2)**, joka kannattaa huomioida, mutta ei aiheuta välittömiä toimenpiteitä.

Analysointi viiden käytettävyyden attribuutin mukaan (Nielsenin 1994, 2):

Opittavuus: tuotteen helppoa omaksumista	Toiminta on helppo omaksua. Kaksi erinäköistä sivustoa kuitenkin saattavat hämätä käyttäjää.
Tehokkuus: tuottavuuden taso, johon	Toiminta on pääasiallisesti tuottavaa,

käyttäjän on mahdollista päästä	ja tulokseen päästään. Epäselvyyttä toi se, että alueelliset matkailuneuvonnat ja Karelia Expertin matkailuneuvonnat oli vaikea erottaa toisistaan.
Muistettavuus: kuinka helposti käyttö muistuu mieleen myöhemmin	Toiminta on helppo muistaa seuraavan kerran
Virheettömyys: käyttäjä tekee mahdollisimman vähän virheitä, eli onnistuu suorituksessaan (koskee nimenomaisesti käyttäjän tekemiä virheitä)	Toiminnan suorittamisessa ei havaittu suurta virheiden määrää.
Tyytyväisyys: tuotetta on miellyttävä käyttää	Toimintaa oltiin pääasiallisesti tyytyväisiä.

Tehtävä 2, MÖKKIVARAUS:

Olet etsimässä itsellesi mökkiä Lieksasta kahdeksi yöksi toukokuussa (tarkan ajankohdan voit itse määrittää). Etsi Visitkarelia.fi -verkkopalvelusta mökki neljälle ihmiselle järven rannalta. Varaukseen tulee kuulua liinavaatteet ja loppusiivous. Tee varaus. Peru varaus ennen maksua. Kirjoita varaamasi mökin tunnistenumero, ajankohta ja hinta alla olevaan kenttään. Palaa etusivulle.

(Tehtävällä oli tarkoitus selvittää, kuinka helppoa visitkarelia.fi -verkkopalvelun kautta on varata mökkimajoitusta kyseiseltä alueelta ja kyseisillä tiedoilla. Testaaja sai itse valita tulopäivän, sen tarkka määrittäminen on tarpeetonta. Mökin testaaja voi myös valita itse, ainoastaan henkilömäärä, mökin sijainti ja liinavaatteiden sekä loppusiivouksen sisällyttäminen oli etukäteen määriteltä. Suunniteltu aika:15 min. Mikäli mökkivarausta ei saada kohtuullisessa ajassa tehtyä, tulee siirtyä seuraavaan tehtävään. Kohtuulliseksi katsotaan se aika, minkä itse jaksaisi todellisessa tilanteessa etsimiseen käyttää. Suoritus on onnistunut on silloin, kun kohtuullisessa ajassa on saatu ohjeiden mukainen mökki varatuksi. Epäonnistunut suoritus oli silloin jos aikaa meni liikaa tai varausta ei saatu tehtyä ollenkaan.)

Onnistuneita suorituksia: 5 kpl

Epäonnistuneita suorituksia 4 kpl.

Syy: 2 kpl ei onnistunut varaamaan ollenkaan (toinen ei löytänyt varausjärjestelmää, toinen luovutti ja 2:lla aikaa meni liian kauan.

Kaiken kaikkiaan tehtävälle asetettu aika ylittyi lähes jokaisella testaajalla. Lisäksi se aiheutti paljon turhautumista eksymisen ja hitaan toimimisen (latausai-ka) suhteen.

Osa testaajista toimi webshopin puolella ja osa teki varausta infogatessa. Kaikki infogatessa varauksen tehneet onnistuivat ja antoivat paremman arvostelun, vaikka joillakin aikaa kului paljon ja virhetilanteita syntyi. Webshopin asiakkaat eivät päässeet lisäämään tuotetta ostoskoriin, joka koettiin hiukan vanhahtavaksi ”verkkokaupankäynniksi”.

Pisteiden jakautuminen ja kommentteja:

Kysymys	Arvio	Avoim
Mökkivarausjärjestelmän löytymisen asteikolla.	0=0 1=1 2=4 3=2 4=2	En varaisi mökkiä tuota kautta, mieluummin soittaisin. Joka vaihtoehto katsottava, että löytyykö liinavaatteet vai ei. Hakua laajemmaksi.
Virheluokittelu:	3 (-)	Vanhemmalla selainversiolla hakutoiminto ei esim. antanut valita aluetta tai majoitusvuorokausien määrää.
Varaukseen kulunut aika:	0=0 1=2 2=2	Kuinka monta loppusiivousta on mahdollisuus valita?

Virheluokittelu:	3=3 4=2 3 (-)	Sivuilla hirveästi kaikkea. Tekstit lyhyemmin ja ytimekkäämmin. Sivut pelkkää puuroa.
Virheiden määrä:	0=1 1-3=2 4-5=4 6->=2	Miksi lauantait on merkitty keltaisella? Miksi samanaikaisesti ei saa useampaa paikkakuntaa kun yrittää kartoittaa mökkitulannetta Pohjois-Karjalassa? Ei ulkopaikkakuntalainen tiedä välttämättä ennakkoon minne päin P-K :ssa haluaa tai missä sopivia mökkejä on. Raivostuttaisi käydä tilanne paikkakunta kerrallaan läpi. Kartta auttaisi. Miten loppusiivous varataan? Valitse -> yksi tietenkä? Vai? Ihan pöljä, meinasin jo lopettaa. Varaankin 18 loppusiivousta ja loppuhintaa 1368€.

Johtopäätös:

Kaksi eri varausjärjestelmää aiheuttaa sekaannusta. Ne ovat lisäksi toiminnaltaan hyvin erilaisia. Asiakas voi ensimmäisen kerran varata tuotteen toisesta palvelusta ja seuraavan kerran varatessa ostopaikka onkin ihan toinen riippuen siitä mitä kautta on vuokramökkejä hakenut. Luotettavuus palveluntarjoajana kärsii ja sivustoista saa sekavan kuvan.

Etusivun ulkoasu koettiin puuroiseksi/sekavaksi ja nimityksiin toivottiin selkeyttä: Verkkokauppa ei välttämättä kerro kaikille, että mökkivuokraus hoidetaan sitä kautta. Myös yleisellä tasolla linkkien nimitykseen toivottiin parannuksia. Se, että käyttäjä voi samalta sivulta ”eksyä” molempiin varausjärjestelmiin yhtä helposti kertoo juuri siitä, että linkityksissä on epäselvyyttä.

Vuokramökkiä etsiessä palvelussa kehoitetaan käyttämään ”haku”-toimintoa, mutta itse HAKU -linkki on hyvin vaatimattoman näköinen ja jopa huomaamaton.

Ehdotus: HAKU -linkki selkeämmäksi ja pohjasta erottuvammaksi

Liian monimutkainen varausjärjestelmä webshopin puolella aiheuttaa käyttäjässä turhautumista ja jopa varauksen keskeyttämisen. Kalenteri koettiin huonosti toimivaksi.

Infogaten puolella painettaessa linkkiä: ”Hae hinta ja varaa” näyttää siltä ettei mitään tapahdu, vaikka kalenteri on samanaikaisesti auennut alapuolelle. Sivupysyy paikallaan ja samannäköisenä ennekuin käyttäjä ymmärtää vierittää sitä alaspäin. Käyttäjä hämääntyy, kun luulee, ettei tilaus etene.

Ehdotus: Hae hinta ja varaa –linkille toinen nimi tai selitys mitä linkillä tarkoitetaan.

Varaukseen kuluu liian kauan aikaa ja virhetilanteita, eli väärään suuntaan etenemisiä, tapahtuu paljon. Sivut latautuvat eri selainversioilla hitaasti ja käyttäjä kokee turhautumista.

Mökkien selaaminen ja vertailu koettiin vaikeaksi. Mikäli et tunne aluetta mihin olet menossa, on varaus vaikea tehdä. Mikäli taas esimerkiksi ei ole varsinaista toivetta alueesta on jokaisen kunnan läpikäynti ja karttojen etsiminen hankalaa.

Haku-toiminnossa ilman hakukriteerejä tehty mökkihaku antaa mökit aakkosjärjestyksessä. Tämä ei kerro ostajalle mitään siitä mille alueelle mökit sijoittuvat. Samalla se asettaa aakkosissa myöhempään olevien kuntien mökkimajoittajat eriarvoiseen asemaan. Linkki ”kompakti listaus” on huonosti nimetty -> tiivistetty listaus, pelkät kuvakkeet tms. parempi?

Loppusiivouksen outo valintamahdollisuus sekoittaa käyttäjää, samoin kuin se, miten liinavaatteita varataan. Siivouksia saa varattua yhtä mökkiä kohti jopa 20.

Ehdotus: Selkeä karttapohja jossa näkyy sekä alue, että vuokrattavat mökit sijoitettuna kartalle. Selailun yksinkertaistaminen ja nopeuttaminen. Loppusiivouksesta ylimääräiset pois, joko siivous tai ei.

Verkkokaupan analysointi viiden käytettävyyden attribuutin mukaan (Nielsenin 1994, 2):

Opittavuus: tuotteen helppoa omaksumista	Tuote on suhteellisen helppo omaksua ja opittavissa oleva.
Tehokkuus: tuottavuuden taso, johon käyttäjän on mahdollista päästä	Tuotteen käyttö ei ole tehokasta. Epäonnistuneiden suoritusten määrä kertoo sen, kuinka moni ei päässyt tuotteen käytössä haluttuun lopputulokseen tai mökin varaaminen kesti liian kauan.
Muistettavuus: kuinka helposti käyttö muistuu mieleen myöhemmin	Tuote ei varsinaisesti muutu ja kun oikean polun löytää on tuotteen käyttö helppoa. Käyttäjältä kuitenkin vaaditaan jonkun verran taustatietoa kuntien sijainnista ja välimatkoista. Eli jos toisella käyttökerralla haluaakin mökin muualta, on taustatyötä jälleen tehtävä.
Virheettömyys: käyttäjä tekee mahdollisimman vähän virheitä, eli onnistuu suorituksessaan (koskee nimenomaisesti käyttäjän tekemiä virheitä)	Tuotteen käytössä oli testaaajilla useita virheitä. Tämä kertoo siitä, että varausjärjestelmän löytyminen ja käyttö eivät ole sulavaa ja asiakas joutuu palaamaan monta kertaa valinnoissaan takaisin.
Tyytyväisyys: tuotetta on miellyttävä käyttää	Tuotteen testaaajat eivät pääsääntöisesti olleet tyytyväisiä. Varsinkin lentola/hotelleja internetistä aiemmin varanneet totesivat tuotteen olevan liian monimutkainen ja hidas. Tämä koros-

tui varsinkin Webshopin puolella.

Tehtävä 3, TEKEMISTÄ LAPSIPERHEILLE:

Sinulle on tulossa kummilapsia kylään kesäkuussa. Haluaisit tehdä heidän kanssaan jotain mieleenpainuvan mukavaa. Etsi Visitkarelia.fi -verkkopalvelusta lapsiperheelle sopivaa ajanvietettä kahdelle päivälle Joensuun lähialueelta. Toisen toiminnoista tulee olla kulttuuripainotteinen ja toisen tulee perustua toimintaan ja tekemiseen, eli aktiviteettiin. Toiminnot eivät saa sisältää yöpymisiä. Kirjoita löytämäsi toiminnot ajankohtineen alla olevaan kenttään. Palaa etusivulle.

(Tehtävällä oli tarkoitus selvittää, miten helppoa eri ikäryhmien on löytää toimintaa ja tekemistä Pohjois-Karjalasta. Lapsiperheet otettiin testauksen kohteeksi saadun palautteen perusteella. Testaajan tehtävänä oli etsiä kaksi tekemistä alueelta, ajankohdaksi valittiin kesäkuu, tarkemman ajankohdan testaaja sai määrittellä itse. Tekemisten kuului olla päivätehtäviä ilman yöpymistä. Onnistunut suoritus: testaaja löytää kaksi lapsiperheen toimintaa kesäkuulle kohtuullisessa ajassa. Epäonnistunut suoritus: testaaja ei löydä haluttua toimintaa. Suunniteltu aika: 10 min.)

Onnistunut suoritus: 5 kpl

Epäonnistunut: 4 kpl

Pisteiden jakautuminen ja kommentteja:

Kysymys	Arviointit	Avoin
Tekemisen löytämisen helppous/vaikeus:	0=1 1=1 2=2 3=4 4=1	Sekavuutta. Sivuille voisi erikseen laittaa painikkeen "lapsille" tai "perheille". Nyt joutuu itse kartoittamaan nämäkin ensin.
Virheluokitus:	2 (+)	Kuvia enemmän. Tähän aikaan vuodesta

Ajallinen toimivuus	0=1 1=3 2=2 3=3 4=0	kärkimainokset talvisia (kevät)? Missä Martat? Pikkukilin kuvauksessa voisi mainita paljon Joensuusta on sinne matkaa. Itselleni on täysin turha tieto se, paljon sinne on Lieksasta.
Virheluokitus:	2 (-)	
Virheiden määrä:	0=2 1-3=2 4-5=0 6->=5	ko täällä kesällä lapsille kulttuuria? Haku ”lapsille” toi 3 vaihtoehtoa. Kun ymmärsi mennä verkkokaupan puolelle niin tarjonta parani hieman mutta ei merkittävästi. Yläreunan Matkusta ja sen alla Näe&tee ei auttanut yhtään. Näytettävät alueet -> miksi pitää poistaa jo valmiit rastit? On helpompi rajata jos saa itse valita alueen eli laittaa muutaman rastin. Sekavat sivut. Joudun töissä varaamaan paljon tapahtumia ym. ei olisi hoitotyön ohessa näin paljon aikaa istua koneella. Soittaisin mieluummin jonnekin ja käskisin jonkun varata. Kulttuuri? Missä elokuvat? Kulttuuri, teatteri, lisätietoja tästä -linkki ei toimi.

Johtopäätös: Toimintojen hakeminen tietyllä ryhmälle on hankalaa. Ohjelmatarjontaa koettiin suppeaksi vaikka sitä tässä ei varsinaisesti testattukaan. Virhetti-

lanteita sattui paljon ja sivustolla joutui poukkoilemaan ennen kuin hakemansa löysi, joissakin tapauksissa tehtävään sopivaa tekemistä ei löytynyt ollenkaan.

Vaikka 4/9 testaajaa epäonnistui tehtävässä, koettiin epäonnistumisen syyksi useimmiten tarjonnan puute enemmän kuin toiminnon löytyminen. Tämä aiheutti sen, että tehtävä jätettiin kesken ja oikeassa tilanteessa hakeminen olisi tehty käyttäen jotain muuta kanavaa, esim. Googlea tai palveluntarjoajan kotisivuja.

Selkein käytettävyysongelma on haku-toiminnossa, joka koettiin vaikeaksi ja hitaaksi. Rastien poistaminen rastien valitsemisen sijaan tuntui turhalta ja jopa virhetilanteelta (toiminto vie ensin taaksepäin ja sitten vasta eteenpäin).

Testaajan mennessä OSTA -osion linkkien mukaan "NÄE & TEE" -> "LAPSI-PERHEILLE", oli toiminnon löytyminen helppoa. Jos sitten sattui olemaan TUTUSTU -puolella ja klikkasi NÄE & TEE, ei tulosta tullut. Kysymys: miksi samanniminen linkki vie täysin eri paikkoihin? Mikäli kyse on siitä, että "tutustu", "osta" ja "haku" ovat eri osioita, niin se ei tule selväksi käyttäjälle. Sivusto näyttää kaikissa osioissa liian samanlaiselta ja käyttäjän on mahdotonta havaita tietopaljoudesta missä osiossa kulloinkin on.

Hae -osiossa koettiin häiritseväksi myös se, että yläosan "tutustu", "osta" ym. linkit muuttuvat yhtäkkiä toisen nimisiksi. Tämä hämmentää käyttäjää ja syntyy virhetilanteita.

Ehdotus: Samannimiset linkit viemään aina samalle sivulle. Haku toiminnon yksinkertaistaminen.

Analysointi viiden käytettävyyden attribuutin mukaan (Nielsenin 1994, 2):

Opittavuus: tuotteen helppoa omaksumista	Toiminnon löytämiselle on niin monia keinoja, että omaksumisen ei voida katsoa olevan helppoa. Lisäksi esim. hämäävät näe&tee -linkitykset vaikeuttavat omaksumista. Käyttäjän oletetaan oppivan ensin koko sivuston rakenne ennen yksittäisen toiminnon
--	--

	löytämistä.
Tehokkuus: tuottavuuden taso, johon käyttäjän on mahdollista päästä	Tuotteen käyttö ei ole tehokasta. Epäonnistuneet suoritukset ja ongelmat muun muassa haku-toiminnon kanssa kertovat siitä, että toivottuun tulokseen pääseminen ja tekemisen löytyminen ei onnistu lähes puolella.
Muistettavuus: kuinka helposti käyttö muistuu mieleen myöhemmin	Koska linkitykset ja eri osioiden sekavuus eksyttävät käyttäjää, ei käyttäjä todennäköisesti seuraavallakaan kerralla pääse haluttuun tulokseen ilman hapuilua.
Virheettömyys: käyttäjä tekee mahdollisimman vähän virheitä, eli onnistuu suorituksessaan (koskee nimenomaisesti käyttäjän tekemiä virheitä)	Testauksessa tehtiin paljon virheitä.
Tyytyväisyys: tuotetta on miellyttävä käyttää	Palvelun käyttöä ei koettu miellyttäväksi.

Tehtävä 4, VERKKOKAUPPA

- a) Osta verkkokaupasta 3kpl S-etukorttihinnoiteltua lippua Osuuskaupparockiin. Etene maksuun asti. Peru tilaus.
- b) Varaa samalle ajalle majoitus. Etene maksuun asti. Peru tilaus. Palaa etusivulle.

(Tässä tehtävässä oli tarkoitus selvittää verkkokaupan toimivuutta. Testaajan täytyi ostaa verkkokaupasta lippu tiettyyn tapahtumaan. Tämän lisäksi testaajan tuli varata majoitus sivuston kautta. Onnistunut tehtävä: Lipun ostaminen ja majoituksen varaaminen sujuu nopeasti ja helposti. Epäonnistunut tehtävä: Lipun

osto ja majoituksen varaus ei onnistu kohtuullisessa ajassa tai liput ovat väärinä.
Suunniteltu aika: 15 min.)

Onnistunut: 6 kpl

Epäonnistunut: 3 kpl

Syy: ei hotellimajoitusta

Pisteiden jakautuminen ja kommentteja:

Kysymys	Arvioinnit	Avoin
Verkkokaupan löytyminen:	0=1 1=4 2=1 3=3 4=0	Pikalinkit → tapahtumat vie sivulle: oletko järjestämässä tapahtumaa.
Virheluokitus	2 (-)	Majoitus kahdelle voikin olla kolmelle. Kalenterin jälkeen ei päässyt maksusivulle. Samalla sivulla tuplana kaikki valikot (ylhäällä ja vasemmalla sivulla)? Turhaa tekstiä, tekee sivusta sekavan näköisen.
Verkkokaupan toimivuus	0=0 1=5 2=0 3=2 4=2	Hotellin varaus tökkii. Ohjeistusta varaukseen lisättävä.
Virheluokitus	2 (+)	Hotellin varaus ei onnistu sivujen kautta. Olisin soittanut hotelliin ennemmin.
Virheiden määrä:	0=0 1-3=5 4-5=3 6->=1	Olisin varannut ensin liput osuuskaupparockiin s-etukortilla osiosta, sitten majoituksen kahdelle osiosta. Mutta majoitusta varatessa huomasin, että sielläkin oli s-etukortin hinta. Ja yhdelle ei sitten voinut majoitusta varatessa ostaa rock-

		lippua samalla. Ihme paketti. Majoitusvaraus ei onnistunut, liput kyllä.
--	--	---

Kun testaajille annettiin selkeä tehtävä: lipun osto tapahtumaan, etsi moni ratkaisua Tapahtumat -pikalinkistä. Heti eteen auennut: "Oletko järjestämässä tapahtumaa" –teksti harhautti luulemaan, että kyseessä on palvelun tarjoajalle tarkoitettu sivu. Tämä lisää virheiden määrää ja tuotteen löytymistä.

Tässäkin tehtävässä ongelmia aiheutti se, että sivua pidettiin sekavana (liikaa kaikkea yhdellä silmäyksellä) ja silti tietoa etsiessään on skrollattava alaspäin. Itse verkkokauppa löydettiin helposti.

Lipun osto verkkokaupasta sujuu nopeasti ja kätevästi. "OSTA" – "NÄE & TEE" – "KAUPUNGIN ELÄMÄÄ" –polku ja etusivulla sijaitseva iso liikkuva mainos -slider ohjasivat testaajia oikealle reitille. Selkeästi näkyvä linkki auttoi tuotteen näkyvyydessä.

Suurimmaksi ongelmaksi lipun ostossa muodostui monta samannäköistä linkkiä samaan tapahtumaan eri sisällöllä (Osuuskaupparock liput, liput S -Etukortilla, liput majoituksella...).

Ehdotus: yksi linkki itse tapahtumalippuun, siellä vasta tarjotaan muita vaihtoehtoja, kuten majoitus ja S –Etukortti -lippu.

Tuotteen osto oli tehty helpoksi, mutta linkit: "Siirrä ostoskoriin" ja "Valitse ja varaa" aiheuttivat jonkin verran epäselvyyttä. Kumpaa käytetään kun halutaan maksaa?

Ehdotus: Selkeät vaihtoehdot, esim. siirrä ostoskoriin, osta heti tms.

Hotellin varaus ei onnistunut yhtä hyvin kuin lipun. Ostotilaan ei päästy, lipu+majoitus -linkit eivät erottuneet tarpeeksi hyvin, vaan ensin varattiin lippu linkistä ja sen jälkeen erikseen majoitus. Sivuilta pääsi hotellin esittelysivulle, mutta varaus ei onnistunut. Lisäksi hotellipaketin yhteydessä ei mainittu, että myös sitä kautta saa S-etukorttihintaisen lipun tai majoituksen kahden lisäksi kolmelle.

Analysointi viiden käytettävyyden attribuutin mukaan (Nielsenin 1994, 2):

Opittavuus: tuotteen helppoa omaksumista	Verkkokauppa on helposti opittavissa, muutamaa linkkiepäselvyyttä lukuun ottamatta yksinkertainen käyttää, kunhan sen ensin löytää.
Tehokkuus: tuottavuuden taso, johon käyttäjän on mahdollista päästä	Tuotteen käyttö on tehokasta lippujen varauksen suhteen, majoituksessa esiintyy ongelmia.
Muistettavuus: kuinka helposti käyttö muistuu mieleen myöhemmin	Verkkokaupan käyttö muistuu hyvin mieleen myöhemmin, mutta esimerkiksi Tapahtumat –pikalinkin outous muistuu myös.
Virheettömyys: käyttäjä tekee mahdollisimman vähän virheitä, eli onnistuu suorituksessaan (koskee nimenomaisesti käyttäjän tekemiä virheitä)	Lipun varaus oli sulavaa ja suhteellisen virheetöntä, hotellivaraus aiheutti eniten virheitä.
Tyytyväisyys: tuotetta on miellyttävä käyttää	Tuotteen käyttöön oltiin tyytyväisiä.

OSIO 3: Loppukysely**1) YLEISET TEKIJÄT**

Pyydämme Sinua vastaamaan alla oleviin kysymyksiin asteikolla 1 - 5:

1= erittäin huono, 5= erittäin hyvä

x = ei kokemusta / ei osaa sanoa

Kysymys	Arvioinnit	Johtopäätös:
---------	------------	--------------

Verkkopalvelun ulkoasu	1=1 2=2 3=1 4=3 5=1 x=0	Verkkopalvelun ulkoasua pidettiin pääasiallisesti hyvänä ja tarjontakin koettiin suhteellisen kattavaksi, mutta käytettävyys, tuotevalikoima tarjonnan sisällä, sekä palvelun vastaus odotuksiin olivat testaajien mielestä huonolla tasolla.
Tarjonnan kattavuus	1=1 2=2 3=1 4=3 5=1 x=0	
Palvelun käytettävyys:	1=3 2=4 3=1 4=0 5=0 x=1	
Tuotevalikoima:	1=0 2=3 3=3 4=2 5=0 x=1	
Miten verkkopalvelu vastasi	1=3 2=4	

odotuksiasi:	3=1 4=0 5=0 x=1	
--------------	--------------------------	--

2) Käyttäisitkö palvelua uudelleen?

Kyllä: 2kpl	En: 7kpl
-	<ul style="list-style-type: none"> - Sekava ja mahdoton löytää mitään. - Hankala, epäselvä, ei looginen. - Sivusto ei tuo lisäarvoa matkailijalle, koska kaikki lisäinfo täytyy kuitenkin etsiä kuntien ja palveluntarjoajien sivuilta. - Jos sivustoille saataisiin kattavasti lisää palveluita, kulttuuria ja aktiviteetteja esiin, olisi tilanne toinen. - Sekava, hankala löytää hakeamaansa, eikä hotellia pystynyt varaamaan. - Tarvittavat tiedot löytää muulla taoin helpommin. - Varauksetkin pystyy hoitamaan ilman huonosti toimivaa välikättä.

Johtopäätös: Suurin osa testaaajista kokee verkkopalvelun käytön niin hankalaksi, ettei koe tarvetta käyttää sitä uudelleen. Suurimmaksi syyksi useassa kohdassa mainittiin hitaus ja sekavuus. Hitaus johtuu sekä hitaasti latautuvasta sivustosta, että useita klikkausta vaativasta käyttöjärjestelmästä.

3) Suositteisitko verkkopalvelua muille?

Kyllä: 1kpl	En: 8kpl
	<ul style="list-style-type: none"> - Jos ensikosketus Pohjois-Karjalaan ja sen matkailuun on ko. sivusto, niin en suosittelisi tai jäisivät tämän sivuston jälkeen kotiin & vaihtaisivat matkakohdetta. - Sivusto ei ole käyttäjäystävällinen.

Johtopäätös: Lähes kukaan testajista ei suosittelisi palvelun käyttöä muille johtuen omasta huonosta käyttökokemuksestaan.

4) Mikä oli parasta?

<ul style="list-style-type: none"> - Tagit vasemmassa reunassa. - Ulkoasu ja värit (pirteä ja nuorekas). - Kuvat. - Visuaalinen ilme, sen selkeys! - Pinkki on kiva väri, mutta miten se liittyy Pohjois-Karjalaan? - Logo on kiva. - Avoimet työpaikat. - Kattava palveluhakemisto.
--

Johtopäätös: Parasta sivustossa koettiin olevan sen ulkoasu: värit ja muu visuaalinen ilme. Käytettävyys jää selkeästi visuaalisuuden taakse.

Tagien avulla navigoiminen palvelussa helpottui ja niitä pidettiin toimivien.

5) Mitä parantaisit verkkopalvelussa?

Hakua: 2kpl

Selkeyttä: 4kpl

Ryhmittelyä

Tarkempia tietoja kohteista

Yksinkertaistaisin

Lisäisin kuvia

Parantaisin ostomahdollisuutta

Avoin:

Mielestäni sivuston käyttäjältä edellytetään jo ennakkoon Pohjois-Karjalan tuntemusta. Jos sivusto on täkäläisille käyttäjille niin ok, mutta voisi huomioida myös muualta Suomesta tänne tulijat paremmin.

Jäi hämäräksi miksi on Karelia Expert ja Visit Karelia?

Tekemisen puolelle lisää valikoimaa.

Verkkokaupan toimintaa pitäisi parantaa.

Ensin en päässyt sinne ollenkaan, sitten en vain muuten osannut toimia siellä.

Värimaailmaa voisi uudistaa, nyt ehkä turhankin pirtsakka.

Analysointi, testaus 2

OSIO 2: Testaustehtävät

- Tehtävien tulokset on purettu taulukkoon. Taulukossa on myös Nielsenin virheluokittelun mukaan saatu tulos kyseiselle toiminnolle. Olen myös merkinnyt joko (-) tai (+) luokituksen perään merkitsemään luokituksen painotusarvoa. Esim. 2(+) merkitsee yli kahden, mutta ei vielä kolmen tulosta.

Virheluokat:

0 = Ei käytettävyysongelmaa

1= Kosmeettinen ongelma - korjataan vain jos siihen on aikaa

2= Pieni käytettävyysongelma – korjauksella matala prioriteettitaso

3= Suuri käytettävyysongelma – korkea prioriteetti, korjattava

4= Katastrofaalinen ongelma – korjattava välittömästi

- Taulukon alla on avointen vastausten perusteella tehty koonti ja johtopäätöksiä sekä kyseisen toiminnon luokittelu Nielsenin käytettävyyden attribuuttien mukaan. Näiden lisäksi vertailu ensimmäisen testin tuloksiin.
- Kommenttien ja pisteiden lisäksi analysointia on tehty testilanteessa tekemiäni muistiinpanojen pohjalta

Tehtävä 1, NAVIGOINTI:

Olet järjestämässä Joensuussa kokousta, jonka oheishjelmat järjestettäisiin eri puolilla Pohjois-Karjalaa. Tarvitset Karelia Expert Matkailupalvelun avuksi järjestelyihin. Tätä varten tarvitset lisätietoa kokous- ja kongressipalveluista sekä Karelia Expertin matkailupalvelupisteistä maakunnassa.

(Tässä tehtävässä oli tarkoitus kartoittaa yhteystietojen löytymistä sivuilta. Niiden löytyminen on tärkeää matkailumarkkinoinnin kannalta. Testaajalle annettiin tehtäväksi etsiä yhteystiedot kokous- ja kongressipalveluista, sekä Karelia-

Expertin matkailupalvelupisteistä. Onnistunut suoritus: yhteystiedot ja neuvon-
tapisteen osoitteet löytyvät helposti ja nopeasti. Epäonnistuneessa suoritukses-
sa yhteystiedot eivät löydy ollenkaan. (Suunniteltu aika: 5 min.)

Onnistuneita suorituksia: 6

Epäonnistuneita suorituksia: 0

Kokous- ja kongressipalvelut: Tiedot haettiin joko ryhmille → kokous- ja kong-
ressipalvelut tai info → ammattilaisille → tapahtumanjärjestäjälle → kokous- ja
kongressipalvelu

Yhteystiedot löytyivät nopeasti.

Pisteiden jakautuminen ja kommentteja:

Kysymys	Arvioinnit	Avoim
Yhteystietojen löytä- misen helppo- us/vaikeus:	0=1 1=3 2=2 3=0 4=0	Kuva ”etusivulla” liian iso, vai johtuiko näytön asetuksista? Kuva täytti koko näytön. Muutama linkki ei toiminut (betan vuoksi il- meisesti)
Virheluokitus:	1(+)	Kongressipäällikön tiedot löytyivät nopeasti ja vaivattomasti. Matkailupalvelupisteiden yh- teystietoihin voisi olla suora linkki kokous- ja kongressipalveluiden sivuilta.
Navigoinnin toimi- vuus:	0=0 1=5 2=1 3=0 4=0	Pohjois-Karjala –kohdassa on hyvä jaottelu. Voisiko ne saada myös kartalle vaikka eri vä- rein? Nyt koko P-Karjala on pinkki kartalla.
Virheluokitus:	1(+)	

Virheiden määrä:	0=2 1-3=4 4-5=0 6->=0	Helpot käyttää.
------------------	--------------------------------	-----------------

Johtopäätös:

Tiedot löytyivät eri kautta. Toinen tie oli helpompi, mutta molemmilla onnistunut tulos. Etusivun iso kuva aiheutti ensimmäisessä tehtävässä eniten ongelmia. Info ja yhteystiedot löytyvät helposti, paluulinkityksissä hiukan ongelmaa. Yhteystietojen löytyminen arvioitiin virheluokkaan **1 (pieni +) joka tarkoittaa kosmeettista ongelmaa**. Navigoinnin toimivuus: **virheluokka 1 (pieni +)**. Tämän voidaan katsoa johtuvaksi linkityksen toimimattomuudesta.

Analysointi viiden käytettävyyden attribuutin mukaan (Nielsenin 1994, 2):

Opittavuus: tuotteen helppoa omaksusta	Toiminta on helppo omaksua, se kuitenkin vaatii hiukan aikaa.
Tehokkuus: tuottavuuden taso, johon käyttäjän on mahdollista päästä	Toiminto on tuottava ja yhteystietojen löytyminen onnistuu.
Muistettavuus: kuinka helposti käyttö muistuu mieleen myöhemmin	Toiminta on helppo muistaa.
Virheettömyys: käyttäjä tekee mahdollisimman vähän virheitä, eli onnistuu suorituksessaan (koskee nimenomaisesti käyttäjän tekemiä virheitä)	Toiminnan suorittamisessa ei tavattu kuin vähän virheitä.
Tyytyväisyys: tuotetta on miellyttävä käyttää	Tuotteen käyttö todettiin miellyttäväksi

Vertailu 1. testauksen tulokseen:

Toiminnon katsottiin parantuneen huomattavasti edellisestä. Turhautumista ei tapahtunut juuri ollenkaan, testaus tuotti enemmänkin onnistumisen riemua.

Linkityksissä edelleen ongelmaa, mutta on vaikea arvioida johtuuko se kesken-eräisyydestä vai onko ongelma oikeasti olemassa.

Tehtävä 2, MÖKKIVARAUS:

Olet etsimässä itsellesi mökkiä Lieksasta kahdeksi yöksi toukokuussa (tarkan ajankohdan voit itse määrittää). Etsi Visitkarelia.fi -verkkopalvelusta mökki neljälle ihmiselle järven rannalta. Varaukseen tulee kuulua liinavaatteet ja loppusiivous. Tee varaus. Peru varaus ennen maksua. Kirjoita varaamasi mökin tunnistenumero, ajankohta ja hinta alla olevaan kenttään. Palaa etusivulle.

(Tehtävällä oli tarkoitus selvittää, kuinka helppoa visitkarelia.fi -verkkopalvelun kautta on varata mökkimajoitusta kyseiseltä alueelta ja kyseisillä tiedoilla. Testaaja sai itse valita tulopäivän, sen tarkka määrittäminen on tarpeetonta. Mökin testaaja voi myös valita itse, ainoastaan henkilömäärä, mökin sijainti ja liinavaatteiden sekä loppusiivouksen sisällyttäminen oli etukäteen määriteltä. Suunniteltu aika:15 min. Mikäli mökkivarausta ei saada kohtuullisessa ajassa tehtyä, tulee siirtyä seuraavaan tehtävään. Kohtuulliseksi katsotaan se aika, minkä itse jaksaisi todellisessa tilanteessa etsimiseen käyttää. Suoritus on onnistunut on silloin, kun kohtuullisessa ajassa on saatu ohjeiden mukainen mökki varatuksi. Epäonnistunut suoritus oli silloin jos aikaa meni liikaa tai varausta ei saatu tehtyä ollenkaan.)

Onnistuneita suorituksia: 6

Epäonnistuneita suorituksia: 0.

Tehtävälle asetettu aikaraja ylittyi joillakin testaajilla hiukan. **HUOMIO!!!! KUKAAN EI LÖYTÄNYT KARTTAA!**

Pisteiden jakautuminen ja kommentteja:

Kysymys	Arvio	Avoin
Mökkivaraus-järjestelmän löytymisen asteikolla.	0=3 1=1 2=2 3=0 4=0	Ensin ei löytynyt liinavaatteet, huomasiin vasta myöhemmin kun olin jo muita tehtäviä suorittanut että myös ne oli varattavissa Kun vähän aikaa käyttää niin helpottuu
Virheluokittelu:	1 (-)	Olisi kiva jos mökeistä olisi arvioita ja/tai mahdollisuus antaa arvio itse vuokrauksen päätyttyä nettiin – helpottaisi valintaa
Varaukseen kulunut aika:	0=0 1=4 2=2 3=0 4=0	Kun painaa "takaisin listaan" niin pääsee todellakin takaisin KAIKKI mökit sisältävään listaan ts. hakutulokset on nollattu
Virheluokittelu:	1(+)	Mökkien vuokraustoiminto on helpottunut ja selkeytynyt huomattavasti
Virheiden määrä:	0=2 1-3=3 4-5=1 6->=0	Hakutoiminnossa suurennuslasin vieressä auttaisi teksti: HAE Liinavaatteet ja loppusiivoukset ym muut mahdolliset maksut/hintaan sisältyvät saisi selvittää jo heti kohteen tiedoista

Johtopäätös:

Nielsenin asteikolla virheluokitukseksi mökinvarauksessa tuli: 1 eli kosmeettinen ongelma.

Mökkivarausrjestelmän löytäminen oli suhteellisen helppoa. Haku koettiin vaittomaksi, tosin joillakin oli hiukan haun päivittymisvaikeuksia.

Toiminnon käyttäminen vaatii hiukan harjoittelua jonka jälkeen toiminta on helppoa. Pelkkä suurennuslasi haku-komentona koettiin hankalaksi. Voisiko kuvakkeen joko tehdä enemmän painikkeen näköiseksi tai lisätä tekstin?

Selkeytyminen ja kahden erinäköisen sivun yhtenäistyminen helpotti mökkien löytämistä.

Sivut latautuivat kuitenkin kovin hitaasti ja se aiheutti turhia klikkauksia. Voisiko esim. latauksen tuoda selkeämmin esille jos sitä aikaa ei voi lyhentää. Silloin tietäisi että kohta tapahtuu jotain. Kaiken kaikkiaan suurin osa testaaajista kuitenkin piti itse mökinvarausta nopeina. Kaksi melko hitaan tuloksen käyttäjistä käyttivät selaimena Chromea.

Haku hankaloituu ja loppuu aika nopeasti kesken jos aina sivulta palatessa täytyy hakukriteerit asettaa uudelleen. (Ohjaajan huomio: kävin kokeilemassa sivuilla tätä mutten havainnut kyseistä ongelmaa)

Alussa polku: majoitus – pudotusvalikko näyttää vaihtoehtoina vain Kolin rinne-mökit ja Ampumahiihdon maailmacupin. Tämä koettiin harhaanjohtavaksi koska Mökit-linkitystä ei ensin tajuttu, vain sen alapuolella olevat.

Pudotusvalikon nopeus aiheutti hiukan päänvaivaa.

Verkkokaupan analysointi viiden käytettävyyden attribuutin mukaan (Nielsenin 1994, 2):

Opittavuus: tuotteen helppoa omaksumista	Tuote on suhteellisen helppo omaksua ja opittavissa oleva.
Tehokkuus: tuottavuuden taso, johon käyttäjän on mahdollista päästä	Tuotteen käyttö on suhteellisen tehokasta. Haun tulee kuitenkin onnistua aika nopeasti, ettei tarvitse useasti kriteereitä laittaa.

Muistettavuus: kuinka helposti käyttö muistuu mieleen myöhemmin	Tuotteen käyttö on sivujen yksinkertaisuuden vuoksi helppo muistaa.
Virheettömyys: käyttäjä tekee mahdollisimman vähän virheitä, eli onnistuu suorituksessaan (koskee nimenomaisesti käyttäjän tekemiä virheitä)	Tuotteen käyttö ei ollut virheetöntä, mutta virheitä ei esiintynyt huomattavasti.
Tyytyväisyys: tuotetta on miellyttävä käyttää	Tuotteen testaajat olivat melko tyytyväisiä palveluun.

Vertailu ensimmäiseen testaukseen: Ensimmäisen testauksen vakavat virheet olivat muuttuneet kosmeettisiksi tai pieniksi virheiksi. Selvää kehitystä käyttäjäystävällisempään suuntaan.

Hitautta ja epäselvyyttä oli kuitenkin vielä havaittavissa, muttei yhtä paljon kuin aiemmin. Kahden eri sivuston muuttuminen yhtenäisen näköiseksi (visitkarelia ja infogate) hävitti epätietoisuuden ja helpotti navigointia.

Tehtävä 3, TEKEMISTÄ LAPSIPERHEILLE:

Sinulle on tulossa kummilapsia kylään kesäkuussa. Haluaisit tehdä heidän kanssaan jotain mieleenpainuvan mukavaa. Etsi Visitkarelia.fi -verkkopalvelusta lapsiperheelle sopivaa ajanvietettä kahdelle päivälle Joensuun lähialueelta. Toisen toiminnoista tulee olla kulttuuripainotteinen ja toisen tulee perustua toimintaan ja tekemiseen, eli aktiviteettiin. Toiminnot eivät saa sisältää yöpymisiä. Kirjoita löytämäsi toiminnot ajankohtineen alla olevaan kenttään. Palaa etusivulle.

(Tehtävällä oli tarkoitus selvittää, miten helppoa eri ikäryhmien on löytää toimintaa ja tekemistä Pohjois-Karjalasta. Lapsiperheet otettiin testauksen kohteeksi saadun palautteen perusteella. Testaajan tehtävänä oli etsiä kaksi tekemistä alueelta, ajankohdaksi valittiin kesäkuu, tarkemman ajankohdan testaaja sai määrittellä itse. Tekemisten kuului olla päivätehtäviä ilman yöpymistä. Onnistunut suoritus: testaaja löytää kaksi lapsiperheen toimintaa kesäkuulle kohtuulli-

sessä ajassa. Epäonnistunut suoritus: testaaja ei löydä haluttua toimintoa.
Suunniteltu aika: 10 min.)

Onnistunut suoritus: 5

Epäonnistunut: 1 (testaaja koki taitojensa loppuneen haku-toiminnon kanssa)

Pisteiden jakautuminen ja kommentteja:

Kysymys	Arviointit	Avoin
Tekemisen löytämisen helppous/vaikeus: Virheluokitus:	0=1 1=3 2=1 3=0 4=0 1 (-)	Pieni esittely KE:n sivuilla ja linkki tarjoajan sivuille riittää +++++ Lisää tekemisiä Sivut toimivat hyvin ja olivat nopeat, taidot eivät riittäneet
Ajallinen toimivuus Virheluokitus:	0=3 1=3 2=0 3=0 4=0 0 (+)	Kaikki linkit eivät vielä auenneet, siitä virheet Info-osastolta löytyi tosi hyvin Yläpalkit toimii tosiaan hyvin Miksi kaikista paikoista ei ole erittelyä?
Virheiden määrä:	0=2 1-3=1 4-5=1 6->=0	

Johtopäätös: Tekemisen löytäminen koettiin helpoksi ja siinä todettiin vain pieniä kosmeettisia ongelmia (**Nielsen 1(-)**). Miinusta toivat eriarvoinen aktiviteettien esittely ja keskeneräisen sivuston tuomat linkkiongelmat.

Ajalliselta toimivuudelta palvelun koettiin olevan todella hyvä saaden **virhe-
luokituksessa tulokseksi 0 (+)**, eli ei käytettävyysongelmaa.

Hyvästä käytettävyydestä kieli myös se että käytettävyyden sijaan huomiota kiinnitettiin paljon tarjontaan.

Analysointi viiden käytettävyyden attribuutin mukaan (Nielsenin 1994, 2):

Opittavuus: tuotteen helppoa omaksumista	Toiminto on helppo omaksua
Tehokkuus: tuottavuuden taso, johon käyttäjän on mahdollista päästä	Tuotteen käyttö on tehokasta.
Muistettavuus: kuinka helposti käyttö muistuu mieleen myöhemmin	Tuotteen käyttö muistuu mieleen hyvin.
Virheettömyys: käyttäjä tekee mahdollisimman vähän virheitä, eli onnistuu suorituksessaan (koskee nimenomaisesti käyttäjän tekemiä virheitä)	Testauksessa ei tehty juurikaan virheitä.
Tyytyväisyys: tuotetta on miellyttävä käyttää	Palvelunkäyttäjät olivat pääsääntöisesti tyytyväisiä

Muutos edelliseen testaukseen:

Todella suuri parannus.

Tehtävä 4, VERKKOKAUPPA

TÄTÄ TEHTÄVÄÄ EMME VOINEET SIVUJEN KESKENERÄISYYDEN VUOKSI SUORITTA A TÄSSÄ MITTAKA AVASSA. TESTAAJAT KUITENKIN

SAIVAT TEHTÄVÄKSEEN ETSIÄ VERKKOPALVELUSTA KOHDAN JOSTA LIPUT LÖYTÄÄ.

~~a) Osta verkkokaupasta 3kpl S-etukorttihinnoiteltua lippua Osuuskaupparockiin. Etene maksuun asti. Peru tilaus.~~

~~b) Varaa samalle ajalle majoitus. Etene maksuun asti. Peru tilaus. Palaa etusivulle.~~

~~(Tässä tehtävässä oli tarkoitus selvittää verkkokaupan toimivuutta. Testaajan täytyi ostaa verkkokaupasta lippu tiettyyn tapahtumaan. Tämän lisäksi testaajan tuli varata majoitus sivuston kautta. Onnistunut tehtävä: Lipun ostaminen ja majoituksen varaaminen sujuu nopeasti ja helposti. Epäonnistunut tehtävä: Lipun osto ja majoituksen varaus ei onnistu kohtuullisessa ajassa tai liput ovat väärinä. Suunniteltu aika: 15 min.)~~

Onnistunut: -

Epäonnistunut: -

Pisteiden jakautuminen ja kommentteja:

Kysymys	Arvioinnit	Avoim
Verkkokaupan löytyminen:	0=4 1=1 2=0 3=0 4=0	Majoitus tapahtumien aikana-kohta. Järjestäjille vai osallitujille?
Virheluokitus	0	Joensuu – onko se kaupungin alue , Öllölät & Enot? Esim. Joensuun B&B –majoitus yms tarkoittaa minulle keskusta + 5km, ei esim Öllölää.
Verkkokaupan toimivuus	-	
Virheluokitus		

Virheiden määrä:	0=3 1-3=0 4-5=2 6->=0	
------------------	--------------------------------	--

Analysointi viiden käytettävyyden attribuutin mukaan (Nielsenin 1994, 2):

Opittavuus: tuotteen helppoa omaksumista	-
Tehokkuus: tuottavuuden taso, johon käyttäjän on mahdollista päästä	-
Muistettavuus: kuinka helposti käyttö muistuu mieleen myöhemmin	-
Virheettömyys: käyttäjä tekee mahdollisimman vähän virheitä, eli onnistuu suorituksessaan (koskee nimenomaisesti käyttäjän tekemiä virheitä)	-
Tyytyväisyys: tuotetta on miellyttävä käyttää	Tuotteen käyttöön oltiin tyytyväisiä niiltä osin kun se oli mahdollista testata.

OSIO 3: Loppukysely

1) YLEISET TEKIJÄT

Pyydämme Sinua vastaamaan alla oleviin kysymyksiin asteikolla 1 - 5:

1= erittäin huono, 5= erittäin hyvä

x = ei kokemusta / ei osaa sanoa

Kysymys	Arvioinnit	Johtopäätös:
Verkkopalvelun ulkoasu	1=0 2=0 3=0 4=4 5=1 x=0	Lähtökohtaisesti yleiset tekijät ovat verkkopalvelussa kunnossa ja se vastaa käyttäjiensä odotuksia. Palvelutarjontaan toivottaisiin lisää.
Tarjonnan kattavuus	1=0 2=0 3=1 4=4 5=0 x=1	
Palvelun käytettävyys:	1=0 2=0 3=1 4=5 5=0 x=0	
Tuotevalikoima:	1=0 2=0 3=2 4=3 5=1 x=0	

Miten verkko- palvelu vastasi odotuksiasi:	1=0 2=0 3=0 4=5 5=1 x=0	
--	--	--

2) Käyttäisitkö palvelua uudelleen?

Kyllä: 6	En:0
- Työn puolesta teen sitä useinkin. - Käytettävyys on helpottunut ja selkeytynyt - Tiedot löytyy helposti	

3) Suositteisitko verkkopalvelua muille?

Kyllä: 6	En: 0
Näitä oppii käyttämään Suosittelen mielelläni toimivaa sivustoa	

4) Mikä oli parasta?

Kuvat 2kpl Selkeys 5kpl Löytyy samoilta sivuilta asiat 2kpl Ajankohtaiset asiat heti näkyvillä 2kpl Nopeus 2kpl Yksinkertaisuus 2kpl

Tiedot löytyi hyvin 3kpl

Ulkoasu

Käytettävyys

Johtopäätös: Sivuston todettiin olevan selkeä ja tiedot helposti löydettävissä.

5) Mitä parantaisit verkkopalvelussa?

Ei tarvinne muutella: kun on käyttänyt pari kertaa, niin helppous tulee mukaan

Lisää toimintoja; palveluita (maakunnan tarjontaa; edellyttää toki palveluntarjoajien aktivoitumista myös)

Huomioitava ensikertalaiset paremmin jotta he löytävät etsimänsä

Ulkoasun yhtenäisyyttä. Osa kuvista TOSI isoja (jopa liian isoja)

Majoitushakua

Etusivulla talvi, mistä löytyy P-K:n kesä?

Etusivulla kolme isoa teemakuvaa jotka eivät kuitenkaan vaihdu itsestään, kovin moni ei näitä tajua alkaa selaamaan.

Kaikki aktiviteetit aktiviteetti-linkin alle. Esim. elämyskyyditys etusivulla muttei listalla

Kieliversioiden aloitukset samannäköisiksi, muutenkin panostusta kieliin

Muistilista ohjaajan toimintaan ennen testausta

Viikko ennen testiä

- itsetestaus ja koetesti
- mahdolliset muutokset
- varmista luokka ja osallistujat (laita sähköpostia)

Päivä ennen testiä

- materiaalien tarkastus: paperit, kynät, kyselyt, testit. Ota ylimääräisiä mukaan. Järjestä kaikki valmiiksi.
- Käy testi vielä läpi

Testipäivänä

- Käy testi ja materiaalit läpi.
- Mene testipaikalle ajoissa, vähintään puoli tuntia ennen aloitusta
- Aukaise tietokoneet ja varmista internetin toimivuus.
- Vastaanota testaajat, selvitä testitilanne testaajille
 - o Kerro mikä testi on kyseessä, miksi se tehdään ja kenelle
 - o Mitä hyötyä testistä on
 - o Kuka on toimeksiantaja
 - o Tutkimustulosten käyttö
 - o Jokaisen testaajan tarpeellisuus
 - o Kyseessä ei ole koe, vaan tuotteen testaus!
 - o Rohkaise kommentoimiaan tuotetta vapaasti
 - o Luottamuksellisuus
 - o Vapaaehtoisuus
 - o Testin tärkeys
 - o Kiitä jo etukäteen osallistumisesta
- Jaa taustatietokysely
- Kun kaikki ovat tehneet taustatietokyselyn, käy läpi testitehtävät
 - o mitä testaajalta vaaditaan (avoimuutta, rohkeutta)
 - o Kerro mitä materiaaleja he tarvitsevat ja mitä heiltä odotetaan
 - o kysymyksiä saa esittää (ne kirjataan ylös)

- tehtävät suoritetaan itsenäisesti
 - virhetilanteita/väiriä "klikkauksia" kannattaa kirjata ylös vaikka tukkimiehen kirjanpidolla
 - loppukysely mukana, se tehdään testin jälkeen
 - luetaan kaikki tehtävät ääneen, sen jälkeen lupa aloittaa
 - kerro, että kun tehtävät on suoritettu ja loppukyselyyn vastattu, voi poistua
- Laita kiitosviesti heti samana päivänä. Ensimmäisen testin jälkeen kerro, milloin seuraava testi on tarkoitus suorittaa.
 - Mahdollinen kiitosmuistaminen toisen testauksen jälkeen

Toimeksiantajan kommentit työstä

”Ensimmäinen käytettävyytestaus muodosti tärkeän osan VisitKarelian uudistamisen kehitysvaatimuksista. Ensimmäinen käytettävyytestaus tehtiin käytössä olevalle VisitKarelia.fi verkkopalvelulle ennen verkkopalvelun uudistustyön aloittamista. Palvelun uudistukselle oli muodostettu suuntaa-antavat määritteet, mutta käytettävyytestauksen tulokset tulitaisiin huomioimaan määritteiden tarkennuksina. Testauksen tulokset ja niistä syntyneet kehitysvaatimukset käsiteltiin VisitKarelia.fi palvelun hallinnoijan (Karelia Expert) ja palvelua kehittävän järjestelmätoimittajan (Tietotalo) kesken tarkasti, ja näiden pohjalta tehtiin useita tarkennuksia palvelun uudistukseen liittyviin määritteisiin ja kehitystoimenpiteisiin. Testauksen tuloksista saatiin myös merkittävästi tukea aiemmin tehdyille havainnoille palvelun ongelmakohtista, palvelun käyttäjän käyttötarpeista ja käytettävyyksivaatimuksista. Testauksen tulokset tukivat myös palvelun uudistamisen tärkeyttä.

Toinen käytettävyytestaus toteutettiin sivuston uudistustyön jälkeen VisitKarelia.fi palvelun beta -versioon. Testausta pidettiin yhtenä mittarina uudistuksen tavoitteiden täyttymisestä. Testauksen tavoitteina pidettiin, ettei ensimmäisen testauksen kanssa samansuuntaisia negatiivisia ja käyttöä haittaavia havaintoja enää ilmenisi, eikä uusia merkittäviä ongelmia tulisi esille. Toista testauksilaisuutta pidettiin tärkeänä kynnyksenä, joka tulee viedä läpi ennen beta -sivuston virallista julkaisua. Tässä tilaisuudessa toivottiin tulevan esille huomioimatta jääneet ongelmat, jotka voidaan korjata ennen julkaisua.

Toinen käytettävyytestaus osoitti, että aiemmassa testauksessa ilmenneitä ongelmia ei enää esiintynyt, uusia merkittäviä ongelmia ei havaittu ja pääasiassa toisesta testauksesta saatu palaute oli positiivista. Tämän pohjalta beta-versio sivustosta julkaistiin suunnitellusti, kuitenkin testauksessa ilmenneet pienet käytettävyyshavainnot korjattuina. Tämä kolmannen osapuolen järjestämä, ja siten objektiivisin, käytettävyytestaus todettiin olleen tarpeellinen ja luonteva osa VisitKarelian uudistusprosessia. On todettu verkkopalvelun hallinnoijan ja järjestelmätoimittajan puolesta, että tämän kaltainen ohjattu kolmannen osapuolen

len järjestämä testaus on kannattavaa pitää mukana myös jatkossa merkittävis-
sä sivustouudistuksissa.”

Jouni Tolvanen 22.1.2014