

# Kommerciel Usability

## Think aloud test

### Brugervenlighed konverterer dine besøgende til kunder

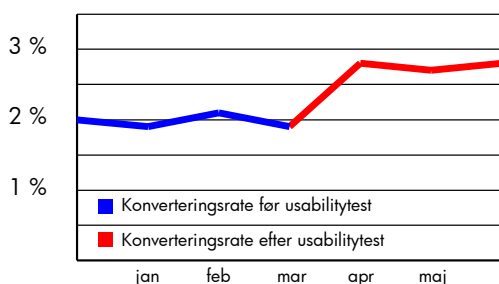
God brugervenlighed er ikke kun en fordel for din hjemmesides besøgende men også en kontant fordel for dig. Ved at stille krav om at din hjemmeside er brugervenlig, så støtter du opfyldelsen af dine krav til din strategi og målsætning. De krav bliver netop opfyldt, ved at du får dine besøgende til at bruge din løsning, præcist som du ønsker.

#### Vind kundernes tillid

Globalisering, massekommunikation og et stadigt voksende udbud præger i dag markedet. Tillid og troværdighed er derfor blevet dit måske vigtigste kort i kampen om de købedygtige forbrugere. Det er her et væsentligt element kommer ind – nemlig at påvirke dine besøgendes ubevidste beslutningsprocesser i positiv retning med tillidsvækkende design og brugervenlighed.

#### Konvertering og omsætning

Konverteringsraten er et udtryk for, hvor mange procent af dine besøgende der lægger en ordre, tilmelder sig et nyhedsbrev eller henvender sig til dig på baggrund af hjemmesiden. For en netbutik er det almindeligt, at konverteringsraten ligger på ca. 2 %, dvs. 2 ordrer per 100 besøgende. Ved at forbedre brugervenligheden vil du samtidig hæve konverteringsraten. Hvis du hæver den fra f.eks. 2 % til 2,5 %, svarende til en fjerdedel, vil det betyde en omsætningsforøgelse på 25 %.



### Think aloud testen

En think aloud test er en af de mest anvendte og afprøvede metoder, til at forstå hvordan brugere opfatter og bruger din hjemmeside. Metoden kan f.eks. besvare følgende spørgsmål:

- Kan brugeren overskue navigationen?
- Kan brugeren gennemføre en ordre?
- Forstår brugeren de anvendte begreber?
- Virker din side tillidsvækkende?
- Understøtter siden brugerens købsbeslutning?
- Hvordan kan siden optimeres og skabe større økonomisk afkast?

#### Metoden bag think aloud

I en typisk brugertest rekrutterer vi først udvalgte brugere fra din målgruppe, det drejer sig normalt om 5 brugere. Brugere bliver enten inviteret på besøg i vores usabilitylab, eller vi foretager testen i deres vante omgivelser for at sikre maksimal realisme.

Under testen opfordres brugeren til at tænke højt og udtrykke sine tanker og meninger, mens de interagerer med hjemmesiden. Testlederens opgave er at hjælpe brugeren til dette ved at stille de rette spørgsmål. Brugerens musebevægelser på hjemmesiden, samtalen og brugerens ansigtsudtryk optages med et specielt program, som genererer en videooptagelse til senere analyse.

Når alle 5 brugere har været igennem testen, indleder vi selve analysen. Her kigger vi på hvordan din hjemmeside modtages og anvendes i praksis, og hvilke problemer brugerne støder på. På baggrund af brugernes oplevelser og problemer kommer vi med konkrete forslag til forbedringer af din hjemmeside der kan øge din konverteringsrate.