

EYETRACKING EN USABILITY- ONDERZOEK IN DE PRAKTIJK

Over ontwerp overheidswebsites, usability, user experience, eyetracking en praktijkonderzoek

Januari 2016

Door Lonneke Bruin, onderzoeker bij I&O Research

Steeds meer dienstverlening van de overheid gaat digitaal. Wel zo prettig als deze overheidsportalen toegankelijk zijn en gemakkelijk in gebruik. Usability onderzoek is een geschikte onderzoeksmethode om gebruikersissues aan het licht te brengen. Onze ervaring is dat er eigenlijk altijd wel gebruikersissues zijn die de klant vooraf niet voorzien had.



Usabilityonderzoek is een vorm kwalitatief onderzoek. Het geeft inzicht in usability-issues die er kunnen bestaan en waarom mensen hier tegenaan lopen. Bij een usabilityonderzoek laat je gebruikers je website bekijken en een aantal opdrachten uitvoeren. Je volgt wat de gebruikers doen en wat ze hierbij zeggen. Wat gaat goed, waar loopt men vast en waarom? Je kunt via eyetracking de oogbewegingen volgen bij het uitvoeren van de opdrachten.

Het kan lastig zijn om als ontwerper de benodigde afstand te bewaren bij de evaluatie van een nieuw ontwerp. Dit kan een reden zijn om een usabilityonderzoek door een onafhankelijke partij uit te laten voeren.

Usabilityonderzoek kan inzicht geven in issues rondom:

- Vindbaarheid van linken
- Herkenbaarheid van termen, koppen en teksten
- Logica (vanuit de gebruiker) van de structuur
- Gemak van de zoekfunctie
- Gemak bij het invullen van een formulier.
- Werkt alles naar behoren.

Hieronder enkele praktische tips bij de uitvoering van usabilityonderzoek:

Tip 1 Doe usabilityonderzoek als je wat met de bevindingen kunt doen

Usabilityonderzoek is alleen nuttig als je ook iets met de bevindingen kunt doen. Als er mogelijkheden zijn om wijzigingen door te voeren, of bij ingrijpende bevindingen aanvullend kwantitatief onderzoek te doen. Het meest voor de hand liggend is de inzet van usabilityonderzoek in de ontwerpfase voor een nieuwe site. Er kan dan een usabilityonderzoek gedaan worden aan de hand van een klikmodel: een realistisch prototype dat het online portaal realistisch nabootst.

Ook kan usabilityonderzoek zinvol zijn als het portaal al in de lucht is. Het is dan belangrijk in te zoomen op onderdelen waarop aanpassingen mogelijk zijn. Zo is het waarschijnlijk onmogelijk om de hele structuur op de kop te gooien, maar zijn aanpassingen op microniveau wel mogelijk. Ook kan usabilityonderzoek ingezet worden op een te vervangen website om te testen hoe de bestaande website functioneert en welke aandachtspunten meegenomen kunnen worden bij een herontwerp.

Tip 2 Zet de eyetracker in als je wilt weten waar op een site de focus ligt

Als aanvulling op usabilityonderzoek kan ook de eyetracker worden ingezet. Deze meet waar gebruikers naar kijken en hoe lang. De output van de eyetracker wordt veelal grafisch weergegeven in de vorm van een heatmap of fixatiemap. Een heatmap toont met wolken van warme en koude kleuren waar men veel en weinig naar kijkt op de website. Een fixatiemap toont met grote en kleine bolletjes hoe de blik van een gebruiker over het scherm gaat. De eyetracker levert objectieve gegevens over het kijkgedrag. Dit is een interessante aanvulling op de andere uitkomsten van een usabilitytest. De inzet van de eyetracker is vooral waardevol als je wilt weten of de verschillende onderdelen op de website voldoende aandacht trekken, bijvoorbeeld bij het testen van een nieuw ontwerp.

Tip 3 Zorg voor een diverse groep testpersonen

Bij een usabilityonderzoek ga je geen uitspraken doen over een totale gebruikerspopulatie. Het enige dat je wilt is zoveel mogelijk issues boven tafel krijgen. De deelnemers aan het usabilityonderzoek hoeven daarom geen representatieve doorsnede van de totale gebruikersgroep te zijn. Belangrijk is wel dat de verschillende doelgroepen vertegenwoordigd zijn in de test en de testpersonen verder zo divers mogelijk zijn. In dat geval is immers de kans groter dat ze de website verschillend gebruiken en ook tegen andere problemen aan lopen. Voor de hand liggende achtergrondkenmerken om op te variëren zijn mate van bekendheid en gebruik van het huidige portaal, leeftijd en internetervaring. Meestal is een tiental testpersonen wel voldoende om de belangrijkste issues boven tafel te krijgen.

Tip 4 Zorg voor een relaxte sfeer, het is geen examen

Onze ervaring is dat gebruikers die het niet lukt een taak te volbrengen, zichzelf vaak als onvaardig beschouwen. Het is daarom belangrijk te voorkomen dat er een examensfeer ontstaat. Stel proefpersonen op hun gemak, benadruk dat het geen test is en de gebruiker altijd gelijk heeft. Ook helpt het om eerst wat algemene vragen te stellen om warm te lopen. Zorg ook dat de onderzoeksofstelling niet te veel impact heeft. Bijvoorbeeld door de eyetracker onopvallend onder het scherm te plaatsen.

Tip 5 Zorg voor opdrachten die aansluiten bij de tester

Onze ervaring is dat gebruikers zich gemakkelijker kunnen inleven in opdrachten als die aansluiten bij hun situatie. Kies daarom waar mogelijk voor opdrachten die voor een breed publiek van

Tip 6 Bied de opdrachten in wisselende volgorde aan

Zorg ervoor dat de gebruikers de opdrachten in verschillende volgorde vervullen. Na een eerste opdracht hebben ze immers al een beetje ervaring opgedaan met het nieuwe ontwerp, dit kan de resultaten vertekenen.

Meer informatie?

Drs. Lonneke Bruin, senior onderzoeker l.bruin@ioresearch.nl, 053 4825027

