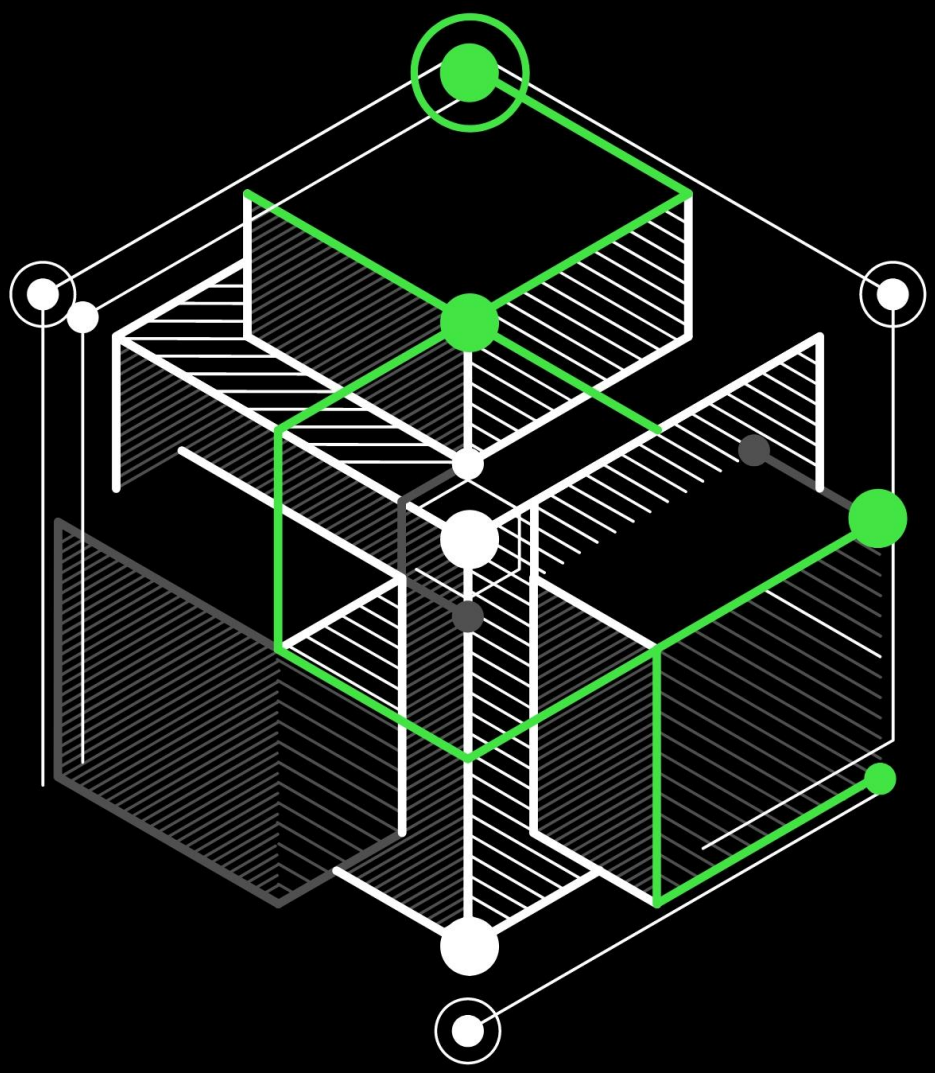
6 Gründe, warum Sie jetzt beginnen sollten, die Usability Ihres Digitalprojektes zu testen



pixelart

6 Gründe, warum Sie jetzt beginnen sollten, die Usability Ihres Digitalprojektes zu testen

Sie fragen sich, wie Sie Ihre eCommerce-Projekte, Webportale oder Digitalplattformen erfolgreicher machen und Conversion Rates ankurbeln können?
Ihre Kunden stellen immer wieder dieselben Fragen oder Ihre Vertriebskollegen schildern, dass sich Geschäftspartner auf Ihrer Seite nicht zurechtfinden? Genau hier kann ein Usability Testing konkrete und rasche Handlungsoptionen liefern, um Ihre Website, Ihr App oder Ihr eCommerce-Projekt erfolgreicher und performanter zu machen und die Bedienung für User einfacher zu gestalten.

Was genau ist überhaupt ein Usability Testing? Und warum sollte ich in so etwas investieren?
Bei Usability Testings blickt man echten Nutzern "über die Schulter", um ihr Verhalten genau zu beobachten und zu verstehen. Mit Usability ist die Benutzerfreundlichkeit von Systemen, Websites oder Apps gemeint. Eine gute Usability zeichnet sich durch klare, intuitive und verständliche Bedienbarkeit und ein positives Nutzererlebnis aus.

Die 3 Prinzipien für Benutzerfreundlichkeit

01

Effektivität zur Lösung einer Aufgabe

Unterstützt mich das System bei meiner Aufgabe z. B. beim Kauf eines Bahntickets?

02

Effizient in der Handhabung des Systems

Wie schnell und mit welchem Aufwand erreiche ich das Ziel - z. B. das finale Ticket?

03

Zufriedenheit der Nutzer einer Software / Page

Wie benutzerfreundlich ist der Weg dorthin? Wie sehr muss ich mich anstrengen?

Durch einen Usability Test können **Stolpersteine im Nutzererlebnis** sichtbar gemacht oder **Missverständnisse** in der Produkt- und Service-Beschreibung oder der visuellen Darstellung aufgedeckt werden.

Ihre Seite ist Ihr höchstes Gut auf dem digitalen Spielfeld

Sie sollten sich daher immer die Frage stellen: Wie bin ich mit meiner Seite wirtschaftlich erfolgreich oder wie kann ich mich steigern?

Diese 6 Argumente erklären, warum Usability zum Erfolg Ihrer Seite beiträgt:

01

Testing ist ein Investment in den zukünftigen Erfolg Ihrer Seite

Konkret geht es ja stets darum, den Umsatz zu steigern und die Performance Ihrer Seite weiter zu entwickeln. Die Frage, wie man Conversion Rates erhöhen und Absprungraten reduzieren kann, stellen sich Digital Marketing Manager tagtäglich. Generelle Analytics Daten sagen nicht aus, woran es im Detail tatsächlich scheitert. Konkrete Informationen, wie Sie das Nutzererlebnis steigern und Frust bei Ihren Kunden abbauen können, sind ein wertvoller Hebel, um das Thema endlich direkt anzugehen.

Ein Usability Testing ist eine Investition in Ihr Digitalprojekt. Wer lieber nur schnell Ergebnisse sehen möchte, sollte sein Geld besser für kurzfristige Werbekampagnen ausgeben. Klassische Advertising Maßnahmen wirken sich rasch auf die Traffic-Kurve aus, verändern aber letztendlich nichts an der Performance Ihrer Webseite oder am Kaufverhalten im eShop.

02

100% Fokus und Verbesserung der User Experience

Eine Studie von Bain & Company* besagt, dass Unternehmer zu 80 % der Auffassung sind, ein herausragendes Kundenerlebnis anzubieten. Tatsächlich sind nur 8 % der Nutzer derselben Meinung. Um ein herausragendes digitales Nutzererlebnis bieten zu können, muss man wirklich genau wissen, warum und was der Nutzer JETZT genau benötigt! User Testings helfen Ihnen dabei, zu verstehen wie sich Nutzer auf Ihrer Seite verhalten: warum sie die Seite aufrufen, was sie suchen und warum sie die Seite wieder verlassen. Durch ein Testing erfahren Sie die Bedenken, Wünsche und Beweggründe, die Ihre Kunden während des Besuchs auf Ihrer Seite beschäftigen. So können Sie Ihre Inhalte, Services und Produkte konkret anpassen, um ein positives und erfreuliches Benutzererlebnis zu bieten. Andererseits können Sie so auch wiederholende Serviceanfragen reduzieren, weil Sie dem Nutzer direkt die Info geben, die er sucht.

03

Lassen Sie Ihren Mitbewerb hinter sich

Ihre Seite steht im direkten Wettbewerb mit vielen hunderten Websites, die ähnliche Produkte oder Services, wie Ihre anbieten. Mit einem Usability Testing können Sie sicherstellen, eine benutzerfreundliche Website anzubieten und sich so vom Wettbewerb abzuheben. Ein positives Nutzererlebnis bleibt den Besuchern Ihrer Website in Erinnerung und motiviert zum Kauf bzw. Inanspruchnahme Ihrer Services.

Weiters gilt es zu bedenken, dass sich digitale Plattformen stets weiterentwickeln. Um im digitalen Marketing erfolgreich zu sein, müssen Webauftritte kontinuierlich verbessert und weiterentwickelt werden. Usability Testings können wertvolle und überraschende Ansätze und Ideen liefern, in welchen Bereichen Sie die Weiterentwicklung aktiv vorantreiben sollten.

04

Bessere Marketing-Entscheidungen treffen

Immer mehr Marketingverantwortliche erkennen, dass sie auf Grundlage gesammelter Daten bessere Entscheidungen treffen, als wenn Sie sich nur auf Ihre Intuition, vergangene Erfahrung und das gute alte „Bauchgefühl“ verlassen. Durch User Testings können Sie objektiv beurteilen, welche Features und Verbesserungspotentiale priorisiert und umgesetzt werden sollten.

05

Stolperstein Betriebsblindheit!

Oft ist es schwieriger als man denkt, die interne Brille abzunehmen. Das Aufzeigen von internen Begrifflichkeiten, speziellen Fachausdrücken, werblichen Phrasen und innerbetrieblichen Denkweisen ist oft ein wesentlicher Teil des authentischen Feedbacks, das wir von Testern erhalten. Erfahren Sie so, wie die User tatsächlich über Ihre Marketingkommunikation, Produkte, Services und Ihren Webauftritt denken.

06

Fundiertes Know-how & Erkenntnisse über Ihre Nutzer

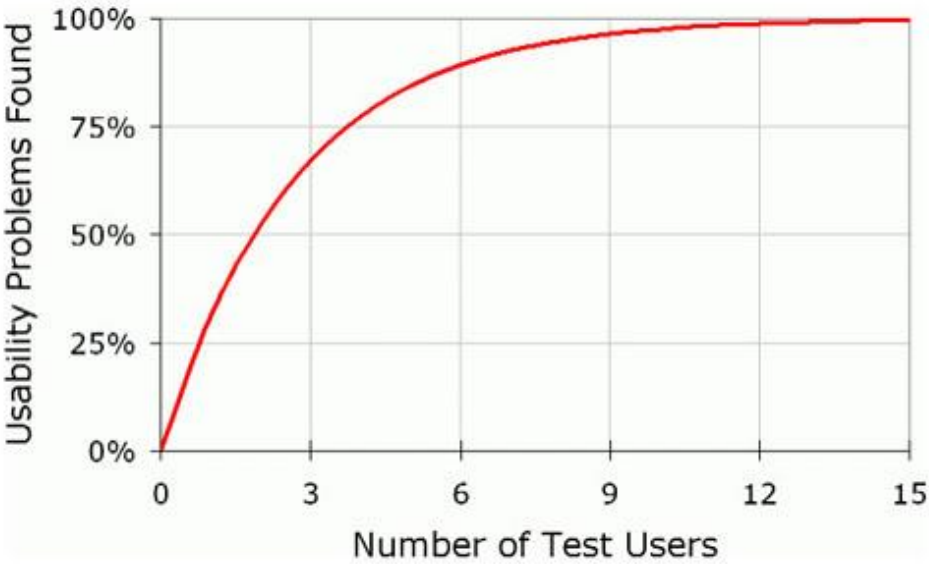
Wer sind meine Nutzer wirklich, was denken Sie beim Besuch meiner Website und wie verhalten sie sich online? Analytics Daten zeigen Ihnen, was Ihre Nutzer auf Ihrer Seite machen. User Testings zeigen Ihnen aber genau, warum sie es tun und wo sie womöglich auch an ihre Grenzen stoßen oder Prozesse nicht zu Ende führen können. Dadurch bauen Sie wertvolles Wissen darüber auf, wie Ihre Nutzergruppe tickt und wie Sie ihr Nutzererlebnis real verbessern können.

→ JETZT USABILITY TESTING ANFRAGEN

Fakten zum Ablauf eines Testings

Sie sind neugierig geworden? Hier haben wir das Wichtigste zum Ablauf eines Testings zusammengefasst:

Testeranzahl
Mit 5 Teilnehmern am Usability Test werden bereits 85 % aller Usability-Probleme identifiziert – mit 9 Testpersonen bis zu 90 %**. Wir empfehlen daher, Testings mit 5-9 Testpersonen durchzuführen, je nach Größe der zu testenden Website sowie der kommerziellen Ausrichtung.



Grafik: nngroup.com

Ablauf

Wir arbeiten mit einem strukturierten, toolbasierten Testverfahren, welches die Testings als Videos aufzeichnet. Die Tests können mit einem Vorlauf von 2-3 Wochen durchgeführt werden. Erfahrungsgemäß dauert ein gesamtes Testing-Projekt – von Briefing bis zur Abschluss-Präsentation – ca. 4 Wochen.

Tester

Wir wählen die Tester so aus, dass sie genau mit Ihrer Zielgruppe übereinstimmen - egal ob Geschlecht, Nationalität, Interesse oder geographischer Wohnort - das Panel bietet 20.000 Tester und somit genügend Repräsentanten Ihrer Zielgruppe. Auf Wunsch rekrutieren wir auch spezifische B2B Zielgruppen, z. B. Bauingenieure.

Realitätsnahes Testing durch „Remote“ Modus

Die Tester sind bei der Durchführung des Tests daheim in gewohnter Umgebung. Somit schließt man den Labor-Effekte aus, die Test-personen sind insgesamt entspannter und man erzielt bessere Ergebnisse.

Zuverlässige Testqualität

Mehrere unabhängige Studien*** zeigen, dass toolunterstützte, sogenannte „Remote User Tests“, gleichwertige oder bessere Ergebnisse als Labor-Tests liefern.

Devices & Testing-Objekt

Es können Websites auf mobilen Geräten oder Desktop Computern, aber auch Prototypen und Test-Links von noch nicht gelaunchten Plattformen getestet werden.

01

Websites, E-Shops & Plattformen

Desktop, Smartphone und Tablet

02

Apps

iOS, Android und Progressive Web Apps

03

Prototypen

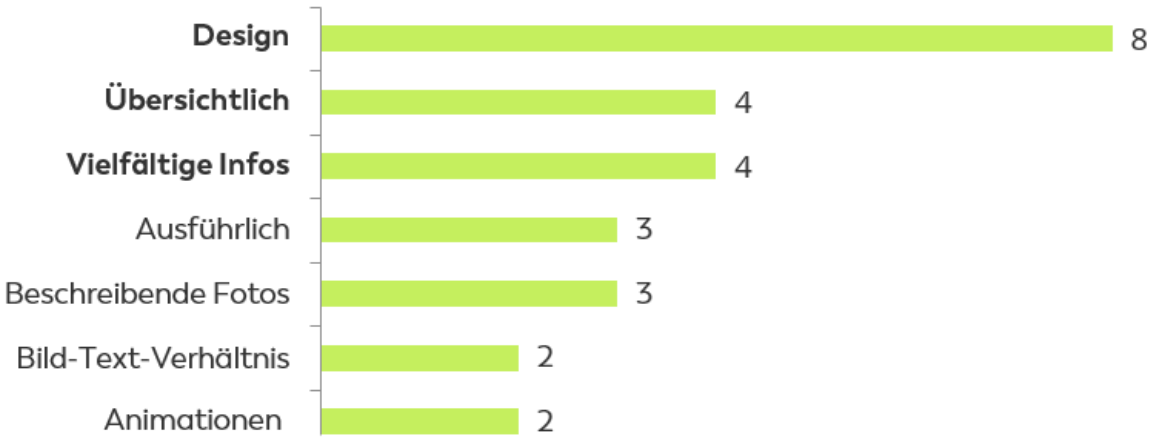
Adobe XD-Links oder andere Prototypen-URLs

Testfragen
Die gewünschten Testszenarios, beispielsweise Check-out im Onlineshop, Orientierung auf der Startseite oder Benutzung der Suche, werden vorab definiert und in einem Test-Konzept zusammengefasst. Dieses dient dann den Testern als Leitfaden und beinhaltet die konkreten Aufgaben, die während des Tests erfüllt werden sollen.

Resultate
Das Testergebnis wird eingehend analysiert und die Erkenntnisse nach Priorität geordnet. Zusätzlich beurteilen wir, wie oft ein konkretes Feedback aufgetreten ist. Die gesammelten Resultate werden in einem Report zusammengefasst und visuell aufbereitet. Somit kann das Testergebnis einfach und verständlich kommuniziert und weitergeteilt werden.

Usability Report
(Beispiel: Gesamteindruck – Top of Mind Befragung)

POSITIV



NEGATIV

Auszug aus einem Usability Report

Zeitpunkt des Testings

Es kann grundsätzlich nach jeder Entwicklungsstufe getestet werden - das bedeutet während der Umsetzung z. B. mit einem Prototyp oder einer Vorab-Version des Produkts, ebenso wie mit einer schon gelaunchten Website. Im Idealfall wird iterativ, das heißt mehrfach, getestet.

Spannende Einblicke in angewandte Usability-Tests

PORR – digitales Magazin „World of PORR“

- Hier haben wir eine sehr spezifische Zielgruppe (Techniker und Bauingenieure) rekrutiert.
- Es handelte sich um ein umfangreiches Testing von einem Wissens- & Know-how Portal, welches über aktuelle Bauprojekte der PORR AG berichtet.
- 21 Verbesserungs-Potentiale wurden identifiziert, ein wichtiger “Blind Spot” im Content aufgedeckt, Nutzerführung in der Detailfilterung und Orientierung auf der Seite verbessert, umfangreiches Feedback zu Content und Darstellung von Informationen generiert, neue Features für Nutzer-Erlebnis und Interaktion mit Content geschaffen.

Die Fotos werden als hochwertig wahrgenommen. ✓

Die wichtigsten Projektdaten sind übersichtlich aufbereitet. ✓

Die meisten Nutzer würden interessante Artikel teilen, erwarten jedoch hinter diesem Icon eine Vielzahl an Kanälen als Option zu finden. ✓

Die Fülle an Informationen wird positiv bewertet. ✓

Die Zitate, Tabellen und Fotos lockern den Fließtext etwas auf. Insbesondere die Fotos und die Bildunterschriften fassen den Fließtext gut zusammen. ✓

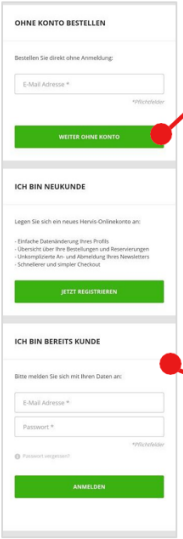
User Feedback zu Content Themen

HERVIS – Online Shop

- 3 Testing Phasen mit jeweils 14 Testern wurden durchgeführt, um eine Optimierung des Check-out-Prozesses zu erzielen. Hier wurde schrittweise konzipiert, designt, getestet und dann technisch umgesetzt. Durch den engmaschigen Testing-Rhythmus konnte im Detail auf Qualität, User-Komfort und Conversion-Performance getestet werden.
- Das Resultat war ein ausführlicher Maßnahmenkatalog (+35 Verbesserungen) auf Basis dessen eine drastische visuelle Reduktion, Überarbeitung der Check-out Schritte, Vereinfachung der Nutzerführung durch z. B. Quick-Checkouts oder Icons, Verbesserungen der Formulare für mobile Shopping, neue Zahlungsmethoden und modernes Redesign des gesamten Check-outs durchgeführt wurden.

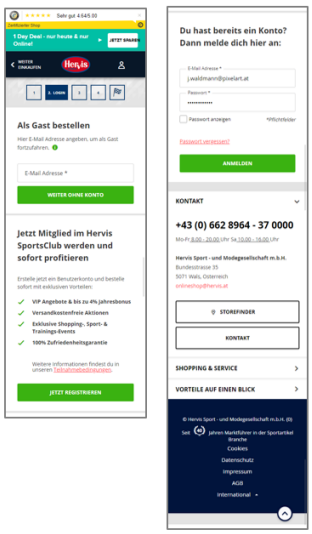
Usability Findings & deren Lösung

(Beispiel: Checkout Optimierung)



Die meisten Nutzer würden ohne Konto bestellen, da sie sich für einmalige Bestellungen erstmal kein neues Passwort merken möchten.

Die Anordnung der Bestell Möglichkeiten sind nicht erwartungskonform.



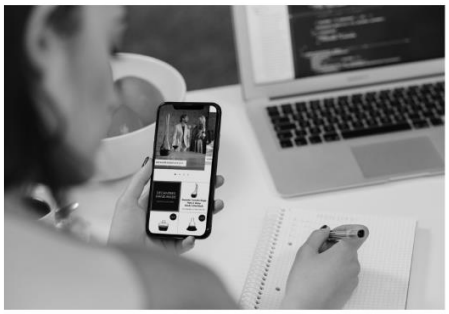
Umgesetzte Maßnahmen

- ✓ Anordnung der Shopping-Möglichkeiten gereiht nach **Kunden-Bedürfnissen**
- ✓ Besonderen Fokus auf Sichtbarkeit und **Übersichtlichkeit mobile** gelegt
- ✓ **Formulare mobile optimiert**
- ✓ **CTA Button** immer sichtbar & klickbar
- ✓ Sämtliche Shopping & Service **relevanten Infos kompakt** dargestellt (tw. eingeklappt)
- ✓ **Schritte als Orientierung**
- ✓ eTrust Banner, Aktionen und Rabatte sofort sichtbar

Auszug aus einem Usability Report

RIEDEL – Content & Commerce Platform

- Aufgabenstellung war ein Testing mit 14 Kunden aus dem Luxus & Dekor Shopping Segment.
- Hier durften wir ein iteratives Testing mit Design Prototyp und nachfolgend mit der fertig entwickelten Website durchführen.
- Als Output konnten umfangreiche Verbesserungen im Bereich Content-Anpassungen und auszugsweise im Bereich Funktionen identifiziert werden.



Impressionen vom riedel.com Relaunch Projekt und Design Prototyp, welcher beim User Testing verwendet wurde.

→ JETZT USABILITY TESTING ANFRAGEN

Sie haben Fragen zu Usability Testing oder Interesse an einem Testing Projekt?

Kontaktieren Sie uns jetzt – wir freuen uns über Ihre Anfrage.

pixelart

pixelart GmbH
Handelszentrum 16
5101 Salzburg/Bergheim

+43 (0) 662 84 10 28
office@pixelart.at
pixelart.at

Verwendete Quellen:

* Bain & Company, Deliver Gap http://www2.bain.com/bainweb/pdfs/cms/hotTopics/closingdeliverygap.pdf

** Zusammenhang von der Anzahl von Testpersonen und dem Anteil identifizierter Usability-Probleme https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/

*** eResult Studie (Link auf https://rapidusertests.com/blog/rapidusertests-studien/rapidusertest-schlagt-klassischen-labortest/) / Strato Studie (https://rapidusertests.com/blog/rapidusertests-studien/rapidusertest-vs-klassischer-usability-test-gleiche-ergebnisse/)