

# Indledning

Dette dokument indeholder en processtandard for test af brugervenlighed af offentlige websteder.

Formålet med denne standard er at:

- Udbrede kendskabet til og brugen af brugervenlighedstest på websteder i den offentlige sektor,
- Muliggøre en fornuftig prismæssig sammenligning af ydelser,
- Sikre det for kunden bedst mulige forhold mellem pris og ydelse,
- Højne den generelle kvalitet på området ved at opstille minimumskrav til brugervenlighedstest,
- Skabe respekt for professionel brugervenlighed ved at vise at der er fodslag i branchen.

Standarden anvendes nårsomhelst i en udvikling af et websted, f.eks. i forbindelse med udarbejdelse af kravspecifikation (prototype), i forbindelse med valg af designstrategi, umiddelbart inden idriftsættelse og i forbindelse med revision af webstedet.

Tanken er, at firmaer som udbyder et eller flere af de standardiserede produkter

- Vil blive omtalt i en produktguide på Bedst på Nettet websted.
- Vil blive omtalt på de seminarer, som Bedst på Nettet (BPN) afholder.

Udbud af et eller flere standardiserede produkter forhindrer ikke firmaer i at udbyde andre ikke-standardiserede produkter.

Generelt omfatter standarden ikke:

- Priser.  
Firmaer, der udbyder et eller flere af de standardiserede produkter, fastsætter frit deres pris for produktet og for evt. varianter, som firmaet ønsker at tilbyde. Prisen behøver ikke være offentlig tilgængelig.
- Almindelige forretningsbetingelser, f.eks. betalingsbetingelser.

## ***Hvad er brugervenlighed?***

Grundlaget for test af brugervenlighed ifølge denne standard er følgende definition af brugervenlighed:

”Et brugervenligt websted er et websted, som er

- Let at lære.
- Let at huske.
- Effektivt at bruge.
- Forståeligt.
- Tilfredsstillende at bruge.”

Der findes enkelte offentlige websteder, hvis krav til brugervenlighed kun er delvis dækket af ovenstående definition, f.eks. Stop Volden ([www.stop-volden.dk](http://www.stop-volden.dk)), som er oplevelsesorienteret.

For at være "tilfredsstillende at bruge" skal et websted også være tilgængeligt. Denne brugervenlighedsstandard går ikke i dybden med hensyn til tilgængelighed, men anerkender vigtigheden af, at websteder bliver designet på en sådan måde, at de også kan bruges af ældre og mennesker med funktionsnedsættelser.

## **Produktguiden**

Produktguiden på Bedst på Nettet websted forventes at ville indeholde

- Ansvarsfraskrivelse fra Bedst på Nettet [Ordlyden fastlægges endeligt sammen med ITST, når konceptet er færdigt.]
  - Standarden er åben for alle,
  - Standarden fastlægger minimum kvalitetskrav,
- En kort checkliste, som viser en kunde hvilke ydelser på området brugervenlighed der er relevante for ham. Checklisten skal tage højde for den situation, at kunden har behov for rådgivning inden han kan have gavn af de tilbudte standardprodukter.
- En oversigt over aktuelle standardiserede produkter
- En liste over leverandører af hvert standardprodukt med link til en produktside på leverandørens websted.
- En kort checkliste med de vigtigste spørgsmål, som en kunde kan overveje at stille potentielle leverandører.

## **Produktguidens afsnit om test af brugervenlighed**

Test af brugervenlighed kan gennemføres med "tænke højt" metoden. Det primære metodiske element i en tænke højt test er, at der gennemføres et antal testseancer, typisk 4-10. I hver testseance skal testdeltagere hver for sig eller i par skal løse realistiske opgaver på webstedet og hele tiden gøre rede for deres oplevelser og problemer, hvad de tænker på, hvad de forventer, at der vil ske, hvor de er i tvivl osv.

Tænke højt metoden er især velegnet i de faser af et projekt, hvor der er noget konkret at teste - det kan være alt lige fra papirprototyper til websteder, der er i produktion.

Tænke højt testen giver basis for en samlet vurdering af, om brugere får den forventede og relevante service på en behagelig og effektiv måde. Målet med testen er at finde og klassificere brugsmæssige problemer på webstedet. Problembeskrivelser skal så vidt muligt suppleres med konkrete løsningsforslag til hvordan webstedet kan forbedres, så det bedre understøtter brugernes behov og adfærd.

Bedst på Nettet har i samarbejde med en række firmaer på området udarbejdet en standard [link til beskrivelsen på de næste sider] for hvorledes en professionel tænke højt test af brugervenlighed udføres. Standarden sikrer at tænke højt metoden anvendes hensigtsmæssigt. Standarden er detaljeret og er primært beregnet på leverandører af sådanne test. Beskrivelsen af standarden kan med fordel indgå som et appendiks i en aftale om gennemførelse af en sådan test.

# Regler for standardtest

De følgende punkter fastlægger regler for, hvordan en leverandør skal udføre en tænke højt test af brugervenlighed for at leverandøren og kunden må kalde testen for en ”standardtest”. En række steder findes der valgmuligheder (”varianter”), der alle giver fornuftige resultater, men som kan påvirke prisen. Varianterne er anført særskilt nedenfor. Alle rimelige valg af varianter er omfattet af standarden.

Hvis en leverandør eller kunde vælger at udelade elementer der ifølge reglerne skal indgå, må hverken leverandøren eller kunden anvende betegnelsen ”standardtest”.

## 1. Kravspecifikation

Leverandøren udarbejder en kravspecifikation for testen, som kunden godkender.

Kravspecifikationen skal som minimum fastlægge:

- a. Formålet med testen.
- b. Hvad der skal testes.
- c. Målgruppe eller målgrupper for testen, herunder præcise regler for hvordan man afgør om en person tilhører en målgruppe (”screeningkriterier”).
- d. Aftalt antal testseancer.

Det er testlederens ansvar at det nødvendige antal testdeltagere rekrutteres (se dog variant 4.c), og at det aftalte antal testseancer gennemføres, dog med sædvanligt forbehold for force majeure.

Hvis det aftalte antal testseancer ikke kan gennemføres, f.eks. fordi en eller flere testdeltagere udebliver, afgør kunden om der snarest muligt skal gennemføres supplerende testseancer eller om kunden ønsker en prisreduktion, som er fastlagt i kravspecifikationen. Prisreduktionen skal være så væsentlig, at den tilskynder testelederen til effektivt at sikre, at mindst det aftalte antal testseancer gennemføres, f.eks. ved at rekruttere flere testdeltagere end det aftalte minimum, eller ved at testlederen personligt kontakter hver enkelt testdeltager kort før testen. Prisreduktionen skal være aftalt på forhånd. Et beløb på 7-10% af selve testens pris for hver manglende testseance vil være rimeligt.

- e. Tidsfrister.
- f. Navn på testleder og evt. assistenter.  
Testlederen må ikke i væsentligt omfang have deltaget i udviklingen af det produkt, der skal testes. En testleder må godt teste et produkt, som er udviklet uden testlederens medvirken i det firma hvor testlederen arbejder. En testleder må tidligere have foretaget 1-2 tidligere test af det samme produkt.
- g. Sted for testen.
- h. Kommunikation af testresultater i form af en rapport i et nærmere aftalt format, evt. videosammendrag og evt. opsamlingsmøde.

## 2. Drejebog

Leverandøren udarbejder en drejebog, som forelægges kunden til kommentering.

Drejebogen fastlægger det detaljerede forløb af en testseance fra testdeltageren ankommer og til testdeltageren går. Drejebogen skal som minimum indeholde:

- a. Indledende bemærkninger fra testlederen til testdeltageren, herunder "Vi tester ikke dig" og testdeltagerens rettigheder.
- b. Henvisning til evt. spørgeskemaer, som testdeltageren skal udfylde.
- c. Stikord til indledende interview af testdeltageren.
- d. Testopgaver. Se nærmere i det følgende punkt 3.
- e. Stikord til afsluttende interview af testdeltageren ("debriefing").

1. Leverandøren udarbejder realistiske og typiske **testopgaver**, gerne i samarbejde med kunden. Testopgaverne forelægges kunden til kommentering og godkendelse. Testopgaverne skal overholde alment anerkendte principper for gode testopgaver:

- a. En testopgave kan være åben, dvs. at den fastlægges af testdeltageren inden for nogle overordnede rammer.

Eksempler:

- - "Prøv at huske en ting eller et emne du gerne ville finde noget beskrivelse om" og efter en uddybende snak: "Prøv om du kan finde noget om det på Silkeborg Biblioteks websted".
- - "Hvad foretog du dig da du sidst var inde på din kommunes websted? Prøv at vise mig hvad du gjorde, dvs. find svarene én gang til".

- b. En testopgave kan være lukket, dvs. at opgaven er fastlagt på forhånd.

Eksempel: "Har Silkeborg Bibliotek Nis Petersens bog 'Sandalmagernes gade' "?

- c. Et testopgavesæt kan indeholde både åbne og lukkede testopgaver.
- d. Testopgaverne må ikke indeholde skjult hjælp.
- e. Kunden og testlederen skal på forhånd være enige om, hvad en acceptabel løsning på hver testopgave er.

For lukkede opgaver gælder desuden:

- f. Den første testopgave skal være enkel (hurtig succes).
- g. Testlederen skal teste kernefunktioner før sekundære funktioner, medmindre andet er udtrykkelig aftalt med kunden.

For bestemte områder, f.eks. kommuner og biblioteker, kan testopgaverne være af generel interesse som inspiration for andre. Leverandører af standardtest skal opfordre deres kunder til at stille de anvendte testopgaver til rådighed for andre ved at indlemme dem i en database, som administreres af BPN.

## 3. Testdeltagere

Leverandøren gennemfører det aftalte antal testseancer, jf. punkt 1.d. Hver testseance omfatter en eller to testdeltagere, der alle tilhører den aftalte målgruppe.

- a. Hver testdeltager modtager en gave til en værdi af ca. 300 kr. for sin ulejlighed. Dette niveau gælder i 2002. Gaver eller regulær betaling til testdeltagere fra målgrupper, som er vanskelige at rekruttere, f.eks. læger og advokater, kan være væsentlig højere. Gaven kan bortfalde eller reduceres, hvis testdeltageren udfører testen som led i sit

almindelige arbejde, f.eks. som ansat hos kunden eller hos et vikarbureau. Gaven kan også gives som en fællesgave, f.eks. i form af fælles entrebilletter til en skoleklasse til et besøg i Eksperimentarium eller en donation til Kræftens Bekæmpelse, men ovenstående beløbsramme skal fortsat overholdes.

- b. Der skal gennemføres mindst fire testseancer for hver målgruppe, som testen omfatter. Undtagelse: Ved et iterativt forløb, hvor der gennemføres mindst tre gennemløb, kan man nøjes med kun at gennemføre tre testseancer pr. gennemløb fra og med det tredje gennemløb.

Varianter, som også er omfattet af standarden, både enkeltvis og i rimelige kombinationer:

- c. Kunden er helt eller delvis ansvarlig for at gennemføre rekrutteringen. Rekrutteringen skal dog altid ske på baggrund af retningslinier fra leverandøren. Hvis kunden er ansvarlig for at gennemføre rekrutteringen, er det kundens ansvar at testdeltagerne møder op.

## 4. Tænke højt metoden

Hver testseance skal gennemføres med ”tænke højt” metoden (”think aloud method”).

En testseance forløber på følgende måde:

- a. Testlederen modtager en testdeltager og beder ham udfylde evt. spørgeskemaer og samtykkeerklæringer, jf. drejebogen. Testlederen kan også sende disse papirer til testdeltageren inden testen.
- b. Testlederen understreger at det ikke er testdeltageren, som bliver testet.
- c. Testlederen interviewer testdeltageren om hans evt. kendskab til webstedet, lignende websteder og fagområdet, jf. drejebogen. Dette punkt kan bortfalde, hvis oplysningerne er fremskaffet i forbindelse med rekrutteringen.
- d. Testlederen beder testdeltageren løse testopgaverne én for én mens testdeltageren giver udtryk for hvad han tænker.
  1. Testen skal primært fokusere på testdeltagerens adfærd - ikke hans meninger. Denne regel indebærer blandt andet, at der ikke må laves statistik på spørgeskemaer som testdeltagere udfylder i forbindelse med en testseance.
  2. Testlederen skal så vidt muligt forholde sig passivt mens testdeltageren løser testopgaverne. Testlederen må normalt ikke hjælpe testdeltageren. Testlederen skal sørge for, at han ikke gennem kropssprog og lignende giver indirekte, skjult hjælp til testdeltageren.
  3. Testlederen skal om nødvendigt opfordre testdeltageren til at tænke højt.
  4. Hvis en testdeltager går i stå under en opgaveløsning, skal testlederen enten give testdeltageren den mindst mulige hjælp for at kunne komme videre, eller opgaven skal afbrydes, hvorefter testlederen skal bede testdeltageren løse næste opgave.
  5. Testlederen skal forholde sig bevidst til sin objektivitet. Han må ikke forsvare eller kritisere det produkt som testes og må ikke tilkendegive sin personlige mening om produktet. Testlederen skal være særlig opmærksom på dette punkt, hvis han tester et produkt, som er udviklet eller sælges af hans firma.
- e. Testlederen interviewer testdeltageren om hans opfattelse af produktet på baggrund af testen, jf. drejebogen.
- f. Testlederen siger farvel til testdeltageren og overrækker gaven. Gaven kan også overrækkes ved testens begyndelse.

Tænke højt metoden er i øvrigt beskrevet mange steder i faglitteraturen, f.eks. Dumas og Redish' bog "A practical guide to usability testing" og i Rubins bog "Handbook of usability testing."

Testseancen gennemføres i en af følgende lokaliteter:

- g. I et almindeligt møderum eller i et kontorlokale hos kunden
- h. På steder hvor typiske brugere naturligt færdes, f.eks. ved publikumsterminalerne på et bibliotek eller i brugeres hjem.
- i. I et almindeligt møderum eller i et kontorlokale hos leverandøren
- j. I et testcenter ("usability lab").

Tilskuere og optagelse af test:

- k. Testseancen gennemføres med eller uden mulighed for at følge testseancen fra et nabolokale.
- l. Testseancen gennemføres med eller uden optagelse af det passerede. Optagelse kan ske f.eks. i form af videooptagelse, løbende optagelse af skærbilledet ("screen capture") eller lydoptagelse. Af hensyn til testdeltagernes anonymitet må ubearbejdede testoptagelser ikke udleveres til kunden.
- m. Hvis testen ikke optages, skal testlederen eller en kvalificeret assistent omhyggeligt tage noter under testen.
- n. Testlederen kan under testen opholde sig i selve testlokalet i umiddelbar nærhed af testdeltageren, eller han kan følge testen fra et nabolokale hvorfra han kan iagttage testdeltageren og testdeltagerens skærm.
- o. Hvis testlederen opholder sig i selve testlokalet, kan en eller to tilskuere, f.eks. medlemmer af projektholdet, overvære testen fra selve testlokalet, hvis testlederen finder det hensigtsmæssigt. Hvis der er tilskuere i testlokalet, skal de placeres bag testdeltageren, og de skal inden testen have indskærpet, at de skal forholde sig absolut passivt bortset fra det afsluttende interview (se punkt 5.e), hvor de opfordres til at diskutere sagligt med testdeltageren. Testlederen skal bortvise tilskuere som overtræder disse regler.

Yderligere regler:

- p. Standarden foreskriver ikke antallet af brugervenlighedsspecialister, som skal involveres i en test. Leverandøren skal altid udpege én testleder. Leverandøren vælger selv, om testen desuden skal overværes af en eller flere professionelle kolleger, der fungerer som observatører. Valget dokumenteres i kravspecifikationen (punkt 1.f).
- q. Testlederen skal under testseancerne overholde alment anerkendte regler for etisk korrekt behandling af testdeltagere, herunder:
  - 1. Testdeltageren skal orienteres på forhånd hvis testen optages (f.eks. på video) eller overværes af tilskuere.
  - 2. Testdeltageren skal orienteres om hvad bånd og resultater bruges til.
  - 3. Testdeltageren skal nårsomhelst kunne sige fra og alligevel få sin gave.
  - 4. Testdeltagerens overordnede må ikke overvære testen eller få adgang til optagelser af hvad der foregik under testen.
  - 5. Testdeltageren skal så vidt muligt fremstå anonymt over for andre end testlederen.

## 5. Testrapport

Leverandøren udarbejder en testrapport. Testrapporten skal være brugbar for modtageren. Specielt skal rapportens samlede længde være passende. Rapporten skal have følgende disposition:

- a. Resume (1-2 sider). Beskriver
  1. De tre vigtigste gode ting, som testen har identificeret.
  2. De tre vigtigste problemer som testen har identificeret.
  3. Overordnede råd til projektledelsen på baggrund af testen.  
Eksempler:
    - - ”Webstedet har et markedsføringsproblem. Brug flere ressourcer på markedsføring online og offline. Søg evt. kvalificeret konsulentbistand.
    - - ”Webstedet afspejler ikke brugernes behov. Vi anbefaler at hvert medlem af projektholdet besøger en xxx-butik i mindst tre dage og følger i hælene på en god sælger, så de får et bedre indblik i typiske kunders behov.”
- b. Indholdsfortegnelse.
- c. Kort beskrivelse af fremgangsmåden.
  1. Anvendt metode.
  2. Anvendt udstyr.
  3. Anonymiserede profiler for testdeltagere.
- d. Testresultater.
  1. Hvert testresultat skal klassificeres som
    1. Forbilledlig konstruktion; noget som testdeltagerne roste
    2. Mindre problem. Brugeren studser et kort øjeblik.
    3. Alvorligt problem. Problemet forsinker brugeren i 1-5 minutter, men brugeren kommer videre af sig selv. Giver lejlighedsvis anledning til katastrofer.
    4. Kritisk problem. Giver anledning til hyppige katastrofer. En katastrofe er en situation, hvor webstedet ”vinder” over brugeren, dvs. en situation som forhindrer brugeren i at løse en rimelig arbejdsopgave på webstedet, eller som irriterer brugeren voldsomt.
    5. God idé fremsat af én eller flere testdeltagere.
  2. For hver problembeskrivelse kan det fremgå omtrent hvor mange testdeltagere der oplevede det omtalte problem. Der skal anvendes vendinger som ”enkelte testdeltagere ...”, ”nogle testdeltagere ...” og ”alle testdeltagere ...” Procentangivelser og statistikker må ikke forekomme.
  3. Problembeskrivelser skal så vidt muligt suppleres med løsningsforslag. Disse løsningsforslag kan stå i et selvstændigt afsnit.
  4. Testresultaterne skal tydeligt skelne mellem observeret adfærd hos testdeltagere, testdeltageres meninger, og testlederens personlige meninger og anbefalinger.
  5. Antallet af rapporterede testresultater skal være passende, så rapporten bliver brugbar for modtageren.
- e. Drejebog, gerne i et appendiks.

Det er tilladt at tilføje yderligere afsnit, f.eks. med resultater af indledende og afsluttende interview. Resumeet skal altid være det første afsnit.

Denne standard foreskriver ikke nogen bestemt opsætning af rapporten ud over at der skal være en selvstændig, skriftlig afrapportering. Grafisk opsætning af testrapporten m.v. er op til den enkelte leverandør.

Variant, som også er omfattet af standarden:

- f. Hvis testen videooptages, kan leverandøren udarbejde et sammendrag på video. Kravspecifikationen skal fastlægge formålet med sammendraget og den omtrentlige længde af sammendraget, da begge dele har væsentlig betydning for prissætningen og tidsplanen.
- g. Opsamlingsmøde, hvor resultatet diskuteres med det ansvarlige projektteam. Diskussionen må ikke være en ensidig envejspræsentation.



## Appendiks. Bidragydere

Følgende personer har medvirket ved udarbejdelse af denne standard:

Advice A/S: Timme Bisgaard Munk

buyingexperience a/s: Lars Christensen

DialogDesign: Rolf Molich og Lene Byskov

EDEAN: Cathy Toscan

FORCE Technology /DMI: Michael May

Framfab: Peter Svarre og Niels Handberg Jakobsen

KMD A/S: Linda Passarge

Icon Medialab: Ulla Tønner

IT- og Telestyrelsen: Boris Andersen og Peter Houmann.

Login: Ib Konrad Jensen, Login

MediaCom: Thomas Visby Snitker og Elisabeth Landbo

Tribal DDB: Lars Schmidt

UNI-C: Karen Thomsen og Julia Gardner

Userminds: Berit Krickhahn og Anja Thrane.

Viscon (tidligere Visability): Toke Falk Sabroe

Webstormerne: Ketil Perstrup og Jakob Brodersen

Rolf Molich fra DialogDesign har fungeret som sekretær og koordinator.