

Usabilità e test a basso costo



PROGETTARE E VALUTARE

<<Riportare l'utente ad un mono-dimensionale "piace" o "non-piace" è futile e controproduitivo>> S. Krug

PROGETTARE è VALUTARE

- **Progettare l'architettura dell'informazione**

- Ideare

- Analizzare

- Disegnare

- Rfinire e definire

- Produrre

Analisi dell'utenza
e dei bisogni

Prototipo e Sviluppo

Esplorazione del problema

Mockups / wireframe

Rilascio

CONOSCERE E PROGETTARE: VALUTARE COME MEZZO

<<Fare ipotesi è bene, ma scoprire è meglio>> M.Twain

- **Conoscere l'utente:**

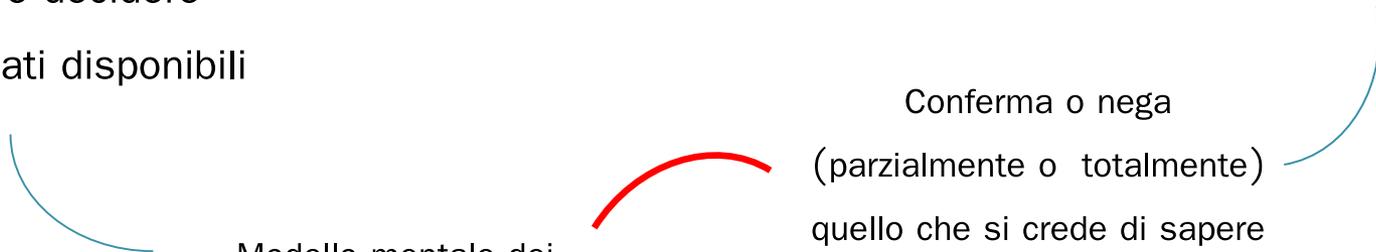
- Necessità/aspirazioni
- Abilità
- Intenzioni
- Reazioni

Immaginare e decidere
partendo dai dati disponibili

Testare e valutare per
migliorare il prodotto

Modello mentale dei
designer

Conferma o nega
(parzialmente o totalmente)
quello che si crede di sapere
sull'utente





COSA ACCADE NEL MONDO

<<Le tecnologie più profonde sono quelle che diventano invisibili. Queste si trasformano in oggetti di tutti i giorni e sono indistiguibili dagli altri>> **M. Welsler**

PROGETTARE E VALUTARE: E-GOVERNAMENT

Digital Service in UK:

Testa per le agenzie governative

l'usabilità e l'accessibilità dei prodotti web

● **si apre un progetto e si forma un team**

Ogni volta che si vuole creare un sito, o una sua parte, o ridisegnare funzioni

- *Designer delle PA e valutatori del digital service lavorano insieme*

● **I valutatori**

Supportano i designer con micro valutazioni durante e dopo lo sviluppo e tramite test con gli utenti

- *Lo scopo è **armonizzare** l'architettura dell'informazione delle diverse PA mantenendo le diversità ma fornendo equo livello di usabilità*

NON IL FUTURO MA IL DOMANI

L'accesso **ubiquitario**, la **disappearance** e il **responsive** design



- Gli utenti accedono ai siti
 - Sempre di più con **tablet** e **smartphone**
- La valutazione deve considerare questo fenomeno:
 - **Testare le diverse tecnologie** con cui si accede ad un sito
 - Fare **prove d'uso in contesti** come bar, treni, l'autobus ecc.



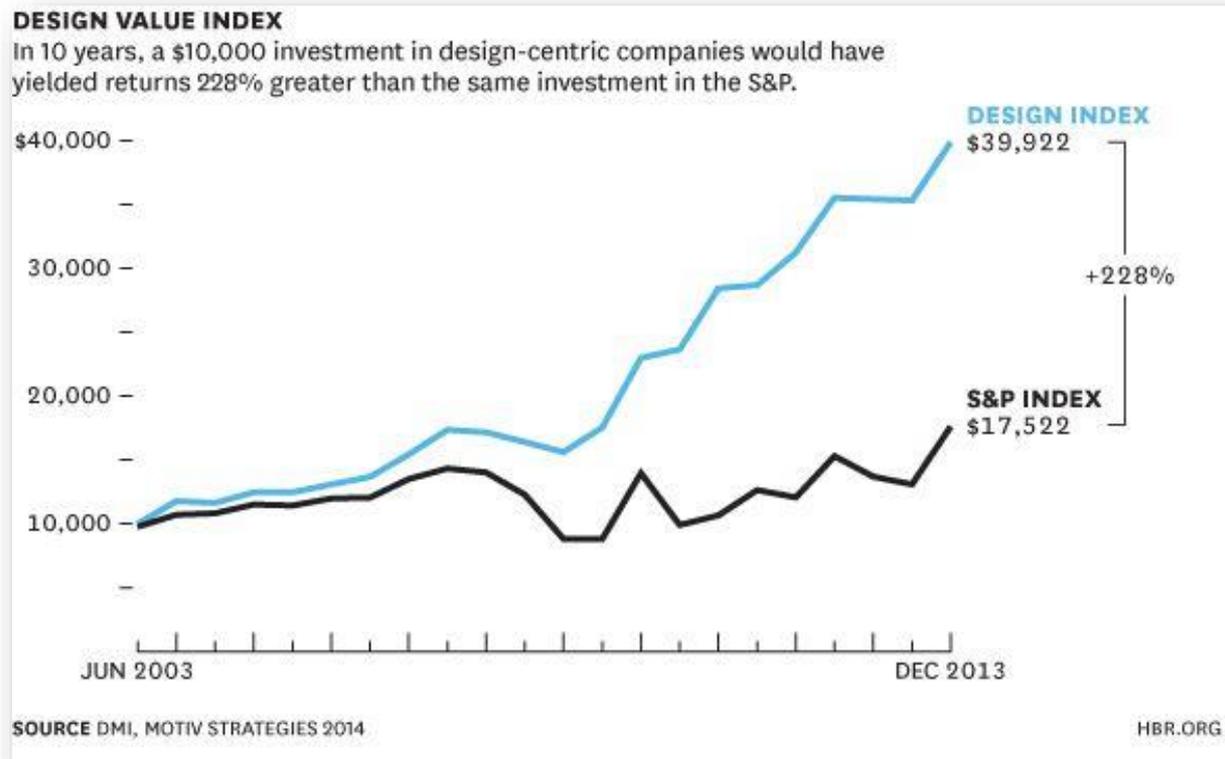
ROI, USABILITÀ E COSTI

“L’utilizzo errato dei metodi dell’ingegneria dell’usabilità nello sviluppo software costa ogni anno \$30 miliardi in perdita di produttività” *J. Nielsen*

RITORNO DELL'INVESTIMENTO IN VALUTAZIONE

<<Le aziende che hanno investito negli ultimi 10 anni **nel testing e nello user centred design** hanno avuto un incremento del loro valore di mercato del 228% rispetto al indice Standard & Poors>>

Motiv Strategies & Design Management Institute



*http://motivstrategies.com/pages/articles_what-is-the-real-value-of-design

TEST OPPURE TEST A BASSO COSTO

<<Un difetto non apparirà fino a che non avrà superato
l'ultimo test>> **Legge di Murphy**



Non occorre scegliere

Per esempio una buona strategia potrebbe essere fare **test a basso costo** nelle fasi iniziali e nelle iterazioni di design, e **test di usabilità** poco prima, o dopo, la release.

TEST OPPURE TEST A BASSO COSTO

Test di usabilità

- Segue specifiche regole e metodologie
- Gran quantità di informazioni dettagliate

- DEVE essere eseguito da **professionisti**
- DEVE coinvolgere un ampio numero di utenti
- fra cui **persone con disabilità**

- È **costoso** ma **esaustivo** (se ben fatto)

Test a basso costo

- È un test qualitativo ed empirico
- Non richiede **necessariamente** una forte organizzazione

- Può essere svolto da non esperti guidati
 - **nel caso di eGLU da un protocollo**
- Può essere svolto su piccoli campioni

- Permette di avere dati velocemente
- Non è conclusivo ma solo **indicativo**

FOCUS SU TEST A BASSO COSTO

Assunto

<<ogni dato è un dato [...] e qualsiasi cosa è meglio di nessuna analisi di usabilità>>

J. Nielsen

Cercare di essere flessibili nell'organizzazione del test

Fare test con almeno 5 utenti (sono sufficienti?)

Utilizzare protocolli in cui gli utenti verbalizzano i problemi

Utilizzare questionari brevi per aumentare il numero di dati raccolti

QUANDO FARE E COME UN TEST

MOMENTI PROGETTUALI	TEST DI USABILITÀ	EGLU E A BASSO COSTO
Testare un mockup o un wireframe (anche cartaceo)		
Dopo aver creato un prototipo		
Decidere se prendere una strada oppure un'altra (A/B testing)		
Durante la modifica ad un prodotto, e nelle iterazioni di progetto		
Dopo la modifica e prima della pubblicazione		
Dopo la pubblicazione di un sito		

eGLU *(in arrivo la nuova versione)*

eGlu 2.0 presenta anche tecniche alternative utili a chi vuole provare altre tecniche di analisi o implementare l'analisi eGLU con altri strumenti



Propone:

- Un modello di valutazione più semplice di Nielsen, ma meno “a schema libero” di Krug
- Uno strumento qualitativo di analisi in-house
- Un buon mezzo per raccogliere dati qualitativi, e decidere se investire in test di usabilità o in re-design