



Karen Lindemann
Psychologin, Mag.

- Werbekauffrau und Texterin
- Psychologiestudium in Wien
- Diplomarbeit „Bewertung einer Website: Usability-Test versus heuristische Evaluation“
- 1. Preis für Diplomarbeit beim eResult Usability-Contest 2004
- Durchführung von Usability-Tests, Experten-Gutachten und anderen Evaluationsmethoden
- Vorträge zum Thema Usability und User Experience
- Organisation von Workshops mit international anerkannten Referenten zur Fortbildung von Usability-Experten

Rufen Sie uns gern an, um ein unverbindliches Beratungsgespräch zu vereinbaren.

Oder senden Sie uns einfach den Link Ihrer Website und Sie erhalten einen kostenlosen Minitest.



NetFlow – Karen Lindemann
Analyse und Optimierung von
Websites & Software

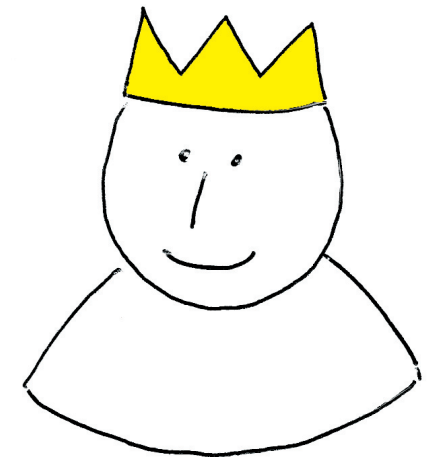
Autal 10 C
D-22880 Wedel

Fon +49 (0) 4103 - 187 9791
Fax +49 (0) 40 -360 372 7061
Mobil +49 (0) 173 -243 0180

kl@netflow-lindemann.de
www.netflow-lindemann.de

USABILITY

WO DER NUTZER KÖNIG IST!



Analyse und Optimierung von
Websites & Software

Usability wird mit Benutzerfreundlichkeit oder Gebrauchstauglichkeit übersetzt. Sich in die Perspektive der Nutzer hinein zu versetzen, das macht eine erfolgreiche Website aus.

Worauf es dabei ankommt:

Orientierung

Der User erkennt mit einem Blick, worum es auf Ihrer Website geht. Steigt er tiefer in Ihre Site ein, um nach Informationen oder Produkten zu suchen, weiß er jederzeit, wo er sich befindet.

Optischer Eindruck

Das Design ist ansprechend und übersichtlich. Die Schrift ist leicht lesbar. Der Nutzer empfindet Ihre Website sympathisch und kehrt gern wieder zurück.

Erlebnis

Das Surfen auf Ihrer Website ist einfach und führt nicht zu Frustrationen. Gesuchte Informationen werden schnell gefunden, Ihre Website verbleibt dem Nutzer in positiver Erinnerung.

Verständlichkeit

Es wird die Sprache des Nutzers gesprochen. Der Inhalt ist informativ und prägnant. Texte sind übersichtlich strukturiert. Nutzer lesen meistens nicht, sondern überfliegen den Inhalt nach relevanten Informationen.

Technik

Die Ladezeit der Seiten ist schnell und die Technik funktioniert einwandfrei. Eventuelle Fehlermeldungen sind verständlich formuliert.

„Im Internet ist die Konkurrenz nur einen Klick weit entfernt!“

(Jakob Nielsen, Usability-Experte, USA)

So untersuchen wir Ihre Website:



Usability-Test:

Potenzielle Nutzer werden von einem Testleiter aufgefordert, typische Aufgaben auf einer Website auszuführen. Dabei werden sie gebeten, alles laut auszusprechen, was sie sich denken.

- Testleiter moderiert und beobachtet den Test.
- Aufnahme von Bildschirmaktivitäten sowie Bild und Ton von Testperson mit spezieller Software.
- Analyse des Tests im Hinblick auf Usability-Probleme.
- Probleme werden nach Schweregrad bewertet und mit Lösungsvorschlag versehen.
- Testreport und, wenn gewünscht, Präsentation.

Experten-Gutachten:

Ein Experte beurteilt eine Website oder Software hinsichtlich möglicher Usability-Schwachstellen:

- Grundlage sind Erfahrung sowie allgemein anerkannte Usability-Kriterien.
- Relevante Prozesse werden systematisch durchgegangen.
- Es werden Probleme bewertet und Lösungen vorgeschlagen.
- Ergebnisse werden im Gutachten zusammengefasst.

Usability sollte so früh wie möglich im Entwicklungsprozess einer Website berücksichtigt werden – nach Bedarf werden auch weitere Methoden eingesetzt.

Usability-Definition, DIN EN ISO 9241-11:

„Usability eines Produktes ist das Ausmaß, in dem es von einem bestimmten Benutzer verwendet werden kann, um bestimmte Ziele in einem bestimmten Kontext effektiv, effizient und zufrieden stellend zu erreichen.“

Wussten Sie, dass...

... sich in den ersten 50 Millisekunden entscheidet, ob einem Nutzer die Website gefällt oder nicht. Die Akzeptanz eines Internetangebots wird maßgeblich von diesem ersten Eindruck geprägt.

(Dr. Gitte Lindgaard, Wissenschaftlerin, Kanada)

... 1,9 Milliarden EUR an Umsatzpotenzial deutschen Online-Shops im 1. Quartal 2005 durch Kaufabbrüche verloren gingen. Leichte Bedienbarkeit und technische Zuverlässigkeit sind entscheidende Faktoren für den Erfolg eines Online-Shops.

(Studie von novomind AG, Hamburg)

... 57 Prozent der deutschen Bevölkerung ab 14 Jahren in 2005 online waren – das sind rund 37 Millionen Menschen. 25 Millionen davon waren „eShopper“, die übers Internet kauften oder nach Produkten recherchierten.

(AGOF e.V., ENIGMA GfK, Deutschland)



„Aufmerksamkeit auf einfache kleine Sachen zu verschwenden, die die meisten vernachlässigen, macht ein paar Menschen reich.“

(Henry Ford, Unternehmer, USA)