

WOHNKLAMOTTE

Expertenbeitrag: Aufwendige Usability-Tests waren gestern

Der folgende MÖBELMARKT-Experten-Beitrag wird Ihnen von zur Verfügung gestellt. Form, Stil und Inhalt liegen allein in der Verantwortung des Autors [Kim-Rebecca Hinz](#). Die hier veröffentlichte Meinung kann daher von der Meinung der Redaktion oder des Herausgebers abweichen.

Wie das Usability-Testessen zur Optimierung von Produkten und Webseiten trägt

Dienstag, 04.12.2018

Wenn Pizza und Bier auf der Speisekarte stehen, dann ist es wieder Zeit für die Veranstaltungsreihe: Usability-Testessen. Gastgeber in Hamburg war dieses Mal WOHNKLAMOTTE.de. In mehreren Teams, die an Speeddating erinnern, wurden bei gelöster Stimmung Lob, Kritik und Verbesserungsvorschläge von echten Nutzern geäußert. Im Test: Websites, Apps, Prototypen oder gar Skizzen auf Papier. Die wichtigsten Learnings für die Optimierung von Webseiten lesen Sie in diesem Expertenbeitrag.

Mit Speedtesting gegen die Betriebsblindheit

Unternehmen, ob etabliert oder neu gegründet, profitabel oder auf dem Weg zum Break Even, alle sind auf der Suche nach echtem Feedback von realen Usern und potenziellen Kunden. Die Angst vor der subjektiven Wahrnehmung ist groß, hierfür bietet die Initiative Usability-Testessen eine Lösung. Mit einem einfachen und kostenlosen Anmeldeformular haben sowohl Unternehmen also auch Gäste die Möglichkeit, sich zum Testessen anzumelden. In 6 kurzen Testrunden á 12 Minuten steht vor allem ehrliches und spontanes Feedback im Zentrum der Veranstaltung.

Mit typischen Fragestellungen wie: "Du kommst auf die Startseite, was denkst Du?", werden Nutzer aufgefordert, ihre Gedanken zu schildern. Mit dem übergreifenden Vergleich von Navigation und Wiederkehrwahrscheinlichkeit auf unterschiedlichen Devices wird das Onlineshoppingverhalten der Gäste unter die Lupe genommen.

Die wichtigsten Erkenntnisse

Vier einfache Optimierungsmaßnahmen können maßgeblich dazu beitragen, den Nutzer auf der eigenen Website zu halten.

1. Buttons werden wenig bis gar nicht geklickt. Um das zu optimieren, sollten Buttons regelmäßig getestet werden, da diese trotz Signalfarbe teilweise gar nicht bemerkt werden.
2. Filter sollten auf Effizienz überprüft werden. In einem Shop möchte der User optimal zu seinem Produkt filtern können - ohne viel Zeitaufwand und Umwege.
3. Kategorisierungen binden den Nutzer. Dies gilt insbesondere für die Branche Einrichtung und Möbel. User möchten gerne nach Stilrichtungen filtern können, um bereits kuratierte Produkte zu finden, die zu ihnen passen.
4. Visuelle Elemente müssen hervorgehoben werden. Elemente, die wichtig für das Verständnis des

Produktes oder einer Website sind, sollten deutlicher platziert werden, sowohl farblich als auch im Layout.

5.

Das Fazit zum Thema Usability: Die Möbelbranche muss die User-Perspektive einnehmen, denn nur mit der Brille des echten Nutzers können Firmen es schaffen, Missverständnisse aufzudecken und Produkte zu optimieren.

Aufwendige Usability-Tests waren gestern

Links

- [WOHNKLAMOTTE](#)
- [Usability Testessen](#)