

userneeds



Användarvänlighet undersökning

www.webstatusinternational.com

www.jesper.nu

Jesper.nu

9. december 2008

Om undersökningen

Undersökningen börjar med en pop-up på www.jesper.nu och är genomförd med en teknologi som gör det möjligt att delta även om man har installerat en popup-blocker på sin dator. I allt så har **420.244** personer fått möjligheten att delta i undersökningen under perioden 8 september 2008 till 17 september 2008, och utav dessa så har **24.137** personer valt att fullfölja frågeformuläret. Det ger en **svarsprocent på ca. 6 %**.

Det är valfritt för användaren om han/hon önskar att besvara endast några frågor eller hela formuläret och därför kan man inte förvänta sig att alla användare svarar på alla frågor. Den här metoden är vald för att minska frånfallet (respondenter som börjar svara men vid ett tillfälle ångrar sig och avslutar innan frågeformuläret är skickat). Under varje graf kan man läsa antalet som svarat på den specifika frågan.

De användare som upplyser att det är deras första besök på hemsidan blir framskickade till den sista sidan och påverkar därigenom inte de analytiska resultaten. Vi vill inte att användare utan erfarenhet av hemsidan ska utvärdera navigationen, innehållet eller liknande.

Undersökningen är uppdelad i tre huvudområden:

Information om användarna

(kön, ålder, sysselsättning, geografi, besöksfrekvens och deras ärende på hemsidan)

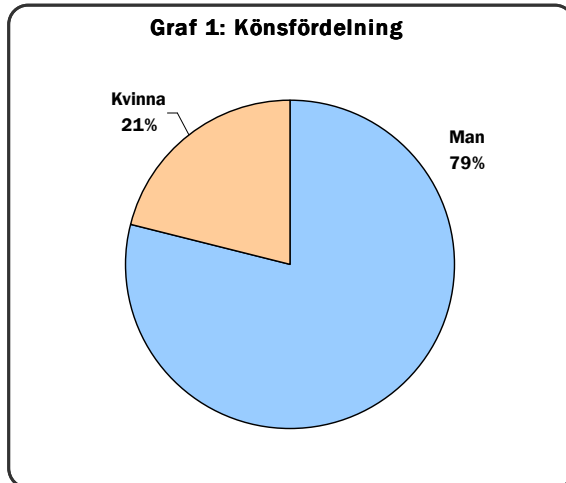
Användarnas utvärdering av specifika aspekter

(navigation, överblick, texter, väntetider och grafisk design)

Användarnas samlade intryck av hemsidan

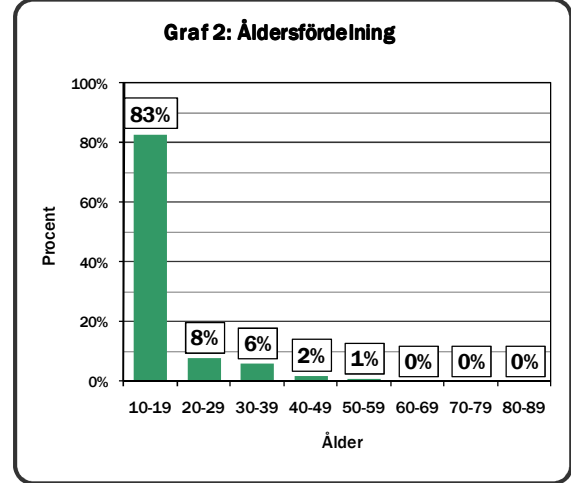
(intressant/tråkig, välorganiserad/oorganiserad, modern/föråldrad, snygg/ful samt totalt intryck)

Information om användarna



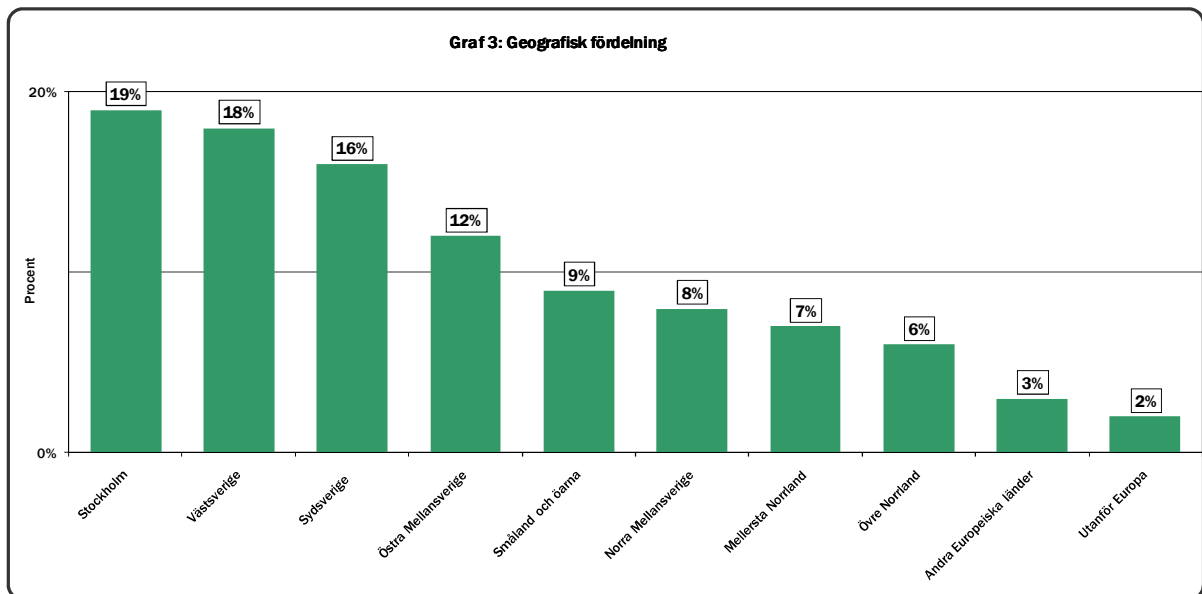
Antal svar: 18.298

Cirkeldiagrammet visar könsfördelningen av användarna. Det är tydligt att den största andelen som besöker hemsidan är män.



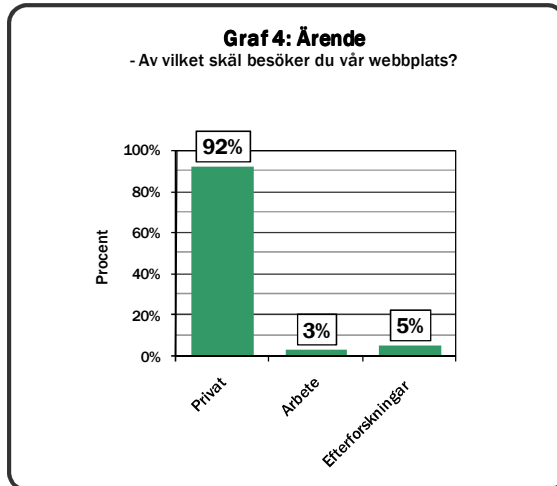
Antal svar: 15.519

Respondenterna representerar främst åldersegmentet 10-19 år. Detta är inte överraskande då dessa åldersgrupper ofta består av år dem som är mest bekanta med internet underhållning och är därmed hemsidans primära målgrupp. Det är endast fåtal av användarna som tillhör den mellersta och äldsta segmentet.



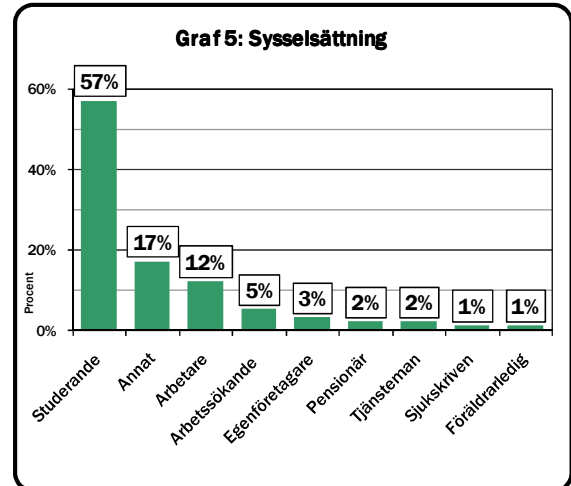
Antal svar: 16.967

Användarna kommer främst från Stockholm. Den största andelen av de resterande besökarna kommer från Västsvetige, Sydsvetige, östra Mellansvetige och småland och öarna.



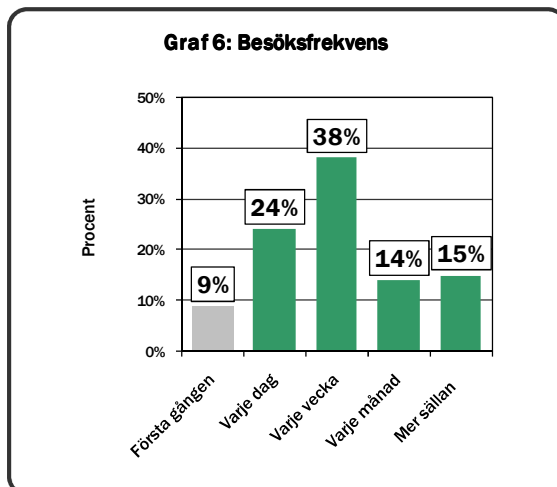
Antal svar: 17.679

92 % av användarna besöker hemsidan i privata ärenden och enbart ett fåtal besöker hemsidan i förbindelse med studier eller arbete. Detta är inte förvånande då den grundläggande funktionaliteten på webbplatsen är digital underhållning och därmed en fritidssyssla.



Antal svar: 17.649

57 % av användarna är studenter, 17 % av användarna sysselsätter sig med annat och 12 % av användarna är anställda som arbetare. De resterande besökarna är relativt jämnt fördelade över de övriga grupperna.



Antal svar: 17.968 varav 1617 är förstagångs besökare

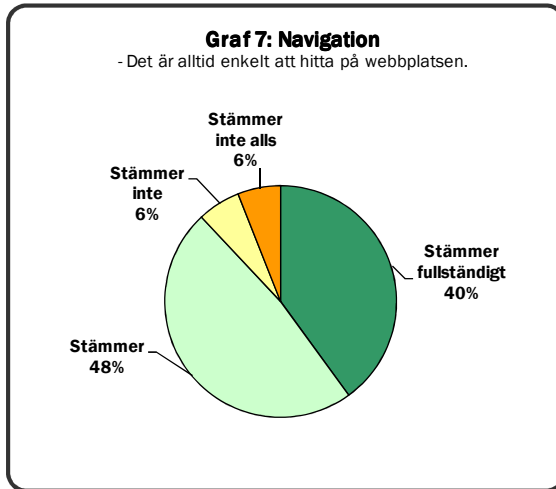
Besöksfrekvensen ger en bild av hur ofta användarna besöker (eller återkommer till) hemsidan.

Majoriteten av användarna besöker hemsidan minst en gång i veckan, vilket är 62 %. 9 % av användarna som besvarade enkäten kom till hemsidan för första gången.

Sammanställd användarprofil

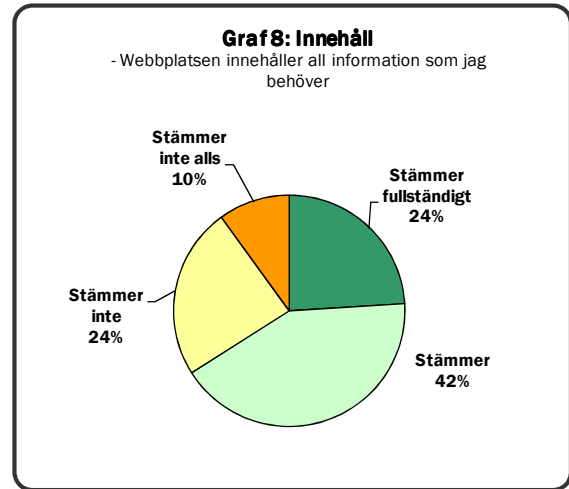
Den typiska användaren av jesper.nu är en manlig student som är under 20 år gammal. Han bor i Stockholm och besöker hemsidan ett antal gånger i veckan, i privata ärenden.

Användarens värderingar av specifika aspekter



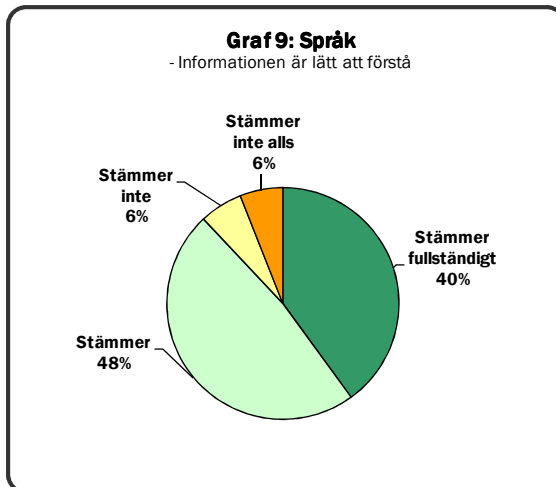
Antal svar: 16.295

Den största andelen av användare menar, att navigationen fungerar väl. 12 % av användarna är dock otillfreds med att hitta på hemsidan. Besöksfrekvensen visade att användarna besöker hemsidan relativt ofta och det förväntas därför inte vara några problem med navigationen då användaren minns var innehållet är placerat. En närmare analys av användarens beteende kan avslöja var användarna upplever svårigheter att hitta och var navigationen kan förbättras.



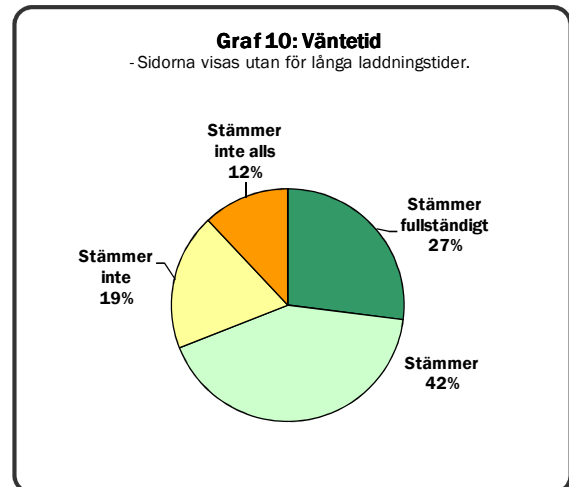
Antal svar: 16.133

34 % av användarna tycker att de saknar innehåll som är relevant för dem, vilket är en stor del. Vi förutsätter att användaren känner till det grundläggande innehållet och att det är relevant för dem – i annat fall skulle de inte ha besökt hemsidan så ofta. Det är därför konkreta funktioner användaren saknar eller eventuellt en förbättring av det nuvarande innehållet. En närmare användarundersökning kan kartlägga målgruppens intresse och behov.



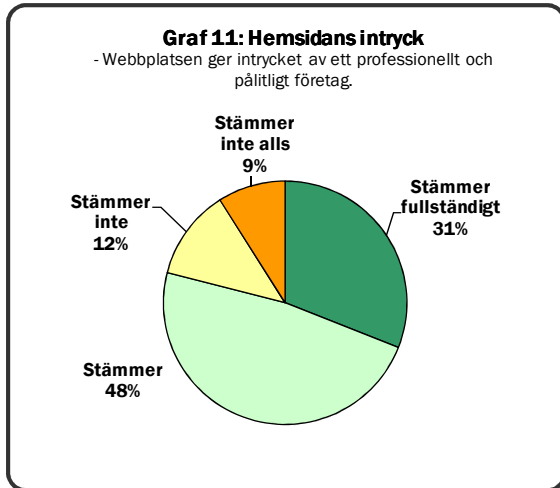
Antal svar: 16.020

Några användare menar att de har problem med att förstå texterna på hemsidan. Det kan vara behov av en språklig revision av det existerande innehållet.



Antal svar: 16.100

Ett antal besökare har problem med att få sidorna visat. Det är förmodligen inget akut problem, men det betyder, att ni bör vara uppmärksamma på att inte lägga tungt innehåll på hemsidan.

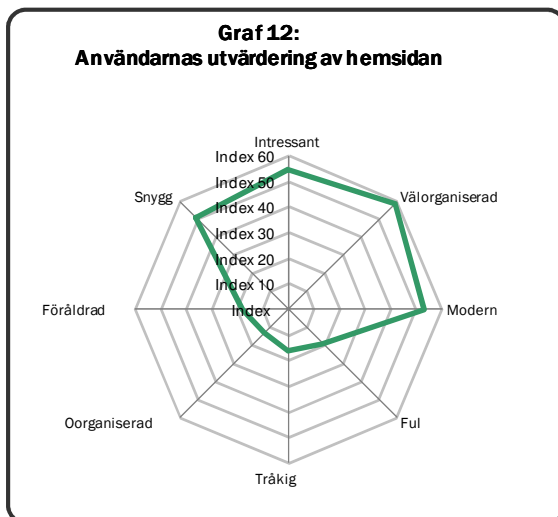


Antal svar: 16.083

79 % av användarna upplever hemsidan som professionell och trovärdig – vilket är ett bra resultat. Hela 31 % av användarna anger ”stämmer fullständigt” till att hemsidan avspeglar en professionell och trovärdig organisation.

Resultatet är bra med tanke på att en relativt stor andel av användarna har uppgett att de har problem med navigationen och/eller saknar relevant innehåll.

Användarnas samlade intryck av hemsidan

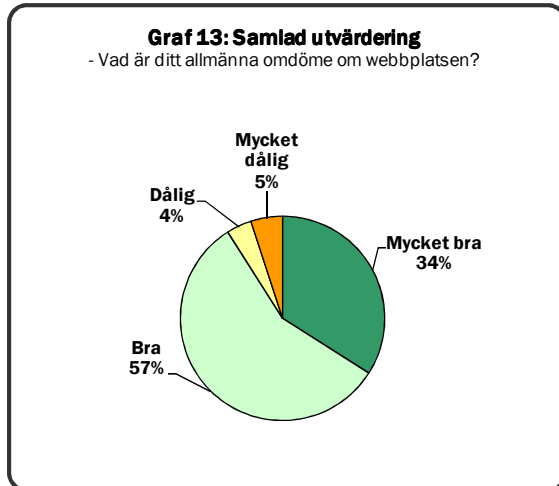


Antal svar: 16.091

Diagrammet är konstruerat på användarnas åsikter inom fyra områden:

1. Intressant vs. Tråkig
2. Välorganiserad vs. Oorganiserad
3. Modern vs. Föråldrad
4. Snygg vs. Ful

I detta diagrammet kan användaren inte välja två motsättningar (t.ex. både intressant och tråkig) samtidigt. Den mest markanta värderingen är användarnas intryck av hemsidan som ytterst modern, intressant och organiserad. Användarna anser även att den är relativt snygg.



Antal svar: 16.159

Användarna har uppgett deras totala bedömning av hemsidan. Bedömningen bör ses i samband med användarens utvärdering gällande de specifika aspekterna.

Hela 91 % av användarna tycker att ni har en bra hemsida – vilket är ett enastående resultat. Det är ett fantastiskt resultat – särskilt med tanke på att många användare har problem med navigationen samt saknar relevant innehåll. Det goda resultatet bevisar att det grundläggande innehållet är bra och användbart – annars skulle användaren inte återkommit till hemsidan. Förmodligen är det "något extra" – som konkreta funktionaliteter eller specifikt innehåll – som saknas

Konklusion

Den typiska användaren av jesper.nu är en manlig student som är under 20 år gammal. Han bor i Stockholm och besöker hemsidan ett antal gånger i veckan, i privat ärende.

Den sannolika användaren tillhör ett segment som består av vana internetanvändare och majoriteten av besökarna använder sig av hemsidan varje vecka. Totalt sett är de flesta användare mycket väl tillfreds och har en **positiv upplevelse av hemsidan**, så förutsättningarna för att hålla kvar era användare är närvarande.

Två av de stora nackdelarna rör sig om innehållet och navigeringen på hemsidan, varav de flesta är otillfreds med innehållet. I denna undersökning anger en betydelsefull andel av användarna att innehållet inte täcker deras behov och att de har problem med navigationen. I Userneeds har vi omfattande erfarenhet av att identifiera **målgrupps behov**. Detta görs genom att fråga användarna direkt vilket innehåll de saknar på hemsidan.

Lösningsförslag

Beslutar ni er för att vilja förbättra innehållets relevans på er hemsida är det lämpligt att genomföra en sådan undersökning och i detta sammanhang rekommenderar vi ett frågeformulär.

Så här bedrivs ett online frågeformulär:

- 1 Ni definierar en rad ämnesområden som förmodas vara de mest efterfrågade på er hemsida.
- 2 Det skickas ut email till de medlemmar av Sverigepanelen som vi vet besöker hemsidan och som tidigare har angett att de vill delta i uppföljande undersökningar.
- 3 I emailen finns det en länk till ett frågeformulär där användarna kan tillkännage dess intresse i de ovannämnda ämnesområdena samt ge konkreta förslag gällande vad de saknar på hemsidan.
- 4 Vi levererar en grundlig rapport som ger en klar överblick över vilket innehållsområde och vilka funktioner användarna efterfrågar.

Kort om Userneeds

Userneeds är opartisk och ger rådgivning med specialitet inom användarvänlighet. Vi är specialister i att analysera med fokus inom just detta område. Userneeds är experter på att identifiera användarnas önskningar och behov, samt framställa en produkt som direkt kan användas i utvecklingen av hemsidan. Vi hjälper er med att undvika att ödsla pengar på utvecklingsprojekt som målgruppen ändå anser vara irrelevant eller oanvändbart. Vi har följande kompetensområden:

- 😊 **Målgruppsanalyser och konceptutveckling**
- 😊 **Usability tests**
- 😊 **Utveckling av navigationssystem/informationsarkitektur**
- 😊 **Expertutvärdering av hemsidor**
- 😊 **Marknadsanalys**
- 😊 **Frågeformulärsundersökningar**

Cases: JYSK behövde information om användarna av de nordiska hemsidorna och valde vår Webstatus metod. Userneeds använder Webstatus frågeformulär på alla nordiska hemsidor två gånger per år vilket ger jämförande och uppdaterad information om användarna samt hur tillfredställda de är med de olika alternativen.

Kundportfölj: Microsoft, Carlsberg, Passagen, IKEA, Netdoktor.se, Hempel, Coloplast, Bonnier Publications, SAXO Bank, Nilfisk-Advance och SAS.

Ni är naturligtvis mycket välkomna att kontakta oss för en genomgång av alla era möjligheter eller om ni har frågor angående vårt företag eller våra tjänster.



Henrik Vincentz

VD, Userneeds

Telefon: +45 33 44 44 44

E-mail: henrik@userneeds.dk