



Usability Check

Vita van der Lijke,
Web & UX Designer - Roadbear Studios

Usability Check

Voor gebruiksvriendelijke Websites

Met deze checklist kun je methodisch en systematisch achter de grootste struikelblokken voor je website-bezoekers komen. De checklist gaat uit van de basisprincipes van gebruiksvriendelijkheid op websites in het algemeen en is niet bedoeld om een specialist of echt gebruikersonderzoek te vervangen. Het is wel een goede manier om de basis van je website goed te krijgen.

Features en functionaliteit

1. Op je website is duidelijk te zien voor wie de site bedoeld is. (WIIFM, what's in it for me) Dit kan bijvoorbeeld door een duidelijke tagline waarmee in 1 zin de doelstelling van je bedrijf wordt geformuleerd.
2. Veelgebruikte zaken zijn makkelijk bereikbaar. (Duidelijke directe links vanaf de homepage of een andere shortcut.)
3. De Call to actions (Knoppen met bijvoorbeeld: Schrijf je in, Registreer, In Winkelmand etc.) zijn duidelijk, voorzien van een juiste benaming en lijken duidelijk klikbaar.

Homepage

1. De homepage geeft een duidelijk overzicht van de content, features en functionaliteiten die beschikbaar zijn op de website.
2. De homepage is effectief in het verwijzen van bezoekers naar de gewenste informatie en acties.
3. De homepage layout is rustig, overzichtelijk en clean en maakt goed gebruik van de ruimte op het gehele scherm.

Navigatie

1. Gebruikers kunnen de website gemakkelijk openen en bereiken. (De url is voorspelbaar en goed geïndexeerd door de zoekmachines) Bijvoorbeeld een te lange url is onderhevig aan tikfouten. Ook een url of naam die je anders uitspreekt dan schrijft, of waar verschillende schrijfwijzen voor zijn is minder geschikt. De meest voor de hand liggende url blijft het best hangen bij de bezoekers. Is de .nl of de .com niet meer vrij? Er zijn sinds 2013 meer dan 600 nieuwe domeinextensies op de markt gekomen, kijk dus ook eens naar: .blog .online .company .shop of .app (dit zijn maar een paar voorbeelden, in elke branche zijn nieuwe extensies beschikbaar.) (Zie ook: roadbearstudios.com/tools)
2. Het menu is makkelijk te vinden, intuïtief en consistent. Als eenmaal is gekozen voor een zij-menu of top-menu mag dat in de website niet afwisselend gebruikt worden.
3. De overige navigatie in de site biedt voldoende flexibiliteit zodat gebruikers op hun eigen manier kunnen navigeren. (Zoeken, browsen op type/naam/meest recente etc.) Een gebruiker wil bijvoorbeeld in een webshop gemakkelijk kunnen zoeken naar het gewenste product, en wil dan ook vergelijkbare resultaten zien. Of in een nieuwswebsite de meest recente berichten kunnen inzien.
4. De sitestructuur is helder, makkelijk te begrijpen en beantwoordt aan de meeste gebruikersdoelen.



5. Linkjes zijn duidelijk, beschrijvend en goed gelabeld. (Underlines, aparte kleur en goede omschrijving. *Klik hier* is dus niet afdoende, *Neem contact met ons op* wel.)
6. De huidige locatie van de bezoeker is duidelijk weergegeven. Gebruikers moeten altijd weten waar ze zijn in je website. Dit kan met breadcrumbs (kruimelpad) en highlights in het menu.
7. Gebruikers kunnen gemakkelijk terug naar het startpunt navigeren. Dit kan door een homelink in de breadcrumbs toe te voegen en door de home in het menu klikbaar toe te voegen. Ook klikken op het logo is gebruikelijk een link naar de homepage.

Zoekfunctie

Een zoekfunctie is geen must op een website, met een goede navigatie structuur en bijvoorbeeld niet heel veel pagina's kom je al heel ver. Als er wel heel veel informatie of diensten op de website staan kan het handig zijn een zoekfunctie toe te voegen. Deze moet dan goed werken en alles tonen!

1. De zoekfunctie is in de hele website beschikbaar. Kies een consistente locatie voor de zoekfunctie en zorg er voor dat deze overal beschikbaar is.
2. De zoekfunctie is uitgerust met de functionaliteiten die de gebruiker nodig heeft om zijn doel te bereiken. Bijvoorbeeld door toevoegen van een filter.
3. De zoekfunctie weet om te gaan met de meest gebruikte zoektermen en toont ook correcties op spelfouten, resultaten voor gerelateerde termen en populaire resultaten.
4. De zoekresultaten worden op een logische en gestructureerde manier weergegeven die aansluit bij de verwachtingen van de bezoeker. Dit komt er op neer dat een bezoeker gewend is te zoeken met Google of Bing, en dat de weergave hier het best op kan lijken.

Formulieren

1. Complexe formulieren of processen op de site zijn in behapbare stappen of onderdelen opgedeeld. Als er een proces gaande is (bestelproces) dan is duidelijk te zien waar men zich in het proces bevindt en welke stappen er nog volgen.
2. Er wordt slechts om de minimaal benodigde informatie gevraagd (voor een nieuwsbrief bijvoorbeeld alleen een e-mail adres) en als er toch om meer informatie wordt gevraagd (bijv. Een telefoonnummer) wordt duidelijk uitgelegd en gerechtvaardigd waarom.
3. De verplichte velden en optionele velden zijn van elkaar te onderscheiden, bijvoorbeeld d.m.v een sterretje: * = *verplicht veld*.

Errors

1. Errors zijn duidelijk, goed te onderscheiden van normale content en verschijnen op de juiste plek op de website (bijvoorbeeld naast een invulveld of naast een formulier.)
2. Error berichten zijn precies geformuleerd, in een makkelijk te begrijpen taal en omschrijven wat er voorgevallen is en welke actie wenselijk is.
3. Veel voorkomende fouten worden waar mogelijk opgevangen (bijvoorbeeld telefoonnummer format, postcode format, veld vergeten in te vullen etc.)
4. Gebruikers kunnen makkelijk een fout herstellen en hoeven niet helemaal opnieuw het formulier in te vullen.



Content en teksten

1. De content die beschikbaar is (text, afbeeldingen en video) is geschikt en relevant voor de bezoeker. Ook is de content toegespitst op de verschillende gebruikersdoelen van de website.
2. Linkjes naar andere relevante onderdelen en content van de site zijn beschikbaar en in duidelijke context geplaatst. Bijvoorbeeld linkjes naar gerelateerde artikelen, of naar relevante externe websites.
3. De taal, terminologie en tone-of-voice is geschikt voor de doelgroep. (Vaak zien we een mengelmoes van u en jij op een website, ook wordt er soms te zakelijk gesproken terwijl de doelgroep een wat persoonlijker aanpak prettig kan vinden.)
4. De tekst en content is betrouwbaar en goed te 'scannen'. De typografie biedt voldoende contrast en is goed leesbaar. ('Scanbare' teksten maken gebruik van voldoende omschrijvende tussenkopjes, opsommingen en highlights zoals quotes of uitgelichte alinea's. Zo kan een bezoeker snel het stuk informatie vinden dat voor hem/haar belangrijk is!) (Kijk dus kritisch naar je teksten en hou als stelregel aan dat op het web bijna elke alinea wel een nieuw tussenkopje mag hebben.)

Help/FAQ

1. Online helpsectie is beschikbaar en is geschikt voor de regelmatige gebruikers van de website/shop/app. Het is geschreven in begrijpbare taal (geen jargon!).
2. Gebruikers krijgen gemakkelijk toegang tot verdere hulp als dat nodig is. (Telefoon, e-mail support, social media of online chat.)

Performance

1. De performance van de website staat de gebruikerservaring niet in de weg. (Dus geen langzame page-loads of extreme vertragingen bij gebruik.)
2. Alle gangbare browser/OS combinaties en gangbare schermresoluties (ook voor mobiele schermen) worden ondersteund door de website. (Zorg ervoor dat je site responsive is.)

Zo, helemaal doorgelezen tot het eind!

Tja, deze lijst is behoorlijk lang, maar het is een richtlijn naar een gebruiksvriendelijker web. Gebruiksvriendelijkheid is in veel gevallen geen harde wetenschap, maar vooral gebaseerd op gebruikerservaring. Voor een echt goede indicator kun je het beste je site laten testen door zoveel mogelijk mensen in je omgeving. Laat ze eens door je site klikken, ga er naast zitten en probeer ze niet te helpen! Let dan vooral op gemompel zoals: 'Hmm, waarom kan ik dit niet....' En vraag dan door, wat proberen ze te doen, wat lukt er niet, wat begrijpen ze wel/niet. Dit is soms confronterend, maar altijd leerzaam! Succes!

Kijk voor meer inspiratie, handige tips & tricks op roadbearstudios.com/tools!

Verantwoording: Deze check is samengesteld door Vita van der Lijke, Web & UX Designer bij Roadbear Studios. De lijst is gebaseerd op algemeen online gebruikersonderzoek door de Norman/Nielsen group en eigen praktijkervaring bij het observeren van gebruikersinteracties.

Vragen? Opmerkingen? Neem dan contact met mij op: vita@roadbearstudios.com | 085 0656170

