

STUBA - UX Audit

Dátum: 19.05.2020

Vypracoval: Touch4IT, Patrik Michalička, Matej Poláš

Slider (domovská stránka univerzity a fakúlt)

Problém

- Niektoré slide-y sú klikateľné a niektoré nie, na prvý pohľad to nie jasne odlišné. Zároveň ani obsah jednotlivých slide-ov nevyzýva k akcii (chýba tu tlačidlo v obrázku alebo text, ktorý by používateľa vyzýval k akcii).
- Kurzor pri slide-och, ktoré sú klikateľné a ktoré nie sú zostáva rovnaký, čo používateľa máta a nenavádza to používateľa k akcii.
- Niektoré slide-y nemajú žiadnu informačnú hodnotu a sú tu preto umiestnené zbytočne (napr. ide iba o obrázok, ktorý neobsahuje žiadny text, no napriek tomu je naň možné kliknúť).

Navrhované riešenie

Z pohľadu analýz a best practices majú vo všeobecnosti slidere veľmi malú mieru preklikovosti. Často ich používatelia ignorujú aj kvôli tomu, že obsahujú nepodstatné a zbytočné informácie. Dnešní používatelia sa už postupom času naučili ignorovať tieto elementy, ktoré pripomínajú reklamu a pohybujú sa. Vo väčšine prípadov je aj napriek nízkej miere preklikovosti najviac klikanou časťou prvý obrázok v rámci slidera. \ \ **Štúdia:**

<https://erikrunyon.com/2013/07/carousel-interaction-stats/> \ Odporúčame namiesto slidera využiť tento priestor pre obrázkový hlavný banner, v rámci ktorého bude obsiahnutý HTML nadpis a informácia, ktorú bude hlavný banner poskytovať bude dôležitá. Zároveň odporúčame, aby v priestore nad ohybom stránky (prvá obazovka) sa nachádzalo primárne tlačidlo (prípadne ďalšie sekundárne tlačidlo) a tak celý banner bol nositeľom dôležitej informácie a odkazoval na podstránku, kde je možné odprezentovať viac informácií.

Zároveň by bolo možné tento priestor personalizovať podľa cookies pre rôzne typy používateľom po tom, čo by sme ich mali zatriedených do jednotlivých používateľských segmentov. V praxi by to mohlo vyzeráť tak, že napr. pre cieľovú skupinu uchádzači o štúdium by v rámci hlavného banneru bola poskytnutá informácia o možnostiach štúdia na univerzite a prostredníctvom

tlačidla "Chcem študovať na STUBE" by sme ich odkazovali by sme ich na podstránku, kde by sme ponúkli ďalšie informácie ohľadom štúdia.

Hierarchia informácií

- V rámci hlavnej stránky a aj podstránok chýba štruktúrovanie informácií. Nenachádzajú sa tu žiadne nadpisy a podnadpisy (H1 – H5), čo je štandard nielen z pohľadu použiteľnosti a prístupnosti, no aj optimalizácie webu pre vyhľadávače.
- Chýbajúce nadpisy sťažujú skenovanie informácií (spôsob čítania informácií na webe prostredníctvom využitia tzv. F a Z patternu a čítania v tzv. sakádach). Takto neštruktúrovaný obsah je oveľa náročnejšie čítať a odniesť si z neho dôležité informácie. Pre zapamätateľnosť textu musí používateľ vynaložiť väčšie úsilie.
- Objekty, ktoré sú rovnaké (napr. karty pre jednotlivé články) by mali byť podľa tzv. Law of Proximity zgrupované do jedného celku a celý blok by mal byť v rámci štruktúry webu pomenovaný (napr. články na domovskej stránke by mali obsahovať nadpis "Aktuality". Tento nadpis by okrem prevzdušnenia stránky zároveň pomáhal používateľovi pochopiť to, čo daný element v rámci stránky znamená a kam sa v rámci štruktúry webu dostane po prekliku).
- Nezmyselné bloky – na domovskej stránke zobrazujeme dva bloky pre aktuality, pričom každý z nich má iné vizuálne zobrazenie, ale podľa hierarchie webu sa dostávame cez dve zobrazenia k rovnakým informáciám.

Call to action elementy

- Web neobsahuje dostatočné množstvo tlačidiel a akčných elementov, ktoré by pomáhali používateľa navigovať v rámci štruktúry. Bolo by potrebné, aby boli v rámci webu vizuálne odlišené tlačidlá prvej, druhej a tretej úrovne a hypertextové odkazy.
- Na mnohých miestach sú využité namiesto tlačidiel hypertextové odkazy, ktoré jednak vizuálne nenavigujú používateľa k akcii a zároveň ani ich text dostatočne neprezentuje danú akciu (napr. odkazy s textom "tu").
- Primárne a sekundárne tlačidlá by mali byť vizuálne výrazné, mali by byť umiestnené prevažne nad zlomom obrazovky a umiestnené tak, aby skenovanie informácií umocnilo navigáciu k danej akcii. Je potrebné

umiestňovať ich tak, aby pri skenovaní webu prostredníctvom F alebo Z patternu boli tlačidlá umiestnené v tzv. červenej zóne (priestor, kde sa zrak používateľov zdrží najväčšie množstvo času).

- Zvýraznenie hypertextových odkazov v texte (mali by obsahovať kompletnú informáciu, aby bolo prepoužívateľa jednoduchšie pochopiť, kam sa po prekliku dostane).

Obsah

- Aby sme zvýšili čitateľnosť a zapamätateľnosť textov, je potrebné text rozdeliť do kratších a výstižných blokov, ktoré bude pre používateľov jednoduchšie preskenovať.
- Je potrebné oddeliť jednotlivé bloky textu podnadpismi a vizuálne oddeliť samostatné sekcie (call to action bloky a iné časti).
- Podstránky typu "Štúdium na univerzite": https://www.stuba.sk/sk/informacie-pre-uchadzacov/studium-na-univerzite.html?page_id=186 obsahujú zbytočne množstvo textov a obsahovo nenavádzajú používateľa k akcii. Odporučili by sme štruktúru týchto podstránok kompletne prepracovať a zjednodušiť cestu používateľa k hľadanej informácii (napr. v prípade uchádzačov o štúdium potrebujeme človeka čo najrýchlejšie dostať na fakultný web, kde nájde študijný program, ktorý chce študovať a vyplní online prihlášku. Túto cestu by sme si vedeli predstaviť napr. takto: v rámci navigácie pre uchádzača o štúdium mať tlačidlo/odkaz: "Chcem študovať na STUBE" → "Na akej fakulte chceš študovať?" = podstránka s rozdelením fakúlt v rámci univerzity → "Nájdí svoj študijný program" = landing page konkrétnej fakulty, na ktorej by boli rozdelené jednotlivé študijné programy a zobrazené ďalšie dôležité informácie o štúdiu na fakulte. Zároveň by sme odtiaľto používateľa mohli posunúť k vyplneniu "Online prihlášky", čím by sme skrátili cestu používateľa ku konverznej akcii a zjednodušili proces prehľadávania webu.
- Sekundárne informácie – napr. detaily študijných programov, informačné listy k prijímačkám, prihláškam a pod. by mali byť v rámci štruktúry webu vyčlenené ako samostatné HTML podstránky alebo PDF súbory, ktoré je možné otvoriť si po kliknutí na odkaz.
- Množstvo menej podstatných informácií by bolo vhodné vnoriť do rozklikávacích elementov (tzv. accordions) a prezentovať ich ako FAQ

sekcie (otázka a odpoveď).

- Dlhé texty je potrebné prevzdušniť väčším riadkovaním (odporúčané je riadkovanie 150 – 175% v závislosti od použitého fonu), čo zvýši čitateľnosť.
- Z hľadiska použiteľnosti je lepšie použiť menej textu s výstižným obsahom a po prekliku na podstránku zobrazíť viac informácií k danej téme. Kratšie texty si prečíta väčšie množstvo ľudí.
- V rámci aktuálneho webu sú často nedostatočne oddelené informácie pre uchádzačov a študentov – napr. na podstránke https://www.stuba.sk/sk/informacie-pre-uchadzacov/studium-na-univerzite/uznavanie-dokladov-o-vzdelani-ziskanych-v-zahranici.html?page_id=5545 po prekliknutí v sidebarovej navigácii na položku "Študenti a uchádzači so špecifickými potrebami" sa dostaneme do sekcie "Študenti" napriek tomu, že sme doteraz prehľadávali obsah pre uchádzačov.
- Breadcrumbs (tzv. drobčková navigácia) nerešpektujú hierarchickú štruktúru stránky. V rámci breadcrumbs nie je zobrazená aktuálna podstránka. V mobilnej verzii by sme odporúčali breadcrumbs použiť ako backlink, ktorým sa budeme vedieť vrátiť o krok späť na predposledný hierarchický level.

Navigácia

- Odporúčame zjednotiť navigáciu jednotlivých fakúlt, aby primárna navigácia obsahovala rovnaké položky, ak to bude možné.
- Mega menu (dropdownové menu) pre položky primárnej navigácie je v aktuálnom riešení otvárané po kliku, odporúčili by sme nastaviť otvorenie menu cez hover state (po nadínení myšou na konkrétnu položku s určitým oneskorením, aby sme predošli nechcenému otváraníu).
- Zlúčiť niektoré položky primárnej a sekundárnej navigácie (položky v rámci jednotlivých dropdownových menu), čím by sme znížili počet položiek primárnej navigácie (ak by bolo možné niektoré časti spojiť, odporúčame využiť Millerovo pravidlo, na základe ktorého by primárna navigácia obsahovala optimálne od 5 – 9 položiek = pravidlo 7 plus/mínus 2, pričom je odporúčané, aby výsledné číslo v ideálnom prípade bolo čo najbližšie k 5tim, čím je podporená funkcia krátkodobej pamäti a zrýchlené kognitívne načítanie, čo vedie k rýchlejšiemu rozhodovaniu. Logicky by sme spojili celky napr. takýmto spôsobom: "Pre študentov", "Pre uchádzačov",

"Absolventi a zamestnanci", "Výskum", "O univerzite" – čím by sme sa dostali na úroveň 5tich položiek a navigáciu by sme podstatne zjednodušili.

- Navigácia v rámci podstránok je v aktuálnom riešení ako sidebarový blok odkazov, pričom z nich nás niektoré odkazy linkujú na samotné podstránky, iné obsahujú ďalšie vnorenie (tu by sme príp. odporučili pridať šipku pre rozkliknutie vnorených položiek) a dokonca niektoré z odkazov sa nám otvárajú v novom okne. Odporučili by sme, aby sa táto sekundárna navigácia zjednodušila a zjednotila sa funkcionality.
- V prípade mobilnej navigácie je primárna navigácia zbalená pod hamburger, čo zbytočne o jeden krok predlžuje cestu k vyhľadávanej informácii. Najväčším problémom je však fakt, že navigácia v rámci podstránok je zbalená pod ďalší hamburger a tak sa dostávame do stavu, kedy v rámci jedného zobrazenia na mobilnom zariadení máme dvakrát hamburger menu. Ako riešenie by sme odporučili zobrazovať primárnu navigáciu ako horizontálne posúvateľné položky (napr. spôsobom ako to rieši Medium vo svojej mobilnej aplikácii). Ďalej by bolo vhodné zjednodušenú verziu navigácie v rámci podstránky zbaliť pod select, kde by bolo možné zároveň vidieť názov podstránky, na ktorej sa v rámci hierarchie aktuálne nachádzame – tu by sme však v rámci zjednodušenej štruktúry sidebarovej navigácie museli zobrazovať iba prvú úroveň odkazov (to by však možno z pohľadu množstva informácií mohlo byť prospešné).

Vizuálny dizajn – odporúčania

- Vizuálny dizajn Webu v aktuálnom stave nie je napriek komplexným a mnohým UX pochybeniam v zlom stave. Každopádne pre dosiahnutie správneho efektu by bolo potrebné dodržiavať jednotný vizuálny štýl na všetkých podstránkach, mať vypracovaný komplexný design system, ktorý bude zohľadňovať rôzne scenáre a potreby tvorcov obsahu a bude možné modulárnym spôsobom vyskladať z blokov nové a ďalšie podstránky.
- Moderný vizuálny dizajn by mal spĺňať tzv. Aesthetic usability effect, kedy aj napriek menšiemu UX pochybeniu nie je používateľ vďaka modernému vizuálnemu dizajnu odradený od ďalších krokov a používania produktu.
- Design system – je potrebné mať vytvorený komplexný design system, ktorý zohľadňuje UX guidelines, prístupnosť a použiteľnosť a rešpektuje na

druhej strane vizuálnu identitu subjektu a na základe ktorého budú tvorcovia obsahu môcť modulárnym spôsobom vyskladať nové a funkčné podstránky.