

E-poe uuring

Disaineritele

1. Fookusgrupp

3 rõivadisainerit, laseme lihtsalt rääkida, mida nad tahaksid näha.

2. Grupp

Ülesanne 1 "Otsid poodi, kus oma tooteid müüa ja leiad Google'ist HOPP disainipoe"

Ülesanne 2 "Leia viis, kuidas müüa oma tooteid"

(3 disainerit)

Disainiteadlikud kliendid

1. Kas suudavad antud teekonda läbida?

Juhuslikud kliendid / tavainimesed ("kolajad")

1. Grupp

Laseme lihtsalt kolada (kas kolajad üldse klikivad Meist lehe lahti)(umbes 3 inimest)

2. Grupp

Kas suudavad antud teekonda läbida? (9)

(Vajadusel A/B testid ja üldiste küsimustega küsitlus)

Probleemid / küsimused

E-poe lehel "laadi rohkem" osa - leht läheb pikemaks või uuele lehele

Meie arvasime:

Disainerite slider - kas klikib brändi kastile või klikib nuppu "tutvu disaineritega"

Meie arvasime:

Kas uudiste plokil nupp "Liigu e-poodi" on vajalik

Kas nad saavad piisavalt infot kätte, kas tahavad rohkem fotosid? (Kas said kogu info kätte?) - disainiteadlikud vs juhuslikud kliendid

Kuidas inimesed esilehel olevat e-poe nuppu mõistavad

Mis teed pidi liiguvad inimesed e-poodi

Disainerite lehel on liiga palju klikke, testime kahte erinevat varianti

Ülesanded:

Näed disainipoe Hopp reklaami ja et tulemas on huvitav sündmus. Mis edasi teed? (Eraldi sotsiaalmeedia reklaami mockup, nupp "Loe rohkem meie kodulehelt")

Otsid poodi, kus oma tooteid müüa ja leiad Google'ist HOPP disainipoe.

Sul on plaan osta VÄGA kallis toode ja sinu eelarve on 2000 eurot - vaatame, kas inimesed teevad taustauuringut enne ostu ehk liiguvad Meist lehele

Mõtted:

Võiks olla poest ka fotod

Kui on palju küsimusi, siis jagame testitavate vahel need ära?

Kuu tegija logo? esilehe bannerile

Lua kaks disaineri tutvustuse lehte "Modern Era" ja "..."

Ostukorvi lisamisega on ette antud eraldi task, kus on välja toodud, mida üldse saab ostukorvi lisada

Muudatused:

Tõstsimme uudiskirja ploki Meist lehelt Uudised lehele. Seeläbi eeldame, et organisatsioon saab endale rohkem uudiskirjaga liitujaid.

Lisasime punkti, et esi banneri foto peab olema kikatav sest inimesed on harjunud pildile klikates kuhugi jõudma.

Kuutegija lehel muutsime pildid interaktiivseks - peale klikates viib toote ostulehele

Avastasime, et kuudisaineri lehel on toodete all nupp "Tutvu lähemalt", mis viib disainerit tutvustavale lehele. Seda võib kergesti eksitada tootega lähemalt tutvumisega.

Proovisime, kas sobiks brändide/disainerite lehel võiks sobida panna ikoonid või pildid. Valisime ikka png pildiga, üleval brändi nimi

E-POE AVALEHT

kas meil on mingi loogika toodete kohta? Peaks olema pealkiri, et mis loogika on esilehel

- a) Iga disaineri 1 toode
- b) Uued tooted
- c) Kõik tooted läbisegi
- d) Ainult hooaja tooted
- e) Kampaniatooted - nt jõuluteemalised tooted
- f) Iga brändi esiletõstetud toode

Küsimus disaineritele: millist toodet tema tahab, et esilehel välja toodeks nt tõmbenumber või mingi väga hea toode, mida soovib esitleda

Esimene probleem: kas e-poe esilehe tooted peaksid olema mingis loogikas= me ei tea, kas tooted peaksid olema mingis hierarhias või loogikas või seotud nt uuemad ees jne või bestsellerid

Teine probleem: leht peab olema suht staatiline, et poleks halduril liigselt tööd nt korra kvartalis muudetav vms

Et vaja teha lehe haldamise juhend

Küsimus testijale: kas peaks olema loogiline

Küsimus kasutajale: mis peaks olema esilehel välja toodud? Mida tema seal näha tahaks -nt uued tooted, märgistusi tooted jne

Filtrid:

1. Puudub võimalus toodete hulka lehel valida - Nupp "uuemad ennem", seal võiks olla ka võimalus valida, mitu toodet lehel näitab
2. Brändid. Disaineri alfabeetilises järjekorras - PROBLEEM: kuidas seda rõhutada, et kasutaja paremini aru saaks.
3. Filtrite juures tuleks panna juurde NB! PANE TÄHELE! Kirjas, et igasugune lisainfo on kirjas ida disaineri toodete lehel olemas -ehk et on **PROBLEEM:** ei ole filtrites palju võimalusi filtreerida suuruse, värvi vms. **LAHENDUS:** Meie pakume välja, et võiks olla, et oleks selline lisakastike.
4. Kas ülamenüüs võiks olla. PROBLEEM: LAHENDUS: teistmoodi kirja panna - **disainerid soovivad või disainipood HOPP soovib** - testida, kas üldse vaja . KAS ON VAJALIK- LAHENDUS: ikooniga esitleda - uus toode, uus tulija
5. Rohelised tooted - eraldi paremal valikus olemas
6. Nupul UUEMAD ENNE peab olema teine nimi, sealt tulevad valikud: Kas uuemad ennem? (see peab olema sünkroonis toote enda lehega, kus on juures silt UUS); roheline jalajäljega; 100% käsitsi valmistatud.

MEIE MÕTE, et filtrite kast võiks olla võimalikult puhas ja selge

Kas filtrid võiksid olla:

- a) Staatiliselt vasakus servas kogu aeg lahti
- b) Hüppab välja, kui hiirega lähed peale tähistatud ala
- c) Klikatav nupp hästi sõnastatud - vilkuv vms. lisa sõnastusega

TOOTE LEHT

- 1) Tooteinfo peab olema lahti klikatav
 - a) Värv jääb
 - b) Suurused ei pane, pigem nool mingi tekstiga nt oversize. Ehk et vajalik koht, kuhu tuleb ainult selle toote kohta info
 - c) Tuleks teha vasakmenüü, kust erinevatel vahelehtedel on valikud:
 - i) Disainer
 - ii) Värvivalikud
 - iii) Disain
 - iv) Hooldusjuhend
 - v) Suurus - sinna panna juurde manual disaineritel: mõõdutabel vms

Hierarhia: toode, disaininerilt, siis saab ka tootele klikates see viib ka sinna, kust seda osta.

Kui toodet pole rohkem, siis peab tulema kena silt, et toodet pole rohkem ning võta ühendust disaineriga.

PROBLEEM: Toote kohta on liiga vähe infot.

- a) Suuruste ja mõõdud silt, mis selle all olema peaks?