

Bilag 4

Beskrivelse af test og målinger af kvalitet (front end)

1. Kvalitetsmålene

Kunden ønsker, at websitet skal opfylde følgende kvaliteter, som vi kort uddyber vores tilgang til.

- Sjovt og originalt

Disse kvaliteter er rettet mod den vigtigste målgruppe nemlig børnene. Vores tilgang er, at det er muligt at teste kvaliteten "sjovt" mere direkte gennem spørgsmål og observationer af respons på design og beta version, mens "originalt" vil blive fortolket som spændende/anderledes - også i forhold til andre sites, børnene bruger. Kvaliteterne vil blive testet både kvalitativt og kvantitativt via online spørgeskema gennem hele testforløbet (se skema).

- Stimulerer aktivitet og nysgerrighed

Disse kvaliteter er også rettet mod børnene. Vores tilgang er, at kvaliteterne både kan testes via målgruppens udtrykte lyst til at opleve mere og browse, som det kommer frem under designtest og brugertest af beta version. Og det vil blive målt gennem statistik over konkret aktivitet og interaktivitet på beta version og umiddelbart inden drift

- Udfordrende

Denne kvalitet mener vi, at bibliotekspersonale skal vurdere fagligt gennem et enkelt spørgeskema, som sendes ud ved lancering af beta version. Deltagerne vil blive bedt om at besvare en række spørgsmål om deres faglige vurdering af sitet i forhold til målgruppen.

- Trygt

Denne kvalitet er rettet mod forældre til børn i målgruppen. Kvaliteten vil bl.a. blive målt ud fra deres lyst til, at deres børn bruger sitet, og vil blive testet gennem online spørgeskema.

2. Metodiske og testmæssige overvejelser

2.1. Børnemålgruppen og kvalitative test

Der er meget store forskelle på en 8 og en 12 årig. Derfor opdeler vi målgruppen i 8-10 årige og 11-12 årige drenge og piger. Desuden skelner vi mellem børn, der bor i en mindre by ("land"), og børn der bor i storbyområde ("by"). Dette gør vi ud fra den betragtning, at der kan være forskel i brug af internettet og forhold til biblioteker som konsekvens af fx afstand til nærmeste bibliotek og udbud af øvrige fritidsmuligheder. Hvis designtesten (Test 1) viser, at land/by-dimensionen har betydning vil differentieringen evt. blive anvendt i brugertest og online spørgetest.

Rekruttering af børn til de kvalitative test vil ske gennem netværk (enten direkte gennem familier eller gennem skole/fritidshjem) og med forældrenes samtykke. Gennemførelse vil foregå privat hos børnene, alternativt på fx et fritidshjem i et selvstændigt lokale med brug af udarbejdet testmateriale. De kvalitative test vil blive gennemført af en konsulentvirksomhed specialiseret i kvalitative undersøgelser.

Resultaterne af de kvalitative test vil danne delvis grundlag for spørgsmål til online spørgetesten, som således vil kunne verificere konklusioner kvantitativt.

2.2. Online spørgeundersøgelse med børn og forældre

Vi anbefaler at gennemføre en online spørgeundersøgelse med både børnemålgruppen (brugerne) og forældre (til brugerne). Undersøgelsen gennemføres som midtvejstest og inden overdragelse.

Testpersoner rekrutteres gennem en pop-up, som kommer frem på forsiden i testperioden, evt. med en figur der fortæller, at børnene skal hente deres forældre. Forældrene er således med til at godkende og aktivere undersøgelsen, hvilket skal opfylde standard for, at børn under 14 år skal have forældrenes samtykke for at deltage i testen. De yngste børn vil samtidig have brug for assistance fra forældrene til at besvare spørgsmålene, mens de ældste børn kan gennemføre selvstændigt.

Screeningskrav til forældre bliver, at de har børn i målgruppen, og børnene skal være inden for den aldersmæssige målgruppe med en spredning på drenge og piger.

2.3. Børnemålgruppen og udfaldskategorier

Typiske skriftlige udfaldskategorier og svarmuligheder anvendt i test for voksne vil ikke være velegnede til brug for børn. Derfor anbefaler vi at bruge såkaldte "emojicons" (ikonografiske ansigtsudtryk kendt fra smileys bl.a. brugt i sms'er) som udfaldskategorier suppleret med en simpel tekstforklaring, der taler til børnenes emotionelle reaktion (fx "Meget begejstret", "Rigtig sjovt").

Der vil være 5 kategorier: 2 negative, 1 neutral, 2 positive. Acceptkriteriet i børnenes webpanel er, at min. 75 % af alle besvarelser er inden for de 2 positive kategorier.

I materialet vedrørende test er angivet et mål om et positivt (= inden for de to bedste udfaldskategorier) acceptkriterie på 75%. Det må understreges, at dette mål må gælde for den endelige udformning af sitet, da testforløbet netop er lagt an på at fungere som en iterativ proces, hvor både sitet som sådan og den konkrete udformning af tests kan - og skal - revideres undervejs. Hertil kommer, at der må tages forbehold for at der udvikles en valid metode til kvalitetsvurdering, som giver mening for børn inden for målgruppen. Dette tages der højde for ved allerede i de indledende tests at arbejde med vurdering ved hjælp af ikoner (smileys) mm.

Ikonerne vil blive anvendt i den indledende kvalitative designtest (Test 1, se skema) og kan på den baggrund tilrettes efter behov inden anvendelse i online testen. Udfaldskategorierne godkendes af kunden.

3. Testforløb

TEST OG TID	METODE	MÅLGRUPPER OG OMFANG	KVALITETSMÅL
TEST 1: DESIGN Primo juni 2009	A. Kvalitativ designtest Parinterview i grupper á 2 med individuelle kortsorterings- og navigations-opgaver ud fra designkort og visuelt webunivers. Varighed ca. 45 min. Deltagerne kan parvis være venner for at skabe en tryk stemning. Eks på øvelser: "Hvad har du allermest lyst til at se mere på?" "Hvor tror du, du kan finde en film om xx?" "Hvad ser sjovt ud?" Sortere designkort efter hvad der ser spændende/sjovt ud. Brug af kort med "emoticons" for at teste anvendelse og forståelse.	A. Børnemålgruppen * 8 drenge/piger 8-10 år 2 d og 2 p "land" 2 d og 2 p "by" * 8 drenge/piger 11-12 år 2 d og 2 p "land" 2 d og 2 p "by"	A. Kvalitetsmål * Sjovt og originalt (subjektiv oplevelse og oplevet værdi) * Stimulerer aktivitet og nysgerrighed (lyst til at opleve mere, lyst til at klikke og browse) Desuden test af dele af arkitektur, navigation, menupunkter og links.
TEST 2: BETA Januar-februar 2010	A. Kvalitativ brugertest Brugertest af beta udarbejdet som en "tænke højt"-øvelse, hvor deltagerne får forskellige opgaver, de skal løse på sitet og samtidig svare på spørgsmål om det, de oplever og vælger. Varighed ca. 45 min. Eks på øvelser: "Hvor vil du klikke først?"	A. Børnemålgruppen * 4 drenge/piger 8-10 år * 4 drenge/piger 11-12 år Evt. udvidet deltagergruppe, hvis designtesten indikerer betydning af land/by-dimensionen	A. Kvalitetsmål * Sjovt og originalt (subjektiv oplevelse og oplevet værdi) * Stimulerer aktivitet og nysgerrighed (lyst til at opleve mere, lyst til at klikke og browse) Desuden test af arkitektur, navigation, menupunkter, funktionalitet, tema mm.

	<p>"Hvad tror du, du finder her?" "Hvordan vil du finde noget om xx?" "Hvorfor lige det?"</p> <p>B. Test med online spørgeskema Elektronisk spørgeskema delvist udviklet på baggrund af brugertesten. Aktiveres via en pop-up. Acceptkriterier er min. 75 % af besvarelser i de to bedste kategorier. Godkendes af kunden.</p> <p>Eks på spørgsmål vedr. tryghed: "I hvor høj grad vil du opfordre dit barn til at bruge sitet igen?" "Hvad er din indstilling til, at dit barn bruger sitet?"</p> <p>C. Feedback fra bibliotekspersonale Copenhagen Bombay sender spørgeskema og mail til biblioteker i hele landet.</p> <hr/>	<p>B. Børn og forældre B1. 50 børn i målgruppen (vil være brugere af sitet) B2. 50 forældre med børn i målgruppen.</p> <p>C. Biblioteker i hele landet</p>	<p>B. Kvalitetsmål B1. * Sjovt og originalt * Stimulerer aktivitet og nysgerrighed * Relation til biblioteker og DR's børnekanal B2. * Tryghed ved siden * Oplevelse af afsender</p> <p>C. Kvalitetsmål * Udfordrende og anvendeligt for børnene</p>
--	--	--	--

<p>TEST 3: MIDTVEJSTEST Juni 2010</p>	<p>A. Test med online spørgeskema</p> <p><i>Samme setup som ved Beta, mindre justeringer på baggrund af beta og videreudviklet/nyt indhold.</i></p> <p>B. Statistik over aktivitet og interaktivitet</p>	<p>A. Børn og forældre</p> <p>B1. 100 børn i målgruppen (vil være brugere af sitet) B2. 100 forældre med børn i målgruppen</p> <hr/> <p>B. Brugere af sitet</p>	<p>A. Kvalitetsmål</p> <p><i>Samme som ved Beta</i></p> <p>B. Kvalitetsmål</p> <ul style="list-style-type: none"> * Stimulerer aktivitet og nysgerrighed * Opfyldelse af kvantitative mål for brugere, aktivitet og interaktivitet
<p>TEST 4: TEST INDEN OVERDRAGELSE November 2010</p>	<p>A. Test med online spørgeskema</p> <p><i>Samme setup som ved Beta, mindre justeringer på baggrund af Test 3 og videreudviklet/nyt indhold.</i></p> <p>B. Statistik over aktivitet og interaktivitet</p>	<p>A. Børn og forældre</p> <p>B1. 150 børn i målgruppen (vil være brugere af sitet) B2. 150 forældre med børn i målgruppen</p> <hr/> <p>B. Brugere af sitet</p>	<p>A. Kvalitetsmål</p> <p><i>Samme som ved Beta</i></p> <p>B. Kvalitetsmål</p> <ul style="list-style-type: none"> * Stimulerer aktivitet og nysgerrighed * Opfyldelse af fastsatte kvantitative mål for brugere, aktivitet og interaktivitet.

Testforløbet er bygget op omkring 4 testmoduler. Det enkelte modul består af en eller flere testelementer, som tilsammen skal opfylde kravene om måling og behovet for både kvantitative og kvalitative testresultater.

4. Afrapportering

Efter hvert testmodul udarbejdes en skriftlig opsummering af resultater og konklusioner samt anbefalinger til evt. justering af sitet. Copenhagen Bombay distribuerer materialet til kunden.