

Eerste hulp bij ...

TESTINGS EN PRODUCTEVALUATIES



Inhoud

Wat is een productevaluatie of testing?	2
Welke methode kies ik?.....	3
Welke vragen stel ik?.....	5
Bij wie voor ik de testing/productevaluatie uit?	7

Wat is een productevaluatie of testing?

In zowel een productevaluatie als een testing ga je toekomstige gebruikers bevragen over de **tevredenheid over je product** (vb. een folder, vorming, spel, test, handleiding,...). Dat kan zowel over:

- Tevredenheid over de **inhoud** van een product
- Tevredenheid over de **vorm** van het product
- Tevredenheid over de **organisatorische aspecten** van het product

Zowel een productevaluatie als een testing staan **los van de pilootevaluatie**. Het hoofddoel van een pilootevaluatie is te weten komen of je methodiek (in zijn geheel) effectief is, met een productevaluatie/testing focus je op tevredenheid.

Maar wat is het verschil dan? Wel, het verschil zit in de mate dat je product al finaal is of niet.

- Een testing doe je tijdens de **ontwikkeling van je product** om tot een finaal product te komen (vb. een affiche die je aftoetst bij de einddoelgroep voordat je die 1000 keer laat drukken).
 - Bij een testing leg je dus steeds **onafgewerkte producten** (= prototypes) voor. Deze kunnen in meer (figuur 2) of mindere (figuur 1) mate uitgewerkt zijn.
 - Dit is een meer **continu** proces: als je na een eerste testing slechts kleine aanpassingen hoeft te doen, dan volstaat een eenmalige testing. Krijg je net heel veel feedback om te verwerken, dan leg je je product best nog een keertje voor aan (andere) toekomstige gebruikers. Dit proces kan je herhalen tot je slechts beperkte feedback meer krijgt.
- Een productevaluatie doe je bij **finale producten** die je wilt aanpassen na een bepaalde tijd (vb. een website waarvan op je planning staat om die te herwerken).
 - Een productevaluatie is in sé **eenmalig**.

Figuur 1: voorbeeld prototype van dienstverlening (links) en website (rechts)



Figuur 2: affiche voor en na testing (via online bevraging + afstemming met stakeholders)



Welke methode kies ik?

Voor een testing (T) of productevaluatie (PE) kunnen **verschillende methodes** gebruikt worden. Ook **combinaties** van methodes zijn mogelijk.

Methode	Wat?	Geschikt voor	
		T	PE
<u>Focusgroep</u>	Je brengt een groep van toekomstige gebruikers samen en laat hen discussiëren over je product. Het grote voordeel van een focusgroep is dat je de individuele mening wegwerkt doordat verschillende mensen met elkaar in discussie kunnen gaan. De subjectiviteit wordt dus verminderd.	x	x
<u>Interview</u> (face-to-face of telefonisch)	Je gaat individuele gebruikers in een 1-op-1-gesprek bevragen over je product. In dit geval bevrage je best wel verschillende personen zodat de mening van 1 persoon (over bvb. kleuren en lay-out die wel heel persoonlijk zijn) niet al je aanpassingen stuurt.	x	x
<u>Observatie</u>	Je observeert terwijl de gebruikers met het product aan de slag gaan. Je kan ervoor kiezen om zelf mee te doen (participerende observatie) of om je afzijdig te houden en enkel te observeren.	x	x

Vragenlijst (schriftelijk of online)	Je stelt toekomstige gebruikers vragen via een vragenlijst. Dit kan je zowel schriftelijk als online doen. Probeer ook te variëren met open en gesloten vragen zodat je voldoende informatie krijgt en gemakkelijk weet wat je moet aanpassen.	x	x
Statistieken van een website, sociale media of nieuwsbrief	Bij een productevaluatie van een website, sociale media of nieuwsbrief kan je de communicatie-expert in jouw organisatie betrekken. Vraag wat zij kunnen te weten komen via bvb. Google Analytics of de statistieken achter een facebookpagina of nieuwsbrief. Let op: vaak krijg je hier cijfers, maar moet je nog meer doorvragen om te weten te komen wat je moet aanpassen of niet.		x
Tree Jack	Voor de evaluatie van websites kan je ook gebruik maken van Tree Jack: een betalende software waarbij de structuur van een website onder de loep wordt genomen.		x
Thinking out loud	<i>Deze methode is een specifieke methode die bruikbaar is in een focusgroep, interview of observatie. Toekomstige gebruikers gaan aan de slag met de materialen en vertellen luidop alles waaraan ze denken terwijl ze het product voor de eerste keer gebruiken.</i>	x	x

Welke methode je kiest hangt af van de output die je wil:

- Wil je met minder tijdsinvestering **veel, maar minder diepgaande input** verzamelen, kies dan voor *kwantitatieve methodes* zoals de vragenlijst (online of schriftelijk) of de statistieken.
- Wil je van een **beperkt aantal respondenten meer in detail** horen welke aanpassingen je moet doen en waarom, kies dan voor *kwalitatieve methodes* zoals de focusgroep, het interview of de observatie.

Tip: Algemeen raden we aan bij een testing (wanneer je product nog niet finaal is) om kwalitatief te werken, dat levert je het meeste inzicht op. Bij een productevaluatie (van een bestaand product) kun je gebruikers eerst kwantitatief bevragen en na een eerste dataverzameling kiezen om verder kwalitatieve data te verzamelen om je aanpassingen finaal te maken.

Welke vragen stel ik?

Hieronder geven we je enkele voorbeelden mee van vragen die je kan stellen. Echter, de vragen die gesteld kunnen worden, zijn altijd aangepast aan het product dat je gaat evalueren. Daarom verwijzen we je ook graag door naar verscheidene voorbeelden van vragenlijsten, waar je nog meer inspiratie kan opdoen.

Vragen over INHOUD	Enkele voorbeelden (meer voorbeelden hier (enkel intern))
Duidelijkheid	<ul style="list-style-type: none"> - Wat is volgens jou de centrale boodschap van de tekst? - Hoe duidelijk vind je deze tekst op een schaal van helemaal niet duidelijk (1) tot heel duidelijk (5)?
Aangepast aan doelpubliek	<ul style="list-style-type: none"> - Klinken de woorden die gebruikt worden je bekend in de oren? Welke zaken zou je anders verwoorden? - Duid aan op een schaal van 1 (helemaal niet) tot 4 (helemaal wel): de teksten spreken mij aan.
Boeiend	<ul style="list-style-type: none"> - Als je denkt aan dit thema, welk aspect vind je boeiend om meer over te weten te komen? - Hoe interessant vindt u de brochure op een schaal van 1 (helemaal niet interessant) tot 10 (heel interessant)?
Bruikbaar	<ul style="list-style-type: none"> - Bevat de website voldoende bruikbare informatie voor uw werk? Wat vind je bruikbaar en wat minder? - Duid aan op een schaal van 1 (neen, zeker niet) tot 4 (ja, inderdaad): ik heb zin hiermee aan de slag te gaan.
...	

Vragen over VORM	Enkele voorbeelden (meer voorbeelden hier (enkel intern))
Lay-out	<ul style="list-style-type: none"> - Ik vind de brochure overzichtelijk en duidelijk gestructureerd: duid aan in welke mate dat je akkoord bent op een schaal van (1) helemaal niet akkoord, (4) helemaal akkoord. - Wat vind je van de kleuren en het lettertype van de website?

Aandachtstrekker	<ul style="list-style-type: none"> - Wat is het eerste dat je ziet als je naar de poster kijkt? (verschillende opties aangeven of open antwoord) - Welke poster heb je al zien hangen op je school? En hoe komt dit, wat viel je eraan op?
Illustraties	<ul style="list-style-type: none"> - Duid aan (op een schaal van (1) helemaal niet eens tot (7) helemaal eens) in welke mate je het eens bent met volgende uitspraak: ik vind de tekeningen op de website mooi. - Als je deze afbeelding ziet, wat zijn dan de eerste dingen die in je opkomen?
Juiste drager	<ul style="list-style-type: none"> - Als je deze inhoud leest, wat lijkt je dan de beste manier om die informatie over te brengen? (a) boek (b) folder (c) website (d) app (e) andere nl.... - Via welke drager (vb. banner, sticker in de agenda, ...) zouden we zoveel mogelijk leerlingen en hun ouders kunnen bereiken met onze boodschap?
Gebruiks-vriendelijkheid	<ul style="list-style-type: none"> - Vind je gemakkelijk de weg in de website? - Welke score zou je geven op de gemakkelikhed van gebruik van het materiaal? (1: moeilijk, 10: gemakkelijk)
...	

Vragen over ORGANISATORISCHE ASPECTEN	Enkele voorbeelden (meer voorbeelden <u>hier (enkel intern)</u>)
Inschrijvings-modaliteiten	<ul style="list-style-type: none"> - De inschrijving via de website verliep vlot. Duid aan op een schaal van 1 (helemaal niet akkoord) tot 10 (helemaal akkoord). - Hoe verliep het inschrijven voor jou? Waar had je nog moeilijkheden mee?
Kostprijs	<ul style="list-style-type: none"> - Wat is volgens jou een aanvaardbare prijs voor dit product? Hoeveel zou jij maximaal willen betalen? - Duid aan in welke mate je akkoord bent met volgende uitspraak (op een schaal van 1 (helemaal niet akkoord) tot

	5 (helemaal akkoord)): ik vind de prijs (€5) voor de handleiding te veel.
Tijdsduur	<ul style="list-style-type: none"> - Hoe lang heb je nodig gehad om het spel uit te voeren? - Wat is voor jou de maximaal aanvaardbare tijd om de vorming voor te bereiden? A) minder dan 1 uur, B) minder dan 2uur C) minder dan 3 uur
...	

Bij wie voor ik de testing/productevaluatie uit?

Bij een **selecte groep van (toekomstige) gebruikers**.

Poog steeds om **zoveel mogelijk representatief** te zijn. In een testing of productevaluatie hoeft dit **niet 100%** een weerspiegeling te zijn van alle (toekomstige) gebruikers. Het belangrijkste is dat je nadenkt over welke groepen een verschillende mening zouden kunnen hebben (vb. jongeren uit de 1^e graad en jongeren uit de 3^e graad). Probeer dan zoveel mogelijk te variëren in de personen die je bevroegt. Als je toch een bepaalde groep niet bevroegt, hou hier dan rekening mee wanneer je conclusies trekt.