UX CASE STUDY BARVY NA DŘEVO

Zpracovala: Andrea Schnapková

Předmět výzkumu: Redesign e-shopu Barvy na dřevo (https://www.barvy-na-drevo.cz/)
Typ výzkumu: Kombinace kvantitativního a kvalitativního výzkumu
Užité metody: datová analýza z Google Analytics, hloubkové rozhovory, User profile

Výzkumné metody

Google Analytics
Na základě vyhodnocení dat byla detekována cílová skupina zákazníků navštěvujících web a bylo analyzováno jejich chování a pohyb na webu

Strukturovaný rozhovor
S participanty byla provedena série hloubkových rozhovorů, které se soustředily na škálu témat obecného charakteru týkajících se jejich vztahu k práci s barvami, jejich zkušenosti s nákupem barev v kamenné prodejně nebo na internetu. Zaměřovaly se také na konkrétní uživatelskou zkušenost s redesignovaným e-shopem, aby odhalily jeho současné nedostatky a otevřely prostor nad možným vylepšením. S každým z participantů byl veden rozhovor dlouhý cca. 30 min, který vycházel z předem nadefinovaných otevřených otázek.

Profil nakupujícího
Na základě analýzy GA a hloubkových rozhovorů byl definován uživatelský profil.

1º Hypotézy

1. Vlivem pandemie jsou lidé spíše ochotní nakupovat on-line

2. Hlavní motivací k nákupu je vedle ceny především kvalita produktu

3. Při nákupu jsou pro zákazníka klíčové základní informace v detailu produktu. Při nákupu jsou pro zákazníka klíčové základní informace v detailu produktu.

4. Při vyhledávání produktu zákazník prochází přes navigační menu do detailu produktu.

5. Zákazníka zajímají také praktické rady a doporučení při výběru barvy.

2º Charakteristika participantů

1. Participant: muž, 52 let. Vlastní rodinný dům, barvy na dřevo nakupuje jednou ročně za účelem pravidelné údržby domu.

2. Participant: muž, 39 let. koupil novostavbu a potřebuje natřít novou terasu. V barvách na dřevo se neorientuje. Kvůli financím si některé práce na domě dodělává sám.

3. Participant: žena, 33 let. Renovuje si terasu a v rámci toho potřebuje ošetřit zahradní nábytek. Ráda si nechá doporučit barvu a poradit s aplikací.

4. Participant: muž, 60 let, vášnivý chatař a kutil. V rámci každoroční údržby chaty, přístřešku pro auto a zahradního dřevěného nábytku nakupuje pravidelně barvy na dřevo a v nabídce se dobře orientuje.

5. Participant: žena, 45 let, má ráda starožitný nábytek a zajíma se o jeho renovaci

3º Scénář rozhovorů

1. Icebreaking
zahrnuje jednoduché osobní otázky, které pomohou navázat rozhovor a uvolnit atmosféru. Např. Pracujete rád/a se dřevem? Je to váš koníček nebo jen nutná činnost?

2. Otázky vztahující se k nákupu a vlastní zkušenosti s barvami na dřevo
Nakupujete barvy raději v kamenné prodejně nebo online? Je pro vás při nákupu důležitá osoba, která vám poradí a pomůže s výběrem? Jaké parametry při výběru produktu jsou pro vás důležité?

3. Otázky vztahující se k aktuální podobě e-shopu Barvy na dřevo
Jak na vás působí úvodní strana webu, je pro vás přehledná? Oridentujete se dobře v kategorii produktů? Najdete rychle, co potřebujete? Jsou pro vás jednotlivé kategorie srozumitelné?