

Verkkokauppa.com voitti käytettävyyssvertailun

18.9.2006 13:43 — Tuomas Karvonen

Adage ja TNS Gallup selvittivät kahdeksan suomalaisen verkkokaupan käytettävyyttä ja asiakaskokemusta Online Shops and Usability 2006 -vertailututkimuksessa. Vertailun voittajaksi selviytyi Verkkokauppa.com.

Myös NetAnttila ja Finnkino pärjäsivät hyvin vertailussa. Muut osallistuneet palvelut olivat Ellos, HobbyHall, Ifi, Lippupalvelu ja Veikkaus. Tutkimuksen tuloksena saatiin yleisindeksi, joka asettaa verkkokaupat järjestykseen käytettävyyden suhteen. - Verkkokaupassa asiakaskokemus on äärimmäisen kriittinen tekijä, sillä tyytymätön asiakas on vain klikkauksen päässä kilpailijoista. Yksi keskeisin tyytymättömyyttä aiheuttava tekijä on huono käytettävyys. Käytettävyyteen panostaminen näkyikin selkeästi verkkokaupan tuottavuudessa, toteaa [Adagen](#) tutkimusjohtaja **Raino Vastamäki** tiedotteessa. **Lotto tuotti päänvaivaa** Vaikka Verkkokauppa.com olikin yleisesti käytettävyydeltään paras, niin sen ulkoasua pidettiin sekavana. NetAnttilan kesken tutkimusten uudistunut verkkokauppa nousi vertailun kakkoseksi ja kaupoista helppokäyttöisimmäksi, vaikka sen hitaus aiheuttikin aika ajoin ongelmia. Finnkinon palvelua pidettiin ulkoasultaan parhaana, mutta samalla ostoprosessi aiheutti jonkin verran ongelmia. Tehokkaimmaksi palveluksi nousi Ifi.fi, jonka tuotevalikoima oli myös samalla suppeampi kuin muilla verkkokaupoilla. Ifi.fi on tutkimuksen tekohetken jälkeen muuttanut verkkokauppansa käyttöliittymän. Veikkauksen palvelua pidettiin miellyttävänä ja selkeänä, vaikka yleisimmän pelin, loton, pelaaminen tuottikin päänvaivaa. Hankalina käyttää koettiin sen sijaan HobbyHall ja Lippupalvelu, tosin molemmat pärjäsivät vastaavasti ulkoasullaan. Elloksen ostoprosessi aiheutti käyttäjille vaikeuksia, vaikka ulkoasua kehuttiinkin raikkaaksi. **Silmänliikkeitä seurattiin** Käytettävyyden yleisindeksi koottiin viidestä alaindeksistä (helppokäyttöisyys, käytön miellyttävyys, tehokkuus, ulkoasu ja palvelevuus), joita mitattiin sekä käyttäjien kanssa tehtyjen käytettävyydestien, käyttäjähaastattelujen, käyttäjäkyselyjen että käytettävyyden asiantuntija-arviointien avulla. Tutkimukseen sisältyy indeksien ja niiden selitysten lisäksi kuvaukset kunkin verkkokaupan hyvistä ja kehitystä vaativista puolista, käyttäjäkommentteja sekä silmänliikekuviin perustuvaa tietoa käyttäjien toiminnasta verkkokauppojen etusivuilta.

Menetelmällisesti tutkimuksessa on yhdistetty 24 käyttäjän määrälliset ja laadulliset testit ja haastattelut sekä noin tuhannen vastaajan kyselytutkimus. Adage on käytettävyystudkimukseen ja käyttöliittymäsuunnitteluun erikoistunut suomalainen yritys. Tutkimusyritys TNS Gallup on puolestaan osa kansainvälistä TNS-konsernia, joka on suuri kyselytutkimuksiin perustuvan markkinainformaation tuottaja.

<http://www.digitoday.fi/viihde/2006/09/18/verkkokauppa-com-voitti-kaytettavyysvertailun/200612458/66>