



**Vestlandsforskning**

Boks 163, 6851 Sogndal

Tlf. 57 67 61 50

Internett: [www.vestforsk.no](http://www.vestforsk.no)

**VF-notat 8/2005**



## **Kva meiner turistane om kart og onlinebooking?**

Brukarundersøking for  
Sognefjord.no og hotellnettstader

Øyvind Heimset Larsen  
og Svein Ølnes

# VF Notat

<b>Tittel</b> Kva meiner turistane om kart og onlinebooking? Brukarundersøking 2005 for Sognefjord.no	<b>Notatnummer</b> 8/2005
	<b>Dato</b> 31.12.2005
	<b>Gradering</b> Open
<b>Prosjekttittel</b> BIT Reiseliv Sogn - IKT-innovasjon Reiseliv Sogn	<b>Tal sider</b>
	<b>Prosjektnr</b> 5264
<b>Forskarar</b> Øyvind Heimset Larsen og Svein Ølnes	<b>Prosjektansvarleg</b> Ivar Petter Grøtte
<b>Oppdragsgivar</b> Hotellgruppa i Sogn	<b>Emneord</b> Brukarundersøking
<b>Samandrag</b> Notat oppsummerar resultat frå brukartesting og brukarundersøkingingar knytt til portalen <i>Sognefjord.no</i> og einskilde hotelløysingar. Intervjua og brukartestane er gjennomført saman med hotella i Hotellgruppa i Sogn og turistinformasjonane i området. Totalt har det vore gjennomført 41 spørjeskjemaintervju og brukartestar for kart, kartintegrasjon og bookingløysingar.  Testinga i 2005 konsentrerte seg om nye område med meir utfordrande tekniske løysingar enn i 2004. Sjølv om brukarane klart uttrykkjer begeistring for design og det rimeleg fyldige innhaldet, er det også klare tilbakemeldingar om behov for å vidareutvikle og optimalisere fleire funksjonar. Kartmodulen er velkommen, men treng forenkling. Brukarane vil gjerne ha digitale kartløysingar, men meistarar ikkje heilt bruken. Testane av bookingløysingar viser at testarane ønskjer eit utval ulike tenester. Bookingløysingane må dekke behova hjå sommarturistar som er ei særskilt viktig målgruppe i Sogn.	
<b>Andre publikasjonar frå prosjektet</b> VF-rapport 14/2003: Hotellgruppa i Sogn på Internett – kartlegging av status og behov VF-rapport 1/2004: BIT Reiseliv Nett-test – Kvalitetsindikatorar for reiselivsbaserte nett-tjenester VF-notat 15/2004: Kva meiner turistane? Brukarundersøking for Sognefjord.no VF-notat 16/2004: Å gjere Sognefjorden synleg på Internett- resultat 2004 VF-notat 17/2004: Lego for reiselivet i Sogn? – arkitektur og publisering på Internett VF-notat 18/2004: Årsrapport 2003/2004 VF-notat 9/2005: Synleggjering av Sognefjorden VF-notat 10/2005: Brukarundersøking av Sognefjord.no VF-notat 17/2005: Å gjere Sognefjorden synleg på Internett. VF-notat 2/2006: Minipubliseringsløysing VF-notat 3/2006: Felles presentasjon av	
<b>ISSN:</b>	<b>Pris:</b>

## Forord

I reiselivsprosjektet BIT Reiseliv Sogn er eit viktig delmål å utvikla reiselivsportalen Sognefjord.no til å vere ei fungerande og godt brukarvennleg teneste. Ein viktig del av prosjektet har derfor vore å gjennomføre intervju og brukartesting med turistar. Dette arbeidet er utført i fleire rundar av Vestlandsforskning og utvalde testleiarar ved testbedrifter i Hotellgruppa i Sogn og ved turistinformasjonane i området.

I runda med brukartestar i 2005 har fokus vore på område vi visste var problematiske, både på bakgrunn av brukartestinga i 2004 og på bakgrunn av egne erfaringar.

Det fullstendige prosjektnamnet er ”IKT-innovasjon Reiseliv Sogn”. I dette notatet nyttar vi Sognefjord.no som kortnamn på prosjektet, og vi brukar namnet både om prosjektet og om den konkrete vevtenesta.

Sogndal, desember 2005

Forord.....	3
Samandrag.....	5
1. Om prosjektet <i>Sognefjord.no</i> .....	7
2. Testmetode og gjennomføring .....	9
3. Resultat I : Bakgrunnsinformasjon for testbrukarar .....	12
Oppsummering av bakgrunnsinformasjon .....	16
4. Resultat II : Brukartestar kart og kartintegrasjon .....	17
4.1 Oppsummering i høve til oppgåvene i brukartesten.....	18
4.2 Oppfølgingsintervju etter brukartest.....	26
5. Resultat III: Test av booking.....	33
5.1 Oppgåvene i brukartesten.....	34
5.2 Oppfølgingsintervju etter brukartest.....	38
5.3 Hovudpunkt i tilbakemeldingane frå testleiarane.....	41
Konklusjonar frå testing av bookingløysingar .....	42
Figur 1: Gjennomførte brukartestar.....	12
Figur 2: Nasjonalitet for deltakarane i spørjeundersøkinga .....	13
Figur 3: Alder på testbrukarane.....	14
Figur 4: Kjønnfordeling.....	14
Figur 5: Internettbruk før reisa.....	15
Figur 6: Type Internett-tilgang.....	16
Figur 7: Minikartet på Sognefjord.no.....	17
Figur 8: Hovudkartet på Sognefjord.no.....	17
Figur 9: Finn nok interessant for deg som turist ved bruk av Sognefjord.no .....	18
Figur 10: Korleis fann dei fram på Sognefjord.no .....	19
Figur 11: Fjordkartet på Sognefjord.no.....	20
Figur 12: Brukar testpersonen minikartet til navigasjon .....	20
Figur 13: Brekartet på Sognefjord.no.....	21
Figur 14: Ser brukaren kor breen ligg i høve til Sognefjorden på minikartet?.....	21
Figur 15: Sogndal i fokus i hovudkartet på Sognefjord.no .....	22
Figur 16: Brukar dei navigeringskartet .....	22
Figur 17: Nærøyfjorden i fokus i hovudkartet på Sognefjord.no .....	23
Figur 18: Zoom inn på Nærøyfjorden på kartet og finn meir informasjon.....	24
Figur 19: Overnattingsalternativa nærast Nærøyfjorden i hovudkartet på Sognefjord.no.....	24
Figur 20: Finn på kartet og sjå på overnattingsalternativa nærmast Nærøyfjorden.....	25
Figur 21: "Informasjonen om området er lett å finne i hovedkartet" .....	26
Figur 22: "Informasjonen om området i hovedkartet er nyttig" .....	27
Figur 23: "Informasjon om overnatting er lett å finne i hovedkartet" .....	27
Figur 24: Informasjonen om overnatting i hovedkartet er nyttig .....	28
Figur 25: Informasjon om attraksjonar er lett å finne i hovedkartet.....	29
Figur 26: Informasjon om attraksjonar er i hovedkartet er nyttig .....	29
Figur 27: Verktøyamenyen i kartet er lett å bruke .....	30
Figur 28: Verktøylinja i hovedkartet har nyttige funksjonar.....	31
Figur 29: "Oversiktskartet er nyttig" .....	31
Figur 30: "Oversiktskartet gjer det lettare å navigere og identifisere innhaldet" .....	32
Figur 31: Korleis startar brukaren booking via Sognefjord.no ?.....	34
Figur 32: Opplisting av overnatting på Sognefjord.no.....	34
Figur 33: Val av alternativ ved booking frå hotellet sine egne vevsider.....	35
Figur 34: Døme på onlinebooking på hotellside .....	36
Figur 35: Prøv å bestille med bookingløysinga.....	37
Figur 36: "Informasjonen om kor du kan booke var enkel å finne" .....	38
Figur 37: Informasjon du treng for å beslutte å booke er tilgjengeleg .....	38
Figur 38: Informasjon du treng for å beslutte å booke er tilgjengeleg .....	39
Figur 39: Bookingfunksjonalitet og tilgjengeleg informasjon her er som du forventar .....	39
Figur 40: Føretrekk booking på portal eller hotellet si heimeside.....	40
Figur 41: "Stoppar krav om kredittkortnr frå bookingløysing deg frå å booke elektronisk" .....	40
Figur 42: Spelar overnattingskategori inn på valet om å bruke kredittkort.....	41

# Samandrag

## *Bakgrunn og mål*

Ein viktig del av prosjektet Sognefjord.no har vore å gjennomføre intervju og brukartesting med turistar. Intervjua og brukartestane har blitt gjennomført i testbedriftene i hotellgruppa i Sogn og på turistkontora.

Målet med testinga er å få meir kunnskap om korleis turistane brukar kartenestene og onlinebooking på portalen Sognefjord.no.

## *Gjennomføring*

Undersøkinga hadde tre hovudelement:

- Bakgrunnsinformasjon om testgruppa vart innhenta med bruk av spørjeskjema utdelt til turistar
- Brukartest for kartdelen og integrasjon av denne i vevtenesta vart gjennomflørd ved gjennomgang av ei rekkje oppgåver testbrukarar skulle utføre ved hjelp av Sognefjord.no og oppfølgingsspørsmål
- Brukartest av bookingfunksjonalitet på vevtenesta og 5 ulike bookingløysingarknytt til hotella sine egne vevtenester

Undersøkinga av kartdelen vart gjennomført i regi av Vestlandsforskning på turistkontora i august, medan hotella brukte tidsrommet august til oktober for testing av bookingløysingar. I 2004 fekk både hotell og turistkontora opplæring og materiell om bakgrunn og mål. Det var likevel nokre av dei som bad om, og mottok noko ekstra opplæring og oppfølging i 2005.

Bakgrunnsinformasjon om testgruppa, som vart samla inn både frå turistkontor og hotell, var nødvendige innleiingsspørsmål til den praktiske brukartesten. Informasjonen hadde også sjølvstendig verdi, sjølv om dette ikkje er ei statistisk undersøking.

Sjølve gjennomføringa av undersøkinga gjekk greit, men det viste seg å vere krevjande både å få gjester og vertskap til å ta seg tid til å stille opp. Hotella som gjennomførte undersøkinga etter august, hadde naturleg nok hovudsakleg norske gjester for testinga. Det er samla inn eit datamateriale som gir eit rimeleg bilete av situasjonen per i dag.

## **Resultat**

Totalt har det vore gjennomført 41 spørjeskjemaintervju og brukartestar på hotella og turistinformasjonane . 26 under oppsyn av testleiar frå Vestlandsforskning og 15 frå hotella.

Resultata frå innleiingsintervjuet sett opp mot anna tilgjengeleg statistikk viser at brukarane vi intervjuja var rimeleg representative for målgruppa portalen ynskjer å nå. Eit stort utval av nasjonalitetar er representert, og respondentane dekkar alle aldersgruppene. Utvalet er noko yngre og inneheld litt færre gruppereisande enn det som er typisk for norsk sommarturisme. Ein må og ta omsyn til at det etter august er ein større andel forretningsreisande på hotella.

Nokre viktige tilbakemeldingar:

- Dei intervjuja brukar i stor grad Internett før reisa
- Eit klart mindretal, men likevel eit ikkje uvesentleg tal testarar seier dei ikkje har tilgang til breiband. Dette må ein ta omsyn til ved konstruksjon av informasjonsportalar. Det er fortsatt viktig å ta omsyn til at ikkje alle nettbrukarar har breiband.

## Testing av kartmodulen:

Testarane har eit godt inntrykk av portalen. Dei oppfattar klart innhaldet i tenesta som nyttig, og dei likar å ha karttenester knytt til slike portalar. Dette er stadfesta både i dialogen under sjølvtesten og i dei oppfølgjande intervjuane. Men testleiar er likevel i tvil om testarane her gir poeng til portalen, som dei likar, og ikkje til kartdelen, som dei ikkje heilt meistrar.

For vidare utvikling og optimalisering av kartmodulen må følgjande takast omsyn til:

- v God responstid er særskild viktig. Testarane prøvar å klikke på karta, gjerne mange gonger når nytt kart ikkje kjem med ein gong. Resultatet er gjerne for mykje zooming og eit anna utsnitt enn det brukarane hadde tenkt og har bruk for.
- v Testaren ser ofte ikkje verktøylinja under kartet eller får ikkje til å bruke den
- v Knappen "Show in map", for oppdatering av kartet, blir ikkje sett med standard skjermopløysing. Knappen kjem ikkje med på første skjermbildet (brukar må rulle ned for å sjå den).
- v Brukaren overser alt til høgre for hovudkart. Fleire går ut frå at der er dette berre reklame.
- v Brukaren ser ikkje lenkene nederst til høgre som viser utvalet av objekt i kartet, sjølv etter at dei er gjort merksame på desse lenkene.
- v Ved uheldige utsnitt blir utvalet for stort: Kva skal dei velje av dei mange lenkene?
- v Tenestene må vere i stabil drift

Testinga av bookingsløyser har gitt følgjande observasjonar:

- Testarane forventar tilgang til bookingsløyser både på bedriftene sine eigne vevsider og på eventuelle fellesportalar som sognefjord.no. Booking bør vere tilgjengeleg og integrert både i eigne løysingar for verksemda og sentral fellesløyser
- På felles portalar som sognefjord.no forventar testarane at booking er tilgjengeleg frå ei opplisting av lokale hotell. Dette er klart førsteval ved ulike alternative val.
- Testarane har behov for eit sett av verktøy, særleg gjeld dette målgruppa sommarturistar som ønskjer meir interaksjon med hotellet enn ein vanleg forretningsreisande. Dette gir behov for både bookingsystem, e-postkontakt og telefonkontakt, og det må leggast vekt på å sikre gode løysingar for interaksjon mellom hotell og kunde ved planlegging av nye bookingsløyser.
- Oppteljing av reelle elektroniske bookingar ved eitt av hotella viser at enkle løysingar som e-post oftast blir brukt. Bookingsystemet kan ofte ha ein viktig funksjon for å vise ledig kapasitet og inngår då som ein del av ei breiare løysing.
- Sjølvfunksjonaliteten i dagens bookingsystem fungerer rimeleg bra i høve til brukarane sine behov.
- Bookingsystema må ha alternativ til bruk av kredittkort. Mange nettbrukarar er fortsatt skeptiske til å legge att kredittkortinfo på internett.

# 1. Om prosjektet *Sognefjord.no*

Internett har på få år vorte ein viktig kommunikasjonskanal. Det er også ein svært viktig marknadsplass alle bedrifter som vender seg til ein større marknad, må forhalde seg til. Det gjeld ikkje minst for reiselivsbedriftene i Indre Sogn som vender seg til eit internasjonalt publikum. Dei fleste reiselivsverksemdene har oppdaga dette, og mange har då også fått laga eigne vevtenester som presenterer tilboda deira. Det same har turistinformasjonskontora i regionen. Dei har kvar for seg etablert vevtenester som presenterer Indre Sogn med hovudvekt på eige lokalområde.

*Næringa har som overordna mål å profilere regionen og eiga verksemd, trekke fleire "rette" turistar og dermed få fleire nøgde gjester og auka omsetning og inntekt.*

Den mest synlege delen av prosjektet er portalen [www.sognefjord.no](http://www.sognefjord.no). I tilknytning til denne er det ei rekkje viktige samordna aktivitetar i prosjektet:

- prosjektet skal etablere portalen *sognefjord.no* som eit naturleg regionalt nivå for å gi ein samla oversikt over reiselivstilboda i området og for å få betre totaleffekt av satsingane
- portalen skal knyta saman dei underliggjande nivåa representerte ved turistinformasjonskontora og dei einskilde verksemdene sine vevtenester
- prosjektet skal utarbeida rutinar for betre gjenbruk av data i andre portalar og i for kvar verksemd samstundes som lokalt eigarskap og lokal kontroll med data blir sikra
- prosjektet skal gjennomføra tiltak for å betra kvaliteten på dei einskilde vevtenestene i reiselivsnæringa
- prosjektet skal utvikla tiltak for å gjera både portalen og andre reiselivstenester i området meir synlege på Internett

Reiselivstidsskriftet *National Geographic Traveller* hadde i 2004 ei evaluering av ulike reisemål på verdsbasis og kára fjordane på Vestlandet til det fremste reisemålet i verda. Ein del av kriteria brukte i denne evalueringa er samanfallande med måla for reiselivsnæringa i Sogn og også måla for reiselivet på nasjonalt plan slik dei er formulerte av Norges Turistråd/Innovasjon Norge:

- miljø og økologisk kvalitetar
- sosial/kulturell integritet
- kulturarv (arkeologisk, historisk og dagens strukturar)
- estetiske kvalitetar, både naturlege og menneskeskapte
- tilpassing av infrastruktur for turisme til naturlege og sosiale lokale forhold
- perspektiv for berekraftig utvikling

Prosjektet legg desse kriteria til grunn ved utvikling av strategiar og tiltak for felles presentasjon og profilering.

Ein viktig del av *Sognefjord.no*-prosjektet har vore å gjennomføre intervju og brukartesting med turistar. Intervjua og brukartestane er gjennomført hjå testbedriftene i Hotellgruppa i Sogn og hjå turistkontora.

Målet for denne delaktiviteten har vore å dokumenter og lære meir om bakgrunnen for reisevalet og korleis turistane fann fram til destinasjonane. Det har og vore viktig å finna fram til kva ord og uttrykk dei reisande har nytta for å finna fram til informasjon på nettet. Og bruken av portalen Sognefjord.no har vorte vurdert og analysert gjennom brukartestane.



## 2. Testmetode og gjennomføring

Tre aktivitetar er gjennomført saman med turistinformasjonane og testbedriftene i hotellgruppa:

1. Brukarundersøking (kort spørjeskjema vart gjennomgått med gjester for å skaffe bakgrunnsinformasjon for dei som gjennomfører brukartesten)
2. Brukartest av kartdelen og integrasjon av denne i vevtenesta (gjennomgang av ei rekkje oppgåver testbrukarar skulle utføre på Sognefjord.no og oppfølgingsspørsmål knytt til gjennomgangen)
3. Brukartest av bookingfunksjonalitet for vevtenesta, men og på 5 ulike bookingløysingar knytt til hotella sine egne vevtenester.

Spørjeskjemaet under aktivitet 1 var tilgjengeleg på engelsk. (sjå vedlegg 4).

Ei brukartesting går ut på å gi brukarar definerte oppgåver knytte til tenesta som skal testast. Medan brukarane løyser oppgåvene, skal dei prøve å ”tenke høgt”. Testleiaren observerer korleis brukaren går fram for å løysa oppgåvene. Han spør kvifor han gjer vala han gjer og får på den måten vite korleis brukaren kommuniserer med tenesta. Som ein nøytral observatør, noterer han kva som fungerer, og kva som ikke fungerer, og kvifor det ikkje fungerer. Han vurderer problema som oppstår: mindre alvorlege, alvorlege og svært alvorlege. Han noterer og evt. forslag, brukaren kjem med.

Formålet med brukartestinga er her å sikre at ei teneste er brukarvennleg og at den dekkar behova til målgruppa. Erfaringar frå brukartesting av grafiske grensesnitt har ført til forslag om 10 prinsipp<sup>1</sup> som ein som eit minimum bør følge for å få til dette.

- Enkel og naturleg dialog
- Skriv med brukaren sitt språk
- Minimer krava til brukaren sitt kortidsminne
- Konsistens i utforming av brukargrensesnitt
- Tilbakemeldingar
- Klart merka utgangar frå tenesta
- Snarvegar i tenesta må brukast og vere lett tilgjengeleg
- Gode tilbakemeldingar
- Førebygg feil
- Hjelp og dokumentasjon

Vanlegvis vil ein bruke fleire timar på å gjennomføre ein brukartest på ei større tenester. Ofte reknar ein med å bruke 20 minutt på innleiingsintervju (bakgrunnsundersøkinga), 1-2 timar på oppgåveløysing og 30 minutt på avslutningsintervju. Tidsbruken i denne brukartesten er mindre på grunn av portalen Sognefjord.no sitt omfang, og på signal frå bedriftene om å ikkje gjere tidsbruken for omfattande. Det vart lagt opp til at testen totalt skulle kunne gjennomførast på under ein time, og tal oppgåver vart tilpassa dette behovet. Den estimerte tidsbruken stemde også i praksis, og bedriftene var godt nøgde med denne justeringa.

---

<sup>1</sup> Jacob Nielsen (1993)

Testleiarane hjå hotella var personar som til dagleg er i kontakt med gjester i resepsjonen. Dei er difor godt trene i å kommunisere med turistar, og godt egna som aktivt lyttande testleiarar. Testleiarane ved hotella fekk opplæring i å gjennomføre brukartestane for portalen. Det er eit viktig delmål at hotella skal kunne utføra brukartesting på eigne vevtenester.

Følgjande er henta frå planen som vart laga i samband med forrige runde undersøkingar i 2004 , og viser tilnærming og informasjon til deltakarane:

*”Det er viktig at hotella sjølve blir engasjerte i gjennomføringa av intervju og testar. Det er viktig både fordi hotella då blir direkte engasjerte i prosjektet og fordi dei kan utnytta opplegget til å finna meir ut om eiga teneste.*

*Det vil bli gjennomført ein runde med opplæring for alle 8 hotella så snart Sognefjord.no er klar til brukartesting. Opplæringa vil skje på det enkelte hotellet og målet er at hotella etter denne runden skal kunna gjennomføra intervju og brukartesting sjølve. Ein oppfølgingsrunde blir gjort ei tid etter opplæringa for å kontrollera arbeidet og avklara og korrigera eventuelle problem.*

*Målet er at hotella bør gjennomføra 15-20 intervju og noko færre brukartestar (10-12). Hotella bør også nytta høvet til å få testa sine eigne nettsider og kan difor gjerne auka talet på testar om dei er interesserte i dette.*

*I tillegg til aktivitetar på hotella vil vi også gjennomføra undersøkingar ved turistinformasjonane. Her vil vi få medarbeidarane til å notera kva turistane spør om. Vi vil og undersøka om det blir gjort registrering av spørsmål i dag. Om dei ikkje har eit slikt registreringsopplegg, kan vi utarbeida eit avkryssingsskjema basert på menystrukturen i sognefjord.no, eller få dei til å registrera sjølve spørsmålet. Dette må diskuterast med turistinformasjonane.*

*Spørsmåla frå turistane bør brukast inn att på Sognefjord.no (ofte stilte spørsmål, grunnlag for prioritering av innhald, tips til nytt innhald).”*

Før testane i 2005 fekk deltakarane også supplerande informasjon om vidare gjennomføring :

*”Gjennomføringa i andre runde vil som første runde starta med ein gjennomgang med medarbeidarar i BIT-reiseliv-Sogn for å friska opp kunnskapen om brukartesting. Det blir særleg viktig å følgja opp dei hotella og turistkontora som til no har hatt problem med gjennomføring av testar. Dei både kan og bør gjennomføra liknande testar på eigne vevtenester. Det siste kan dei få hjelp av prosjektet til å planleggja.*

*Enkelte hotell har hatt problem med å komma i gang med undersøkingsopplegget, og målet må vera at alle klarer å gjennomføra 15-20 intervju (i praksis utdeling av spørjeskjema) og 5-6 brukartestar totalt. Dette er litt lågare tal enn vi såg føre oss i starten, men ambisjonsnivået må justerast til det som er praktisk muleg å få til midt i ein travel sesong.”*

Opplegget vart gjennomført slik ein hadde planlagt, med nokre nødvendige justeringar.

- Ikkje alle hotella fekk gjennomført arbeidet i august. Det medførte utfordringar å utsetje arbeidet til etter denne hektiske månaden. Det var vanskelegare å finne typiske gjester å teste.
- Det vart gjennomført litt færre testar enn planlagt for bookingløysingane

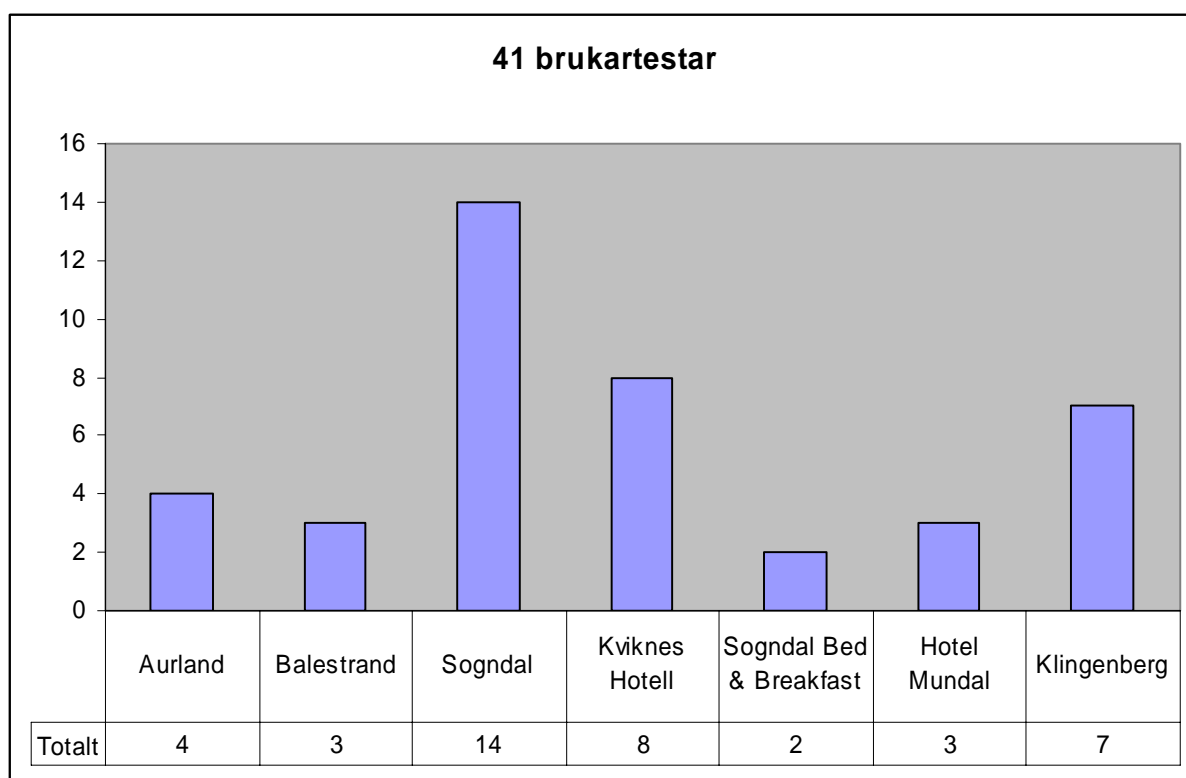
- Test av hotella sine bookingløyisingar kravde og at kvart hotell sorterte ut testbookingar frå ekte bookingar. Dette måtte hotella løyse sjølv med utgangspunkt i tilsendt informasjon.
- Det viste seg at sognefjord.no ikkje var så stabil og rask som ein kunne ønskje. Fleire testar vart avbrotne på grunn av at teknikken mellombels svikta.

### 3. Resultat I : Bakgrunnsinformasjon for testbrukarar

Hotella var bedt om å velje ut sine typiske gjester. Kva som er ein typisk gjest varierer frå hotell til hotell, og sidan utvalet av hotell er forholdsvis breidt håpa vi på den måten å få breidde i utvalet tilpassa turistane i Sogn.

Totalt har det vore gjennomført 41 spørjeskjemaintervju og brukartestar for kart, kartintegrasjon og onlinebookingløyisingar.

#### 3.1. Fordeling av testar på turistinformasjonar og hotell



**Figur 1:** Gjennomførte brukartestar for kartløyisinga på turistinformasjon og for hotella sine bookingløyisingar

Det vart gjennomført 21 brukartestar for kartmodulen. Fleire testar blei avbrotne pga dårleg stabilitet på sognefjord.no i testperioden i august. Ein av disse er delvis med i grunnlaget då problema først oppstod midt i testen.

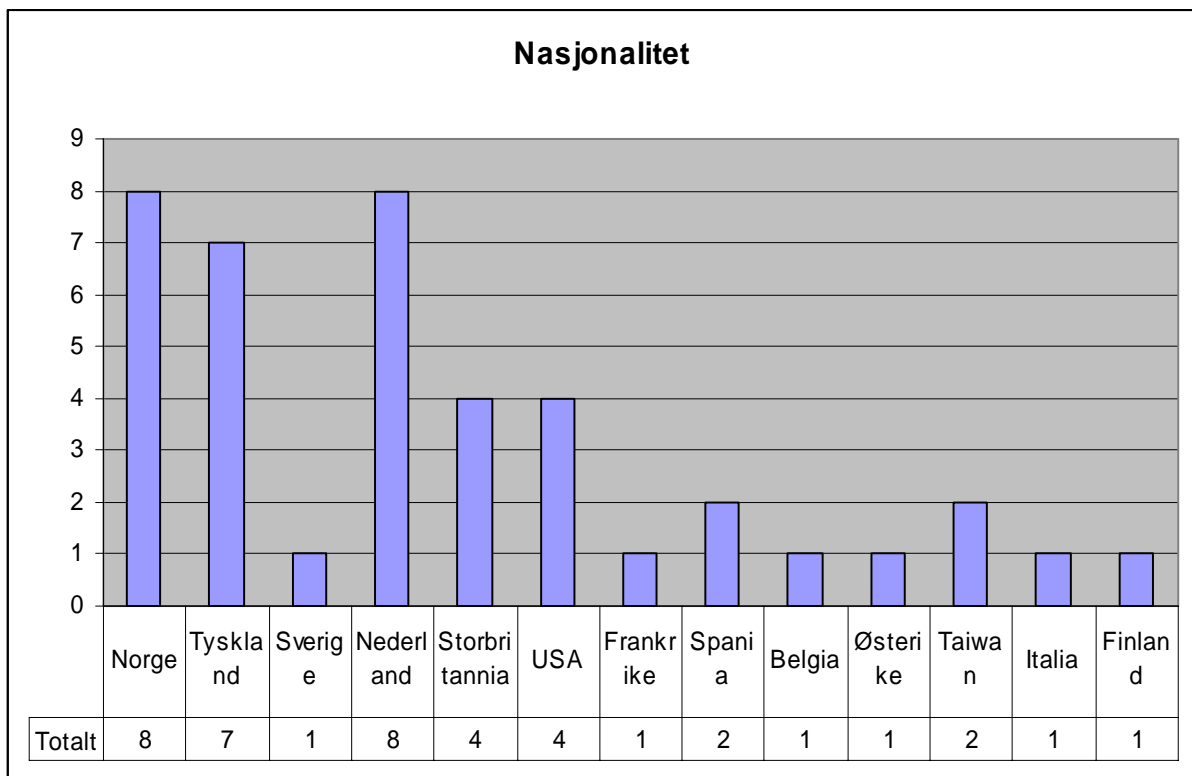
Av ressursmessige årsaker var det mest hensiktsmessig å gjennomføre hovudbolken av testane i Sogndal, på Sogndal Turistinformasjon. Men det vart og sett av ein dag til testing på turisinformatjonane i Balestrand og Flåm (Aurland). Vi vurderte fleire besøk utanfor Sogndal. Turistane reiser i stor grad rundt i regionen og vi kunne konsentrere oss om eit fåtal turistinformasjonar og likevel dekke målgruppa.

Det vart gjennomført 8 brukartestar av Kvikne's Hotell i sommar, og Klingenberg hotell gjennomførte 7 testar i haust. I haust var det mest norske gjenster, men desse er og innanfor målgruppa for portalen. Sogndal B&B var alternativ for Vesterland sin Visbook løyising som

ikkje var aktivert. Quality Sogndal Hotell var godt i gong, men fekk av diverse årsaker ikkje gjennomført opplegget slik dei hadde tenkt. Det same gjaldt Hopstock og Mundal.

I delkapittel 5.3 fortel testleiarane på Kvikne og Klingenberg korleis dei vurderer arbeidet og erfaringane i år.

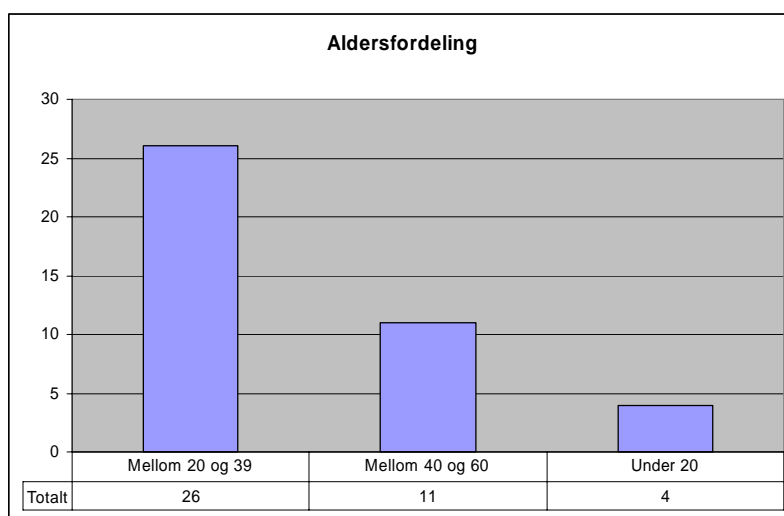
### 3.1. Nasjonalitet



**Figur 2: Nasjonalitet for deltakarane i spørjeundersøkinga**

Det er stor spreing i nasjonalitet for deltakarane i undersøkinga. Det er eit godt utgangspunkt for brukartesten sidan det var viktig å få innspel frå eit breitt spekter av nasjonalitetar. Vi valde særskilt å ikkje ta med for mange norske i denne undersøkinga. Det var litt overvekt av tyske og nederlandske turistar.

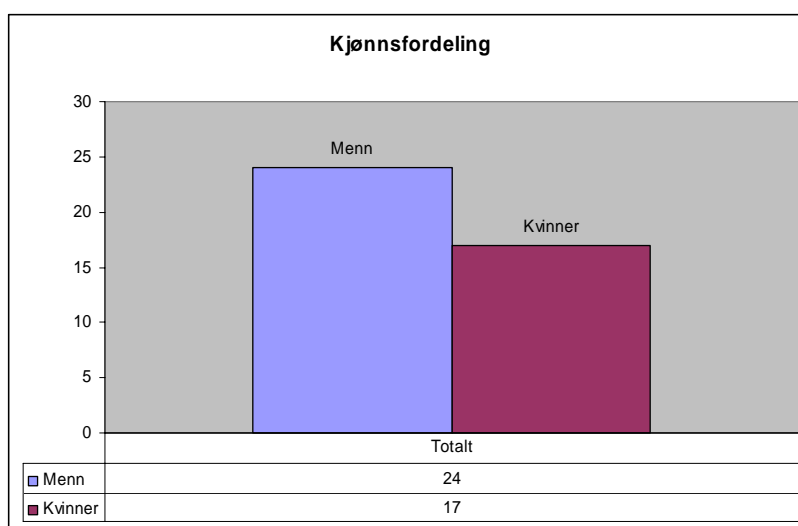
### 3.2. Aldersfordeling



Figur 3: Alder på testbrukarane

Fleirtalet av deltakarane var mellom 20 og 39 år, men spreininga er forholdsvis god her og. Deltakarane er litt yngre enn gjennomsnittet av besøkande til Norge<sup>2</sup>. Erfaringa vår er at det er noko vanskelegare å få dei eldre til å stille opp på slike undersøkingar enn dei yngre. Vi har likevel tilstrekkeleg deltaking frå dei over 40.

### 3.3. Kjønnfordeling

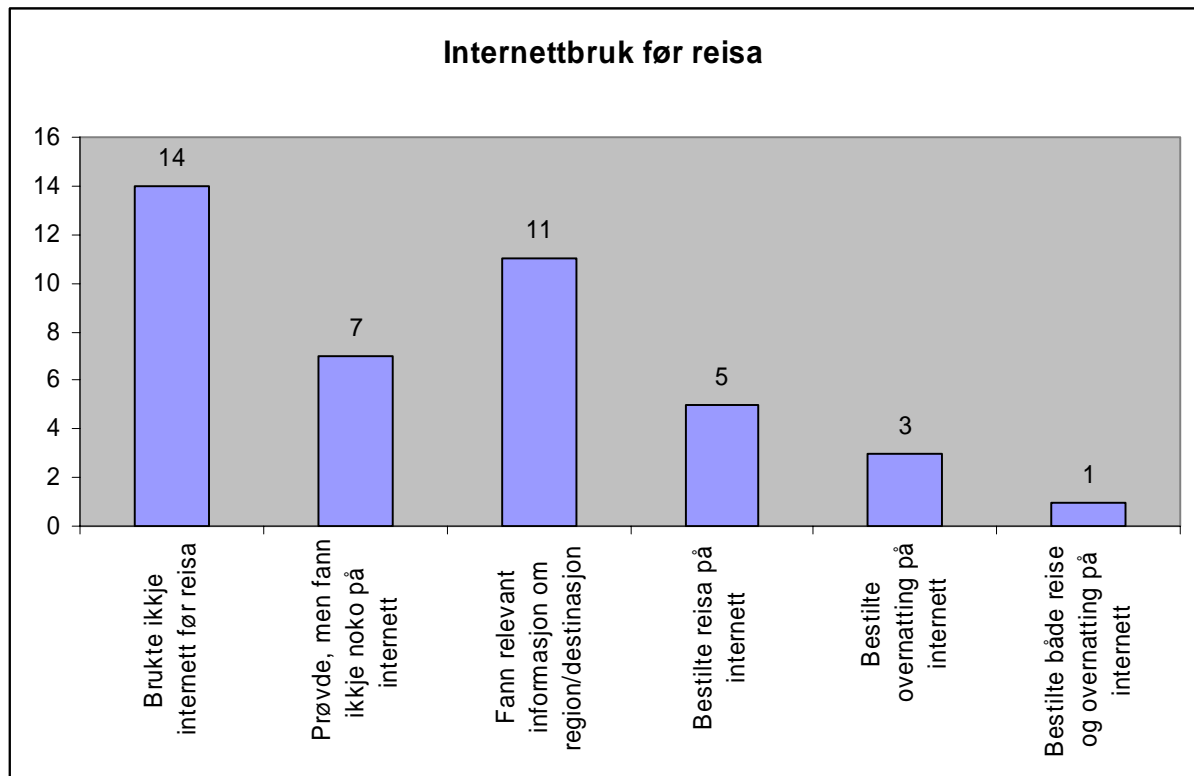


Figur 4: Kjønnfordeling

Oversikten viser totalen for både kart og booking. Fleire kvinner enn menn fann tid til å stille opp på turistinformasjoneane. 12 kvinner og 9 menn var med på å teste kart og kartintegrasjon. På hotella var det ei overvekt menn som deltok i undersøkinga.

<sup>2</sup> Marknadsdata frå Innovasjon Norge (World Travel Monitor, IPK 2003, [http://www.invanor.no/templates/Page\\_49499.aspx](http://www.invanor.no/templates/Page_49499.aspx))

### 3.4. Internettbruk før reisa

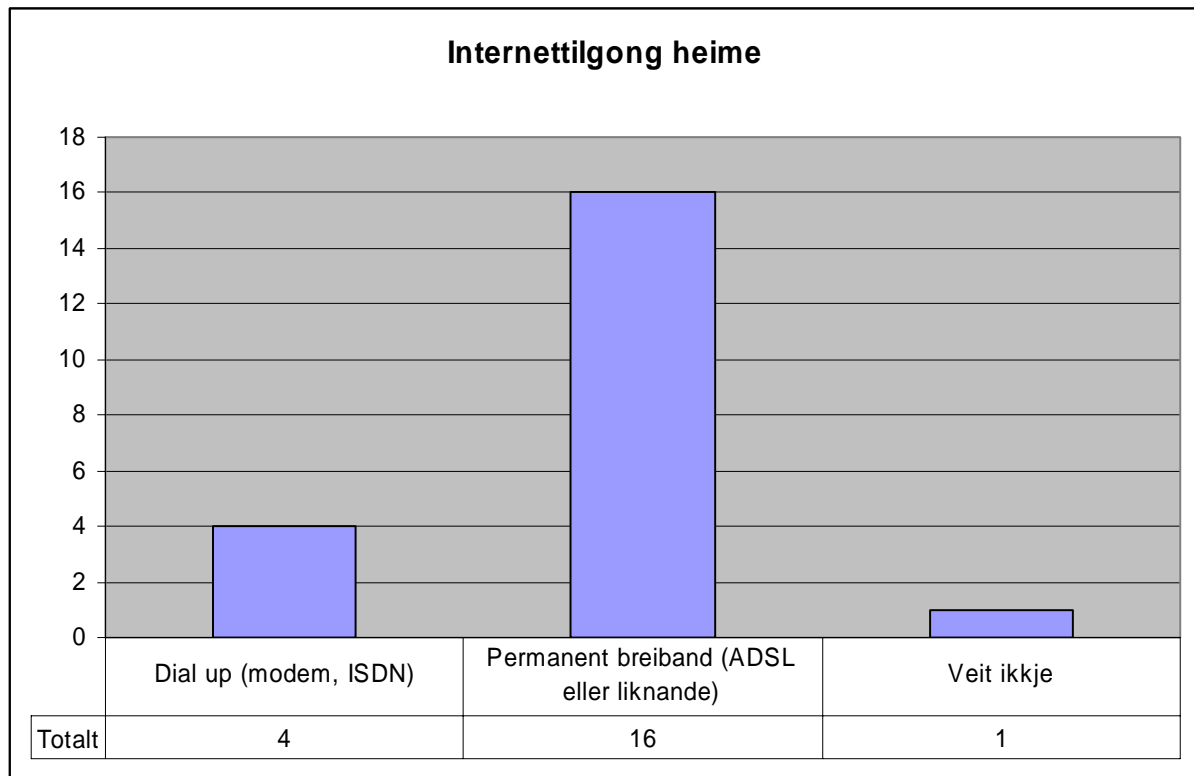


Figur 5: Internettbruk før reisa

Berre 14 av 41 i denne stikkprøva har IKKJE prøvd å bruke internett før reisa hit. Og då er forretningsreisande til hotella og tekne med. Dette stadfestar viktig heiten av å vere til stades på denne kanalen for informasjon, interaksjon og marknadsføring. Dei som hadde bestilt overnatting hadde sett på nettstader først, før dei tok kontakt og bestilte via epost. Det var og litt foruroligande å sjå at 7 hadde forsøkt å finne relevant informasjon UTAN å lukkast. Dei som meiner dei fant informasjon nemner både portalane [visitnorway.no](http://visitnorway.no) og [sognefjord.no](http://sognefjord.no), og enkeltsider til hotell og campingplassar (m.a. [Kjørnes Camping](http://Kjørnes Camping) og [Hofslund Hotel](http://Hofslund Hotel)). Ein hadde bestilt leigebil og to fergetransport.

Ikkje overraskande ser eit stort fleirtal etter informasjon om området Sogn/Sognefjorden når dei skal hit. Det stadfestar kor viktig det er å presentera området på ein god og samla måte – og det er nettopp hovudmålet med [Sognefjord.no](http://Sognefjord.no)-prosjektet.

### 3.5. Kva type oppkopling har du tilgang til? (primært heime)



**Figur 6: Type Internett-tilgang**

Dette spørsmålet var berre knytt til brukartesten på kart og kartintegrasjon.

Fleirtalet av dei 21 spurte, meiner dei har rask tilgong til internett heime. Dei vil dermed kunne bruke meir kapasitetskrevjande tenester knytt til sognefjord.no utan problem med kommunikasjonskapasitet. Men dei 25 % som ikkje har breiband bør likevel ha eit fullverdig alternativ med raske responstider ved bruk av portalen.

### Oppsummering av bakgrunnsinformasjon

Resultata frå innleiingsintervjuet sett opp mot anna tilgjengeleg statistikk viser at brukarane vi intervjuar var rimeleg representative for målgruppa portalen ynskjer å nå. Eit stort utval av nasjonalitetar er representert, og respondentane dekkar alle aldersgruppene. Avvik gjekk på at respondentane var litt yngre, litt fleire kvinner og færre var gruppereisande via turoperatør enn det som er typisk for norsk sommarturisme.

Nokre hovudpunkt:

- God spredning og samansetning av deltakarar for å representere målgruppa.
- Her ser vi indikasjonar på at målgruppa i stor grad brukar Internett før reisa
- Eit klart mindretal, men likevel eit ikkje uvesentleg tal kundar seier dei ikkje har tilgang til breiband. Dette må ein ta omsyn til ved konstruksjon av informasjonsportalar.



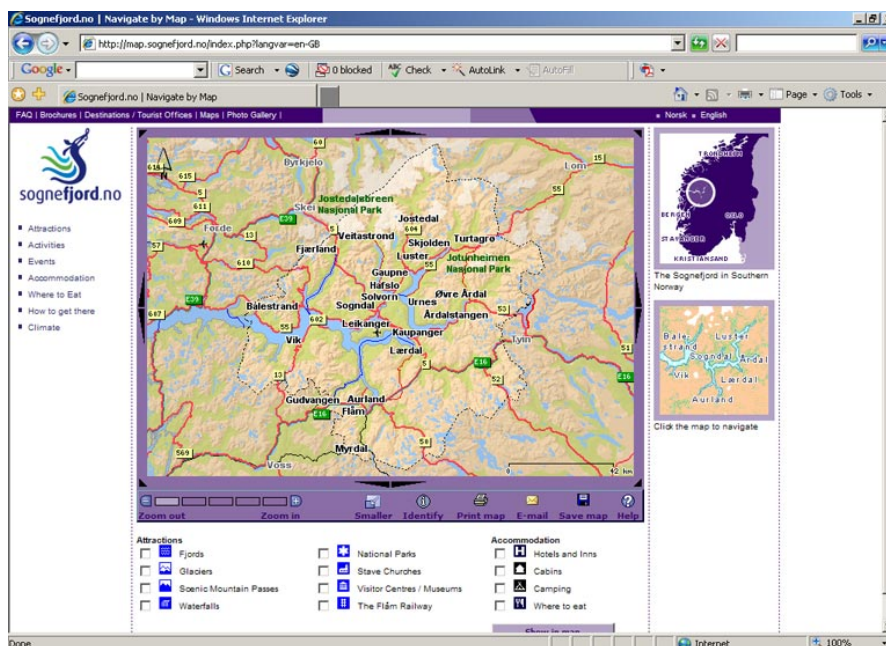
## 4. Resultat II : Brukartestar kart og kartintegrasjon

Totalt har det vore gjennomført 21 brukartestar på turistinformatjonane i Sogndal, Balestrand og Flåm. Med unntak av ei generell innleiingsoppgåve, var oppgåvene var knytt til dei to karta i Sognefjord.no. Det minste kartet ser du øverst til høgre i skjermbildet under. Dette er meint å gje oversikt, men og vere eit alternativ for navigasjon.



Figur 7: Minikartet på Sognefjord.no

Hovudkartet kjem fram mellom anna når du klikkar på Maps i horisontal meny



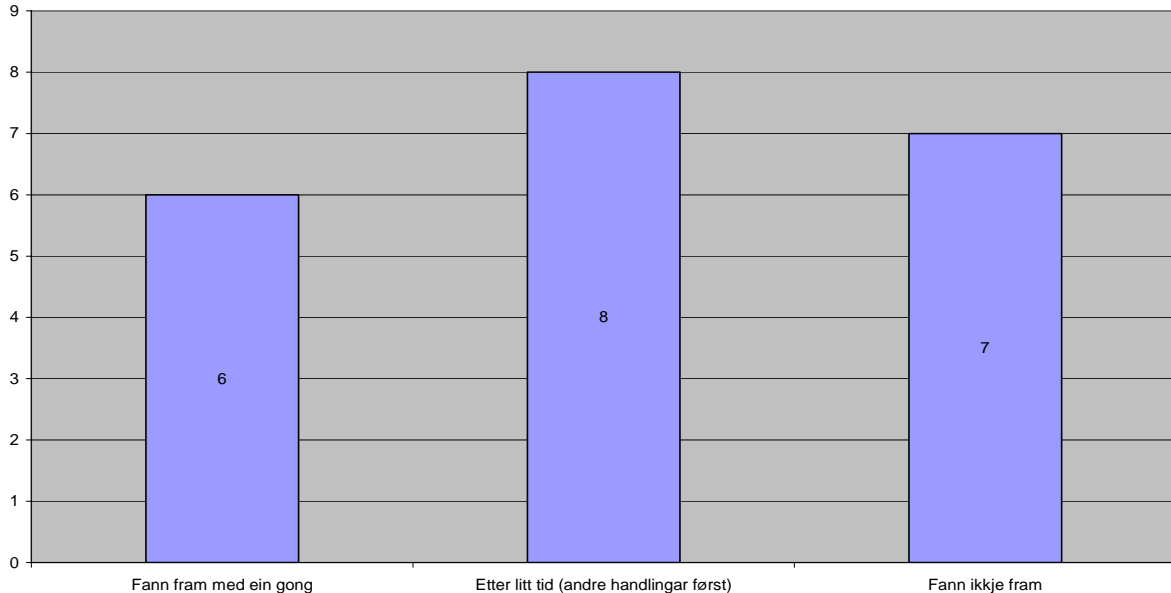
Figur 8: Hovudkartet på Sognefjord.no

## 4.1 Oppsummering i høve til oppgåvene i brukartesten

### Oppgåve 1: Finn noko som er interessant for deg som turist ved bruk av Sognefjord.no

Testleiarane si vurdering:

Oppgåve 1. Finn ein interessant lokasjon



Figur 9: Finn nok interessant for deg som turist ved bruk av Sognefjord.no

Føremålet med den første oppgåva var todelt. Denne var for det første tenkt som ein enkelt start og oppvarming på oppgåvedelen for at testpersonane skulle skape seg eit inntrykk av portalen gjennom å løyse ei enkel og interessant oppgåve. For det andre var det sjølvstøtt viktig å observere kva dei ville vere interessert i å sjå etter på portalen.

Det var skuffande å sjå kor mange som fekk problem med det vi trudde skulle vere ei enkel startoppgåve. Heile 7 av 21 fann ikkje fram til den informasjonen dei søkte etter. 8 av 21 måtte streve litt for å finne fram.

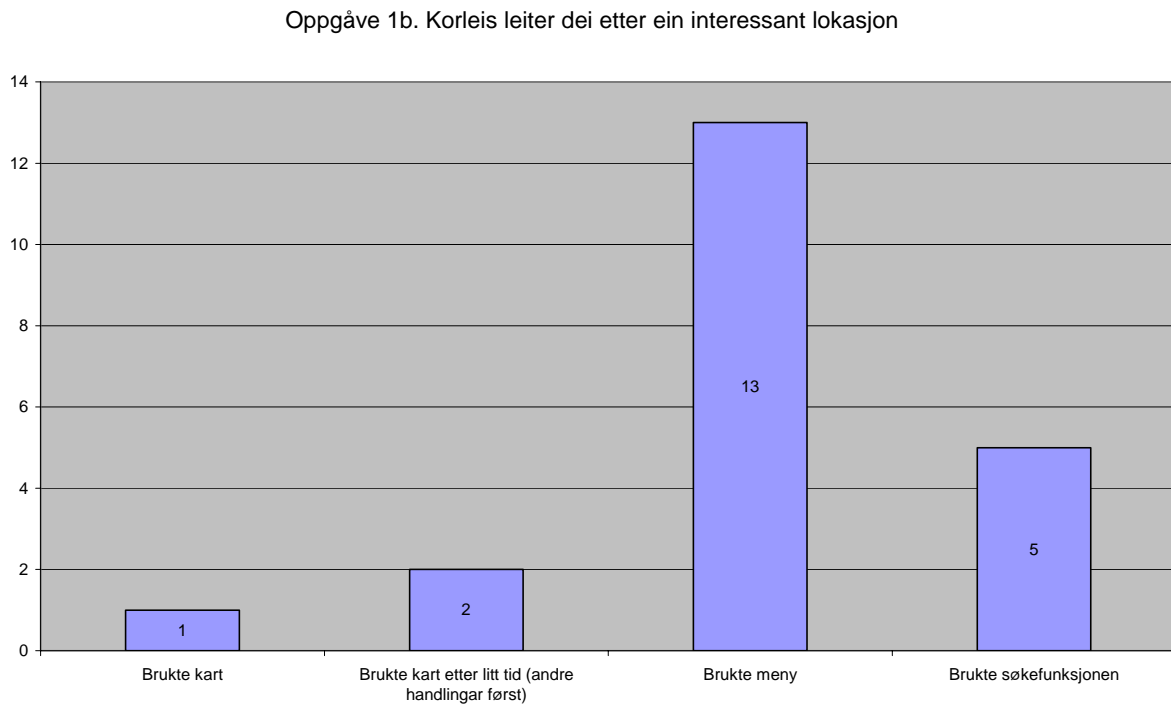
Dei ville vite meir om følgjande (stikkordsmessige tema som opptok testbrukarane):

<input checked="" type="checkbox"/> Hiking trip	<input checked="" type="checkbox"/> Renting a holiday house	<input checked="" type="checkbox"/> Hopperstad stavkyrkje
<input checked="" type="checkbox"/> Fjærland. Guided tour?	<input checked="" type="checkbox"/> Walks/hikes	<input checked="" type="checkbox"/> Canoining
<input checked="" type="checkbox"/> Hiking trip	<input checked="" type="checkbox"/> Time table	<input checked="" type="checkbox"/> Nature sites
<input checked="" type="checkbox"/> Eat near sogndal	<input checked="" type="checkbox"/> Hotel Hermansverk.	<input checked="" type="checkbox"/> Hiking
<input checked="" type="checkbox"/> Fjord- Kaupanger	<input checked="" type="checkbox"/> Ferry	<input checked="" type="checkbox"/> Hafslo
<input checked="" type="checkbox"/> Camping	<input checked="" type="checkbox"/> Glacier tour	<input checked="" type="checkbox"/> Map of the area
<input checked="" type="checkbox"/> Youth hostel	<input checked="" type="checkbox"/> Gaupne	<input checked="" type="checkbox"/> Glaciers

Tabell 1 Stikkordsmessig dei tema som opptok testbrukarane

## Oppgåve 1b. Korleis leiter dei etter ein interessant lokasjon

Testleiarane si vurdering:



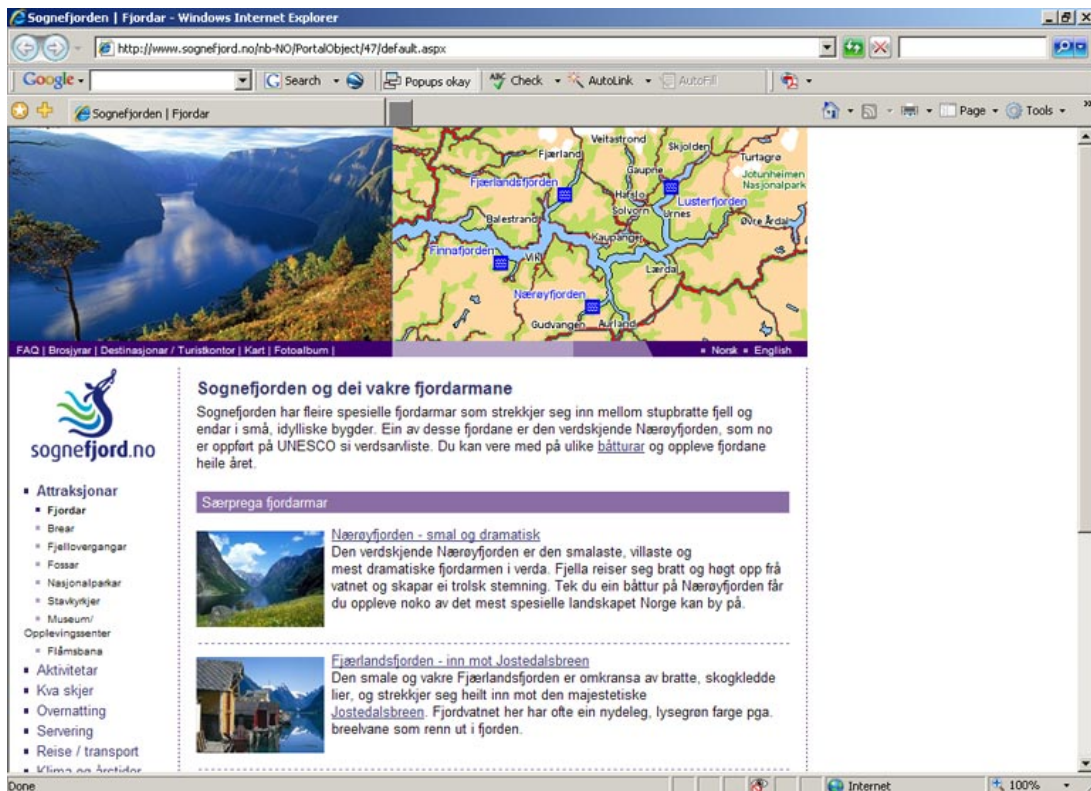
**Figur 10: Korleis fann dei fram på Sognefjord.no**

Berre ein gjekk direkte på kart for   finne det han var ute etter. Denne var ute etter eit kart over området. To andre brukte meny først, så kart. Her var det noko klaging over hurtigheten i responsen. Dobbeltklikk eller at ein klikka fleire gonger n r ikkje resultatet kom med ein gong var vanleg brukarreaksjon.

Fleirtalet nytta menyen til   leite etter informasjon. 5 av 21 gjekk rett i gang med søkefunksjonen. Resultatet var her litt for ofte d  at dei ikkje fann det dei var ute etter (dvs relevante treff) og gjekk attende eller gav opp.

Oppgåve 2: Brukar testpersonen minikartet til   navigere mellom fjordar? (Totalt 20 testar).

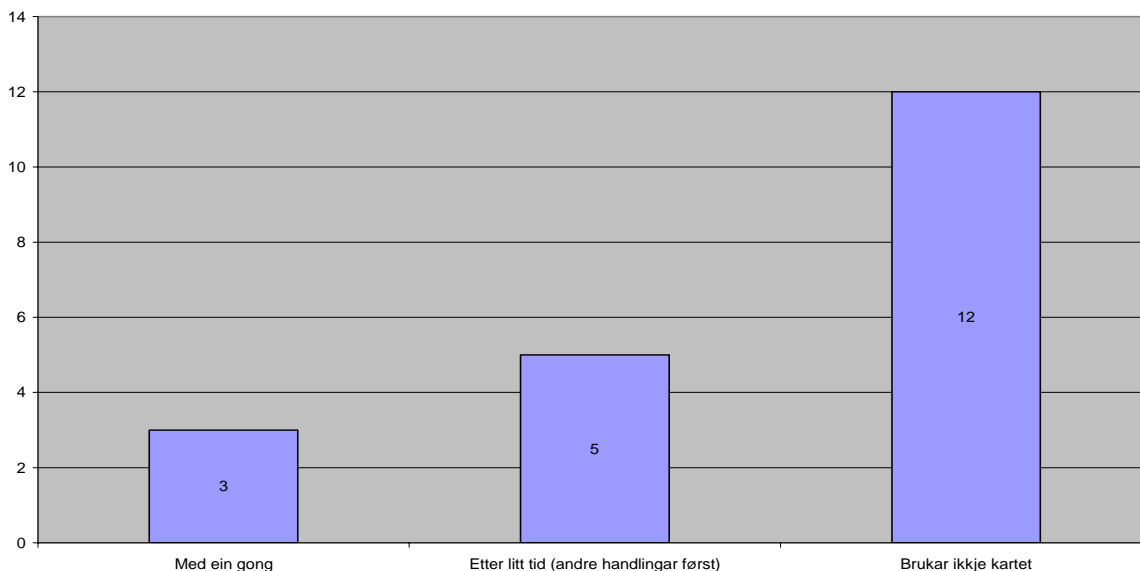
Her er kartet dei fekk sj  medan dei las om fjordar.



Figur 11: Fjordkartet på Sognefjord.no

Testleiarane si vurdering:

2 Brukar testpersonen minikartet til å navigere mellom fjordar? (Totalt 20 att her etter ein avbroten test)

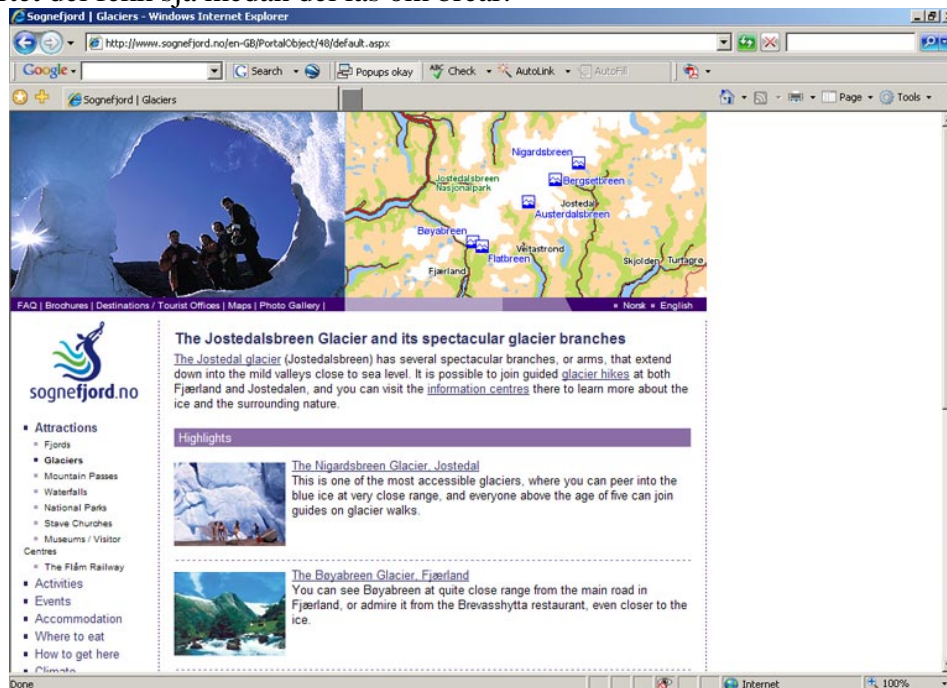


Figur 12: Brukar testpersonen minikartet til navigasjon

Resultatet her var litt overraskande. Fleirtalet gjer ikkje bruk av minikartet. Men såpass mange prøvde etter kvart å bruke minikartet at ein må sjå på deira direkte tilbakemelding for å vurdere nytten. Fleirtalet nyttar meny og tilbakeknapp i nettlesar.

Oppgave 3: Ser brukaren kor breen ligg i høve til Sognefjorden på minikartet?

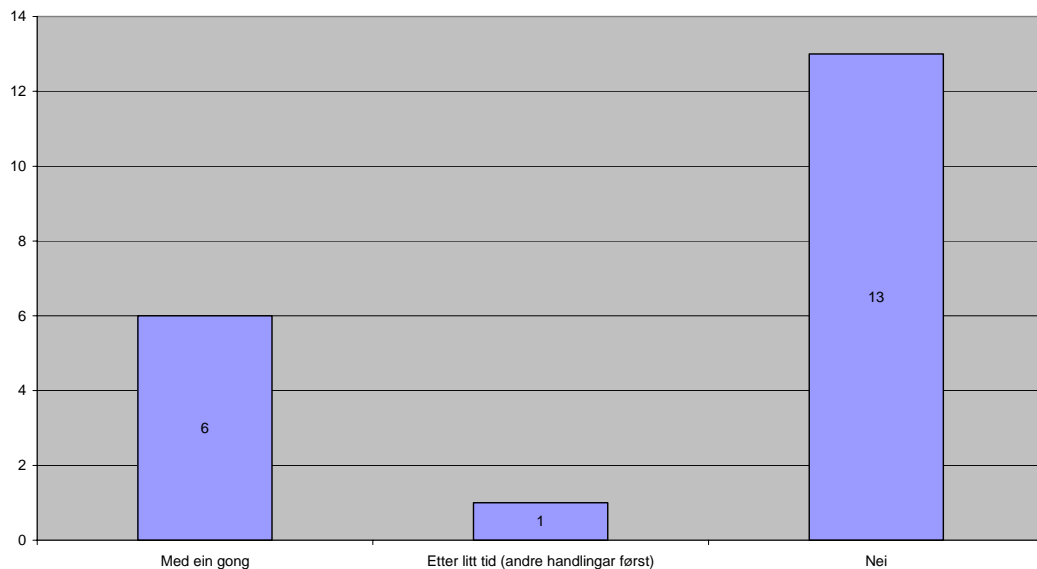
Her er kartet dei fekk sjå medan dei las om brear.



Figur 13: Brekartet på Sognefjord.no

Testleiarane si vurdering:

3 Ser du kor breen ligg i høve til Sognefjorden på minikartet?



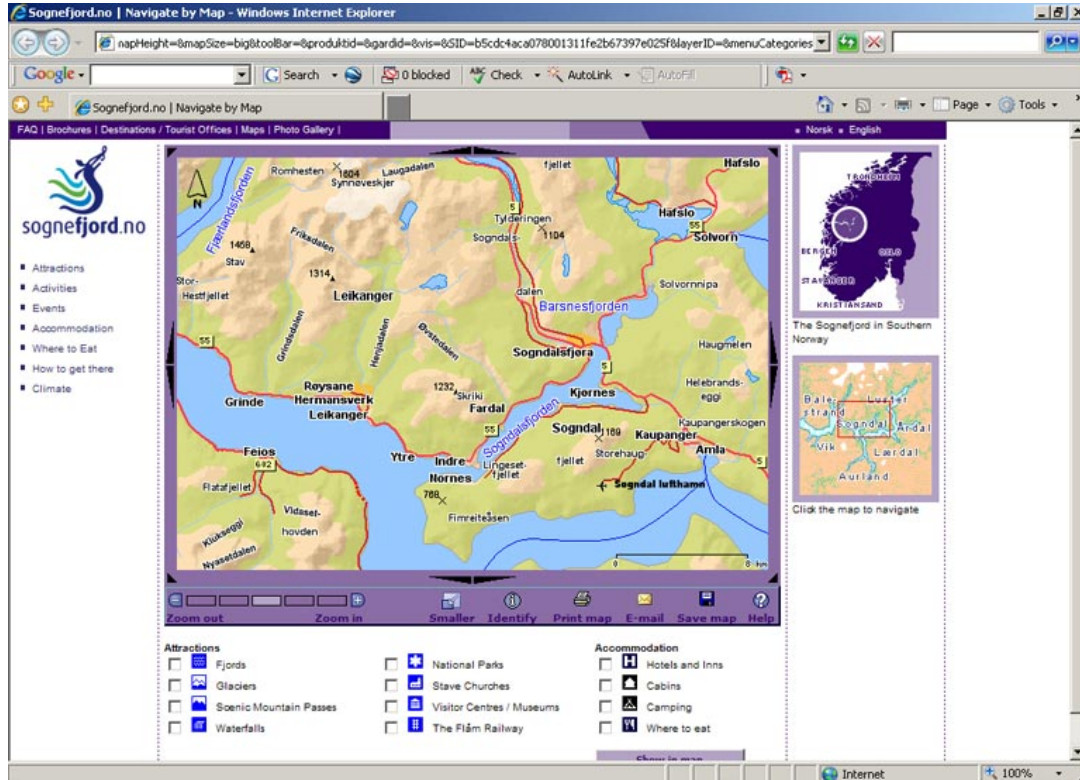
Figur 14: Ser brukaren kor breen ligg i høve til Sognefjorden på minikartet?

Dette kartet er tydelegvis ikkje informativt nok. Særleg når fleirtalet av dei som ser kor breen er legg til at dei var der i går. Det er klare utfordringar i å gjere dette meir visuelt og intuitivt forståeleg og velge rett utsnitt.



**Oppgave 4:** Oppgava er å zoome inn på Sogndal. Så bevege seg langs Sognefjorden mot Luster. Brukar dei navigeringskartet ?

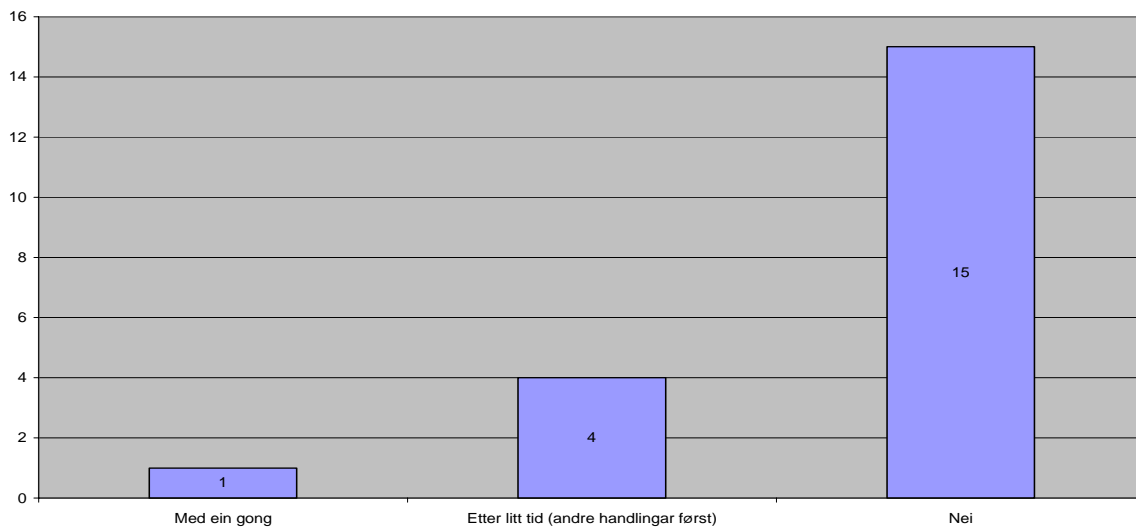
Sogndal kan ein sjå midt i kartet . Navigeringskartet ligg til høgre for hovudkartet, med ”click on the map to navigate” under.



**Figur 15:** Sogndal i fokus i hovudkartet på Sognefjord.no

Testleiarane si vurdering:

4 Oppgava er å zoome inn på Sogndal. Så bevege seg langs Sognefjorden mot Luster. Brukar dei navigeringskartet ?

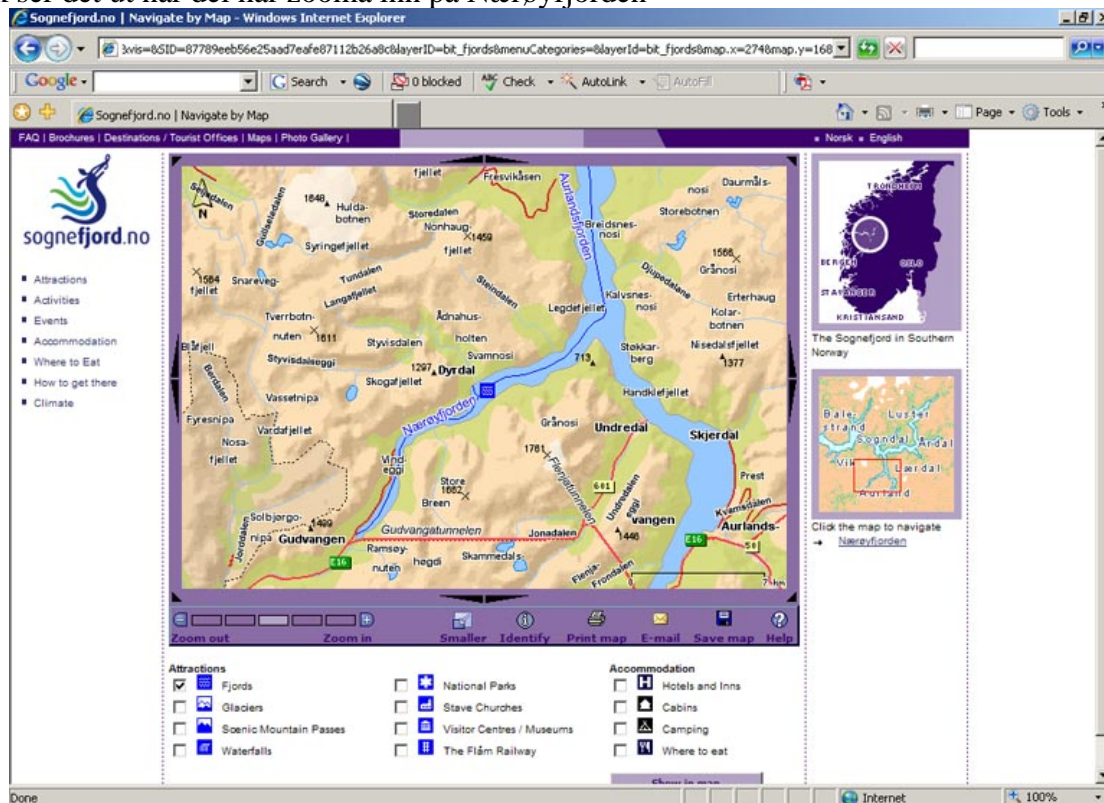


**Figur 16:** Brukar dei navigeringskartet

No er fokus retta mot hovudkartet i tenesta. Førsteintrykket frå testarane knytt til det å ha digitalt kart tilgjengeleg var svært positivt. Då var det noko skuffande at dei fekk problem og ikkje nytta hjelpemidlet for navigasjon slik ein hadde tenkt. Oversiktskartet skal vere ei hjelp til å flytte seg i hovedkartet. Testarane forstod ikkje dette og nyttar pilene på kanten av hovedkartet i staden Dette fungerte fungerte for føremålet. (Pilene flyttar seg litt når brukaren peiker på dei. Dette er kosmetisk feil, men blir kommentert av fleire)

Oppgåve 5: Zoom inn på Nærøyfjorden på kartet og finn meir informasjon

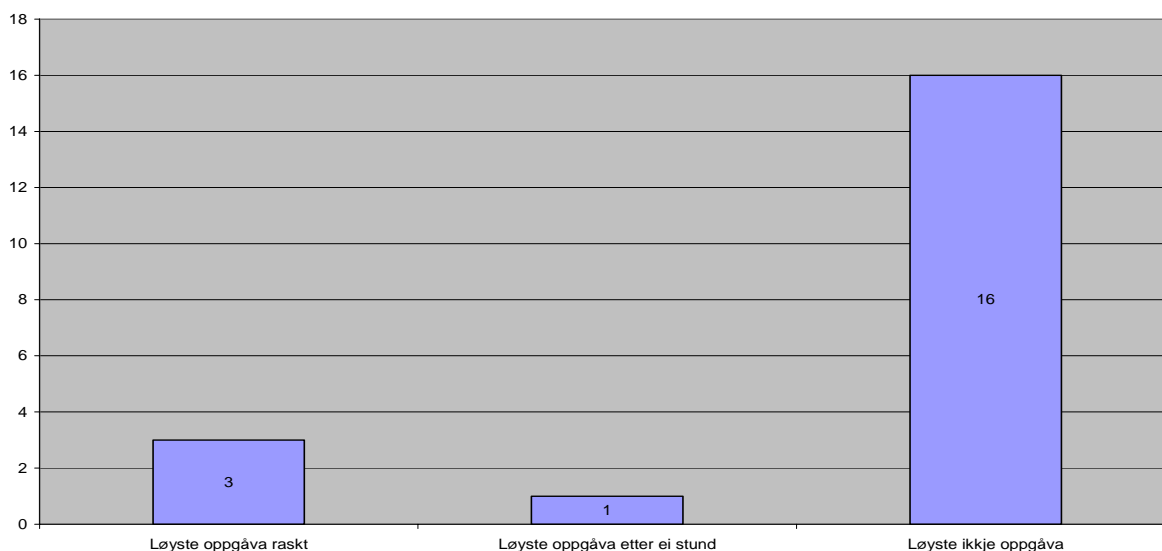
Slik ser det ut når dei har zooma inn på Nærøyfjorden



Figur 17: Nærøyfjorden i fokus i hovudkartet på Sognefjord.no

## Testleiarane si vurdering:

### 5 Zoom inn på Nærøyfjorden på hovudkartet og finn meir informasjon

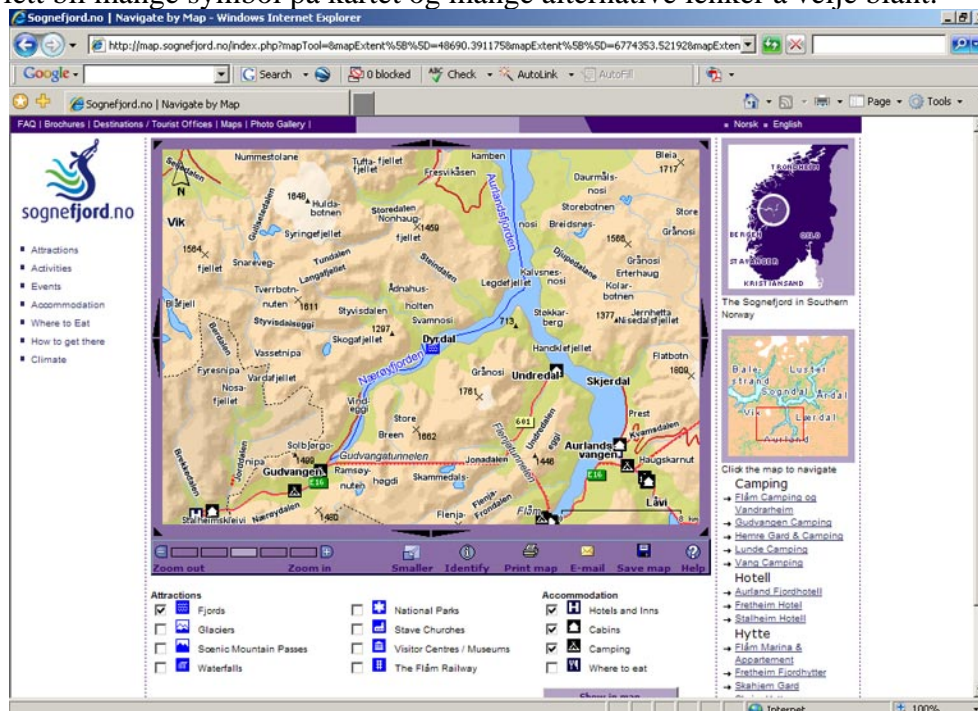


**Figur 18: Zoom inn på Nærøyfjorden på kartet og finn meir informasjon**

Den forrige oppgåva gjekk på å bruke eit støttekart/oversiktskart til hovudkartet, og det er kanskje ikkje så kritisk at testarane ikkje såg eller ville bruke dette. Dei kunne navigere med pilene på kanten av hovedkartet. Men det er meir kritisk at ikkje fleire brukarar greier ei så viktig og relevant oppgåve som dette.

### Oppgåve 6: Finn på kartet og sjå på overnattingsalternativa nærast Nærøyfjorden

Det kan lett bli mange symbol på kartet og mange alternative lenker å velje blant.

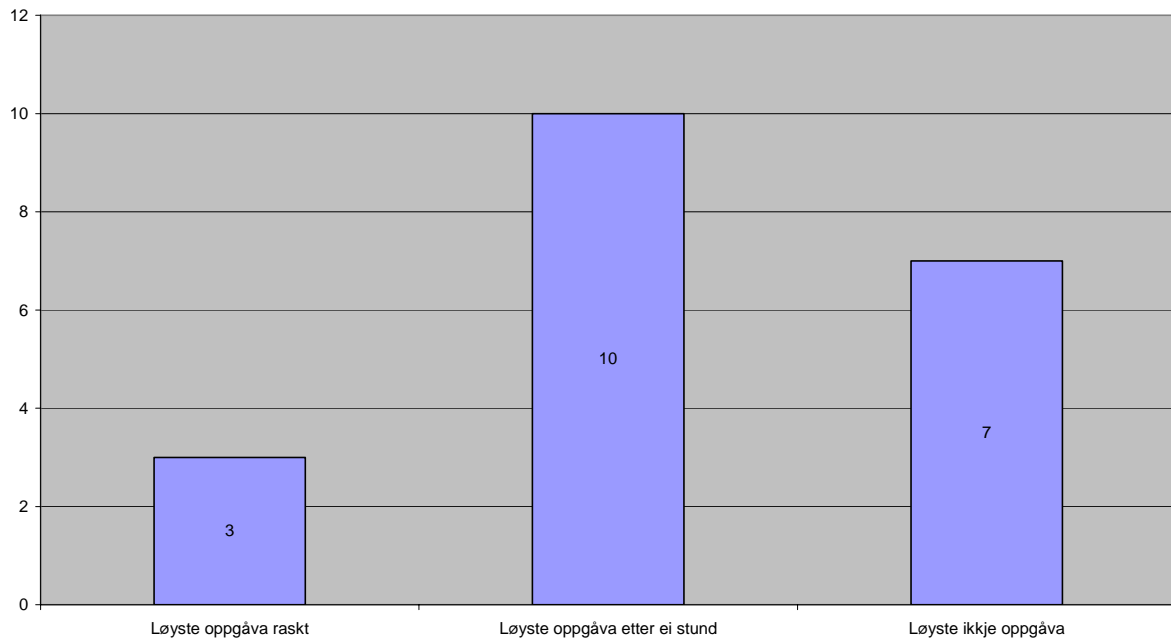


**Figur 19: Overnattingsalternativa nærast Nærøyfjorden i hovudkartet på Sognefjord.no**



## Testleiarane si vurdering:

6 Finn overnattingsalternativa nærmast Nærøyfjorden på kartet og sjå nærmare på dei



**Figur 20: Finn på kartet og sjå på overnattingsalternativa nærmast Nærøyfjorden**

### **Nokre vesentlege observerte problem:**

For mange testarar greier ikkje løyse oppgåvene fordi:

- v Dei prøvar å klikke på karta. Gjerne mange gonger når nytt kart ikkje kjem med ein gong . Resultatet blir gjerne for mykje zoom
- v Ser ofte ikkje verktøylinja under kartet eller får ikkje til å bruke den
- v Knappen "Show in map" blir ikkje sett med standard skjermoppløysing. Knappen er ikkje med på første skjermbilde (brukar må rulle ned for å sjå den).
- v Brukar overser alt til høgre for hovudkart. Fleire går ut frå at der er det berre reklame.
- v Ser ikkje lenkene nederst til høgre som viser utvalet av objekt i kartet.; sjølv etter testarane er gjort merksame på desse lenkene. Klikkar heller på ikona i kartet.
- v Mange lenker dukkar opp: Kven skal dei velje?
- v Mangelfull stabilitet på tenesta i testperioden...

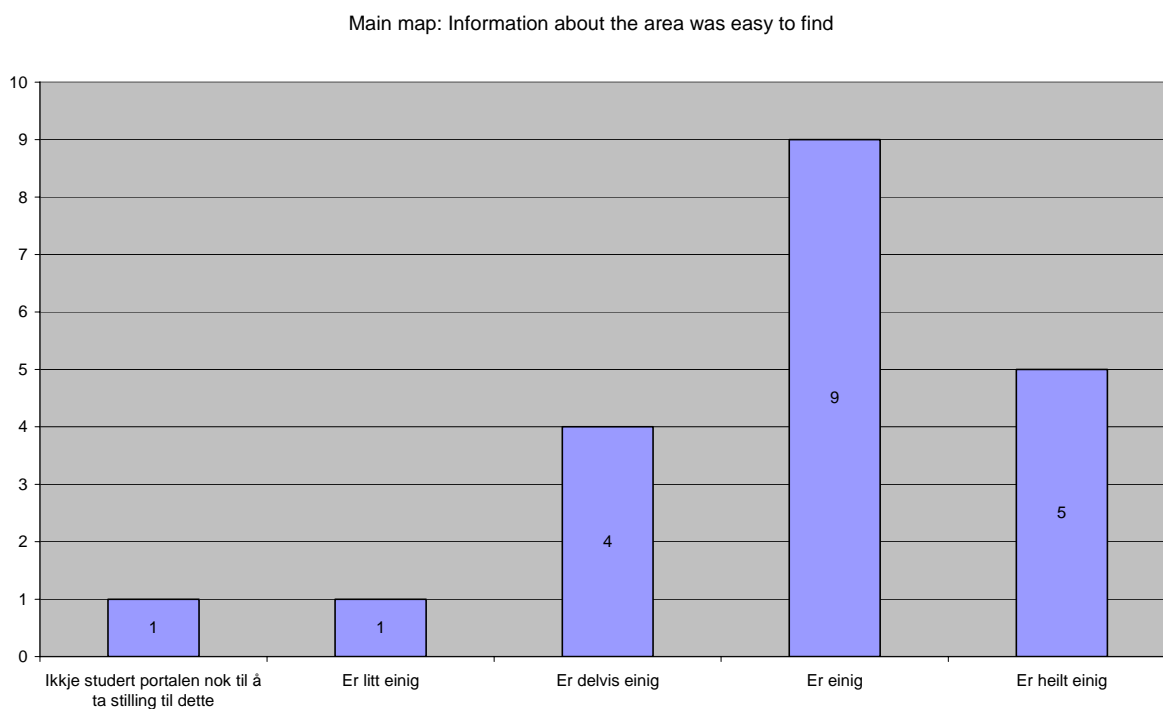
## 4.2 Oppfølgingsintervju etter brukartest

Oppgaveløysinga blir følgd opp med intervju og individuell evaluering. I praksis er dette eit kort intervju med testbrukaren, der testleiar stiller nokre generelle spørsmål om inntrykk og nokre meir spesifikke tematiske spørsmål. Intervjuet skal fange opp respons og tilbakemeldingar på tema vi ikkje fekk dekkja i oppgåvene. Testaren må ta stilling til nokre utsagn om portalen.

Testleiar har eit par innleiande kommentarar:

- v Testleiar har kjensle av at folk var for snille, til tross for oppfordring om å svare ope og ærleg. For fleire av påstandane nedanfor har fleire brukarane sagt at dei ikkje vil ta stilling til spørsmålet.
- v Testleiar har og inntrykk av at dei kan ha gitt poeng til portalen og ikkje bere til kartdelen når vi spurte om informasjon om attraksjonar etc.

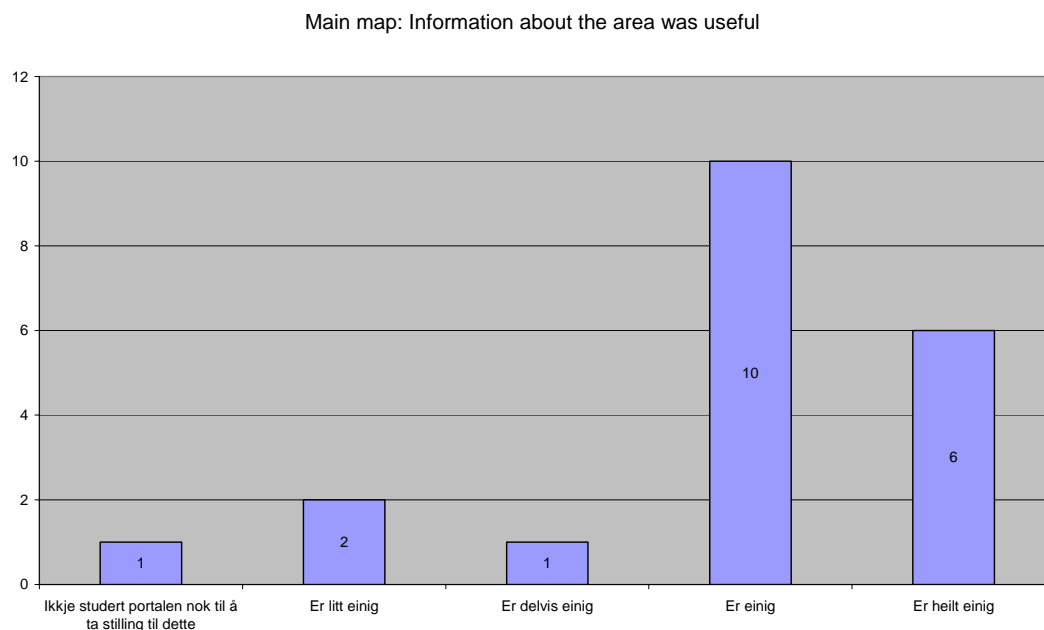
### Påstand 1: “Informasjonen om området er lett å finne i hovedkartet”



**Figur 21:** “Informasjonen om området er lett å finne i hovedkartet”

Dette er svært positivt, brukarane har eit godt inntrykk av portalen. Men testeiar er i tvil om brukarane her gir poeng til portalen (som dei likar) og ikkje kartdelen (som dei ikkje heilt meistarar). Det at feltet ”Er heilt ueinig” ikkje er med i figuren her kjem av at ingen valgte dette alternativet, og at det er nytta pivottabell i excell for å generere figuren. Slik er der også i andre figurar seinare i notatet.

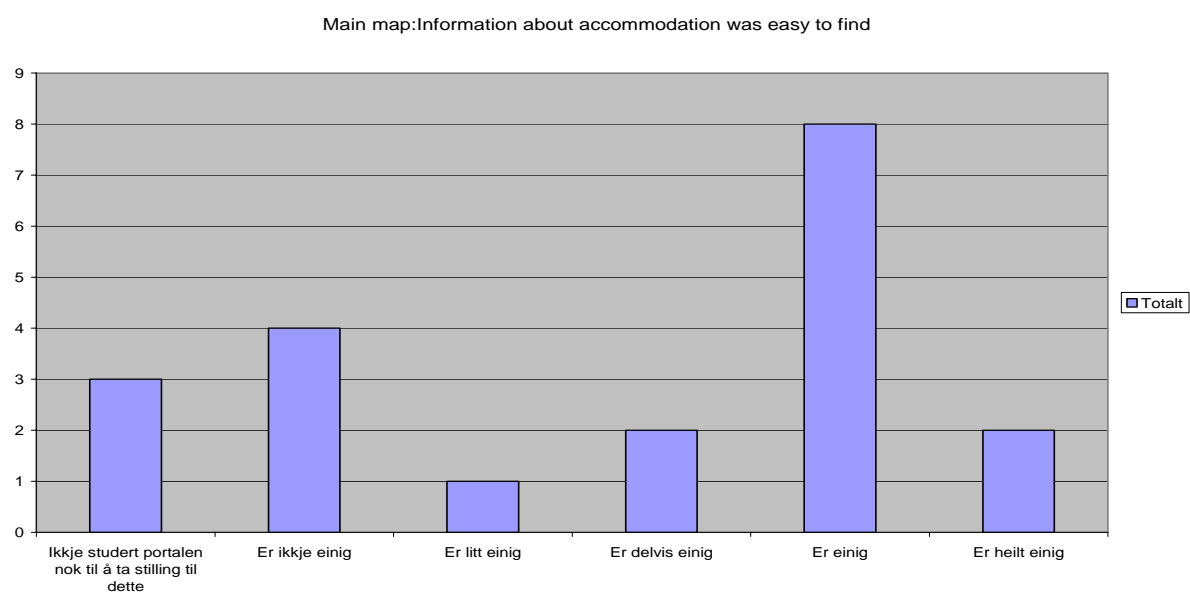
## Påstand 2: “Informasjonen om området i hovedkartet er nyttig”



Figur 22: “Informasjonen om området i hovedkartet er nyttig”

Brukarane oppfattar heilt klart innhaldet i tenesta som nyttig. Og dei likar å ha karttenester knytt til slike portalar. Dette er stadfesta både i dialogen under sjølvne testen og i dei oppfølgjande spørsmåla.

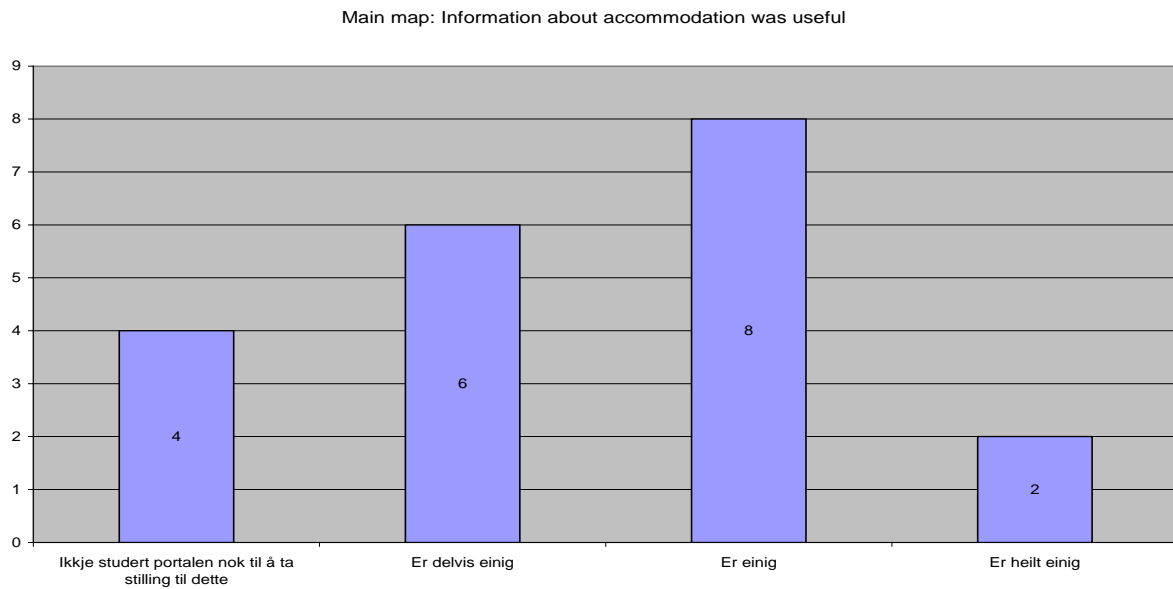
## Påstand 3 “Informasjon om overnatting er lett å finne i hovedkartet”



Figur 23: “Informasjon om overnatting er lett å finne i hovedkartet”

Her ser vi at fleire vågar å seie seg usamd i påstanden. Dette er rimeleg, når fleirtalet hadde problem med å finne fram under brukartesten. Problemet knyter seg særleg til at dei aldri klarte å forstå koplinga mellom symbola i kartet og lenkene på høgre side. Val av utsnitt er også noko som må vurderast nøye og har også samanheng med responstid og ”dobbelklikking” som kan gi meir zooming enn det brukaren eigentleg ønskjer.

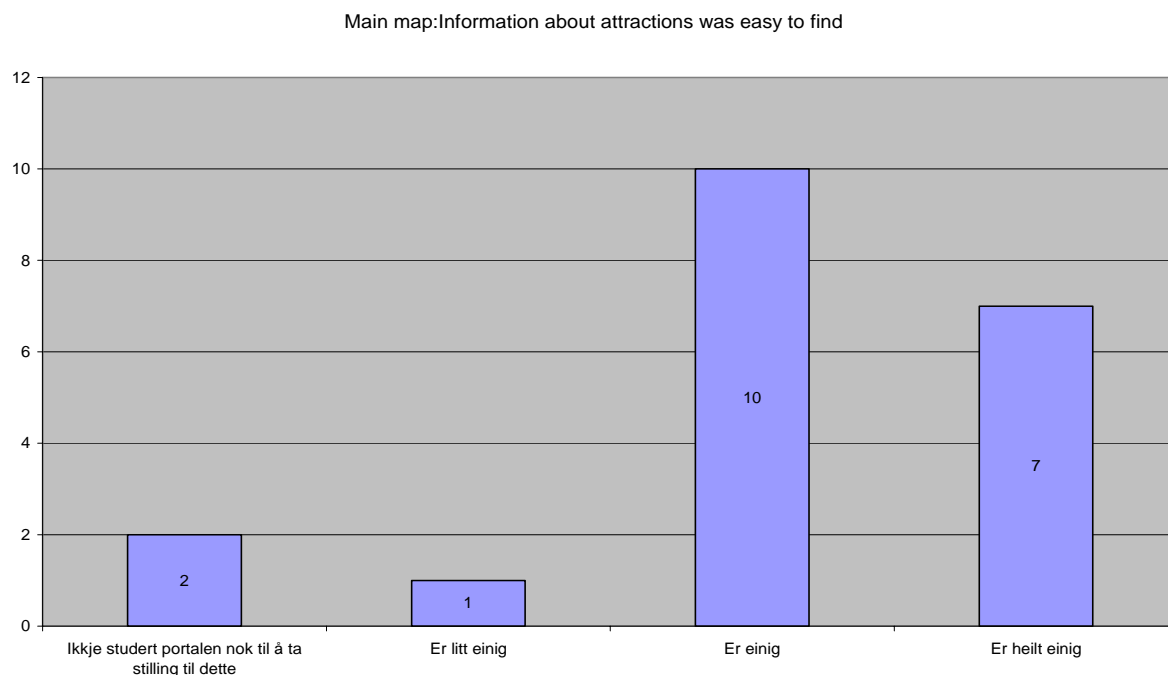
#### Påstand 4: Informasjonen om overnatting i hovedkartet er nyttig



**Figur 24: Informasjonen om overnatting i hovedkartet er nyttig**

Dei kan sjå på kartet kvar det er overnattingstilbod. Men det største problemet har vore å komme vidare frå symbol i kart til den enkelte attraksjon og overnatting. Då er det naturleg at enno fleire er usamd i påstanden her og at berre 2 er heilt enig. Noko sparsom informasjon om den einkilde verksemd kan også bidra til dette.

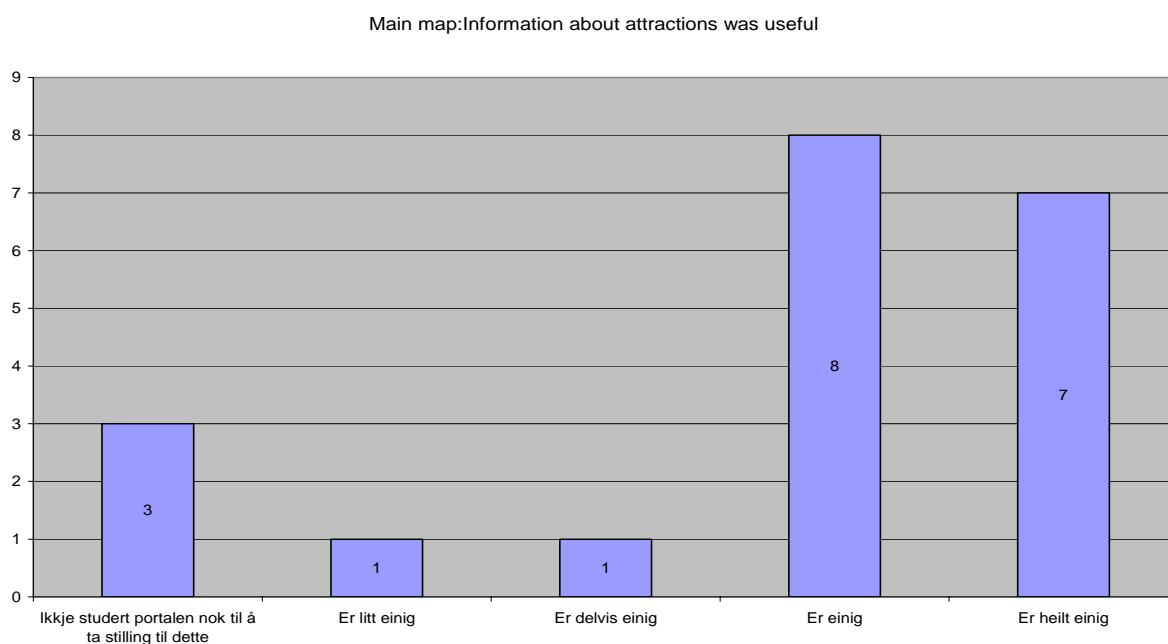
## Påstand 5: Informasjon om attraksjonar er lett å finne i hovedkartet



**Figur 25:** Informasjon om attraksjonar er lett å finne i hovedkartet

Det same resonnementet gjeld her som for påstand 3. Dei finn symbola for attraksjonar på kartet, etter at dei har fått hjelp med “vis i kart”-knappen. Samanlikna med å finne overnatting er dei klart meir positive her.

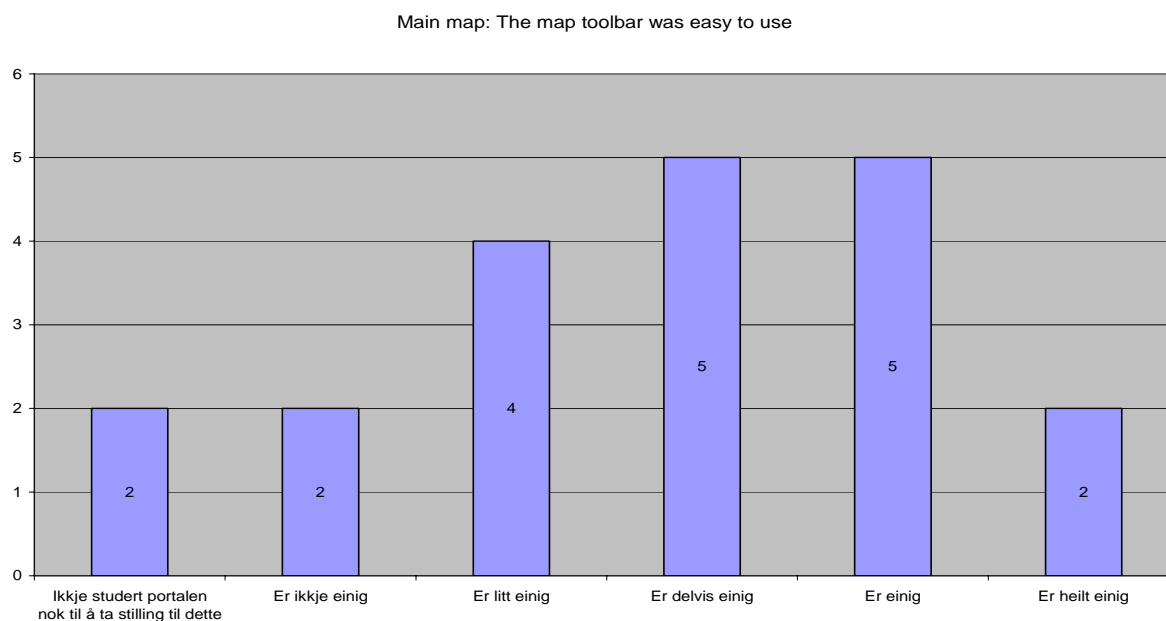
## Påstand 6: Informasjon om attraksjonar er i hovedkartet er nyttig



**Figur 26:** Informasjon om attraksjonar er i hovedkartet er nyttig

Dei fleste ser det som naturleg å ha med informasjon om attraksjonar i eit slikt kart. Dei aller fleste er det difor einig i at dette er nyttig. Gunnen til forskjelen må vere at attraksjonane framstår som tiltalande og tilstekteleg presentert i portalen.

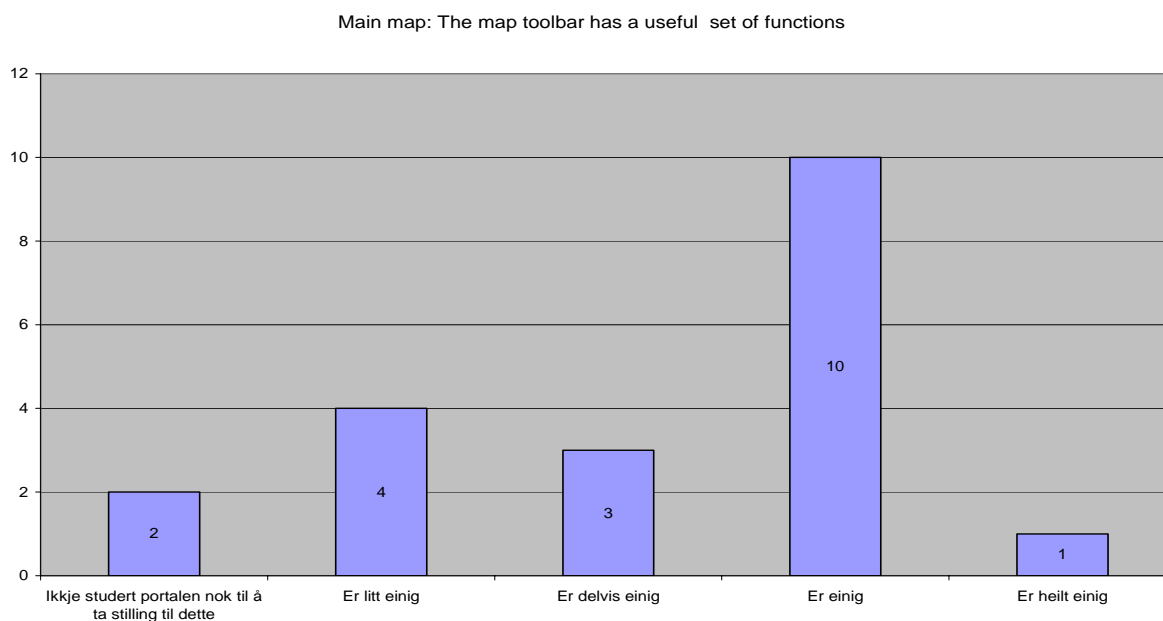
### Påstand 7: Verktøymenyen i kartet er lett å bruke



**Figur 27: Verktøymenyen i kartet er lett å bruke**

Det var få testarar som greidde å bruke eller valde å bruke verktøylinja som tenkt. Tilbakemeldinga er her meir negativ enn for dei tidlegare påstandane, sjølv om mange likevel seier seg samde. Dette stadfestar inntrykket av at dei i utgangspunktet likar karttenesta, men har problem med å meistre bruken av funksjonane i hovudkartet.

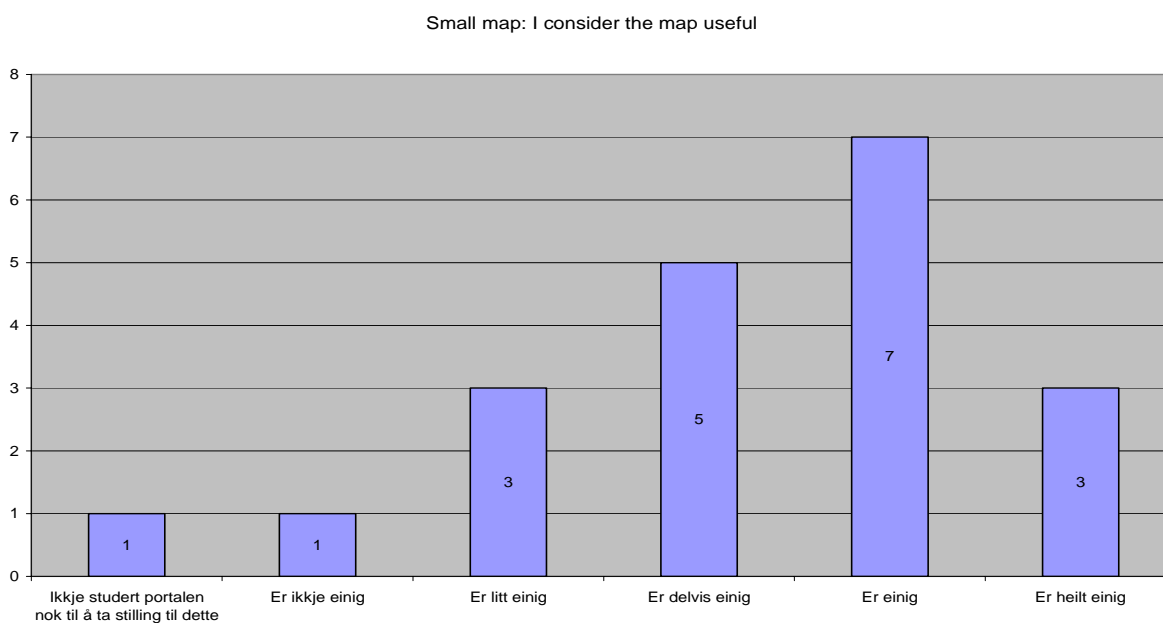
## Påstand 8: Verktøylinja i hovedkartet har nyttige funksjonar



**Figur 28:** Verktøylinja i hovedkartet har nyttige funksjonar

Responsen her er noko meir positiv enn ovanfor, men kan neppe tolkast noko annleis enn ovanfor. Det må nødvendigvis vere eit gitt utval av funksjonar i verktøylinja, men meistring er problemet.

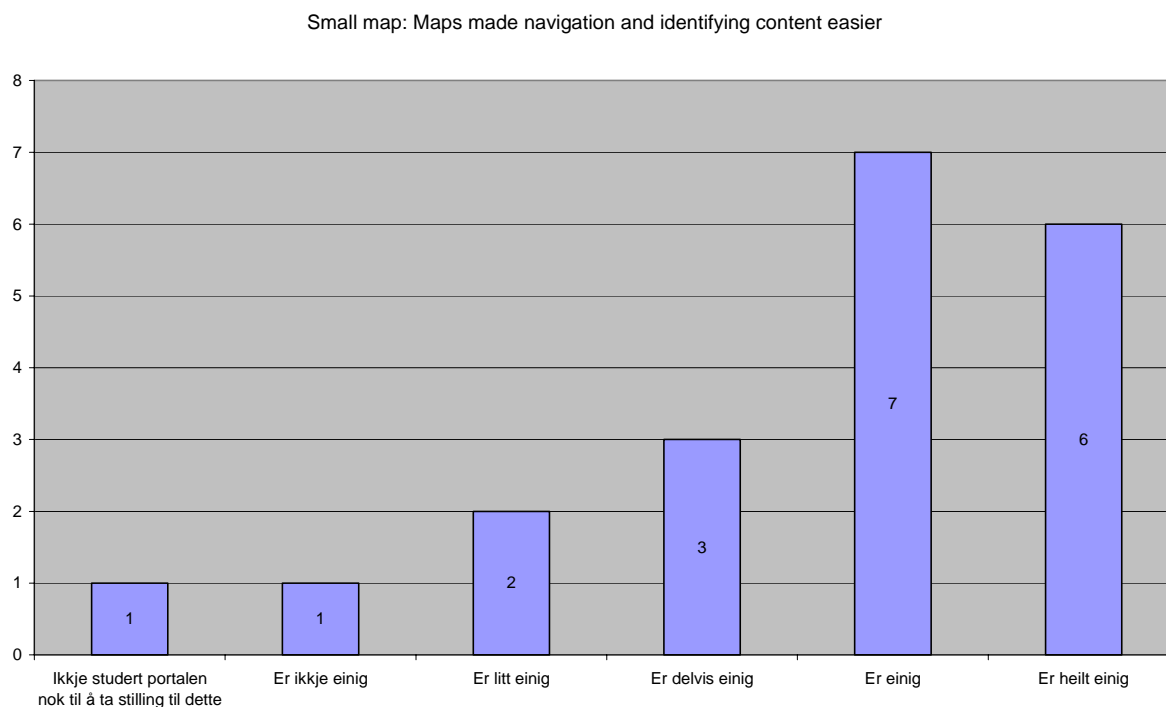
## Påstand 9: “Oversiktskartet er nyttig”



**Figur 29:** “Oversiktskartet er nyttig”

Tilbakemeldinga på oversiktskartet var blanda samanlikna med dei andre påstandane, men få er direkte negativ til dette verktøyet. Dette stemmer også med observasjonane under testinga. Potensialet i å utnytte dette som navigeringsverktøy er ikkje utnytta godt nok. Det er ikkje intuitivt nok for brukarane korleis det skal brukast.

**Påstand 10:** “Oversiktskartet gjer det lettare å navigere og identifisere innhaldet”



**Figur 30:** “Oversiktskartet gjer det lettare å navigere og identifisere innhaldet”

Responseren gjev ikkje grunnlag for annan tolking enn ovanfor.



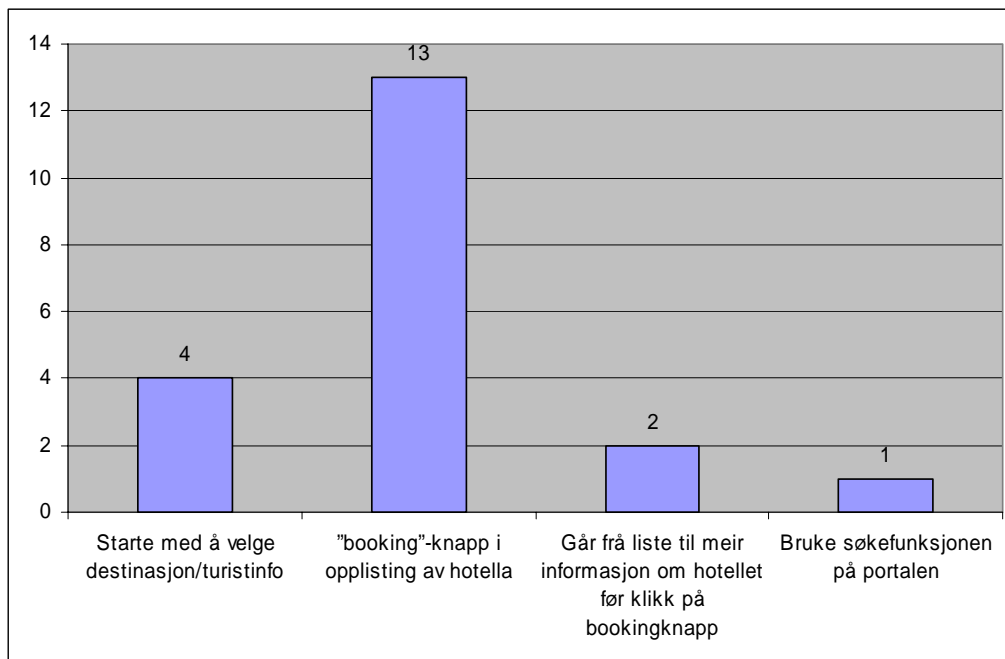
## 5. Resultat III: Test av booking

Test av bookingløyningar har vore gjort med med utgangspunkt i eit sett av spesifiserte alternativ etter ønskje frå hotella:

- Korleis starte booking frå Sognefjord.no
  - Starte med å velge destinasjon/turistinfo
  - Starte med å velge overnatting og deretter velge mellom alternativa:
    - o Tilgang via ”booking”-knapp i opplisting av hotella på Sognefjord.no-portalen
    - o Tilgang via ”booking”-knapp i eiga informasjonsside om hotellet på Sognefjord.no
  - Bruke søkefunksjonen på portalen
  
- Korleis ein bookingsesjon føregår hjå den einskilde verksemd
  - Teste eit enkelt bookingskjema for Hotell Mundal
  - Test av eksisterande bookingsystem hjå Sogndal Hotell, Kviknes Hotell, Klingerberg Hotell, Sogndal Bed and Breakfast, Hopstock Hotell og Vesterland

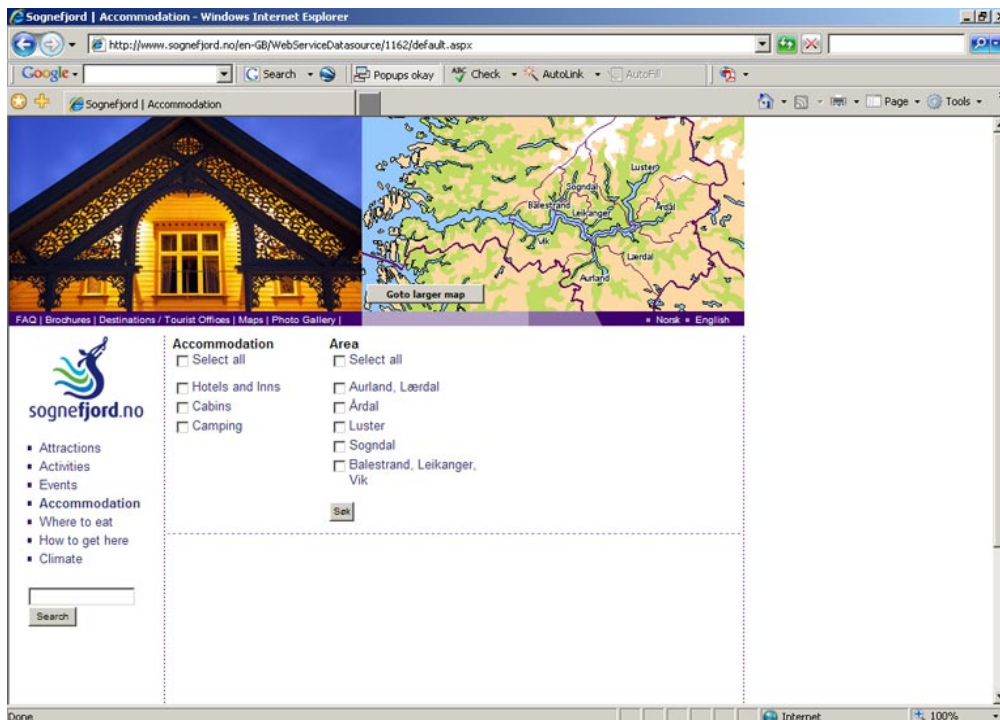
## 5.1 Oppgåvene i brukartesten

### Oppgåve 1: Korleis startar brukaren booking via Sognefjord.no ?



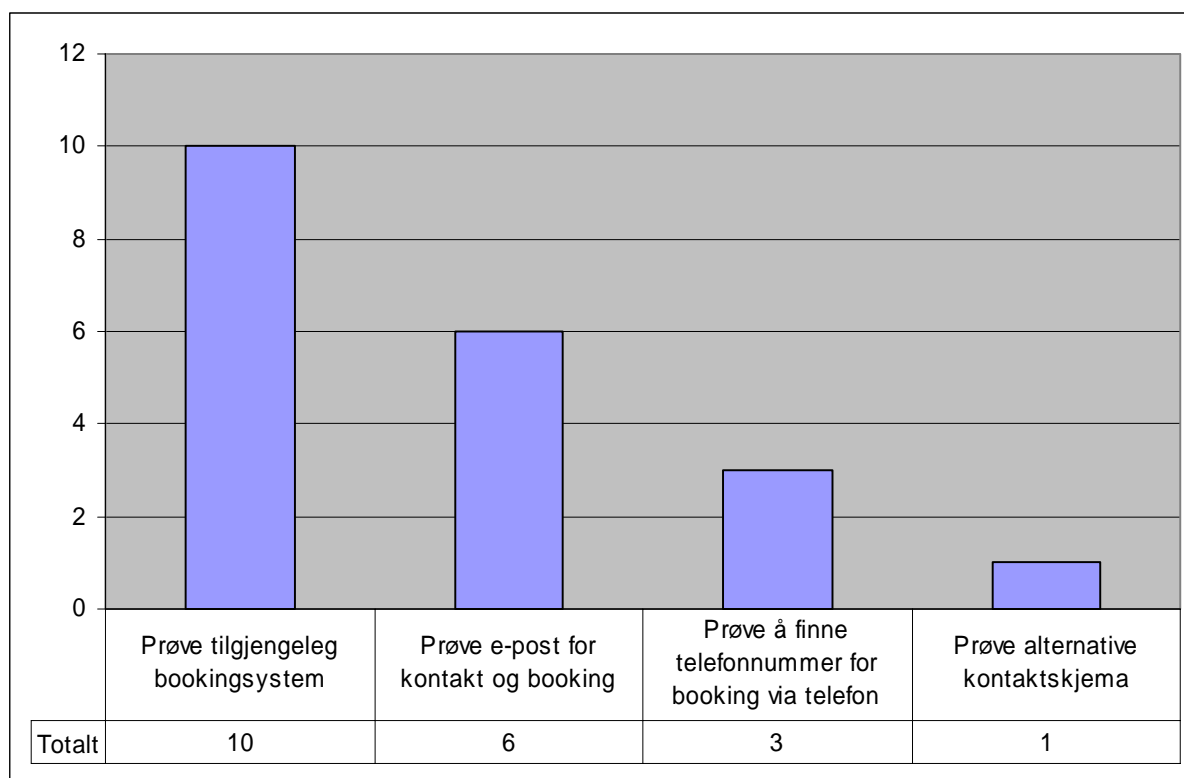
Figur 31: Korleis startar brukaren booking via Sognefjord.no ?

Dei fleste brukarane går naturleg til "overnatting" i hovudmenyen og deretter til "booking"-knappen i lista over hotell i Sogn. Dette er klart hovudinngangen for brukarane. "Destinasjon/turistinfo" er det tredje menyelementet i horisontal meny. Søkefeltet ligg rett under venstremenyen.



Figur 32: Opplisting av overnatting på Sognefjord.no

## Oppgave 2: Val av alternativ ved booking frå hotellet sine egne vevsider

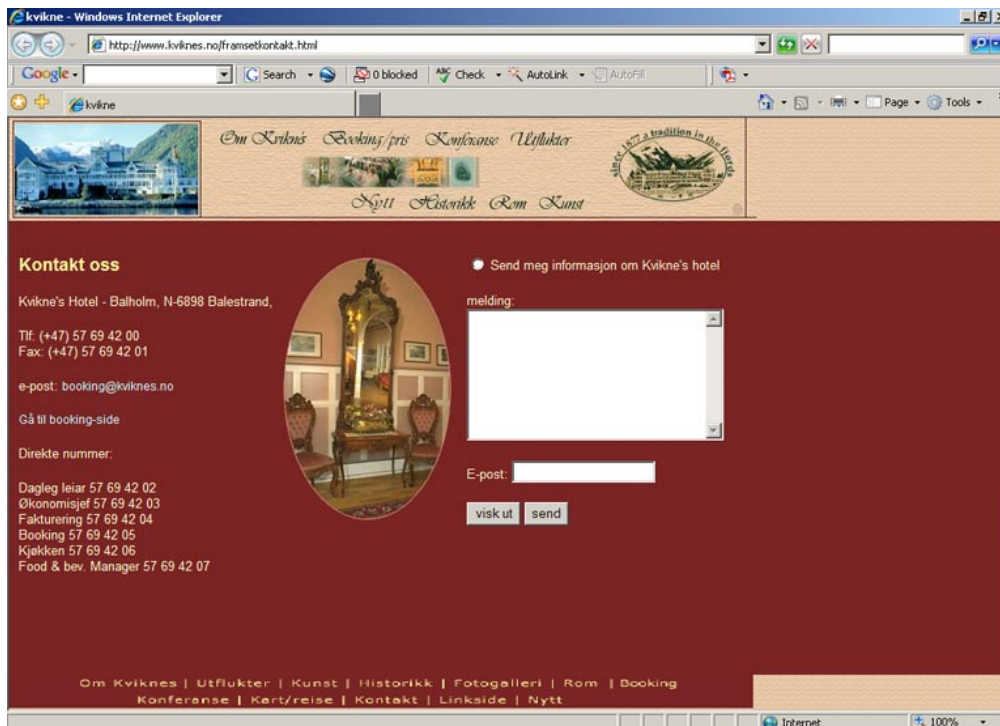


**Figur 33: Val av alternativ ved booking frå hotellet sine egne vevsider**

Denne testen skal avdekke kva brukaren vel når han har fleire alternative mulegheiter hjå den einskilde verksemd. Alternativa er:

- Prøve tilgjengeleg bookingsystem
- Prøve e-post for kontakt og booking
- Prøve å finne telefonnummer for booking via telefon
- Prøve alternative kontaktskjema.

Døme på onlinebooking på hotellside.

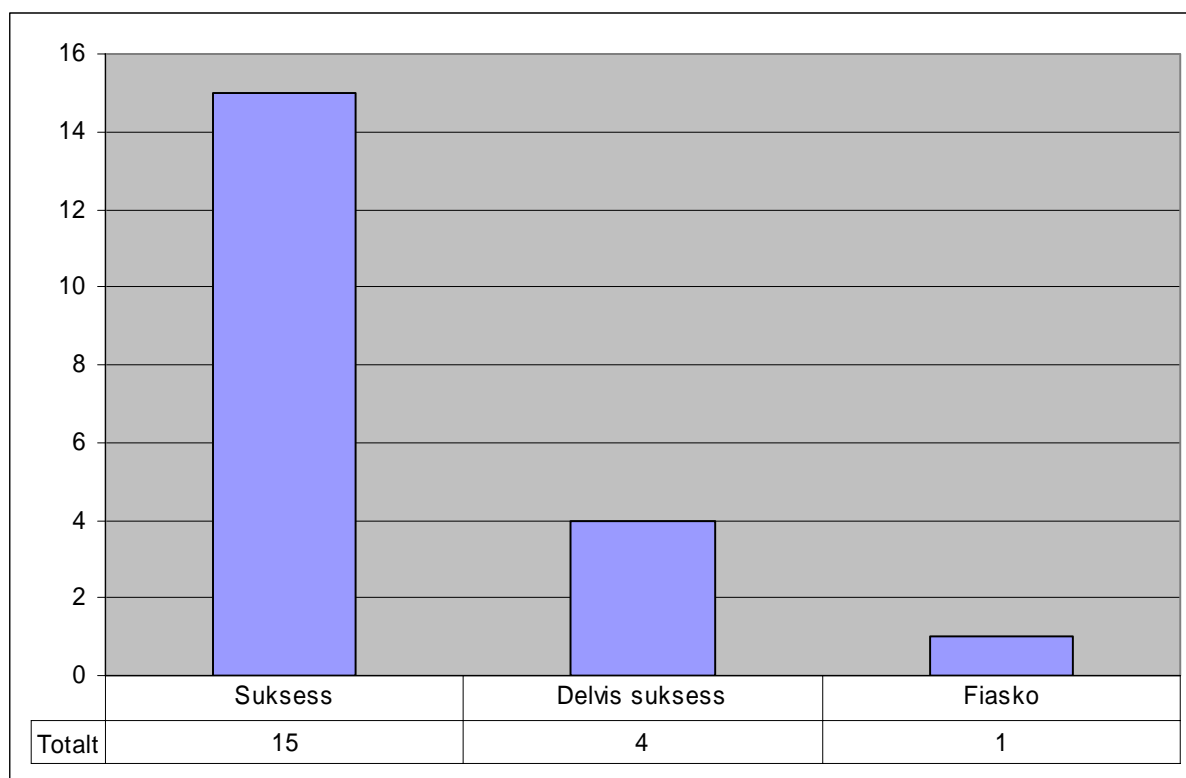


Figur 34: Døme på onlinebooking på hotellside

Kviknes Hotell har alle desse alternativa tilgjengeleg. Alle har dei tre første alternativa. Ikkje unaturleg går halvparten til bookingsystemet, men like mange vel å prøve både e-post og telefon for å komme i kontakt med hotellet.

Den høge bruken av e-post og telefon er ein interessant tendens som vart følgd opp med nærare sjekking og oppteljing av reelle bookingar ved Kviknes Hotell. Der viste det seg at den store majoriteten brukte e-post og telefon for å gjennomføre den endelege bookinga. Oppteljing viste at i juni vart det på Kviknes' booka 1416 gjestedøgn via mail og 194 gjestedøgn via netbooking. I juli var det 1835 gjestedøgn via mail og 235 via netbooking. Totalt 3251 bookingar av gjestedøgn via mail og 430 via netbooking. Netbooking utgjør 13 % av total onlinebooking. Dette tyder på at det tilgjengelege bookingsystemet vart mest brukt for sjekke ledig kapasitet. Deretter var det behov for meir interaksjon via e-post eller telefon før endeleg booking vart gjennomført. Her er det truleg ein forskjell på booking gjort av forretningsreisande og booking gjort av sommarturistar. Sommarturistane er hovudmålgruppa i Sogn og dei har meir komplekse bookingbehov enn ein "standard" forretningsreisande. Denne observasjonen gir eit behov for nøye planlegging av nye bookingløyisingar. Enkle løyisingar med vekt på fleire alternativ og interaksjon er truleg særskilt viktig for sommarturistane.

### Oppgave 3: Prøv å bestille med bookingløsninga



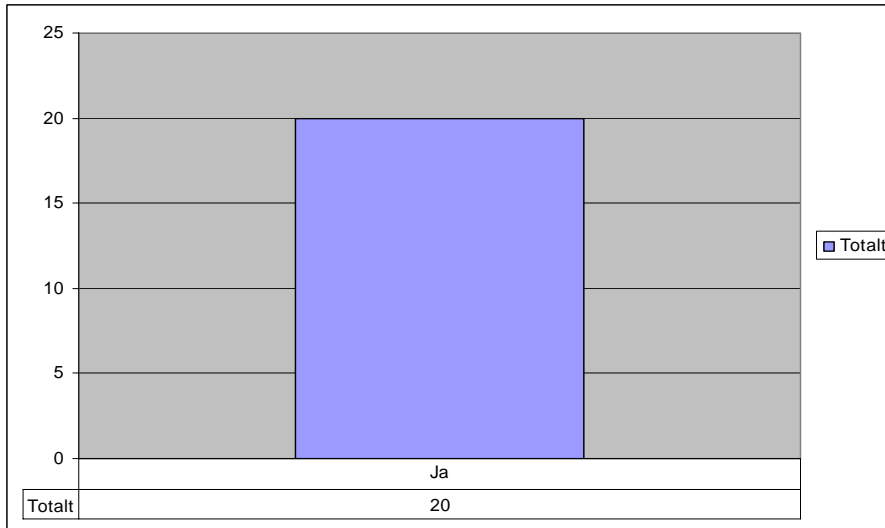
Figur 35: Prøv å bestille med bookingløsninga

Gjennomføringa av ein bookingsesjon skapar ikkje spesielle problem. Sjølve funksjonliteten i dagens bookingsystem ser ut til å vere bra tilpassa brukarane sine ferdigheiter. Spesielle krav om utfylling av eit visst tal felt var mindre problem som vart observert.

## 5.2 Oppfølgingssintervju etter brukartest

Her måtte brukaren ta stilling til ei rekkje påstandar.

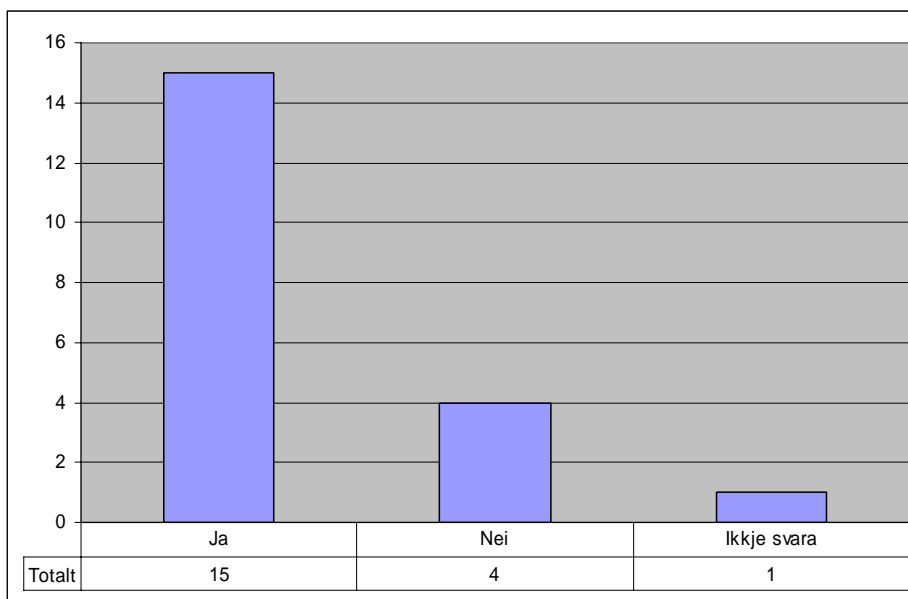
Påstand 1: ”Informasjonen om kor du kan booke var enkel å finne”



**Figur 36:** ”Informasjonen om kor du kan booke var enkel å finne”

Informasjonen om kvar brukaren kan gjere ei booking blir oppfatta å vere tilstrekkeleg. Ingen svara nei. Dette seier ikkje noko om kva verktøy dei brukte, berre at dei fann eit verktøy som dei hadde behov for enten dette var eit spesielt bookingsystem, epost eller telefon.

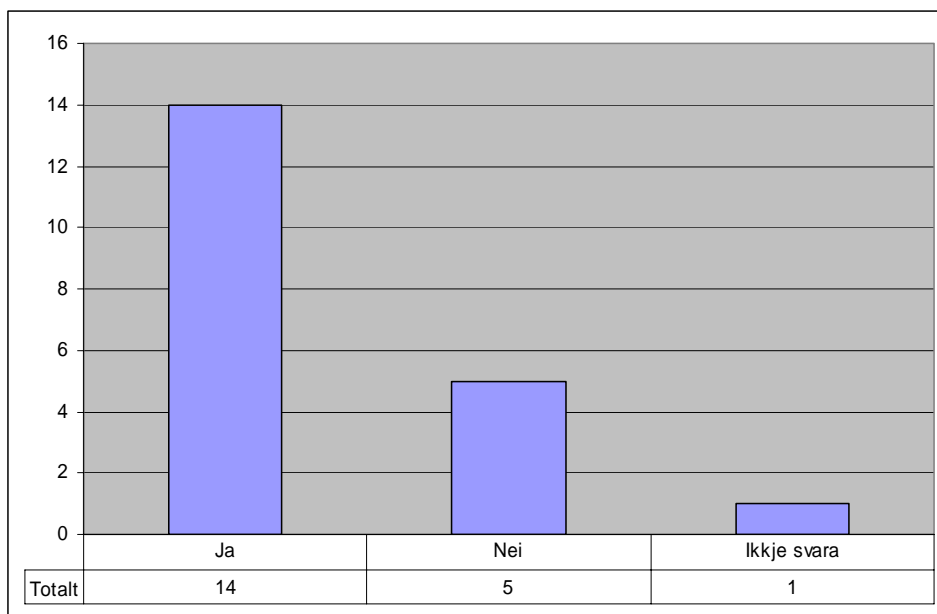
Påstand 2: ”Informasjon du treng for å beslutte å booke er tilgjengeleg”



**Figur 37:** Informasjon du treng for å beslutte å booke er tilgjengeleg

Her er det fleire som er i tvil. Særleg knytte tvilen seg til manglande prisinformasjon.

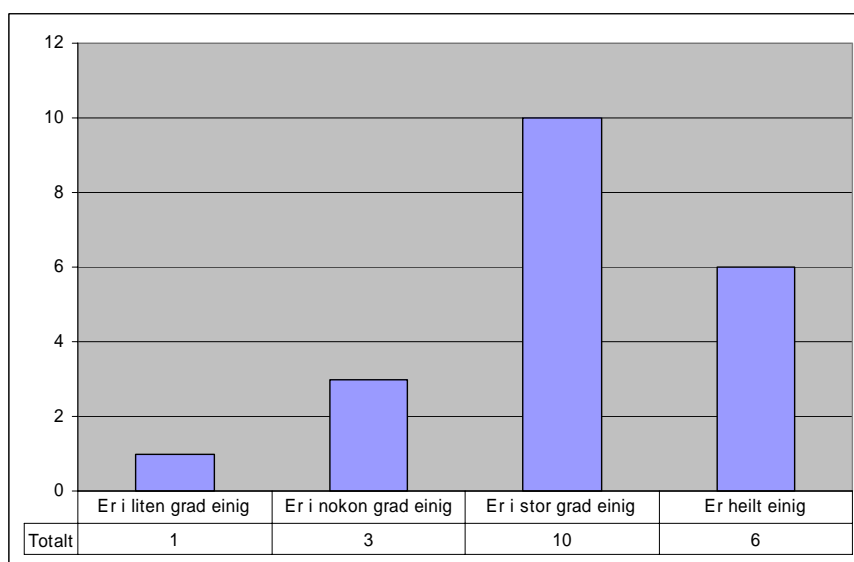
Påstand 3: Er det aktuelt for deg å bruke slike bookingtenester i framtida?



**Figur 38: Informasjon du treng for å beslutte å booke er tilgjengeleg**

Ikkje alle er villige til å bestille med onlinebookingløyisingar. Men fleirtalet ser nytten av slike verktøy. Dette står då noko i kontrast til funn hjå Kviknes Hotell der svært få brukte bookingsystemet for å fullføre ei booking. Trua på framtidig bruk er kanskje noko optimistisk? I praksis viser dei eit behov for interaksjon med hotellet før dei faktisk bestemmer seg for å gjennomføre bookinga. Her er det spennande utfordringar for utvikling av eit godt fungerande bookingtilbod hjå hotell med sommarturistar som målgruppe.

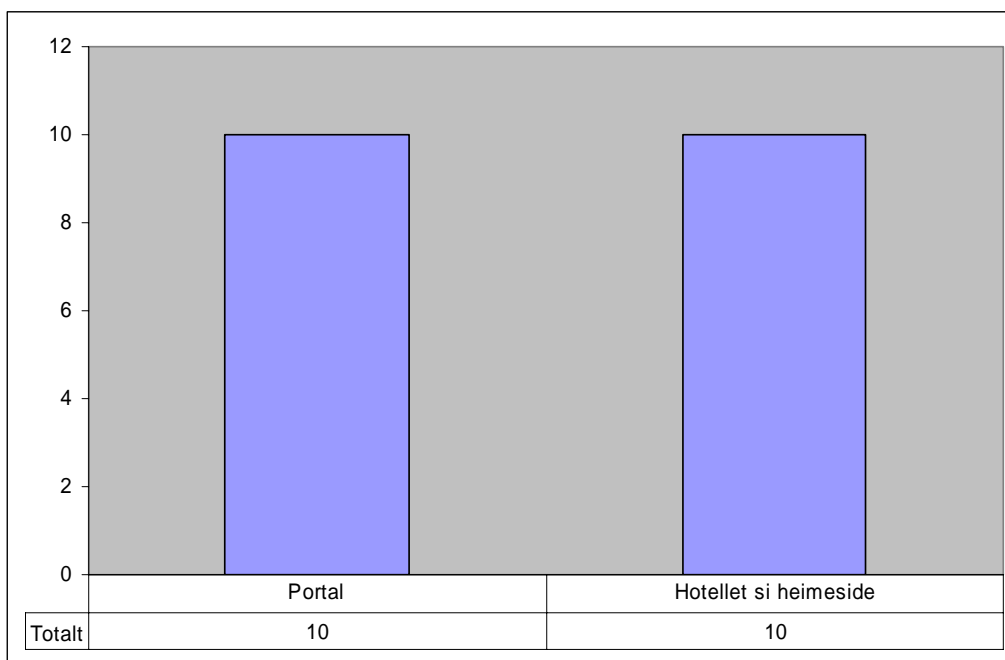
Påstand 4: ”Bookingfunksjonalitet og tilgjengeleg informasjon er som du forventar”



**Figur 39: Bookingfunksjonalitet og tilgjengeleg informasjon her er som du forventar**

Fleirtalet seier dei finn det dei forventar her. Ingen er berre delvis einig i utsagnet.

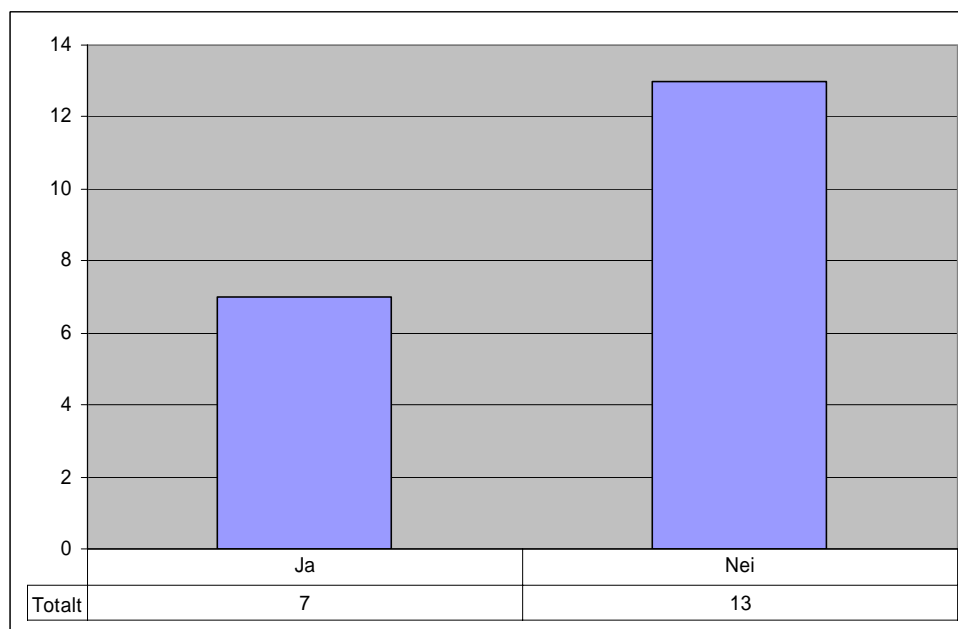
**Påstand 5: ”Føretrekk booking på portal eller hotellet si heimeside”**



**Figur 40: Føretrekk booking på portal eller hotellet si heimeside**

Tilbakemeldinga viser nok ein gong at det er viktig med eit sett av utfyllande løysingar. Booking må vere tilgjengeleg både på felles portal og på eigen heimesider.

**Påstand 6: ”Krav om kredittkortnr frå bookingløysing stoppar deg frå å booke elektronisk”**

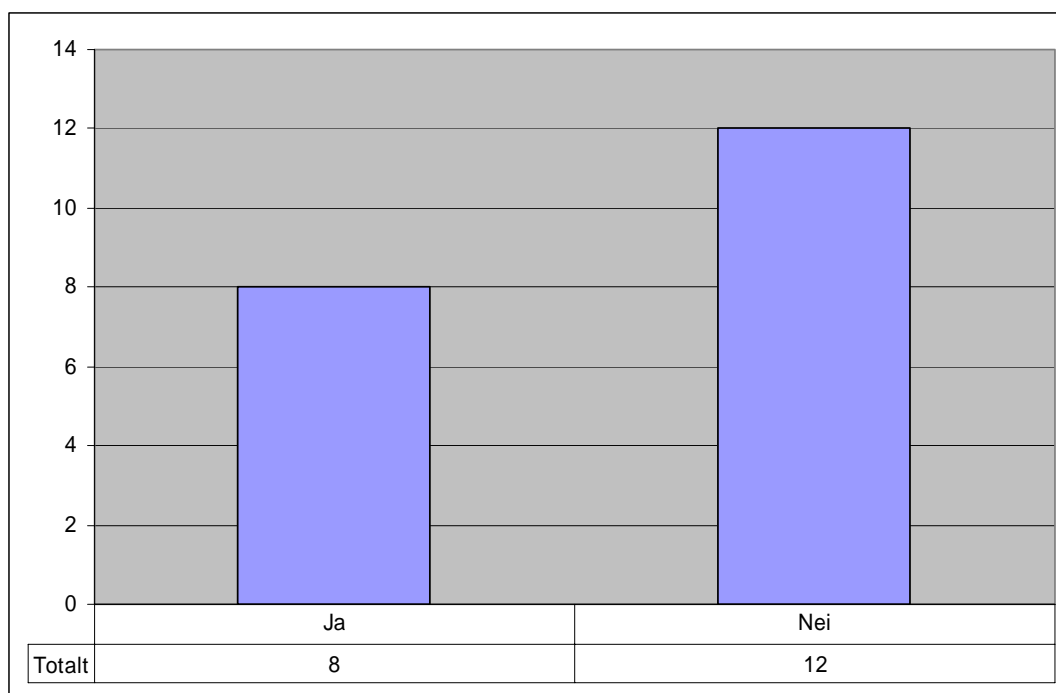


**Figur 41: ”Stoppar krav om kredittkortnr frå bookingløysing deg frå å booke elektronisk”**

Ein vesentleg del av brukarane vil enno ikkje leggje att kredittkortnr på nettsider. Sjølv om det er eit mindretal er det særskild viktig å ikkje støyte frå seg ei slik stor gruppe. Her er utvalet av ulike løysingar, som nemnd ovanfor, særskild viktig.



Utsagn 7: ”Type overnattingsverksemd spelar inn på avgjerda om å bruke kredittkort (om det er hotel eller ein liten campingplass)”



**Figur 42: Spelar overnattingskategori inn på valet om å bruke kredittkort**

Sjølv om dei fleste ikkje let seg påverke, så vil mange sjå nøye på nettstaden for å vurdere om dei tør leggje att kredittkortinformasjon.

### 5.3 Hovudpunkt i tilbakemeldingane frå testleiarane

I etterkant bad vi testleiarane tenke gjennom korleis testen av bookingalternativa hadde fungert og komme med ei kort tilbakemelding på kva dei viktigaste funna og inntrykka var. Nokre hovudpunkt kan trekkjast fram :

Klingenberg Hotel:

”Gjestene som bistod såg ut til å gjennomføre bookinga rimelig greit, noko som er å forvente då me går ei stadig meir teknologisk tid i møte, samstundes som sognefjord.no er ei oversiktleg og forståeleg side”

”På grunn av at me ikkje kom i gang med undersøkinga før i vinter, er det først og fremst stamgjester som har vore spurt og som har sett av tid til å gjennomføre testen. Dette kan sjølvsagt være med på å redusere undersøkingas validitet, men håper likevel det utgjer eit representativt bilde av dagens realitet.”

Kvikne’s Hotell (som hadde same testleiar i år som i fjor).

”Etter å ha gjennomført 8 brukartestar kan vi trekke ein heller positiv slutning av sognefjord.no sine internettsider.

Det har vore sentralt for oss å finne negative ting og merke oss dersom brukarane har nemnt dette. Det har vi gjort for at det skal bli greiare å finne ting som eventuelt kan rettast på.

Det fyrste positive med undersøkelsen er at den er betydeleg kortare og mindre tidkrevjande enn den som vart utført i fjord. I samanheng med dette bør det nemnast at det er feil årstid å gjennomføre ei slik undersøking, det er lite gjester på hotellet og det vert dermed vanskeleg å finne gjester som er open for å vera med brukartestinga.

For å begynna med booking frå sognefjord.no sida valde dei aller fleste å gå om tekstmenyen på venstre sida. Dei aller fleste ville kontakta hotellet direkte via telefon for ein eventuell forespørsel. Det som gjorde at nokre ikkje fekk full suksess på bestillinga av rom var at dei hadde generelle problem med bruk av data/internett.

Det som kan nemnast generelt er at det er meir oversiktleg når alle hotell vert samla på ei side. Det vert lettare for gjesten å planleggje heile reisa. Det var nokre få som ikkje var villige til å gje informasjon på nettet om kredittkortnummer.

Det er fortsatt småplukk å fiksa på, men ein ser tydeleg utviklinga sida i fjor.”

## **Konklusjonar frå testing av bookingløyisingar**

Testinga av bookingsløyisingar har gitt følgjande hovudkonklusjonar:

- Testarane forventar tilgang til bookingløyisingar både på bedriftene sine egne vevsider og på eventuelle fellesportalar som sognefjord.no. Booking bør vere tilgjengeleg både i egne løyisingar for verksemda og sentral fellesløyisingar
- På felles portalar som sognefjord.no forventar testarane at booking er tilgjengeleg frå ei opplisting av lokale hotell. Dette er klart førsteval ved ulike alternative val.
- Testarane arane har behov for eit sett av verktøy, særleg ser dette ut til å gjelde målgruppa sommarturistar som ønskjer meir interaksjon med hotellet enn ein vanleg forretningsreisande. Dette gir behov for både bookingsystem, e-postkontakt og telefonkontakt, og det må leggest vekt på å sikre gode løyisingar for interaksjon mellom hotell og kunde ved planlegging av nye bookingløyisingar.
- Oppteljing av reelle elektroniske bookingar ved eitt av hotella viser at enkle løyisingar som e-post oftast blir brukt. Bookingsystemet kan ofte ha ein viktig funksjon for å vise ledig kapasitet og inngår då som ein del av ei breiare løyising.
- Sjølv funksjonaliteten i dagens bookingsystem fungerer rimeleg bra i høve til testarane sine behov.
- Bookingsystema må ha alternativ til bruk av kredittkort. Mange nettbrukarar er fortsatt skeptisk til å legge att kredittkortinfo på internett.

## **VEDLEGG**

1. Vedlegg 1 Brukartesting og intervjuguide for kart og kartintegrasjon
2. Vedlegg 2 Brukartesting og intervjuguide for hotella si bookingløsning

Vedlegg 1 Brukartesting og intervjuguide for kart og kartintegrasjon

## **Brukartesting**

### **Sognefjord.no**

#### **Sommar 2005**

Me konsentrerer brukartestinga om *kart og kartintegrering* og dei 5 ulike booking-løysingane i bruk. All brukartesting om *kart og kartintegrering* blir utført av VF. Hotella og turistkontora finn testpersonar og stiller med utstyr. Turistkontora fungerer best som testarena. Dei fem ulike hotella får tildelt 5 ulike testskjema tilpassa deira heimesider.

**Skjema under er å sjå som testleiar sitt intervjuskjema.**

## Part I: Background

### 1. Gender

- Male
- Female

### 2. Age

- < 20 years
- 20 – 39
- 40 – 60
- 60 years

### 3. Country of origin?

- Norway
- Germany
- Sweden
- Denmark
- Netherlands
- Great Britain
- USA
- Other: \_\_\_\_\_

### 4. Did you use Internet for information retrieval or booking before travelling here ?

*(Could be more than one alternative)*

- I did not use Internet
- I tried to search for information about the region or destination
- I found relevant information about the region or destination
- I booked parts or the whole of this trip on the net
  - Travel
  - Accommodation
  - Other: .....

Comments: \_\_\_\_\_

### 5. Internett-connection at home

- Dial up (modem, ISDN)
- Permanent broadband connection (ADSL or similar.)
- Don't know

Comments: \_\_\_\_\_

## **Part II: Tasks to be solved: Map and map integration**

**1. Please find a location you would like to know more about. (Open oppgåve.) Which location: \_\_\_\_\_**

- Fann fram med ein gong
- Etter litt tid (andre handlingar først) Notere tid: \_\_\_\_\_
- Fann ikkje fram
  
- Brukte kart
- Etter litt tid brukte kart (andre handlingar først)
- Brukte meny
- Brukte søkefunksjon

Comments: \_\_\_\_\_

**2. Click on Attractions-Fjord- Nærøyfjorden. Then take a closer look at Lusterfjorden.**

- Brukar testpersonen minikartet for å navigere ?

- Med ein gong
- Etter litt tid (andre handlingar først). Noter tid: \_\_\_\_\_
- Brukar ikkje kartet

Comments: \_\_\_\_\_

### **Follow up questions:**

**1.1 Is this small map in the right corner what you would expect to find to help you navigate?**

Comments: \_\_\_\_\_

**1.2 Is the map understandable and helpful? Unclear? What improvements are needed?**

Comments: \_\_\_\_\_

**1.3 How do you interpret the use of colours in the map. Do they help you understand the map?**

Comments: \_\_\_\_\_

**3. Please click on Attractions -Glacier. Can you see where the glacier is situated in relation to the Sognefjord? - Ser dei kor dette er, dvs kan dei forklare kor brea er i forhold til Sognefjorden ?**

- Med ein gong
- Etter litt tid (andre handlingar først). Noter tid: \_\_\_\_\_
- Nei

Comments: \_\_\_\_\_

**4. Please zoom in on Sogndal at the main map. Then move along the Sognefjord to Luster.**

- Brukar dei sidekartet med å bevege rektangelet for å panorere?

- Med ein gong
- Etter litt tid (andre handlingar først)
- Nei

Comments: \_\_\_\_\_

Is the visual rectangle in the smaller map useful for navigating the main map? \_\_\_\_\_

**5. Please zoom in on Nærøyfjorden on the map [at the main map](#) and find more information about the fjord**

- Via the link on the right side
- Via direct click at the map
- Via a return to the main page: Back, menu, logo or typed inn?
- Other alternative: \_\_\_\_\_

Comments: \_\_\_\_\_

**6. Then find accommodation when visiting Nærøyfjorden by the maps in [www.sognefjord.no](http://www.sognefjord.no).**

- Via show on the map without zooming: Hotels and Inns
- Via show on the map with zooming: Hotels and Inns
- Via a direct click at the map;
- Via a link on the horizontal menu- identify

Comments: \_\_\_\_\_

### **Part III: Follow up questiones**

#### **1. How did you find the main map ?**

**Information about the area was easy to find**

Agree fully                      Agree partly                      Do not agree  
5                      4                      3                      2                      1

**Information about the area was useful**

Agree fully                      Agree partly                      Do not agree  
5                      4                      3                      2                      1

**Information about accommodation was easy to find**

Agree fully                      Agree partly                      Do not agree  
5                      4                      3                      2                      1

**Information about accommodation was useful**

Agree fully                      Agree partly                      Do not agree  
5                      4                      3                      2                      1

**Information about attractions was easy to find**

Agree fully                      Agree partly                      Do not agree  
5                      4                      3                      2                      1

**Information about attractions was useful**

Agree fully                      Agree partly                      Do not agree  
5                      4                      3                      2                      1

**The map toolbar was easy to use**

Agree fully                      Agree partly                      Do not agree  
5                      4                      3                      2                      1

**The map toolbar has a useful set of functions**

Agree fully                      Agree partly                      Do not agree  
5                      4                      3                      2                      1

Comments/Other expectations: \_\_\_\_\_

#### **2. How did you find the small map (at the top of the page)?**

**I consider the map useful**

Agree fully                      Agree partly                      Do not agree  
5                      4                      3                      2                      1

**Maps made navigation and identifying content easier**

Agree fully                      Agree partly                      Do not agree  
5                      4                      3                      2                      1

Comments/Other expectations: \_\_\_\_\_

## Brukartesting for Sognefjord.no-prosjektet

### Bedriftene

**Hopstock Hotell**  
**Kviknes Hotel**  
**Hotel Mundal**  
**Quality Hotel Sogndal**  
**Sogndal Bed & Breakfast (Vesterland)**  
**Klingenberg Hotel**

### *Introduksjon for testleiar hjå bedriftene*

*Bedriftene finn 7 gjester til å løyse dei tre oppgåvene. Oppgåveneskal teste verksemdene sine bookingsystem, totalt fem ulike løysingar. Spørsmåla blir berre gitt muntleg av testleiar, som noterer flittig og kryssar av for alternativa der dette passar. Alternativa under spørsmåla i Del II skal ikkje lesast opp for gjesten. Dei er der for å gjere jobben lettare og raskare for testleiar. Alternativa under Del III skal lesast opp.*

*Sist sommar fekk de generell info og opplæring om gjennomføring. Det viktigaste er å notere det de observerer gjesten prøver å gjere for å løyse oppgåva, og at de ikkje hjelper til for mykje.*



## Part I: Background (filled in by test manager at hotel)

### 1. Gender

- Male
- Female

### 2. Age

- < 20 years
- 20 – 39
- 40 – 60
- 60 years

### 3. Country of origin?

- Norway
- Germany
- Sweden
- Denmark
- Netherlands
- Great Britain
- USA
- Other: \_\_\_\_\_

### 4. Did you use Internet for information retrieval or booking before travelling here ?

(Could be more than one alternative)

- I did not use Internet
- I tried to search for information about the region or destination
- I found relevant information about the region or destination
- I booked parts or the whole of this trip on the net
  - Travel
  - Accommodation
  - Other: .....

Comments: \_\_\_\_\_

## **Part II: Test of booking system at Kviknes Hotel(tasks to be solved):**

### 1. Please start from the homepage of [www.sognefjord.no](http://www.sognefjord.no). How would you go on to start a booking session for **Kviknes Hotel**?

- Via choosing “Destinations” in the horizontal menu and then click on a link to one of the destinations where the hotel is located
- Via choosing the left side menu item “Accommodation”, then search for accommodation type and area and then choose the booking-button at the short list of selected alternatives
- The same as alternative 2 above, but select the hotel page at the short list of selected alternatives and then choose the booking-button at the hotel page
- Via other info at the short list, like: [Homepage](#) | Email: [soho@sogndal-hotel.no](mailto:soho@sogndal-hotel.no) | Phone: 57627700 (not the booking button)
- Via search for booking

Comments: \_\_\_\_\_

**2. Please start a booking session at the Kviknes Hotel Homepage. How would you go on with the session ?**

- Via menu element Booking.- Send in form
- Via menu element Contact info.
  - I would call by phone
  - I would use email
  - I would first fill inn and send the form asking for more information
- Via navigating the other menu elements until I find some booking-information

Comments: \_\_\_\_\_

**3. Please try to complete a test-booking at Kviknes Hotel using this profile:**

**Name:** Ola Ola (vurder kva som trengs av profil for å teste ditt eige system..)

**Country:** Norway

**e-mail :** [ola@ola.no](mailto:ola@ola.no)

**Credit card no:** (eit fiktivt nr med rett tal siffer og ikkje utgått dato)

Results:

- Success
- Partly successful
- Failure

Comments: \_\_\_\_\_

**Part III: Follow up questions ( interview with guest, please read all alternatives )**

**1. How did you find the booking (Circle the chosen option)**

- Information about where to book was easy to find: Yes/ No
- Information needed to decide about a booking offer was available: Yes /No
- Would you consider using a similar booking facility in the future: Yes /No

Comments: \_\_\_\_\_

**2. Is the booking system and information available what you would expect to find?**

Fully - To a large extent - To some extent - To a lower extent - Not at all

Comments: \_\_\_\_\_

**3. Do you prefer to find the booking system available at the sognefjord portal or directly at the hotel home page? Portal – Hotel home page )**

Comments: \_\_\_\_\_

**4. Does booking systems requiring your credit card number to confirm your booking stop you from electronic booking ? Yes/No**

**Does the category of accommodation influence this decision (hotel/inn/cabin/camping)?**

Yes/No

Comments: \_\_\_\_\_