

از کارشناسی تا چانه‌زنی: خرید و فروش خودرو در فضای آنلاین

مطالعه کاربرپذیری چهار بازار معاملات خودروی ایران: دیوار، شیپور، باما و همراه مکانیک

تستادی



بر اساس یافته‌های تیم **تستادی**، تنها پلتفرم تست کاربرپذیری آنلاین

فهرست

۲	درباره‌ی این گزارش
۳	مقدمه
۵	درباره‌ی اپلیکیشن‌ها
۸	تست کاربردپذیری چیست؟
۹	چرا فقط ۵ کاربر؟
۱۰	سناریوها و وظایف
۱۳	تجربه‌ی کلی
۱۸	نتایج تست دیوار
۲۳	نتایج تست شیپور
۲۷	نتایج تست باما
۳۲	نتایج تست همراه مکانیک
۳۵	درباره‌ی تستادی

نمونه بازخورد مشتریان

”

آهان واحدش هزار کیلومتره، خب
داداش اینو باید بگی



”

دیگه همه کلمات رو که
نباید بیایم اختراع کنیم

جایی هست که خودرویی
که ذخیره کردم رو ببینم؟



”

عجیبه که رنگ نداره. رنگ
ماشین رو باید بشه انتخاب کرد

قیمت توافقی به معنی
یه ابهام بزرگه.



درباره‌ی این گزارش

در این گزارش، با انجام یک سناریوی یکسان توسط کاربران عادی، تیم تستادی میزان کاربردپذیری نسخه اندروید اپلیکیشن‌های دیوار، شیپور، باما و همراه مکانیک را سنجیده است. این تست‌ها که به‌صورت کاملاً آنلاین و از راه دور (Remote) بر روی کاربرانی با ویژگی‌های مختلف انجام شده‌اند، توسط متخصصین تستادی بررسی و ارزیابی شده و در قالب این گزارش منتشر شده است.

ویژگی‌ها	دیوار	شیپور	باما	همراه مکانیک
سرعت نمایش اطلاعات	✓	✗	✓	✓
جستجو	✓	✓	✓	✗
طبقه‌بندی اقلام	✓	✓	✓	✗
عملکرد و تنوع فیلترها	✗	✗	✗	✗
تنوع عکس‌ها	✗	✓	✓	✓
نتایج مرتبط با جستجو	✓	✗	✓	✓
نمایش عبارات پیشنهادی	✓	✓	✓	—
افزودن خودرو به لیست مورد علاقه	✗	✗	✗	—
حذف خودرو از لیست مورد علاقه	✗	✓	✗	—
اشتراک گذاری	✗	✗	✗	—
شفافیت امکان کارشناسی	✗	✗	✗	✗

✓ قابل قبول ✗ کاربران با مشکل یا ابهام روبرو شدند — ساختار متفاوت

مقدمه

بازار نیازمندی‌های خودرو، چندسالی است که با استقبال کاربران و کسب و کارهای آنلاین مواجه شده است. بازیگران بزرگی جذب این بازار شده و روی آن سرمایه‌گذاری‌های چشم‌گیری کرده‌اند. اکثر این بازیگران بزرگ امکانات و فرآیندهایی بسیار شبیه به هم دارند و به نظر می‌رسد فعلاً در حال تلاش برای گرفتن سهم بزرگ‌تری از بازار هستند و هنوز بر روی شناسایی و رفع نیازهای کاربران و مهم‌تر از آن خشنودی آنان تمرکز ویژه‌ای نداشته‌اند.

مهم‌ترین بخش یک طراحی، رضایت و خشنودی کاربران است.

شاید یک سایت یا اپلیکیشن بسیار سریع داشته باشیم که بر لبه‌ی تکنولوژی ایستاده و از آخرین روش‌های به روز طراحی در آن استفاده شده است، یا یک سایت کند که همه‌چیز آن یادآور دوران گذشته است؛ اما آنچه در نهایت موفقیت محصول ما را نشان می‌دهد، تنها خشنودی کاربران هنگام استفاده از آن است.

اگر کاربران واقعا از محصول رضایت نداشته باشند، از آن استفاده نخواهند کرد و سراغ انتخاب بهتری خواهند رفت. با خودمان صادق باشیم؛ آدم‌های زیادی در حال ساخت محصولاتی مشابه ما هستند و کاربران بالاخره آن‌ها را پیدا می‌کنند!

گرچه این کسب و کارها طی ماه‌های گذشته، بر اثر فشارهای بیرونی، مجبور به حذف نمایش قیمت به عنوان اصلی‌ترین عامل تصمیم‌گیری برای انتخاب خودرو شده‌اند؛ اما همچنان می‌توانیم سایر عوامل تاثیرگذار بر روی تجربه‌ی کاربران را بسنجیم:

- این اپلیکیشن‌ها و وبسایت‌ها چقدر برای یافتن خودروی مورد نظر کاربران، کاربردی و کارساز هستند؟
- چه نقطه نقاط ضعف و قوتی دارند؟
- کاربران در کجای فرآیند دچار مشکل می‌شوند و چه ابهامات و مشکلاتی دارند؟

در این گزارش، با انجام یک سناریوی یکسان توسط کاربران عادی، میزان کاربردپذیری این کسب و کارها را سنجیده‌ایم. این تست‌ها با استفاده از **تستادی**؛ پلتفرم کاملاً آنلاین انجام تست‌های کاربردپذیری، بر روی کاربرانی با ویژگی‌های مختلف انجام شده‌اند. نتایج تست‌ها، توسط تیم تستادی بررسی و ارزیابی شده و در قالب این گزارش منتشر شده است.

درباره‌ی
اپلیکیشن‌ها

دیوار بزرگ‌ترین سرویس موفق نیازمندی‌ها در ایران

است که سال ۹۲ راه‌اندازی شده و توانسته رفتار و عادت کاربران ایرانی را هنگام تحقیق و جستجو برای خرید و فروش کالاهای نو و دست‌دوم تغییر دهد.

دیوار زیر مجموعه‌ی «کافه‌بازار» است و در حال حاضر میلیون‌ها نفر از سراسر ایران برای خرید، فروش و استعلام قیمت، از دیوار استفاده می‌کنند.

نیازمندی‌های خودرو یکی از بخش‌های پرکاربرد دیوار است و حدود یک‌سال پیش، امکان کارشناسی خودرو به آن اضافه شده است که رویکرد مثبت دیوار برای توسعه و سرمایه‌گذاری در بخش خودرو را نشان می‌دهد.

شیپور نیز همانند دیوار، سرویس نیازمندی‌ها و بستری

برای خرید و فروش کالاهای نو و دست دوم و ارائه خدمات در ایران است. گرچه شیپور پیش از دیوار راه‌اندازی شده است، اما در حال حاضر از نظر میزان کاربران، مقام دوم را در بازار نیازمندی‌های آنلاین دارد.

یکی از تفاوت‌های شیپور با سایر کسب و کارهای مشابه، خرید امن است. یعنی شیپور به عنوان واسطه عمل کرده و تا زمانی که خریدار صحت کالای خریداری شده را تایید نکند، هزینه‌ای به حساب فروشنده واریز نمی‌کند. شیپور نیز اخیراً بخش کارشناسی خودرو را فعال کرده و سرمایه‌گذاری زیادی بر روی بهبود تجربه کاربری نیازمندی‌های خودرو کرده است.

باما نخستین کسب و کار آنلاینی است که به صورت اختصاصی بر روی بازار خودرو کار می‌کند. کاربران می‌توانند خودروهای خود را برای فروش در باما ثبت کنند و خریداران خودرو، هم برای استعلام قیمت خودرو و هم برای خرید به آن مراجعه می‌کنند.

باما توانسته در سال‌های اخیر خود را به عنوان مرجع معتبر استعلام قیمت و خرید و فروش خودرو معرفی کرده و در بازار به محبوبیت زیادی دست پیدا کند.



همراه مکانیک هم همانند باما به صورت اختصاصی در بازار آنلاین خودرو فعال است و در سال‌های اخیر رشد زیادی داشته و مورد توجه کاربران قرار گرفته است. گرچه بخش زیادی از شهرت و محبوبیت همراه مکانیک به دلیل خدمات سریع تلفنی و آفلاین آن است، اما اپلیکیشن و وبسایت همراه مکانیک، نقطه ورود کاربران به این کسب و کار محسوب می‌شوند. به همین دلیل سهولت استفاده‌ی بخش‌های آنلاین این کسب و کار، اهمیت زیادی دارد.

تست کاربردپذیری چیست؟

تست‌های کاربردپذیری توسط کاربران واقعی انجام می‌شوند، آن‌ها می‌توانند مشکلاتی را آشکار کنند که برای برنامه‌نویس‌ها، طراحان، صاحبان کسب و کار و کسانی که با وب‌سایت و اپلیکیشن آشنا هستند، چندان ملموس و قابل تصور نیستند. معمولاً داشتن آشنایی زیاد با یک محصول، می‌تواند حساسیت طراحان، کارشناسان مارکتینگ و مدیران محصول را در برابر مشکلات کاربردپذیری کم کند و مانع توجه آن‌ها به این مشکلات شود.

مشاهده‌ی کاربران در حال استفاده از وب‌سایت و اپلیکیشن و بررسی عملکرد آن‌ها، راه موثری است تا درک کنید آیا کاربران شما:

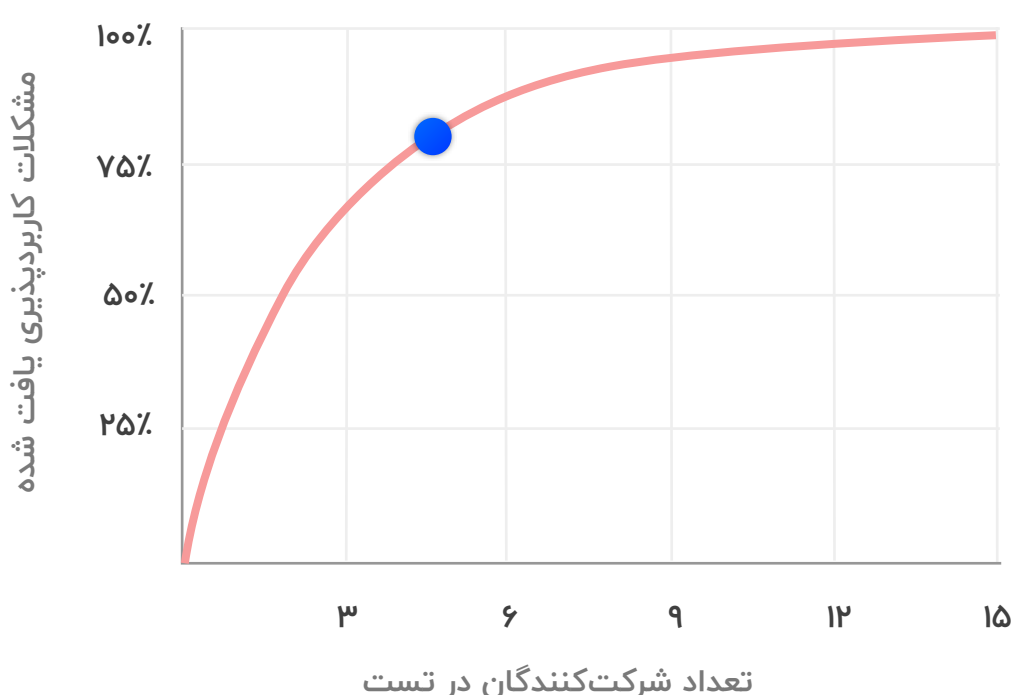
- متوجه می‌شوند که وب‌سایت یا اپلیکیشن شما چطور کار می‌کند و گیج نمی‌شوند؟
 - می‌توانند کارهای اصلی‌ای که در نظر داشتند را انجام دهند؟
 - با مشکلات و باگ‌های کاربردپذیری مواجه می‌شوند؟
 - با مشکلات دیگری که تا به حال ندیده‌اید مواجه می‌شوند؟
- و...

چرا فقط ۵ کاربر؟

برخلاف باور عمومی، تست کاربرپذیری پرهزینه و پیچیده نیست، نیاز به صرف برنامه‌ریزی زیاد ندارد و مختص به پروژه‌های ویژه و بزرگ نیست.

صرف هزینه‌ی زیاد و انجام تست کاربرپذیری بر روی کاربران در مقیاس زیاد، معمولا منجر به هدر رفت منابع می‌شود زیرا تعداد کاربران بیشتر، تنها نتایج تکراری و مشابه را بیشتر می‌کند و یافته‌ی جدیدی ایجاد نخواهد کرد.

همان‌طور که در جدول زیر می‌بینیم، بهترین نتایج تست کاربرپذیری یک محصول، با پنج کاربر و انجام تست‌های متناوب و کوچک به دست می‌آید:



استاندارد جهانی تعداد کاربران کاربرپذیری، منبع نلسون نورمن گروپ

سناریوها و وظایف

برای انجام این مقایسه، به سناریویی احتیاج داشتیم که برای هر چهار اپلیکیشن ثابت باشد.

وظایف اصلی کاربران:

- جستجوی یک خودرو با مشخصات خاص در تهران
- ذخیره کردن خودروهای مورد علاقه برای بررسی مجدد و تصمیم‌گیری
- حذف یکی از خودروها از لیست مورد علاقه
- بررسی امکان کارشناسی خودرو
- به اشتراک گذاری خودروی انتخاب شده

گرچه تمام این اپلیکیشن‌ها در نهایت نیازمندی‌های خودرو هستند، اما فرآیندهای آن‌ها تفاوت‌هایی با هم دارد. نقاط مشترک تمام این اپلیکیشن‌ها امکان جستجو، انتخاب خودرو و درخواست کارشناسی است؛ همراه مکانیک امکان ذخیره‌سازی و اشتراک‌گذاری خودرو را که یک فعالیت مهم در فرآیند انتخاب خودرو است، درون خود اپلیکیشن ندارد. امکان کارشناسی، به عنوان یکی از جذابیت‌های بزرگ و جدید این کسب و کارها، گرچه در تمام اپلیکیشن‌ها مشترک است اما جزییات فرآیند آن متفاوت است.

خودرویی که با توجه به فراوانی آن در بازار و به تبع آن در این اپلیکیشن‌ها برای تست انتخاب شده، ۲۰۶ سفید است و با توجه به حجم بیشتر آگهی‌ها در شهر تهران، از کاربران خواسته شده تا شهری که در آن به دنبال خودرو هستند را تهران انتخاب کنند.

سناریوی کلی که در اختیار کاربران قرار گرفت:

سوالات پیش از شروع تست:

- آیا تا به حال از این اپلیکیشن یا مشابه آن استفاده کرده‌اید؟
- اگر بله برای چه خدماتی؟

- فرض کنید به دنبال خرید یک ۲۰۶ تیپ ۵ با کارکرد ۵ هزار کیلومتر و در شهر تهران هستید.
ماشینی با این مشخصات را در این اپلیکیشن پیدا کنید.

- تصور کنید ماشین مطلوب شما، مدل ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸ و به رنگ سفید است، این خودروها را پیدا کنید.

این سناریو به حد کافی واضح است و ویژگی‌هایی را خواسته که به احتمال زیاد در حالت عادی نیز برای خرید خودرو از سوی کاربران در نظر گرفته می‌شود. در عین حال، تنوع ویژگی‌ها باعث می‌شود کاربران برای رسیدن به نتیجه، چندین بار جستجو کرده و نتایج را فیلتر کنند.

سپس این وظایف از کاربران خواسته شد:

- سه خودرو را پسندیده‌اید، چگونه می‌توانید آن‌ها را برای بررسی بیشتر ذخیره کنید؟

- یکی از خودروهایی که ذخیره کرده‌اید را حذف کنید. (غیر از همراه مکانیک که این امکان را ندارد)

- فرض کنید یک دوست متخصص خودرو دارید، چگونه می‌توانید یکی از خودروهای مورد پسندتان را با او به اشتراک بگذارید؟

- به نظر شما مفهوم «کارشناسی» در این اپلیکیشن چیست؟

کاربران احتمالاً در مسیر یافتن خودرو، با امکان کارشناسی مواجه شده و یا قبلاً در مورد آن شنیده بودند. با این سوال کاربران باید ابتدا برداشت خود را از مفهوم کارشناسی بیان کرده و سپس به بررسی این امکان در اپلیکیشن می‌پردازند.

سوالات پس از انجام تست:

- چه امکاناتی برای خرید خودرو می‌توانست به شما کمک کند؟
- اگر یکی از اعضای خانواده‌ی شما قصد خرید خودرو داشته باشد، این اپلیکیشن را به او پیشنهاد می‌کنید؟ چرا؟

توجه

چند عامل می‌تواند بر روی نتایج تست‌های کاربرپذیری تاثیرگذار باشد:

- گروه تست‌های انتخاب شده، ممکن است نماینده‌ی تمام افرادی که از آن محصول استفاده می‌کنند، نباشند و برای رسیدن به نتایج دقیق‌تر گاهی لازم است یک سناریو را با گروه‌های مختلف انجام داد.
- خطای انسانی و برداشت‌های اشتباه ممکن است بر روی کیفیت بازخوردها و نتیجه‌ی کلی تست تاثیر ناچیز گذاشته باشد.
- در این گزارش به باگ‌ها و مشکلاتی اشاره شده که برای تعداد کاربران بیشتری ایجاد شده و تا جای ممکن به مواردی که تنها برای یک کاربر پیش آمده، اشاره نشده است.

تمام تست‌ها، با استفاده از پلتفرم **تستادی**، به صورت از راه‌دور (Remote) و بر روی کاربران تستادی انجام شده است.

تجربہ کی کلی

یافته‌های کلی

- کاربران ترجیح می‌دادند از امکان جستجو به نتیجه‌ی مورد نظرشان برسند، چون نمی‌دانستند خودروی مورد نظر چگونه دسته‌بندی شده است.

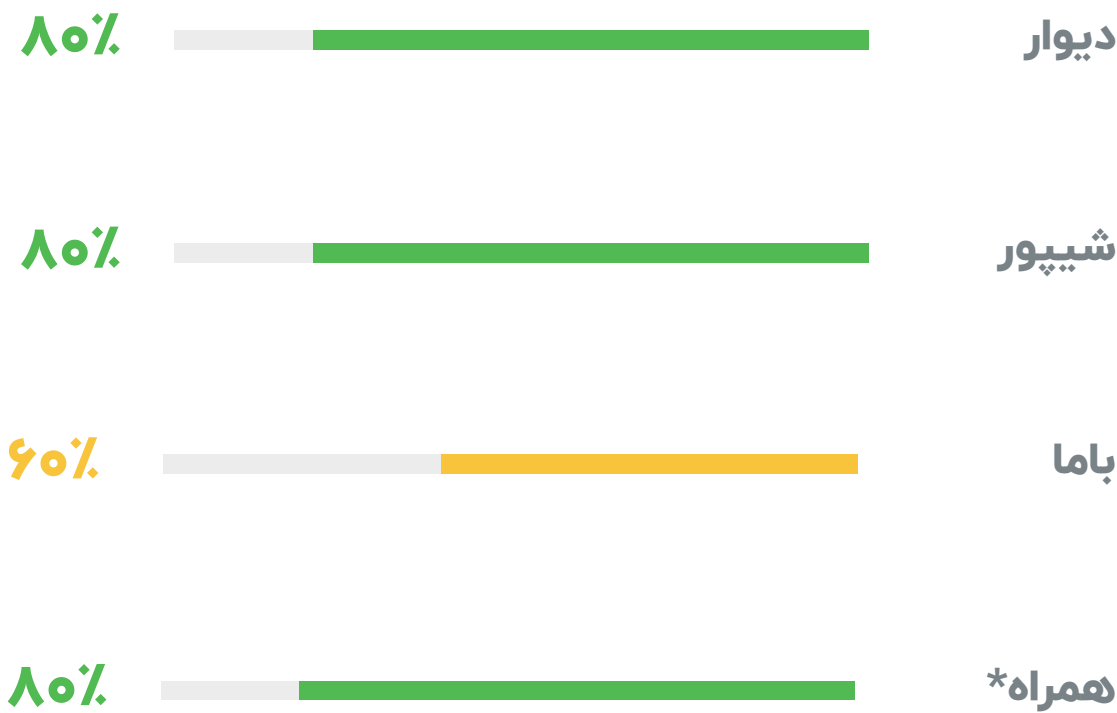
- کاربران در بخش‌های ذخیره‌سازی و اشتراک‌گذاری همه‌ی اپلیکیشن‌های تست شده، دچار مشکل شدند.

- کلمات اختصاصی‌ای که اپلیکیشن‌ها برای نام‌گذاری بخش‌های خاصی از اپلیکیشن استفاده کرده‌اند، برای کاربران واضح نیست و برای فهمیدن کارکرد آن، نیازمند آزمون و خطا هستند.

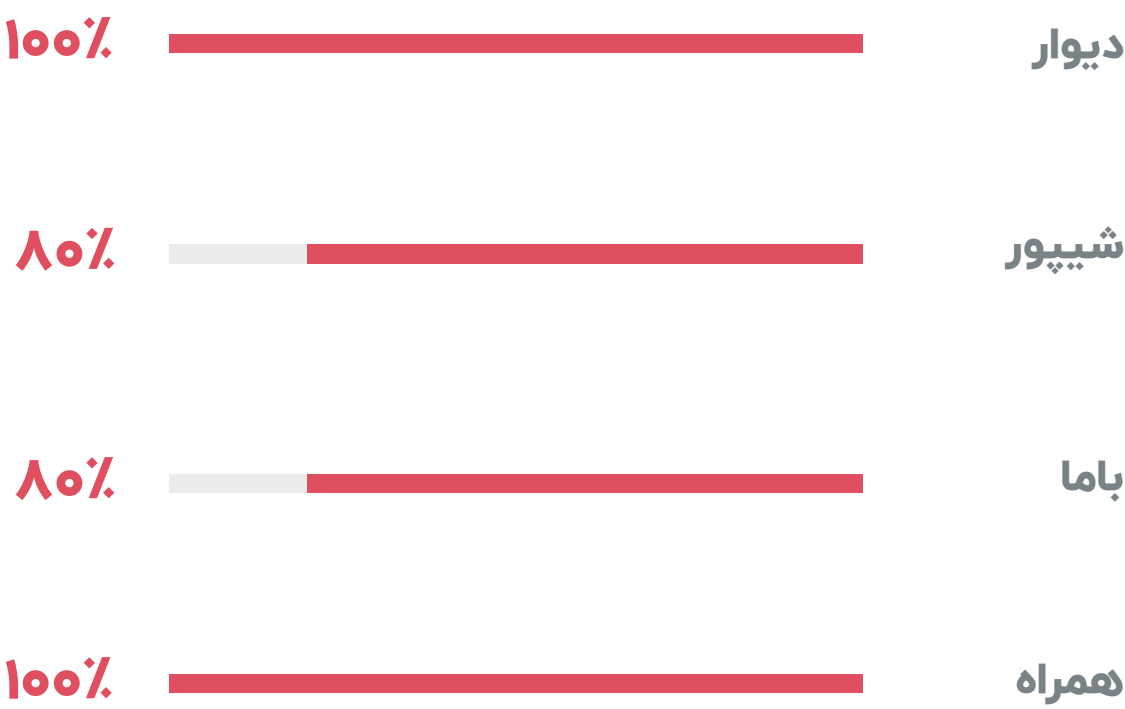
- به نظر می‌رسد با توجه به نیاز بازار به امکان «کارشناسی»؛ تمام این کسب و کارها نیازمند بازبینی فرآیندهای مربوط به معرفی، نمایش، درخواست و کارکرد این سرویس، در اپلیکیشن‌های خود هستند.

- به نظر می‌رسد افزودن امکان مقایسه بین خودروها، می‌تواند به کاربران در مرحله‌ی تصمیم‌گیری و انتخاب خودرو کمک کند.

انجام تمام وظایف خواسته شده

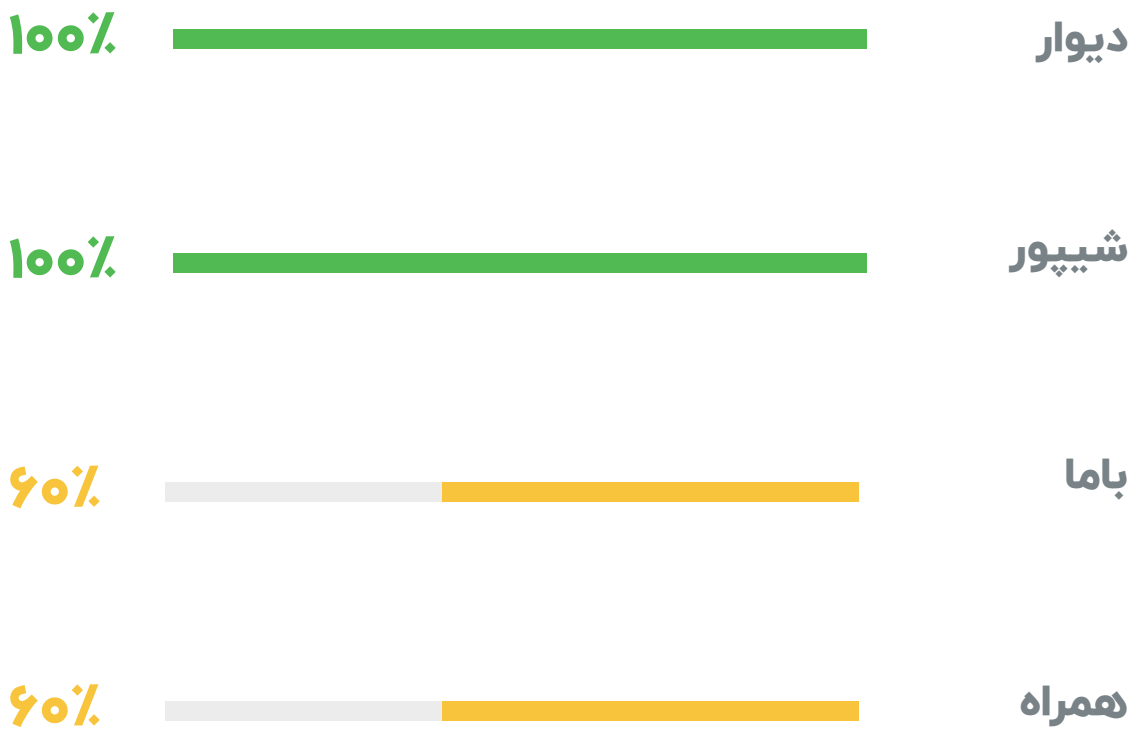


مواجهه با مشکلات غیرمنتظره

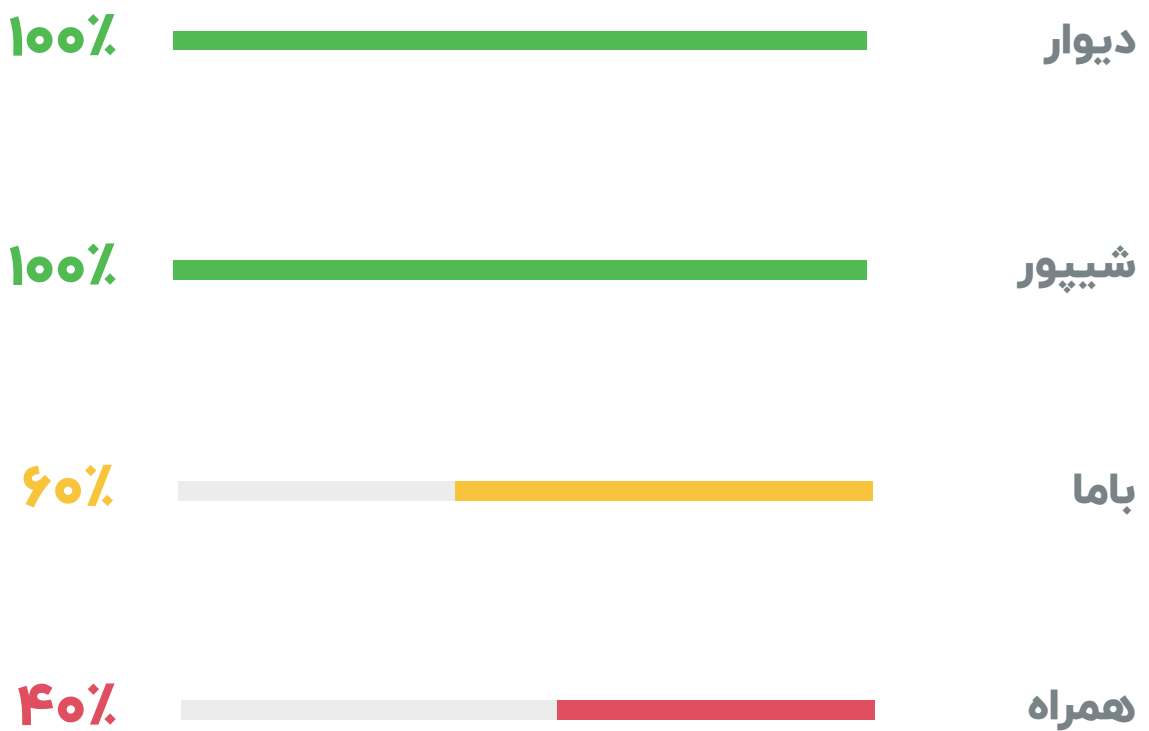


*همراه مکانیک

درک نحوه کار با اپلیکیشن



آسانی فرآیند انتخاب خودرو



نتایج

تست‌ها

نتایج تست دیوار

دیوار



خرید و فروش بی واسطه در ایران

شرکت کنندگان

شماره کاربر	جنسیت و بازه سنی	سطح استفاده از اینترنت	کاربر دیوار	چه استفاده ای کرده است؟	استفاده از اپلیکشن های مشابه	پیشنهاد به دیگران	وظایف انجام شده
۱	 ۲۳	حرفه ای	✓	خرید لوازم منزل اجاره منزل	شیپور، کمدا	✓	کامل
۲	 ۲۷	حرفه ای	✓	درج آگهی شغلی فروش لوازم هنری	شیپور، آی هوم	✓	حذف از لیست انجام نشد
۳	 ۳۰	متوسط	✓	استعلام قیمت کالا و خدمات مختلف	شیپور، آی هوم	✓	کامل
۴	 ۴۰	مبتدی	✗	_____	شیپور	✓	کامل
۵	 ۲۳	حرفه ای	✓	فروش لوازم دست دوم	شیپور، باما	✓	کامل



کاربران هنگام کار با اپلیکیشن دچار مشکلات غیرمنتظره شدند



کاربران توانستند تمام وظایف خواسته شده را انجام دهند



کاربران فرآیند انتخاب خودرو را آسان یافتند



کاربران متوجه نحوه کار اپلیکیشن شدند

تست دیوار بر روی نسخه ی 11.1.19 گوگل پلی انجام شده است.

مثبت

- هیچ کدام از کاربران در فرآیند جستجو دچار مشکل نشدند.
- کارکرد فیلترها و نمایش مرحله به مرحله‌ی آن، از نظر کاربران منطقی بود.
- اکثر کاربران دیوار را منبع مطمئنی برای یافتن کالای نو و دست دوم می‌شناسند و استفاده از آن را توصیه می‌کنند.



**خب این‌جا فیلترها و دسته‌ها بالا اومده
که خیلی خوبه و ترتیباشون خوبه.
تعیین برند خودرو می‌زنم و همه مدلا
تفکیک شده است.**

(کاربر ۲)

منفی

- کاربران به دنبال فیلترهای بیشتری برای رسیدن به خودروی مورد نظر خود بودند.
- اکثر کاربران، در ابتدا متوجه چگونگی انجام فرآیند ذخیره‌سازی و اشتراک گذاری نشدند.



**رنگش کو؟ خب جالبه که رنگ نداره،
یا من رنگ رو نتونستم پیدا کنم؟**

(کاربر ۴)

باگ‌ها و مشکلات

۱. برای نمایش کارکرد خودرو، از واحد عددی یکسانی استفاده نشده است. مثلا هنگام نمایش ده‌هزار کیلومتر، برای برخی خودروها از ۱۰ و برای برخی دیگر، از ۱۰.۰۰۰ استفاده شده است.
۲. اغلب خودروها یا عکس ندارند و یا تعداد اندکی عکس دارند؛ کاربران عکس را عاملی مهم برای تصمیم‌گیری در فرآیند انتخاب خودرو می‌دانند.
۳. رنگ آیکون ذخیره‌سازی دیده نمی‌شود.
۴. مسیر حذف خودروی نشان شده، برای کاربران پیچیده و مبهم است.
۵. مفهوم و فرآیند کارشناسی، برای کاربران کاملا گویا نیست.

پیشنهادهای

۱. اضافه شدن فیلترهای رنگ و سلامت خودرو به عنوان دو فیلتر مهم جهت تصمیم‌گیری برای انتخاب خودرو.
۲. کلمه‌ی «نشان» برای کاربران گویا نیست و ترجیح می‌دهند از کلمات آشناتری مثل «ذخیره» استفاده شود.
۳. یکدست کردن شیوه نمایش کارکرد خودرو.
۴. افزودن نمایش میزان کارکرد به عنوان یک فاکتور مهم تصمیم‌گیری در کارتهای خودرو در صفحه جستجو.
۵. در صفحه نتایج جستجو، کاربران توقع دارند خودروهای کارشناسی شده را بالاتر ببینند.
۶. گرچه امکان مراجعه‌ی مجدد به جستجوی انجام شده در دیوار وجود دارد، اما کاربران آن را پیدا نمی‌کردند.
۷. به نظر می‌رسد لازم است توضیح بیشتر و واضح‌تری در مورد فرآیند کارشناسی خودرو داده شود.
۸. گرچه کاربران به عکس نداشتن آگهی‌های دیوار عادت کرده‌اند؛ اما با توجه به امکانات رقبا، وجود عکس می‌تواند قدم بزرگی برای بهبود تجربه کاربری دیوار باشد.

۹. بررسی افزوده شدن امکان مقایسه میان خودروهای نشان شده توسط کاربران.

۱۰. با توجه به این که کاربران دیوار را منبع مناسبی برای یافتن انواع کالا و خدمات می‌دانند و فرآیند تصمیم‌گیری برای انتخاب برخی از آن‌ها طولانی است، بهتر است امکان دسته‌بندی به بخش نشان‌شده‌ها و اشتراک گذاری اضافه شود.

۱۱. امکان اشتراک گذاری بهتر است وضوح بیشتری داشته باشد. کاربران به دنبال راهنمایی برای فهمیدن معنای دکمه‌ها و علائم هستند.



اگر یکی از اعضای خانواده‌ی شما قصد خرید خودرو داشته باشد، این اپلیکیشن را به او پیشنهاد می‌کنید؟

نتایج تست شیپور

شیپور



شرکت کنندگان

شماره کاربر	جنسیت و بازه سنی	سطح استفاده از اینترنت	کاربر شیپور	چه استفاده‌ای کرده است؟	استفاده از اپلیکشن‌های مشابه	پیشنهاد به دیگران	وظایف انجام شده
۱	 ۲۹	حرفه‌ای	✓	استعلام قیمت کالا و خدمات مختلف	دیوار	✓	کامل
۲	 ۳۵	متوسط	✓	فروش کالا و خدمات مختلف	—	✓	کامل
۳	 ۲۴	متوسط	✓	خرید خودرو و لوازم منزل	دیوار، همراه مکانیک	✓	کامل
۴	 ۳۲	حرفه‌ای	✓	استعلام قیمت کالا و خدمات مختلف	دیوار	✓	اشتراک گذاری انجام نشد
۵	 ۳۵	حرفه‌ای	✓	فروش و برآورد قیمت	دیوار	✗	کامل



کاربران هنگام کار با اپلیکیشن دچار مشکلات غیرمنتظره شدند



کاربران توانستند تمام وظایف خواسته شده را انجام دهند



کاربران فرآیند انتخاب خودرو را آسان یافتند



کاربران متوجه نحوه کار اپلیکیشن شدند

تست شیپور بر روی نسخه‌ی 5.4.0 گوگل پلی انجام شده است.

مثبت

- اکثر کاربران عقیده داشتند بخش خودروی شیپور، نسبت به سایر بخش‌های آن کاربردی‌تر است.
- اکثر کاربران از امکانات فیلترها و نحوه نمایش آن راضی بودند.
- کاربران مشکلی هنگام جستجو و استفاده از فیلترها نداشتند.

”

حجم زیادی گزینه توش وجود داره و با توجه به این‌که گزینه‌ی کارشناسی اضافه شده، با اعتماد بیشتری خرید انجام می‌شه و فیلترها هم خیلی کارآمد بودن و جزئیات زیاد داشتن؛ ولی هنوز هم یه رقیب جدی به اسم دیوار داره.

(کاربر ۱)

منفی

- اکثر کاربران برای پیدا کردن و درک امکان کارشناسی در شیپور مشکل داشتند.
- مسیر ذخیره کردن و رسیدن به موارد ذخیره شده، برای اکثر کاربران نامفهوم است.

”

دیر لود شدن صفحه یه کم اذیت کننده هست و ممکنه وسطش بیخیال شی بری.

(کاربر ۴)

باگ‌ها و مشکلات

۱. سرعت پایین اپلیکیشن در برخی مراحل جستجو و انتخاب خودرو.
۲. مسیر رسیدن به خودروهای ذخیره شدن برای اکثر کاربران پیچیده و مبهم است.
۳. در صورتی که تعداد فیلترها زیاد باشند، نتیجه‌ای نمایش داده نمی‌شود، در حالی که مواردی که با این فیلترها هم‌خوان باشند، در نتایج وجود دارند.

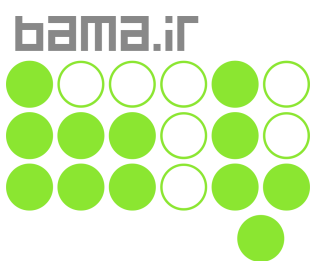
پیشنهادهای

۱. طراحی و پیاده‌سازی مجدد بخش کارشناسی خودرو و واضح کردن فرآیند آن برای کاربران.
۲. گرچه کاربران در نهایت متوجه شیوه‌ی ذخیره‌سازی خودرو شدند، اما اکثراً به دنبال علامتی گویاتر مثل قلب بودند و در ابتدا به دلیل کنتراست کم، ستاره را نمی‌دیدند. بهتر است در این مورد تست انجام شود.
۳. برخی کاربران ترجیح می‌دهند بتوانند مقادیر عددی (مثل سال ساخت و کارکرد) را در فیلترها تایپ کنند. بهتر است در این مورد تست دقیق‌تری انجام شود.
۴. رفع باگ‌های عملکردی فیلترها.
۵. کاربران غیرحرفه‌ای‌تر برای پیدا کردن فیلترها و مفهوم دکمه‌های مربوط به فرآیند جستجو دچار مشکل می‌شوند. بهتر است این فرآیند برای این‌گونه کاربران بهبود یابد.
۶. وقتی موردی به لیست علاقه‌مندی‌ها اضافه می‌شود، به کاربر پیامی مانند «به لیست اضافه شد» نمایش داده شود.



اگر یکی از اعضای خانواده قصد خرید خودرو داشته باشد، این اپلیکیشن را به او پیشنهاد می‌کنید؟

نتایج تست باما



شرکت کنندگان

شماره کاربر	جنسیت و بازه سنی	سطح استفاده از اینترنت	کاربر باما	چه استفاده‌ای کرده است؟	استفاده از اپلیکشن‌های مشابه	پیشنهاد به دیگران	وظایف انجام شده
۱	۲۷	متوسط	✗	_____	دیوار، شیپور	✗	کامل
۲	۳۵	حرفه‌ای	✗	_____	دیوار	✓	کامل
۳	۲۷	حرفه‌ای	✓	استعلام قیمت خودرو	_____	✓	کامل
۴	۳۲	متوسط	✗	_____	دیوار	✓	ذخیره و حذف انجام نشد
۵	۲۳	حرفه‌ای	✓	خرید خودرو	_____	✓	ذخیره و حذف انجام نشد



کاربران هنگام کار با اپلیکیشن دچار مشکلات غیرمنتظره شدند



کاربران توانستند تمام وظایف خواسته شده را انجام دهند



کاربران فرآیند انتخاب خودرو را آسان یافتند



کاربران متوجه نحوه کار اپلیکیشن شدند

تست باما بر روی نسخه‌ی 4.0 گوگل پلی انجام شده است.

مثبت

- تنوع و تعداد دسته‌بندی‌ها و فیلترهای باما، در نگاه اول برای کاربران خوشایند است.
- هیچ کدام از کاربران با سرعت اپلیکیشن مشکلی نداشتند.
- بخش به اشتراک‌گذاری از نظر اکثر کاربران واضح و راحت بود.

”

اطلاعاتش کامله و این‌که برای تماس گرفتن با فروشنده فقط یه گزینه وجود داره به نظرم خوبه، چون گیج نمی‌شی که ندونی هر کدومش برای چیه.

(کاربر ۲)

منفی

- نمایش فیلترها و دسته‌بندی‌های موجود در صفحه اول اپلیکیشن برای کاربران گیج کننده است.
- مفهوم کلمه‌ی به کار رفته برای ذخیره‌ی خودروی مورد علاقه (پارکینگ)، برای کاربران مبهم است.
- فرآیند دسترسی به خودروهای ذخیره شده از نظر کاربران بسیار مبهم و طولانی است.

”

یه کم دیگه زیادی شلوغ شده فیلتراش، رنگ دیگه یه چیز عادیه که همه می‌دونن و باید همون اول دم‌دست باشه. من هنوز دارم می‌رم پایین ولی هنوز بهش نرسیدم.

(کاربر ۵)

باگ‌ها و مشکلات

۱. گرچه کاربران از تنوع و تعداد فیلترها و دسته‌بندی‌های باما راضی هستند، اما نحوه‌ی نمایش و تخصصی بودن آن‌ها برای کاربران غیرحرفه‌ای گیج‌کننده و مبهم است و آن‌ها را دچار خستگی می‌کند.
۲. باز ماندن بنر تبلیغاتی بخش موتورسیکلت‌ها بر روی صفحه‌ی جستجو آزاردهنده است.
۳. کلمه‌ی استفاده شده برای ذخیره‌سازی (پارکینگ) برای کاربران واضح نیست.
۴. در صورتی که کاربر به‌جای بستن فیلترها از دکمه‌ی بازگشت گوشی خود استفاده کند، به جای صفحه‌ی قبل، به صفحه اول اپلیکیشن باز می‌گردد.
۵. اکثر کاربران برای تشخیص واحد نمایش کیلومتر مشکل داشتند.
۶. به دلیل راست به چپ بودن وارد کردن اعداد در بخش کد چهار رقمی ورود به اپلیکیشن، کاربران برای تایپ کردن اعداد دچار مشکل می‌شدند.
۶. در صورتی که کاربر وارد اپلیکیشن شود، همچنان در منوی اپلیکیشن به او گزینه‌ی ورود و ثبت‌نام نمایش داده می‌شود.
۷. اکثر کاربران خودروهای ذخیره‌شده‌ی خود را به سختی پیدا کردند و دو کاربر آن را پیدا نکردند.
۸. به نظر می‌رسد در برخی حالت‌ها، تمام خودروهای ذخیره شده نمایش داده نمی‌شوند.

پیشنهاده‌ها

۱. بهتر است نمایش فیلترها و دسته‌بندی، مرحله به مرحله باشد و کلماتی که برای کاربران غیر متخصص مفهوم روشنی ندارند، توضیح داشته باشند.
۲. فرم ورود به اپلیکیشن نیازمند بازبینی است. مخصوصا در سناریویی که کاربر رمز ورود خود را اشتباه وارد کرده است. همچنین کاربران از امکان Auto fill گوشی خود در این قسمت نمی‌توانند استفاده کنند.
۳. بهتر است روی قسمت میان‌برها تست انجام شده و این قسمت برای کاربران منطقی شود.
۴. فرآیند دسترسی به خودروهای ذخیره شده برای کاربران منطقی نیست و نیاز به تست و بهبود دارد.
۵. اضافه شدن امکان به اشتراک‌گذاری از طریق لینک، برای کاربرانی که مایل به ارسال لینک در جایی به جز پیام‌رسان‌های تلگرام و واتساپ هستند.



اگر یکی از اعضای خانواده‌ی شما قصد خرید خودرو داشته باشد، این اپلیکیشن را به او پیشنهاد می‌کنید؟

نتایج تست همراه مکانیک

همراه مکانیک

مطمئن بخريد، آسان بفروشيد



همراه مکانیک

مطمئن بخريد، آسان بفروشيد



شرکت کنندگان

شماره کاربر	جنسیت و بازه سنی	سطح استفاده از اینترنت	کاربر همراه	چه استفاده‌ای کرده است؟	استفاده از اپلیکشن‌های مشابه	پیشنهاد به دیگران	وظایف انجام شده
۱	۲۷	حرفه‌ای	×	_____	دیوار	✓	کامل
۲	۳۱	حرفه‌ای	×	_____	_____	×	کامل
۳	۲۲	متوسط	×	_____	دیوار، شیپور	×	جستجوی خودرو انجام نشد
۴	۳۵	حرفه‌ای	×	_____	دیوار	✓	کامل
۵	۲۸	متوسط	×	_____	دیوار، شیپور	✓	کامل

۱۰۰٪

کاربران هنگام کار با اپلیکیشن دچار مشکلات غیرمنتظره شدند

۸۰٪

کاربران توانستند تمام وظایف خواسته شده را انجام دهند

۴۰٪

کاربران فرآیند انتخاب خودرو را آسان یافتند

۶۰٪

کاربران متوجه نحوه کار اپلیکیشن شدند

تست همراه مکانیک بر روی نسخه‌ی 3.0.0 گوگل پلی انجام شده است.

مثبت

- اکثر کاربران از تعداد عکس‌های خودرو راضی بودند.
- کاربران مشکلی با سرعت اپلیکیشن نداشتند.
- بخش «با پولم می‌تونم چی بخرم» برای کاربران جذاب بود.

”

تصاویر خوبه تعدادشون زیاده.

(کاربر ۵)

منفی

- اکثر کاربران در ابتدا متوجه امکان جستجو نشدند.
- تمام کاربران برای جستجو و فیلتر خودروی مورد نظر خود دچار مشکل شدند.
- همه‌ی کاربران به دنبال فیلترهای بیشتری برای رسیدن به گزینه‌ی مورد نظر خود بودند.

”

یعنی باید باز کنی اینو و همه رو دونه دونه
چک کنی. یعنی در واقع خودمون باید
کارشناسی کنیم. کارشناسی رو باید کارشناسی
کنیم. به نظرم باحال نیست.

(کاربر ۱)

باگ‌ها و مشکلات

۱. متن‌ها و دکمه‌های اپلیکیشن از نظر کاربران ریز و کوچک هستند.
۲. بخش وارد کردن کد ورود به اپلیکیشن، عملکرد درستی ندارد.
۳. دسته‌بندی‌ها و فیلترها باگ داشته و عملکرد صحیحی ندارند. برای مثال خودرویی که در صفحه جستجو موجود بود، پس از اعمال فیلتر مرتبط، دیگر نمایش داده نمی‌شد.
۴. برخی خودروها امتیاز ۱۰۰ از کارشناسی گرفته‌اند، اما در جزییات کارشناسی نوشته شده است که مشکلاتی دارند. امتیاز کامل به این خودروها، از لحاظ منطقی برای کاربران پذیرفته نبود.
۵. کاربران نمی‌توانند به راحتی کلمه‌ی مورد نظر خود را در نوار جستجو وارد کنند.

پیشنهادهای

۱. بهبود عملکرد بخش وارد کردن کد ورود، مخصوصا وقتی کاربر رمز را اشتباه وارد کرده است.
۲. کوتاه شدن کد ورود به اپلیکیشن. برای وارد کردن کد شش رقمی، اکثر کاربران باید چندین بار به آن مراجعه می‌کردند.
۳. واضح‌تر کردن و بهبود جانمایی گزینه‌ی جستجو در اپلیکیشن.
۴. در صورت وارد کردن اعداد فارسی در نوار جستجو، نتایج نمایش داده شوند. در حال حاضر فقط اعداد انگلیسی نتیجه دارند.
۵. افزودن فیلترهای بیشتر مثل رنگ، مدل خودرو و بهبود کارکرد بخش وارد کردن کیلومتر.
۶. رفع باگ‌های عملکردی فیلترها.
۷. افزودن دکمه‌ای مانند «فیلتر کن» به فیلترها، تا کاربر پس از انتخاب گزینه‌های مورد نظرش، بتواند به راحتی آن‌ها را ببندد.
۸. اکثر متن‌های به کار رفته در اپلیکیشن، از نظر لحن، نگارش و مفهوم بودن برای کاربران، نیازمند تست و بهبود هستند.
۹. شفاف کردن فرآیند کارشناسی و امتیازهای داده شده به خودروهای کارشناسی شده.
۱۰. با توجه به نیاز کاربرانی که در مرحله تصمیم‌گیری انتخاب خودرو هستند، بهتر است امکانات ذخیره کردن و به اشتراک‌گذاری به اپلیکیشن اضافه شوند. در حال حاضر کاربران با گرفتن اسکرین‌شات این کار را انجام می‌دهند.



اگر یکی از اعضای خانواده‌ی شما قصد خرید خودرو داشته باشد، این اپلیکیشن را به او پیشنهاد می‌کنید؟

درباره‌ی تستادی

تستادی اولین پلتفرم کاملاً آنلاین تست‌های کاربرپذیری در ایران است که صاحبان کسب و کارهای آنلاین را به کاربران واقعی وصل می‌کند. کسب و کارها می‌توانند طی چند مرحله ساده تست‌های کاربرپذیری طراحی کنند؛ و محصولات خود (وبسایت و اپلیکیشن) را بر روی کاربران واقعی تست کنند و نتیجه این تست‌ها را در قالب ویدئوهای کوتاه ببینند. این ویدئوها مشکلات کاربرپذیری محصول را از دید کاربر نمایان می‌کنند.

کاربران عادی نیز می‌توانند در اوقات فراغت خود با انجام تست‌های کوتاه حداکثر بیست دقیقه‌ای، هم به بهبود کسب و کارها کمک کنند و هم درآمد داشته باشند.

وبسایت یا اپلیکیشن‌تان را تست کنید

تستر شوید

تستادی



آدرس: تهران، سهروردی شمالی، کوچه فیروزه، پلاک ۱۶ ، واحد ۲

شماره تماس: ۰۲۱۸۸۵۰۷۳۰۸

info@testady.com