



GlobalWebTek .com

On Line Applications | Web Estrategy | eBusiness Solutions

ESTUDIO DEL SITIO WEB TRANSACCIONAL DE MUNDOPASS.COM



CRITERIOS A UTILIZAR EN LA EVALUACIÓN DEL SITIO WEB

Presentado por GLOBALWEBTEK
Julio 2009

INTRODUCCIÓN

Este informe ha sido realizado por GlobalWebTek Venezuela C.A. (**GWT**) para la “Asesoría del sitio WEB mundopass.com”

El objetivo es presentar todos los criterios (Funcionalidad, Usabilidad y Generales) a considerar al evaluar el sitio web .

CRITERIOS DE FUNCIONALIDAD

La funcionalidad en un sitio web determina cuales son las funciones que el sitio tiene, es decir que es lo que se puede hacer dentro del mismo. Las funciones que se van a evaluar en este estudio son las siguientes:

- Chequear disponibilidad y precios en línea
- Cotizar y comprar en línea
- Búsqueda de Itinerario
- Búsqueda de Hoteles
- Búsqueda de Vuelos
- Búsqueda de Paquetes
- Planificar viaje a través del sitio.
- Servicios al cliente: afiliaciones y registro. Manejo de Claves

Estos criterios serán evaluados en un ambiente de prueba que el personal de tecnología de Tour Pass nos va a facilitar. Algunas pruebas se va a llevar a cabo en producción bajo la supervisión y el acuerdo con el personal de tecnología.

CRITERIOS DE USABILIDAD

La usabilidad de un sitio web se refiere a la facilidad de uso para un usuario, es decir que tan fácil e intuitivo es un sitio web. Se propone la evaluación de 24 criterios de usabilidad, clasificados en las siguientes categorías: Ingreso al sitio, Navegación, Organización del contenido, Experiencia del usuario, Contenido y Lenguaje, Accesibilidad, Aspectos técnicos, y Prevención / Manejo de errores. Las categorías se basan en nuestra lista de chequeo de usabilidad, que a su vez ha sido elaborada partiendo de las mejores prácticas internacionales de usabilidad. Hemos seleccionado los criterios que más se adecúan a un sitio transaccional. A continuación, se explica para cada criterio a evaluar su relevancia y el motivo de su selección.

Ingreso al sitio

1. El ingreso es fácil y sencillo

El ingreso a toda Extranet¹ debe ser fácil y sencillo: Es la primera impresión que se lleva un usuario cuando entra y la misma condicionará su opinión sobre el sitio. Si el ingreso no es fácil y sencillo se corre el riesgo que el usuario decida no regresar o en caso de estar obligado, se sentirá incómodo y pre-dispuesto negativamente.

El gran reto es lograr el balance entre sencillez/comodidad y seguridad.

Navegación

2. La página principal es útil y entendible

La página principal es el punto de partida de la navegación. Es donde el usuario decide que va a hacer a continuación. Todo usuario entra con un objetivo claro y es importante que en la misma página principal pueda identificar rápidamente adonde ir.

Es frecuente que un usuario quiera ver una sola información (como por ejemplo los paquetes, ofertas). Si obtiene esa información requerida, ya no necesita seguir navegando, y por lo tanto se le ha dado gratificación inmediata y se ha acortado la estadía en el sitio.

3. Los lugares más importantes son accesibles desde la página principal

En este mismo orden de ideas reiteramos, es muy conveniente que se pueda llegar rápidamente a los lugares más visitados y más comunes desde la página principal sin mucha navegación, y como veremos más adelante en otro criterio, con un mínimo de clics.

Es muy frecuente y conveniente el uso de “barras o menus de navegación”, es decir un lugar en donde se encuentran juntos los enlaces a otras páginas. Las barras de navegación suelen estar divididas en secciones y sub-secciones, a las cuales se debería poder llegar sin necesidad de “refrescar”² la página, es decir sin esperar a que la página desaparezca y vuelva a aparecer.

4. Se sabe claramente donde se está

En sitios muy complejos, con muchas opciones y sub-opciones, es muy fácil “perderse”, es decir perder la noción de donde se está dentro del sitio. Por ese motivo, es importante indicarle al usuario donde está ubicado y que pueda regresar a páginas anteriores fácilmente. Una práctica común es el uso de “bread crumbs”³ o “rutas de acceso”, ya que permite saber en que opción, y sub-opciones se está.

¹ Una EXTRANET es una parte de un sitio de Internet a la cual se le da accesos a clientes o proveedores. El sitio web transaccional del BOD es una extranet ya que se limita a los clientes naturales y Jurídicos.

² El refrescamiento de la página es una práctica común en Internet y ocurre cuando hace falta mostrar información que no está previamente cargada en el computador del usuario. El efecto consiste en que la página mostrada en el computador desaparece y vuelve a aparecer una página similar, pero con más o con otra información.

³ Bread crumb significa pedacito de pan, haciendo alusión al cuento de niños de Hansel y Gretel, en el cual los niños habían marcado el camino con pedacitos de pan para no perderse y poder regresar a casa.

5. Se puede llegar a la página principal

Recordemos que la página principal es el punto de partida de toda navegación. Es como el “campamento base”, es decir el punto donde se inicia y donde normalmente se regresa después de haber hecho alguna operación. Es conveniente que toda página dentro del sitio tenga una forma rápida y sencilla de retorno a la página principal.

Una práctica común y recomendable, es que al hacer clic sobre el logo de la empresa en el encabezado de la página, se llegue directamente a la página principal.

Organización del contenido

6. El sitio está organizado desde la perspectiva del usuario

Hay muchas formas de organizar la información. Una gran tendencia es hacerla desde la perspectiva de la organización, por ejemplo, por departamentos, es decir que cada departamento tiene su sección o grupos de páginas. Si una empresa tiene dos departamentos de compras, uno nacional y otro internacional, sería un error dividir el sitio en productos nacionales y productos internacionales. El comprador quiere ver los productos juntos, sin importar su origen. Por supuesto, el origen es una información que se puede incluir, pero dicha información no estaría dada por su ubicación en el sitio.

7. Se puede ir de un lugar a otro con pocos clics

Un sitio de agencia de viaje es un lugar en donde se debe tratar de dar el servicio lo más satisfactoria y rápidamente posible. A diferencia de un restaurant en el mundo real o de un sitio de entretenimiento en un sitio virtual, en donde se pretenda que el usuario se mantenga más tiempo y disfrute de la experiencia, en sitios de negocios, se debe dar el servicio completo y rápidamente.

Ir rápidamente de un lugar a otro, es equivalente a pasar de un departamento a otro sin perder tiempo. Además hay que recordar que en Internet, cada vez que se hace un clic, se carga de trabajo al servidor ya que este tiene que recibir la solicitud, procesarla y enviar una respuesta al cliente. A menor cantidad de clics, menor utilización del servidor y mejores tiempos de respuesta.

8. El mapa del sitio existe y ayuda

El mapa del sitio es un lugar muy importante en todo sitio web, ya que es común que un usuario no consiga como llegar a una página en particular, al encontrarse dicha página dentro de una sección o dentro de una sub-sección que no se ve desde la barra de navegación.

Organizar un buen mapa del sitio no es obvio, en particular cuando hay mucha información. Hay que tratar que en una misma página se pueda ver todo el contenido del sitio y desde ahí, dirigirse a la página que se está buscando, con un solo clic.

Experiencia del usuario

9. El sitio es fácil de usar

Se dice que las 3 reglas más importantes de un sitio en Internet es que sea fácil, fácil y fácil. Es una forma de enfatizar la importancia que tiene la facilidad de uso. Para que un sitio sea fácil de usar debe ser intuitivo y debe seguir ciertas convenciones (a veces no escritas) de Internet. Algunos ejemplos de esas convenciones son que los enlaces estén en azul, que los botones parezcan botones, que las barras de navegación importantes estén arriba o a la izquierda, que cuando un lugar "clicable" (es decir que se le puede hacer clic) el cursor tome la forma de una manito... Aquí, el tratar de ser muy original y distinto a todos los demás puede ser perjudicial si con ello se despista a un usuario.

10. Acomodar al usuario experto y novato

Entre los usuarios de un sitio de turismo uno se encuentra con usuarios de Internet expertos, de los que pasan horas navegando por Internet, pero también hay usuarios con poca experiencia que pudiéramos llamar "novatos". Un buen sitio debe acomodar a ambos y esto tiende a ser bastante difícil de lograrse. En efecto, el novato requiere que se le lleve paso a paso, haciendo una sola cosa a la vez, en cambio el experto no quiere pasar por ese "paso a paso" sino ir directo al grano.

Es por esto que un buen sitio debe acomodar a ambos para que no resulte muy cómodo para expertos y muy difícil de usar para los novatos, o muy fácil de usar para los novatos, pero extremadamente lento para los expertos.

11. Se puede pedir ayuda fácilmente

Por muy sencillo que sea un sitio es común que se requiera pedir ayuda, cuando no se sabe hacer algo. Las ayudas usualmente son de dos grandes tipos: Sobre el negocio (¿Cuanto tiempo puede pasar de una reservación a un pago?, por ejemplo) o sobre la utilización del sistema (¿Cómo hago para solicitar una cotización?).

Este es otro gran reto para su empresa: Tener la ayuda disponible en todo momento y fácilmente. Esta ayuda debe estar en el mismo sitio, pero también se debe contar con seres humanos (escritorio de ayuda) que puedan responder dudas, idealmente por voz o escrita, vía Web.

12. Hay coherencia a lo largo del sitio

La coherencia en un sitio es algo que le da una imagen de continuidad y que lo hace más fácil de utilizar. Si un sitio ha sido hecho por distintos equipos, esto nunca se debe notar. Para que haya coherencia, los menús de navegación deben estar siempre en el mismo sitio, el estilo de los botones debe ser siempre el mismo, los anchos de las pantallas no deben variar de una página a otra, etc.

13. Se confirman las acciones. El usuario sabe lo que está pasando

Cuando un usuario somete su interacción (por ejemplo confirma una transferencia o solicita una impresión) debe tener una notificación ("feedback") para saber que su acción

ha sido exitosa o que ha tenido algún problema, sin que quede la menor duda. Estos mensajes de confirmación o de error deben ser muy claros y lo menos disruptivos posible, es decir que no interrumpan el trabajo si no hace falta, pero que tampoco pasen desapercibidos.

Igualmente, es importante que cuando se sabe que una operación va a tomar tiempo, se le prevenga al usuario para que no vaya a creer que el sistema dejó de funcionar (“se guindó”).

14. El sitio es rápido, inclusive con conexiones lentas

Un sitio de Internet debe ser rápido siempre, inclusive cuando la persona tiene una conexión lenta. A pesar de que cada vez más usuarios disponen de conexiones de banda ancha de mucha velocidad, hay que considerar que día a día hay más gente que empieza a navegar a través de teléfonos celulares en conexiones más lentas.

La “velocidad” de un sitio depende de muchos factores adicionales a la velocidad de respuesta del servidor y de la transmisión de datos, y debe ser medida desde que se empieza hasta que se termina una operación. Por ejemplo, un sitio con un servidor más lento puede resultar más rápido si se requieren menos pantallas para hacer una operación, en comparación con otros de mayor velocidad.

15. Las páginas se pueden imprimir fácilmente y bien

Es común que cuando uno solicite la impresión de una página, lo que se imprime en papel es distinto de lo que se ve en pantalla. En particular, es frecuente que la información que está a la derecha de la hoja no aparezca. Esto se debe a que el ancho de la hoja de impresión es menor al de la pantalla.

Es importantísimo para una operador de viajes que el usuario pueda imprimir toda la información en forma fácil y apropiada. Esto siempre se puede lograr a través de la utilización de hojas de estilo en cascada (CSS).

Contenido y Lenguaje

16. Tamaño de la letra puede ser cambiado fácilmente

Ante la variedad de usuarios que utilizan un sitio de viajes, nos encontraremos con personas que pueden leer letras pequeñas y otras que no lo pueden hacer. Internet permite el cambio del tamaño de la letra para personas con dificultades visuales (recordemos la presbicia que se presenta a partir de los 40 años) y es recomendable que el cliente pueda escoger el tamaño de la letra, sin necesidad de hacer “zoom”, para acomodar sus preferencias. Este cambio se debe poder hacer fácilmente y preferiblemente en forma personalizada permanente, es decir que cada vez que el usuario entre al sitio ese usuario, recuerde su preferencia.

17. El lenguaje es fácil de entender. Las instrucciones son claras y concisas

Es muy importante que las instrucciones que se dan a los usuarios sean claras y concisas. Hay que recordar que en el caso de un operador de viajes, el nivel de conocimiento de los clientes puede ser muy básico y por lo tanto las instrucciones deben ser cortas y directas. No debe utilizarse jerga.

18. La información importante está bien resaltada

La información importante debe ser fácilmente resaltada y ser de fácil ubicación, para que se pueda conseguir rápido sin necesidad de buscar en toda la página. Las visitas más gratificantes para un sitio transaccional (a diferencia de un sitio comercial) son las más breves, en donde se consigue lo que se necesita rápidamente.

Accesibilidad**19. El sitio es accesible desde distintos navegadores y sistemas operativos**

Cada día el acceso a Internet se hace más frecuentemente desde navegadores que no sean Internet Explorer, e inclusive las versiones de Internet Explorer van cambiando. Nuestras mediciones nos indican que en Venezuela, en los últimos 12 meses la utilización de Firefox ha subido de 11% a 17%, la de Google Chrome de 0% a 1% y la de Internet Explorer ha bajado de 77% a 23%. Dentro de las versiones de Internet Explorer, la versión 6.0 ha bajado de 61% a 40% y la versión 7.0 ha subido de 38% a 59%.

Empiezan también a usarse sistemas operativos como el de BlackBerry y el Symbian en teléfonos de mucho uso como Nokia, Motorola, LG, Apple, Sony Ericsson, Siemens.

Es deseable que el sitio transaccional pueda ser utilizado desde estos distintos navegadores y sistemas operativos.

20. El sitio se adapta a distintos anchos de pantallas

Al igual que se están utilizando mayor variedad de navegadores, también se están utilizando una mayor variedad de anchos de pantalla. En particular, ha crecido el uso de pantallas pequeñas de PDAs y Celulares. Un buen sitio debe poderse ver bien en los distintos anchos. Esto es lo que ha llevado a muchas empresas (y en particular a los que son susceptibles de ser utilizados desde celulares, como son los sitios de noticias) a tener dos sitios diferentes para acceso por computador con pantalla grande y para celulares y PDAs.

Aspectos técnicos

21. No hay errores de HTML o JavaScript

Un sitio transaccional debe dar confianza y reflejar seguridad. Por lo tanto nunca deberían aparecer errores de HTML o de JavaScript, aún cuando estos errores no detengan la operación.

22. Se usan hojas de estilo

Las hojas de estilo constituyen uno de los avances más importantes que ha tenido la programación de sitios web en los últimos años, ya que ofrecen innumerables ventajas, entre las cuales podemos mencionar: disminución de los tiempos de descarga, visualización apropiada en distintos medios (papel y pantalla) y en distintas resoluciones.

Un buen uso de las hojas de estilo también facilita que los usuarios con dificultades de lectura, puedan ver las letras y números más grandes sin distorsiones.

Prevención y manejo de errores

23. Se evitan los errores

Es preferible detectar y evitar los posibles errores, que tener que remediarlos. Esto se puede lograr identificando las fuentes de errores más comunes y eliminando las posibilidades de que estos ocurran o corrigiéndolos en el acto y en forma automática.

24. Los mensajes de error son claros y se indica como remediarlos

Cuando ocurre un error, el mensaje debe ser claro, indicando donde está el error exactamente. Por ejemplo, es muy inconveniente después de que se han ingresado 20 datos que se diga "hay un error en los datos" sin indicar en cual de los datos está el error. Al detectarse el error, se debe indicar específicamente cual es el error, donde está y qué hacer para corregirlo.

CRITERIOS GENERALES

Además de evaluar la funcionalidad y los criterios de usabilidad, también se evaluarán los aspectos siguientes que tienen mucha importancia:

- Tiempos de respuesta
- Aspectos visuales (colores, tipografía, tamaño de la letra)
- Peso de las imágenes
- Jerarquización de contenidos
- Consistencia de elementos comunes entre páginas
- Posicionamiento en los buscadores



GlobalWebTek .com

On Line Applications | Web Estrategy | eBusiness Solutions

Estos son aspectos que influyen más que todo sobre la percepción que se hace el usuario de un sitio web y que van a influir sobre sus juicios de valor, por lo cual van a ser sumamente importantes.