



Vestlandsforskning

Boks 163, 6851 Sogndal

Tlf. 57 67 61 50

Internett: www.vestforsk.no

VF-notat 15/2004



sognefjord.no



Kva meiner turistane?

Brukarundersøking for Sognefjord.no

Øyvind Heimset Larsen og
Svein Ølnes

VF Notat

Tittel Kva meiner turistane? Brukarundersøking for Sognefjord.no	Notatnummer 15/2004
	Dato 31.12.2004
	Gradering Open
Prosjekttittel BIT Reiseliv Sogn - IKT-innovasjon Reiseliv Sogn	Tal sider 42 + 16
	Prosjektnr 5264
Forskarar Øyvind Heimset Larsen og Svein Ølnes	Prosjektansvarleg Ivar Petter Grøtte
Oppdragsgivar Hotellgruppa i Sogn	Emneord Brukarundersøking
Samandrag Dette notatet handlar om korleis ei brukarundersøking som vart utført i samband med ei spesifikk regional reiselivsteneste: <i>Sognefjord.no</i> . Ein viktig del av prosjektet har vore å gjennomføre intervju og brukartesting med turistar. Intervjua og brukartestane har blitt gjennomført på hotella i Hotell-gruppa og på turistinformasjonane i området. Totalt har det vore gjennomført 67 spørjeskjemaintervju og 30 brukartestar. Tilbakemeldingane frå brukarane var positive. Dei likte design, den lette navigasjonen, det rimeleg fyldige innhaldet og fråver av reklame. Brukartestane har også avdekka svakheiter som alt er utbetra, i tillegg til større spørsmål som må løysast. Eit resultat av undersøkinga er og at det blei levert ei detaljert systematisert oversikt over ofte stilte spørsmål frå ein turistinformasjon, og systematisering av type spørsmål, frekvens og nasjonalitet på ein annan. Ikkje minst viktig for nytten av dette er det at begge disse listene var satt opp med tanke på menyinndelinga i Sognefjord.no	
Andre publikasjonar frå prosjektet 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 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	
ISSN: 0804-8835	Pris:

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 av Vestlandsforskning og utvalde testleiarar ved testbedrifter i Hotellgruppa i Sogn og ved turistinformasjonane i området.

I tillegg ønskjer vi at reiselivsportalen skal ha relevant informasjon som gjester etterspør. Målsettinga med å innhente og systematisere spørsmål som kjem frå turistar har då vore å :

- Finna ut kva turistane spør om, som kan brukast inn att i portalen
- Få ei stadfesting på at kategoriane (menyen) i portalen stemmer med spørsmåla
- Skaffe bakgrunnsinformasjon for å finne ut om innholdet på portalen skal vere avhengig av vald språk

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 2004

Samandrag.....	5
1. Om prosjektet <i>Sognefjord.no</i>	7
2. Testmetode og gjennomføring	9
3. Resultat I : Bakgrunnsinformasjon for testbrukarar	12
4. Resultat II : Brukartestar	23
4.1 Oppsummering i høve til oppgåvene i brukartesten.....	23
4.2 Oppfølgingsintervju etter brukartest.....	28
4.3 Hovudpunkt i tilbakemeldingane frå testleiarane.....	34
4.4 Erfaringane frå brukarundersøking med testleiarane	37
5. Resultat III: Systematisering av spørsmål frå turistar	39
6. Oppsummering og konklusjon	41
Vedlegg 1 Direkte tilbakemeldingar og oppsummering frå testleiarane.....	44
Vedlegg 2 Systematisering av spørsmål til turistinformasjonane	48
Vedlegg 3 Gaupne turistinformasjon si systematisering av spørsmål.....	49
Vedlegg 4 Balestrand Turistinformasjon OSS brukt i intern opplæring.....	50
Vedlegg 5 Brukartesting og intervjuguide, versjon brukt i andre runde.....	52
Figur 1: Nasjonalitet for deltakarane i spørjeundersøkinga	12
Figur 2: Alder på testbrukarane	12
Figur 3: Kjønnfordeling.....	13
Figur 4: Fordeling mellom gruppe- og enkeltreisande.....	13
Figur 5: Reisemåte	14
Figur 6: Lengde på opphald i Norge	14
Figur 7: Lengde på opphald i Sogn.....	15
Figur 8: Kjelde til informasjon om Sogn/Sognefjorden.....	15
Figur 9: Kjelde til informasjon om overnattingsstaden.....	16
Figur 10: Bruk av Internett.....	16
Figur 11: Erfaring med bruk av Internett	17
Figur 12: Type Internett-tilgang.....	17
Figur 13: Bruk av Internett i forkant av reisa.....	18
Figur 14: Kjelde for informasjon om reisemålet Sogn/Sognefjorden	18
Figur 15: Fann respondenten tilstrekkeleg informasjon om Sognefjorden?.....	19
Figur 16: Fann respondenten tilstrekkeleg informasjon om hotellet/staden?.....	20
Figur 17: Var informasjonen om Sognefjorden avgjerande for val av reisemål?.....	20
Figur 18: Var informasjon om hotellet/staden avgjerande for valet?.....	21
Figur 19: Internettbruk i løpet av reisa.....	21
Figur 20: Finn opningstidene til Årdal turistkontor	23
Figur 21: Finn opningstidene for Villakssenteret.....	23
Figur 22: Informasjon om dine hovudinteresser	24
Figur 23: Informasjon om overnattingsbedrifta Turtagrø	24
Figur 24: Finn tal på hotell via kart.....	25
Figur 25: Finn pris på overnatting.....	25
Figur 26: Alternativt kart	26
Figur 27: Finn ferjetider.....	27
Figur 28: Ditt hovudinstrykk av portalen	28
Figur 29: Designen.....	28
Figur 30: Navigering.....	29
Figur 31: Forventning til innhald	29
Figur 32: Biletbruken.....	30
Figur 33: Logoen.....	30
Figur 34: Logoen med url	30
Figur 35: Sakna informasjon.....	31
Figur 36: Forsidekart.....	31
Figur 37: Manglande funksjonalitet i kart.....	32
Figur 38: Menyvalet "destinations"	32
Figur 39: Lokalt kart	33

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 turistane, reisemåter og reiseval. Særleg viktig er det å finna fram til kva ord og uttrykk dei reisande har nytta for å finna fram til informasjon på nettet og korleis dei brukar portalen Sognefjord.no. Men det viktigaste var at bruken av portalen Sognefjord.no vart vurdert og analysert gjennom brukartestane.

Gjennomføring

Undersøkinga hadde tre hovudelement:

- Bakgrunnsinformasjon om testgruppa vart innhenta med bruk av spørjeskjema som vart utdelt til turistar
- Brukartest av vevtenesta (gjennomgang av ei rekkje oppgåver testbrukarar skulle utføre på Sognefjord.no og oppfølgingsspørsmål knytt til gjennomgangen)
- Systematisering av typiske spørsmål frå turistar til turistkontor

Undersøkinga vart gjennomført i to rundar i tidsrommet juni til august. Til første runde fekk både hotell og turistkontora opplæring og materiell om bakgrunn og mål.

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. Gjestene skulle kunne svare på skjema utan rettleiing. Men personell var også tilgjengelege for å svare på spørsmål. Spørjeskjemaet var tilgjengeleg både i engelsk, tysk og norsk versjon..

Sjølve gjennomføringa av undersøkinga gjekk greitt, men det viste seg å vere krevjande både å få gjester og vertskap til å ta seg tid til å stille opp. Det er samla inn eit datamateriale som gir eit rimeleg bilete av situasjonen per i dag.

Resultat

Totalt har det vore gjennomført 67 spørjeskjemaintervju og 21 brukartestar saman med hotella og turistkontora . I tillegg er det gjennomført 9 brukartestar i samband med opplæring av hotella, dvs totalt 30 brukartestar.

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. Utvalet er litt yngre og inneheld litt fleire kvinner og færre gruppereisande enn det som er typisk for norsk sommarturisme.

Nokre hovudresultat frå spørjeundeundersøkinga:

- Stor grad av modenheit i bruk av internett. 90 % av test-gruppa brukar Internett og vurderer seg sjølve som relativt erfarne nettbrukarar.

- Halvparten seier dei ikkje har tilgang til breiband. Dette er ein viktig informasjon og viktig å ta omsyn til ved utvikling av nett-tenestene.
- Meir enn 70 % av dei spurde hadde brukt internett for informasjonsinnhenting før reisa.
 - o Som kjelde til informasjon om Sogn/Sognefjorden kjem Internett på andre plass, etter venner og kjente, og internett er like stort som reisehandbøker og klart større enn både brosjyrar og turoperatørarar
 - o søkemotorar er viktigaste startpunkt og andre portalar kjem deretter. Annonsar og annan info er ikkje så mykje brukt
- Informasjonen på nettet var heilt eller delvis avgjerande for val av reisemål for meir enn 50% av dei spurde
- Testbrukarane gir tydeleg uttrykk for eit ønskje om å kunne bruke internett under besøket i Sogn noko som truleg betyr at brukarterminalar og tilkoplingspunkt for Internett (t.d. trådløst WLAN) kan vere ei nyttig teneste for hotella.

Nokre hovudpunkt frå brukartestinga:

Tilbakemeldingane frå brukarane var positive. Dei likte design, den lette navigasjonen, det rimeleg fyldige innhaldet og fråver av reklame. Brukartestane har også avdekket problematiske sider ved tenesta som alt er utbetra i tillegg til større spørsmål som lyt løysast seinare.

Dei fire hovudtema i testen har vore kart, lenkebruk, meny og transport og tilbakemeldingane har stort sett kunna omsetjast til forbetring av Sognefjord.no direkte.

Turistkontora har noko informasjon om kva turistar spør etter. Nokre noterer kva land spørsmålsstillarane kjem frå, men ikkje kva dei spør etter. Dei som jobbar der veit sjølvsagt dette, men informasjon har berre unntaksvis vorte skrive ned og systematisert. Det har difor vore særleg positivt at vi fekk levert ei detaljert oversikt over ofte stilte spørsmål ved ein turistinformasjon (Balestrand), og systematisering av type spørsmål, frekvens og nasjonalitet ved ein annan (Gaupne). Ikkje minst viktig var det at begge disse listene var organiserte med tanke på menyinndelinga i Sognefjord.no

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. 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 skal legge desse kriteria til grunn ved utvikling av strategiar og tiltak for felles presentasjon og profilering.

Prosjektet *Sognefjord.no* starta i siste halvdel av 2003, med utgangspunkt i eit tidlegare BIT Reiseliv-prosjekt, og skal etter planen avsluttast i 2005.

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

Målet var 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. Men det viktigaste var at bruken av portalen Sognefjord.no vart vurdert og analysert gjennom brukartestane.

2. Testmetode og gjennomføring

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

1. Brukarundersøking (spørjeskjema vart utdelt til gjester for å skaffe bakgrunnsinformasjon på dei som utføre brukartesten)
2. Brukartest av vevtenesta (testbrukarar må gjennomføre ei rekkje oppgåver på Sognefjord.no og svare på oppfølgings spørsmål)
3. Systematisering av spørsmål turistane stiller til turistinformasjonane.

Den siste aktiviteten var ikkje for hotella. Spørjeskjemaet under aktivitet 1 var tilgjengeleg på engelsk og tysk i tillegg til norsk (sjå vedlegg 4).

Ei brukartesting går ut på å gi brukarar predefinerte oppgåver knytte til tenesta som skal testast. Mens 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 brukartesting er blant anna å sikre at ei teneste er brukarvennleg og at den dekkar behova til målgruppa. Erfaringar frå brukartesting av grafiske grensesnitt har ført til forslag på 10 prinsipp¹ ein minst bør følge for å få til dette. (Eit eksempel på slike prinsipp).

- 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. Det vart lagt opp til at dette totalt skulle kunne gjennomførast på under ein time.

Testleiarane besto av folk som til dagleg er i kontakt med gjester i resepsjon på turistinformasjonar og hotell. Dei er difor godt trenea i å kommunisere med turistar, som er

¹ Jacob Nielsen (1993)

deira testbrukarar her, og godt egna som aktivt lyttande testleiarar. Noko som er viktig får å kunne fange opp.

Brukarundersøkinga vart gjennomført i to rundar. Før første runde fekk både hotell og turistinformasjon forklaringa om bakgrunn og målsetjing. 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 undersøkingane, 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 utnytte 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 andre runde 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 planlagd, med nokre nødvendige justeringar.

- Intervjuskjema vart oversett til tysk i tillegg til engelsk.

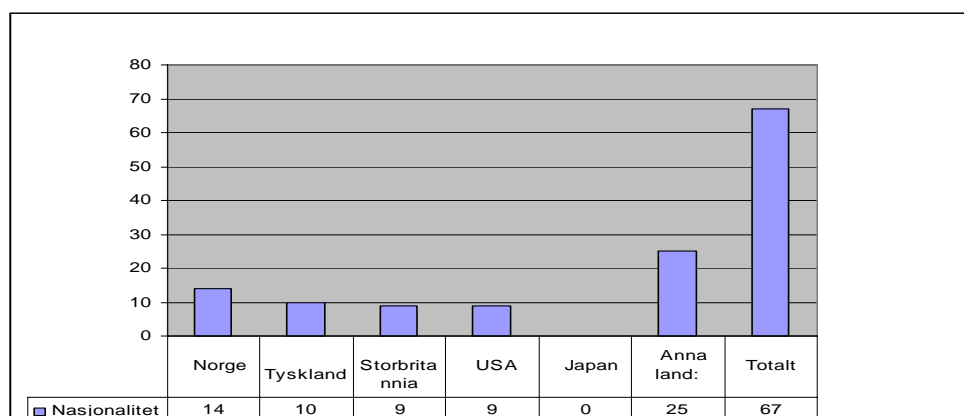
- Brukartestane og intervju skjema vart justert noko før andre runde basert på tilbakemeldingar og endringar gjort i portalen. Mellom anna vart det gjort vesentlege endringar i kartdelen og i menypunktet 'Overnattingar'.
- Vi måtte avvente PC-installasjon på Turistinformasjon i Aurland, Lindstrøm Hotell, Klungenberg og betre internettilgang på Turtagrø Hotell. Ved Hotel Mundal skapte PC-problem visse vanskar. Men noko forseinka kom alle i gang.
- Opplæringa gjekk etter planen, men mange kom seint i gong med gjennomføringa av brukartestar. Dette hadde fleire årsaker der dei viktigaste var ferieavvikling og stort arbeidspress.
- Det viste seg snøgt at det ikkje vart enkelt å få gjester til å stille opp, trass i tiltak som vart iverksette. Hotella lokka med mindre motytingar for å få gjester til å stilla opp. På Sogndal Turistinformasjon la dei til og med om opningstida ei veke slik at to personar kunne vere på jobb samstundes. Då kunne ein gjennomføre testar medan den andre sto i skranken.

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 breitt håpa vi på den måten å få breidde i utvalet.

Totalt 67 spørjeskjema vart utfylte. Føremålet var å få kvalifiserte meiningar om internettportalen. Svara i spørjeskjema omfattar også bakgrunnsinformasjon for brukartestgruppa.

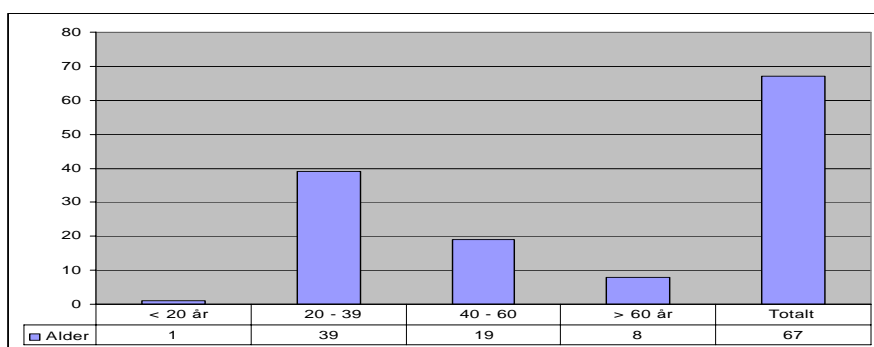
3.1. Nasjonalitet



Figur 1: Nasjonalitet for deltakarane i spørjeundersøkinga

Det er stor spreing i nasjonalitet for gjester som har delteke i undersøkinga. Det er eit godt utgangspunkt for brukartesten.

3.2. Alder

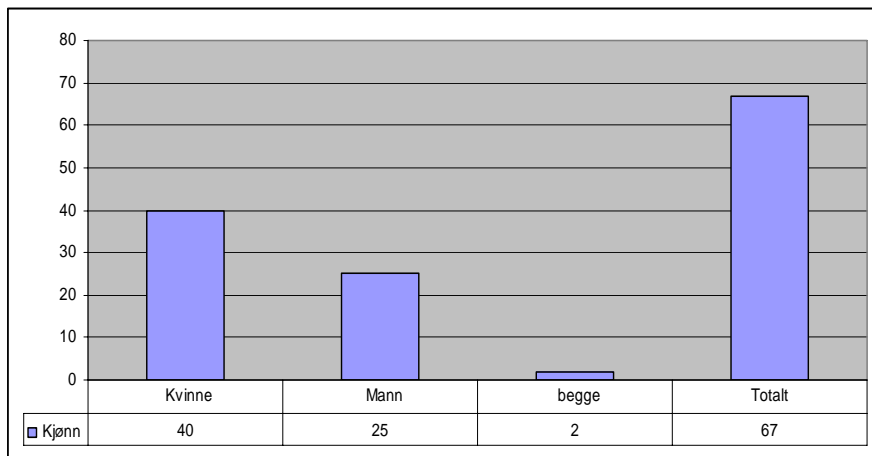


Figur 2: Alder på testbrukarane

Fleirtalet av deltakarane var mellom 20 og 39 år, men spreinga er forholdsvis god her og. Dei som deltok i undersøkinga, er litt yngre enn gjennomsnittet av besøkande til Norge².

² Marknadsdata frå Innovasjon Norge (World Travel Monitor, IPK 2003, http://www.invanor.no/templates/Page_49499.aspx)

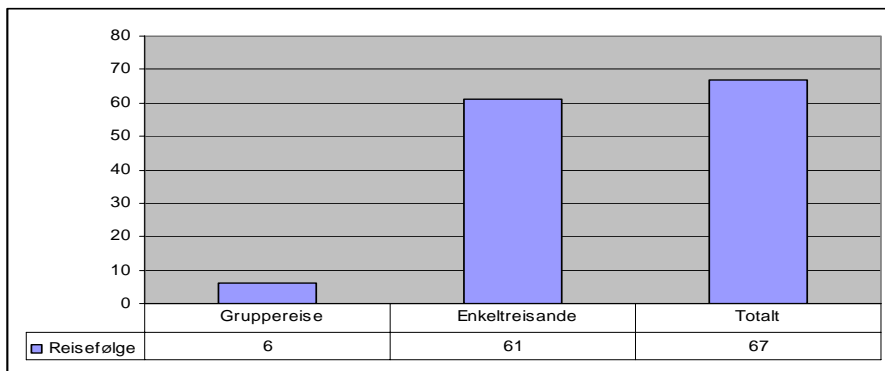
3.3. Kjønnfordeling



Figur 3: Kjønnfordeling

Alternativet ”begge” skuldast at to valde å svare i lag på skjemaet. Fleire kvinner enn menn fann tid til å stille opp. Dette er ikkje overraskande, jfr. undersøking av Reisetorgetts 70.000 nettmedlemmer som viser ein kvinnedel på 62 prosent. Undersøkinga er i tråd med tall frå Statistisk Sentralbyrå som viser at reiser og innkvartering er dei varer og tenester som det blir handla mest av over nettet, og at meir enn halvparten av nettkjøparane er kvinner³.

3.4. Reisefølgje

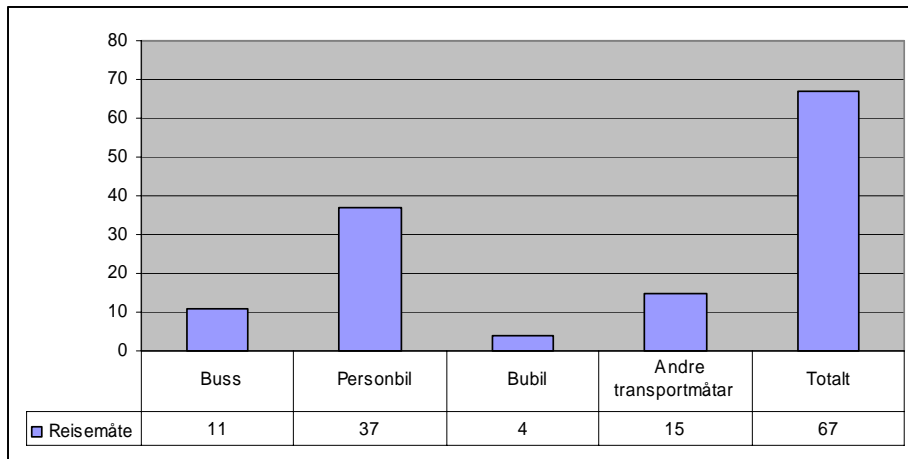


Figur 4: Fordeling mellom gruppe- og enkeltreisande

Enkeltreisande inkl. reise med familie/venner. I denne undersøkinga har vi ei overvekt av enkeltreisande i høve til besøkstala i regionen. For undersøkinga vår er det enkeltreisande turistar som er mest interessante då gruppereisande har liten individuell innverknad på reisemål.

³ ”Flest kvinnelige nettkunder” av [Egil Wettre-Johnsen](http://www.handel.no/modules/module_111/news_item_view.asp?iResponse=1&iNewsId=2245&iCategoryId=121) 08.01.2004, http://www.handel.no/modules/module_111/news_item_view.asp?iResponse=1&iNewsId=2245&iCategoryId=121

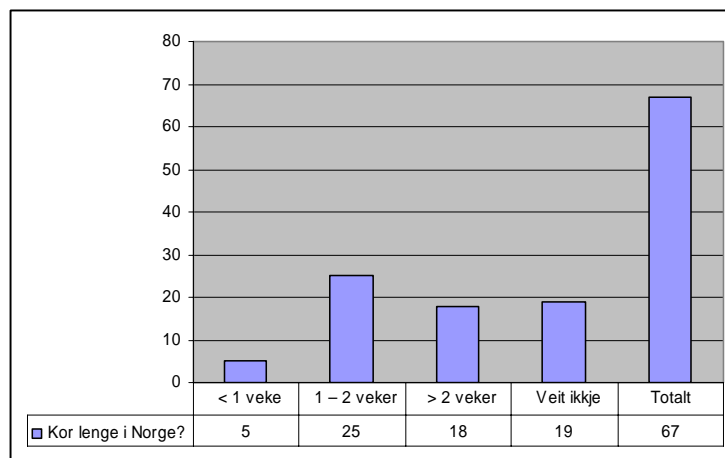
3.5. Reisemåte



Figur 5: Reisemåte

Andre transportmåtar er fly og båt. Her er det god spreining. Tal på turistar som har nytta personbil er lågare enn forventta, utan at det gjer noko for vårt føremål.

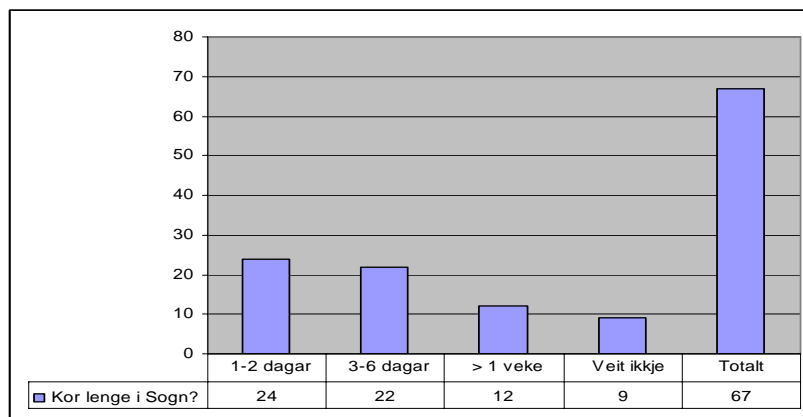
3.6. Kor lenge blir turisten i Norge?



Figur 6: Lengde på opphald i Norge

Fordelinga her har stor spreining. Tala stemmer elles godt med statistikk frå Gjesteundersøkinga 2002 der gjennomsnittleg opphaldstid var 7,6 netter i 2002 mot 7,5 året før.

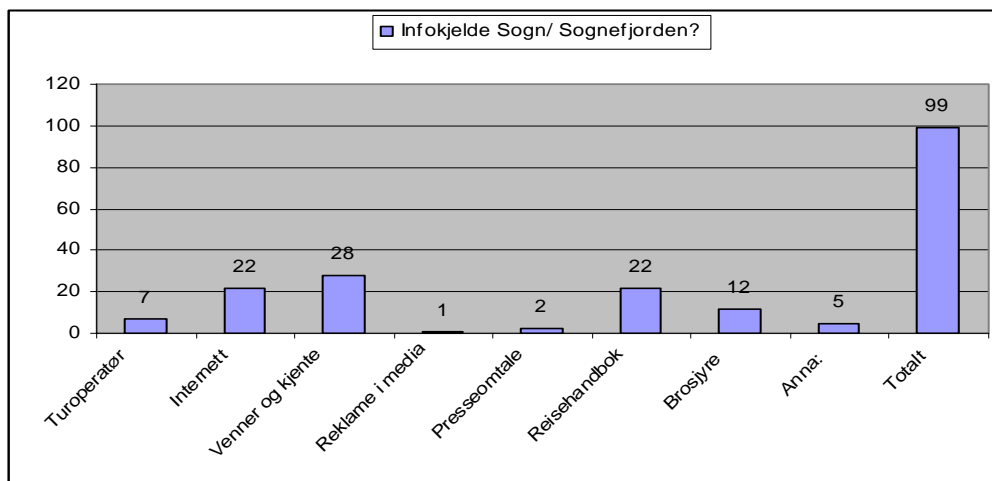
3.7. Lengde på opphald i Sogn



Figur 7: Lengde på opphald i Sogn

I gjennomsnitt er respondentane i området (Sogn) 3-5 dagar. Samanlikna med gjennomsnittleg opphaldstid på 7, 5 døgn, ser ein at dei er her lenge. Det er viktig for det lokale reiselivet å motivere folk til å bli lenger. Då er det viktig å utvikle Sognefjord.no slik at det også er lett å skaffe seg informasjon om dei omkringliggjande attraksjonane.

3.8. Kjelde til informasjon om Sogn/Sognefjorden

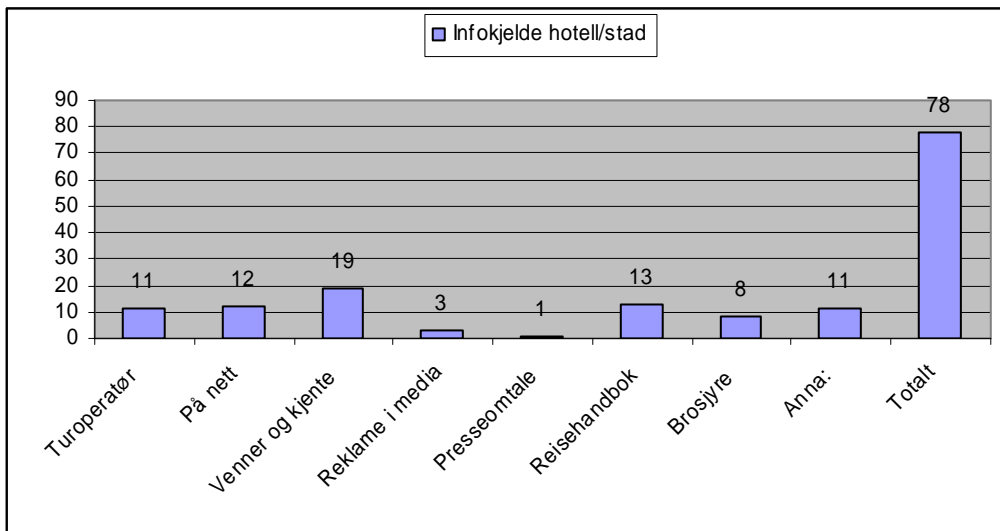


Figur 8: Kjelde til informasjon om Sogn/Sognefjorden

Her var det mogeleg og naturleg å velje fleire alternativ. Positiv omtale frå venner og kjente er ikkje uventa viktigaste informasjonskjelde. Også reisehandbøker rangerer høgt og av desse er Lonely Planet mykje vist til. Det er viktig å merke seg at Internett er like stor som reisehandbøker og klart større enn både brosjyrar og turoperatørarar.

Dette er viktig informasjon for bedriftene som kan rekne med å vedlikehalde informasjonen på internett langt meir kostnadseffektivt enn informasjon i brosjyrar.

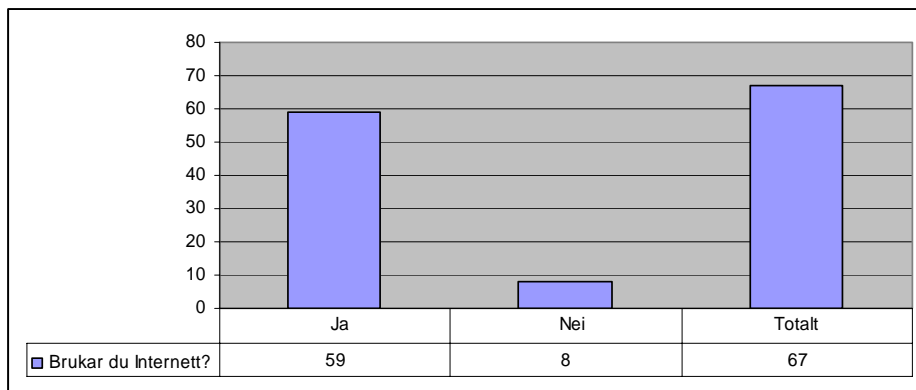
3.9. Kvar har du fått kjennskap til dette hotellet/denne staden?



Figur 9: Kjelde til informasjon om overnattingsstaden

Svara er meir spreidd til dette spørsmålet men framleis er venner og kjende den viktigaste kjelda for informasjon med reisehandbok og internett som oppfølgjar.

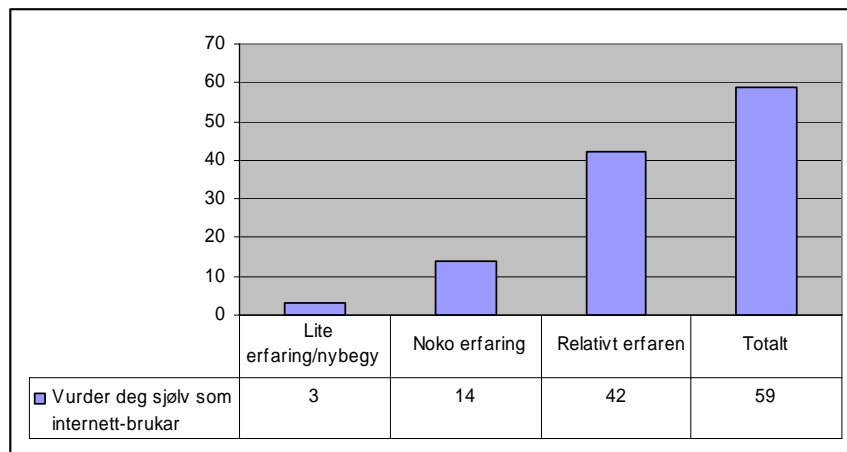
3.10. Bruk av Internett



Figur 10: Bruk av Internett

Det er eit stort fleirtal som brukar Internett (generelt sett). Det at denne gruppa av testbrukarar er unge bidreg til at dette talet er høgt. Likevel seier dette noko om målgruppa for Sognefjord.no. Her ser vi indikasjonar på at 90 % av målgruppa til Sognefjord.no brukar Internett.

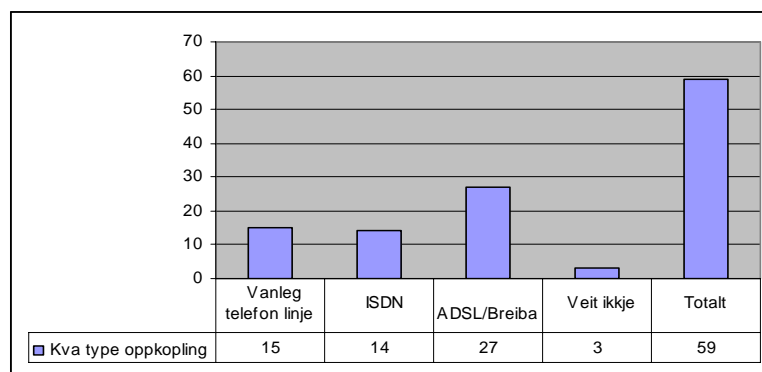
3.11. Vurder deg sjølv som internett-brukar



Figur 11: Erfaring med bruk av Internett

Det er også klart at dei fleste etter kvart har lært seg å bruke Internett og vurderer seg sjølve som relativt erfarne nettbrukarar.

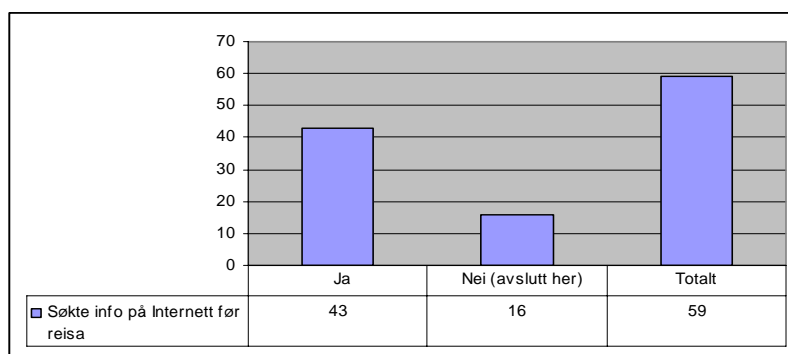
3.12. Kva type oppkopling har du tilgang til? (primært heime)



Figur 12: Type Internett-tilgang

Eit knapt fleirtalet seier dei ikkje har tilgang til breiband. Dette må ein ta omsyn til ved konstruksjon av informasjonsportalar på nett. Sidan halvparten har vanleg telefon og ISDN blir det viktig å ikkje lage for tunge tenester.

3.13. Nytt du Internett til å finne informasjon før du reiste hit?



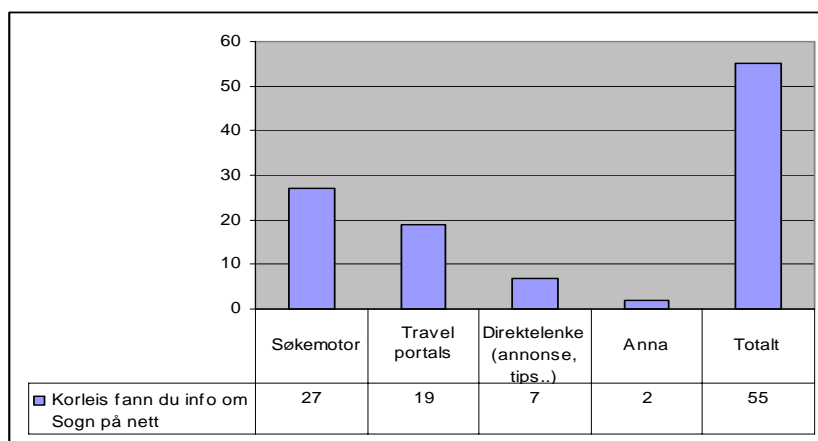
Figur 13: Bruk av Internett i forkant av reisa

Ikkje overraskande ser eit stort fleirtal etter informasjon på nettet om området når dei skal hit. Det stadfestar kor viktig det er å presentera området på ein god måte – og det er nettopp hovudmålet med Sognefjord.no-prosjektet. Meir enn 70 % av dei vi spurte her hadde brukt nettet før reisa. Dette viser og andre undersøkingar, som t.d. artikkelen ”Nettreisebyråer har for dårlig brukervennlighet” av Egil Wettre-Johnsen⁴:

”I fjor ble to av 10 norske feriereiser bestilt over internett. ...Innen to år vil halvparten av feriereisene bli kjøpt over nettet, tror Rolf Forsdahl, reisebransjedirektør i HSH. Han viser til at de fleste i dag bruker minibankkort og internett, selv om dette nesten var utenkelig for noen få år siden. Han anslår at rundt 20 prosent av billettene i dag selges på nettet. De tradisjonelle reisebyrående selger fra 10-15 til 40 prosent av sine reiser over nettet. I tillegg har vi flere rene nettreisebyråer som restplass.no, ebookers.com og reisefeber.no.”

”Halvparten av feriereisene i USA ble i fjor bestilt over nettet og det forventes at Norge om et par år vil komme opp på tilsvarende nivå.”

3.14. Korleis blei informasjon om reisemålet Sogn/Sognefjorden funnen



Figur 14: Kjelde for informasjon om reisemålet Sogn/Sognefjorden

Her er det vel verd å merke at søkemotorar er viktigast og andre portalar kjem deretter. Annonser og annan info er ikkje so mykje brukt.

⁴ ”Nettreisebyråer har for dårlig brukervennlighet” av Egil Wettre-Johnsen,, i E-guiden.no -2004-01-15

I tillegg vart brukaren spurd om kva søkeord som brukt for søkemotoren. Mange hugsar ikkje eller svarar ikkje på kva søkeord dei nytta for å finna informasjon om området. For det første er det vanskeleg for dei å hugse kva dei har brukt, når dette må ha skjedd før reisa. Men vi har bede dei å ressonere på kva dei har sett etter. Av dei få som oppgir søkeord, finn vi:

'Norway', 'Ferry', 'Busschedule', 'Norwegian +Fjords +Hiking +Glacier', 'scenery', 'walking/hiking', 'Fjords+Norway', 'visit +Norge', 'sognefjord', 'norway', 'sognefjorden', 'travel in norway', 'Balestrand'

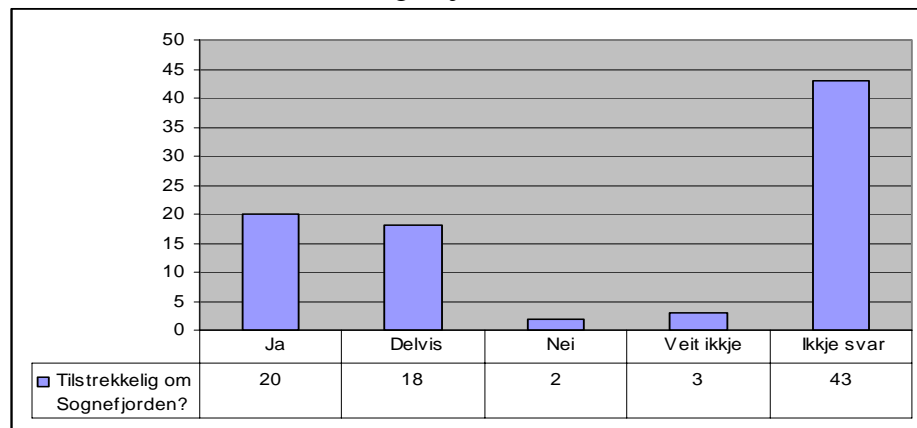
Dette er viktige opplysningar for å komma fram til dei beste nøkkelorda og –uttrykka for søkemotor-optimalisering av Sognefjord.no.

På spørsmål om kva søkemotor dei brukte kryssa mange av for bruk av Google, ein kryssa av for Altavista og ein Yahoo. Nokre kryssa av for bruk av Visitnorway (4) og nokre få FjordNorway (1)og sognefjord.no (1).

Her er det naturleg at dei og kan ha nytta fleire alternativ på ein gong. Likevel er biletet eintydigtendens til at søkemotorar er mest nytta, deretter kjem reiseportalar.

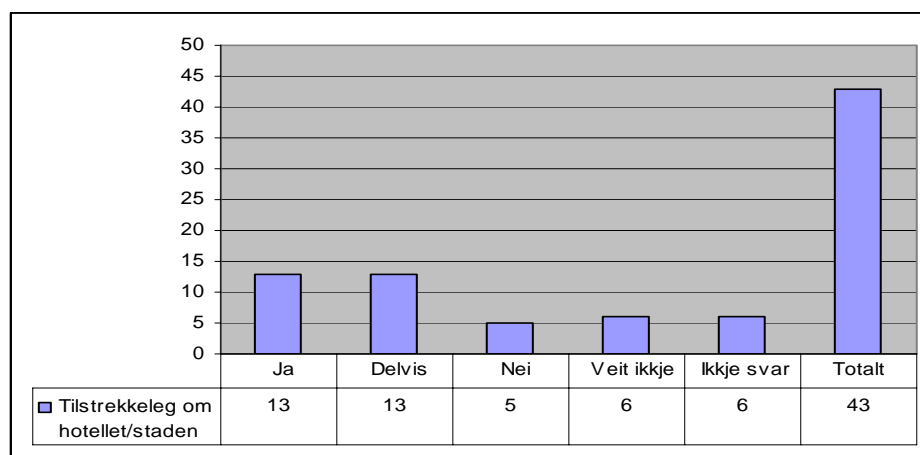
3.15. Fann du tilstrekkeleg informasjon om reisemålet på Internett?

Om Sognefjorden:



Figur 15: Fann respondenten tilstrekkeleg informasjon om Sognefjorden?

Om hotellet/staden:

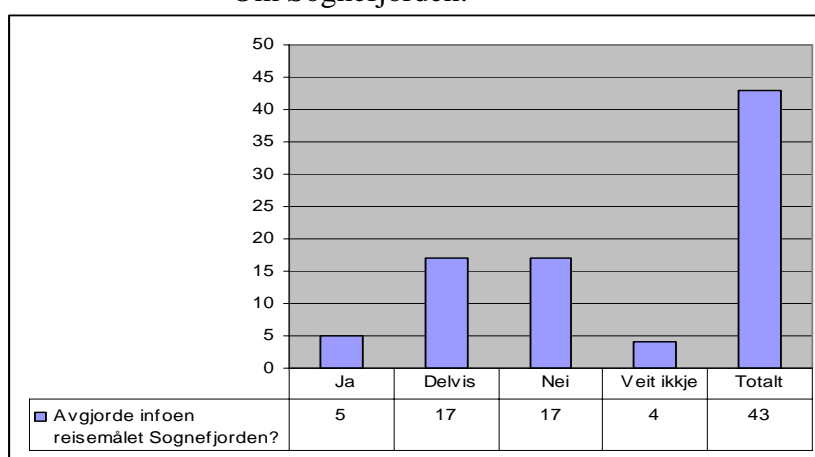


Figur 16: Fann respondentene tilstrekkeleg informasjon om hotellet/staden?

Sjølv om eit omgrep som ”tilstrekkeleg informasjon” kan vere vanskeleg å tolka er dette eit uttrykk for om kunden er tilfreds med tenesta som heilheit. For den overordna informasjonen er over 80% heilt eller delvis fornøgd med dei fann. For den meir lokale informasjonen om hotellet eller staden har dette sunke til 60 %. I begge tilfelle er det sjølvsagt rom for forbetringar, men særleg gjeld dette for den heilt lokale informasjonen.

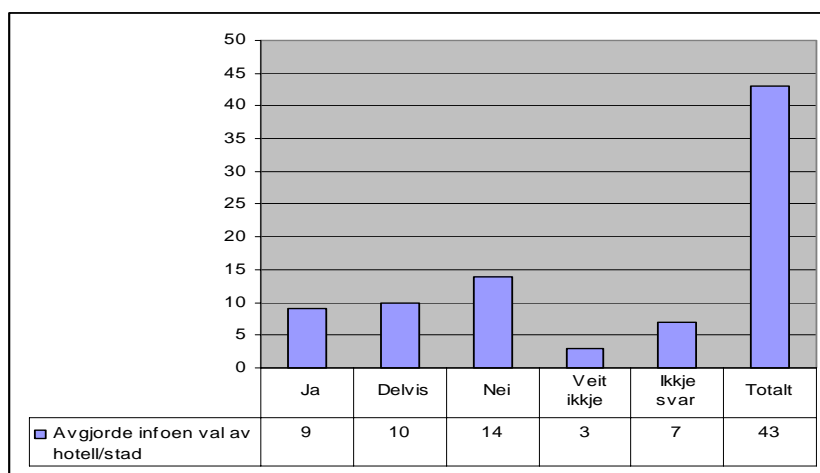
3.16. Var informasjonen avgjerande for val av reisemålet?

Om Sognefjorden:



Figur 17: Var informasjonen om Sognefjorden avgjerande for val av reisemål?

Om hotellet/staden:

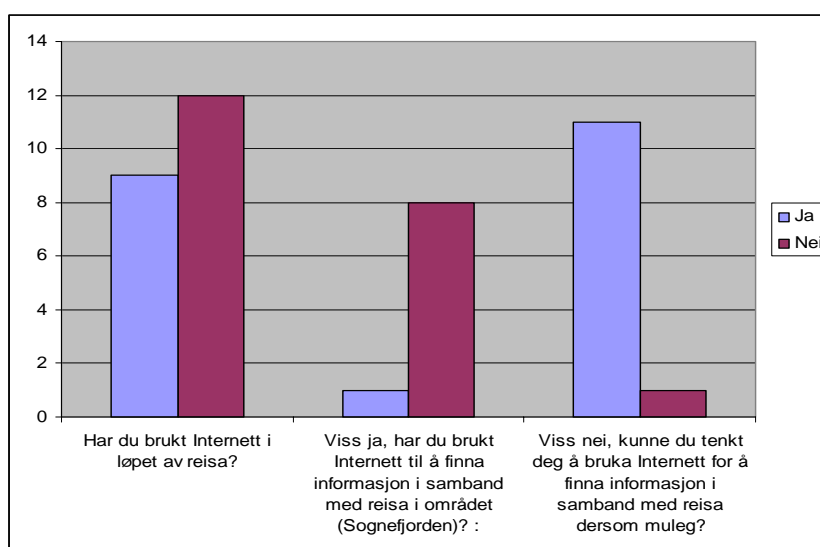


Figur 18: Var informasjon om hotellet/staden avgjerande for valet?

Her legg vi merke til at det er færre som oppgir at informasjon om reisemålet var avgjerande enn dei som oppgir at informasjon om hotellet/staden var det..

Amerikanske undersøkingar viser at informasjonen og måten nettstaden er bygt opp på, avgjer om det blir eit sal eller ikkje ("converting visitors to buyers" som det heiter i amerikansk internett-sjargong). Men desse undersøkingane viser også at fleire forhold vil påverke dei vala som til slutt blir gjorde.

3.17. Er Internett brukt i løpet av reisa?



Figur 19: Internettbruk i løpet av reisa

Nokre svarte ikkje på første spørsmålet men på det andre. Av dei som har svart, ser vi likevel at det er eit stort ønskje om å kunna orientera seg via Internett når ein er kommen til reisemålet også. Dette er eit klart signal til hotell og reiselivsverksemdar om å leggja til rette for bruk av Internett. Det kan gjerast ved å ha terminalar tilgjengeleg i resepsjon og trådlus Internetttilgang

3.18. Villig til å gje tilbakemeldingar etter ferien?

Motviljen mot å legge igjen privat epostadresse er stor. Det viser og ein del opplagt fiktive epostadresser.. Det er difor tvilsamt om dei rundt 10-12 som faktisk gir nøyaktig epost bør kontaktast med tanke på ei oppfølgingsrunde. Kanskje er det minst like effektivt å knytte denne opp mot eit spørjeskjema i portalen sognefjord.no der folk kan velje aktivt sjølv å delta for å gjere portalen betre.

3.19. 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 :

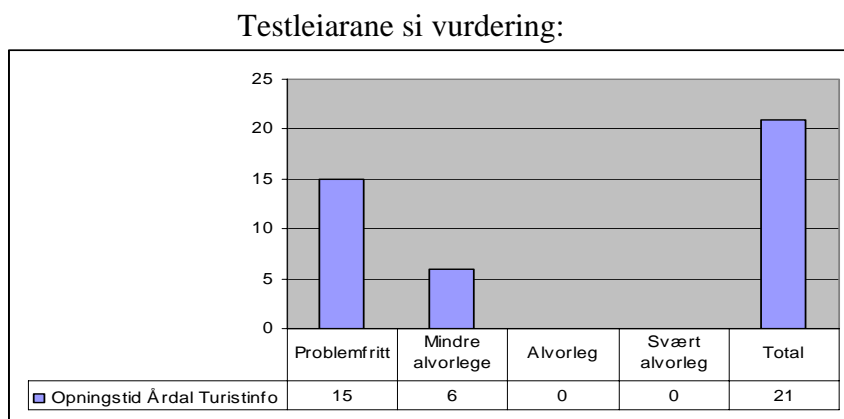
- Stor grad av bruk av internett. Her ser vi indikasjonar på at 90 % av målgruppa brukar Internett.
- Det er også klart at dei fleste etter kvart har lært seg å bruke Internett og vurderer seg sjølve som relativt erfarne nettbrukarar.
- Eit knapt fleirtalet seier dei ikkje har tilgang til breiband. Dette må ein ta omsyn til ved konstruksjon av informasjonsportalar på nett.
- Mange har brukt informasjon før dei kom hit.
Meir enn 70 % av dei vi spurte her hadde brukt nettet før reisa.
Som kjelde til informasjon om Sogn/Sognefjorden kjem Internett på andre plass, etter venner og kjente, og like stort som reisehandbøker og klart større enn både brosjyrar og turoperatørarar
søkemotorar er viktigaste utgangspunkt og andre portalar kjem deretter. Annonser og annan info er ikkje so mykje brukt
Dette påverka val av reisemål sjølv om fleire forhold kan påverke dei vala som til slutt blir gjorde. Informasjonen på nettet var heilt eller delvis avgjerande for val av reisemål for meir enn 50% av dei spurde
- Testbrukarane har ønskje om å kunna orientera seg via Internett når ein er kommen til reisemålet også noko som gir eit klart signal om behov for å kunne ha internetttilkopling ved hotella.

4. Resultat II : Brukartestar

Totalt har det vore gjennomført 21 brukartestar i hotella og turistinformasjonane. I tillegg har vi gjennomført 9 brukartestar med testleiar oppsummert i kapittel 4.4.

4.1 Oppsummering i høve til oppgåvene i brukartesten

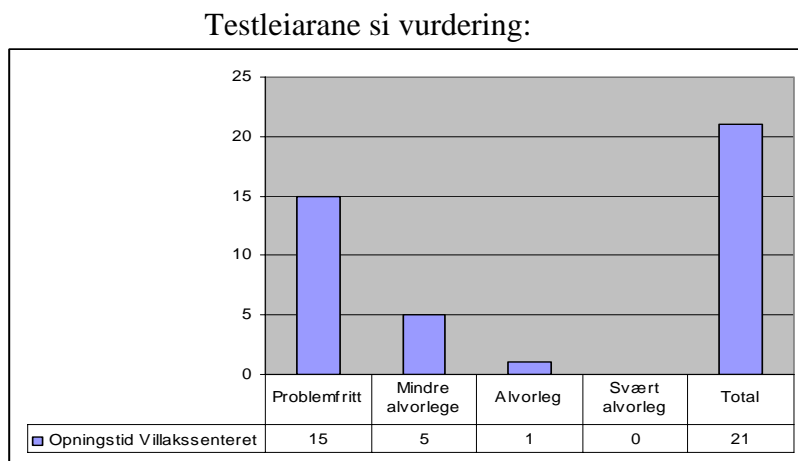
Oppgåve 1: Finn opningstidene til Årdal turistinformasjon



Figur 20: Finn opningstidene til Årdal turistinformasjon

Dette var innleiingss spørsmålet som skulle vere så enkelt at alle skulle få det til. Slik fungerte det og, sjølv om enkelte brukte litt lang tid.

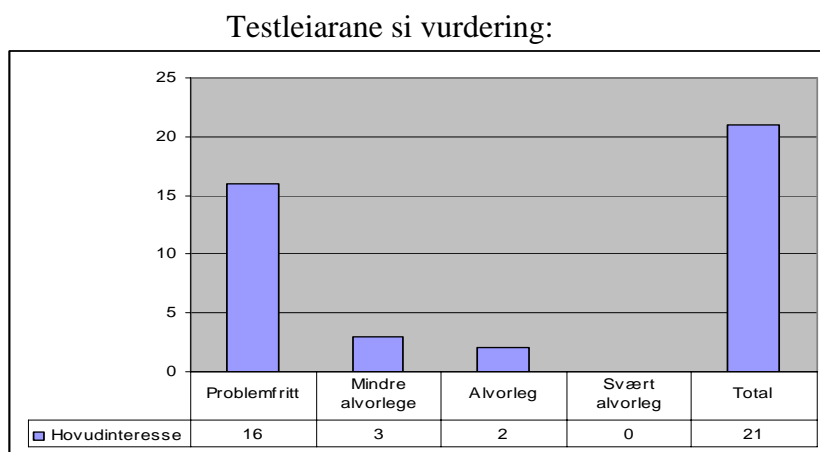
Oppgåve 2: Kva er opningstidene for Villakssenteret?



Figur 21: Finn opningstidene for Villakssenteret

Dette var litt vanskelegare oppgåve, men gjekk likevel med eit unntak greitt.

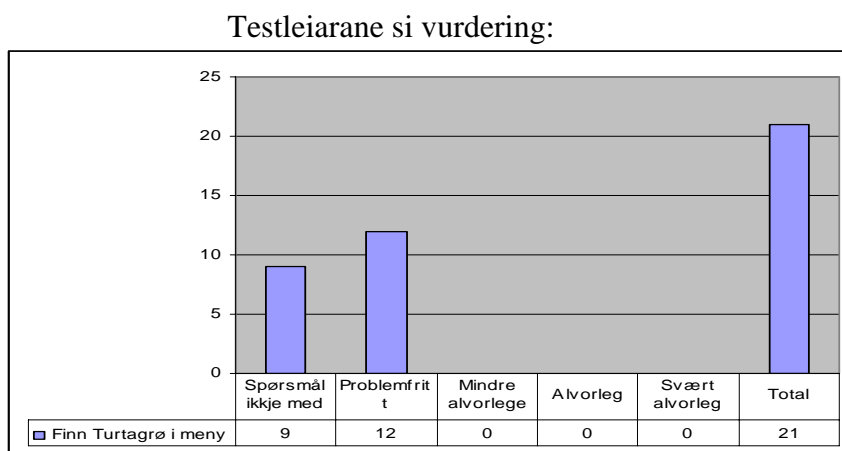
Oppgave 3: Kva er dine hovudinteresser og prøv å finna informasjon om desse via portalen.



Figur 22: Informasjon om dine hovudinteresser

Resultatet her var gledeleg. Dette er eit forholdsvis ope spørsmål og har hatt mange ulike problemstillingar knytt til seg. Det at so mange fann akkurat det dei var interessert i indikerer bra innhold på portalen og at den er enkel å bruke.

Oppgave 4: Bruk menyen til å finne meir informasjon om overnattingsbedrifta Turtagrø Hotel.

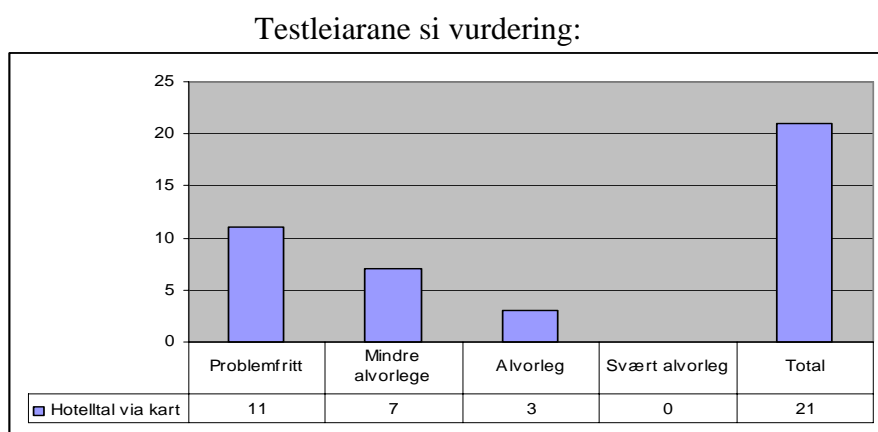


Figur 23: Informasjon om overnattingsbedrifta Turtagrø

(Spørsmål og oppgaver vart endra frå første til andre runde. At spørsmålet ikkje er med betyr at dette blei lagt til eller fjerna mellom dei to rundene med brukarundersøking.)

Dette gjekk heilt smertefritt, og seier noko om lett navigering i meny. Som nemnd vart undersøkinga gjennomført to runder.

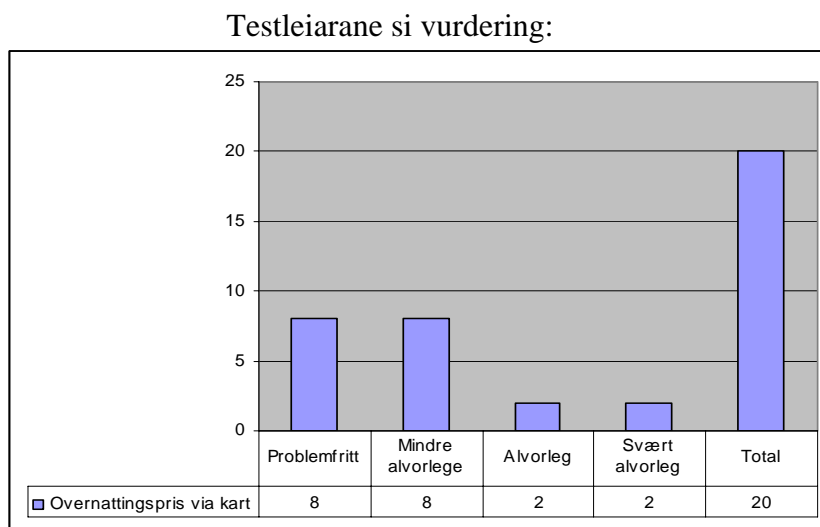
Oppgåve 5: Bruk kart til å finne talet på hotell på ein større tettstad i området (Balestrand eller Sogndal eller andre med fleire hotell blir valt ut av testleiar.)



Figur 24: Finn tal på hotell via kart

Mange får dette til, men kommentarar frå testleiarar tyder på at det er forbetringspotensial her.

Oppgåve.6: Gå inn på ei overnattingsbedrift si heimeside via kartløyninga og finn pris på overnatting.

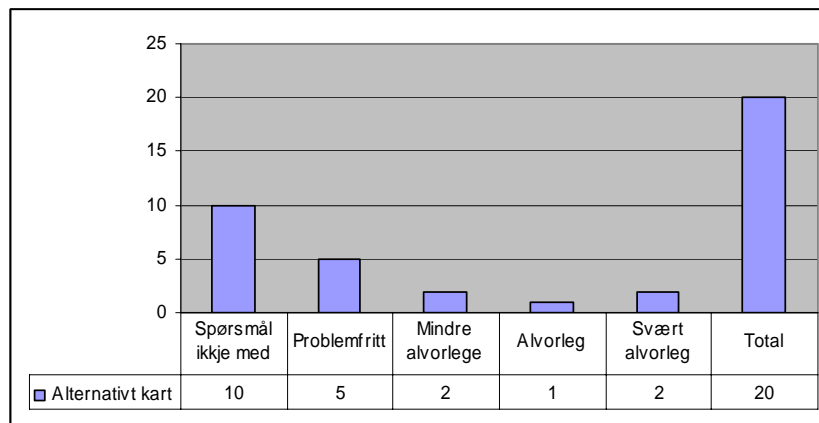


Figur 25: Finn pris på overnatting.

Her er avdekka eit vesentleg forbetringspotensial som kommentert (vedlegg1). Dette går på fleire ting. Eit døme er tilbakemeldingar som: ”Ellers kom kartløyisinga litt dårlegare ut enn resten av emnene på portalen. Her vart det retta kritikk mot at språket skifta etter at det vart klikka opp mot linkar på kartet. Anna kritikkverdig var at ein måtte via ein ny meny istaden for direkte linking frå kartet (til for eksempel hotell osv.).”

Oppgåve 7: Bruk den alternative kartløyisinga på <http://map.sognefjord.no/map2.php> til å fram til hotell på ein annan tettstad i området.

Testleiarane si vurdering:



Figur 26: Alternativt kart

(Spørsmål og oppgåver vart endra frå første til andre runde. At spørsmålet ikkje er med betyr at dette blei lagt til eller fjerna mellom dei to rundene med brukarundersøking.)

Dei to alvorlegaste feila var knytta til tekniske problem der folk fekk meldinga ”page cannot be found” medan dei prøvde å nå tenesta.

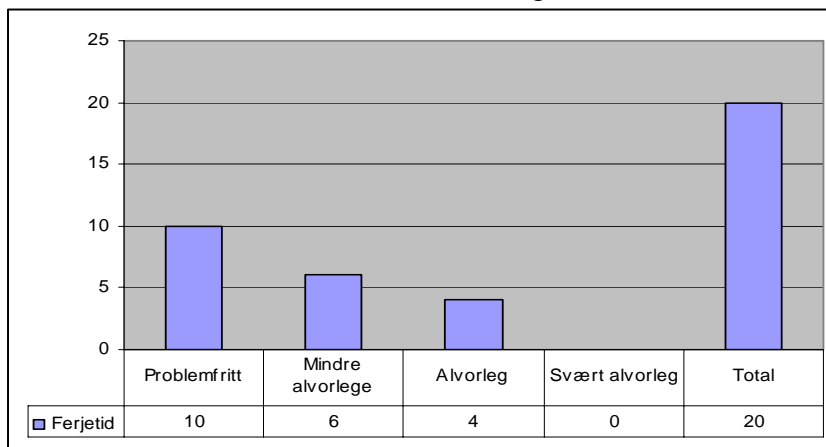
Det blei kommentert at når gjesten først hadde ”lært” i forrige oppgåve, så var det naturleg at dette kunne gå greitt. Men nokon gonger blei det variert med rekkjefølgja på spørsmål 6 og 7. Forskjellane på dei to alternative løysingane ligg mest i kartmenyen. Denne løysinga var eit forsøk på å forenkle å redusere tal på meny punkt, fordi vi trudde brukaren ville ha det enklast mogeleg. Tilbakemeldingar viser litt av nytten med brukartesten:

”Hvis jeg husker riktig så var version II av kartet lagt til fordi den var litt kjappere.

Men alle jeg spurte satte mer pris på version I. Kanskje det er verdt det å legge til som informasjon i linken, at I er kjappere, men "enklere" enn II?”

Oppgåve 8: Finn ferjetider på strekninga Hella – Vangsnes

Testleiarane si vurdering:



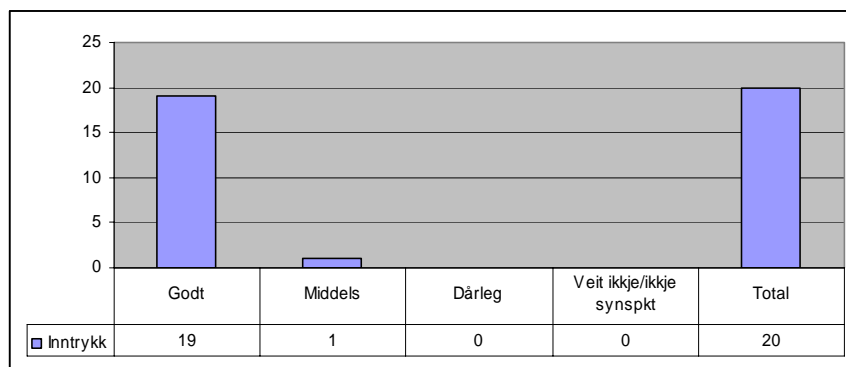
Figur 27: Finn ferjetider

Problemet låg som regel på brukarvennlegheten til den eksterne tenesta Ruteinfo og problemet i Sognefjord.no er at det tar litt tid og leiting før du finn rett lenke under transport.

4.2 Oppfølgingsintervju etter brukartest

Etter oppgaveløysinga er det nødvendig med ein gjennomgang og individuell evaluering. I praksis er dette eit kort intervju med testbrukaren, der testleiar stiller nokre generelle spørsmål om inntrykk og nokre meir spesifikke tema. Dette er for å fange opp respons og tilbakemeldingar på tema ein ikkje fekk dekkja opp i oppgåvene.

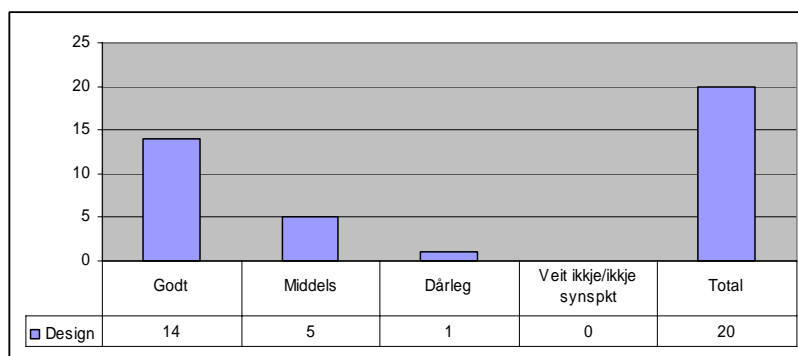
Spørsmål 1: Kva er ditt hovudinstrykk av portalen?



Figur 28: Ditt hovudinstrykk av portalen

Dette er svært positivt, brukarane har eit godt inntrykk av portalen.

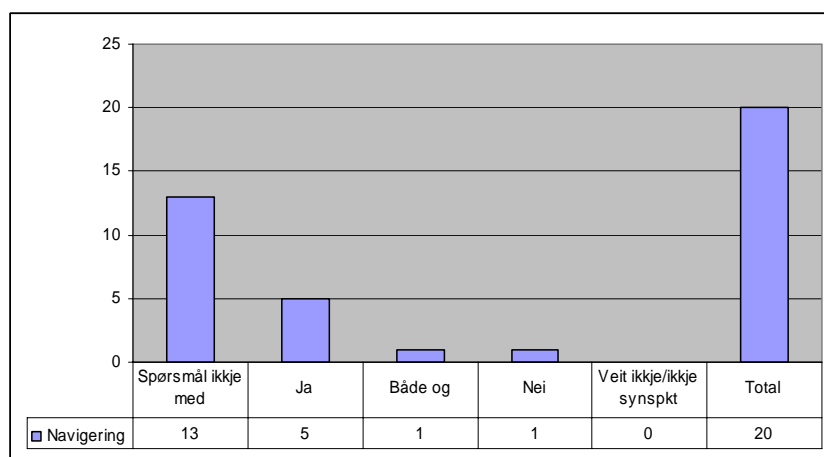
Spørsmål 2: Kva tykkjer du om designen?



Figur 29: Designen

Det store fleirtalet likar dette, med enkel og oversiktleg design. Det vert kommentert av testleiarar at nokre tykkjer designen kan vere litt kjedeleg og kald med den kvite bakgrunnen

Spørsmål 3: Er det enkelt å finne fram?

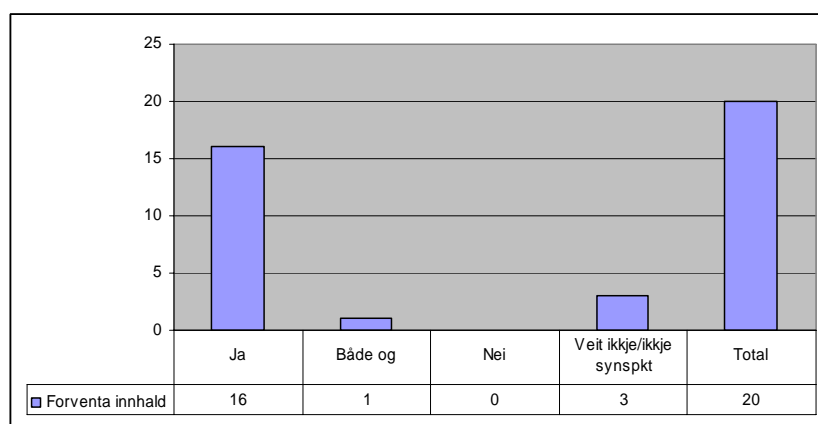


Figur 30: Navigering

(Spørsmål og oppgaver vart endra frå første til andre runde. At spørsmålet ikkje er med betyr at dette blei lagt til eller fjerna mellom dei to rundene med brukarundersøking.)

5 av 7 meiner det er enkelt å finne fram på portalen

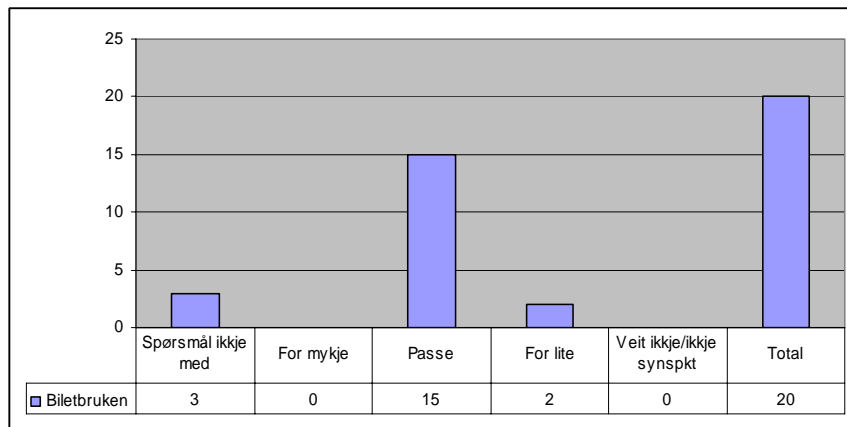
Spørsmål 4: Er innhaldet slik du hadde forventa?



Figur 31: Forventning til innhald

Her og tyder det på at tenesta treft med innhaldet sjølv om fleire seier dei hadde trengt meir tid på å bruke portalen før dei ville ha teke eit standpunkt.

Spørsmål 5: Korleis er biletbruken (og storleik på bileta)?

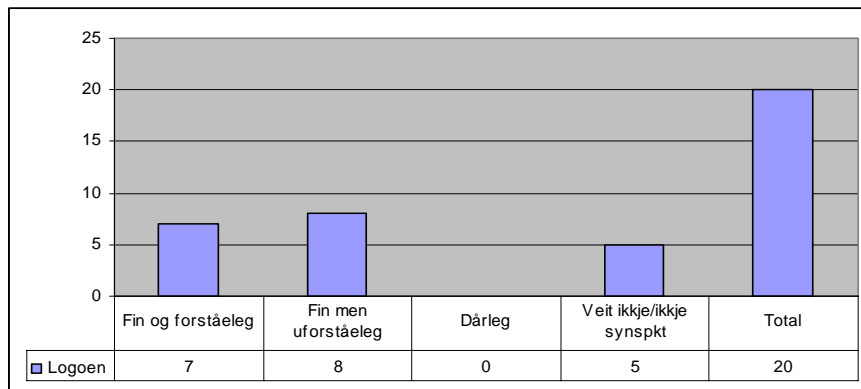


Figur 32: Biletbruken

(Spørsmål og oppgåver vart endra frå første til andre runde. At spørsmålet ikkje er med betyr at dette blei lagt til eller fjerna mellom dei to rundene med brukarundersøking.)

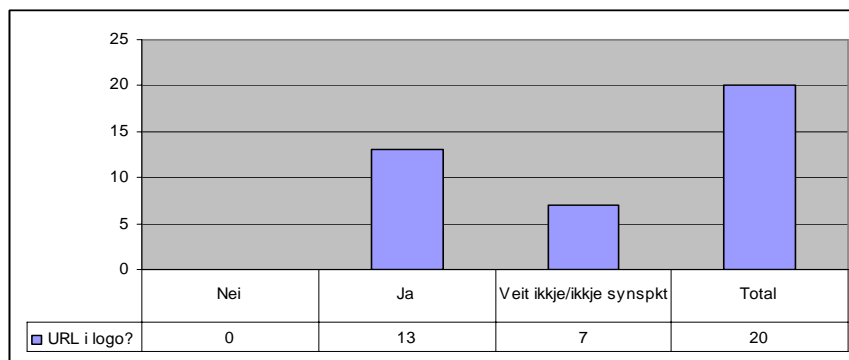
Mange kommenterer at bilete er viktig og at tenesta gjerne og kunne hatt klikkbare bilete.

Spørsmål 6: Kva meiner du om logoen?



Figur 33: Logoen

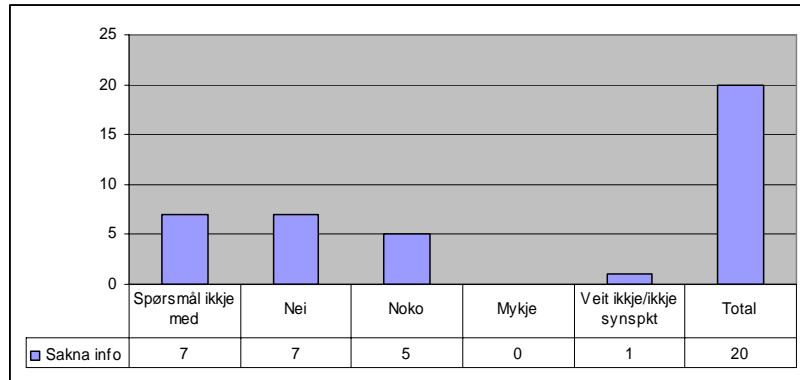
Spørsmål 7: Bør den vere med URL/Ikkje URL (.no)?



Figur 34: Logoen med url

Fleirtalet tykkjer logoen er fin, sjølv om mange ikkje forstår kva den skal forestille. Dei er heilt klare på at url er bra/rett å ha med.

Spørsmål 8: Er det noko informasjon du saknar her?

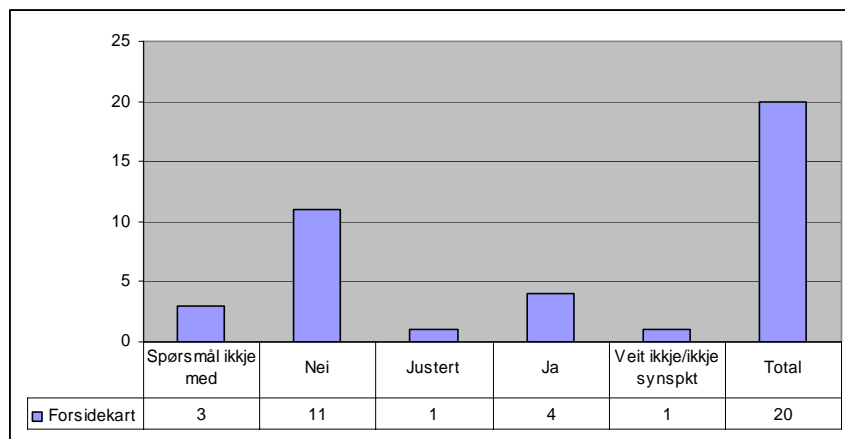


Figur 35: Sakna informasjon

(Spørsmål og oppgåver vart endra frå første til andre runde. At spørsmålet ikkje er med betyr at dette blei lagt til eller fjerna mellom dei to rundene med brukarundersøking.)

Det varierer mykje kva som er sakna av informasjon. Sjå td OSS-lista frå Balestrand Turistinformasjon (vedlegg 4)

Spørsmål 9: Saknar du detaljert/lokalt kart på startside?

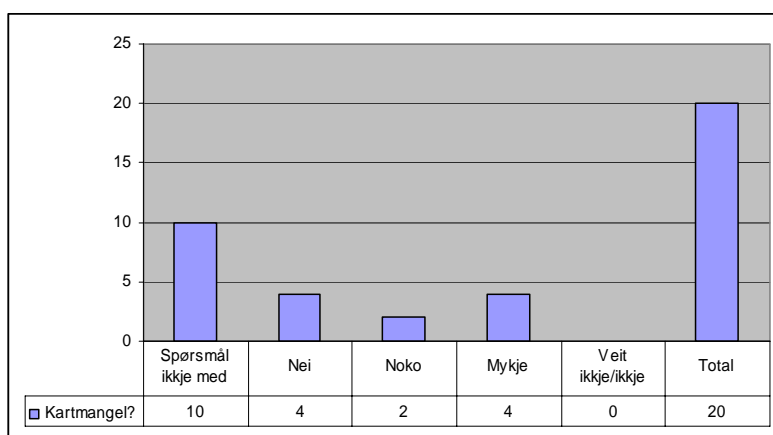


Figur 36: Forsidekart

(Spørsmål og oppgåver vart endra frå første til andre runde. At spørsmålet ikkje er med betyr at dette blei lagt til eller fjerna mellom dei to rundene med brukarundersøking.)

Fleirtalet var mot lokalt kart på forsida og meinte at eit fint stort bilete øverst var best.

Spørsmål 10: Saknar du spesiell informasjon eller funksjonalitet i kartløysinga?

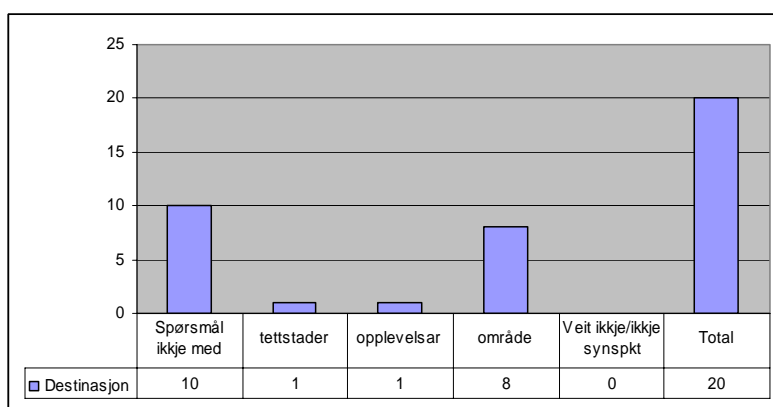


Figur 37: Manglande funksjonalitet i kart

(Spørsmål og oppgaver vart endra frå første til andre runde. At spørsmålet ikkje er med betyr at dette blei lagt til eller fjerna mellom dei to rundene med brukarundersøking.)

Her seier fleirtalet av dei som svarar at dei saknar noko eller mykje knytt til kartløysinga. Dette viser seg også i tilbakemeldingane frå testleiarar (vedlegg 1).

Spørsmål 11: Kva forstår du med menyvalet 'Destinations'?

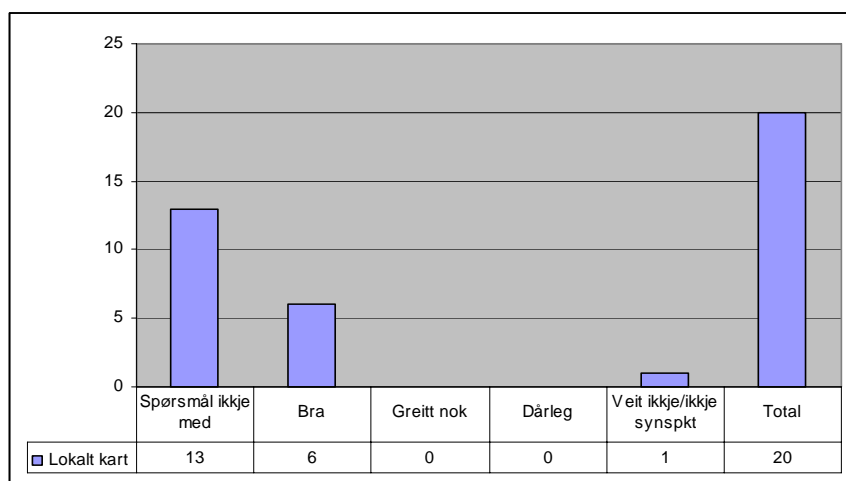


Figur 38: Menyvalet "destinations"

(Spørsmål og oppgaver vart endra frå første til andre runde. At spørsmålet ikkje er med betyr at dette blei lagt til eller fjerna mellom dei to rundene med brukarundersøking.)

Dette må ein tolke med varsemd, sidan ein her stilte eit ope spørsmål og fekk svar i fritekst, som så er forsøkt kategorisert.

Spørsmål 12: Korleis tykkjer du det lokale kartet øverst på dei andre sidene fungerer?



Figur 39: Lokalt kart

(Spørsmål og oppgåver vart endra frå første til andre runde. At spørsmålet ikkje er med betyr at dette blei lagt til eller fjerna mellom dei to rundene med brukarundersøking.)

Dei som fekk spørsmålet tykte at lokalt kart var bra.

4.3 Hovudpunkt i tilbakemeldingane frå testleiarane

I etterkant bad vi testleiarane tenke gjennom korleis dette hadde fungert og komme med ei kort tilbakemelding på kva dei viktigaste funna og inntrykka var. Desse er lagt ved rapporten i vedlegg 1. Her i dette delkapittelet vil vi prøve å trekkje fram nokre hovudpunkt frå tilbakemeldingane.

Gjennomføring

Første tilbakemelding gjekk på at slike undersøkingar må gjerast så enkle og raske å gjennomgå som mogeleg:

” Min anbefaling er at dere i neste runde prøver og lage et kortere spørreskjema. Det tar for lang tid, og gjesten blir svært utålmodig! Er også vanskelig å få med på del 2. Også vanskelig når man er på jobb, og blir avbrutt, gjesten blir veldig fort utålmodig! De sier de skal komme tilbake, men det gjør de da ikke.”

Hovudinntrykk

Den gledelegaste tilbakemeldinga er at testbrukarane var udeelt positive til portalen:

”Rent generelt fungerer siden veldig greit. Den er enkel å bruke, og designmessig veldig ryddig. På grunn av at den ikke er full av reklame eller annet "søl og klatt", er det lettere å finne / bruke funksjonene.”

” Generelt sett er gjestene godt fornøyd med sidene, de synes de er informative og gir mye nyttig informasjon. Men da god info før reisa begynner, etter ankomst ynskjer dei meir detaljert informasjon. Men dette er vel og hensikten med sida.”

” Etter å ha gjennomført 5 brukartestar og 8 spørjeundersøkingar kan vi trekkje ein heller positiv slutning av sognefjord.no sine internettsider.”

Dei einaste negative kommentaren gjekk på at den ryddige designen kanskje kunne bli oppfatta som litt kjedeleg og at det kanskje var litt lite innhold om kultur:

” Elles vart det i intervjuet på siste side retta kritikk mot for ”kjedeleg” lay-out/design på sidene. Den kvite bakgrunnen kan i lengda bli litt kjedeleg og trøytande. Kunne for eksempel vore dempa transparente bilder frå severdigheiter i bakgrunnen, eller bilder som kan minne om innhaldet på den enkelte sida.”

” Tilleggsinformasjon :Om norsk kultur, og hvilke språk den generelle nordmann behersker?”

Brukarvenlegheiten virkar å vere tilfredstillande:

”Gjennom brukertestene fant jeg at personer med erfaring (helst de mellom 18 og 45) med internett lett fant frem, og ikke støtte på problemer av nevneverdig art, annet enn at de måtte lete litt på skjermen etter det de skulle finne, men det må man jo uansett.”

” Sida er faktisk også oversiktlig og god, for den som ikke er vant til å bruke internett. ”

Likevel var det nokre utfordringar som det blei peikt på. Særleg for eldre som ikkje har like mykje erfaring med Internett som yngre.

”Men eldre personer / godt voksne som tydeligvis hadde litt mindre erfaring ble forvirra av et par ting:”

Dette gjaldt menyinndeling, transport lenkebruk og mest kart:

Meny

” At det var en meny vertikalt og en horisontalt. En annen løsning på dette nødvendig?”

” Ikke alle vet hva en destinasjon er!”

Transport

”Burde kanskje våre lettare å finne fram til ferjerutene i området, spesielt utanlandske turistar har problem med dette (eit anna namn på linken kunne gjort dette enklare)”

” Litt komplisert vert det viss hotella og andre institusjonar det vert linka til har mangelfulle heimesider, for eksempel utan prisopplysningar. Det same gjeld for rutenett sine opplysningar over rutenettet, der det ikkje vil vere muleg for turisten å finne fram utan stadnavn på kartet.”

Lenkebruk

Når det gjeld lenkebruken er det litt frustrasjon. Dei skjønar ikkje kvifor det skal vere ei samleside med kontaktinfo for hotella på portalen.

” Det synes kronglete at en ved å klikke på link til overnattingsbedrift via kartløsningen havner på listen over overnattingsbedrifter, istedet for å komme direkte til den bedriften en egentlig klikker på.”

” Ved å klikke på dei enkelte hotella ved kartløsning kjem ein til ei ny liste med overnattingsstadar. Det kunne ha vore enklare å finne fram ved at ein hadde komme direkte inn på heimesida til dei enkelte hotella.”

” På linking til hotell kom ein ikkje direkte inn til heimesida til det valgte hotellet, men måtte via ei ny oversiktsliste over overnattingsplassar. Dette er litt unødvendig.”

Men ein klassikar som vi må unngå, er døde lenkjer:

”Linken til Turtagrø sine heimesider fungerer ikke. ”

Kartløsninga

Kartløsninga byr uansett på dei klart største utfordringane

”Ellers kom kartløsninga litt dårlegare ut enn resten av emnene på portalen. Her vart det retta kritikk mot at språket skifta etter at det vart klikka opp mot linkar på kartet. Anna kritikkkverdig var at ein måtte via ein ny meny istaden for direkte linking frå kartet (til for eksempel hotell osv.).”

Typisk var to av fire tilbakemeldingar knytt til dette:

” At en måtte velge funksjonen på nytt hver gang en oppdaterte kartløsningene (f.eks om en velger "hotels/inns" , deretter "oppdater" og så "zoom inn" etterpå så faller "hotels/inns" ut. Detalj, men det kan virke irriterende?

Hvis jeg husker riktig så var version II av kartet lagt til fordi den var litt kjappere. Men alle jeg spurte satte mer pris på version I. Kanskje det er verdt det å legge til som informasjon i linken, at I er kjappere, men "enklere" enn II?”

”Ved navigasjon med kart prøver mange å klikke på sjølve stadnamna før dei i det heile teke oppdagar alternativa ved sida av”

”Liten forskjell på dei ulike karta, ønsker et skikkelig godt kart av området. Som også viser rundtur muligheter!”

4.4 Erfaringane frå brukarundersøking med testleiarane

Som ein del av opplæringa blei det gjennomført brukartestar med testleiarane. Dette er ei relevant brukargruppe til å teste denne portalen. Dei skal kunne bruke portalen i sitt arbeid med å gje god informasjon til gjester. Desse brukarundersøkingane vil utdjupe ein del ting i høve til den første brukargruppa

Brukartesten

Generelt var det merkbart at dei med litt internetterfaring hadde små eller mindre alvorlege problem med å finne fram til informasjon i tenesta, med unntak av i kartløysinga og på spørsmål knytt til transport. Det er på desse to siste punkta at alvorlege og svært alvorlege problem oppsto.

Allereie etter dei aller første brukartestane her blei det gjeve nokre få tilbakemeldingar på enkle feil som blei handtert og utbetra.

Dette gjaldt:

- Opningstider var ikkje å finne på Årdal Turistinformasjon (kontaktinfo), verken i portalen eller på deira eigne nettsider (kritisk sidan vi spør etter dette i brukartesten). Dette var lett å utbetre.
- Fleire skjøna ikkje att turistinformasjon var å finne under ”destinasjon”. Difor fekk ein ei endring i horisontal meny. Denne horisontale menyen var det heller ikkje alle som la merke til pga litt lite kontrastbruk (litt lite synleg). Dette vart utbetra ved å endre destinasjon til turistinformasjon i horisontal meny.
- Til ein viss grad og tilbakemeldingar på mangelfull oversikk under menyunktet overnatting. (Dette vart først teke skikkeleg tak i og heilt omarbeidd rett før 2.runde).

I navigeringa gav fleire uttrykk for at søkefunksjonen ikkje var til nok hjelp

- Bruk av søkemotoren til å finne ”Vesterland” gav ikkje gode nok/presise nok resultat. Brukaren får i beste fall opp lenke til ei ny liste over overnattingsalternativ (når du helst vil gå rett på kontaktinfo/meir info). Denne lenka har ikkje god nok tekst til at brukaren er sikker på kva som skal velje heller.

Alvorlege problem knytt til Transport:

- Oppgåve om transport vart vanskeleg å løyse for mange sidan portalen no har fokus på transport TIL Sognefjorden og ikkje det mange spør etter når dei er her. Når går ferja til...etc. Det er eit alvorleg problem at denne informasjonen berre er tilgjengeleg via ei ekstern lenke med lite omtale. Når brukaren først fant den eksterne lenka gjekk det som regel greit.

Hovudkartløysing:

Brukaren finn lett menyunktet kart, og klikkar på dette. Det er langt sjeldnare at dei ser kartbiletet til høgre som noko dei vel å klikke på.

Svært alvorlege problem:

- Brukaren ser ikkje horisontal meny plassert over kartet i det heile. Sjølv ikkje etter å ha klikka på kartet utan å få til noko. Dette problemet vart tidleg identifisert og rapportert. På oppfordring blei menyen raskt plassert under biletet. Då tok folk til å sjå at der var ein meny dei kunne bruke.

- Men dei skjøna ikkje dei mange menypunkta i horisontal meny, og prøvde nesten alltid først berre å klikke på kartet utan å oppnå noko. Dette skapte stor frustrasjon. Dette blei rapportert og etter diskusjon og endringar vart zoom i kartet standard. Ei større gjennomgang med påfølgande endring før 2. runde medførte færre menypunkt, ryddigare design og to kartalternativ til vidare utprøving.
- Ikona i kartet (td H for hotell) er ikkje klikkbare slik folk forventar dei skal vere. Mange ser ikkje lenkene vidare til venstre på skjermen, ei god stund etter att dei har ”oppdatert kart” og zooma inn på eit område

Alvorlege problem:

- Ein del forstår ikkje at dei må klikke ”oppdater kart” etter å ha haka av for attraksjon /og eller overnatting. Rapportering medførte endring med kraftigare kontrast på ”oppdater kart” boksen.
- Når fleire hadde klikka ei stund på kartet, blitt lei/løyst oppgåva og ville tilbake til startside fekk dei problem når dei ikkje skjøna at logo var klikkbar. Dei nytta tilbakeknappen i Internett Explorer, men denne må du klikke like mange gonger som du før har klikka på kartet. Etter rapportering blei direktelenke til startside tatt med gjennom menypunktet ”hovudmeny”
- I ein tidleg fase dukka og kartet opp i eige vindu når du klikka på kart i hovudmeny. Dette kunne gjere det vanskeleg for brukar å skjøne at han enno var inne på same tenesta. For å kome attende måtte han då stenge nettlesaren. Dette vart endra etter tilbakemelding.

Minikart:

Mindre alvorleg/alvorleg

- Fleire blir forvirra av at det ser ut som om kartet blir oppdatert når dei klikkar på det, sjølv om ingenting skjer (td når dei ser på aktivitetar og prøver å klikke på eit namn i kartet)
- Fleire som prøver å klikke på kartet under attraksjonar klikkar på namna og ikkje på dei raude prikkane i kartet. Då skjer det ingenting sjølv om det ser ut som om kartet blir oppdatert.

Oppfølgingsspørsmål:

- Brukarane har eit godt inntrykk av portalen, meiner det er enkelt å finne fram og at designet er tiltalende. Det einaste var enkelte tilbakemeldingar på at sjølv om designet fungerer, var det kanskje litt kjedeleg og at den kvit bakgrunn gjer den litt kaldare enn nødvendig.
- Dei tykkjer innhaldet er bra og ofte at biletbuiken er passe, men kan bli enno betre (Mange ser det som viktig med flotte bilete).
- Logoen er ”grei”, og det er litt ulike meiningar om det lokale kartet øverst. (Ofte bra at det er kart som viser kva som blir omtala, men ikkje alle er begeistra for fargane og forstår funksjonaliteten)

5. Resultat III: Systematisering av spørsmål frå turistar

Vi ønskjer å utvikle ei god internetteneste (Sognefjord.no) med relevant informasjon som gjester etterspør. Målsettinga med å innhente og systematisere spørsmål som kjem frå turistar har då vore å :

- finna ut kva turistane spør om, som kan brukast inn att i portalen (Ofte stilte spørsmål)
- stemmer kategoriane (menyen) i portalen med spørsmåla?
- Skaffe bakgrunnsinfo.: Varierer spørsmåla med nasjonalitet (skal innholdet på portalen vere avhengig av vald språk?)

Først måtte vi avklare kva turistinformasjonane hadde av systematisert informasjon om dette.

Det viste seg at turistinformasjonane ikkje har hatt ein strukturert metode for å skaffe seg oversikt over kva turistar spør etter. Fleire har eit manuelt registreringssystem der dei noterer kva land spørsmålsstillarane kjem frå, men ikkje kva dei spør etter.

Det har difor vore særleg positivt at vi fekk levert ei detaljert oversikt over ofte stilte spørsmål på ein turistinformasjon (Balestrand), og systematisering av type spørsmål, frekvens og nasjonalitet på ein anna informasjon (Gaupne). Ikkje minst viktig for nytten av dette er det at begge disse listene var satt opp med tanke på menyinndelinga i Sognefjord.no

Gaupne turistinformasjon

I vedlegg 4 ligg den detaljerte oversikta over kor ofte ulike tema er spurt etter systematisert etter inndelinga av menyen i portalen Sognefjord.no og nasjonalitet. Konklusjonen er ganske klar:

”Kort oppsummert kan ein seie at spørsmåla om bre, fjell og fjord er dei mest spurte.

Det gjeld som oftast:

- Guida turar på breen, Nigardsbreen (spesielt etterspurt frå tyskarar og nederlandarar)
- Fjellturar som ein kan gjere på eiga hand, spesielt dagsturar (som t.d .Molden)
- Prisar på bomvegar, spesielt Fjærlandsvegen (mange spør også om Lærdalstunnelen er bomveg)
- Ferjer og ferjeruter\ prisar, spesielt Kaupanger-Gudvangen
- Stavkyrkja på Urnes og ferjetidene over dit, samt prisar både i kyrkja og på ferja
- Offroad-sykkelruter
- Fisking, kvar, samt reglar for fiskekort

Forutan desse går dei tradisjonelle spørsmåla igjen som t.d overnatting, bank og ikkje minst spørsmål om været! (Så kanskje det hadde vore ein ide å lagt inn ein link relatert til været)”

Balestrand turistinformasjon

Balestrand turistinformasjon utarbeidde ei liste over ofte stilte spørsmål systematisert etter portalinndeling

Spørsmål merka * = ofte/veldig ofte (andre spørsmål vi har fått nokon ganger. Desse er viktige viss dei og ved andre turistinformasjonar- ved fjorden)

Fjord:

- Fryser fjorden til på vinteren?
- Kva fisk kan vi få ?*

- Kvifor er det niser i fjorden (svar: kjem pga forbindelsen til havet- følger etter mindre fisk som dei et)
- Er nisene farlege?(viss ein er i ein liten båt)
- Er det utkikkspunkt der vi kan komme opp (med off transport/bil-utan å gå) for å sjå ned på fjorden?*

Bre:

- Kvifor kan vi ikkje gå på den åleine- kvifor guide?*
- Kva er ein bre?

Fjell:

- Turforslag (men ikkje for mange- då blir dei forvirra...)*
- Farlige dyr i fjellet?

Foss:

- Punkt å sjå fossar- gode fotopunkt (både til fots og med bil)
- Vannkraft- Korleis fungere det?

Nasjonalpark:

- Ingen spørsmål om dette i Balestrand.
- Litt spørsmål om vern av natur vs bruk av natur.
- Allemannsretten!*

Stavkyrkje:

- Kor er dei?
- Korleis kjem vi dit- med bil /uten bil?
- Åpningstider/sesong ?
- Litt bakgrunnshistorie

Besøkscenter/Museum

- Åpningstider/sesong?
- Kva kan vi sjå/oppleve der?

Aktiviteter:

Fjordtur:

- Er FSF turer med eller uten guide?

Brevandring

- SESONG!*
- Vanskegrad?

Sykling

- Sykkelstiar
- Tunneller/ transport i dei?*

Kajakk

- Kor/når/korleis komme dit (med bil-uten bil)
- Pris
- Vanskegrad

Fiske

- Lover og reglar?* Fisketypar:
 - Fjordfiske
 - "vanleg" fjellvatn/elver
 - lakseelver
- Fiskeplasser ved fjorden

Transport

- Rutetider/priser

Klima

- Kald vinter?
- Mye snø?
- Kleval ved besøk til bre?
- "Kva er vanlig vêr i mai, juni, juli etc etc" (Gjeld i sesongen)

Diverse

- Fjellvettregler- er det trygt å gå alene?

6. Oppsummering og konklusjon

Totalt har det vore gjennomført 67 spørjeskjemaintervju og 21 brukartestar saman med hotella og turistinformasjonane . I tillegg er det gjennomført 9 brukartestar i samband med opplæring av hotella, dvs totalt 30 brukartestar

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. 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 :

- Stor grad av bruk av Internett. Her ser vi indikasjonar på at 90 % av målgruppa brukar Internett.
- Dei fleste vurderer seg sjølve som relativt erfarne nettbrukarar.
- Eit knapt fleirtal seier dei ikkje har tilgang til breiband. Dette må ein ta omsyn til ved konstruksjon av informasjonsportalar på nett.
- Mange har brukt informasjon før dei kom hit.
 - o Meir enn 70 % av dei vi spurte her hadde brukt nettet før reisa.
 - o Som kjelde til informasjon om Sogn/Sognefjorden kjem Internett på andre plass, etter venner og kjente, og like stort som reisehandbøker og klart større enn både brosjyrar og turoperatørarar
 - o søkemotorar er viktigast utgangspunkt og andre portalar kjem deretter. Annonsar og annan info er ikkje so mykje brukt
- Dette påverka val av reisemål sjølv om fleire forhold kan påverke dei vala som til slutt blir gjorde. Informasjonen på nettet var heilt eller delvis avgjerande for val av reisemål for meir enn 1/2 av dei spurde
- Testbrukarane har ønskje om å kunna orientera seg via Internett når ein er kommen til reisemålet også

Tilbakemeldingane frå brukarane var positive. Dei likte design, den lette navigasjonen, det rimeleg fyldige innhaldet og fråver av reklame. Brukartestane har til no avdekka nokre små manglar, som er handtert etter kvart, og nokre kommentarar som må handterast meir spesifikt.

Fire hovudtema i brukartesten har vore kart, lenkjebruk, meny og transport. Døme på kommentarar:

- Kartløyvinga: "At en måtte velge funksjonen på nytt hver gang en oppdaterte kartløsningene (f.eks om en velger "hotels/inns" , deretter "oppdater" og så "zoom inn" etterpå så faller "hotels/inns" ut. Detalj, men det kan virke irriterende"
- Lenkjebruken: enkelte lenkjer fungerer ikkje, men og noko "Anna kritikkverdig var at ein måtte via ein ny meny istaden for direkte linking frå kartet (til for eksempel hotell osv.)"
- Meny: "Ikke alle vet hva en destinasjon er!" og større endringar som "At det var en meny vertikalt og en horisontalt. En annen løsning på dette nødvendig?"
- Transport: "Burde kanskje våre lettare å finne fram til ferjerutene i området, spesielt utanlandske turistar har problem med dette (eit anna namn på linken kunne gjort dette enklare)"

Eit resultat av undersøkinga er og at vi fekk levert ei detaljert systematisert oversikt over ofte stilte spørsmål frå ein turistinformasjon (Balestrand), og systematisering av type spørsmål, frekvens og nasjonalitet på ein anna informasjon (Gaupne). Ikkje minst viktig for nytten av dette er det at begge disse listene var satt opp med tanke på menyinndelinga i Sognefjord.no

VEDLEGG

1. Vedlegg 1 Direkte tilbakemeldingar og oppsummering frå testleiarane
2. Vedlegg 2 Systematisering av spørsmål til turistinformasjon
3. Vedlegg 3 Gaupne turistinformasjon
4. Vedlegg 4 Balestrand Turistinformasjon OSS brukt i intern opplæring
5. Vedlegg 5 Brukartesting og intervjuguide, versjon brukt i andre runde

VEDLEGG 1

Vedlegg 1 Direkte tilbakemeldingar og oppsummering frå testleiarane

Her kjem ei oversikt over konklusjonane og innspel frå seks av testleiarane. Teksten er ikkje språkleg korrigert eller justert, men overskrifter og kursiv er lagt til.

Sogndal Turistinformasjon

Brukartesten

Som avtalt skulle jeg kommentere litt om de erfaringer jeg gjorde rundt brukertestinga (presiserer at det følgende kommer fra brukertesting, og gjenspeiler ikke mine oppfatninger):

Rent generelt fungerer siden veldig greit. Den er enkel å bruke, og designmessig veldig ryddig. På grunn av at den ikke er full av reklame eller annet "søl og klatt", er det lettere å finne / bruke funksjonene.

Gjennom brukertestene fant jeg at personer med erfaring (helst de mellom 18 og 45) med internett lett fant frem, og ikke støtte på problemer av nevneverdig art, annet enn at de måtte lete litt på skjermen etter det de skulle finne, men det må man jo uansett.

Men eldre personer / godt voksne som tydeligvis hadde litt mindre erfaring ble forvirra av et par ting:

- 1) At det var en meny vertikalt og en horisontalt. En annen løsning på dette nødvendig?
- 2) At en måtte velge funksjonen på nytt hver gang en oppdaterte kartløsningene (f.eks om en velger "hotels/inns" , deretter "oppdater" og så "zoom inn" etterpå så faller "hotels/inns" ut. Detalj, men det kan virke irriterende?
- 3) Hvis jeg husker riktig så var version II av kartet lagt til fordi den var litt kjappere. Men alle jeg spurte satte mer pris på version I. Kanskje det er verdt det å legge til som informasjon i linken, at I er kjappere, men "enklere" enn II?
- 4) Det synes kronglete at en ved å klikke på link til overnattingsbedrift via kartløsningen havner på listen over overnattingsbedrifter, istedet for å komme direkte til den bedriften en egentlig klikker på.

Vel, det var igrunnen det. Min personlige oppfatning (som jeg ikke blander inn med det over) er uansett at hjemmesiden er enkel og omtrent så brukervennlig som det er mulig å lage en slik portal som er nødt til å inneholde en såpass stor mengde informasjon.

Gaupne Turistinformasjon

Brukartesten

Ei rask oppsummering av nokre av problema:

- Ved navigasjon med kart prøver mange å klikke på sjølve stadnamna før dei i det heile teke oppdagar alternativa ved sida av
- Burde kanskje våre lettare å finne fram til ferjerutene i området, spesielt utanlandske turistar har problem med dette (eit anna namn på linken kunne gjort dette enklare)
- Ved å klikke på dei enkelte hotella ved kartløyning kjem ein til ei ny liste med overnattingsstadar. Det kunne ha vore enklare å finne fram ved at ein hadde komme direkte inn på heimesida til dei enkelte hotella.

Kategorisering

Når det gjeld ofte stilte spørsmål til turistinformasjonen sender me med eit skjema som inneheld dette. (Sjå vedlegg 3). Men kort oppsummert kan ein seie at spørsmåla om bre, fjell og fjord er dei mest spurte. Det gjeld som oftast:

- Guida turar på breen, Nigardsbreen (spesielt etterspurt frå tyskarar og nederlandarar)
- Fjellturar som ein kan gjere på eiga hand, spesielt dagsturar (som t.d .Molden)
- Prisar på bomvegar, spesielt Fjærlandsvegen (mange spør også om Lærdalstunnelen er bomveg!)
- Ferjer og ferjeruter\ prisar, spesielt Kaupanger-Gudvangen
- Stavkyrkja på Urnes og ferjetidene over dit, samt prisar både i kyrkja og på ferja
- Offroad-sykkelruter
- Fisking, kvar, samt reglar for fiskekort

Forutan om desse går dei tradisjonelle spørsmåla igjen som t.d overnatting, bank og ikkje minst spørsmål om været! (Så kanskje det hadde vore ein ide å lagt inn ein link relatert til været)

Balestrand Turistinformasjon

Testlaiar har utarbeidd ei liste over ofte stilte spørsmål knytt til tema i portalen. (Sjå vedlegg 4)

Årdal Turistinformasjon

Erfaringar generelt

Sender her litt av dei erfaringne me har gjort oss i Årdal.

Generelt hadde me venta at både bruk og spørsmål om tilgang til internett hadde vore større.

Me har ”reklame for tjena” med rullande tekst på skjermen. Dette er nok ikkje godt nok, og ein større plakat med info bør komme på veggen bak.

Ynskjer ikkje å profilere internettilgang ifm utvendig skilting då dette nok vil føre til andre bruksområder en det som er tiltenkt

I den grad me har fått fulgt med, ser ein at brukarane ofte sjekkar mail og lokale nyhende.

Det absolutte fleirtalet henvender seg enno i skranken (dvs sjølvbetjent henting av div brosjyrer er det mest av).

Det er i særdelesheit ”yngre” turistar som nyttar tjenera.

Brukartesten er det få som ”har tid” til å ta men nokre som ventar på overgangar og anna, har me fått med.

Ein ser og at turistane ikkje forventar å finne denne tjenera på t-infoen. Dette vil nok betre seg etterkvart.

Me har etterkvart vorte meir beviste på å føreslå bruken av stasjonen, MEN me bør også ha den tilkople ein printer, noko som ikkje har vore tilfelle for inneverande sesong.

Vesterland Kurs og Feriesenter

Min anbefaling er at dere i neste runde prøver og lage et kortere spørreskjema. Det tar for lang tid, og gjesten blir svært utålmodig!

Er også vanskelig å få med på del 2. Også vanskelig når man er på jobb, og blir avbrutt, gjesten blir veldig fort utålmodig! De sier de skal komme tilbake, men det gjør de da ikke.

Generelt sett er gjestene godt fornøyd med sidene, de synes de er informative og gir mye nyttig informasjon. Men da god info før reisa begynner, etter ankomst ynskjer dei meir detaljert informasjon. Men dette er vel og hensikten med sida.

Sida er faktisk også oversiktlig og god, for den som ikke er vant til å bruke internett.

Problemer:

- Linken til Turtagrø sine heimesider fungerer ikke.
- Liten forskjell på dei ulike karta, ønsker et skikkelig godt kart av området. Som også viser rundtur muligheter!
- Ikke alle vet hva en destinasjon er!

Tilleggsinformasjon:

- Om norsk kultur, og hvilke språk den generelle nordmann behersker? (Jeg vet dette finnes på Norges Turistråd sine sider, me ikke alle har vært innom disse, kanskje bare en underside som har med info om norsk kultur og etc?)

Kviknes Hotell

Etter å ha gjennomført 5 brukartestar og 8 spørjeundersøkingar kan vi trekkje ein heller positiv slutning av sognefjord.no sine nettsider.

Det har vore sentralt for oss å finne negative ting og merke oss desse dersom brukaren har nemnt dette. Dette har vi gjort for at det skal bli greiare å finne ting som eventuelt kan rettast på. Kritikkk vil her ikkje bli meint som ”slakt”, men eit forsøk på konstruktiv kritikkk på feil eller manglar som er mindre enn det kan gje inntrykk av.

Det første vi fann noko kritikkverdig var frå første brukarundersøkinga som vart utført. Det vart her skrive inn internettadressa sognefjorden.no. Dette førte til at denne brukartesten vart utført frå feil internettadresse. Det kan vere noko villeiande når URL er så lik ei anna internettadresse. (*Kommentar frå rapportskrivar: Denne brukartesten er ikkje med i datagrunnlaget*)

Ellers kom kartløysinga litt dårlegare ut enn resten av emnene på portalen. Her vart det retta kritikk mot at språket skifta etter at det vart klikka opp mot linkar på kartet. Anna kritikkverdig var at ein måtte via ein ny meny istaden for direkte linking frå kartet (til for eksempel hotell osv.).

På spørsmål nummer 7 fann vi ikkje sida det vart referert til i oppgaveteksten. (Dette vil vere ein kritikk mot oppgaveteksten, og ikkje internettsida.)

På linking til hotell kom ein ikkje direkte inn til heimesida til det valgte hotellet, men måtte via ei ny oversiktsliste over overnattingsplassar. Dette er litt unødvendig.

Litt komplisert vert det viss ikkje hotella og andre institusjonar det vert linka til har mangelfulle heimesider, for eksempel utan prisopplysningar. Det same gjeld for rutenett sine opplysningar over rutenettet, der det ikkje vil vere muleg for turisten å finne fram utan stadnavn på kartet.

Elles vart det i intervjuet på siste side retta kritikk mot for ”kjedeleg” lay-out/design på sidene. Den kvite bakgrunnen kan i lengda bli litt kjedeleg og trøyttande. Kunne for eksempel vore dempa transparente bilder frå severdigheiter i bakgrunnen, eller bilder som kan minne om innhaldet på den enkelte sida.

VEDLEGG 2

Vedlegg 2 Systematisering av spørsmål til turistinformasjonane

Mål. Vi ønskjer å lage ei god internetteneste:

- finna ut kva turistane spør om, kan brukast inn att i portalen (Ofte stilte spørsmål)
- stemmer kategoriane (menyen) våre med spørsmåla?
- bakgrunnsinfo.: Nasjonalitet (avhengig av språk)

Først: Har de eit registreringsopplegg i dag?

1. Kan de tenkje dykk å notere ned spørsmåla de får? Gjerne stikkordsvis på ark.
2. Viss ikkje, kan vi få vite kva slags spørsmål de får berre med fokus på overnatting og transport?
3. Dersom ikkje det heller er mogeleg å få til, kan de då rekke å krysse av på eit skjema veldig grovt kva type spørsmål de får ved å bruke eit avkryssingssystem basert på hovudmenyen i sognefjord.no (eller ta utgangspunkt i den).

Attraksjonar

- a. Fjord
- b. Bre
- c. Fjell
- d. Foss
- e. Nasjonalpark
- f. Stavkyrkje
- g. Besøkscenter/Museum
- h. Aktivitetar knytt til
 - i. Fjordturar
 - ii. Brevandring
 - iii. Sykling
 - iv. Kajakk
 - v. Fisking
- i. Transport i området
- j. Klima
- k. Andre attraksjonar
- l. Andre aktivitetar

VEDLEGG 3

Vedlegg 3 Gaupne turistinformasjon si systematisering av spørsmål

etter type, frekvens og nasjonalitet satt opp med tanke på menyinndeling i Sognefjord.no

Gaupne 1

Oversikt over stilte spørsmål:	NOR	TYSK	DK	NL	USA	UK	S	A
Fjord	II	IXXII		III				
Bre	IXXII	IXXIXIII		IXXIXIXIX		II		
Fjell	III	IXXIII		III				
Foss								
Nasjonalpark								II
Stavkyrkje	III	II		III				III
Besøkssenter/Museum	II	III		I	II			
Aktivitetar knytta til:								
Fjordturar								
Brevandring	IXXII	IXXIXIX		IXXIXIXIX	I			
Sykling	III				I			
Kajakk			III					
Fisking	III	III						
Transport i området	IXXIXI	IXXIX	II			I		
Klima					II			
Andre attraksjonar	II							
Andre aktivitetar	II							
Cremattin	IXXIX	II	I	IXX				II
Spm. omg. nærveg	II	II	III	III				
Kommentarar, utdjujing:								
<p>Bank a IXX IXX IXX IXX III (generelt spm. uansett nasjonalitet)</p> <p>Andre ofte stilte spm s</p> <ul style="list-style-type: none"> * Bank * Ferjetider Solvorn - Ornes (* Apæek) * Værmelding * Sykkeleruter 								

VEDLEGG 4

Vedlegg 4 Balestrand Turistinformasjon OSS brukt i intern opplæring

Balestrand - 1. og 2. utgave

Sesong og åpningstider Bokbyen i Fjærland?	1 mai- 30 sept, dagleg 10-18	
Kor ligg Sogn Fjordmuseum/ "Fjordmuseet"?	På Kaupanger, 8-10 min med bil/Buss fra Folkemuseet	
Kor ligg Sognefjord Akvarium?	Balestrand	
Kvar vert Gamalost produsert?	Vik	
Kva foss kan du køyre gjennom? (ved stor vannføring)	Kvinnafossen	
Er det ein kraftstasjon i Sogn som er åpen for besøk? (Evt navn?)	Ja, Jostedal	
Kor høgt ligg høgste punkt på Sognefjellsvegen?	1434 moh	
Kor tid er Finnafjorden Blues?	30/7-1/8	
...og kor er Finnafjorden?	Veglaus bygd vest for Vik	
Sesong for buss over Gaularfjell?	1/6- 31/8	
Avgang frå Balestrand?	Dagleg 10.30	
Sesong for brevandring i Fjærland?	2/7- 8/8	
Kva heiter reiselivsorg. for ma Høyanger?	Jensbua	
Telefonnummer dit?	57 73 90 20 (FjordNorge s 33)	
Kva selskap trafikkerer Oslo – Hirtshals? Tlf.nr?	Color Line, 22830776	
Pris på vanlig bil gjennom bommen i Fjærland?	145	
Kva er allemannsretten? (kort fortalt)		
"Kan eg ta 1130 båten fra Vik/ 1150 frå Balestrand, reise t/r med Flåmsbana, og komme tilbake med båt?"	Nei	
Alternativ uten bil?	Reis 8.30 frå Balestrand. Retur med buss om Sogndal Dx67	
Kva heiter reiselivsorg. for ma Høyanger?	Jensbua	

Kor lang er Sognefjorden? (ca)	200 km	
Kor djup er fjorden på det djupaste? (ca)	1300 m	
Kva er tlf.nr for å bestille bilplass på ferjer?	55907070/ 55907060	
Kor lang tid i forveien må evt bilplass bestilles?	Før kl 14 kvardagen i forveien	
Kor ligg Hurrungane?	Vest i Jotunheimen, Luster/ Årdal	
Kva er Icetroll?	Bedrift som tilbyr kajakk padling på brevann.	
Er det lov å fiske i Gaularvassdraget?	Ja, fiskekort kan kjøpes for eksempel hos Hov hyttegrend.	
Kvifor har Stølsheimen fått navnet sitt?	Mange stølar/ ”summerfarms” i området	
Nevn 3 brearmar av Jostedalsbreen i Sogn. (Bonus for fleire)	Supphelle, Bøyabre, Flatbre, Nigardsbre, Austdalsbre, Austerdalsbre....	
Kor mange timar er du på breen ved dei vanlige turopplegga til Flatbreen?	2-3	
Kva stavkirke er på UNESCO si verdsarvliste?	Urnes	
Kor i området kan en bli med på anglikansk messe kvar veke?	St Olafs kyrkje, Balestrand	
Sesong og åpningstid Hove steinkyrkje?	S 27, Sognefjordguide	
Kor er Hove steinkyrkje?	Vik	
Sesong og åpningstid Urnes Stavkyrkje?	S 27, Sognefjordguide	
Sesong og åpningstid Hopperstad stavkyrkje?	S 27, Sognefjordguide	
Sesong og åpningstider Kaupanger stavkyrkje?	S 27, Sognefjordguide	
Kven fikk reist statua av Fritjov den Frøkne på Vangsnes i 1913?	Keiser Wilhelm II av Tyskland	
Kven var Fritjov?	Viking, sagnhelt.	
Kva anna statue i området vart avduka same dag, gitt av same person?	Kong Bele i Balestrand	
Nevn tre attverande trehotell frå 1800-talet og tidligare, som ligg i Sogn.	Kviknes, Mundal, Walaker	

VEDLEGG 5

Vedlegg 5 Brukartesting og intervjuguide, versjon brukt i andre runde

Spørjeskjema

1. Nasjonalitet:

- Norge
- Tyskland
- Storbritannia
- USA
- Japan
- Anna land: _____

2. Alder:

- < 20 år
- 20 - 39
- 40 - 60
- > 60 år

3. Kjønn:

- Kvinne
- Mann

4. Reisefølgje

- Gruppereise
- Enkeltreisande (inkl. familie/venner; ikkje som del av organisert gruppe)

5. Reisemåte

- Buss
- Personbil
- Bubil/campingvogn
- Andre transportmåtar

6. Kor lenge i Norge?

- < 1 veke
- 1 – 2 veker
- > 2 veker
- Veit ikkje

7. Kor lenge i Sogn?

- 1-2 dagar
- 3-6 dagar
- > 1 veke
- Veit ikkje

8. Kvar fekk du kjennskap til Sogn/Sognefjorden?

- Gjennom turoperatør

- Internett
- Venner og kjente
- Reklame i ulike media
- Presseomtale
- Reisehandbok
- Brosjyre
- Anna: _____

9. Kvar har du fått kjennskap til dette hotellet/denne staden?

- Gjennom turoperatør
- På nett
- Venner og kjente
- Reklame i ulike media
- Presseomtale
- Reisehandbok
- Brosjyre
- Anna: _____

10. Kva var grunnen til at du valde dette reisemålet (Sogn/Sognefjorden)?

11. Brukar du Internett?

- Ja Nei (viss nei, avslutt spørjeundersøkinga her)

12. Vurder deg sjølv som internett-brukar:

- Lite erfaring/nybegynnar Noko erfaring Relativt erfaren

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

- Vanleg telefon linje (analog)
- ISDN
- ADSL/Breiband

14. Nytta du Internett til å finne informasjon før du reiste hit? Ja Nei (avslutt her)

15. Korleis fann du fram til informasjonen om reisemålet Sogn/Sognefjord?

- Søkemotor (Google, Yahoo, AltaVista etc.)
Søkeord: _____
- Travel portals (VisitNorway, FjordNorway, VisitScandinavia ++)
- Direkte lenke (annonse, tips, anna)
- Anna: _____

16. Fann du tilstrekkeleg informasjon om reisemålet på Internett?

Om Sognefjorden Ja Delvis Nei Veit ikkje

Om hotellet/staden Ja Delvis Nei Veit ikkje

Kommentar: _____

17. Var informasjonen avgjerande for val av reisemålet?

Sognefjorden Ja Delvis Nei Veit ikkje

Hotellet/staden Ja Delvis Nei Veit ikkje

Kommentar: _____

18. Har du brukt Internett i løpet av reisa?

Ja

Viss **ja**, har du brukt Internett til å finna informasjon i samband med reisa i området (Sognefjorden)?

Ja

Nei

Nei

Viss **nei**, kunne du tenkt deg å bruka Internett for å finna informasjon i samband med reisa dersom muleg?

Ja

Nei

19. Kan du tenkja deg å svare på nokre spørsmål heime etter å ha gjennomført ferien her.

E-postadresse: _____

E-postadressa vil kun bli brukt av Stiftinga Vestlandsforskning til oppfølging av denne undersøkinga, og vil deretter bli sletta. (www.vestforsk.no)

Spørsmål og oppgaver for brukartesting

Del 2: Oppgaver til brukartest

1. Innleiing: Før ein går i gang med oppgåvene er det viktig å setja testbrukaren i rett ”stemning”. Orienter brukaren om at han/ho no skal utføra ein del oppgaver på den nye portalen for regionen, sognefjord.no. Dette er til hjelp for vidareutvikling av portalen og for å avdekka mulege problem. Spør så kva informasjon brukaren forventar å finna på tenesta.

2. Finn opningstidene til Årdal turistinformasjon
Testleiar noterer alt brukaren gjer, og spesielt problem som oppstår: _____

Vurdering:

- problemfritt
- mindre alvorlege
- alvorlege
- svært alvorlege

3. Kva er opningstidene for Villakssenteret?
Testleiar noterer alt brukaren gjer, og spesielt problem som oppstår: _____

Vurdering:

- problemfritt
- mindre alvorlege
- alvorlege
- svært alvorlege

4. Kva er dine hovudinteresser i samband med reisa til området?

Prøv å finna informasjon om desse via portalen

Testleiar noterer alt brukaren gjer, og spesielt problem som oppstår: _____

Vurdering:

- problemfritt
- mindre alvorlege
- alvorlege
- svært alvorlege

5. Bruk menyen til å finne meir informasjon om overnattingsbedrifta Turtagrø Hotel.

Testleiar noterer alt brukaren gjer, og spesielt problem som oppstår: _____

Vurdering:

- problemfritt
- mindre alvorlege
- alvorlege
- svært alvorlege

6. Bruk kartet til å finna fram hotell på ein større tettstad i området (Balestrand eller Sogndal eller andre med fleire hotell blir valt ut av testleiar.)

Testleiar noterer alt brukaren gjer, og spesielt problem som oppstår: _____

Vurdering:

- problemfritt
- mindre alvorlege
- alvorlege
- svært alvorlege

7. Bruk den alternative kartløyisinga på <http://map.sognefjord.no/map2.php> til å fram til hotell på ein annan tettstad i området. (Tast inn denne manuelt, eller klikk på link til versjon 2 av kartløsningen nederst på kartsiden.) NB! Variér slik at enkelte brukarar startar med denne kartløyisinga. Førsteintrykket kan vera utslagsgivande for vurderinga. Hugs å spørja brukaren kva kartløyising han/ho likte best.

Testleiar noterer alt brukaren gjer, og spesielt problem som

oppstår: _____

Vurdering:

- problemfritt
- mindre alvorlege
- alvorlege
- svært alvorlege

8. Gå inn på ei overnattingsbedrift si heimeside via kartløyisinga og finn pris på overnatting.

Testleiar noterer alt brukaren gjer, og spesielt problem som

oppstår: _____

Vurdering:

- problemfritt
- mindre alvorlege
- alvorlege
- svært alvorlege

9. Finn ferjetider på strekninga Hella – Vangsnes

Testleiar noterer alt brukaren gjer, og spesielt problem som

oppstår: _____

Vurdering:

- problemfritt
- mindre alvorlege
- alvorlege
- svært alvorlege

Del 3: Intervju etter brukartest (men ved skjermen medan ein ser på tenesta)

Korleis oppfattar du denne tenesta?

3.1 Kva er ditt hovudintrykk av portalen?

Kommentar: _____

3.2 Kva tykkjer du om design?

Kommentar: _____

3.3 Er innhaldet slik du hadde forventa?

Kommentar: _____

3.4 Korleis er biletbuiken (og storleik på bileta)?

For mykje Passe For lite Veit ikkje/ikkje synspkt

Kommentar: _____

3.5 Kva meiner du om logoen? URL/Ikkje URL i logo?

Kommentar: _____

3.6 Er det noko informasjon du saknar her?

Kommentar: _____

3.7 Saknar du detaljert/lokalt kart på startside?

Kommentar: _____

3.8 Saknar du spesiell informasjon eller funksjonalitet i kartløysinga (hugs også å spørja brukaren om synspunkt på kartløysing 1 (eksisterande) og 2 (alternativ)?

Kommentar: _____

3.9 Kva forstår du med menyvalet 'Destinations'/'Destinasjonar'?

Kommentar: _____