



Tallinna Ülikool

Andra Järva, Kadi Pirm, Heleene Kaljurand, Lauri Rütli, Marili Markus, Hainer Krenstrauch

Striimingplatvormi Elisa Stage UX analüüs ja strateegia kujundamine

ELU Projekti aruanne

Juhendajad: Andres Jõesaar, Karl Anders Tammes

Tallinn 2021

SISUKORD

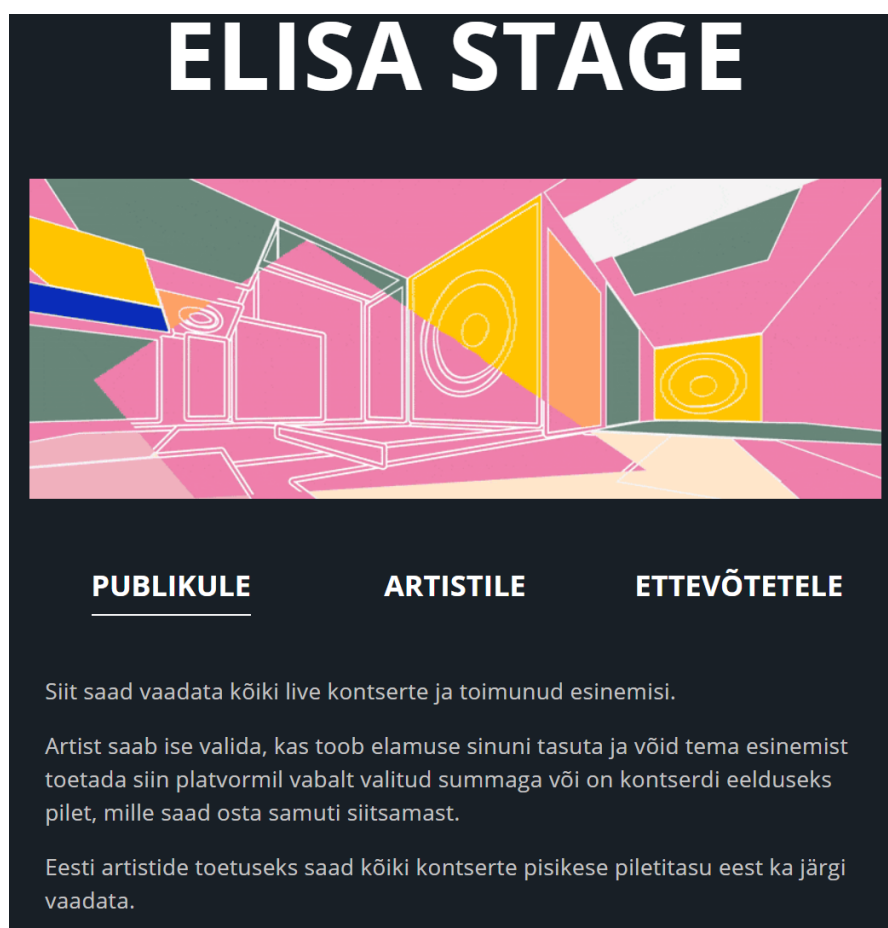
SISUKORD	2
PROJEKTI TUTVUSTUS	4
Mis on Elisa Stage?	4
Mis on UX ja UI?	4
Probleem	4
Uurimisküsimus	5
Eesmärk	5
TEGEVUSTE KÄIK	6
Tegevuskava	6
SEOTUD SIDUSRÜHMAD	8
TEADUSPÕHISUS	9
Ekspertanalüüs	9
5 sekundi test	9
Kasutatavuse testimine	10
Testijate filmimine	10
Valju häälega mõtlemine	10
Persoon ehk tüüpiline klient	10
Andmete analüüs	11
INTERDISTSIPLINAARSUS	12
TULEMUSED	13
Esmase info kogumine	13
Olemasoleva ja uue loodud platvormi testimine	13
Ekspertanalüüsi tulemused	13

Kvantitatiivse küsitluse loomine	14
Andmete analüüs	15
Persoonade loomine	15
Hüpoteesil loodud esmane persoona	15
Andmete põhjal loodud tüüpiline persoona	16
Kasutatavuse testid	18
Prototüüpimine	21
Turundusalased tulemused	21
Tiimiliikmete vaheline ajurünnak	21
ETTEPANEKUD	23
Elisa Stage'i uue interface'i UX soovitused	23
Turundusalased soovitused	23
Eraldi Facebooki leht	23
SEO parandamine	25
Koostöö influencer'itega	25
Cross-marketing oma kanalites	26
Sisukohased soovitused	26
LISAD	27
KASUTATUD ALLIKAD	31

1. PROJEKTI TUTVUSTUS

1.1. Mis on Elisa Stage?

Elisa Stage on voogedastusplatvorm, kus Elisa kodumaist meelelahutust vahendab. Platvormile tuuakse sisu väga erinevatest valdkondadest: nii kodu- kui stuudiokontserte, teatrietendusi, üritusi, kui seminare, et publik ei peaks sisu mööda internetiavarusi jahtima ja kõik oleks ühes kohas. Artistile annab Elisa Stage võimaluse viia oma sisu suurema publikuni, pakkudes võimalust ka toimunud salvestustega järeltulu ja -rõõmu tuua. (Elisa Eesti koduleht, 2020).



Pilt 1. Elisa Stage avakuva

1.2. Mis on UX ja UI?

UX ehk *user experience* on eesti keeles kasutajakogemuse disain. Kasutajakogemuse disain on protsess, milles suurendatakse kliendi rahulolu parendades teenuse või toote kasutusvõimalusi, kättesaadavust, lihtsust ning heaolu selle kasutamisel. Kasutajakogemuse disaini eesmärk on muuta kasutaja kogemus paremaks, olgu see siis mobiilirakenduse või kodulehe jaoks. Kasutajakogemuse disaini keskmeks on analüüsi tulemuste edastamine disaini.

UX-iga käib kaasas UI ehk *user interface*, eesti keeles kasutajaliidese disain. Kasutajaliidese disain on tarkvara või masinate kasutajaliideste kujundus, näiteks mobiilirakenduse välimus, keskendudes kasutajasõbralikkusele. UI disain viitab tavaliselt graafiliste kasutajaliideste kujundusele. (Forwardspace, 2018).

Hea UX / UI lihtsustatult tähendab, et veebilehte on lihtne ja mugav kasutada ning puuduvad loogikavead.

1.3. Probleem

Elisa Stage loodi koroonapandeemia tulemusel, et artistidel oleks võimalik oma kuulajaskonda suurendada ning anda võimalus *live*-esinemisest osa saada ka kodus viibijatel. Loodud platvormi ei oldud aga kasutajate peal süvitsi testitud ning samuti ei olnud teada, kes on platvormi põhilised sihtgrupid.

1.4. Uurimisküsimus

Kuidas muuta Elisa Stage läbi kasutajakogemuse analüüsi kasutajasõbralikumaks?

1.5. Eesmärk

Loodud projekti eesmärk oli teostada Elisa Stage'i kasutajakogemuse analüüs. Elisa Stage on uuendamisel ning puudus vajalik informatsioon edasisteks muudatusteks ja arendusteks. Kogutud andmete põhjal tegime ettepanekuid:

- platvormi kasutajakogemuse parandamiseks;
- turundamise edendamiseks;
- platvormil pakutava sisu osas.

Tulemus, kuhu pürgisime jõuda:

- uus prototüüp on testitud ja ideaalis kevadeks implementeeritud;
- avastada siiani turunduses kasutamata jäänud vahendeid;
- liikluse tõstmine veebilehel;
- 1-2 sisu, mis saavad implementeeritud uude prototüüpi.

2. TEGEVUSTE KÄIK

Projekti eesmärkide teostamiseks lõime tegevuskava, mille järgi meeskonnaga töötasime. Tegevuskavas on eraldi välja toodud eesmärgid ning peamised vastutajad, sammud selle teostamiseks ning soovitud tulemused. Tegevuste paremaks jälgimiseks ja omavaheliseks suhtlemiseks kasutasime projektijuhtimise tarkvara Trello, kus on võimalik planeerida tegevusi ning lisada neile vastavad tähtajad ja vastutajad. Antud platvormil on võimalik jagada faile, kommenteerida ning jagada omavahel projektiga seotud infot, mis on igale liikmele nähtavad.

Projekti esimene kohtumine oli 10. veebruaril, sellest alates liikusime eesmärkide kaupa: esimese etapina tegelesime kogu grupiga UX analüüsiga, mis võttis enim aega. Etapiga seoses lõime kaks küsitlust, mille kaudu saime nii turundus- kui sisualast sisendit, millega järgmiste etappidena tegelesimegi.

2.1. Tegevuskava

Tabel 1. Tegevuskava

Eesmärk	Tegevused	Vastutaja(d)	Kuu
Elisa Stage'i uue user interface'i analüüs ja testimine	Esmase info kogumine	Terve grupp	Veebruar
	Kasutatavuse testid	Terve grupp	Veebruar-aprill
	Olemasoleva platvorm individuaalne testimine	Terve grupp	Veebruar
	Kvantitatiivse küsitluse loomine	Terve grupp	Märts
	Hüpoteetiliste personade loomine	Terve grupp	Märts
	Vastuste analüüs	Terve grupp	Aprill

	Persoonade loomine küsitluse vastuste põhjal	Terve grupp	Aprill
	Uue <i>user interface</i> 'i testimine	Terve grupp	Aprill-mai
Turundusalane analüüs ja soovitused	Senised turundusvõtted Elisalt	Elisa	Veebruar
	Olemasolevate turunduskanalite analüüs	Kadi & Andra	Märts
	Ettepanekud turunduse edendamiseks	Kadi & Andra	April
Platvormi sisu arendamine	Tiimiliikmete vaheline ajurünnak	Terve grupp	Märts
	Küsitluse loomine	Terve grupp	Märts
	Vastuste analüüs	Terve grupp	Aprill
	Graafikute loomine vastustest	Hainer & Lauri	Aprill

3. SEOTUD SIDUSRÜHMAD

- **Tallinna Ülikool** – Ülikool võimaldab õpilastel antud projektis osaleda, andes õpilastele võimaluse ennast teostada. Kool saab infot projekti protsessi kohta, kas on edukas või mitte.
- **Meie grupp** – kõik liikmed saavad rakendada olemasolevaid oskusi ning saavad uusi kogemusi projektis plaanitud tegevuste käigus.
- **Elisa Eesti** – koostööpartner, kes sai platvormi edendamiseks väärtuslikku informatsiooni.
- **Elisa Stage kasutajad** – jagasid küsitluse käigus isikliku kogemuse põhjal vajalikku infot. (Projekti raames saatsime küsitluse Elisa Stage klientidele, et teada saada, milline on Elisa Stage'i kasutaja.)
- **Inimesed, kes on huvitatud striimingplatvormist**, mis kajastab näiteks teatrietendusi, filme, seriaale, koolitusi ja üritusi. (Saatsime küsitluse inimestele, kes veel ei ole Elisa Stage'i kasutajad, et teada saada, millised on ootused taolisele platvormile.)

4. TEADUSPÕHISUS

Projekti koostamisel kasutasime eelkõige esmaseid allikaid, kuna kogusime infot otse isikutelt. Esmasteks allikateks saab pidada meie projektis küsitluse tulemusi. Lisaks on Elisa andnud meile juurdepääsu Google Analyticsile, millega on võimalik näha Elisa Stage'i vaatamise statistikat. Google Analyticsist nähtavad andmed on samuti esmased allikad. Peale selle andsid projektis osalevad liikmed ka ise Elisa Stage lehele isiklikust kogemusest tagasisidet ja tegid ettepanekuid selle parendamiseks. Meeskonnaliikmete tagasiside on kokku kogutud ja esitatud projekti osana, mida saab pidada jällegi esmaseks allikaks.

Kui andmed on kokku kogutud, saab järeldusi teha deduktiivselt ehk saame üldistest järeldustest spetsiifilisi järeldusi teha. Deduktiivse meetodi kasutamine võimaldab Elisale tagasisidet anda ja konkreetseid ettepanekuid teha.

4.1. Ekspertanalüüs

Analüüsisime Elisa Stage platvormi kasutades Jakob Nielsen'i 10 kasutatavuse heuristikute (avastamine) printsiipe (Nielsen, 2020), et tuvastada kasutatavuse probleeme. Hindasime nende järgi Elisa Stage platvormi ning andsime ülevaate, kas vastas-ei vastanud printsiibile ning lisasime põhjenduse.

Turunduse poole pealt testisime ise Elisa Stage.ee SEO (*search engine optimization*) efektiivsust. Selleks kirjutasime Google otsingumootoris märksõnu, millega platvorm välja võiks tulla. Otsitavateks sõnadeks olid näiteks “teater veebis”, “striimingplatvorm” ja “live kontsert”, millest ühegagi domeen elisastage.ee välja ei tulnud.

4.2. 5 sekundi test

5 sekundi test on kasutatavuse test, mis aitab mõõta, kui efektiivselt toote või teenuse disain annab edasi oma sõnumit. 5 sekundi testi puhul antakse kasutajale võimalus tutvuda teenuse või tootega 5 sekundit, seejärel vastab kasutaja küsimustele mälu järgi ning kirjeldab tekkinud

esmamuljet (UsabilityHub, kuupäev puudub).

4.3. Kasutatavuse testimine

Kasutatavus on toote või teenuse kvaliteedi omadus, mis määrab ära, kui lihtne on kasutajal seda kasutada (Albert & Tullis, 2013). Toode või teenus on kasutatav, kui kasutaja saab seal teha oma tegevusi nii nagu tema jaoks on lihtne, loogiline ja arusaadav. Tegevuste käigus ei teki tal küsimusi ega kahtlusi. Mida vähem peab kasutaja tegevuste täitmise juures mõtlema, seda kasutajasõbralikum on toode või teenus.

4.4. Testijate filmimine

Testijaid filmitakse ülesande tegemise ja pärast intervjuu ajal. Testijate filmimine ülesannete täitmisel on vajalik, kui tahta hiljem sessiooni põhjalikult analüüsida ja meelde tuletada (Albert & Tullis, 2013). Testimise käigus on kasulik teha märkmeid ning lähtuvalt nendest on võimalik peale testimist lindistuselt täpsustada lahtisi kohti.

4.5. Valju häälega mõtlemine

Kvalitatiivseid andmeid saab edukalt koguda valjult mõtlemise meetodi (*Think Aloud Protocol*) abil (Albert & Tullis, 2013). Valjult mõtlemine tähendab seda, et testijad räägivad testimise käigus, miks nad midagi teevad ning mis emotsioone üks või teine tegevus nendes tekitab. Tänu sellele on lihtsam hinnata testitava objekti võimalikke kitsaskohti ja saada selgem ülevaade, millised tegevused on problemaatilised. Valjult mõtlemine on üks levinumaid kasutatavuse testimise viise, sest annab väga lihtsalt ja odavalt palju infot selle kohta, mida testija tootest või teenusest arvab.

Enne testima asumist, peab testi läbiviija testijale selgitama, mida temalt täpsemalt oodatakse. Testijal palutakse täita ülesanne ning seejuures paluda tal rääkida, miks ta midagi teeb.

4.6. Persoon ehk tüüpiline klient

Persoonade loomise meetod aitab mõista lahenduse kasutajat. Inimesed on erinevad ning kui

luuakse ainult enda vaatenurgast lähtudes, siis ei pruugi see olla parim võimalik (Teenusedisain.info, kuupäev puudub). Samuti aitab luua fookuse, kellele lahendust luuakse ning selguvad prioriteedid.

4.7. Andmete analüüs

Viisime läbi kvantitatiivsed küsitlused ning vaatluse. Analüüsiks kasutasime kombineeritud meetodit. Küsitlustest tulnud andmed kõigepealt korrastasime, seejärel leidsime sagedused ja visualiseerisime tabelitesse. Leitud sageduste põhjal tegime järeldused, lõime persoonad ja tegime ettepanekud Elisa Stage täiendusteks.

5. INTERDISTSIPLINAARSUS

Projekt on loodud interdistsiplinaarsena. Projektis osalevad õpilased saavad rakendada enda erialaseid oskuseid kui ka õpitud teadmisi. Inimese-arvuti interaktsiooni õppekaval õppivad õpilased saavad jagada enda teadmisi kasutusmugavuse analüüsi ning prototüüpimisega. Reklaam ja suhtekorralduse õppekaval õppivad tudengid rakendavad oma teadmisi turunduse ja kommunikatsiooniga. IT juhtimise eriala tudengid saavad panustada projekti juhtimisega seotud küsimustes.

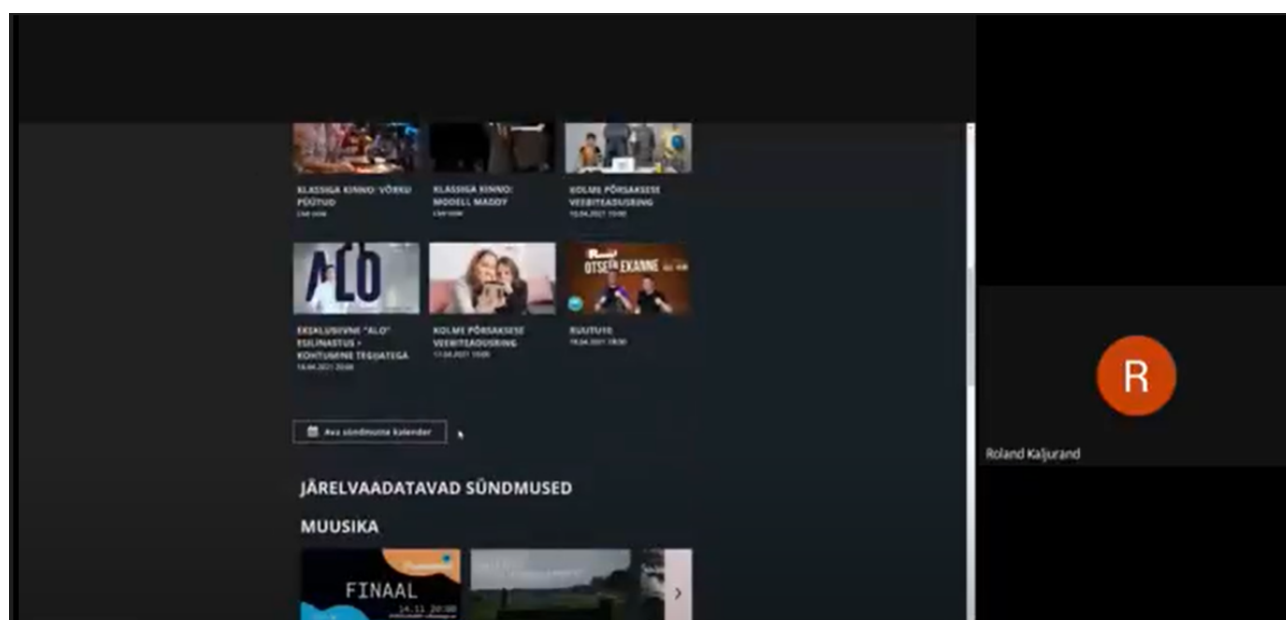
Lisaks erialastele kogemustele toetutake ka eelnevale töö ning elukogemusele, mis annab antud projektile väga hea sisendi. Meie seas on projektijuht, pereema, ettevõtja, sisuturundaja, jurist.

Projektis keskendutakse kolmele erinevale eesmärgile. Esimeses punktis on välja toodud, et selleks on Elisa Stage'i platvormi analüüs, turundamine ja sisu loomine. Rühma liikmete senine õpikogemus toetab nende kolme eesmärgi täitmist läbi selle, et rühmas on kasutajakogemuse (UX) ja turundusega kokkupuudet omavaid liikmeid.

6. TULEMUSED

Projekti üheks suurimaks eesmärgiks oli Elisa Stage kasutajamugavuse analüüs ja testimine. Selle eesmärgi püstitamiseks kogusime andmeid erinevate meetoditega: testisime olemasolevat platvormi, koostasime ja saatsime vastamiseks kaks erinevat küsimustikku. Esimene oli Elisa Stage kasutajale, teine mittekasutajale. Projekti tulemusena lõime esmase persoona esialgsete andmete põhjal ning teise, tüüpilise kliendi persoona küsimustike kogutud vastuste analüüsi põhjal, mida saame valideerida küsimustiku tulemuste vastu.

Vahearuaandes oli välja toodud ka intervjuude läbiviimine, kuid tulenevalt tänasest olukorrast koroonapandeemia tõttu otsustasime selle asemel läbi viia kasutatavuse testid küsitluse abiga kasutades mõtle valjult meetodit (*think-aloud protocol*).



Pilt 2. Kasutaja ekraani salvestamine

6.1. Esmase info kogumine

Elisa Stage platvormi esindaja andis ülevaate olemasolevast olukorrast, kirjeldas käesoleva lahenduse puuduseid ning sõnastas ootused projekti tulemiteks. Samuti tehti olemasolevast lahendusest projekti osalistele demo.

6.2. Olemasoleva ja uue loodud platvormi testimine

Elisa Stage platvormile ja selle uue loodud lahendusele teostasid projekti liikmed ekspertanalüüsi kasutades Jakob Nielsen 10 kasutatavuse heuristikute printsiipe (Nielsen, 2020). Kasutatavuse printsiipe rakendasid projekti liikmed algselt üksi, seejärel arutati leitud tulemid liikmete vahel. Elisa Stage esindajale tehti liikmete tulemustest ülevaade iganädalasel ELU kohtumisel.

6.3. Ekspertanalüüsi tulemused

Ekspertanalüüsi tulemusel leidsime olemasoleva Elisa Stage platvormil mitmeid funktsionaalsusi, mis vastavad Nielsen 10 kasutatavuse heuristikute printsiipidega:

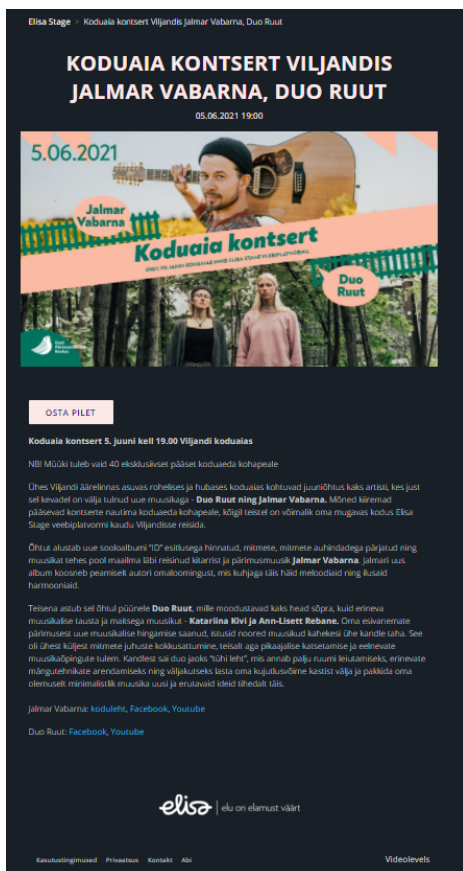
- Kasutamise paindlikkus ja efektiivsus: Uut kontot registreerides võtab süsteem automaatselt uue kasutaja nime e-maili aadressilt ning lisab selle vormi.

Samuti leidsime mitmeid funktsionaalsusi, mis ei vasta Nielsen 10 kasutatavuse heuristikute printsiipidega:

- Kasutajapoolne kontroll ja vabadus: Elisa Stage platvormil polnud kasutusel leivapuru (ing.k. *breadcrumbs*). Leivapuru on oluline element veebilehe navigatsioonis, et kasutaja saaks aru, kus ta veebilehel asetseb ning pakub võimaluse soovitud lehele tagasi minekuks. Eelmisele lehele tagasi võimalus puudub, kasutaja suunatakse alati avalehele. Samuti puudus otsinguvõimalus.
- Järjepidevus ja standardid: Kasutajad peavad märkima “südame” sündmustele, mida nad soovivad salvestada. Kuid “süda” indikeerib meeldimist, mis ei tohiks olla eelduseks, et

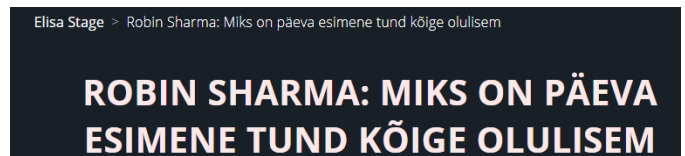
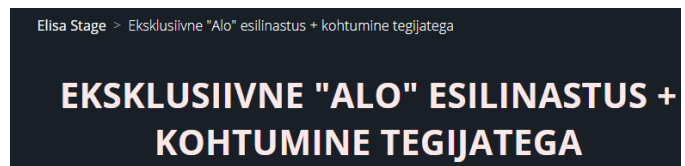
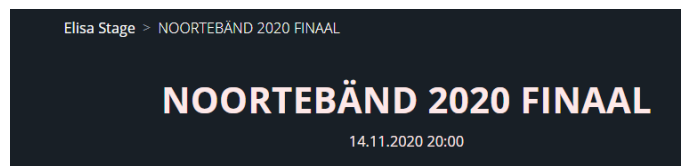
sündmust salvestada. Platvormil olid mõned fraasid, mis pole üheselt mõistetavad (nt isutekitaja). Järelvaatamine on tasuta.

- Pigem äratundmine kui meenutamine: Platvormi kasutamiseks vajalik teave peaks olema vajaduse korral nähtav või hõlpsasti leitav. Puudub otsetee tagasi žanri lehele, kõik lehed pole selgelt sildistatud, päises ei ole visuaalseid markereid (nt pealkirjad), et oleks selge millisel lehel ollakse. Puudub võimalus lisada millest oled huvitatud, mis meeldib või mida soovid jälgida.



Pilt 3. Elisa Stage: valitud ürituse vaade

- Süsteemi oleku nähtavus: "Tasuta" pileti kasutamisel ei ole teekond kasutajale selgelt mõistetav puudub info ja sammud, mida selleks peab tegema.



Pilt 4-6. Erinevad žanride valik ei ole eristatav

Uue platvormi analüüsil leidsime, et lisatud oli otsingukast, mis lihtsustas kasutajakontrolli ja vabadust ning oli ka paremini indikeeritud ülevaade süsteemi staatusest. Lisatud olid erinevad värvid erinevate teemade jaoks.

6.4. Kvantitatiivse küsitluse loomine

Projekti raames loodi kaks küsitlust: Elisa Stage kasutaja ja mittekasutaja.

Elisa Stage kasutaja küsitlus

Elisa Stage kasutaja küsitluse eesmärgiks oli saada andmeid persoonade loomiseks. Küsimused andmete kogumiseks koostasime grupi arutelul ning seejärel valideerisime juhendajaga ning Elisa Stage platvormi esindajaga (Lisa 2).

Elisa Stage mittekasutaja (inimene tänavalt) küsitlus

Mittekasutaja küsitluse eesmärgiks oli saada infot kas ja kust kohast inimesed on üldse kuulnud Elisa Stagest, millist sisu nad sooviksid platvormi peal näha ja millise seadme pealt sooviksid sisu tarbida. Küsimused andmete kogumiseks koostasime grupi arutelul ning seejärel valideerisime juhendajaga ning Elisa Stage platvormi esindajaga (Lisa 3)

6.5. Andmete analüüs

Küsitlustest tulnud andmed esmalt korrastasime, seejärel leidsime sagedused ja visualiseerisime tabelitesse. Andmete korrastamisel liideti sarnased või kirjavigadega antud vastused. Seejärel koostasime tulpdiagrammid vastuste sagedustest. Andmete analüüsi tulemusel saime koostada soovitusid ja järeldused sisu loomiseks ja tootmiseks. Sisu poolsed järeldused on kajastatud punktis 8 põhjalikumalt. Leitud sageduste põhjal tegime järeldused, lõime persoonad ja tegime ettepanekud Elisa Stage täiendusteks.

6.6. Persoonade loomine

Enne kvantitatiivse küsitluse loomist lõime esmase persoona, ekspertanalüüsi ning Elisa Stage

platvormi esindaja info põhjal. Teise - tüüpilise kliendi persoona lõime kogutud küsimustike vastuste analüüsi põhjal, mida saame valideerida küsimustiku tulemuste vastu. Lisaks lõime kogutud andmete põhjal sekundaarsed persoonad, kes illustreerivad potentsiaalseid Elisa Stage kasutajaid (Lisa 4).

6.6.1. Hüpoteesil loodud esmane persoona

Persoona on naine ja vanem kui 30 aastat, otsis koroonaa ajal tegevust, meeldib üritustel (teatris) käia, soovib leida vaheldust igapäevasele rutiinile, soovib oma abikaasaga ja lastega aega veeta, koroonaa tekitab frustratsiooni. Kodustes tingimustes soovib kultuuri nautida suuremalt ekraanilt.

The screenshot shows a user profile card for Karola Kask. At the top, the name 'Karola Kask' is displayed next to a green circle representing 'MARKET SIZE' at 100%. The profile type is 'Idealist'. Below the name is a photo of Karola sitting on a couch. The card is divided into several sections: 'Demographic' (Female, 31 years, Tartu, Married, HR specialist), 'Background' (Text about her routine and discovery of Elisa Stage), 'Goals' (Leida vaheldust igapäevasele rutiinile, Mehega ja sõpradega koos üritustel käimine), 'Motivations' (Uute asjade proovimine, Sõprade nägemine ja nendega ajaveetmine üle videosilla), and 'Frustrations' (Koroonaa, Igapäevane rutiin). A '+ ADD FIELD' button is at the bottom left.

Pilt 7. Hüpoteesil loodud esmane persoona


6.6.2. Andmete põhjal loodud tüüpiline persoona

Tüüpilise persoona loomisel leidsime, kogutud andmete analüüsi tehes, et esmane hüpotees on

kooskõlas väidetuga, et persoona on naine ja vanusevahemikus 45-55, ta on abielus ning 3 lapse ema. Talle meeldib Linnateatri etendusi vaadata, peab oluliseks peresisese hea õhkkonna säilitamist ning soovib veeta abikaasaga rohkem aega. Samuti on tal mureks, et koroonasituatsioon ei vaibu ja normaalsus ei taastu niipea.

NIMI

Liis



Eesmärgid

Hea peresisese õhkkonna säilitamine, kooli, töö ja pere tasakaalus hoidmine.

Demograafia

Female 45 aastat

Tallinn

Abielus

Ettevõtte omanik

Kõrgharidus

Taust

Ma olen abielus ning mul on kolm last vanuses 11, 15 ja 18. Ma elan perega ühepere elamus. Vabal ajal meeldib mulle aega veeta perega: mängime lauamänge, **käime looduses ja vaatame ühiselt televisoorist filmi, loodussaadet või mõnd sarja**. Võimalusel käime teatris ja kinos, 1-2 korda kuus. Koroonaa ajal paraku pole selleks olnud võimalust.

Selleks, et olukorraga hakkama saada, on peres väga tugev rutiin. Rutiin seisneb päeva planeerimises - kui on teada, kes kus on ning mis juhtuma hakkab, on kõigil lihtsam toime tulla. Näiteks võin tuua: pere sõob õhtust alati koos, kus räägitakse ka päevasündmustest ning lapsed satuvad magama kella 21ks.

Peamisteks kitsaskohtadeks hea kliima saavutamiseks on laste erinevad vanused ning suhted pereliikmete vahel.

Situatsioonid

* Reede õhtul teeb Liis oma kodutoid. Lapsed on koduõppel ning on nädalast väsinud. Liis vajab veel veidi aega projekti lõpetamiseks.

Liis: Mina soovin sirvida Elisa Stage'i ning leida sealt lastele mõne etenduse, et hoida ära vaidlemisi või lasta lastel valida sobiv etendus.

* Nädalavahetus, ilm ei tööta head, TV kanalid ning Netflix ei paku mitte midagi huvitavat.

Liis: Mina Elisa Stage kasutajana soovin leida teatrietenduse või kontserdi, millega sisustada oma nädalavahetus ning veeta aega abikaasaga.

Ootused ja lootused

Pere heaolu ja koosajaveetmine.

Meeldib Linnateatri etendusi vaadata.

Lapsed saaksid teadusteatri ja noortele suunatud etendusi vaadata ja kultuuri tarbida.

Soovib rohkem veeta aega abikaasaga.

Mured ja hirmud

Halb perekliima (nt koroonaa ajal lapse koduõppel), et kõigil oleks midagi teha ja hea olla.

Mõtetu vaidlemine ärritab teda.

Koroonaa situatsioon ei vaibu ja normaalsus ei taastu nii pea.

UXPRESSIA
This map was built in uxpressia.com

Pilt 8. Andmete põhjal loodud tüüpiline persoona

6.7. Kasutatavuse testid

Projekti raames tehti kaks kasutatavuse testi fookusgrupi meetodil. Tegemist on kvalitatiivse uuringuga. Esimene test oli olemasoleva (lives kasutusel) platvormi kohta ning teine test oli uue loodava platvormi kohta. Uus loodav platvorm on prototüübi kujul ning seda testisime kasutajate peal Axure keskkonnas. Kasutatavuse testimise teostasime kasutades System Usability Scale'i (SUS) küsimusi (lisa 1). Küsitlus saadeti kasutajate grupi liikmete poolt potentsiaalsetele vastajatele. Iga grupi liige saatis küsimustiku oma ringkonnale teadmiseks, et inimene on potentsiaalne vastaja. Enne küsitluse täitmist pidid küsitluse vastajad sooritama kaks ülesannet, et tutvuda olemasoleva Elisa Stage platvormiga. Mõlemal juhul olid ülesanded järgnevad:

1. Palun mine Elisa Stage platvormi lehele ja tutvuda lehega 5 sekundit. Seejärel palun kirjelda lühidalt, mis sorti lehega tegemist on.
2. Palun tutvuda Elisa Stage platvormiga pikemalt. Seejärel otsi Elisa Stage lehelt "Kolme pörsakese" etendus ja võta omale pilet 30. aprilli etendusele.

Lisaks SUS 10 küsimusele, pidid vastajad samuti lisama oma vanuse, sugu, elukutse ning kas õnnestus ülesanne 2 sooritada.

Olemasoleva platvormi kohta käivale küsimustikule vastas 11 päeva jooksul 18 inimest, mis on piisav arv esmase hinnangu saamiseks. Viiesekundilise testi tulemuse analüüsimisel selgus, et 95% kasutajatest mõistab elisastage.ee eesmärki ja vastas, et see on voogedastusplatvorm, kus kasutaja saab vaadata "live" etendusi ja teatrit. Teistest kasutajaülesande tulemustest leidsime, et 83% osalejatest suutis ülesande edukalt täita ja 17% protsenti ei suutnud veebilehel ülesannet täita. *83% küsitlusele vastajal õnnestus ülesanne kaks sooritada.*

Üldistatult on SUS uuringute keskmine tulemus 70 punkti ning alla 5% uuringutest jääb alla 50. Veebilehe keskmine skoor on tavaliselt 68,2. Keskmisest kõrgem tulemus näitab keskmisest paremat kasutatavust. Veebilehe elisastage.ee kasutatavuse skaala tulemuseks oli 68,6 punkti 100-st. Veebilehe elisastage.ee hinnati kasutatavuse skaalal 0,4 punkti võrra üle keskmise veebilehe skoori.

Tulmuste põhjal võib öelda, et elisastage.ee veebilehe punktiskoor on küll keskmisest kõrgem, aga 0,4 punkti annab ka võimaluse väita, et veebiplatvorm vajab sekkumist, et kasutatavust tõsta.

Täiendavalt oli mitmel küsimusel vastuse selgituse võimalus, kus põhjendati oma vastuse valikud. Näiteks kaks vastajat tõid välja, et puudub otsing, mis on nende jaoks oluline.

Uue loodava platvormi kohta käivale küsimustikule vastas 12 päeva jooksul 12 inimest, mis on piisav arv esmase hinnangu saamiseks. Viiesekundilise testi tulemuse analüüsimisel selgus, et 50% kasutajatest mõistab elisastage.ee eesmärki ja vastas, et see on platvorm, kus kasutaja saab vaadata etendusi ja teatrit. 92% küsitlusele vastajal õnnestust ülesanne kaks sooritada. Loodava elisastage.ee platvormi kasutatavuse skaala tulemuseks oli 74 punkti 100-st ehk platvormi kasutust hinnati keskmisest kõrgemaks. Üks vastaja tõi välja, et *“Kasutajakogemus on pigem intuiitiivselt lahendatud hetkel - ei näe, et sellega suuri arusaamatusi tekiks.”*

Täiendavalt kirjutas 33% kasutajatest kommentaari, et tasuta pileti ostmise tekitas segadust ning “Tasuta” pileti tingimused võiksid olla infona varem nähtavad.

Tulemusi võrreldes selgub, et uue loodava platvormi kasutatavust hindasid küsitlustele vastajad olemasolevast platvormi kasutatavusest paremaks. Loodava platvormi kasutatavuse skaala tulemus on 5 punkti kõrgem kui olemasoleva platvormi skaala tulemus.

Tuleb tõdeda, küsitlusi ei viidud läbi sarnastes tingimustes, mis võis mõjutada ja arvatavasti ka mõjutas küsitluse tulemusi. Esimeseks suureks erinevuseks oli tutvustav tekst küsitluse alguses.

Tabel 2. Küsitluste sissejuhatuse erinevus

Olemasoleva platvormi küsitluse sissejuhatus	Uue disaini testimise küsitluse sissejuhatus
Oleme Tallinna Ülikooli Inimese-arvuti interaktsioon magistri õpilased ja viime läbi	Oleme Tallinna Ülikooli õpilased ja viime läbi küsitlust, et analüüsida Elisa Stage

<p>küsitlust, et analüüsida Elisa Stage kasutatavust.</p> <p>Elisa Stage on striimingplatvorm, mis toob publikuni virtuaalsed esinemised, näiteks teatrietendused ja kontserdid, erinevatest valdkondadest ja samuti annab artistile vabad käed tulu teenimiseks ning tekitab võimaluse oma kuulajaskonda suurendada. Lisaks on võimalik ettevõtetel Elisa Stage'il korraldada koolitusi või konverentse.</p> <p>Antud küsitlus on osa Tallinna Ülikooli ühest kursusetööst, Teie vastuseid kasutatakse üldistatult ning need on anonüümsed. Küsimustiku täitmine võtab vähem kui 5 minutit.</p>	<p>kasutatavust.</p> <p>Antud küsitlus on osa Tallinna Ülikooli ühest kursusetööst ning koosneb kahest ülesandest. Teie vastuseid kasutatakse üldistatult ning need on anonüümsed. Küsimustiku täitmine võtab vähem kui 5 minutit.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Teiseks erinevuseks oli loodava platvormi interaktiivsus, kus kasutaja liikumine oli piiratud.

Arvestades olulist erinevust, oleme arvamusel, et viiesekunditesti (küsitluse esimese ülesande) tulemusi ei saa võrrelda. Tulemusi on tutvustatud ka Elisa esindajale, kes on erinevustest teadlik.

6.8. Prototüüpimine

Projektiga ei jõudnud ajapuuduse tõttu selle sammuni.

6.9. Turundusalased tulemused

Selleks, et turundusalased soovitusi anda, saime esmalt Elisalt infot selle osas, mida nad seni turundusalaselt teinud on. Seejärel surfasime ise internetis ringi ja vaatasime, kui hästi Elisa Stage erinevates kanalites silma jääb. Vihjet, et turundus vajab edendamist, andsid ka meie koostatud küsitlused, kust tuli näiteks välja ühe vastaja mõte: “Isiklikult pole väga palju reklaami Elisa Stage üritustele näinud. Võibolla kui jääks rohkem silma, siis vaataksin rohkem.” Lisaks selgus küsitlusest, millele vastajad ei olnud Elisa Stage kasutajad, et 246-st 212 ehk 86% ei olnud Elisa Stage platvormist midagi kuulnud. Järgmise sammuna *brainstorm*’isime ideid, mida saaks paremini või teistmoodi teha, et soovitud sihtgrupini jõuda.

Ühe soovitusena käisime välja domeeni elisastage.ee SEO arendamise, mis tol hetkel üsna kehvast seisusest oli. Elisa tõi välja, et see idee oli neil varem peas olnud, kuid kuna me seda mainisime, siis nad n-ö käivitasid selle rongi ja asusid asjaga tegelema. Pikem seletus SEO osas ning muud turundusalased ettepanekud Elisale on esitatud punkti 7.2. all.

6.10. Tiimiliikmete vaheline ajurünnak

Ajurünnak on Alex Faickney Osborne poolt välja mõeldud rühmaviisiline meetod ideede leidmiseks ja nendest parimate valimiseks. Meie kasutasime ajurünnakut, et leida uusi ideid kuidas Elisa Stage mitmes erinevas aspektis paremaks muuta.

Esmalt panime paika probleemi, mida hakkame lahendama ning seejärel sõnastasime ajurünnaku küsimuse. Uue sisu leidmiseks kirjeldasime probleemiks, et Elisa Stage platvormil puudub piisavalt sisu, et kõnetada suurt hulka inimesi. Küsimused antud probleemi lahendamiseks olid nt mis on need turul pakutavad sisu võimalused, mis on Elisa Stage poolt veel kasutamata ja kuidas lihtsustada ürituste korraldajate sisu salvestamist Elisa Stage platvormiga liitumiseks. Seejärel pakkusid kõik osalejad nii palju erinevaid ideid ja variante kuidas probleemi lahendada ning lõpuks valisime välja ideed millega edasi liikuda.

7. ETTEPANEKUD

7.1. Elisa Stage'i uue *interface*'i UX soovitused

- Elisa Raamatu juures on olemas link Elisa Stage'is asuva filmi juurde, et kasutaja saab navigeerida lihtsalt. Samuti võiks olla Elisa Elamuses viide Elisa Stage'ile võimalusena saada osa üritusest.
- Kui ei ole üritusi, siis ei kuvata kasutajale välja kalendrit, vaid on ainult vaade olemasolevatest etendustest (järelvaatamine) "less is more".
- Elisa Stage avakuval informatsioon leheküljest, et oleks arusaadav, mis lehega tegemist on.
- Lisada leivapuru, et inimesel oleks lihtsam platvormil navigeerida.
- Olla järjepidev ja järgida standardeid. Kasutada universaalseid ja kasutajatele teada olevaid loogikaid ja termineid segaduse vältimiseks. Kaaluda sõna "järelvaatamine" muutmist. Järelvaatamine indikeerib kasutajale, et ta on juba maksnud millegi eest, et ta saab seda vaadata (nt televiisori pakettide puhul). Kuid Elisa Stage platvormil indikeerib see kasutajale võimalust, et on olemas sündmusi, mille eest ta saab maksta ja seda järgi vaadata.
- Kasutajatele teavituste saatmine tulevaste sündmuste kohta.
- Navigeerimine ühest teenusest teise Elisa Stage - Elisa Raamat - Elisa Elamus

7.2. Turundusalased soovitused

7.2.1. Eraldi Facebooki leht

- **Miks?**
 - Elisa Eesti Facebooki lehel on küll 102 000 jälgijat, kuid see ei tähenda, et nad

kõik on ka Elisa Stage'ist huvitatud. Kui sihtida liiga suurt hulka inimesi, pole võimalik keskenduda väiksemale hulgale, kes tegelikult sellest sisust huvitatud oleks ja nii jäävad tabamata ka need, kes potentsiaalset ES kasutajad on.

- Lisaks võib see, et Elisa Stage kajastatakse Elisa Eesti lehel, jätta inimestele mulje, et tegu on Elisa klientidele mõeldud platvormiga, kuigi tegelikult on see ligipääsetav kõigile.
 - Inimesed, kes ei ole Elisa kliendid, kuid on Elisa Stage platvormist huvitatud, ei pruugi Elisa Eesti FB lehte jälgima hakata, kuna seal on väga palju muud sisu, mis neid ei huvita.
 - Tihti juba eeldatakse, et igal teenusel on oma Facebooki leht, kuid kui FB otsingukasti “Elisa Stage” kirjutada, tuleb esimesena välja Elisa Eesti. Selle peale minnes ei paista Elisa Stage kuskilt kohe välja, vaid ainult Elisa Eesti feed'i scroll'ides.
 - Elisa Elustiili FB leht on lühikese ajaga kogunud 3000 jälgijat – seega usume, et see on tehtav ka Elisa Stage FB lehega.
- **Millist sisu seal lisaks üritustele jagada?**
 - Postitused Elisa Stage'il juba toimunud üritustest, mis kirjeldavad vaadatava sisu ning meelitaksid inimesi seda vaatama
 - Jälgijaid saaks meelitada erinevate mängude ja piletiloosidega (nt mõni kaasatav mäng “Kirjuta kommentaaridesse Eesti artist, keda tahaksid Elisa Stage'ilt vaadata ning märgi sõber, kellega koos elamust nautida”
 - Mida ja kuidas võimaldab Elisa Stage artistile / ettevõttele? Lühikirjeldus või -juhend, mis suunab elisastage.ee/ettevottele lehele (kui SEO korda saab) või CTA, et “Kirjuta contact@elisastage.ee või helista 5657 4302”

7.2.2. SEO parandamine

- hetkel ei tule Elisa Stage kuidagi muud moodi välja, kui ainult “elisa stage” googeldades (pm ainult läbi elisa.ee ja geenius.ee)
- Siinkohal tuleks mõelda märksõnadele, millega tahetakse otsingumootorites välja tulla
- Aitaks samuti juba nt googeldades “teatrietendused” teieni rohkem inimesi tuua ja kasvatada bränditeadlikust
- Kui guugeldada “elisa stage” on esimene vaste küll elisastage.ee, kuid selle sisu nii eesti kui inglise keeles.

elisastage.ee ▾

Elisa Stage

Elisa Stage. FOR THE AUDIENCE. FOR THE ARTIST · FOR BUSINESSES. From here, you are able to watch all the live concerts and past performances.

Olete külastanud seda lehte mitu korda. Viimane külastus: 21.03.21

Teater Jälgi oma lemmik kontserti, konverentsi või teatrietendust ...	For the artist Video streaming is safe, and it will be uploaded to this platform so ...
Anne lahkub Annelinnast Päris ehtne retro kogemus otse sinu kodust: ANNE LAHKUB ...	Korduvad küsimused Siit saad vaadata kõiki live kontserte ja toimunud esinemisi ...
Film Log in · Elisa Stage; >; Film ... Elisa originaalsarja „ÜLE NOATERA ...	Muusika Jazz.ee & Philly Joe's Live: Sofia Rubina & Holger Marjamaa. 05 ...

[Rohkem tulemusi elisastage.ee pealt »](#)

Guugeldades “Elisa Stage”, ei näe esimene vaste väga usaldusväärne välja

7.2.3. Koostöö *influencer*’itega

- Kasutatud Elisa Huubi puhul (nt @karinlarven), miks mitte ka Elisa Stage
- Otsida välja sisuloojad, kes on huvitatud teatrilavastustest ning paluda neil näiteks

story'des kajastada Elisa Stage'i kui vaba aja veetmise võimalust

7.2.4. *Cross-marketing* oma kanalites

- Teha ristturundust Elisa enda teenustes – näiteks kui keegi loeb Elisa Raamatu läbi teose, millel on Elisa Stage'il ka etendus, siis Elisa Raamatu äpp pärast raamatu lõpetamist soovitab lugejal Elisa Stage'i minna ja seda etendust vaadata.
- Elisa Stage'i poolt korraldatud *live* etendusel või üritusel osalenud külalistele pakkuda võimalust, sama üritust Elisa Stage'l tasuta uuesti vaadata. Inimesel tekib teadmine, et Elisa Stage on olemas ja saab platvormil tutvuda ka teiste pakutavate üritustega.

7.3. Sisukohased soovitused

- Lisada rohkem sisu komöödia žanrist, nt stand-up ja teatrietendused
- Rohkem populaarsete teatrite nagu Linnateater ja Draamateater etendusi ning võimalusel vanade etenduste järelvaatamist.
- Enesearendus on järjest kasvav trend, mis on Elisa Stage peal hetkel peaaegu täiesti katmata. Koolituste, seminaride ja konverentside live ülekanded ja järelvaatamine.
- Eesti artistide kontserdid
- Eraldi tooks välja investeerimise, mis muutub järjest populaarsemaks ja mille kohta tehakse ka väga palju erinevaid koolitusi, seminare ja festivale nt iga suvi toimuv investeerimis festival.
- Tulevikus e-mängude ülekanded ja live streaming

8. LISAD

LISA 1 Kasutatavuse (SUS) küsimused

1. Ma arvan, et sooviksin Elisa Stage platvormi sageli kasutada. *

2. Ma arvan, et Elisa Stage platvorm on liiga keeruline. *

3. Minu arvates oli, et Elisa Stage platvormi on lihtne kasutada. *

* Palun põhjenda oma valikut, kui Sa valisid ei nõustu üldse.

4. Ma arvan, et Elisa Stage platvormi kasutamiseks vajaksin tehnikateadliku inimese abi. *

5. Ma leian, et Elisa Stage platvormi erinevad funktsioonid toimivad koos hästi. *

* Palun põhjenda oma valikut, kui Sa valisid ei nõustu üldse.

6. Mulle jäi mulje, et Elisa Stage platvorm on ebaloogiliselt üles ehitatud. *

7. Ma usun, et enamik inimesi õpiksid kiiresti Elisa Stage platvormi kasutama. *

* Palun põhjenda oma valikut, kui Sa valisid ei nõustu üldse.

8. Ma leian, et Elisa Stage platvormi oli ebamugav kasutada. *

9. Ma tundsin end Elisa Stage platvormi kasutades enesekindlalt. *

10. Elisa Stage platvormi kasutamiseks pidin esmalt pikalt kohanema. *

LISA 2 Elisa Stage kasutaja küsimused

1. Sugu
2. Milline on Teie vanus
3. Milline on Teie kõrgeim lõpetatud haridustase?
4. Milline on Teie tööstaatus?
5. Milliste tegevustega sisustate oma vaba aja?
6. Milliseid vajadusi ja eesmärke täidab Elisa Stage sinu jaoks?
7. Mis üritusi oled Elisa Stage vahendusel vaadanud?
8. Kui tihti Elisa Stage'i sisu tarbid?
9. Milliseid sarnaseid teenuseid oled kasutanud?
10. Kas on mõni konkreetne etendus, koolitus, artist vms, mida sooviksid veebi vahendusel näha?
11. Kui tõenäoliselt soovitaksid Elisa Stage'i oma sõbrale või kolleegile?
12. Palun põhjenda oma eelmist vastust
13. Kas soovite veel midagi lisada?

LISA 3 Elisa Stage mittekasutaja (inimene tänavalt) küsimused


1. Vanus
2. Sugu
3. Millist tasulist kodumaist sisu oleksid valmis veebiplatvormilt vaatama?
 - a. Konsert
 - b. Teatrietendused
 - c. Interaktiivsed seminarid
 - d. Lastele suunatud sisu
 - e. Filmid ja filmifestivalid
 - f. Puudub huvi vaadata veebiplatvormidelt tasulist sisu
 - g. Muu (Palun täpsusta)
4. Palun täpsusta, millises muusikažanris kontserte oleksid valmis tasu eest veebiplatvormilt vaatama (nt popp, klassikaline, džäss jne...).
5. Palun täpsusta, millises žanris teatrietendusi oleksid valmis tasu eest veebiplatvormilt vaatama (näiteks komöödia, draama, stand-up, improteater jne).
6. Palun täpsusta, mis teemadel seminare oleksid valmis tasu eest veebiplatvormilt vaatama (näiteks tehnoloogia, kodundus, enesearendus jne).
7. Palun täpsusta, millist lastele suunatud sisu oleksid valmis tasu eest veebiplatvormilt vaatama (näiteks lasteetendused, teadusteatriid jne).
8. Palun täpsusta, milliseid filme ning filmifestivale oleksid valmis tasu eest veebiplatvormilt vaatama (näiteks PÖFF jne).

9. Kas oleksid huvitatud ka välismaisest sisust? Kui jah, siis millest?
10. Millised on konkreetsed artistid, etendused, koolitused vms, mida sooviksid veebi vahendusel näha?
11. Milliselt ekraanilt eelistad järgnevat sisu vaadata?
12. Kuidas eelistaksid kõige meelsamini vaadata kontserteid ja/või teatrietendusi?
13. Kas oled kunagi kuulnud Elisa Stage platvormist?
14. Kust kuulsid infot Elisa Stage platvormi kohta?

Lisa 4 Andmete põhjal loodud persoonad (1)

PROJECT: untitled PERSONA: Maria

NAME	TYPE
Maria	Artisan



Eesmärgid

- Anda välja oma raamat
- Hoida end maailmas, nii Eestis kui välismaal toimuvaga võimalikult kursis
- Leida aega sõpradele ja perele

Tsitaat

“Paneme sõpradega kuskil paar-kolm korda aastas omale pidulikud riided selga ja lähme teatrisse – nüüd, kus see enam võimalik ei ole, jõudis meieni Elisa Stage’i etenduste vaatamise võimalus. See pole küll sama, mis teatrisseminek, kuid annab meile võimaluse oma traditsiooni jätkata!”

Demograafia

Female 25 years

Tartu

Single

Ajakirjanik

Kõrgharidus

Motivatsioon Elisa Stage'i kasutada

- meelelahutuslikul eesmärgil
- võimalus koduslahkumata kultuurist osa saada
- perega aja veetmine
- annab võimaluse vaadata etendusi, millele muidu piletit ei saa
- kuna ta sõbrad on muusikahuvilised ja tegelevad oma bändiga, sai ta elada kaasa ka Noortebänd 2020 finaalile

Mured

- platvormil võiks rohkem sisu olla
- ei ole veel olnud mingit agetat Eesti artisti, näiteks NOEP, Reket, Nublu, Liis Lemsalu, kes noorematele peale läheks. Oleks tore koos sõpradega mõni õhtu kontserdit jälgida ja kokteile nautida!
- kuna etendusi tuleb vaadata arvutiekraanilt, on selle kohta veidi kallis pilet

Kasutatavad seadmed

Apple, Windows

Brauserid

Chrome, Safari


Kasutatavad kanalid

Instagram, Facebook, TikTok, Netflix, Spotify, Snapchat, YouTube, LinkedIn, Pinterest, Twitter, Twitch

UXPRESSIA
This map was built in uxpressia.com

Lisa 4 Andmete põhjal loodud persoonad (2)

Martin



Kes palju teeb, see palju jõuab

Age: 40
Work: Tech
Family: Suhtes.
Location: Tallinn
Character: Arendaja

Personality

Introvert	Extrovert
Thinking	Feeling
Sensing	Intuition
Judging	Perceiving

Sõbralik **Nutikas** **Töökas** **Sportlik**

Goals

- Lastega rohkem tegeleda
- Lugeda 15 raamatut aastas
- Reisisa vähemalt 3 riiki

Frustrations

- Covid
- Koristamine
- Söögitegemine

Bio

Martin on arendaja. Talle meeldib sporti teha ja lastega tegeleda. Tihti käib ta perega looduses ja võimalusel loeb midagi huvitavat. Lisaks on tal väga suur sõprusringkond kellega ta nädalavahetusesti lauamänge mängib ja vaba aega koos veedab. Paar korda aastas külastab teatrit, mõnda kultuuriüritust ja muusika kontserti. Perega käivad nad tihti reisisimas erinevates huvitavates paikades ja tutvuvad kohaliku kultuuriga.

Hobid

Sport
Lugemine
Reisimine
Lauamängud

Brands & Influencers

elisa Aripaev Delfi

Milliseid Elisa stage sarnaseid teenuseid kasutad

Youtube
Jupiter
Netflix

Sotsiaalmeedia

- LinkedIn
- Facebook
- Instagram

KASUTATUD ALLIKAD

Albert, W., & Tullis, T. (2013). *Measuring the user experience: collecting, analyzing, and presenting usability metrics*. Newnes.

Forwardspace. (2018, jaanuar). *Mis on UI/UX ehk kasutajaliides ja kasutajakogemus?* Loetud 16.05.2021 aadressilt www.forwardspace.ee/kasutajakogemus-ja-kasutajaliides/

Nielsen, J. (2020, 15. november). *10 Usability Heuristics for User Interface Design*. Nielsen Norman Group. www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/

Teenusdisain.info. (kuupäev puudub). *Persoona ehk tüüpilise kliendi portree*. Loetud 26.04.2021 aadressilt <https://teenusedisain.info/uued-meetodid/probleemi-tapsustamine-ja-eesmarkide-pustitamine/persoona-ehk-tuupilise-kliendi-portree/>

UsabilityHub. (kuupäev puudub). *Five second tests*. Loetud 26.04.2021 aadressilt <https://usabilityhub.com/product/five-second-tests>