

Testplan McRace Game

Wat wordt er getest

Prototype interactieve advertentie.

Prototype McDonald's app interface + Game in app interface.

Game kaarten + animatie van de kaart

Bestelzuil designs

Logo designs

Wie test het

Studenten zonder creatieve achtergrond.

Hoe wordt het prototype interactieve advertentie getest

Prototype interactieve advertentie

Introductie

Dit is een tijdelijke campagne van McDonald's in samenwerking met F1. Bij deze samenwerking introduceren we een mobiele spel voor de klanten. Dit is de interface waar de gebruiker kan navigeren voordat diegene het spel speelt.

Testmethode

Usability test

- Voldoet het product aan de wensen / behoeftes van mijn gebruiker?
- Is het duidelijk wat mijn product kan doen?
- Is de navigatie vanzelfsprekend?
- Zijn belangrijke features te vinden?
- Hoe moeilijk/eenvoudig is het om dit product te gebruiken?

Afronding

- Wil je nog iets kwijt?
- Als je iets mocht toevoegen/weglaten?

Resultaat

Testpersoon 1:

- 'Ik heb meer op de tekst animatie gelet'
- Voorkeur van animatie van links naar rechts.
- Zag dat je iets kon downloaden.
- Rood scherm
- Design was mooi

Testpersoon 2:

- Ik zie dat het om een advertentie gaat
- Ik zag gelijk dat het om een reclame gaat
- Ik zie de kleuren rood blauw
- Zie de Mc logo en iets met Redbull
- Iets van een Coureur of een wagen zag ik ook

Conclusie

De interface lijkt effectief te zijn in het communiceren van de campagneboodschap en trekt de aandacht van gebruikers door middel van duidelijke visuele elementen. Enkele verbeterpunten zijn het onderzoeken van de animatievoorkeur van testpersoon 1 en het verhelderen van eventuele verwarring rond het rode scherm. Over het algemeen werd het design positief gewaardeerd door beide testpersonen.

Hoe wordt het prototype McDonald's app interface + Game in app interface getest

Introductie

Dit is een tijdelijke campagne van McDonald's in samenwerking met F1. Bij deze samenwerking introduceren we een mobiele spel voor de klanten.

Testmethode

5-seconden test

- Test de indruk die iemand heeft bij een product
- Focus op attitude: de houding die iemand heeft tov van dit product

Afronding

- Wat vind je ervan?
- Wat viel het meeste op?

Resultaat

Testpersoon 1:

- Geeft stijl van de McApp.
- De overgangen gaan goed.
- De kleuren geven gelijk MC
- App design geeft gelijk vibe van de originele McDonalds App.
- **Tip:** Legacy teams. Icons. Oude F1 wagens.

Testpersoon 2: :

- Uit team. Rechtsboven het rechtsonder.
- Rest is wel duidelijk.
- Verkeerd klikt bij teams gelijk naar begin.

Conclusie

Uit de 5-seconden tests blijkt dat beide testpersonen positieve indrukken hebben van de McDonald's app interface en het spel binnen de app. Testpersoon 1 waardeert de stijl van de app, de overgangen en het gebruik van kleuren die de McDonald's vibe weergeven. Een suggestie van Testpersoon 1 is het toevoegen van legacy teams, iconen en oude F1-wagens. Testpersoon 2 vindt het meeste duidelijk, maar merkte op dat er een probleem was met het klikken op teams, wat tot verwarring leidde. Over het algemeen lijkt het ontwerp van de app positief ontvangen te worden, maar er zijn enkele verbeterpunten, met name met betrekking tot navigatie.

Hoe worden de kaarten + animatie getest

Introductie

Dit is een tijdelijke campagne van McDonald's in samenwerking met F1. Bij deze samenwerking introduceren we een mobiele spel voor de klanten. In dit spel kan je racen in verschillende teams. Elk team ontgrendel je door digitale kaarten te verzamelen in McDonald's.

Testmethode

5-seconden test

- Test de indruk die iemand heeft bij een product
- Focus op attitude: de houding die iemand heeft tov van dit product

(concept) AB-test

- Welke spreekt je het meest aan?

Afronding

- Wat vind je ervan?
- Wat viel het meeste op?

Resultaat

Testpersoon 1:

- Tweede design wordt meer aangesproken.
- Kleuren passen beter. Logo ook passen en nummer.
- Eerst wordt geblende.
- Tweede springt er meer uit. Tweede is veel duidelijker.
- Stijl van de tweede is beter. De eerste is basic. De waze is ook wat meer pakkender.
- Keuze gaat naar 1 omdat de kaart als het ware naar voren getrokken/ het zweeft.
- **Tip:** Handtekening toevoegen.

Testpersoon 2:

- Fonts in de kleur van de achtergrond is mooi. De mooie blauwe kleur in cijfers.

Kaart animatie:

- Kaart. Het wordt uitvergroot. Het geeft een ruimtelijke/ openlijke gevoel. Die andere geeft een gevoel dat je naar een andere pagina geleidt.

Testpersoon 3:

- Het eerste design van de eerst beste
- De tweede is drukker. Het zwarte trekt geen aandacht.

Kaartcollecte:

- Het gevoel op het zelf blijven van de pagina. Denken dat je niet op een andere plek wordt beland.
- **Tip: Biografie. Iets meer informatie. Hoeveel hij heeft gewonnen.**

Conclusie

Uit de tests blijkt dat de kaartanimatie in het tweede design over het algemeen meer wordt gewaardeerd vanwege de heldere kleuren en het opvallende ontwerp. Testpersoon 1 benadrukt echter dat de zwevende kaart van het eerste design aantrekkelijk is en stelt voor om een handtekening toe te voegen. Testpersoon 2 waardeert de ruimtelijke indruk van de uitvergrote kaart in het tweede design, terwijl Testpersoon 3 de eenvoud van het eerste design prefereert. Verbeterpunten zijn onder meer het toevoegen van biografische informatie en meer details over de kaarten.

Hoe wordt de bestelzuil getest

Introductie

Dit is een tijdelijke campagne van McDonald's in samenwerking met F1. Bij deze samenwerking introduceren we een mobiele spel voor de klanten. Via de bestelzuil wordt dit gepromoot.

Testmethode

5-seconde test

- Weet je meteen wat dit is?
 - o Hierna mogen de testpersonen iets langer kijken.

AB-test

- Welke spreekt je het meest aan?

Resultaten Testpersoon 1 & 2

Testpersoon 1 :

- 5-seconde test, Ik zag dat dit een reclame is voor de McDonalds, iets met Formule1. Donkere en lichte kleuren zag ik snel. Als ik hierna langer mocht kijken zag ik dat dit voor de bestelpaal was.
- A-B test, Verschil dat ik zie is achtergrond afbeelding en kleuren en positionering van de kaarten en de reclame voor de race waar bijvoorbeeld hand met de telefoon staat.
 - o Welke mij het meest aanspraken waren de donkere achtergronden omdat dit beter leesbaar is. Verder vond ik bij het eerste design de hand aan de rechterkant duidelijker.

Testpersoon 2 :

- 5-seconde test, Ik dacht dat dit een reclames waren voor McDonalds en iet met F1. Toen ik langer mocht kijken zag ik ook dat dit voor op de bestelpaal was door het bekende McDonalds menu onderin.
- A-B test, Ik vind de Donkere kleuren voor de achtergronden van de designs mooier en ik vind de rustigere achtergronden ook duidelijker. Mooi combinatie qua kleuren waardoor het duidelijke leesbaar is en ook duidelijk wat je wilt laten zien op de reclame voor de bestelpaal
 - o Mij spreken de donkere rustigere achtergronden het meeste aan en de positionering van het eerste design dus de hand rechts.

Testmethode Testpersoon 3 & 4

5-seconde test

- Wat viel je het meeste op

AB-test

- Welke spreekt je het meest aan?

Zou je nog iets willen toevoegen?

Resultaten Testpersoon 3 & 4

Testpersoon 3 :

- 5-seconde test, Ik zag meteen dat dit met Formule 1 te maken had en met McDonalds. Bij de eerste designs viel me de telefoon op met de app daarop. Ook de kleuren vielen me op dat de achtergrond veranderde van kleur en afbeelding. Bij de 2^e designs vielen de kaarten meteen op en weer de kleuren en de achtergronden.
- A-B test, De lichte designs vond ik mooier bij beide bestelzuilen omdat dit voor mij duidelijker over kwam wat de achtergrond is. Bij de telefoon vond ik het mooier als hij recht stond in plaats van links. Ik vond de bestelzuil met de kaarten leuker omdat die meer opvielen.
- Ik heb niks meer om toe te voegen.

Testpersoon 4 :

- 5-seconde test, de kleuren vielen me op en de positionering van de hand bij de reclame voor de app. Ik zag een QR-Code en het bekende McDonalds design onderaan de bestelzuil. Bij de 2^e designs vielen me overduidelijk de kaarten op en gelijk weer de kleurencombinaties.
- A-B test, De lichte designs vind ik mooier omdat ik bij donker rood als snel denk aan Ferrari. Qua positionering vond ik die met de hand rechts mooier en duidelijker. Bij de 2^e designs vond ik de donkere varianten weer het mooiste omdat de kaarten er dan echt uitspringen. Tussen de thema's vond ik de designs met de kaarten leuker omdat je ziet wat je kan gaan sparen.

Afronding

- Wat vind je ervan?

Testpersoon1: Ziet er mooi uit en ik vond het eigenlijk binnen een korte tijd wel duidelijk wat ik te zien kreeg. Wat ik ermee kon doen vond ik iets lastiger te zien maar werd wel duidelijk toen je er wat meer context bij gaf.

Testpersoon2: Ik vond alle designs wel mooi. Zeker goed nagedacht over kleuren combinaties en over hoe je de dingen positioneert op je "reclame". Ik denk als je dit ziet in de McDonalds dat je er wel even naar gaat kijken omdat het zeker opvalt.

Testpersoon3: Ik vond alle designs die ik te zien kreeg wel mooi en toen je na het interview nog vertelde dat het gebaseerd was op de designs die F1 al heeft klopte alles beter.

Testpersoon4 : Ik vond alle designs ook weer leuk en ik vond dat je vooral bij de kaarten goed hebt nagedacht hoe je kort en snel de aandacht kan trekken.

Conclusie

Er zijn een aantal verschillende meningen over de besteluzilen maar over het algemee vielen ze wel op. Dit is natuurlijk erg belangrijk als je de reclame maar kort te zien krijgt. Qua designs zijn we verder gegaan met de donkere achtergrond met de rode gloed omdat dit volgens 2 van de 4 testpersonen het mooiste was en uiteindelijk ook volgens de docenten. Bij de positionering zijn we al snel de hand rechts gaan plaatsen omdat iedereen deze versie koos. Niemand had iets toe te voegen dus is deze test geslaagd.

Hoe wordt het logo getest

Introductie

Voor de tijdelijke campagne van McDonalds en F1 hebben we ook de logo's gecombineerd. Wij willen erachter komen welk logo het meest opvalt en welke het mooiste is.

(Het logo is later getest omdat we deze later af hadden.)

Testmethode

- A-B test
 - We laten je meerdere designs zien, welke vind je het mooiste?

Resultaten

Testpersoon 3 :

1^e dia (positionering f1 logo) : Het rechter logo.

2^e dia (op een zwarte achtergrond) : Het logo linksonder dus zonder glow.

3^e dia (op een witte achtergrond) : Het logo linksonder dus met de zwarteglow.

4^e dia (op een rode achtergrond) : Het logo rechtsboven vanwege de gele glow. Anders zie je het rood niet goed meer op de achtergrond.

Testpersoon 4 :

1^e dia (positionering f1 logo) : Het rechter logo.

2^e dia (op een zwarte achtergrond) : Het logo linksonder dus zonder de glow.

3^e dia (op een witte achtergrond) : Het logo rechtsboven dus zonder de glow.

4^e dia (op een rode achtergrond) : De onderste 2 logo's omdat het rood anders wegvalt tegen de achtergrond

Conclusie

We kwamen er achter dat het rechte logo met de gele McDonalds M en met het f1 logo zonder glow het vaakst gekozen is door de testpersonen. Ze zeiden allemaal dat dit logo op de meeste achtergronden het duidelijkste en het mooiste overkwam en daarom hebben wij gekozen om dit logo te gaan gebruiken.

