

ALİŞVERİŞ SİTELERİ ÜYELİK FORMLARINDA ETKİLEŞİM TASARIMI: HEPSİBURADA, IDEFIX VE GİTTİGİDİYOR ÖRNEĞİ

Zehra TAŞKIN*

Öz

İngilizce’de “interaction” olarak adlandırılan etkileşim sözcüğünü “birbirini karşılıklı olarak etkileme işi” olarak tanımlamak mümkündür. Her gün milyonlarca insan e-posta göndermekte, mp3 oynatıcılardan müzik dinleyebilmekte ve daha bunun gibi etkileşim gerektiren pek çok şeyi yapabilmektedirler. Tüm bu sayılanlar iyi bir mühendislik becerisi ile mümkün olabilse de “etkileşim tasarımı” bunları kullanılabilir, kullanışlı ve eğlenceli hale getirmektedir. Bu bağlamda etkileşim tasarımı terimini “insanların günlük ve iş yaşamlarını destekleyen etkileşimli ürünler sunmak” şeklinde tanımlamak olanaklıdır. Bu çalışma kapsamında sıklıkla kullanılan elektronik ticaret platformlarından olan Hepsiburada (www.hepsiburada.com), İdefix (www.idefix.com) ve Gittigidiyor (www.gittigidiyor.com) web sitelerinin üyelik formları etkileşim tasarımı öğelerini uygulayıp uygulamama açısından karşılaştırılacak ve sonuçları sunulacaktır.

Giriş

İngilizce’de “interaction” olarak adlandırılan etkileşim sözcüğü Türk Dil Kurumu Sözlüğü’nde (2010) “birbirini karşılıklı olarak etkileme işi” olarak tanımlanmıştır. Her gün milyonlarca insan e-posta göndermekte, telefonlarından kütüphane kataloglarına erişebilmekte, mp3 oynatıcıdan müzik dinleyebilmekte ve daha bunun gibi etkileşim gerektiren pek çok şeyi yapabilmektedir. Tüm bu sayılanlar iyi bir mühendislik becerisi ile mümkün olabilse bile “etkileşim tasarımı” bunları kullanılabilir, kullanışlı ve eğlenceli hale getirmektedir (Saffer, 2010).

Bu bağlamda bakıldığında etkileşim tasarımı terimini “İnsanların günlük ve iş yaşamlarını destekleyen etkileşimli ürünler tasarlamaktır” şeklinde tanımlamak mümkündür (Kriwaczek, 2009). Bir diğer tanımı ile etkileşim tasarımı; etkileşimli ürün ve hizmetler ile bu ürün ve hizmetlerden doğan kullanıcı etkileşiminin oluşturduğu yapı ve davranışları tanımlar (Malouf, 2009).

İyi bir etkileşim tasarımı aşağıdaki unsurları içermelidir;

* Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Araştırma Görevlisi (ztaskin@hacettepe.edu.tr)

- **Etik**; zararsız ve mevcut durumu geliştirmeye yönelik
- **Maksatlı**; insanlara amaçlarını gerçekleştirmelerinde yardımcı, kullanıcı bağlamına uygun
- **Faydacı**; iş hedeflerini başarıyla düzeyde
- **Zarif**; en kolay tam çözümü sağlayıcı nitelikte olmalıdır (Heller, 2005).

Etkileşim tasarım süreci dört temel faaliyeti kapsamaktadır. Bu faaliyetler;

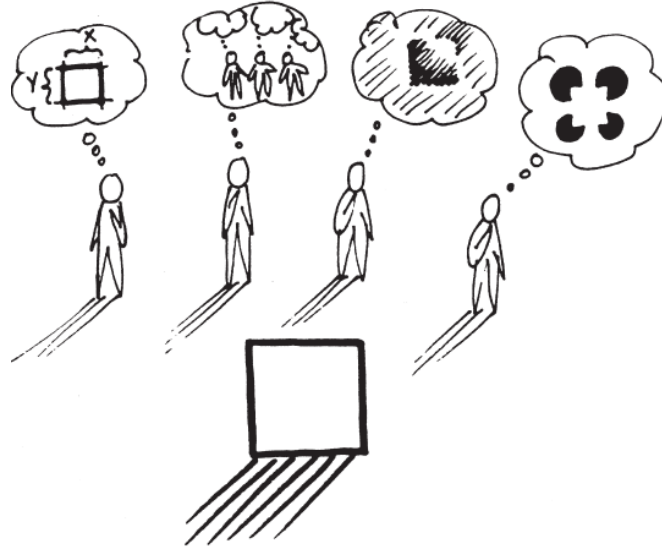
- İhtiyaçları tanımlamak ve gereksinimleri saptamak,
- Bu gereksinimleri karşılayabilecek alternatif tasarımlar geliştirmek,
- Bu tasarımların etkileşimli versiyonlarını inşa etmek,
- Süreç boyunca inşa edilen tasarımı değerlendirmek (Kriwaczek, 2009a) olarak tanımlanmıştır.

İnsanlar ve teknoloji arasındaki ilişkiyi makine merkezli ve insan merkezli olarak düşünmek olanaklıdır. Böyle düşünüldüğünde aşağıdaki tabloda (tablo 1) yer alan görüşler oluşmakta, bu da etkileşim tasarımının önemini ortaya çıkarmaktadır.

Tablo 1: İnsan-teknoloji ilişkisi - makine merkezli görüş (Kriwaczek, 2009b)

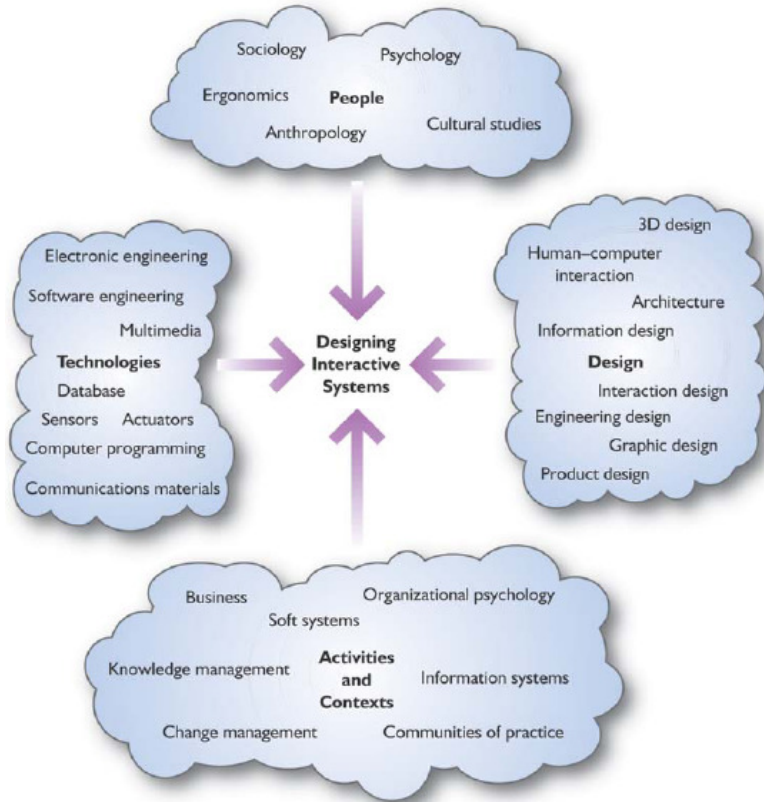
Makine merkezli görüş		İnsan merkezli görüş	
İnsanlar	Makine	İnsanlar	Makine
Anlaşılması güç	Kesin	Yaratıcı	Dilsiz
Düzensiz	Düzenli	Uysal	Katı
Duygusal	Duyguları yok	Değişime açık	Değişimlere karşı hassas
Mantıksız olabilir	Mantıklıdır	Becerikli	Yaratıcı değil
		Kapsama bağlı olarak esnek kararlar verebilen	Karar almada sınırlandırılmış

Tasarım her ne olursa olsun odak noktasında kullanıcılar yani insanlar olmalıdır. Bu nedenle de insanların ihtiyaç ve talepleri göz önüne alınarak yapılan tasarımlar kullanıcılar tarafından daha fazla talep görmekte ve kullanılmaktadırlar. Örneğin kare şeklinde bir objeye bakan 4 kişinin gördüğü şey birbirinden tamamen farklı olabilmekte, bu nedenle de etkileşim tasarımının bu 4 kullanıcıya da hitap edebilmesi gerekmektedir (bkz. Şekil 1).



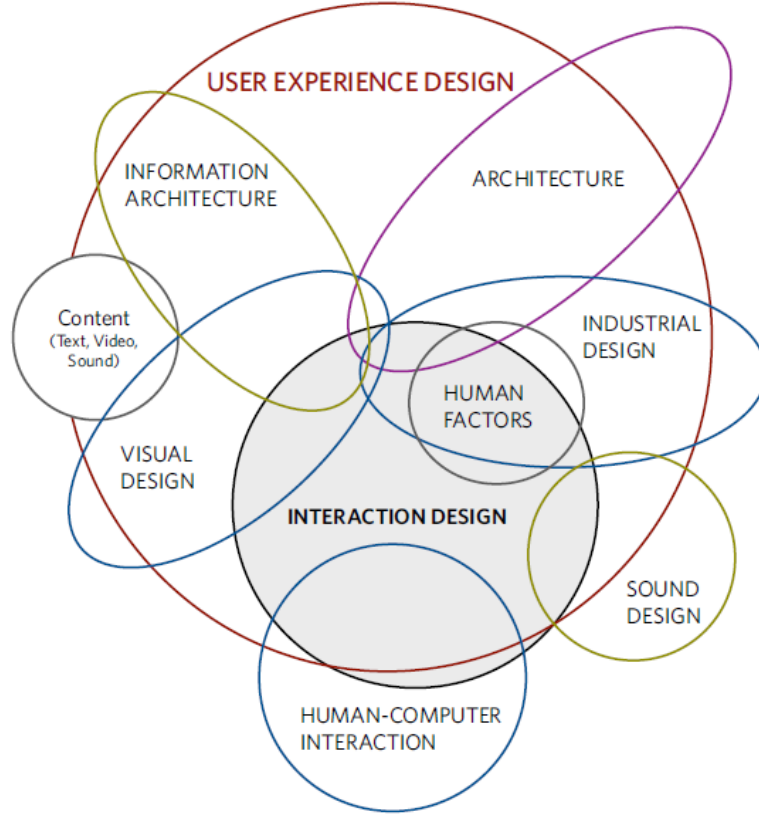
Şekil 1: (Kriwaczek, 2009b)

Etkileşimli bir sistem tasarımında insanlar, teknoloji, aktiviteler ve bağlam ile tasarım temel noktaları oluşturmaktadır. Bu denge sağlandığında iyi bir etkileşim tasarımı sağlanmış olacaktır (bkz. Şekil 2).



Şekil 2: Etkileşimli bir sistem tasarımında ilişkili noktalar (Kriwaczek, 2009b)

Bir disiplin olarak etkileşim tasarımı konusu etrafında yapılan çalışmalar 20 yıldan daha az süredir yapılmaktadır. Çok yeni bir konu olan etkileşim tasarımı; bilgi mimarisi, endüstriyel tasarım, görsel tasarım, kullanıcı deneyimi tasarımı gibi kardeş disiplinler ile birlikte tanımlanmaktadır. Şekil 3, bahse konu alanlar ile etkileşim tasarımı arasındaki ilişkiyi net bir şekilde ortaya koymaktadır (Saffer, 2010).



Şekil 3: Etkileşim tasarımı ile diğer disiplinlerin ilişkisi (Saffer, 2010)

Şekilden de görüldüğü üzere pek çok disiplin şemsiye bir disiplin olan kullanıcı “deneyimi tasarımı” altında yer almaktadır. Diğer tüm disiplinler birbiri ile etkili bir uyum içindedir.

Web’de Etkileşim Tasarımı

Daha önce de bahsedildiği gibi insan psikolojisi kişiden kişiye farklılık göstermekte ve bu nedenle de kullanıcıların talepleri birbirinden değişik olabilmektedir. Temel psikolojik çerçeveden bakıldığında bir kişinin bir web sayfasına girdiğinde vücudunun verdiği tepkiler aşağıda yer alan tabloda gösterilmektedir (bkz. Tablo 2).

Tablo 2: Psikolojik bağlamda bir web sitesi tasarımına verilen tepkiler (Verhoef, 2002)

	Hareket	Algı	Dil	Hafıza	Düşünme
	Etkin kullanıcı girdisi	Dikkati yöneltmek ve bilgiyi tanımlamak	Dilin açık kullanımı	Yardım, öğrenme ve hafıza	Düşünme
Boyut	Büyük butonlar	Boyutu algılar			
Biçim		Biçimi algılar			
Direnç		Parlaklık			
Doku		Renk			
Değişiklikler		Göz kırpma ve canlılık			
Numara	Düşük hareket	Hareketsiz sayfalar	Daha az kelime	Yanlış yapma ve unutma	Zihni yükleme
Uzaklık		Bilgi nerede?	Açık kelimeler	Yardım	Görünümselden kavramsala
Yapı		Tablolar	Cümleler	Tutarlılık ve standart yapı	Navigasyon

Amaç ve Yöntem

Bu çalışmanın temel amacı belli başlı Türk alışveriş siteleri üyelik formlarının etkileşim tasarımına uygun tasarlanıp tasarlanmadığının saptanmasıdır. Bu bağlamda Hepsiburada (<http://www.hepsiburada.com>), Idefix (<http://www.idefix.com>) ve Gittigidiyor (<http://www.gittigidiyor.com>) sitelerinin üyelik sistemleri web siteleri üzerinden etkileşim tasarımı açısından incelenecek ve karşılaştırılacaktır.

Bulgular

Hepsiburada

Hepsiburada alışveriş sitesi üyelik formu görüntüsü aşağıdaki gibidir (bkz. Şekil 4).



Sizi de Hepsiburada.com üyeleri arasında görmekten mutluluk duyacağız. Üye olmak için lütfen aşağıdaki formu doldurunuz.

Üyelik Bilgileri

İsim * :

Soyisim * :

E-Posta * :

Doğum Tarihi * :

Cinsiyet * : Kadın Erkek

İletişim Bilgileri

Ülke * :

Şehir * :

İlçe * :

Telefon No * :

Dahili No :

Cep Telefon :

Üyelik Şifresi

Mağazamızın güvenli bölgelerinde kullanacağınız bir şifre seçiniz. Şifreniz en az 5 karakter uzunluğunda olmalıdır. Lütfen şifrenizi kimseyle paylaşmayınız.

Şifre * :

Şifre Tekrar * :

Bizi Nereden Duydunuz ?

- Tanıklarımından
- Arama Motoru
- İnternet Siteleri
- Gazete ve Dergiler
- Televizyon
- Bilbord
- Radyo
- Diğer

Hepsiburada.com'a Katıl

- * (*) Doldurulması zorunlu alanlar.
- * Yukarıda belirttiğiniz tüm bilgiler kesinlikle gizli tutulacaktır.

Şekil 4: Hepsiburada alışveriş sitesi üyelik formu

Hepsiburada sitesinden alışveriş yapmak isteyen bir kullanıcıdan talep edilen ve girilmesi zorunlu bilgiler;

- İsim,
- Soyisim,
- E-Posta
- Doğum tarihi
- Cinsiyet
- Ülke, şehir, ilçe bilgisi
- Ev telefonu numarası
- Ve üyelik şifresidir. Bu alanların doldurulması zorunlu alanlar olduğu kırmızı işaretler ve sayfa altında yer alan not ile açıklanmıştır.

Bu bilgilerin yanında doldurulması zorunlu olmayan ancak bilgi alınabilen alanlar;

- Dâhili numara bilgisi
- Cep telefonu bilgisi
- Ve sitenin nereden duyulduğuna dair alanlardır.

Formun altında bu bilgilerin kesinlikle gizli tutulacağına ilişkin not yer almaktadır. “Hepsiburada.com’a katıl” butonu tıkladığında, doldurulması gereken alanlar dolduruldu ise üyeliğin gerçekleştirildiği bilgisi ile duyuru e-postaları hakkında bilgilendirme maili istenip istenmediği ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Tavsiye mektubu göndermek isteyenler için alanlar yine bu ekran üzerinde bulunmaktadır. Devam edildiğine anket sayfasına ulaşılmaktadır. Anket sayfasının en altında ise yalnızca “Kaydet” butonu bulunmaktadır. Üyelik işlemleri bu şekilde gerçekleştirilebilmektedir.

Doldurulması gereken alanlardan herhangi biri boş bırakıldığında sistem hata vermekte, ancak daha önce girilen bilgilerden yalnızca şifre bilgisi silinmektedir. Diğer bilgiler girildiği gibi korunmaktadır.

Şehir seçildiğinde, ilçe açılır kutusunda yalnızca seçilen şehrin ilçeleri yer almakta, telefon alan kodu da otomatik olarak düzenlenmektedir.

Üye olma sayfasında link gibi görünen ancak link olmayan alanlar göze çarpmaktadır. Her bir soruya ait etiketin görünümü bir internet bağlantısını anımsatmaktadır.

IDEFIX

Idefix alışveriş sitesi anasayfasına girildiğinde henüz üye girişi yapılmamışken sayfa üstünde “sipariş takibi” ve “üyelik bilgilerim” bağlantıları göze çarpmaktadır. Bu bağlantılar tıklatıldığında pop-up ekranı açılmakta ve bu ekranda kendinizi tanıtmayı istenmektedir. Bu ekranda üye olmak isteyenler için de bir bağlantı yer almaktadır.

Anasayfanın solunda üye girişi ve “üye olmak istiyorum” bağlantıları bulunmaktadır. “Üye olmak istiyorum” sayfası aşağıda gösterilmektedir (bkz. Şekil 5).

idefix üyesi olmak için aşağıdaki formu doldurmanız yeterli...

Adınız

Soyadınız

E-posta adresiniz

E-posta adresiniz (tekrar)

Siparişlerinizin takibini sağlayacak e-postalarımızın, size vaktinde ulaşması açısından hotmail ve yahoo adresi kullanmamanız yararlı olacaktır.

Seçtiğiniz şifre (en az 4, en fazla 10 karakter)

Seçtiğiniz şifre (tekrar)

Kampanya kodu

Kişisel Bilgiler
idefix'i sizlerin istek ve yönelimleri doğrultusunda geliştirebilmek amacındayız. Onun için sizleri daha iyi tanımak üzere, aşağıdaki soruları hazırladık...
Üyelik için bu soruları yanıtlamak zorunda değilsiniz. Ama bu işe 15 saniyenizi ayırırsanız müteşekkirciniz.

Cinsiyetiniz:	<input type="radio"/> Erkek <input type="radio"/> Kadın
Doğum tarihiniz:	-- ▾ --- ▾ 19 <input type="text"/>
Öğrenim durumunuz:	--- Lütfen boş bırakmayınız --- ▾
Üniversiteniz :	--- Lütfen boş bırakmayınız --- ▾
Mesleğiniz:	--- Lütfen boş bırakmayınız --- ▾
Bulduğunuz ülke:	--- Lütfen boş bırakmayınız --- ▾
Bulduğunuz şehir (Türkiye için):	--- Lütfen boş bırakmayınız --- ▾
Daha önce internette alışveriş yaptınız mı?:	<input type="radio"/> Evet <input type="radio"/> Hayır
idefix'e nasıl ulaştınız?	--- Lütfen boş bırakmayınız --- ▾
Aylık Geliriniz :	--- Lütfen boş bırakmayınız --- ▾
Medeni Haliniz :	--- Lütfen boş bırakmayınız --- ▾
Çocuğunuz var mı?	--- Lütfen boş bırakmayınız --- ▾

Şekil 5: IDEFIX alışveriş sitesi üyelik formu

IDEFIX alışveriş sitesine üye olmak için doldurulması zorunlu alanlar isim, soyisim, e-posta adresi ve e-posta adresi doğrulama bilgisi, şifre ve şifre doğrulama bilgisidir. Bunların yanında kampanya kodu ve kişisel bilgiler doldurulması zorunlu olmayan alanları oluşturmaktadır. Ancak alanların üzerine doldurulması zorunlu alan olup olmadığına dair bilgiler yer almamaktadır. İkinci kısımda “üyelik için bu kısmı doldurmanız gerekmemektedir” ve ilk kısımda “üyelik için bu formu doldurmanız yeterli” yazsa da kampanya kodu kısmı yazılmadan da üyelik gerçekleştirilebilmektedir.

Kampanya kodu teriminin ne anlama geldiği ile ilgili açıklayıcı bilgi form üzerinde yer almamaktadır.

Hepsiburada sitesinde doldurulması zorunlu alanlardan olan cinsiyet, doğum tarihi ve adres bilgileri burada doldurulması zorunlu olmayan alanlardan gösterilmektedir. Telefon numarası bilgisi ise talep edilmemektedir.

İsim, e-posta ya da şifre bilgisi girilmediğinde pop-up ekranı açılmakta ve kullanıcı uyarılmaktadır. Internet Explorer’da gerekli alanlar doldurulmadan üyelik gerçekleştirilemezken, Opera tarayıcısında ekrana gelen “bu sayfada betikleri bir daha gösterme” seçeneği işaretlendiğinde

kayıt kabul edilmekte ve üyelik onaylanmaktadır. Bu alan işaretlendiğinde eksik bilgilerde sistem uyarı vermemektedir. Sistemin diğer tarayıcılarda görüntülenme ile ilgili problemleri göze çarpmaktadır.

Form doldurulduğunda herhangi bir aktivasyon gerektirmeksizin üyelik gerçekleştirilebilmektedir.

GittiGidiyor

Gittigidiyor sayfası üye formu şekil 6'da gösterilmektedir.

Hala üye değil misiniz?

Kullanıcı adı seçiniz (Türkçe karakter ve boşluk kullanmayınız!)

Email adresiniz

Email adresiniz
(Tekrar)

Şifreniz
(Min. 6 hane)

Şifreniz
(Tekrar)

Adınız

Soyadınız

Doğum Tarihiniz / /
(Şifrenizi unuttuğunuzda, doğum tarihiniz sorulacaktır!)

Cinsiyetiniz Kadın Erkek

Şehir

Cep telefonu +90

ÜCRETSİZ KAYIT OLUN

Şekil 6: Gittigidiyor alışveriş sitesi üyelik formu

Üyelik formunda doldurulması zorunlu alanlar IDEFIX'de olduğu gibi belirtilmemiştir. İsim, soyad, şehir, kullanıcı adı ya da cep telefonu bilgisi yazılmadan kayıt butonu tıklandığında pop-up ile kullanıcı uyarılmakta ve daha önce girilmiş veriler yok olmamaktadır. Doğum tarihi yazılmadan kayıt butonuna basıldığında ise sayfa yenilenmekte, yalnızca şifre bilgileri yok olmaktadır.

Kullanıcı adı seçiminde eğer bu kullanıcı kaydı başka bir kullanıcı tarafından kullanılıyor ise sistem kullanıcıdan başka bir kullanıcı adı seçmesini istemektedir.

Hepsiburada sitesine benzer olarak telefon numarası talep eden Gittigidiyor, numara olarak cep telefonu bilgisi gerektirmektedir. Cep telefonu kodu ile başlamayan numaralar ise sistem tarafından kabul edilmemektedir.

Üyelik formu tamamlandı form gönderildiğinde aktivasyon maili gönderilmekte ve bu mail sonrasında üyelik aktif bir şekilde kullanıma açılmaktadır. Mailin önemsiz postalara gitmesi durumuna karşın gerekli uyarılar sonuç sayfasında yapılmaktadır.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu çalışma kapsamında 3 büyük Türk alışveriş sitesi üyelik formlarının yapısı ve etkileşim tasarımına uyumu yönünden karşılaştırılmış, bulgular sunulmuştur.

Hepsiburada, İdefix ve GittiGidiyor sitelerinin her üçünün de sahip olduğu basit ve kısa formlar kullanıcıların kolaylıkla üyelik gerçekleştirmelerine olanak sağlamaktadır. En fazla detaylı bilgi talep eden sistemi Hepsiburada kullanırken, kullanıcı etkileşimini sağlayarak uzunluğu telafi edebilmektedir.

Formlara yazılan bilgiler kayıt butonuna basılması ile her üç sitede de kaybolmamakta, bu sayede veriler korunarak kullanıcının siteyi terk etme riski azaltılmaktadır.

Her üç site de kullanıcı banka bilgileri ile ilgili herhangi bir soru yöneltmemekte, bu sayede kullanıcıların rahat olması sağlanmaktadır.

Doldurulması zorunlu alanlar IDEFIX ve GittiGidiyor sistemlerinde tam olarak belirtilmemekle beraber, IDEFIX sitesinde ayrıca etiketlerin anlamları ile ilgili de problemler göze çarpmaktadır. “Kullanıcı kodu”nun ne anlama geldiğini bilmeyen bir kullanıcı için zorlayıcı bir seçenek gibi görünebilir. Hepsiburada sitesinde ise doldurulması zorunlu alanlar işaretler ile belirlenmiştir.

Hepsiburada sitesinin üyelikte ev telefonunu zorunlu alanlardan biri olarak işaretlemesi evinde telefon olmayan, ya da telefon numarasını vermek istemeyen kullanıcılar için zorlayıcı bir etmen olarak göze çarpmaktadır. Aynı şekilde GittiGidiyor sitesi de cep telefonu bilgisi istemektedir. Elektronik ortamda alışveriş yapan bir kullanıcı telefon numarasını paylaşmak istemeyebilir. Böyle durumlarda bu durum sıkıntı yaratacaktır. IDEFIX sisteminde ise telefon bilgisi talep edilmemektedir.

Her üç sitede de herhangi bir üyelik sözleşmesi bulunmamaktadır. Bu da yasal problemleri beraberinde getirebilecek önemli bir eksiklik olarak görünmektedir.

IDEFIX sisteminin diğer tarayıcılar ile görüntülenmede ciddi problemleri bulunmaktadır. Pek çok alanı boş bırakan bir kullanıcı Opera web tarayıcı ile üyelik gerçekleştirebilmektedir. Diğer sistemlerde bu probleme rastlanmamıştır.

Yine IDEFIX sisteminde anasayfada yeni üye kaydı bilgisinin göz önünde yer almaması kullanıcıların anasayfada zaman kaybetmesine, hatta bu nedenle siteyi terk etmesine neden olacaktır. Bu nedenle de yeni üye kaydı ile ilgili bağlantının sayfanın dikkat çeken bir yerinde bulunması gerekmektedir.

Hepsiburada sisteminde kayıttan sonra beliren anketin altında “anketi cevaplamak istemiyorum” gibi bir bağlantı olmadığından kullanıcıları diğer bağlantılara yönlendirmektedir. Anketi cevaplamak istemeyen kullanıcılar için bir seçenek yaratılması gerekmektedir.

Tüm bu sonuçlardan hareketle her üç alışveriş sitesinin de artı ve eksileri olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Ancak etkileşim tasarımının uygulanması açısından düşünüldüğünde Hepsiburada'nın biraz daha önde geldiği görülmektedir. Kullanıcılar ile etkileşim kurulması alışveriş sitelerinin geleceği açısından önemlidir. Çünkü kullanıcı kendini rahat hissetmediği, diğer bir deyişle etkileşimli bir şekilde çalışmadığı bir sistemden alışveriş yapma konusunda çekinceler yaşayabilir. Kullanıcı tarafında güveni sağlamak önemlidir ve bu güveni sağlamak için de sistemin o kullanıcı için yaratıldığının hissettirilmesi gerekmektedir.

Kaynakça

Heller, D. (2005). Interaction Design: a history. IDSA National Conference, 27 Ağustos 2005.

29 Mayıs 2010 tarihinde <http://www.slideshare.net/dmalouf/history-of-interaction-design> adresinden erişildi.

Kriwaczek, F. (2009a). What is Interaction Design. 30 Mayıs 2010 tarihinde

<http://www.doc.ic.ac.uk/~frk/frank/da/hci/What%20is%20Interaction%20Design.pdf> adresinden erişildi.

Kriwaczek, F. (2009b). Interaction Design or Human Computer Interaction. 30 Mayıs 2010

tarihinde <http://www.doc.ic.ac.uk/~frk/frank/da/hci/Introduction%20to%20HCI.pdf> adresinden erişildi.

Malouf, D. (2009). Introduction to Interaction Design. Interaction 09, Vancouver. 29 Mayıs

2010 tarihinde <http://www.slideshare.net/dmalouf/interaction-09-introduction-to-interaction-design> adresinden erişildi.

Saffer, D. (2010). Designing for Interaction: creating innovative applications and devices.

Berkeley: New Riders. 25 Mayıs 2010 tarihinde

http://www.designingforinteraction.com/designingforinteraction2_sample.pdf
adresinden erişildi.

Türk Dil Kurumu Sözlüğü. (2010). Etkileşim. Türk Dil Kurumu. 25 Mayıs 2010 tarihinde <http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=verilst&kelime=etkile%FEim&ayn=tam> adresinden erişildi.

Verhoef, L. (2002). Interaction Design and Psychology. 29 Mayıs 2010 tarihinde <http://www.slideshare.net/ferrydd/2002-02-interaction-design-and-psychology-ferry-den-dopper> adresinden erişildi.