

webbingerne.no

Brukaropplevingar: Kva og korleis?

For å lukkast må du tenke strategi, innhald,
brukarvennlegheit OG design

webbingerne.no

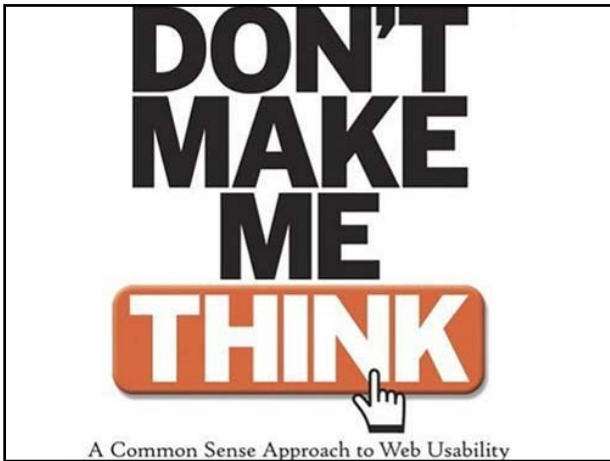
Jakta på skillingsbollane

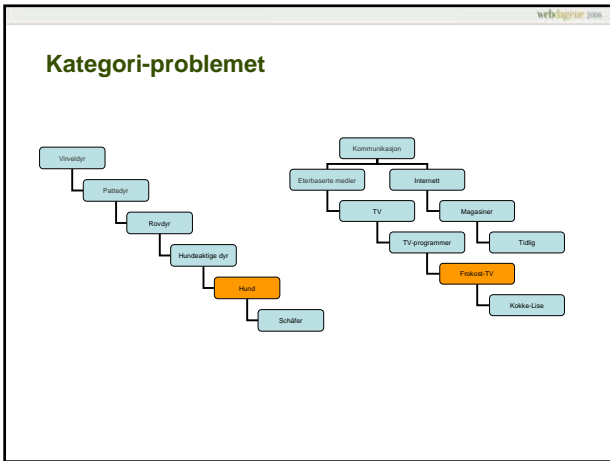


webbingerne.no

Scenario

- Finne og skrive ut Kokke-Lise sin oppskrift på skillingsboller
- Lage eit bokmerke på NRK sine oppskrifter
- Triggerord:
 - » skillingsboller
 - » oppskrift
 - » mat
 - » frokost-tv
 - » kokke-lise
- Dette burde vel gå greit?





Meir om Basic Level Categories

- <http://www.poorbuthappy.com/ease/archives/2003/11/20/1944/basic-level-categories>
- <http://www.wisegeek.com/what-is-a-basic-level-category.htm>
- <http://www.amazon.co.uk/Women-Fire-Dangerous-Things-Categories/dp/0226468046/>

George Lakoff
**Women,
 Fire, and
 Dangerous
 Things**
*What Categories Reveal
 about the Mind*

Brukaropplevinga er det som teller

- Sluttbrukeren sin subjektive totaloppleving
- På tvers av kanaler

Elementa i gode brukaropplevingar



Meir om "Morville-modellen"

- <http://semanticstudios.com/publications/semantics/000029.php>
- <http://www.digi.no/php/art.php?id=275406>

webloggen 2008

Brukarvennleg – for kven?

Myter om brukervennlighet

- Maks tre klikk til alt
- Sju elementer i menyen
- Unngå scrolling

▪ Mykje funksjonalitet

▪ Ser fint ut

Gjør Linux brukervennlig


Med auto-oppdateringer og office-pakke, lansert i dag.

Jan ThoreSEN
 Mandag 08.11.2004, 14:44
 lesning 13:00

Er det mulig å kvitte seg med Windows? [Se med i debatten!](#)

(Dagbladet.no): Linux har hatt et nytt steg mot å bli et reelt alternativ til verdens største operativsystem, Windows. Dataelskapet Novell har lenge rådet med Linux. Fokus har så på skole- og server- og spesielt næringslivet.

SKAL TA WINDOWS Novell har gjort Linux brukervennlig og lanserte i dag operativsystem med office-pakke for 50 dollar per bruker. Foto fra [Linux.com](#)




webloggen 2008

Definisjonar av brukskvalitet

Eit system skal være

- » **lett å lære**,
- » **effektivt**,
- » **lett å huske**,
- » **håndtere feil** på ein god måte
- » og være **behagelig** å bruke

<http://www.useit.com/alertbox/20030825.html>




webloggen 2008

Kordan sikre brukervennlighet?

- Involver brukarar og brukarkrav i utviklingsprosessen
- Tilpass innhold og teknologi til brukarane, ikkje omvendt
- Gjer løysninga oppgåvefokusert
- Følgje utbredte retningslinjer

- Iterativ utvikling
- Brukertest



Perfekt brukervennlighet hjelper ikkje...

- ... hvis ingen har bruk for tenesta

useful
nyttig

Takk for støtten til ditt lokale idrettslag!

Toalett papiret er levert på ca. 1 uke

Norsk Idretts hjelp AS

Bestill

Deretter er Internetthestilling forbeholdt kunder i Oslo og Akershus.

EMOTIONAL DESIGN

Why we love (or hate) everyday things

I will accept poor usability if I get what I need, if the total experience is great. I will reject perfect usability if I am not rewarded with a useful, engaging experience." - Donald Norman

desirable
tilstande



Oslo kommune

Akutt legehjelp: 20.12.2008

Akutt legehjelp i Oslo
SLIK FÅR DU HJELP VED SYKDOM OG ULYKKE:

Ring 113
Når du er syk eller har et ulykke.

Ring fastlegen
Når sykdomen har vært lenge.

Ring 22 93 22 93 - Legevaktssentralen
Når sykdomen har vært lenge.

Legevakten i Storgata 40
Når sykdomen har vært lenge.

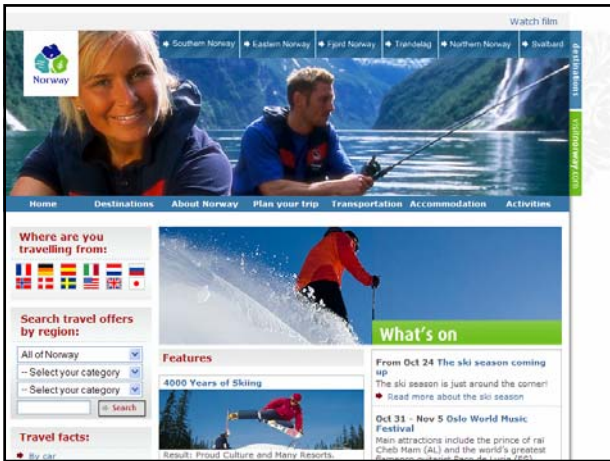
De lokale legevaktbasene på kveldene og i helgene.

Legevaktbase vest, Legevaktbase nord, Legevaktbase sørøst.

www.osloregionalt.no


Eit spørsmål om tillit

"If possible, avoid having ads on your site. If you must have ads, clearly distinguish the sponsored content from your own. Avoid pop-up ads, unless you don't mind annoying users and losing credibility."
<http://credibility.stanford.edu/guidelines>




Verdien som blir skapt er avgjerande

- Verdi for brukaren
 - » Nytteverdi
 - » Opplevelse
 - » Return on Experience
- Verdi for avsendar
 - » Inntjening
 - » Innsparing
 - » Return on Investment




Strategi vs brukermål



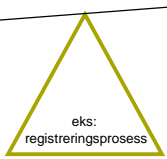
Strategi

- Informere om virksomheten
- Holde på brukeren
- Kvitte seg med lagervarer
- Høyest mulig pris
- Mest mulig kundeinformasjon



Brukermål

- Få svar på spørsmål
- Bruke minst mulig tid
- Finne en bestemt vare
- Lavest mulig pris
- Gi fra seg minst mulig informasjon



eks:
registreringsprosess

webblogger.no


Kordan skape gode brukeropplevingar?

Brukargrupper, oppgåver, personas og scenarier

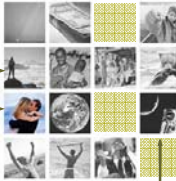
webblogger.no

Tre viktige spørsmål

1. Kven er brukarane?



2. Kva mål har dei?



3. Hvordan kan vi hjelpe dem å nå sine mål?

webblogger.no

1. Kven er brukargruppene?

- Målgrupper er på ingen måte tilstrekkelig utgangspunkt
- Vi må vite kven dei faktiske brukargruppene er
- Aller helst bør vi SNAKKE MED FOLK for å finne ut dette





?

webloggenr.no

2. Kva mål har dei?

Døme: NRK
Kva er oppskrifta på skillingsbollar?

Døme: Lånekassen
Når er fristen for å søke fast rente?

Døme: SFT
Kor mykje PCB-holdig rivningsmateriale er på avveie?

?

webloggenr.no

3. Korleis kan vi hjelpe brukarane å nå sine mål?

- På internett?
 - » Innhold
 - » Funksjonalitet
 - » Design og layout
- Og korleis skal nettet forholde seg til andre kanaler: brosjyrer, kampanjer, kundeservice?

?

webloggenr.no

Nokre metodar for å finne brukarar og mål

1. Workshop
2. Observasjon
3. Dybdeintervju
4. Fokusgruppe
5. Spørjeundersøking
6. Brukartest
7. Søkelogganalyse

1. Workshop

- Samle representantar frå organisasjonen som sit nær kundane (kundeservice, salg, etc)
- Liste opp og prioritere brukargrupper
- Liste opp og prioritere oppgåver
- Tidsbruk 0,5 – 1 dag

Foresatte/hjemlige (støppt på vegne av andre, spesiell interesse)		
Interessert/bestiller		
Foresatte/familier		
Forsikre og familie til aktive barn		Besteforeldre, onkler, søsken
Familie til aktive utøvere		
Forsikre/foresatte		Skal planlegge hvedagen/ferie, m.m.
Omgangskrets Slekt, venner, kolleger		Besteforeldre, søsken, vil følge med
Hjemliggjeter		Særlig fra mindre stader
Aktive utøvere og ledere		
Leider/Oppgjennom		lag vs ind
Utøver/Spiller		lag vs ind
Aktive utøvere på alle nivåer		
Publ. journalist/hjemmedeansvarlig		

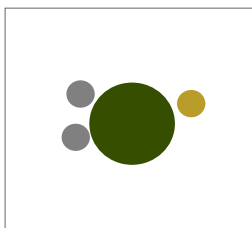
2. Observasjon

- Være til stades på Call Center, kundemottag
- Notere og oppsummere typiske henvendelsar
- Tidsbruk: 1-2 dagar



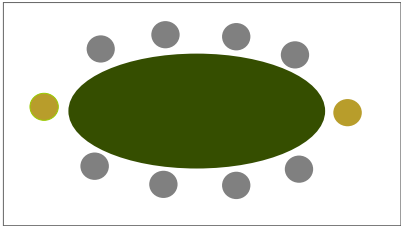
3. Dybdeintervju

- Rekrutter representative brukarar
- Bruk intervjukjema
- Varighet: Omlag 1 time



webblogger.no

4. Fokusgrupper



8 deltakere fra målgruppa snakker gjennom definert agenda i 2 timer
1 moderator og 1 sekretær

webblogger.no

5. Spørjeundersøkingar

- Nettbasert
- Papirbasert



webblogger.no

7. Brukartest

Testrom



Observasjonsrom



- 3 – 8 brukarar får realistiske oppgaver som skal løysast
- Varigheit cirka 1 time pr testperson + dokumentasjon
- Kan gjerast formelt (testlab) eller uformelt
- Moderator og observatør

8. Søkelogganalyse

- Søkeloggen er ein potensiell gullgruve for å finne brukerbehov!
- Fortløpande dokumentasjon av kva brukarane spør om
- Meir om dette på fredag

Personas og scenarier

- På bakgrunn av det vi no veit om brukargrupper og oppgaver kan vi no utforme personas og scenarier
- Kva er personas?
 - › Ikkje *reelle* brukere
 - › Ikkje *gjennomsnittlige* brukere
 - › Men *typiske* brukere
- Kvifor personas?
 - › Konkretisering
 - › Vise brukarane sitt handlingsmønster
 - › Gi prosjektet brukarfokus
 - › Styrande for vidare utvikling
 - › Felles referanse for prosjektteamet
 - › Evalueringsverktøy





webblogger.no

Case: Vinmonopolet

Eli Pedersen
Distriktsbrukeren



Scenario 1
Eli skal ha jentekveld på lørdag og vet at hun snart må begynne å tenke på å bestille, helst i løpet av mandagen. Hun ringer kundesenteret og ønsker ikke postoppkrav. Kundesenteret anbefaler å betale med kredittkort, men Eli er skeptisk til å oppgi dette over telefon. Kundesenteret anbefaler henne da å ta turen innom nettsidene til Vinmonopolet og bestille via nettbutikken. Eli har ikke gjort dette før, men tar anbefalingen og går inn på www.vinmonopolet.no.

Bakgrunn	Gift med Steinar, ingen barn Bor i Steigen Kommune i Nordland, hvor hun jobber i en administrativ stilling i kommunen. Lønn 300 000 nok. Handelskole med foryrning innen Handel og kontor
Kunnskap	Relativt gjennomsnittlig kunnskap om vin. En magisk grense på 100 kroner ved kjøp. Gjilt mest i hvitvin tidligere, men foretrekker nå rødvin som er lett å drikke (uten mat). Drikker vin i festlige lag og gjerne på en lørdagskveld. Drikker ikke mye hver gang. Liker å ha en del vin liggende.

webblogger.no

Andre prioriterte brukargrupper

- Mat & vinkobleren – Kristian
 - » Litt perfektjonist. Opptatt av at vinen passer til maten. Ønsker å brijlere når det kommer gjester.
- Butikkhandelsplanleggeren - Finn
 - » Ansvarlig for å organisere innkjøp av drikkevarer til forspillene. Ønsker å kjøpe noe godt å drikke til en romantisk kveld.

