

Ny utformning av en nätbutik

Identifierande av befintliga användbarhetsproblem och
skapande av riktlinjer för redesignarbetet

Ylva Lucander

EXAMENSARBETE	
Arcada	
Utbildningsprogram:	Mediekultur - Online Media
Identifikationsnummer:	4269
Författare:	Ylva Lucander
Arbetets namn:	Ny utformning av en nätbutik - Identifierande av befintliga användbarhetsproblem och skapande av riktlinjer för re-designarbetet
Handledare (Arcada):	Jutta Törnqvist
Uppdragsgivare:	
<p>Sammandrag:</p> <p>God användbarhet är av stor betydelse för att en webbplats skall nyttjas på ett effektivt och tillfredsställande sätt. För att lyckas utforma ett gränssnitt som tilltalar användaren krävs förutom en förståelse för vad som påverkar användbarheten också en insikt i användarnas behov och förväntningar på det specifika gränssnittet. Mitt syfte med examensarbetet är att finna och identifiera de användbarhetsproblem en specifik nätbutik har, för att med beaktande av dem utforma riktlinjer som bör följas i redesignarbetet av nätbutikens nya gränssnitt. Målet är att med riktlinjerna som verktyg, skapa ett nytt förbättrat gränssnitt för nätbutiken som uteslutit de tidigare användbarhetsproblemen och därmed lever upp till kraven gällande användbarhet och visuell design. För att lyckas identifiera den befintliga nätbutikens användbarhetsproblem utvärderar jag gränssnittet med hjälp av Nielsens och Molichs tio heuristiker. För att finna ytterligare användbarhetsproblem utför jag användbarhetstester med fem potentiella användare. Undersökningen resulterade i att ett fokusområde för designarbetet tog form, innehållande de identifierade användbarhetsproblemen i det befintliga gränssnittet och sju riktlinjer som utformats i syfte att förbättra nätbutiken. Till slut gjordes en redogörelse för hur riktlinjerna använts som verktyg vid utformningen av nätbutikens nya gränssnitt. Den slutliga designen har uteslutit de användbarhetsproblem den tidigare nätbutiken haft och anses därmed leva upp till kraven gällande användbarhet.</p>	
Nyckelord:	Användbarhet, användbarhetsprinciper, redesign, nätbutik, gränssnitt
Sidantal:	57
Språk:	Svenska
Datum för godkännande:	

DEGREE THESIS	
Arcada	
Degree Programme:	Media culture - Online Media
Identification number:	4269
Author:	Ylva Lucander
Title:	Redesigning a webshop - Identifying existing usability problems and creating guidelines for the design
Supervisor (Arcada):	Jutta Törnqvist
Commissioned by:	
<p>Abstract:</p> <p>Usability is a key for a website to be easy and effective to use. In order to design a web interface, the designer has to not only have a good knowledge of usability, but also have insight in the expectations and needs the users have for the specific web interface. My purpose with the thesis is to find and identify the usability problems that a specific web shop has. With the help of this knowledge I then create guidelines that should be followed in the redesign of the new interface. By using the guidelines the aim is to create a better interface that eliminates the previous usability problems and therefore fulfills the requirements of usability and visual design. In order to identify the usability problems of the existing web shop an evaluation of the interface using Nielsen's and Molich's ten heuristics is made. To find additional usability problems user tests are made with five potential users. The study resulted in an focus area for the design including the identified usability problems in the specific interface and seven guidelines created to improve the web shop. Finally a description of how the guidelines were used as tools in the creation of the new interface. The final design of the web shop has undermined the usability problems that the previous web shop had and can therefore be considered to fulfill the requirements regarding usability.</p>	
Keywords:	Usability, usability rules, redesign, webshop, interface
Number of pages:	57
Language:	Swedish
Date of acceptance:	

INNEHÅLL

1	Inledning	7
1.1	Introduktion	7
1.2	Bakgrund	7
1.3	Syfte och mål	7
1.4	Frågeställning	8
1.5	Metodbeskrivning	8
1.6	Avgränsningar	9
1.7	Begrepp	9
2	Teori	11
2.1	Begreppet användbarhet inom webbdesign	11
2.2	Design- och användbarhetsprinciper	12
2.2.1	<i>Heuristiker för användbarhet</i>	13
2.3	Utvärdering av användbarhet	15
2.3.1	<i>Heuristisk utvärdering av gränssnitt</i>	15
2.3.2	<i>Användbarhetstest</i>	15
2.4	Den visuella designen	16
2.4.1	<i>Grafiska gränssnitt</i>	16
2.4.2	<i>Gestaltlagar</i>	17
2.4.3	<i>Färger</i>	17
2.4.4	<i>Produktbilder</i>	18
2.4.5	<i>Text och läsbarhet på datorskärmen</i>	19
2.5	Informationsdesign	19
2.5.1	<i>Navigation</i>	20
2.5.2	<i>Navigeringsverktyg</i>	20
3	Metod	22
4	Genomförande	25
4.1	Inledande fas	25
4.2	Målgrupp	25
4.3	Heuristisk utvärdering av den befintliga nätbutiken	26
4.4	Användbarhetstest och diskussion med potentiella användare	30
5	Resultat	34
5.1	Fokusområde för utformningen av det nya gränssnittet	34
5.2	Utformning av wireframes och designförslag	35
5.3	Designen utgående från fokusområdets riktlinjer	36
6	Diskussion och slutsatser	51
7	Källor	53

8	Bilagor	56
----------	----------------------	-----------

Figurer

Figur 1. Wireframes över framsidan och varukorgen i den nya nätbutiken.	35
Figur 2. Wireframes över kategorisidan och produktsidan i den nya nätbutiken.	36
Figur 3. Den befintliga nätbutikens framsida.	37
Figur 4. Den nya designens framsida.	38
Figur 5. Den befintliga nätbutikens länk till varukorgen.....	39
Figur 6. Den nya designens miniatyrversion av varukorgen.	39
Figur 7. Den befintliga nätbutikens produktsida.	41
Figur 8. Den nya designens produktsida.	42
Figur 9. Kategorierna i den befintliga nätbutiken.....	43
Figur 10. Den nya designens kategorisering.	44
Figur 11. Exempel på den befintliga nätbutikens knappar.	45
Figur 12. Den nya designens knappar.	45
Figur 13. Den nya designens kassa.	48
Figur 14. Den nya designens formulär och felmeddelande.	49
Figur 15. Den befintliga nätbutikens formulär och felmeddelande.	50

1 INLEDNING

1.1 Introduktion

Internet är idag en viktig del av vardagen för många människor. Internet har förutom att förenklat sättet att arbeta och kommunicera även möjliggjort flera sätt att göra uppköp. E-handel har blivit allt vanligare och är idag en viktig del av marknaden. (Wikström 2013) Då konkurrenssituationen för nätbutiker blir allt större ställs allt högre krav på nätbutikernas utformning. Det här ger inte endast ett behov att ta fram en samling av många och bra produkter, utan även ett behov att få den potentiella målgruppen att välja att använda själva nätbutiken. En god användbarhet är därför av stor betydelse för att webbplatsen skall nyttjas på ett effektivt och tillfredsställande sätt. Även den visuella utformningen har en central betydelse för nätbutikens användbarhet. (Ström 2010)

1.2 Bakgrund

Digital- och kreativbyrå där jag är anställd fick under hösten 2013 i uppdrag att förnya ett specifikt företags grafiska identitet, webbplats och nätbutik. Företaget kommer i denna uppsats att behandlas anonymt och kommer därför att gå under förkortningen NVF. Mitt ansvarsområde i projektet var att ta fram en design för den nya nätbutiken. Förutom att företaget ansåg att deras befintliga nätbutik inte var tillräckligt synlig på själva webbplatsen trodde de också att den inte var tillräckligt användbar. De önskade sig en helt ny nätbutik som det skulle vara lätt att använda och enkelt att hitta i.

Jag såg jag detta projekt som ett ypperligt tillfälle att sätta mig djupare i problematiken gällande den specifika nätbutikens användbarhet och därmed beslöt jag att skriva mitt examensarbete kring detta redesignarbete.

1.3 Syfte och mål

Det centrala syftet med examensarbetet är att finna och identifiera de användbarhetsproblem en specifik nätbutik har, för att med beaktande av dem utforma riktlinjer som

bör följas i redesignarbetet. Målet är att med riktlinjerna som verktyg, skapa ett nytt förbättrat gränssnitt för nätbutiken som utesluter de tidigare användbarhetsproblemen och därmed lever upp till kraven gällande användbarhet och visuell design.

1.4 Frågeställning

När jag inleder mitt examensarbete utgår jag ifrån att gränssnittet i den befintliga nätbutiken innehåller för många användbarhetsproblem och därmed inte är användbar. Med hänvisning till antagandet kommer jag under arbetets gång att försöka ge svar på följande frågor för att nå målet med examensarbetet:

På vilket sätt och med vilka metoder kan jag identifiera den befintliga nätbutikens största brister och problem?

Vilka huvudsakliga riktlinjer bör då följas vid utformandet av det nya gränssnittet för att tillrättalägga de upptäckta bristerna i syfte att förbättra användbarheten?

1.5 Metodbeskrivning

För att undersöka problemområdet samt för att definiera olika betydelser och begrepp som var viktiga för projektet har litteraturstudier bestående av böcker, forskningsavhandlingar och artiklar på internet utförts. För att lyckas identifiera den befintliga nätbutikens svaga punkter har jag med hjälp av Nielsens och Molichs tio heuristiker utvärderat gränssnittet. Eftersom endast den heuristiska utvärderingen inte alltid är tillräcklig för att identifiera användbarhetsproblem i ett gränssnitt har jag utfört användbarhetstester med potentiella användare. Tänka högt metoden användes vid användbarhetstesterna för att skapa en förståelse för hur användare tolkar och uppfattar gränssnittet. Testerna följdes av korta diskussioner med testpersonerna för att skapa en djupare förståelse för hur den befintliga nätbutiken upplevdes av dem. För att se gemensamma faktorer mellan användbarhetstestet och utvärderingen har jag analyserat och sammanställt resultaten. På basen av det jag sammanställt och den teoretiska referensramen har ett fokusområdet skapats. Fokusområdet innehåller de identifierade användbarhetsproble-

men och de sju riktlinjer som skapats i syfte att förbättra nätbutiken. Fokusområdet kommer sedan att ligga till grund för hur designarbetet skall utföras där de samlade riktlinjerna fungerar som verktyg vid designen av den nya nätbutikens gränssnitt. En djupare genomgång om metoden presenteras i kapitel 3.

1.6 Avgränsningar

I examensarbetet ämnar jag inte undersöka alla metoder för utvärdering av användbarhet. Endast två metoder, heuristisk utvärdering och användbarhetstestning, som presenteras i teorin kommer i detta examensarbete att användas som metod för utvärdering av den befintliga nätbutiken.

1.7 Begrepp

Förutom begreppen användbarhet och visuell design som båda har centrala roller i denna rapport, och som kommer att diskuteras närmare i teorikapitlet, används en del andra begrepp. Följande begrepp är formulerade utifrån studiens inriktning.

Nätbutik

Med en nätbutik menar jag en webbplats där man driver e-handel, dvs där man kan köpa eller sälja varor eller tjänster.

Användare

Då jag i detta examensarbete talar om användare syftar jag på den person som använder sig av webbplatsen i fråga.

Målgrupp

Begreppet målgrupp används i detta examensarbete för att beteckna den grupp användare som har liknande förväntningar på, och syften med att använda, den specifika webbplatsen.

Gränssnitt

Med gränssnitt avser jag i detta examensarbetet främst ett användargränssnitt. Ett användargränssnitt är en förbindelselänk mellan användare och det datorsystem hon arbetar med. (Wikipedia 2013)

Användbarhetsproblem

Med användbarhetsproblem syftar jag på problem som användare stöter på i gränssnittet och som påverkar negativt på användbarheten.

Redesign

Den engelska termen redesign används ett antal gånger i examensarbetet istället för begreppet ny utformning av en webbplats.

Interaktion

Interaktion handlar om hur användaren samspelar med gränssnittet på en webbplats. (Sundström 2005 s. 251)

Wireframes

Med en wireframes menar jag en tidiga skisser på en webbplats layout, som presenterar var funktioner samt innehåll skall placeras på webbplatsen och hur strukturen byggs upp.

2 TEORI

Med tanke på examensarbetets syfte är det viktigt att förstå användbarhetens betydelse för en webbplats och vidare undersöka hur en designer bör presentera en tillfredsställande designlösning för användaren. I detta kapitel presenteras inledningsvis definitioner på begreppet användbarhet varefter ett antal etablerade designprinciper behandlas. Därefter presenteras andra för detta arbete viktiga områden, så som visuell design och informationsdesign.

2.1 Begreppet användbarhet inom webbdesign

Begreppet användbarhet är ett kvalitetsmått, som mäter den utsträckning i vilken en produkt kan användas av särskilda användare i syfte att uppnå specifika mål. (Nielsen 2012) En definition på begreppet användbarhet som har tagits fram av den internationella standardiseringsorganisationen ISO 9241-11 (Usability partners) lyder på följande sätt:

"Den grad i vilken specifika användare kan använda en produkt för att uppnå ett specifikt mål på ett ändamålsenligt, effektivt och för användaren tillfredsställande sätt i ett givet sammanhang."

Kärnan i denna definition är de tre nyckelorden ändamålsenlighet, effektivitet och tillfredsställelse, som förklaras enligt följande:

Ändamålsenlighet beskriver i vilken grad ett system gör det lättare för den specifika användaren att utföra sin avsedda uppgift. Med effektivitet menar man hur snabbt ett system tillåter användaren att korrekt genomföra sin uppgift. Tillfredsställelse tyder på hur nöjd användaren är med att använda systemet för den specifika uppgiften. (Sundström 2005 s.17)

En ytterligare definition på begreppet användbarhet, som också spelat en betydande roll har framställts av forskaren Jacob Nielsen. Han förklarar att användbarhet är ett kvalitetsattribut som avgör hur lätt ett gränssnitt är att använda. Han menar att användbarhet består av fem viktiga komponenter:

Lärbarhet. Det skall vara lätt att lära sig att navigera i ett gränssnitt, förstå strukturen och utföra uppgifter utan tidigare erfarenhet.

Effektivitet. Systemet bör vara effektivt att använda. Dessutom skall det erbjuda hög grad av produktivitet då användaren lärt sig systemet.

Igenkänningsbarhet. Systemets gränssnitt skall vara lätt att återkalla i minnet så att användaren utan svårigheter kan upprepa användandet av gränssnittet.

Fel. Risken för att användaren gör fel i systemet bör vara låg. Ifall det inträffar fel bör systemet erbjuda enkla utvägar för användaren att återvända till situationen hon befann sig i innan felet uppstod.

Tillfredsställelse. Systemet skall vara behagligt att använda och gränssnittet skall låta användaren utföra sina uppgifter så hon känner sig nöjd, vid och efter systemets användning.

Nielsen menar att man med hjälp av dessa komponenter på ett systematiskt sätt kan uppnå god användbarhet hos olika system. (Nielsen 2012)

2.2 Design- och användbarhetsprinciper

Det finns en hel del olika modeller för hur gränssnitt bör utformas för att på bästa möjliga sätt göras användbara. Jämsides med att interaktiva datorsystem utvecklats har olika forskare framställt så kallade design- och användbarhetsprinciper. Jakob Nielsen, Rolf Molich, Donald Norman och Ben Shneiderman är några av de forskare som var och en utformat en rad olika principer för användbarhet. Dessa forskares principer har många likheter med varandra och är alla baserade på både forskning och erfarenheter. Syftet med forskarnas principer har dels varit att skapa en bra grund för användbara gränssnitt men också att utvärdera huruvida existerande gränssnitt är användbara. Vid utvärdering fungerar principerna som kontrollmedel av systemets gränssnitt med avsikt att hitta svaga punkter som bör förbättras för att öka dess användbarhet. (Johnson 2010 s. XI-XIII)

2.2.1 Heuristiker för användbarhet

De mest uppmärksammade användbarhetsprinciperna, de så kallade tio heuristikerna, utvecklades år 1990 av Jacob Nielsen tillsammans med Rolf Molich. Deras främsta syfte var egentligen att fungera som kontrollmedel vid utvärdering av systems användbarhet för att identifiera svaga punkter i gränssnittet och finna användbarhetsproblem. Principerna kan dock även fungera som tumregler vid skapandet av av gränssnitt. (Nielsen 1995a)

De tio heuristikerna är:

1. Synlig systemstatus
Systemet skall för varje användarfunktion ge direkt respons till användaren. Denna respons kan visas genom färg, skuggning, beskrivande text eller en kombination av dessa. Dessutom bör respons ges ifall en handling kommer att köras en längre tid, genom att t.ex. ändra muspekaren till en laddningssymbol. Synlig systemstatus anses förstärka och förbättra användarens interaktion med gränssnittet. (Nielsen 1995a)
2. Överensstämmelse mellan system och verklighet
Med denna heuristik menar Nielsen och Molich att systemet bör kommunicera med användaren på användarens språk. Systemet bör vara målgruppsanpassat samt använda termer som har koppling till den fysiska miljön och är bekanta för användaren. Dessutom skall informationen presenteras i en ordning som är naturlig och logisk för användarna. (Nielsen 1995a)
3. Användarkontroll och frihet
Användaren skall känna att hon har kontroll över systemet. Ifall misstag sker vid användningen, skall användaren erbjudas en tydligt markerad utväg, möjlighet att avbryta, upprepa eller att ångra sig. Möjligheten till dessa funktioner skall vara klart synliga i gränssnittet. Att erbjuda möjlighet att korrigera handlingar kan minska oron hos användaren och öka motivationen för att vidare utforska gränssnittet. (Nielsen 1995a)
4. Enlighet och standarder
Systemet skall sträva efter konsekvens. Det skall för användaren inte vara oklart om olika textlänkar, element eller handlingar betyder samma sak. Menyner, struktur, färger och objekt skall presenteras likadant och uttryckas konsekvent genom hela systemet. Likaså skall alla dialogrutor vara utseendemässigt likadana för att öka uppmärksamheten hos användaren. (Nielsen 1995a)

5. Förebyggande av fel
Systemet skall designas så att problem och fel kan undvikas i möjligaste mån. Det kan till exempel handla om att be användaren bekräfta sitt val innan beslutas, eller knappar som är oklickbara tills en viss handling gjorts. I ett gränssnitt kan felstavning undvikas genom att t.ex. placera alla alternativ i en rullgardinsmeny. På så sätt tvingas användaren istället välja ett bland flera presenterade alternativ. (Nielsen 1995a)
6. Igenkännande snarare än memorering
God design belastar inte användarens minne. Systemet skall därför göra det tydligt för användaren vilka olika val som kan utföras och dessutom erbjuda lättillgängliga instruktioner. (Johnson 2010 s s. 113) Användaren skall inte behöva minnas information mellan olika sidor i systemet. Eftersom korttidsminnet begränsar människans möjlighet till informationshantering, är det viktigt att systemets design är enkel och tydlig. (Nielsen 1995a)
7. Flexibilitet och användareffektivitet
Systemets funktionalitet skall ta hänsyn till både erfarna och oerfarna användare. Gränssnittet skall tillåta snabbfunktioner som förenklar och effektiviserar handlingarna. T.ex. fält som erbjuder senast ifylld information sparar både tid och energi. (Nielsen 1995a)
8. Estetik och minimalistisk form
Ett enkelt uppbyggt gränssnitt är att föredra. Färg, text och grafisk design bör anpassas efter webbplatsens målgrupp och syfte. Gränssnittet skall inte innehålla irrelevant eller överflödigt information, eftersom de tävlar med relevant information och minskar dess synlighet. I stället skall information presenteras så klart och tydligt som möjligt. (Nielsen 1995a)
9. Hjälpa användare att känna igen, analysera och återhämta sig från fel
Felmeddelanden skall uttryckas tydligt och klart i text som användaren förstår, helst i vardagligt språk. Meddelandet skall presentera det exakta problemet och konstruktivt föreslå en lösning för användaren. (Nielsen 1995a) (Johnson 2010 s. 72)
10. Hjälpa och dokumentation
Även om det är bättre att ett system kan fungera helt utan dokumentation, kan det vara bra att systemet erbjuder hjälp ifall oklarheter uppstår. (Nielsen 1995a)

2.3 Utvärdering av användbarhet

2.3.1 Heuristisk utvärdering av gränssnitt

Den heuristiska utvärderingen är en form av användbarhetsutvärdering. Den utförs utan direkt användarmedverkan och är en metod som innebär att utvärderaren gör en bedömning och analys på ett gränssnitts design med hjälp av de tio tidigare nämnda heuristikerna. Som utvärderare bör man ha kunskap om den målgrupp som gränssnittet är avsedd för då man i utvärderingen strävar att sätta sig in i den potentiella användarens situation. På så sätt kan man undersöka vilka förbättringar som bör göras i designen. Resultaten från utvärderingen kan bland annat användas som vägledning vid redesign av gränssnitt, i syfte att öka användbarheten. Nielsen hävdar att denna metod är bra, snabb och billig. Däremot kan det vara svårt för en enda person att finna alla användbarhetsproblem i ett gränssnitt. De flesta forskare är därför överens om att direkt inblandning med verkliga användare krävs för att kunna säkerställa en produkts användbarhet. (Nielsen 1995b)

2.3.2 Användbarhetstest

Användbarhetstestning är en kvalitativ undersökningsmetod, där man med verkliga användare utvärderar ett gränssnitt. Genom att uppmärksamma ett specifikt antal användares attityder och beteende vid ett gränssnitts användning kan eventuella problem identifieras. Metoden går ut på att testpersonerna under observation utför ett antal uppgifter som är representativa för den reella situationen. Med hjälp av denna metod kan många användbarhetsproblem hittas och problematiska delar i ett gränssnitt upptäckas. (Nielsen 1995b) Enligt Nielsen krävs minst 15 testpersoner för att upptäcka alla användbarhetsproblem i en design. Han förklarar dock att man genom ett användbarhetstest med endast fem personer kan upptäcka 85% av problemen. Därmed konstaterar han att ett urval på fem potentiella användare är tillräckligt vid användbarhetstestning för att identifiera de största användbarhetsproblemen. (Nielsen 2000)

En typ av metod som används vid användbarhetstestning är *Tänk-högt-metoden*. Den går ut på att användaren vid gränssnittets interaktion högt beskriver sina tankar och känslor för gränssnittet. Genom att användaren uttrycker sina tankar verbalt kan utvärderaren få en djupare förståelse för hur användaren tolkar ett gränssnitt. Efter testet är det vanligt att en dialog förs mellan utvärderaren och testpersonen för att lokalisera eventuella användbarhetsproblemen som uppkommit under testet. (Domingues & Berndtsson)

2.4 Den visuella designen

Visuell design inom webbdesign är en målmedvetet skapad samling av olika grafiska egenskaper, element, bilder, färger och typografi på en webbplats. Organiseringen av dessa egenskaper påverkar hur användaren tolkar ett gränssnitt. (Bergström 2001 s. 212) Genom designen skall gränssnittet ges en lämplig och för den specifika målgruppen anpassad form för att stimulera användarna att uppnå deras specifika mål. Genom att göra designen åskådlig och strukturerad blir det lättare för användaren att förstå och lära sig gränssnittet. (Berggren-Bergius et al. 2010, s. 94) Således är även följande områden viktiga att ta hänsyn till i designarbetet för att lyckas utforma en användbar webbplats.

2.4.1 Grafiska gränssnitt

Det grafiska gränssnittet är systemets ansikte utåt, dvs den designade ytan, som är till för att underlätta interaktionen mellan människa och dator (Berggren-Bergius et al. 2010 s. 94). Fastän uppfattningen om vad som är god design är subjektiv finns det trots allt vissa visuella egenskaper som med fördel kan beaktas vid utformningen av grafiska gränssnitt för att slutprodukten skall vara användbar. Såsom det även framgår ur Nielsens designprinciper skall man i allmänhet sträva efter en minimalistisk design eftersom en enkel design medför en snabbare förståelse för gränssnittet.

2.4.2 Gestaltlagar

Gestaltlagarna handlar om hur vi människor tolkar visuell information. Gestaltlagarna ger grundläggande förklaring till vad visualisering är och utgör även goda riktlinjer för design av grafiska gränssnitt. (Johnson 2010, s. 11)

Närhetens lag handlar om att objekt som är placerade nära varandra upplevs att höra ihop. Grupperingar av objekt kan påverka användaren för hur hon kommer att tolka informationen som presenteras. Lagen kan tillämpas t.ex. vid gruppering av länkar i en meny för att användaren skall förstå att de grupperade länkarna hör ihop. (Bergström et al. 2008 s. 13)

Likhetslagen förespråkar att former som liknar varandra utformar en gruppering och upplevs höra samman. Denna lag kan tillämpas vid markering av menyer i olika nivåer eller knappar med samma funktioner. Genom att utforma element med samma syfte eller funktioner på likadant sätt skapas ett enhetligt intryck av webbplatsen vilket därmed hjälper användaren att utföra sina handlingar på webbplatsen. (Bergström et al. 2008 s. 131-132)

Slutenhetens lag innebär att objekt som befinner sig inom en markering eller mot en avvikande färg uppfattas tillhöra varandra. Denna lag kan användas genom att avskilja element som skiljer sig från det övriga innehållet med en bakgrundsfärg eller omringande ram, så att elementet och dess tillhörande funktioner bildar en helhet, exempelvis textlänkarna i en meny. (Bergström et al. 2008 s. 132)

2.4.3 Färger

Färgvalen för en webbplats kan ha stor betydelse för hur användaren kommer att uppfatta informationen och vilket generellt uttryck webbplatsen ger. Färger kan på en webbplats skapa kontrast, kaos eller harmoni. Därtill är färger ett effektivt verktyg för att förbättra och stärka det budskap man vill förmedla på en webbplats. Färgvalen skall dock integreras väl med de övriga elementen i den visuella designen, så som text, ikoner och

symboler, och vidare användas konsekvent genom hela designen. (Cooper & Reiman 2003 s. 242)

Med hjälp av rätt användning av färger på webbsidor kan man;

Attrahera. Färger och färgbilder attraherar och kan ta tag i mottagaren. Stora grafiska element i starka färger drar till sig blickarna. Man skall dock vara försiktigt med allt för stora kontraster och för många olika färger som kan distrahera användaren, då man inte vill ta för mycket uppmärksamhet från innehållet. (Bergström 2001 s. 285)

Skapa stämning. Färg kan effektivt skapa olika stämningar på webbplatser och väcka känslor hos mottagaren. (Bergren-Bergius et al. 2010 s. 94) Det finns en mängd associationer kopplade till färg, men färgupplevelsen är dock personlig och kan uppfattas olika beroende på användaren, dennes bakgrund och kultur. (Bergström 2001 s. 285)

Informera. Färg kan också förmedla information i olika sammanhang. (Bergström 2001, s. 284)

Strukturera. Med hjälp av färg kan man strukturera material på en webbplats. Strukturen kan tydliggöras genom att ge olika avsnitt olika bakgrundsfärger. (Bergren-Bergius et al. 2010, s. 94) Dessutom kan olika grafiska element ges enhetliga färger för att hålla innehållet strukturerat. Färgstruktur är viktigt för att skapa översikt och enhetlighet på en webbplats och hjälper därmed användaren att navigera vidare och hitta önskad information. (Cooper & Reiman 2003, s. 242)

Pedagogisera. Genom användningen av färger kan man till viss mån underlätta inlärning. T.ex. genom användning av ramar i färg kan man understryka och förtydliga önskade delar av innehållet. (Bergström et al. 2008, s. 193)

2.4.4 Produktbilder

Produktbilder har en central roll för upplevelsen i en nätbutik. Eftersom nätbutikens användaren inte kan se eller ta i produkten i fråga är det viktigt att utnyttja användning av bilder för att ge en så verklig upplevelse som möjligt för användaren. (Sundström 2005 s. 386)

2.4.5 Text och läsbarhet på datorskärmen

Genom en rad undersökningar har Nielsen funnit att text som visas på skärm anses vara svårare att läsa än text på tryckt material. För att göra texten på webbsidor mer läsbar gäller det att skapa ett typografisk arrangemang, som passar in i sammanhanget och som skapar en vägledande helhet. Textmängden på bildskärmen borde hållas kort samt struktureras med meningsfulla mellanrubriker, punktuppställningar eller andra visuella egenskaper för att göras mer läsbar. (Berggren-Bergius et al. 2010, s. 104)

Det som anses vara bra och läsbar typografi för skärm skiljer sig en del från det som anses som bra typografi på papper. Typsnitt som hör till gruppen seriffer lämpar sig i allmänhet inte för brödtext i skärm, huvudsakligen på grund av de flesta skärmars dåliga upplösning, som resulterar i att bokstävernas små serifferna gör texten suddig och försvårar läsningen av texten. Däremot anses typsnitt av typen sans-serif, dvs typsnitt som saknar seriffer, fungera bättre för brödtext i skärmvisning. (Berggren-Bergius et al. 2010, s. 104-105)

Hur läsbar en text är beror inte enbart på typsnittet utan också på bokstavsstorleken, radlängden, radavståndet och själva textuppbyggnaden. På skärm bör brödtextens bokstavsstorlek, givetvis till viss grad beroende på typsnittet, inte underskrida 11 punkter och radavståndet borde enligt regel vara 2 till tre punkter större än bokstavsstorleken för bästa läsbarhet. (Berggren-Bergius et al. 2010, s. 104-105) En rad skall heller inte vara längre än 60 nedslag, för att inte riskera att läsaren tappar bort sig i raderna (Bergström et al. 2008, s. 62) För att underlätta läsningen bör brödtextens färg dessutom ha stor kontrast till bakgrundsfärgen. Mörk text på vit bakgrund ger största möjliga kontrast och är därför att föredra. (Bergström 2001, s. 136)

2.5 Informationsdesign

Nielsen hävdar att den första principen gällande e-handel är att ifall användarna inte kan hitta en produkt, kan de inte heller köpa den (Nielsen 2012). Informationsdesignen syftar till att göra det lätt för användaren att hitta i ett gränssnitt. (Sundström 2005 s. 108)

För att en användare skall hitta och utnyttja interaktionen korrekt krävs en tydlig och ändamålsenlig struktur som visar hur sidorna är kopplade till varandra. En tydlig struktur fås genom att ordna sidorna på ett sätt som är logiskt för användaren samt skapa navigation som visar denna ordning och gör det möjligt att navigera i gränssnittet. (Bergström et al. 2008, s. 154) Genom att använda ordval på menyer, länkar och rubriker som är bekanta för användaren hjälper det användaren hitta de hon söker efter. (E-delegationen 2013)

2.5.1 Navigation

Med navigation avses det som gör det möjligt för en användare att förflytta sig mellan sidorna i strukturen med hjälp av olika slags länkar. Enligt Nielsen skall navigationen hjälpa användaren rita en karta över systemet i sitt huvud och ge svar på frågorna: *Var är jag nu? Vart kan jag gå? Var har jag varit?* (Nielsen 2000 s. 188)

Ett sätt att hjälpa användarna att förstå var på webbplatsen de befinner sig är att visuellt tydliggöra navigeringsnivåerna. Dessutom kan man på större webbplatser placera så kallade brödsmlor eller en länkstig på en synlig plats på webbplatsens alla sidor. Länkstigen används för att ytterligare förtydliga var i strukturen användaren befinner sig samt hur hon tagit sig till denna plats, och dessutom erbjuda en möjlighet att förflytta sig i strukturen. (E-delegationen 2012) En logotyp som länkar till webbplatsens hemsida skall gärna vara synlig på webbplatsens alla sidor, så att hemsidan blir en orienteringspunkt som användaren alltid kan nå, oavsett var på webbplatsen hon befinner sig. (Sundström 2005, s. 122) Kurg rekommenderar även att en sökfunktion placeras på en tydlig plats på sidan för att erbjuda användaren direkt förflyttning till önskad information (Krug 2006 s. 95).

2.5.2 Navigeringsverktyg

För att få användaren att röra sig vidare i gränssnittet krävs tydliga och inbjudande navigeringsverktyg i form av länkar av olika slag. En användbar webbplats med välgjord navigation leder användaren till det hon söker snabbt och enkelt genom dessa länkar

(Sundström 2005, s.110). Länkarna kan uppträda i olika former som t.ex. textlänkar, menyer, bildobjekt eller knappar (Bergström et al. 2008 s. 156). För att göra det lätt för användaren att förstå vad som är klickbart på en webbplats skall navigeringsverktygen vara synliga, inbjudande och konsekventa (Berggren-Bergius 2010, s. 92-93). Användarnas förväntningar på objekts placering är också viktigt att ha i åtanke vid utformning av gränssnitt. Enligt Ström visar undersökningar att användare t.ex. förväntar sig hitta länken till varukorgen i det övre högra hörnet av en webbplats, och rekommenderar därmed denna placering för varukorglänken. (Ström 2009)

För att länkar i form av knappar skall utnyttjas korrekt på en webbplats skall de vara tydliga, inbjudande och placerade på synliga och intuitiva platser (Berggren-Bergius 2010 s. 92-93). Med kompletterande text på knapparna skall det för användaren vara uppenbart vart knappen leder. Knapparna bör presenteras enhetligt genom hela webbplatsen och skall gärna vara konventionella beträffande utseende samt placering. Knappar behöver förvisso inte vara fyrkantiga, utformas tredimensionellt eller ha skuggor, med de skall vara inbjudande och antyda ge användaren en antydning om vad de har för funktion. (Bergström et al. 2008 s. 158) I dag fungerar bilder ofta som länkar på webbplatser. Ifall en bild har funktionen att länka till något är det viktigt att det för användaren blir tydligt vad bilden kan utföra (Bergström et al. 2008 s. 156). Genom att nyansen på bilder ändras eller att kompletterande läst text visas på bilden kan dess funktion förtydligas (Millhollon et al. 2006 s. 129).

3 METOD

Detta kapitel redogör för de metoder som använts för att undersöka arbetets frågeställningar.

Den teoretiska basen för arbetet utgjordes av en litteraturgenomgång, vilken genomfördes för att hitta relevanta forskningar inom området samt för att definiera olika betydelser och begrepp som var viktiga för studien. Litteraturstudier har även gjorts parallellt med det praktiska arbetet genom hela arbetsprocessen för att skapa en grund till studiens forskningsområde. Målet med litteraturstudien var att undersöka den generella beskrivningen av begreppet användbarhet, vad som påverkar användbarheten och dess relevans för webbsidor i allmänhet.

För att kunna starta projektet sammanställdes all nödvändig information för projektet angående bland annat NVF och deras målgrupp. Denna information sammanställdes på möten som hölls med personer involverade i projektet. Eftersom kunskap om målgruppen är en viktig del vid utformandet av användbara webbplatser, framställdes även en målgruppsdefinition. Detta för att få en bättre uppfattning om användarna och deras behov.

För att lyckas identifiera det befintliga gränssnittets svagheter och eventuella problem har bland annat en utvärdering gjorts med hjälp av Nielsens tio heuristiker. Med hjälp av utvärderingen gjordes en bedömning på gränssnittets design och en del användbarhetsproblem identifierades.

Eftersom endast den heuristiska utvärderingen inte alltid är tillräcklig för att identifiera alla användbarhetsproblem i ett gränssnitt har även användbarhetstester utförts med potentiella användare. Så som diskuterats i kapitel 2.3.2 är användbarhetstestning med fem testpersoner tillräckligt för att upptäcka de flesta användbarhetsproblemen i ett gränssnitt. Därav valdes ett urval på fem personer som alla representerar målgruppen, bestående av både män och kvinnor i åldern 23 - 68 år. Testpersonerna uppmanades genomföra fyra uppgifter (se bilaga 1) i syfte att hitta möjliga brister och problem under an-

vändningen av gränssnittet. De uppgifter testpersonerna ombads göra var utformade så att de så långt som möjligt motsvarade en realistisk situation i nätbutiken.

Tänk-högt-metoden valdes som metod för användbarhetstestet. I och med att testpersonerna uttryckte sina tankar verbalt kunde metoden användas för att skapa en förståelse för hur användaren tolkar och uppfattar gränssnittet. Testpersonerna ombads att försöka tänka högt, och berätta ifall de stöter på problem eller något annat anmärkningsvärt vid utförande av de givna uppgifterna. För att inte påverka testpersonen och deras åtgärder gjordes minsta möjliga ingripanden under observationens gång. Under användbarhetstets gång har de enskilda testpersonerna observerats och deras kommentarer samt handlingar dokumenterats.

Efter varje observation genomfördes korta diskussioner med testpersonerna för att få mer djupgående svar på de eventuella användbarhetsproblem de stött på och för att skapa en djupare förståelse för hur den befintliga nätbutiken upplevs av dem. Diskussionerna genomfördes för att diskutera vidare det som framkommit i användbarhetstestet, dels för att vara säkra på att det som uttryckts uppfattas korrekt men också för att få en djupare uppfattning om de eventuella problem som framkommit. Testpersonerna blev ombad att svara på fyra stycken frågor, och de fick möjligheten att motivera sina svar. Detta för att skapa en diskussion kring användarupplevelsen. En sammanslagen analys av samtliga testpersoners iakttagelser och kommentarer har sedan gjorts. Detta gjordes för att få en enhetlig bild av svaren som framkommit under både testen och diskussionerna. Svaren skall komma att komplettera varandra och stärka det som framkommit. Bilaga 2 innehåller en redovisning av de frågor som ställdes till testpersonerna efter testet.

Resultaten utifrån utvärderingen och användbarhetstesten sammanställdes, undersöktes och analyserades. Målet med analysen var att hitta ett samband mellan teorier, de problem som uppstod i användbarhetstesterna och de brister som identifierats i den heuristiska utvärderingen, för att sedan kunna bilda en uppfattning om förbättringar som bör göras för det nya gränssnittet.

Denna analys har sedan formats till ett fokusområde som utgör resultatet för detta examensarbete. Fokusområdet innehåller de användbarhetsproblem som identifierats och en sammanställning av de sju viktigaste riktlinjerna för utformningen av det nya gränssnittet, se kapitel 5.1. Riktlinjerna användes som hjälpmedel vid utformningen av designen av den nya nätbutiken och presentas närmare i kapitel 5.3.

4 GENOMFÖRANDE

4.1 Inledande fas

Under den inledande fasen sammanställdes all nödvändig information rörande bland annat företaget, deras målgrupp och önskemål angående det nya gränssnittet. Under de första träffarna med personer involverade i projektet presenterades och diskuterades brister och problem i den befintliga nätbutiken och förslag på förbättringar togs fram. NVF menade att deras nätbutik har många besökare som ofta stött på problem vid nätbutikens användning. Användare har uttryckt att det är svårt att greppa butikens innehåll och hitta önskad information. Därmed har de haft svårigheter att utföra uppköp.

En litteraturgenomgång gjordes även för att bygga upp en teoretisk referensram för examensarbetet. Teorier kring användbarhet och utvärdering av gränssnitt har bland annat studerats för att skapa en fördjupad förståelse för problemområdet. Därtill har jag bekantat mig med teorier kring visuell- och informationsdesign då även den visuella utformningen av gränssnittet skulle komma att ha en viktig roll.

4.2 Målgrupp

För att lyckas utforma ett tillfredsställande gränssnitt är det viktigt att vara medveten om hur målgruppen ser ut. Min strävan är att definiera den primära målgruppen så att kunskapen kan användas för att utföra utvärderingen av gränssnittet och därefter styra designbeslut.

Utifrån information jag fått av NVF består den befintliga nätbutikens användare av personer i åldrarna 20-70 som har någon sorts intresse för trädgårdsskötsel, -odlingar, växter, blommor eller annat relaterat till växtproduktion. Användarna är både män och kvinnor bosatta runtom i Finland. Utifrån denna information har jag försökt definiera den primära målgruppen.

Den primära målgruppen består av potentiella köpare av NVFs produkter. Till den nya nätbutiken vill man locka både nya och gamla kunder. Eftersom ålderskillnaden är stor och sysselsättningar olika betyder det att målgruppen kan bestå av personer med väldigt olika datorvanor. Målgruppen innehåller dvs allt från personer med väldigt få erfarenheter av handlande på nätbutiker till väldigt vana och erfarna näthandlare. Detta betyder att man i utformningen av nätbutiken måste ta i beaktande personernas olika erfarenheterna och således utforma en design som är enkel att förstå och lära sig men också effektiv för vana användare att nyttja. Denna informationen om målgruppen kommer att tas i beaktande vid designen av det nya gränssnittet.

4.3 Heuristisk utvärdering av den befintliga nätbutiken

Det befintliga gränssnittet utvärderades för att på ett systematiskt sätt finna eventuella brister och problem i nätbutiken. Utvärderingen utfördes med hjälp av Nielsens heuristiker för användbarhet, se kapitel 2.2.1. Problem som förekom i gränssnittet och som bröt mot någon av heuristikerna dokumenterades, likaså det som uppfyllde kraven i fråga. Nedan följer en redogörelse för hur det befintliga gränssnittet förhåller sig till heuristikerna för användbarhet.

1. Synlig systemstatus

Ifall gränssnittet levde upp till kriterierna för den första heuristiken, synlig systemstatus, undersökte jag huruvida man som nätbutikens användare får informativ återkoppling inom rimlig tid på handlingar man gjort.

Under utvärderingen upplevde jag allt för ofta att systemet inte erbjöd återkoppling inom förväntad tid. Vid till exempel navigeringen mellan sidorna fungerar systemet väldigt långsamt utan att informera att sidan håller på att laddas. Detta resulterar i att det blir oklart om systemet överhuvudtaget reagerat på handlingar man gjort.

Det är även otydligt ifall systemet registrerat att man lagt en produkt i varukorgen eftersom man inte mottar något tydligt meddelande angående denna handling.

Systemet erbjuder även dålig respons i den mån att länkar i form av knappar inte ändrar utseende då man för muspekaren över dem. Detta resulterar i att det blir otydligt att länkarna är klickbara. Däremot ändras färgen på länkar i navigationen och textlänkar blir understrukna då muspekaren förs över dem, vilket tydligt påvisar deras klickbarhet.

2. Överenskommelse mellan system och verklighet

Principen som går ut på att systemet skall tala användarens språk undersöktes genom att studera innehållet i nätbutiken och kontrollera ifall det presenteras i en logisk ordning. Ordvalen för produkterna i nätbutiken anser jag vara bra och tydliga, eftersom de presenterades på både finska, svenska och latin. Dock är kategoriseringen av produkterna inte logisk, vilket betyder att man som användare inte vet var man skall leta efter vilken information. Även ordvalen för länkarna till varukorgen kan anses vara irrelevanta och det kan bli oklart vart länken leder.

3. Användarkontroll och frihet

Att användare känner att de har kontroll över gränssnittet är något som är speciellt viktigt beträffande nätbutiker. Användaren skall känna att hon har möjlighet att avbryta handlingar eller gå tillbaka därifrån hon kom om det uppstår en icke önskad situation. Tyvärr är det inte möjligt att genom länkar backa i nätbutiken, eftersom systemet saknar sådana knappar. Ifall man önskar att gå tillbaka ett steg i navigationsstrukturen tvingas man börja om från början för att sedan ta sig tillbaka till den önskade sidan. Dock är det möjligt att använda webbfönstrets egen backa-knapp för att flytta sig bakåt i gränssnittet.

Ett annat problem som påverkar användarkontrollen negativt är att det i varukorgen inte finns en radera-knapp som gör det möjligt att radera produkter. För att radera en produkt måste man istället minska antalet produkter till noll. Detta anser jag att är ett dåligt alternativ till att radera produkter även om instruktioner för detta presenterades på sidan. Det som påverkar positivt på användarkontrollen i den befintliga nätbutiken är en sökfunktion som ger en möjlighet att snabbt hitta det man letar efter.

4. Enlighet och standarder

Den enligt Nielsen mest grundläggande principen för design av användbara gränssnitt syftar till att det för användaren skall vara uppenbart om samma funktioner eller element betyder samma sak. Det positiva med den befintliga nätbutiken är att alla textlänkar presenteras likadant, medan alla ändrar utseende på samma vis då man för muspekaren över dem. Dock är det väldigt otydligt vad som är länkar på sidan eftersom textlänkar och vanlig text är presenterade likadant.

Däremot anser jag att varken knapparnas utseende eller deras placering är presenterade konsekvent i nätbutiken. Enligt de vedertagna designreglerna borde knappar som har samma funktion inom systemet vara utseendemässigt samstämmiga. I det befintliga gränssnittet har den här regeln inte tillämpats. Knappar med liknande funktioner i gränssnittet utformats visuellt på tre olika sätt. Dessutom har en del knappar med samma funktion inte placerats konsekvent i gränssnittet. Ett annat problem med nätbutiken är att kategorierna och underkategorierna inte är presenterade enhetligt. I vissa fall öppnar sig underkategorierna under huvudkategorierna i en spalt medan de vid andra situationer visar sig i en spalt längst ner på sidan. Därtill presenteras endast en del produkter med bild vilket inte heller följer denna principens kriterier.

5. Förebyggande av fel

För att hindra att fel uppstår presenterar gränssnittet vid köpprocessen en tydlig markering av obligatoriska fält. Med hjälp av de röda asteriskerna inklusive förklaring anser jag att gränssnittet kan förebygga fel av denna typ.

6. Hellre igenkännande än memorering

Denna princip handlar om att gränssnittets funktioner skall vara synliga för att man som användare inte skall tvingas komma ihåg information från ett steg till ett annat på webbplatsen. Detta erbjuder den befintliga nätbutiken inte fullt ut. Till att börja med är länken till själva nätbutiken inte tillräckligt synlig eftersom den nästan döljs bland de andra länkarna i sidomenyn. Därtill får man inte heller genast en uppfattning om vilka alla kategorier sortimentet innehåller, eftersom de flesta underkategorierna gömmer sig under någon annan.

Att länken till varukorgen är dold ifall varukorgen är tom anser jag att inte är användbart eftersom det vid situationer då man har produkter i varukorgen, finns en risk att man inte hittar länken då man inte lärt sig var man kan hitta den. Köpprocessen är uppdelad på flera sidor utan att presentera antalet steg man måste ta sig igenom för att utföra uppköpet. Detta kan leda till att användaren känner sig osäker i sin situation då det är oklart hur många steg som återstår av processen. Dessutom finns det en stor risk att man glömmer information mellan förflyttningarna på sidorna.

7. Flexibilitet och användareffektivitet.

Ett effektivt sätt för vana användare att hitta saker på en webbplats är att använda en sökfunktion. Den befintliga nätbutiken erbjuder denna lösning för användare som vet vad de söker efter. Dock består webbplatsen av två sökfält, en skild för webbplatsen och en för nätbutiken som båda jämt är synliga, vilket jag anser vara förvirrande.

För att effektivisera köpprocessen för vana användare som känner till produktnummer och gör stora beställningar per gång erbjuder systemet ett beställningsformulär. Tyvärr tvingas även användare som köper ofta på nätbutiken varje gång skriva in sina kontaktpgifter, vilken ändå gör köpprocessen långsammare och mindre effektiv.

8. Estetik och minimalistisk form

Färgerna som används på webbplatsen passade kanske tidigare målgruppen och webbplatsens syfte, men idag känns webbplatsen omodern med de allt för granna färgerna. Webbplatsens huvudnavigation består av en vertikal lista till vänster och den är även synlig i nätbutiken. Till höger om nätbutikens huvudinnehåll finns en allt för låg spalt med länkar till andra sidor på webbplatsen, som sträcker sig långt ner och orsakar obalans på sidan. Allt synligt innehåll är nödvändigtvis inte relevant för nätbutikens användare. Det betyder att innehållet riskerar att tävla med den relevanta informationen på sidan och därmed enligt mig kan distrahera användaren. Informationen på nätbutikens startsida är svår att uppfatta då allt för många kategorier och underkategorier är presenterade i form av endast text.

Nätbutiken innehåller för övrigt väldigt mycket information i form av text som i och för sig är positivt, men borde presenteras på ett mer systematiskt sätt. Vissa sidor som t.ex. kassan innehåller objekt som inte är relevanta för situationen i fråga, vilket kan bidra till att den relevanta informationens synlighet försvagas i relation till det mindre väsentliga.

9. Hjälpa användare att känna igen, analysera och återhämta sig från fel

I de situationer felmeddelanden dök upp, lade jag inte direkt märke till dem eftersom meddelandet inte visades på en synlig plats och vars utseende inte heller skilde sig från resten av sidan. Dock var meddelandena uttryckta i ett enkelt språk och pekade direkt på felet, därtill gavs exakta instruktioner hur man skulle återhämta sig från felet. Ett problem som framgick i utvärderingen var att systemet inte tillåter användaren att tillägga flera produkter av samma sort i varukorgen eftersom ökningen endast kan ske i varukorgen. Detta blir oklart eftersom systemet inte visar ett meddelande som förklarar hur ökningen av produkter sker.

10. Hjälpa och dokumentation

Nätbutiken erbjuder inte någon hjälp i form av dokumentation men jag anser dock att en sådan hjälp inte är absolut nödvändig.

4.4 Användbarhetstest och diskussion med potentiella användare

För att undersöka ifall fler brister och problem kan dyka upp i användningen av nätbutiken, som eventuellt inte upptäcktes i utvärderingen, utförde jag användbarhetstester med potentiella användare. En sammanslagen analys av samtliga testpersoners iakttagelser och kommentarer gjordes för att få en enhetlig bild av svaren som framkommit under både testen och diskussionerna. Genom användbarhetstesten och diskussionerna har följande handlingar med diverse problem visas sig vara framträdande bland flera av testpersonerna.

Att hitta i nätbutiken

Ett av de mest kritiska problem som upptäcktes genom användbarhetstestet var svårigheten att hitta själva nätbutiken. Nätbutiken är en skild del av webbplatsen och hittas endast i vänstermenyn. Detta visade sig vara vara ett otydligt ställe för denna länk eftersom testpersonerna inte lade märke till den direkt. Eftersom en rullgardinsmeny visades då man förde muspekaren över länken i vänstermenyn blev många av testpersonerna förvirrade och förstod inte vad de skulle klicka på till näst. Orsaken till detta var enligt dem rubrikernas dåliga ordval.

Tre av personerna konstaterades vid flera tillfällen ha svårt att överblicka innehållet för att finna relevant information i gränssnittet, bland annat då de skulle hitta rätt produkt bland kategorierna. Alla testpersoner använde sökfunktionen vid olika tillfällen för att hitta produkter. Det visade sig dock i ett antal situationer att sökfunktionen inte fungerade som den borde, eftersom det inte givit något resultat. En av testpersonerna lade endast märke till sökfältet som omfattar hela webbplatsen men eftersom den sökfunktionen inte hittar produkter gav sökningen inget resultat.

Fyra av testpersonerna hade svårigheter att hitta till varukorgen. Detta på grund av att den enligt dem var placerad på en oväntad plats och inte var tillräckligt synlig. Testpersonerna menade att eftersom länken till varukorgen inte syntes ifall varukorgen var tom, var det väldigt svårt att förstå var man kan hitta varukorgen efter att en produkt tillagts. En av testpersonerna påpekade också att varukorgen inte syntes på grund av att de svarta länkarna mot den gröna bakgrunden inte var tillräckligt tydliga.

Att navigera i gränssnittet

Flera testpersoner påpekade ett antal gånger att de funderade på om systemet alls reagerade på deras handlingar. Jag anser att denna osäkerhet uppstod på grund av att systemet inte tydligt visade att det höll på att laddas. Samma problem uppstod nästan varje gång testpersonerna skulle navigera vidare på sidorna i nätbutiken.

För att navigera bakåt i gränssnittet använde tre av testpersonerna webbfönstrets egen backa-knapp. De andra två såg inte denna möjlighet och gick istället tillbaka till nätbutikens startsida varje gång de ville förflytta sig bakåt i gränssnittet.

Informationsinnehållet i gränssnittet

Tre av testpersonerna påpekade att gränssnittet innehåller allt för mycket text. Medan de andra menade att det var bra att få så mycket information om produkterna eftersom de på detta sätt fick förtroende för nätbutiken. En av testpersonerna menade att nätbutiken kändes professionell och trovärdig på grund av den mängd av detaljerad produktinformation som erbjöds. Alla testpersoner menade visserligen att det var bra att nätbutiken erbjöd mycket information men eftersom texten på webbplatsen ofta var väldigt lång och ostrukturerad påpekade de flesta att de hade problem med hantera all information.

Kategorier och produkter

Alla testpersoner hade svårigheter med att förstå hur produkterna förhöll sig till kategorierna. Under diskussionen framkom det att vissa testpersoner tyckte att presentationen av kategorierna var otydlig och svår att begripa. Det förblev därmed för dem oklart hur omfattande produktsortimentet var och hurdana produkter nätbutiken erbjöd. Flera av testpersonerna påpekade att de saknade bilder av produkterna. Därtill menade testpersonerna att det hade varit en fördel ifall kategorierna presenterats i form av bilder med kompletterande text. De ansåg att man på detta sätt skulle ha fått en bättre överblick över innehållet och därmed hittat produkter både lättare och snabbare.

Att lägga produkter i varukorgen

Att lägga produkter i varukorgen var för övrigt inte ett stort problem för testpersonerna. Men eftersom en del av dem var osäkra på var själva varukorgen fanns ledde det till att det blev oklart ifall produkter hade tillagts i varukorgen över huvud taget. Testpersonerna stötte också på problem då "lägg i varukorgen"-knappen inte fanns på produktsidan då produkten i fråga var slutsåld. Alla var därmed överens om att de borde ha blivit informerade om slutsålda produkter i ett tidigare skede.

Ett annat problem som identifierades i användbarhetstestet var att produkter som var på erbjudande markerades med en “erbjudande”- symbol som liknade “lägg i varukorgen”-knappen, men som för övrigt inte var en länk. På grund av symbolens utseende försökte två personer klicka på den för att tillägga produkten i varukorgen.

Länken till varukorgen

Förutom att det tog tid för testpersonerna att leta reda på varukorgen hade alla därtill svårt att förstå vad de skulle klicka på för att se varukorgens innehåll. Innan testpersonerna hittat rätt länk klickade de först antingen på varukorgssymbolen eller namnet “varukorg”. Länknamnet “Forma om varukorg” för länken till varukorgen var enligt testpersonerna vilseledande och var enligt dem orsaken till varför de inte klickade på den.

Att hantera funktioner som berör varukorgen

Alla förutom en testperson förstod att man genom att klicka på plusknappen kunde öka antalet produkter, och genom att klicka på minusknappen tills antalet var noll, raderade produkten helt. En del påpekade dock att de gärna hade använt en radera knapp för att ta bort produkter. Systemet erbjuder förvisso en förklaring till hur man skall gå till väga för att öka och radera produkten, men denna information verkade inte vara tillräckligt synlig eftersom testpersonerna inte lade märke till den. En testperson påpekade också att plus och minusknapparna var alldeles för små och för tätt intill varandra för att träffa rätt med muspekaren. Testpersonerna var dock överens om att presentationen av innehållet i varukorgen var tydlig och att de fick en klar överblick över de produkter de lagt i varukorgen. De uppskattade att de i detta skede fick information om postavgifter och den totala betalningssumman.

Att köpa produkter

Alla testpersonerna var nöjda med köpprocessen och ansåg den fungera. De tyckte det var klart och tydligt hur de skulle gå till väga för att köpa produkter och de var belåtna med det enkla sättet att fylla i information i köpprocessen. De var också glada över att man inte behövde registrera sig för att kunna handla i nätbutiken.

5 RESULTAT

5.1 Fokusområde för utformningen av det nya gränssnittet

Resultaten utifrån utvärderingen och användbarhetstesten sammanställdes, undersöktes samt analyserades för att hitta ett samband mellan teorier, de problem som uppstod i användbarhetstesterna och de brister som identifierats i den heuristiska utvärderingen. Denna analys har sedan formats till ett fokusområde som utgör resultatet för detta examensarbete. Fokusområdet innehåller den befintliga nätbutikens identifierade användbarhetsproblemen och en sammanställning av de sju riktlinjer som skapats i syfte att förbättra nätbutiken.

De mest utmärkande användbarhetsproblemen i den befintliga nätbutiken är:

Svårigheter att hitta och navigera i gränssnittet

Stökig och omodern design

Otydlig respons på handlingar

Inkonsekvens i gränssnittet

Svårigheter att greppa informationsinnehållet i gränssnittet

Svårigheter att förstå och hantera funktioner i gränssnittet

Förebyggande och återhämtning av fel

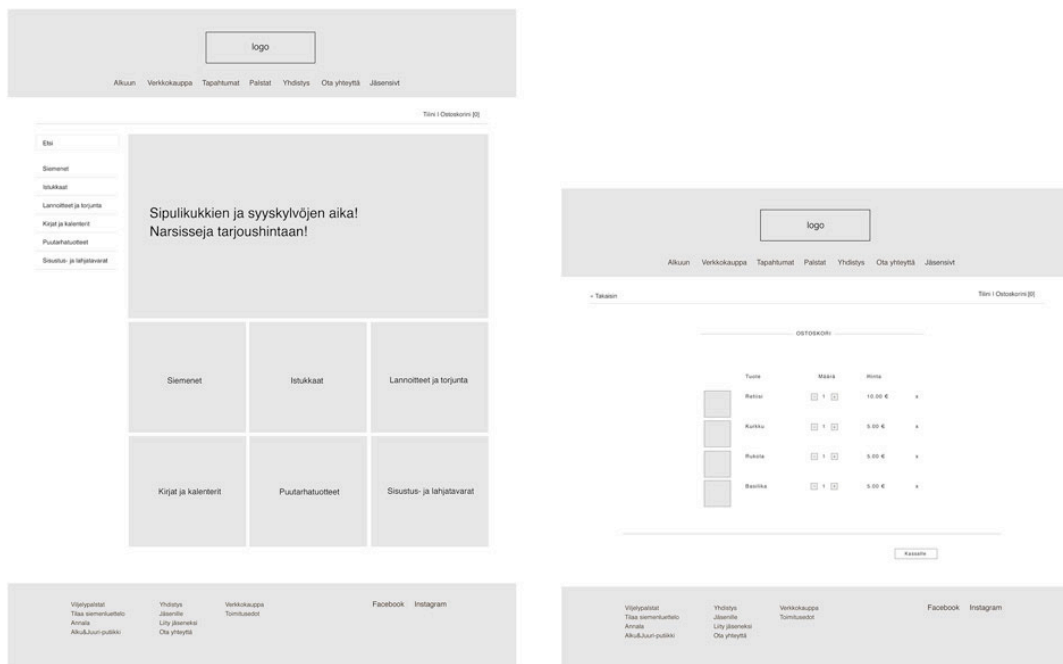
Följande sju riktlinjer skall därmed fungera som verktyg i redesignarbetet för att tillräta talägga problemen och förbättra användbarheten.

1. Viktiga funktioners synlighet
2. Användning av färger, bilder och text
3. Strukturering av sidor och innehåll
4. Inbjudande länkar och tydlig återkoppling
5. Strävan efter konsekvens
6. Användarkontroll och enkla navigeringsmöjligheter
7. Förebyggande av fel och enkel felhantering

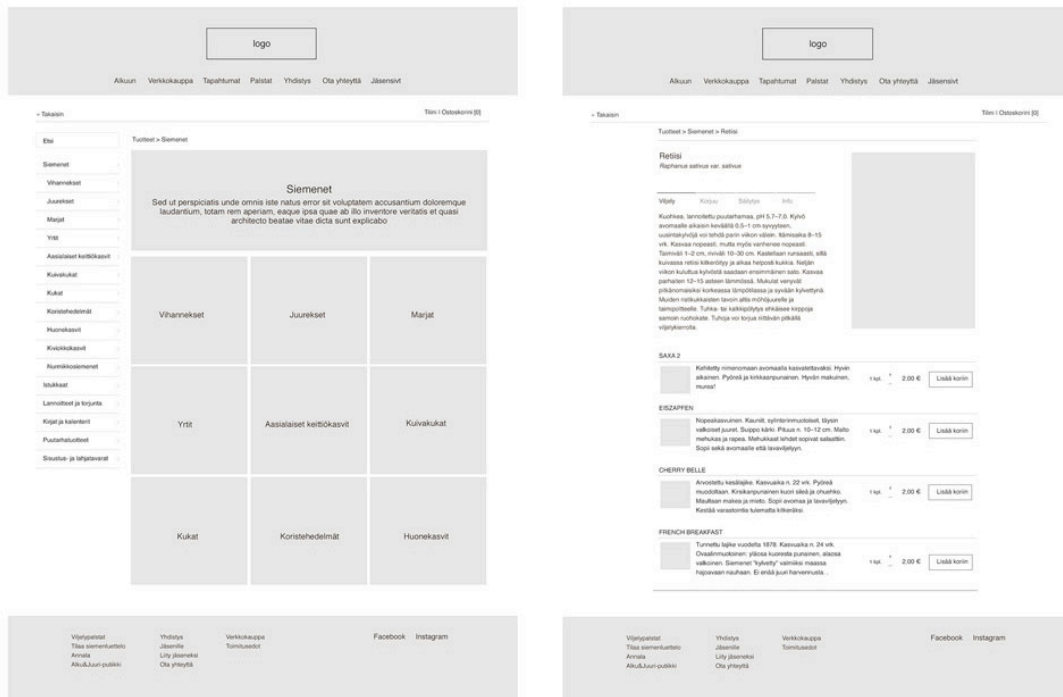
Med hjälp av dessa riktlinjer skall således en ny design för en förbättrad och användbarheten nätbutik ta form.

5.2 Utformning av wireframes och designförslag

Designarbetet började med att skapa wireframes över de nya sidorna i nätbutiken. Genom att ta fram och fundera över dessa sidor fick jag en överblick över nätbutiken, dess struktur och funktionalitet, samt en förståelse för hur alla sidor skulle komma att ligga i relation till varandra. Wireframesen visar hur webbplatsens sidor är uppbyggda av information, funktioner, element och bilder. Genom att skapa dessa wireframes över alla sidor lyckades jag bygga upp en grundläggande struktur för det nya grafiska gränssnittet. Wireframesen visades sedan upp för NVF för att få kommentarer och jobba vidare med designen. Följande bilder visar wireframes över fyra sidor i nätbutiken.



Figur 1. Wireframes över framsidan och varukorgen i den nya nätbutiken.



Figur 2. Wireframes över kategorisidan och produktsidan i den nya nätbutiken.

Då wireframes var godkända bestod följande skede av att utarbeta dem till mer verklighetstroga designförslag. Detta genom att fylla på wireframesen med detaljer, rätta färger, typsnitt, bilder och knappar. Det bearbetade designförslaget visades sedan upp för NVF igen, varefter små förbättringar och ändringar gjordes. Efter att justeringarna gjorts på designförslaget, tog sedan den slutliga designen form.

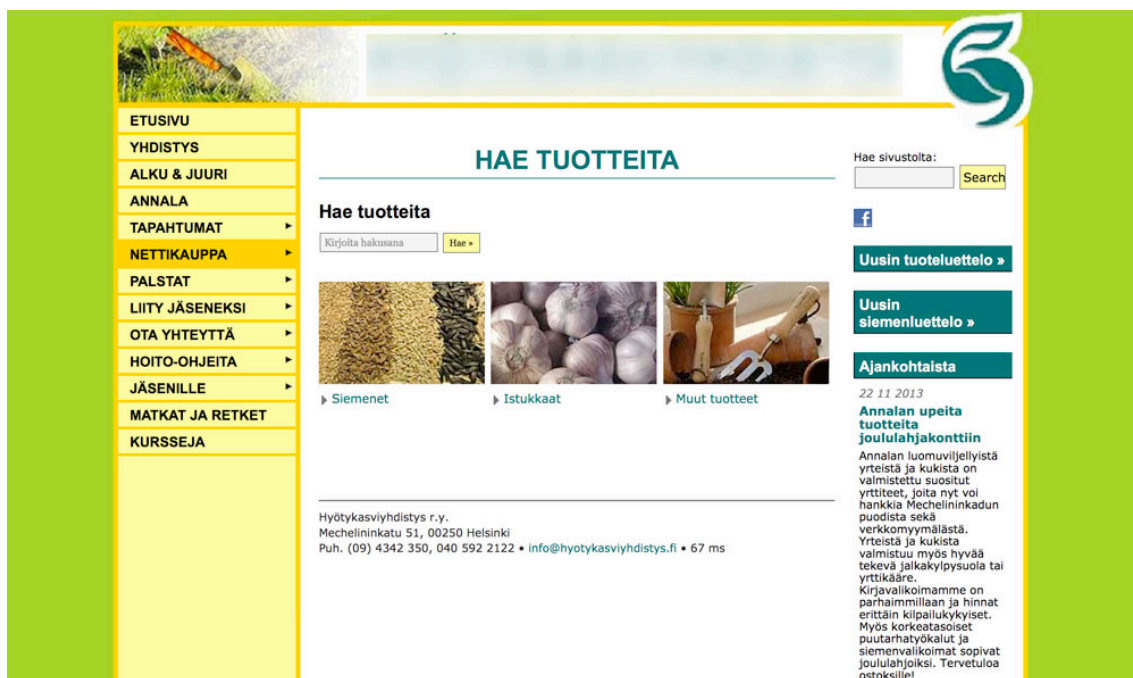
5.3 Designen utgående från fokusområdets riktlinjer

I detta stycke går jag igenom designen med hänsyn till de sju riktlinjer jag sammanställt och redogör för hur jag använt dem i utformningen av gränssnittet. Genom att presentera bilder på både den befintliga nätbutiken och den nya designen får man en bättre uppfattning om de ändringar och förbättringar som gjorts.

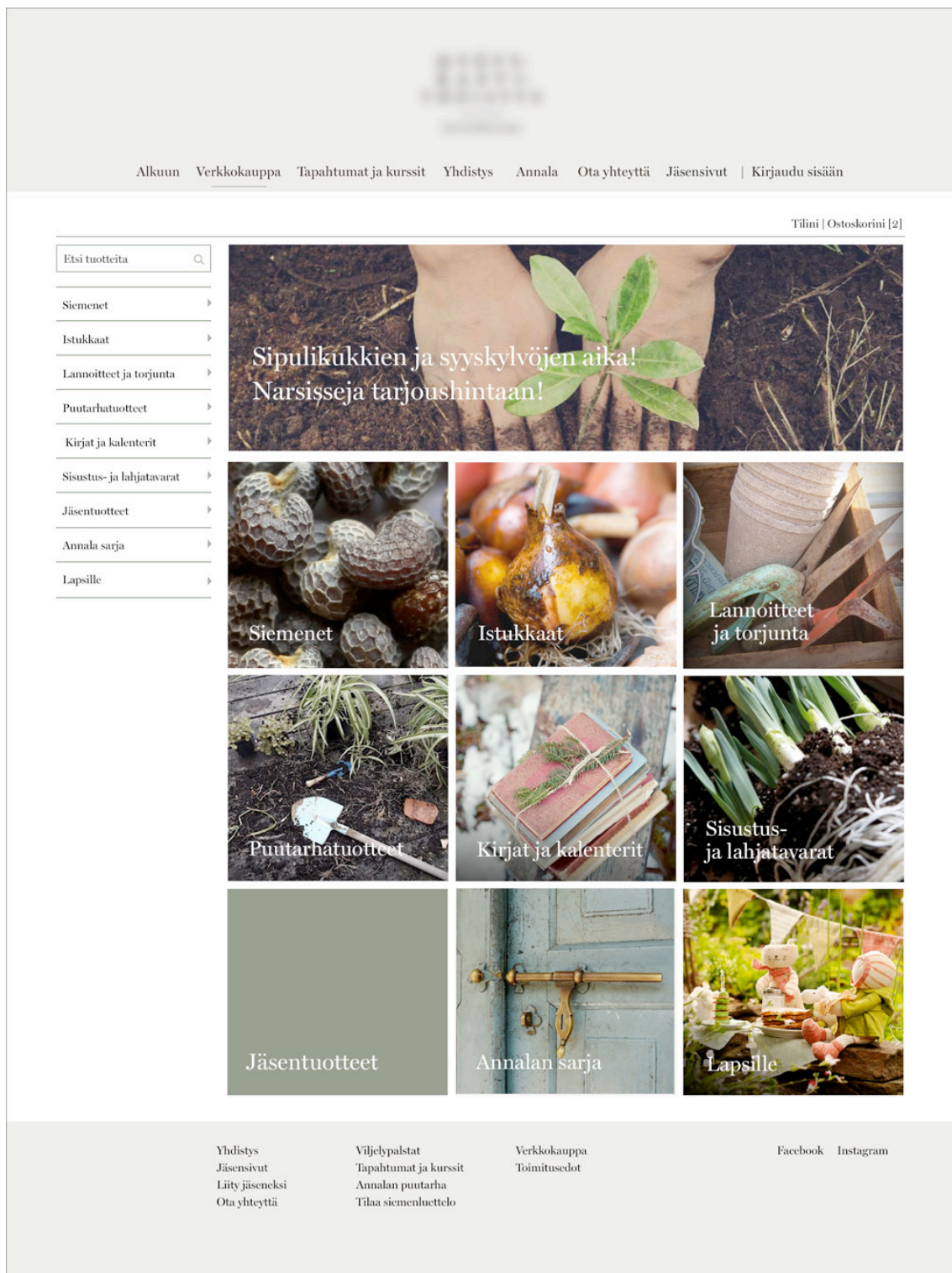
1. Viktiga funktioners synlighet

Utifrån användbarhetstestet och utvärderingen har det framkommit att många av gränssnittets viktiga funktioner inte är tillräckligt synliga och därmed svåra att hitta. Eftersom detta ansågs vara ett av den befintliga nätbutikens främsta problem anser jag att

denna princip var speciellt viktig att ta i beaktande i designarbetet. Inledningsvis bestämde jag att nätbutikens skall vara väldigt synlig och inbjudande på själva webbplatsen. Den skall synas både på framsidan och uppe i navigeringen, och vara en tydlig del av webbplatsen. Nätbutikkens startsida skall vara lockande med erbjudanden och produktsortimentet skall presenteras tydligt. För att göra det så enkelt som möjligt för användaren att hitta de produkter de söker efter valde jag att presentera kategorierna både i menyn till vänster och som bildblock på sidan. Därtill har alla länkar som hjälper användaren navigera i gränssnittet placerats på synliga och konventionella platser. Se figur 4.



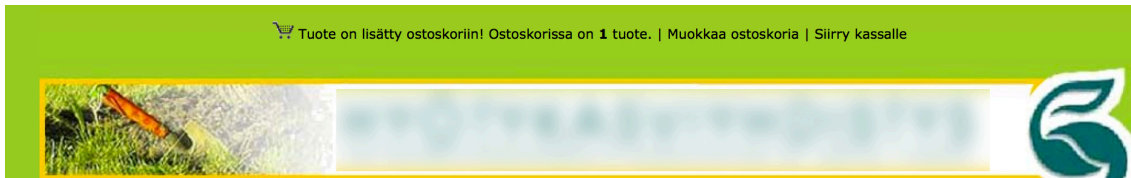
Figur 3. Den befintliga nätbutikkens framsida.



Figur 4. Den nya designens framsida.

Länken till varukorgen som på den befintliga nätbutiken inte är tillräckligt synlig placeras på en plats där användare förväntar sig hitta den, i det övre högra hörnet (Se kapitel 2.5.2). Länken till varukorgen gjordes åtkomlig från alla sidor i nätbutiken och där den alltid skall ligga på samma plats. Dessutom skall den vara synlig oavsett om den har

produkter i sig eller inte. En miniatyr version av varukorgen skall öppnas då man för muspekaren över länken till varukorgen. Se figur 6. Syftet med den är att användaren enkelt skall kunna se varukorgens innehåll utan att lämna sidan hon befinner sig på.



Figur 5. Den befintliga nätbutikens länk till varukorgen



Figur 6. Den nya designens miniatyrversion av varukorgen.

2. Användning av färger, bilder och text

Denna riktlinje har sin grund i heuristiken estetik och minimalistisk form. Jag har följt Nielsens råd att hålla designen minimalistisk genom att sträva efter en väldigt enkel och stilren design. Bakgrundsfärgen är vit och textfärgen svart. Även resten av nätbutiken består av nästan enbart ljusa färger. Endast några få färger används genomgående på sidorna för knappar och vissa andra objekt. Ytterligare färg får nätsidan av attraktiva bilder som fyller upp stora delar av sidorna. De sidor som är mer seriösa dvs kassan och informationssidor, är designade så att de är rena från irrelevant information för att användaren skall kunna fokusera endast på det väsentliga på sidan utan att bli distraherad av onödig information.

Jag vill påstå att det grafiska gränssnittet är anpassat efter målgruppen i och med att designen är klassisk, neutral, stilren och fräsch samt fylld med visuellt tilltalande bilder.

De få färger som används för knappar och markering av olika objekt följer reglerna för den grafiska profilen. De två typsnitten som används i gränssnittet följer även den grafiska profilen. Den huvudsakliga textfärgen är svart och skall alltid stå på ljus bakgrund för att vara lättläst. Textlänkar har en aningen ljusare grå färg för att indikera deras funktion. Eftersom det i användbarhetstestet framkom att flera testpersoner upplevt att ordvalen på vissa länkar i form av knappar och menyer var otydliga, har mer relevanta texter för dem tagits i bruk för att det för användaren skall vara klart vart länkarna leder.

För att textinnehållet skall anpassas efter de potentiella användarnas önskemål har vissa ändringar gjorts. Trots att det är viktigt att användaren får tillräckligt med information om produkterna de önskar köpa får textmängden ändå inte vara allt för stor. Därför designades det grafiska gränssnittet så att användaren i vissa situationer kan välja vilken information som visas, för att på detta sätt göra det lättare för användaren att greppa informationen. Se figur 8.



TUOTETIEDOT



ETUSIVU

YHDISTYS

ALKU & JUURI

ANNALA

TAPAHTUMAT ▶

NETTIKAUPPA ▶

PALSTAT ▶

LIITY JÄSENEKSI ▶

OTA YHTEYTTÄ ▶

HOITO-OHJEITA ▶

JÄSENILLE ▶

MATKAT JA RETKET

KURSSEJA

Kategoria: Vihannekset > Muut vihannekset

Retiisi

Rädisa
Raphanus sativus var. sativus

Yv. Ehkä kehittynyt retikasta. Tullut viljelyyn vasta 1500-luvulla pitkänomaisena valkoisena muotona. Tällaisia viljeltiin 1600-luvulla Turun Akatemian kasvitieteellisessä puutarhassakin. 1700-luvulla retiisi sai pienen pyöreän muotonsa. Aluksi nekin olivat valkoisia ja vasta myöhemmin kehitettiin punaisia. Maku makeankirpeä, mikä johtuu sinappiöljystä. 1 g = n. 80–130 siementä.

Viljely: Kuohkea, lannoitettu puutarhamaa, pH 5,7–7,0. Kylvä avomaalle aikaisin keväällä 0,5–1 cm syvyyteen, uusintakylvöjä voi tehdä parin viikon välein. Itämis aika 8–15 vrk. Kasvaa nopeasti, mutta myös vanhenee nopeasti. Taimiväli 1–2 cm, riviväli 10–30 cm. Kastellaan runsaasti, sillä kuivassa retiisi kitkeröityy ja alkaa helposti kukkia. Neljän viikon kuluttua kylvöstä saadaan ensimmäinen sato. Kasvaa parhaiten 12–15 asteen lämmössä. Mukulat venyvät pitkänomaisiksi korkeassa lämpötilassa ja syvään kylvettyinä. Muiden ristikkukaisten tavoin altis möhjuurelle ja taimipolteelle. Tuhka- tai kalkkipölytys ehkäisee kirppoja samoin ruohokate. Tuhoja voi torjua riittävän pitkällä viljelykierrolla.

Korjuu: Korjataan nuorina.

Säilytys: Käytetään mieluiten heti tuoreena, mutta säilyy muutaman viikon kylmässä.

Valitse näistä

"SAXA 2" 1016		noin 350 kpl 2,00 €	
Kehitetty nimenomaan avomaalla kasvatettavaksi. Hyvin aikainen. Pyöreä ja kirkkaanpunainen. Hyvän makuinen, murea!			
"EISZAPFEN" 1762		noin 5 g 2,00 €	
Nopeakasvuinen. Kauniit, sylinterinmuotoiset, täysin valkoiset juuret. Suippo kärki. Pituus n. 10–12 cm. Malto mehukas ja rapea. Mehukkaat lehdet sopivat salaattiin. Sopii sekä avomaalle että lavaviljelyyn.			
"CHERRY BELLE" 1182		noin 5 g 2,00 €	
Arvostettu kesälajike. Kasvu aika n. 22 vrk. Pyöreä muodoltaan. Kirsikanpunainen kuori sileä ja ohuehko. Mauetaan makea ja mieto. Sopii avomaan ja lavaviljelyyn. Kestää varastointia tulematta kitkeräksi.			
"FRENCH BREAKFAST" 1707		2,30 €	
Tunnettu lajike vuodelta 1878. Kasvu aika n. 24 vrk. Ovaalinmuotoinen: yläosa kuuresta punainen, alaosa valkoinen. Siemenet "kylvetty" valmiiksi maassa hajoavaan nauhaan. Ei enää juuri harvennusta. Kastelusta pidettävä erityistä huolta. Kuivassa maassa siemenet eivät idä. Maku miedon pikantti. Monen suosikki! Kylvönauha 3 x 1,66 m.			

Hae sivustolta:



Uusin tuoteluettelo ▶

Uusin siemenluettelo ▶

Ajankohtaista

22 11 2013

Annalan upeita tuotteita joululahjakonttiin

Annalan luomuviljelyistä yrteistä ja kukista on valmistettu suosittu yrteet, joita nyt voi hankkia Mechelininkadun puodista sekä verkkomyymälästä. Yrteistä ja kukista valmistuu myös hyvää tekevä jalkakälypsuola tai yrteikkääre. Kirjavalikoimamme on parhaimmillaan ja hinnat erittäin kilpailukykyiset. Myös korkeatasoiset puutarhatyökälyt ja siemenvalikoimat sopivat joululahjoiksi. Tervetuloa ostoksille!

5 11 2013

Sipulikkien ja syyskylvöjen aika!


PARVITULPPAANEITA TARJOSHINTAAN! Syksyn mukavia töitä on kevään sipulikkien istutus. Valikoimassamme kestäviä ja kiinnostavia sipulikkia sekä kasvitieteellisiä tulppaaneja. Kevätaikaa voi kirittää myös kylvämällä porkkanan, pasternakan, mustajuuren, kaurajuuren, pilli- ja kiinansipulin, persiljan ja tillin jo syksyllä juuri ennen ilmojen viilentymistä. Siemenet luonnollisesti nettikaupastamme!

Tarjoustuotteet

Queen of Night (TARHATULPPAANIT)

Lajike kuuluu yksinkertaisiin myöhään kukkiviin tulppaane...
2.10 e

Figur 7. Den befintliga nätbutikens produktsida.



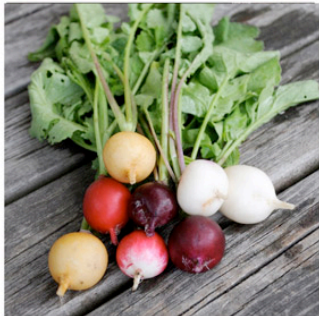
Alkuun
Verkkokauppa
Tapahtumat ja kurssit
Yhdistys
Annala
Ota yhteyttä
Jäsensivut
| Kirjaudu sisään

« Takaisin verkkokauppaan
Tilini | Ostoskorini [2]





Retiisi - Rädisa

Raphanus sativus var. sativus

Yleistä	Korjuu	Säilytys	Historia
<p>Kuohkea, lannoitettu puutarhamaa, pH 5,7–7,0. Kylvä avomaalle aikaisin keväällä 0,5–1 cm syvyyteen, uusintakylvöjä voi tehdä parin viikon välein. Itämisaika 8–15 vrk. Kasvaa nopeasti, mutta myös vanhenee nopeasti. Taimiväli 1–2 cm, riviväli 10–30 cm. Kastellaan runsaasti, sillä kuivassa retiisi kitkeröityy ja alkaa helposti kukkia. Neljän viikon kuluttua kylvöstä saadaan ensimmäinen sato. Kasvaa parhaiten 12–15 asteen lämmössä. Mukulat venyvät pitkänomaisiksi korkeassa lämpötilassa ja syvään kylvetynä. Muiden ristikukkaisten tavoin altis möhjuurelle ja taimipolteelle. Tuhka- tai kalkkipölytys ehkäisee kirppoja samoin ruuhokate. Tuhoja voi torjua riittävän pitkällä vijelykierrolla.</p>			



Valitse näistä lajikkeista:

<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;"> <p>SAXA 2</p>  <p>Kehitetty nimenomaan avomaalla kasvatettavaksi. Hyvin aikainen. Pyöreä ja kirkkaanpunainen. Hyvän makuinen, murea!</p> <p>1 kpl. <input type="button" value="+"/> <input type="button" value="-"/> 2,00 € <input type="button" value="Lisää koriin"/></p> </div>	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;"> <p>EISZAPHEN</p>  <p>Kehitetty nimenomaan avomaalla kasvatettavaksi. Hyvin aikainen. Pyöreä ja kirkkaanpunainen. Hyvän makuinen, murea!</p> <p>1 kpl. <input type="button" value="+"/> <input type="button" value="-"/> 2,00 € <input type="button" value="Lisää koriin"/></p> </div>
<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;"> <p>CHERRY BELLE</p>  <p>Kehitetty nimenomaan avomaalla kasvatettavaksi. Hyvin aikainen. Pyöreä ja kirkkaanpunainen. Hyvän makuinen, murea!</p> <p>1 kpl. <input type="button" value="+"/> <input type="button" value="-"/> 2,00 € <input type="button" value="Lisää koriin"/></p> </div>	<div style="border: 1px solid #ccc; padding: 5px;"> <p>FRENCH BREAKFAST</p>  <p>Kehitetty nimenomaan avomaalla kasvatettavaksi. Hyvin aikainen. Pyöreä ja kirkkaanpunainen. Hyvän makuinen, murea!</p> <p>1 kpl. <input type="button" value="+"/> <input type="button" value="-"/> 2,00 € <input type="button" value="Lisää koriin"/></p> </div>

Yhdistys
Jäsensivut
Liity jäseneksi
Ota yhteyttä

Viljelypalstat
Tapahtumat ja kurssit
Annalan puutarha
Tilaa siemenluetteloo

Verkkokauppa
Toimitusedot

Facebook Instagram

Figur 8. Den nya designens produktsida.

3. Strukturering av sidor och innehåll

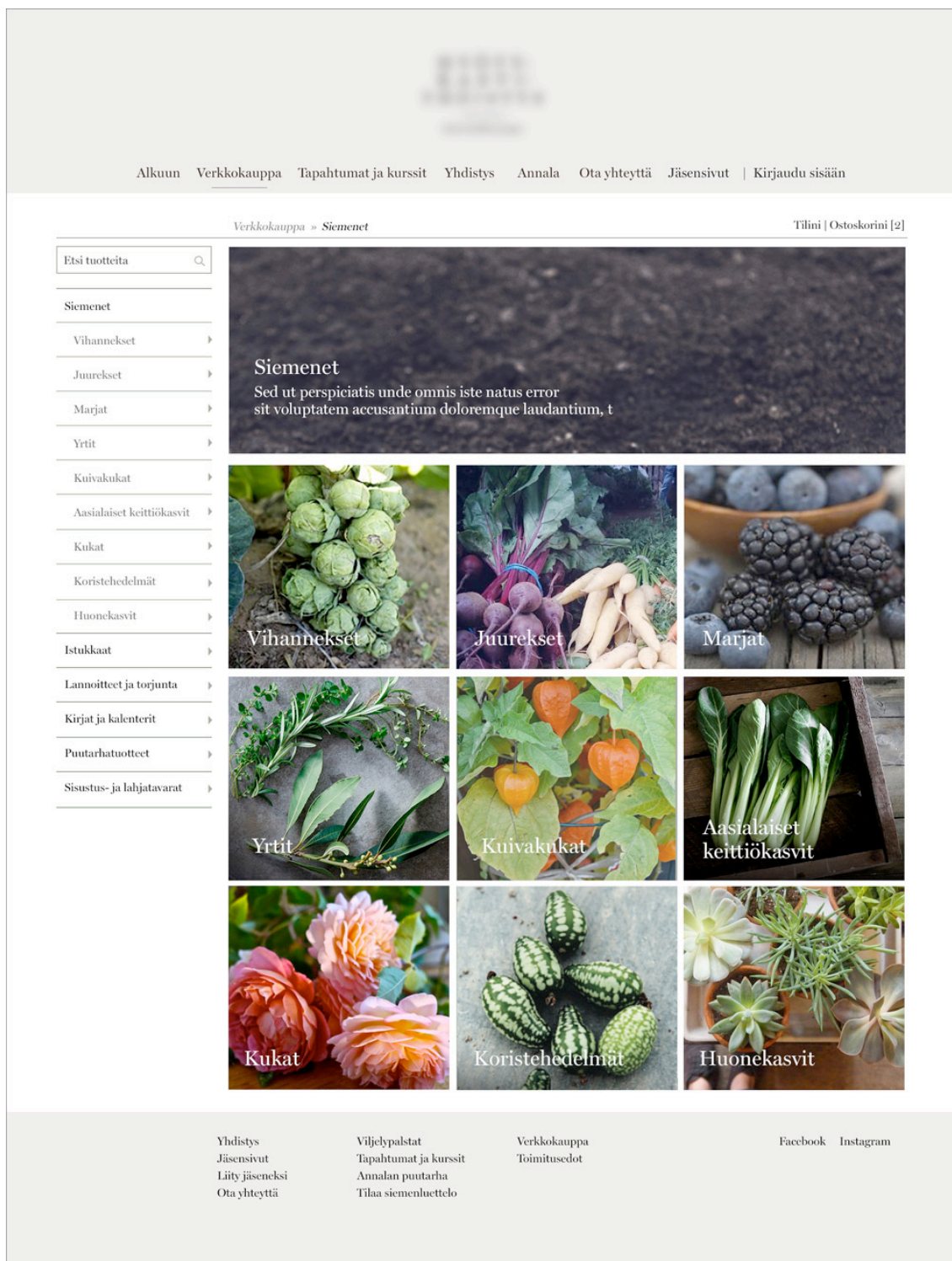
Då strukturen i den befintliga nätbutikens ansetts vara inkonsekvent och svår att begripa har en riktlinje för strukturering av sidor och innehåll utformats.

För att den nya nätbutikens skall vara lätt att greppa och enkel att navigera i har jag försökt utforma en ur användarens perspektiv logisk informationsdesign, för att i största

möjliga mån hjälpa användarna att hitta rätt. Detta har jag gjort genom att placera viktiga och relevant information högt upp på sidan och utformat tydliga rubriker och underrubriker. För att strukturera sortimentet har jag försökt kategorisera produkterna på ett logiskt sätt i tydliga kategorier och underkategorier. Slutenshetens lag har anpassats för att markera elementet och funktioner som hör ihop så att de bildar en helhet. För att skilja information från annan ha jag använt mig av ramar och markeringar. I och med att kategorierna presenteras med hjälp av beskrivande bilder med kompletterande text anser jag att sidornas innehåll och produkternas kategorisering blivit tydligare och lättare att förstå. För att förtydliga produktkategorierna ytterligare har jag också gjort kategorierna tillgängliga i vänstermenyn. Se figur 10.

The screenshot shows a website interface for 'HAE TUOTTEITA'. On the left is a vertical navigation menu with categories like 'ETUSIVU', 'YHDISTYS', 'ALKU & JUURI', 'ANNALA', 'TAPAHTUMAT', 'NETTIKAUPPA', 'PALSTAT', 'LIITY JÄSENEKSI', 'OTA YHTEYTTÄ', 'HOITO-OHJEITA', 'JÄSENILLE', 'MATKAT JA RETKET', and 'KURSSÉJA'. The main content area is titled 'HAE TUOTTEITA' and contains a search bar and a grid of product categories. The categories are: 'Siemenet' (with sub-items like Kaalit, Kurkut, Kurpitsat, Pavut, Pinaattikasvit, Punajuurikkaat, Salaatit, Sellerit, Herne, Sipulit, Porkkana, Muut vihannekset, Marjat, Aasialaiset keittiökasvit, Yrtit, Kukut, kaksi- ja monivuotiset, Kukut, yksivuotiset, Värikkasvit, Kivikkokasvit, Koristehedelmät, Kuivakukat, Koristeheinät, Huonekasvit, Maisemointi- ja maanparannuskasvit, Nurmikkosiemenet, Teemapuutarha, Idätettävät siemenet), 'Istukkaat' (with sub-items like Perunat, Sipulit, Kukkasipulit, Kasvitieteelliset tulppaanit, Tarhatulppaanit, Narsissit, Koristelaukat, Krookus, Talventähdet, Koiranhampaat, Pikarillijat, Lumikellot, Kurjenmiekat, Helmilijjat, Sinililjat, kevättähdet, Hyasintit, Muita sipulkukkia, Valkosipulit), and 'Muut tuotteet' (with sub-items like Kirjat ja kalenterit, Puutarhatuotteet, Postikortit, Pyyheliinat, Idätysastiat, Lannoitteet ja torjunta, Muut tuotteet, Annala-sarja). On the right side, there is a search bar, social media icons, and promotional banners for 'Uusin tuoteluettelo', 'Uusin siemenluettelo', and 'Ajankohtaista' with dates and text.

Figur 9. Kategorierna i den befintliga nätbutiken.



Figur 10. Den nya designens kategorisering.

4. Inbjudande länkar och tydlig återkoppling

Under användbarhetstesten framkom det att navigeringsverktygen i den befintliga nätbutiken inte vara tillräckligt inbjudande eftersom testpersonerna vid flera tillfällen hade svårt att förstå deras funktioner.

För att skapa en tydlig design där länkars funktioner är uppenbara har jag designat navigationsverktygen så att de känns inbjudande och även ger tydliga antydningar om deras funktioner. T.ex. skall textlänkar skilja sig från vanlig text genom sin ljusare färg och därtill skall de understrykas då man för muspekaren över dem. Knapparnas utseende har formgivits på ett sätt att de känns inbjudande i och med deras skuggning och färg. Ordvalen på knapparna skall vara relevanta och tydliga för att det skall vara uppenbart vart knappen leder. Knapparna ändrar även utseende då man för muspekaren över dem för att vara inbjudande.



Figur 11. Exempel på den befintliga nätbutikens knappar.



Figur 12. Den nya designens knappar.

Därtill visade det sig i användbarhetstestet att användare behöver en tydlig bekräftelse på sina handlingar för att hantera gränssnittet. Därför har jag planerat gränssnittet så att det vid varje interaktion skall ge användaren direkt återkoppling på hennes handlingar. T.ex. då en produkt läggs till i varukorgen, skall ett meddelande visas som påvisar att handlingen registrerats och därtill skall en mindre version av varukorgen öppnas nedanför länken till varukorgen, se figur 6. Ifall situationer uppstår där systemet kräver en lång laddningstid, måste detta göras klart för användaren antingen genom att muspekaren ändrar form eller genom att en laddningssymbol visas på sidan. Därtill visas tydliga meddelanden bland annat då dialoger är avslutade eller uppgifter skickade för att informera användaren att systemet registrerat handlingen. Detta är viktigt för att användaren skall känna sig trygg i köpprocessen och få förtroende för nätbutiken.

5. Strävan efter konsekvens

Som visats i både den heuristiska utvärderingen och användbarhetstestet måste layouten, funktioner och element utformas och presenteras konsekvent genom hela designen för att användare skall kunna tolka gränssnittet rätt.

För att vara konsekvent i den nya designen används bland annat endast de färger som ingår i den grafiska profilen. Det samma gäller typsnittet på webbplatsen där endast det två utvalda typsnitten används i de bestämda storlekarna enhetligt genom hela designen. Stilen på knappar är den samma genom deras form, typografi och skuggning. Jag har använt mig av likhetslagen då jag designat knapparna för det grafiska gränssnittet. Knappar med samma funktion är utformade likadant medan knappar vars funktioner skiljer sig åt, t.ex. avbryt- och tillbakaknappar, har ett annat utseende. Se figur 11. Knappar med samma funktion placerats konsekvent genom hela designen, dvs knappar som för en framåt är placerade till höger på sidan medan knappar som för en bakåt är placerade till vänster.


6. Användarkontroll och enkla navigeringsmöjligheter

För att förbättra användarkontrollen i gränssnittet har jag strävat efter att framförallt tillåta enkla sätt för användaren att göra förflyttningar i strukturen. Därmed har en synlig sökväg placerats högt upp på sidan som skall fungera som hjälpmedel vid navigeringen i gränssnittet. Den skall förutom att hjälpa användarna att förstå var i navigationsstrukturen de befinner sig, erbjuda dem enkla sätt att hoppa över flera steg i strukturen. En backa-knapp har också placerades uppe till vänster på sidor där det behövs, för att användare skall ha möjlighet förflytta sig bakåt i strukturen.

Ett sökfält uppe till vänster placerades för att erbjuda en sökfunktion för dem som vet vad de söker efter, eftersom detta både enligt forskare och potentiella användare anses vara viktigt. Till skillnad från den befintliga webbplatsen skall det endast finnas ett sökfält för hela sidan.

För att göra det möjligt för systemet att komma ihåg tidigare användare har jag valt att de användare som önskar skall kunna att registrera sig till systemet. På detta sätt tvingas inte återkommande användare fylla i sina kontaktuppgifter varje gång de utför uppköp. Det skall dock trots detta vara möjligt att utföra uppköp utan att vara en registrerad användare.

För att den viktiga köpprocessen skall gå smidigt består köpprocessen till skillnad från den befintliga nätbutiken, endast av en sida. På denna sida fyller användaren i sina kontaktuppgifter och i samma veva skall de som vill kunna registrera sig. Därtill presenteras beställningsinformation och leveransmöjligheter. Denna sida är väldigt minimalistisk och innehåller endast för köpet nödvändig information för att användaren inte skall distraheras av annat.



[Alkuun](#) | [Verkkokauppa](#) | [Tapahtumat ja kurssit](#) | [Yhdistys](#) | [Annala](#) | [Ota yhteyttä](#) | [Jäsenivut](#) | [Kirjaudu sisään](#)

← Takaisin verkkokauppaan
Tilini | Ostoskorini [2]

KASSA

Olen ennestään jäsen Kirjaudu asiakastilillesi

Laskutus osoite

Etunimi*

Sukunimi*

Katuosoite*

Postinumero*

Postitoimipaikka*

Puhelinnumero*

Sähköposti*

* merkityt kentät ovat pakollisia

Toimitus osoite Käytä laskutusosoitetta

Luo käyttäjätili?



Salasana*

Vahvista salasana*

Luo käyttäjätili valitsemalla salasana, joka sisältää vähintään kuusi merkkiä. Sähköpostiosoite toimii käyttäjänimenä.

* merkityt kentät ovat pakollisia

Tilaus

	Tuote	Määrä	Hinta
	Rettiisi Lajike	1	2,00 €
	Lanttu Lajike	1	10,00 €

Toimitus

Itella 5,00 €

Maksettava summa: **17,00 €**

Laskutus

Luottokortti

Verkkopankkimaksu

Paypal

Hyväksyn toimitusehdot

Siirry maksamaan

[Yhdistys](#)

[Jäsenivut](#)

[Liity jäseneksi](#)

[Ota yhteyttä](#)

[Vijelypalstat](#)

[Tapahtumat ja kurssit](#)

[Annalan puutarha](#)

[Tilaa siemenluettelot](#)

[Verkkokauppa](#)

[Toimitusedot](#)

[Facebook](#)

[Instagram](#)

Figur 13. Nya designens kassa.

7. Förebyggande av fel och enkel felhantering

För att minimera risken att användaren gör fel i sina handlingar på webbplatsen har jag använt mig av vissa rekommendationer. Jag har till exempel i situationer där det är möjligt, använt mig av rullgardinsmenyer med valmöjligheter för att hindra att användaren

skriver in fel information. För hindra att fel inträffar informeras användaren tydligt ifall fält måste fyllas i för att utföra specifika handlingar. Genom att de markeras med asterisker och tydliga förklaringar tror jag inkorrekta handlingar kan förhindras. Ifall användaren försöker gå vidare utan att ha fyllt i de obligatoriska fälten, markeras fälten ytterligare och ett meddelande visas som förklarar problemet. Även ifall det uppstår andra fel på sidan, ger gränssnittet alltid ett tydligt felmeddelande, innehållande orsak till varför problemet uppstod.

The image shows a web form for customer registration. On the left is a yellow sidebar menu with categories like 'ETUSIVU', 'YHDISTYS', 'ALKU & JUURI', 'ANNALA', 'TAPAHTUMAT', 'NETTIKAUPPA', 'PALSTAT', 'LIITY JÄSENEKSI', 'OTA YHTEYTTÄ', 'HOITO-OHJEITA', 'JÄSENILLE', 'MATKAT JA RETKET', and 'KURSSEJA'. The main form area is titled 'TILAAJAN TIEDOT' and includes a search bar, a Facebook icon, and a 'Uusin tuoteluettelo' button. The form fields are: 'Jäsenyys' (dropdown), 'Tuotteet' (text), 'Etunimi' (text), 'Sukunimi' (text), 'Katuosoite' (text), 'Postinumero' (text), 'Postitoimipaikka' (text), 'Email' (text), 'Puh. (päivisin)' (text), 'Tuotteet saa tarvittaessa korvata vastaavilla tuotteilla' (checkbox), 'Syntymävuosi' (dropdown), and 'Lisätietoja' (text area). A 'JÄTÄ TILAUS' button is at the bottom right. A right-hand section contains promotional text for 'Annalan upeita tuotteita joululahjakonttiin' and 'Sipulikkukien ja syyskylvöjen aika!'.

Figur 14. Den befintliga nätbutikens formulär och felmeddelande.

Laskutus osoite	Toimitus osoite <input checked="" type="checkbox"/> Käytä laskutusosoitetta
Etunimi*	<input type="text" value="Ylva"/>
Sukunimi*	<input type="text" value="Lucander"/>
Katuosoite*	<input type="text" value="Väg 1"/>
Postinumero*	<input type="text" value="00000"/>
Postitoimipaikka*	<input type="text" value="Helsingfors"/>
Puhelinnumero*	<input type="text" value="050 1111111"/>
Sähköposti*	<input type="text"/>
* merkityt kentät ovat pakollisia	
Luo käyttäjätili? <input checked="" type="checkbox"/>	
Salasana*	<input type="text" value="*****"/>
Vahvista salasana*	<input type="text" value="*****"/>
* merkityt kentät ovat pakollisia	

Voidaksesi jatkaa sinun on annettava sähköpostiosoite

Luo käyttäjätili valitsemalla salasana, joka sisältää vähintään kuusi merkkiä. Sähköpostiosoite toimii käyttäjänimenä.

Figur 15. Den nya designens formulär och felmeddelande.

Avslutningsvis kan jag säga att den nya designen som helhet är estetiskt tilltalande och ren från onödig funktionalitet. Viktiga funktioner är synliga och placerade på konventionella platser. Designen har en enkel och stilren utformning så att det för användaren skall vara tydligt hur gränssnittet skall användas. Den nya designen erbjuder ett enkelt sätt att navigera bland sidorna och det är därmed lätt att hitta det man letar efter. Länkar presenteras konsekvent i gränssnittet, är inbjudande och erbjuder även direkt respons på användares handlingar. Ifall fel görs vid användningen av nätbutiken presenteras tydliga instruktioner för hur man skall tillrättalägga felen.

6 DISKUSSION OCH SLUTSATSER

När detta examensarbete inleddes utgick jag ifrån att gränssnittet i den befintliga nätbutikens innehöll för många användbarhetsproblem och därmed inte var användbar. På så sätt blev syftet med examensarbetet att identifiera de användbarhetsproblem den specifika nätbutiken hade, för att med beaktande av dem utforma riktlinjer som skulle följas i redesignarbetet. För att utveckla min slutsats kommer jag att blicka tillbaka på min frågeställning och besvara frågorna.

På vilket sätt och med vilka metoder kan jag identifiera den befintliga nätbutikens största brister och problem?

För att lyckas identifiera bristerna och problemen med den befintliga nätbutikens genomförde jag både en heuristisk utvärdering av gränssnittet och användbarhetstester med potentiella användare. Utifrån resultatet av den heuristiska utvärderingen och användbarhetstesten identifierades följande användbarhetsproblem:

- Svårigheter att hitta och navigera i gränssnittet
- Stökig och omodern design
- Otydlig respons på handlingar
- Inkonsekvens i gränssnittet
- Svårigheter att greppa informationsinnehållet i gränssnittet
- Svårigheter att förstå och hantera funktioner i gränssnittet
- Förebyggande och återhämtning av fel

Vilka huvudsakliga principer bör då följas vid utformandet av det nya gränssnittet för att tillrättalägga de upptäckta bristerna i syfte att förbättra användbarheten?

För att tillrättalägga problemen och förbättra användbarheten utformades följande riktlinjer för redesignarbetet:

1. Viktiga funktioners synlighet
2. Användning av färger, bilder och text
3. Strukturering av sidor och innehåll

4. Inbjudande länkar och tydlig återkoppling
5. Strävan efter konsekvens
6. Användarkontroll och enkla navigeringsmöjligheter
7. Förebyggande av fel och enkel felhantering

Avslutningsvis presenterades en redogörelse för hur det nya gränssnittet utformats med riktlinjerna som verktyg. Målet var att med hjälp av riktlinjerna, skapa ett nytt förbättrat gränssnitt för nätbutiken som skulle leva upp till kraven gällande användbarhet och visuell design. Målet med examensarbetet anser jag nått i och med att jag lyckats identifiera användbarhetsproblemen och därefter uteslutit dem i den nya designen.

Att utvärdera det befintliga gränssnittet utifrån Nielsens och Molichs heuristiker visade sig vara ett effektivt sätt att identifiera användbarhetsproblem eftersom utvärderingen resulterade i att ett flertal användbarhetsproblem upptäcktes. Det framstod ändå att enbart den heuristiska utvärdering inte skulle ha varit tillräcklig för att identifiera alla användbarhetsproblem. Jag anser att jag tack vare kombinationen av både den heuristiska utvärderingen och användbarhetstestet lyckades identifiera de mest kritiska användbarhetsproblemen. Den information som samlats in under användbarhetstesten var till stor nytta, dels eftersom många avgörande faktorer troligtvis inte skulle ha identifierats och dels eftersom det hade varit svårt att förutse användarnas behov utan deras verkliga medverkan.

Jag kan konstatera att teoristudierna underlättade designarbetet av det nya gränssnittet i syftet att förbättra användbarheten. Men förutom att det vid utformningen av gränssnittet krävdes en förståelse för visuell design och ett kreativt tänkande tror jag absolut att de sammanställda riktlinjerna för den specifika nätbutiken varit avgörande för att lyckas nå målet med examensarbetet. Under arbetets gång har jag lärt mig mycket om både användbarhet och hur man i utformningen av gränssnitt kan använda designriktlinjer som verktyg för att nå specifika mål. Dessutom har jag fått en förståelse för hur stor roll användbarheten har för en webbplats. Jag är säker på att jag i framtida projekt kommer att ha nytta av undersökningen som gjorts i detta arbete och de kunskaper jag fått tack vare examensarbetet.

KÄLLOR

Böcker

- Berggren-Bergius, Bo; Granath, Tomas; Sandell, Roland. 2010, *Interaktiva medier*, 1 uppl., Malmö: Liber AB, 180 s.
- Bergström, Bo; Lundgren, Pär; Flessa, Georg. 2008, *Grafisk kommunikation*, 4 uppl., Malmö: Liber AB, 282 s.
- Johnson, Jeff. 2010, *Designing with the mind in mind - Simple Guide to Understanding User Interface Design Rules*, Morgan Kaufmann Publishers, Burlington, 183 s.
- Krug, Steve. 2006, *Älä pakota minua ajattelemaan*, 2 uppl., New rider publishing, Indianapolis: 201 s.
- Millhollon, Mary; Castrina, Jeff; Lothamer, Leslie. 2006. *Enkel webbdesign*, 1 uppl., Sundbyberg: Pagina Förlag AB, 455 s.
- Nielsen, Jacob. 2000, *Designing web usability: The practice of simplicity*, 1 uppl., Indianapolis: New rider publishing, 419 s.
- Sundström, Tommy. 2005. *Användbarhetsboken*, Studentlitteratur, 470 s.

Elektroniska källor

- Domingues, Ingrid & Berndtsson, Johan. *Användbarhet i praktiken. Utvärdera användbarhet*, [www]. Tillgänglig:
http://anvandbarhet.se/bok:utvardera_anvandbarhet
Hämtad: 1.10.2013.
- E-delegationen. 2012, *Vägledning för webbutveckling. Riktlinje nr 27: Hjälp användaren förstå var de är på webbplatsen* [www], uppdaterad: 25.4.2012.
Tillgänglig:
<http://www.webbriktlinjer.se/r/27-hjalp-anvandarna-forsta-var-de-ar-pa-webbplatsen/>
Hämtad: 20.11.2013.
- E-delegationen. 2013, *Vägledning för webbutveckling. Riktlinje nr 28: Det viktigaste ska vara enkelt att hitta* [www], uppdaterad: 23.10.2013. Tillgänglig:
<http://www.webbriktlinjer.se/r/28-det-viktigaste-ska-vara-enkelt-att-hitta/>
Hämtad: 20.11.2013.

- Nielsen, Jakob. 1995a , *10 Usability Heuristics for User Interface Design*, [www], publicerad: 1.1.1995. Tillgänglig:
<http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>
 Hämtad: 11.4.2013.
- Nielsen, Jakob. 1995b, *How to Conduct a Heuristic Evaluation*, [www], publicerad: 1.1.1995. Tillgänglig:
<http://www.nngroup.com/articles/how-to-conduct-a-heuristic-evaluation/>
 Hämtad: 20.11.2013.
- Nielsen, Jakob. 1995b, *Characteristics of Usability Problems Found by Heuristic Evaluation*, [www], publicerad: 1.1.1995. Tillgänglig:
<http://www.nngroup.com/articles/usability-problems-found-by-heuristic-evaluation/>
 Hämtad: 20.11.2013.
- Nielsen, Jakob. 2000, *Why You Only Need to Test with 5 Users*, [www], publicerad: 19.3.2000. Tillgänglig:
<http://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/>
 Hämtad: 20.11.2013.
- Nielsen, Jakob. 2012, *Usability 101: Introduction to Usability*, [www], publicerad: 4.1.2012. Tillgänglig:
<http://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>
 Hämtad: 12.4.2013.
- Ström, Per. 2009, *Var ska kundvagnen placeras?*, [www], publicerad: 03/2009. Tillgänglig:
<http://www.usabilitypartners.se/artiklar/var-ska-kundvagnen-placeras>
 Hämtad: 1.12.2013.
- Ström, Per. 2010, *E-handeln ökar, men hur mycket snabbare skulle den öka om handlarna satsade på enklare och mer användbara webbplatser?*, [www], publicerad: 04/2010. Tillgänglig:
<http://www.usabilitypartners.se/artiklar/e-handeln-okar>
 Hämtad: 1.12.2013.
- Wikipedia. *Användargränssnitt*. [www], uppdaterad: 9.3.2013
<http://sv.wikipedia.org/wiki/Anv%C3%A4ndargr%C3%A4nssnitt>
 Hämtad: 30.11.2013.
- Wikström, Ville. *Verkkokauppa ylitti viime vuonna 10 miljardin rajan*, [www], publicerad: 29.9.2012. Tillgänglig:
http://www.tns-gallup.fi/uutiset.php?aid=14785&hakustr=verkko#a_14785
 Hämtad: 15.11.2013.

Usability partners, *ISO-standarder*, [www]. Tillgänglig:
<http://www.usabilitypartners.se/om-anvandbarhet/iso-standarder.php>
Hämtad: 15.11.2013.

BILAGOR

Bilaga 1 - Uppgifter som utfördes av testpersoner i användbarhetstestet.

1. Tänk dig att du vill läsa mer om produkten basilikafrö i nätbutiken. Leta upp produkten basilikafrö. Efter du hittat den, sök upp produkten persiljefrö.
2. Leta upp produkten spenat "Reddy" utan att använda sökfunktionen. Lägg två av dem i din varukorg.
3. Lägg tre stycken valfria produkter, en från varje huvudkategori i varukorgen. Då du lagt alla tre produkter i varukorgen ändrar du dig och vill istället endast köpa två produkter. Radera en av produkter och köp de två andra.
4. Tänk dig att du vill köpa en vinröd tulpanlök till någon som gåva. Hitta en sådan, lägg den i din varukorg och köp den.

Bilaga 2 - Diskussionsfrågor som ställdes till testpersonerna efter användbarhetstestet

- 1. Hur upplevde du helhetsintrycket av nätbutiken när du utförde uppgifterna? Vad var bra respektive dåligt?*
- 2. Hur kändes det att navigera i gränssnittet?*
- 3. Hur tyckte du innehåll och information var presenterat på sidan?*
- 4. Kunde du utföra uppgifterna så som du hade förväntat dig, om inte, är det något du i så fall skulle vilja ändra på?*