



KUNGL. TEKNISKA HÖGSKOLAN

Royal Institute of Technology
Numerical Analysis and Computing Science

TRITA-NA-D0008 • CID-102, KTH, Stockholm, Sweden 2000

Användbarhet på www

Ann Lantz, Michael Ortman, Inger Boivie & Jenny Johansson



CID
Centre for
User Oriented IT Design

Ann Lantz, Michael Ortman, Inger Boivie & Jenny Johansson

Användbarhet på www

Report number: TRITA-NA-D0008, CID-102

ISSN number: ISSN 1403-073X

Publication date: June 2000

E-mail of author: alz@nada.kth.se, ortman@nada.kth.se,
inger.boivie@tietoenator.se, jenny.johansson@abelbaker.com

URL of author: <http://www.nada.kth.se/~alz>,
<http://www.nada.kth.se/cid/ortman>

Reports can be ordered from:

CID, Centre for User Oriented IT Design

Nada, Dept. Computing Science

KTH, Royal Institute of Technology

S-100 44 Stockholm, Sweden

telephone: + 46 8 790 91 00

fax: + 46 8 790 90 99

e-mail: cid@nada.kth.se

URL: <http://www.nada.kth.se/cid/>

Innehåll

ABSTRACT	7
SAMMANFATTNING	7
BAKGRUND	7
INTRODUKTION	8
Innehåll	8
Gränssnitt	8
Grafisk design	8
VAD ANVÄNDARE GENERELLT OGILLAR OCH GILLAR PÅ WEBBEN	9
Vad användare generellt ogillar på webben	9
Vad användare generellt gillar på webben	10
TIO-I-TOPPLISTA ÖVER MISSTAG I WEBBUTFORMNING	11
1. Avsaknaden eller fördröjning av tillbakaknappens funktion (i webbläsaren)	11
2. Öppnandet av nya fönster i webbläsaren	12
3. Avsaknaden av att riktlinjer följs	12
4. Avsaknaden av information om de/den som står bakom webbtjänsten	12
5. Avsaknaden av arkiv med gammal information	12
6. Flytta en sida till en ny URL	12
7. Rubriker som inte har med innehållet att göra	13
8. Användandet av de senaste modeorden på Internet	13
9. Långsamma svarstider från servern	13
10. Allt som ser ut som en annons	13
RIKTLINJER FÖR TRADITIONELL GRÄNSSNITTSDESIGN	14
Rätt informationsmängd samtidigt på skärmen	14

Disposition av skärmytan	14
Visa helhet och detalj samtidigt	14
Tillåt växling mellan arbetsuppgifter	14
Ge informationen en tydlig och genomtänkt form	14
Använd ikoner på rätt sätt	14
Utforma inmatningsfunktioner rätt	14
Anpassa pekfunktioner till arbetssituationen	15
INVOLVERA ANVÄNDARE I UTFORMNING AV WEBBTJÄNSTER	15
Återkoppling från användarna	15
Åtkomlighet – hänsyn till användare med speciella behov	16
ETT EXEMPEL PÅ UTVÄRDERING AV EN WEBBPLATS	17
Utvärdering genom fokusgrupper	17
Genomförande	17
Upplägg	17
RESULTAT	18
Generellt om grupperna	18
Syfte	18
Navigering	19
Utseende och innehåll	19
Intressantaste sidorna	20
Åsikter och önskemål	20
Resultat från WAMMI-enkäten	21
DISKUSSION	22
REFERENSER	23
BILAGOR	25

Användbarhet på www

Abstract

This report gives an overview of web site design. Areas as traditional interface design, what web users dislike and like, and, mistakes in web design are presented. One example of how to evaluate a web site is presented by describing a study performed at CID. A number of different techniques were used but in this report we present the parts including focus groups and a web questionnaire. Results show that the main structure, navigation and aesthetics not need great changes. Information at the web site need to be restructured and made more clear in order to meet our different target groups needs. We also have to present our activities in other ways than just text and picture.

Sammanfattning

Denna rapport ger en översikt inom webbplatsdesign. Områden som traditionell gränssnittsdesign, vad användare ogillar och gillar på webben samt vanliga webbdesignmisslag presenteras. Ett exempel på hur en webbplats kan utvärderas ges genom att presentera en del av de sätt vi på CID valt att utvärdera vår egen webbplats: fokusgrupper med olika målgrupper samt en webbenkät. Resultaten visar att huvudstruktur, navigering samt estetik inte behöver genomgå stora förändringar. Däremot behöver informationen omstruktureras och även göras mer tydlig för en del av våra målgrupper. Vi behöver även presentera vår verksamhet på andra sätt än enbart med hjälp av text och bild.

Bakgrund

CID:s webbplats drivs som ett eget projekt och ingår i ”Design för digitala nätverksmedier” i forskningsområdet Digitala världar. En strategi för hur man via webben bäst ska kommunicera både utåt och internt har påbörjats.

Med utgångspunkt från ”CID’97 – riktlinjer för utformning av webbplatser” (Ullman, Ortman, Lenman och Torgny, 1997), kommer vi här att presentera vårt arbete med att utforma webbplatser grundat i erfarenhet från utvärdering av CID:s egen webbplats.

Vid omdesignen 1997 gjordes stora förändringar vad det gäller navigation, struktur och underhåll i CID:s webbplats. I projektgruppen har vi enats om att bibehålla utseendet i stort och göra de stora förändringarna i sättet att presentera projekten. Vi ska titta närmare på samverkan mellan innehåll och mottagarsituationen. Efter användarstudierna planerar vi att följa upp och prova nya design- och innehållsidéer, vilka i sin tur kommer att genomgå nya användartester.

Introduktion

Majoriteten av de webbtjänster som finns idag tar inte hänsyn till viktiga aspekter som påverkar funktionalitet och användbarhet. Detta beror dels på att Internet fortfarande är ett nytt medium för många och dels på att kunskapen om hur man bör gå till väga saknas. En webbtjänst präglas mycket av den som utformat den.

Vikten av användbarhet och estetik väger olika beroende på vem användaren är. Man kan dock med stor säkerhet våga påstå att en webbtjänst som präglas av tung grafik och dåliga navigations- och organisationsstrukturer är mindre attraktiv för återbesök. Detta är naturligtvis målgruppsberoende. Risken att en användare lämnar webbtjänsten då denne inte snabbt hittar vad som eftersöks på grund av ovan nämnda egenskaper, är stor.

Vad som är användbart för webben eller hur man når dit beror på fler faktorer. Schneiderman (1998) menar att man kan kategorisera webbplatser beroende på den organisation som står för webbplatsen och vilket mål dessa har. Universitet/högskolor eller t.ex. museum vill annonsera och informera medan företag vill sälja produkter eller tjänster. Detta påverkar utformningen av webbplatsen i dess grundstruktur. Genom olika empiriska studier kommer även målgruppens åsikter och reaktioner att kunna tillvaratas vilka i sin tur påverkar webbplatsens utformning.

En rapport om riktlinjer och utformning av webbplatser kom i CID:s rapportserie redan 1997 (Ullman et al, 1997). Här tog författarna upp följande tre centrala delar:

Innehåll

Formulera syfte, välj målgrupp, tänk igenom hur sidorna kan användas, bestäm struktur och språk.

Gränssnitt

Utforma hemsidan så den visar innehållet och går att överblicka, namnet på länkarna ska passa innehållet, undvik för många länkar i texten. Hjälプ användaren att hitta rätt, gör navigeringen enkel, hjälpmedel för navigering och orientering ska utformas konsekvent.

Grafisk design

Anpassa webbsidorna till den användbara ytan på bildskärmen, undvik för många och starka färger, var sparsam med animering, förena variation och konsekvens i den grafiska designen, håll ned filstorleken, använd teckensnitt som är lätt att läsa på bildskärm, användaren ska förstå vad som är klickbart.

Punkterna redovisade ovan var en första CID-rapport med riktlinjer och tips för utformning, konstruktion och utvärdering av webbplatser. Liknande beskrivning görs av Bevan (1997) men här görs beskrivningar som följer olika projektfaser d.v.s. planering, konstruktion, utvärdering och underhåll.

Planering

I planeringsfasen specificeras dels övergripande mål för verksamheten dels en detaljerad beskrivning av i vilket sammanhang platsen ska användas. Mål för kvalitet och användbarhet som kan utvärderas beskrivs. Budget och tidsplan för de olika delmomenten måste tas fram.

Utvärderingsmetoder

En utvärdering av en webbplats kan göras genom s.k. expertutvärdering. Genom att använda checklistor går en expert igenom sida för sida och eventuella fel och brister detekteras. Tidig mock-up i form av upplagda webbsidor eller pappersutskrifter av webbsidor visas och testas. Prototyper som delvis eller helt fungerar testas genom att gå igenom designprinciper eller genom användartester.

Underhåll av befintliga sidor

Vid underhåll av en webbplats är det viktigt att se till att nya sidor följer den tidigare valda mallen för layout och användbarhet. Indexering är ett sätt att hjälpa användare hitta nya viktiga ämnen som presenteras på webbplatsen. Planera och revidera webbplatsens struktur och gör upprepade användarutvärderingar.

Många aktiviteter har utförts kring webbutvärdering sedan 1997 och en del av dessa finns inkluderade i denna rapport. I nästa avsnitt går vi in på hur olika lösningar på webbplatser mottas av användare.

Vad användare generellt ogillar och gillar på webben

Det finns undersökningar gjorda om vad användare tycker om respektive ogillar på webben. Morville och Rosenfeld (1998) redogör för detta och till stöd för dessa påståenden anger författarna kunder, kollegor samt egna erfarenheter.

Vad användare generellt ogillar på webben

Kan inte hitta det som eftersöks

Många har problem med att finna den information som eftersöks. Användaren kan t.ex. ha blivit "utslängd" från tjänsten genom en extern länk. Användaren kan också ha problem med att veta var man ska leta och många länkar och rubriker på sidor är namngivna på ett tvetydigt sätt.

Ett annat problem är när informationen på sidorna flyttas om, så att något som finns på en sida ena dagen, ligger på en annan sida nästa dag. Även om en besökare inte letar efter något särskilt i en tjänst kan de bli förvirrade av ett dåligt navigationssystem.

Ogenomtänkt utformning

Sidor som är fullpackade av text, länkar, grafik och andra komponenter kan göra det svårt för användaren att hitta information på sidorna. Många designers glömmer att en tom yta är en minst lika viktig komponent som någon annan. För mycket information i långa textstycken leder till att man måste rulla i fönstret för att hitta det man söker. Istället kan det vara mer lämpligt att dela upp informationen på flera sidor under vettiga länknamn.

Olämpligt språk

Webbtjänster som talar ett annat språk än användaren kan medföra att många inte förstår eller tvingas ta sig an textförfattarens vokabulär. Uttryck i tekniska och vetenskapliga termer kan vara svårt att förstå. Bördan av vem som bör anpassa sig efter vem brukar ligga på den som utformar webbtjänsten och inte vice versa.

Under konstruktion

Emellanåt händer det att man kliver in på webbtjänster som är under ombyggnad, och texten ”under construction” är placerad på sidan. Även blinkande animationer förekommer. Morville och Rosenfeld (1998) rekommenderar att webbtjänster som är under ombyggnad inte bör lanseras förrän det verkligen finns något av värde att hämta, inte förr. Det kan förefalla en aning ointressant att ständigt mötas av en sida där bakomliggande personer eller företag talar om varför den inte är klar eller varför den inte fungerar eller vad i tjänsten man håller på att bygga ut.

Det finns situationer där ”under construction” kan vara passande: när kritisk viktig information blir tillgänglig. Publicerandet av informationen kan vara mer viktigt än hur det presenteras (Dix, Finley, Abowd & Russel, 1998)

Vad användare generellt gillar på webben

Medan dålig design skapar frustration och irritation är bra design mer ”tystlåten”, passiv och transparent, med andra ord: inte lika märkbar. Vare sig det är vardagliga ting såsom dörrknoppar och telefoner, eller utseendet och känslan hos en webbtjänst, reagerar användare inte förrän det är något som inte fungerar (Morville och Rosenfeld, 1998; Nomos, 1999). Gemensamma egenskaper hos fungerande webbtjänster är att de integrerar alla nyckelaspekter av webbdesign: informationsarkitektur, teknisk- och grafisk design.

God estetik

Hur ytligt det än kan verka så används flera tjänster för att de är estetiskt tilltalande. Men det är sällan endast för att de innehåller snygg grafik. En attraktiv tjänst utmärker sig via ett genomarbetat, samstämmigt och konsekvent utseende vilket presenterar en unik identitet hos tjänsten och likaså företaget eller personen bakom tjänsten (Morville och Rosenfeld, 1998). Grafiken och kompositionen av text och bilder (layout) är integrerade med andra delar som t.ex. navigationssystem, applikationer och språkstil.

Hög nytta

En webbtjänst som man besöker och sedan återkommer till beror framförallt på att man finner den användbar ur någon aspekt. På många webbtjänster infogas tekniken på ett omärkbart sätt. Vissa webbtjänster har inte den möjligheten p.g.a. att dess användningsområde inte tillåter detta. Som exempel kan sökmotorer och webbaserade spel ges. Sökmotortjänster fungerar som sökare efter information snarare än ren presentatör av dito och i webbaserade spel är html-filerna sekundära och spelet det primära. Dessa webbtjänster blir besökta för att någon vill göra efterforskningar eller ha roligt. Fungerar de dåligt och otillfredsställande skulle inte tjänsterna bli besökta. Kvaliteten hos denna typ av tjänster mäts i hur väl applikationerna fungerar och hur väl de matchar webbtjänstens mål.

Lätt att hitta

God informationsarkitektur är extra viktigt på stora och komplexa tjänster. För att lätt komma åt informationen på dessa sidor krävs navigationssystem och organisations-scheman som framhäver de viktiga bitarna som folk behöver och ”gömmar” den information som annars skulle kunna vara i vägen för användaren.

Personifiering

Användare efterfrågar i allt större utsträckning möjligheten att få information som är anpassad efter deras egna intressen och behov (Morville och Rosenfeld, 1998). Många webbtjänster har skräddarsytt innehåll genom att t.ex. tillåta användare profilera sina intressen. Dessa tjänster signalerar att bakomliggande skapare är medvetna om att alla användare inte är likadana. Förutom influenser från användare så är det också marknadsföringsintressenter som har framkallat och påskyndat trenden: varför presentera allmän information till den bredaste publiken när man kan rikta information till särskilda fördefinierade grupper. Vad som utmärker hög kvalitet hos denna typ av tjänster är att deras formgivare inser att användare är olika och adresserar deras unika behov.

”Less is more”

Information utöver den som är nödvändig kan distrahera användare från den primära informationen. Med nödvändig information menas den information som krävs för att användaren ska kunna utföra sina uppgifter (Nielsen, 1993). Nielsen hävdar att det är bättre att ha mindre viktig information i ett annat fönster som t.ex. kan aktiveras i ett hjälpsystem eller från en meny. Det kan också vara lämpligt att konstruera en lösning som tillåter växling mellan de olika vyerna.

Tio-i-topplista över misstag i webbutformning

I ”Top ten mistakes in Web design” (1996; 1999) skriver Nielsen om vanliga fel som oerfarna webbsidutformare gör sig skyldiga till. Nielsen hävdar dock att alla tio misstag från 1996 fortfarande är aktuella idag och att 9 av dessa 10 medför användbarhetsproblem. Problemen bör i så stor utsträckning som möjligt undvikas i moderna webbtjänster. Nedan beskrivs Nielsens senaste tio-i-topp-lista från 1999.

1. Avsaknaden eller fördröjning av tillbakaknappens funktion (i webbläsaren)

Tillbakaknappen är användarens näst viktigaste navigeringsverktyg efter hypertextlänkar. Användare är medvetna om att de kan klicka var som helst. Tappar de bort sig kan de alltid återgå till ursprungsläget genom att klicka på tillbakaknappen. Tillbakaknappens funktion kan upphöra att fungera när följande görs:

- ett nytt fönster öppnas
- en omedelbar omdirigering till en webbsida ligger inlagd
- vissa webbplatser hindrar cachning, och även om tillbakaknappen används måste hela webbtjänsten laddas om.

2. Öppnandet av nya fönster i webbläsaren

Webbdesigners öppnar upp nya fönster i hopp om att bibehålla användare på sin respektive webbtjänst. Detta är vanligt om länkning till externa webbplatser förekommer. Om användare sitter vid små monitorer kan metoden vara självförgörande. Vid användandet av små monitorer utnyttjas ofta fönstrets maximala storlek, och om ett nytt fönster öppnas upp lägger inte användare alltid märke till detta. När sedan användarna försöker gå tillbaka till ursprungssidan kan de bli förvirrade om tillbakaknappen är gråmarkerad.

3. Avsaknaden av att riktlinjer följs

Konsekvens är en av de kraftfullaste användbarhetsprinciper som finns. Att vara konsekvent i utformningen får effekten att saker alltid fungerar som de brukar och användare inte behöver oroa sig om vad som kommer att hända om ”man klickar här”. Ju mer en användare känner att deras förväntningar visar sig vara sanna, desto mer känner denne att han/hon har kontroll över systemet. Bryter systemet mot användarens förväntningar, blir användaren osäker. En regel som ofta utsätts för ”överträdelse” är regeln vid användandet av radioknappar. Radioknappar används ofta när ett flertal olika val finns. Regeln är att ett val inte registreras förrän användaren bekräftat valet genom att t.ex. klicka på en knapp som det står ”skicka” eller ”OK” på. Många webbplatser bryter mot denna regel när t.ex. en röst blir registrerad när en användare klickat på ”ja”.

4. Avsaknaden av information om de/den som står bakom webbtjänsten

Enligt Niensens användarstudier, utförda under 1994, vill användare ha möjlighet att läsa information om den eller de person/er som står bakom webbplatsen. Användarna får ökat förtroende på webbtjänsten om det finns en tillgänglig biografi med ett fotografi. Personlighet vinner ofta över anonymitet.

Enligt Nielsen är det särskilt dåligt när exempelvis en text ”av Anna Andersson” länkar till ett e-postfönster i stället för att vidarebefordra till en sida med information om upphovsmännen bakom webbtjänsten. Det är mer vanligt att en användare vill läsa om ”författaren” än att vilja kontakta denna via ett e-postformulär.

5. Avsaknaden av arkiv med gammal information

Gammal information, som ofta kan vara bra information, kan vara användbar och intressant för vissa användare att läsa. Även om ny information är av mer värde än gammal information, kan det även finnas ett värde i den gamla. Genom att ha ett arkiv med gammal information gör man det lättare för andra webbplatser att ha länkar till webbsajten.

6. Flytta en sida till en ny URL

En sida som flyttas och därmed får ett nytt namn medför att länkar från utomstående webbplatser till denna sida, upphör att fungera.

En lösning till detta är att ha kvar sidan som ska flyttas, men lägga in en kort och informativ text som hänvisar till den nya sidan med en länk. Det har diskuterats om att denna lösning är att föredra framför alternativet att automatiskt skicka användarna dit via en direkthänvisning som laddar den nya URL:en på mindre än en sekund. Nackdelen med detta är att användaren förmodligen inte kommer att uppdatera sina bokmärken och förstå att webbsajten fått en ny struktur och ombyggnad.

7. Rubriker som inte har med innehållet att göra

Rubriker bör hjälpa användaren att navigera och används ofta utan dess bakomliggande sammanhang. Detta beror bl.a. på att navigation och innehållsförteckning har begränsat utrymme. Val av terminologin måste därför uppfylla två mål:

- namnsättningen på rubriken ska ge rätt indikationer för användaren vad som befinner sig på ”andra änden av länken”.
- skydda användaren från att klicka på länken om denne inte är intresserad av den bakomliggande informationen.

8. Användandet av de senaste modeorden på Internet

Push-teknik, community, chatt, gratis e-post och auktioner är några exempel på s.k. modeord som används just nu på nätet. Tyvärr händer det att dessa begrepp används på fel sätt och fokus ligger snarare på att det är mode att ha exempelvis en chatt, än att avsätta den tid, de pengar, den drift på kundservice och användbarhet som egentligen krävs för tjänsten.

9. Långsamma svarstider från servern

Webbtjänster som innehåller ”tunga” och överdrivet många bilder gör att användare med modemuppkoppling får vänta en tid på att sidan ska presenteras. Ansvar för långa svarstider kan också ligga hos servern. På servern ligger samtliga av webbplatsens HTML-dokument och bilder. I många fall körs en sida på servern, s.k. serverbaserade lösningar. Användare bryr sig dock inte om varför sidan laddas långsamt. Tar det lång tid för ett sökresultat att visas tröttnar användaren och kan i många fall anse att servicen hos webbtjänsten är dålig. Förtroendet och antal användare kan minska.

10. Allt som ser ut som en annons

Målinriktade webbanvändare har lärt sig att inte uppmärksamma annonser. Detta förklarar varför antal klick på webbannonser minskas med hälften varje år (Nielsen, 1999). Detta har medfört att användare ignorerar även designelement som påminner om webbannonser, och detta är ganska enkelt när man inte studerar i detalj vad det egentligen är. Med stöd för detta menar Nielsen att man ska undvika att designa delar och element som påminner om webbannonser. Användare stänger t.ex. ofta ner pop-up fönster innan de hunnit laddats klart som följd av den erfarenhet de har av webbannonsering.

Riktlinjer för traditionell gränssnittsdesign

En del av dessa problem hade kunnat undvikas om de som utvecklar webbplatser och gränssnittet mot användarna hade känt till traditionell gränssnittsdesign. I Schneider (1993) summeras ett antal viktiga punkter för gränssnittsdesign där vi väljer att presentera de som mest har inverkan på webbplatsutformning.

Rätt informationsmängd samtidigt på skärmen

För att minimera kognitivt tunnelseende och onödiga belastningar på korttidsminnet är det viktigt att informationen som behövs för en viss arbetsuppgift finns tillgänglig samtidigt på datorskärmen.

Disposition av skärmytan

Informationen måste placeras på ett lämpligt sätt på skärmen och man måste ta hänsyn till vad som är i fokus och hur arbetsförloppet ser ut.

Visa helhet och detalj samtidigt

Människans kognitiva förmåga gör oss effektiva i att gå igenom stora mängder av information och att hitta mönster i dessa.

Tillåt växling mellan arbetsuppgifter

En arbetsuppgift fullföljs inte alltid i sin helhet. Avbrott, nya arbetsuppgifter eller störningar av olika slag förekommer. Gränssnittet måste tillåta detta och visa vad som är tillgängligt och vilken status dessa har.

Ge informationen en tydlig och genomtänkt form

Vår förmåga att känna igen och överblicka stora informationsmängder genom att tolka dess fysiska form är mycket god. Vi tar t.ex. in information om form, färg, plats m.m. vilket ger oss kunskap om när informationen uppstod, av vem och hur viktig den är. Gränssnittet bör visa sådan information i den utsträckning det är möjligt och önskvärt.

Använd ikoner på rätt sätt

En ikon kan visa att ett program eller en funktion finns tillgänglig eller att ett visst dokument finns. Vad ikonen står för bör specificeras på ett sätt som är nära relaterat till de begrepp som används i verksamheten som målgruppen ingår i.

Utforma inmatningsfunktioner rätt

Inmatning och registrering är ofta en viktig del i arbetet med informationsteknologi. Växling till och mellan olika moment som orientering, sökning och läsning måste kunna ske smidigt och enkelt.

Anpassa pekfunktioner till arbetssituationen

Att peka på olika objekt är ett arbetsmoment som förekommer ofta i direktmanipulerande grafiska gränssnitt. Sådana moment bör utformas så man inte störs genom att byta mellan tangentbord och pekdon. Speciellt viktigt måste man lägga vid utformning av pektyper då gränssnittet används i situationer där användaren inte sitter stilla utan har ett rörligt arbete.

Involvera användare i utformning av webbtjänster

Många av de webbtjänster som är tillgängliga idag är byggda utifrån webbproducenternas egna erfarenheter och vad de tycker är bra respektive dåligt. Många företag lägger ner miljontals kronor på en webbtjänst men användarstudier och användartester är inte en självklar del (Nielsen, 1998). Om fallet är att ett företag önskar att få en webbtjänst byggd, bör den tillfrågade webbyrån diskutera användbarhetsfaktorer med klienten. Nielsen (Degenhart, 1998) anser att det är webbdesigners skyldighet att ha kunskap om användbarhetsfrågor och kunna förklara detta för kunden. Vidare menar Nielsen att det inte är kunden som är dum bara för att denne inte efterfrågar dessa tjänster. Istället kan fallet vara att de inte producerat en interaktiv produkt tidigare, och därav är ämnet användbarhet obekant.

Nielsens råd är att skapa en process där man kan få återkoppling från användarna. Detta kan ske på flera sätt, och nedan beskrivs några av dessa.

Återkoppling från användarna

Genom att skaffa sig återkoppling kan man lättare anpassa sin webbtjänst efter användarnas behov och önskemål. Återkoppling kan ske före och efter det att webbtjänsten blivit lanserad. Med före menas att man arbetar användarcentrerat redan från starten, vilket också är det sätt som rekommenderas. I vissa situationer, t.ex. då en webbtjänst står inför ett skede då den ska göras om, kanske det tidigare inte funnits möjligheter att arbeta användarcentrerat. Här kan olika typer av utvärderingstekniker vara lämpligt, och återkoppling erhållits efter det att webbtjänsten lanserats.

En vanlig teknik för att samla information om hur systemet fungerar när det används är genom att observera användare. Tänka-högt är en metod där användaren får ett antal uppgifter att utföra, och samtidigt som dessa uppgifter utförs ber utvärderaren användaren att tala om högt hur denne tänker. Post-task genomgång är en annan metod för att erhålla information från användarens agerande. I denna tittar användare och utvärderare tillbaka på vad användaren gjorde, och här har utvärderaren möjligheten att få förklaringar och ställa motfrågor (Dix et al, 1998).

I fokusgrupper sitter ett flertal deltagare och diskuterar vilka förväntningar och önskemål de har på en viss tjänst. De ger också återkoppling på eventuella förslag. Fokusgrupper är t.ex. användbara då man ska bestämma webbtjänstens struktur och navigation.

I intervjuer har den som ställer frågor möjlighet att variera intervjusituationen beroende på den person som intervjuas och de frågor som kan komma från respondenten under pågående intervju. Möjligheten att ställa motfrågor och få en mer utförlig beskrivning av svaret är stor eftersom utvärderingen sker i realtid.

Frågeformulär är billigt och man har möjlighet att nå ut till många personer. Nackdelen är att metoden är oflexibel: frågorna är fixa och risken att objekten hoppar över frågor är stor. Det är viktigt att frågorna representerar den information som utvärderarna vill ha reda på och att de inte är av ledande karaktär.

Deltagande design är en metod där användaren integreras som medarbetare i designteamet. Den främsta fördelen är att användaren aktivt kan bidra med återkoppling eftersom han eller hon är expert inom det område som systemet eller webbtjänsten verkar inom. Deltagande design är en iterativ metod, vilket menas med att återkoppling från en del i utvecklingsfasen används som ”input” i nästa och så vidare.

Brainstorming, story boarding, workshops och pappers- och pennövningar är några metoder för att förmedla information och idéer mellan den deltagande användaren och designteamet.

Med hjälp av loggfiler kan man se vilka områden och sidor på webbtjänsten som är mest respektive minst besökta (Yu, Prabhu & Neale, 1998). Loggfiler är ren data och visar inte *varför* användare har gått in på en viss sida. Tillsammans med användarstudier kan man däremot få en klarare bild av varför sidan är besökt. Många användare går först till sökmekanismen istället för att försöka navigera sig fram till informationen hon eller han söker efter. Genom att titta i sökmotorns loggfil kan man få fram det mest populära sökordet. Motsvarar detta ord en avdelning som redan finns i navigeringen kan det vara lämpligt att placera denna avdelning högre upp. Informationen kan också vara användbar för att fastställa användarnas krav.

I metodsamlingen Usor som finns på CID:s webbplats finns en liten metodsamling att titta på för den som vill läsa mer (URL: <http://www.nada.kth.se/cid/usor>).

Åtkomlighet – hänsyn till användare med speciella behov

Många webbplatser tar inte hänsyn till personer med speciella behov och är därmed inte åtkomliga för alla. Användare som är blinda och de som har synsvårigheter använder sig av speciella webbläsare och program för att kunna utnyttja webben på ett användbart sätt. Det finns även användare som har textbaserade webbläsare och användare som valt bort att visa grafik. Dessa program läser upp länktexter, alternativtexter (den textruta som uppstår då musmarkören förs över t.ex. en bild) till bilder, *appleprogram*, image-maps etc., för att förmedla syftet och innehållet i dokumentet.

Textbaserade webbläsare läser som ovan nämnt upp bl.a. alternativtexter. För att synskadade och funktionshindrade ska kunna använda Internet som en normaleende person kan, måste alternativtexterna vara utformade på ett vettigt och genomtänkt sätt. Alternativtexterna bör förmedla funktionen bakom bilden.

När man skriver en alternativtext för en bild måste man ha klart för sig vad bilden är till för: som dekoration eller som innehåll? Är bilden innehållskritisk är det bilden i sig som är det viktigaste och det kan vara svårt att förstå sidans syfte utan den? Exempel på detta är en husritning eller en karta. Har man bildens syfte klart för sig förenklar det valet av alternativtext. Alternativ- och titeltexter ska ersätta bildens funktion och ska *inte* beskriva det visuella i bilden, eller om man infogat ett ljud – hur det låter (Vanderheiden, Chisholm & Jacobs, 1998).

En bild som föreställer ett förstoringsglas, vars användning ska vara en söknapp, kan ges som exempel. Alternativtexten bör vara ”klicka här för att söka” istället för ”förstoringsglas”.

Ett bra sätt att kontrollera om alternativtexterna är relevanta är att försöka återge dokumentet muntligt, till exempel över telefonen, och sedan avgöra om informationen var tillräcklig för att förstå sidans innehåll.

Det finns ett flertal automatiska verktyg att kontrollera åtkomligheten. Med automatiska menas att graden av åtkomlighet avgörs med avseende på hur webbtjänsten är kodad. Bobby är ett webbaserat verktyg som analyserar webbsidor i syfte att avgöra graden av åtkomlighet för personer med speciella behov. Bakom Bobby står CAST, (Center for Applied Special Technology), en organisation vars mål är att utveckla möjligheterna för personer med speciella behov genom innovativ dator teknik. Genom att fylla en URL kontrollerar Bobby webbtjänsten och resultatet visas efter ett par sekunder. Generellt sett baseras resultatet på hur stor grad användandet av alternativ-, titel- och appletprogramtexter är i webbtjänsten.

Ett exempel på utvärdering av en webbplats

På CID har vi under 1999 utfört ett antal olika aktiviteter för att utvärdera vår egen webbplats. Syftet är att hitta eventuella användbarhetsproblem, t.ex. svårigheter att hitta rätt information, samt att generera nya idéer vad gäller innehåll och utformning. Vi har utfört utvärdering av CID:s webbplats genom fokusgrupper, webbenkät WAMMI, loggningar samt jämförelser av fem liknande centras webbplatser. I vårt exempel nedan kommer vi ta upp utvärderingen tillsammans med våra olika målgrupper genom att använda fokusgrupper och webbenkät.

Utvärdering genom fokusgrupper

De målgrupper som vi ser som primära besökare av vår webbplats är:

- studenter
- intressenter och potentiella intressenter
- vanliga utvecklare/webbdesigners
- CID-personal

Vi kontaktade personer inom dessa målgrupper dels genom pågående kurser vid KTH, genom aktiviteter på CID bl.a. ett Öppet Hus, genom ett internt seminarium med CID-anställda.

Genomförande

Utvärderingarna med alla grupper utfördes i CID:s användbarhetslab. Varje test utfördes tillsammans med 1-5 personer vid varje tillfälle. Totalt utfördes utvärderingen med 5 grupper och 14 individer. Testet tog ca 1 timma per grupp och nedan presenteras proceduren för utvärderingen.

Upplägg

- Testledaren läser upp information om studien för testpersonerna (se bilaga 1).
- Testpersonen får titta på ingångssidan och förstasidan i 20 sekunder och svarar därefter på en kort fråga. (Del 1, bilaga 2)

- Testpersonerna får frågor (se bilaga 2) om innehållet som besvaras muntligen. Frågorna delas ut på papper av försöksledaren, en och en. Frågorna besvaras en och en och testpersonerna interagerar med systemet en i taget. Personen som interagerar med systemet, besvarar en fråga. Mellan varje fråga, byter testpersonerna plats, så att en ny person kan besvara nästa fråga. De övriga testpersonerna sitter bredvid och tillåts kommentera. Maximum 30 minuter. (Del 2)
- Testpersonerna får tillsammans besvara och diskutera ett antal kompletterande frågor av öppen karaktär (se bilaga 2). (Del 2)
- Testpersonerna besvarar frågor om sin bakgrund samt får fylla i frågeformuläret WAMMI, pappersversion (se bilaga 3). Denna del ändrades till att testpersonerna fick fylla i WAMMI på webbplatsen. (Del 4).

Resultat

Resultaten från fokusgrupperna presenteras nedan under rubrikerna: generellt om grupperna, syftet med sidorna, navigering, utseende och innehåll, intressantaste sidorna samt åsikter och önskemål. Under varje rubrik presenteras resultaten från de olika målgrupperna.

Resultatet från WAMMI-enkäten presenteras separat.

Generellt om grupperna

Gruppen studenter

Studenterna hade liknande bakgrund vad det gäller vana att använda Internet. De flesta hade använt det i fyra år eller längre och det senaste året ungefär sammanlagt en dag per vecka. De hade varit inne på CID:s webbplats tidigare och var på så sätt bekanta från början med den.

Gruppen vanliga utvecklare/webbdesigners

Gruppen deltagare får anses mycket kompetenta. Där fanns bl.a. personer som arbetade med webbutveckling och med utformning av grafiska användargränssnitt. Vana datoranvändare generellt med mellan 3 till 6 års användning av Internet. Det dagliga användandet varierade från 4 till 40 timmar i veckan. Ingen i denna grupp hade varit inne på CID:s webbplats tidigare.

Gruppen intressenter

Även denna grupp är vana dator- och Internetanvändare. Det dagliga användandet varierade från några timmar per vecka till daglig användning. De hade också varit inne på CID:s webbplats tidigare och var på så sätt bekanta från början med den. Några var mer involverade i projektverksamheten än andra och hade därför använt webbplatsen mer.

Gruppen personal

Gruppen CID-personal är vana datoranvändare och brukar webbplatsen dagligen.

Syfte

Vilket syfte med webbplatsen ser de olika målgrupperna?

Gruppen studenter

Informera om verksamheten.

Gruppen vanliga utvecklare/webbdesigners

Kontaktskapande – för att få mer löpande information om pågående projekt samt att få kontakt med forskare och deltagare i verksamheten.

Gruppen intressenter

Ansvar att rapportera mot finansiärer och intressenter. Presentation av CID:s aktiviteter för externa. En webbplats ska vara sådan att den går att hänvisa till för att få mer information.

Navigering

Att kunna förflytta sig i informationsstrukturen utan att gå vilse.

Gruppen studenter

Den lokala, vänstra menyn på varje sida är otydlig. Otydligt med text på grafik. Svårt att se att det är länkar till andra sidor i samma gruppering.

Gruppen vanliga utvecklare/webbdesigners

Gruppering av länkar på ingångssidan lite svår. Bra med webbplatskarta. Kontaktinformationen bör vara mer centralt placerad.

Testpersonerna använder sökfunktionen en hel del – hittas ej information snabbt vid sökning tröttnar man ofta. Svårt att förstå kopplingen mellan global och lokal navigering på sajten. Menyerna till vänster (de lokala) ”flyter”.

Ett gemensamt önskemål fanns om att komplettera med en ikon eller länk till ”på gång” eller ”aktuellt”.

Gruppen intressenter

Här var man överens om att det är svårt med projektnamn – de säger ingenting om innehållet. Bättre med t.ex. som Olga är beskrivet. Namnet ska spegla innehåll och inriktning mer.

Gruppen CID-personal

Webbplatskartan är mycket viktig och fungerar bra för att ge en överblick av platsens olika delar men den har inte de rätta proportionerna. Digitala världar presenteras på samma nivå som avslutade exjobb men innehållsmässigt är de inte alls jämförbara.

Utseende och innehåll

Gruppen studenter

Det är svårt att förstå vem informationen riktar sig till. På sektionen ”Exjobb” undrar man t.ex. vem får söka, hur söker man och vem är kontaktperson. Här skulle det vara bra med en tydlig vägledning.

För projektpresentationer i allmänhet fanns önskemål om en tydlig annonsering vad som pågår, mer populärvetenskaplig, gärna redan på förstasidan.

Gruppen vanliga utvecklare/webbdesigners

Samtliga tycker inte att webbplatsen gav den information de behöver. Det behövs mer introduktion, guidad tur, för förstagångsbesökare. Den första sidan kunde vara mer beskrivande, mer välkomnande. Man saknar information om själva CID.

Gruppen intressenter

Man får ett allmänt intryck av att det är ett stort material, forskningsintensivt och tungt.

Vad det gäller utseendet har man delade uppfattningar. Det fanns de som tyckte att webbplatsen hade en ren och luftig design, där avsaknaden av blinkande och flashande saker var bra. Man kände också att man hittade runt och kände gränserna för webbplatsen.

Några tyckte att symbolerna för respektive sektion drog till sig blicken för mycket. Här hade man också svårt med att se att CID-loggan var länken tillbaka till webbplatsens första sida (cid.nada.kth.se). Första sidan upplevdes också som rörig och det fanns flera sätt att navigera från den – dropdown menyn tyckte man var onödig.

Intressantaste sidorna

Gruppen vanliga utvecklare/webbdesigners

Sidorna med projektbeskrivningar där man kan läsa om vilka som är kopplade till projektet samt vilka företag som är kopplade till projektet.

Här fanns det en hel del frågor och önskemål, bl.a. ville man veta hur uppdateringar gjordes. Hur kommer man som intressent åt löpande och kommande projektinformation? Man undrade också om det sker utskick i någon form.

Gruppen intressenter

I stort sätt all löpande information såsom seminarier, pågående aktiviteter och forskningsresultat i projektet och om det finns intressanta exjobb.

Man tyckte också att det var bra med personlig presentation med foton av de som arbetar i projektet. Bra vid förstagångsträff.

Åsikter och önskemål

Gruppen studenter

CID borde presentera sig lite fräckare tyckte man. CID är ju i frontlinjen vad det gäller forskning inom detta område. Annonsera ut vad som händer lite mer detaljerat.

Man ville gärna ha mer populärvetenskaplig presentationer av projektet samt annonsera tydligare vad som händer, redan på första sidan.

Mer givna kontaktvägar för studenter när de letar efter exjobb men också för att få kontakt med de examensarbetare som har egna idéer till exjobb som de vill göra. För seminarierna saknade man också tydlig information om vem som får gå samt om det kostade något att komma.

För att kunna ta kontakt är det viktigt med personliga hemsidor där det finns personpresentation med bild.

Gruppen vanliga utvecklare/webbdesigners

Webbplatsen skulle vara mer interaktiv, inte som nu mer utformad som en broschyr. T.ex. kunde det gärna finnas en anslagstavla eller forum där man kan möta andra och få mer information samt själv lägga ut frågor kring specifika ämnen. Forum lever av sig själv. Här kunde vem som helst få svara och på så sätt kunde det växa av sig själv.

Kontaktinformation tyckte man också var viktigt och det kunde vara skyltat bättre. Likadant med presentation av projekt. Här fanns förslag på att lägga upp smakprov på första sidan så att man får en känsla av vad CID håller på med. Projektet kunde också vara mer visuella. T.ex. kunde ett projekt som fokuserade på 3D och VR vara representerat och beskrivet i en 3D- och VR-miljö (eller värld). Det vore ett utmärkt sätt att visa upp resultat på.

Gruppen intressenter

Generellt vill de flesta ha löpande resultatredovisning av respektive projekt med exempel och prototyper.

Man ville gärna kunna få redan på vem som gör vad och varför – både bland intressenter och forskare. Det som ansågs viktigt vid projektpresentationer var datering, det centrala konceptet i projekten samt kontaktpersoner.

Gruppen CID-personal

En intern, ”stängd”, del kan vara användbar då man inom CID vill kunna dela information utan att den blir presenterad för alla.

Resultat från WAMMI-enkäten

Om WAMMI

WAMMI är ett utvärderingsverktyg för webbplatser som är baserat på ett frågeformulär som besökarna till webbplatsen uppmanas att fylla i. Resultaten är sedan ett mått på hur användbar besökarna tycker webbplatsen är. Mer information finns på <http://www.nomos.se/wammi>.

Om resultaten

Testen visar sammanfattningsvis att de som svarat tycker utformningen är överlag tilltalande men att de är missnöjda med den introducering och hjälp de får på webbplatsen. Här kan man se att svaren från användarstudierna och svaren från webbenkäten har en del gemensamma resultat.

Ur webbenkäten som besvarades på webbplatsen framkom att besökarna ansåg att de med lätthet kunde kontakta de personer de ville nå genom denna webbplats. Däremot ifrågasattes varför flera medarbetare presenterades samt varför vi inte demonstrera våra prototyper via webben och ger praktiska tillämpningar på t.ex. 3D-miljöer.

Flera personer sade även att de var intresserade av att studera just denna webbplats struktur och form samt att utvärdera denna eller den använda webbenkäten.

Diskussion

En utvärdering av CID:s webbplats med fokus på form och navigering gjordes tidigt. Genom att nu göra målgruppsbeskrivningar och utvärdering genom olika tekniker fick vi mycket återkoppling på vår webbplats. Resultaten av utvärderingen pekar på att det inte är förändringar av struktur, navigering eller estetik inom webbplatsen som är nödvändiga. Däremot pekar de på att förändringar av sätt att presentera information kan bli aktuell. Webbplatsens nytta kan förbättras då vi får se över vår information med tanke på de olika målgruppernas specificerade behov och önskemål. Genom att göra denna personifiering, målgruppsanpassning, kommer det bli lättare att hitta information som är relevant just för denna specifika grupp. Exempel på detta är t.ex. studenter som saknade tydlig beskrivning av vem som kan göra examensarbete på CID samt vem de kan kontakta för att anmäla ett intresse.

Genom webbenkäten framkom ytterligare kommentarer t.ex. att informera på andra sätt än text och bild. I ett längre perspektiv kan en webbenkät av det slag som använts här även bidra med data som möjliggör jämförelser mellan webbplatser. Frågor som t.ex. hur uppfattas form och innehåll på vår webbplats jämfört med andra webbplatser, eller, om informationen på webbplatsen motsvara användarens förväntningar, kan besvaras.

En del förändringar har påbörjats baserat på resultaten presenterade i denna rapport. I och med omstarten av verksamheten vid halvårskiftet kommer projektbeskrivningar förnyas och förändras. Även olika sätt att presentera verksamheten t.ex. i form av bilder, video eller interaktiva demonstrationer kommer också att inkluderas.

Tack

Ett stort tack alla ni som ställde upp och granskade vår webbplats.

Referenser

- Bevan N. (1997). Usability issues in web site desing. In Proceedings of HCI International'97, San Francisco, 24-30 August 1997, Elsevier.
- Centre for Applied Special Technology (CAST, 1999). Bobby.
<http://www.cast.org/bobby/index.html> 1999-11-22
- Degenhart, C (1998). Usability Only Gets Harder From Here An interview with Jakob Nielsen: Master of the usability universe. Ur Web Review.
<http://webreview.com/pub/web98east/21/nielseniview.html> 1999-11-20
- Dix, A., Finley, J., Abowd, G. & Russel, B. (1998). Human Computer Interaction 2nd Ed. Prentice Hall Europe. ISBN 013-23-9864-8
- <http://usableweb.com>
- <http://www.nada.kth.se/usor>
- <http://www.nomos.se/wammi>
- Morville, P. & Rosenfeld, L. (1998). Information Architecture for the World Wide Web. United Kingdom: Gardners, ISBN 1565922824
- Nielsen, J. (1993). Usability Engineering. Massachussetts: Academic Press, ISBN 0-12-518406-9.
- Nielsen, J. (1996). Top Ten Mistakes in Web Design. Useit.com, alertbox,
<http://www.useit.com/alertbox/9605.html> 1999-11-15
- Nielsen, J. (1999). Top Ten Mistakes in Web Design. Useit.com, alertbox,
<http://www.useit.com/alertbox/990530.html> 1999-11-15
- Nomos Management AB, Ergonomics and Usability consultatncy (1999). Usability - Evluation for improved design. <http://www.nomos.se/services/usabeval.htm> 2000-01-11
- Schneider, W. (1993). Att köra över människans autopilot. I L. Lennerlöf, Människor Datateknik, Arbetsliv. 99-14. ORT: Publica.
- Shneiderman, B. (1998). Designing the user interface: Strategies for effective human-computer interaction. USA:Addison Wesley Longman, Inc.

Ullman, J., Ortman, M., Lenman, S. & Torgny, O. (1997). CID'97 – Riktlinjer för utformning av webbplatser. TRITA-NA-D9802, CID29, KTH, Stockholm, Sweden, 1998. <http://www.nada.kth.se/cid/projekt/cid97/>

Vanderheiden, G., Chisholm, W. & Jacobs, I. (1998). WAI Accessibility Guidelines: Page Authoring. W3C, 18 sep 98.
<http://www.w3.org/WAI/GL/WD-WAI-PAGEAUTH-19980918-table.html> 1999-11-22

Yu, J., Prabhu, P. & Neale, W. (1998). A User-Centered Approach to Designing a New Top-Level Structure for a Large and Diverse Corporate Web Site. Eastman Kodak Company, Rochester, NY, US
<http://www.research.att.com/conf/hfweb/proceedings/yu/> 1999-05-12

Bilagor

Bilaga 1

Introduktion

Välkomna!

Ni ska vara med och utvärdera CID:s webbplats (den svenska delen).

Ni kommer att arbeta i denna grupp och jag som försöksledaren kommer vara med i rummet hela tiden.

Bakom den rutan finns x observatörer.

Vi video filmar skärmen och tar upp ljudet från vår konversation.

Ett antal uppgifter kommer att delas ut bland er och utförs individuellt men övriga deltagare kan kommentera det som händer (under/efter?). Ni kommer också få besvara ett antal frågor, både öppna frågor och slutna (skattingsskalor).

Hela testet beräknas ta en timma.

Syftet med testet är att förbättra vår webbplats och förvissa oss om att den passar alla de grupper som vi ser som våra målgrupper. Ni representerar gruppen studenter. Förhoppningsvis kan andra även lära av vårt sätt att göra den här typen av utvärderingar (informationskravet).

Resultaten kommer att presenteras i rapportform där de delar av resultatet ni representerar beskrivs på gruppnivå. Ni kommer inte att kunna ses i materialet som de enskilda individer ni är (anonyma, konfidentialitet). Resultaten kommer endast att användas för forskningsändamål (nyttjandekravet).

Ni har rätta att bestämma om er medverkan och om det skulle vara någonting under testet som ni inte vill vara del i kan ni tillfälligt eller permanent avbryta er medverkan (samtyckeskravet).

Har ni några frågor innan vi börjar?

Frågor till studenterna

Följande frågor kommer att ställas till testpersonerna:

Del 1

- Vad oförväntar du dig att få veta i det fortsatta bläddrandet?

Del 2

- Kan du (baserat på webbinformationen) kort redogöra för vad CID är?
- Vilka konstnärliga skolor samarbetar CID med?
- Vilka projekt och publikationer har Björn Thuresson deltagit i/skrivit?
- Vad har Stefan Junestrand för roll i CID?
- Du vill veta vad det finns för exjobb på CID, kan du hitta informationen? Hur skulle du gå tillväga för att anmäla intresse för exjobbet.
- Du vill veta om det finns någon intressant kurs, kan du hitta informationen?
- Vad händer på CID inom den närmsta tiden?

Nedanstående frågor besvaras i grupp – frågorna läses upp för hela gruppen

- Vad tror du att CID har för syfte med informationen?
- Vilka sidor var mest intressant för dig som student?
- Vilka för och nackdelar ser du med form och innehåll?

Del 3

- Hur många år har du använt Internet?
- Hur många timmar i veckan har du använt Internet under detta år?
- Har du varit inne på CID:s hemsidor tidigare?

Testuppgifter för intressenter och potentiella intressenter:

Del 1

- Vad förväntar du dig att få veta i det fortsatta bläddrandet?

Del 2

- Du vill veta vilka andra intressenter som är anslutna till CID, kan du hitta informationen?
- Du vill delta i ett av projektens möten, hur går du tillväga för att få delta?
- Du vill veta om det finns något intressant nytt projekt, kan du hitta informationen?
- Vad händer på CID inom den närmsta tiden?
- Vilka sidor är mest intressant för dig som intressent?

Nedanstående frågor besvaras i grupp – frågorna läses upp för hela gruppen

- Vad tror du att CID har för syfte med informationen?
- Vilka för och nackdelar ser du med form och innehåll?

Del 3

- Hur många år har du använt Internet?
- Hur många timmar i veckan har du använt Internet under detta år?
- Har du varit inne på CID:s hemsidor tidigare?

Testuppgifter för Utvecklare/webbdesigners

- Del 1

Vad förväntar du dig att få veta i det fortsatta bläddrandet?

Del 2

- Du har hört att det finns en användbar webbguide på CID:s hemsida och vill undersöka om den innehåller något användbart
- Du har hört att CID är bra på användarorientering och vill veta hur de jobbar och om det finns något som du kan använda
- Du har varit på CID-seminarium en gång - nu vill du veta vilka seminarier som är aktuella
- Du har hört att seminariet XXX hölls för en vecka sen, du vill ha en sammanfattning av vad som sades
- Du är kompis med Michael på CID och vill ha tag i kontaktmedel

Del 3

- Hur många år har du använt Internet?
- Hur många timmar i veckan har du använt Internet under detta år?
- Har du varit inne på CID:s hemsidor tidigare?

Testuppgifter för CID-personal

Del 1

- Vad är ert spontana intryck av förstasidan?

Del 2

- Hur ofta använder ni webbplatskartan?
- Om du vill hitta information på vår webbplats hur går du då tillväga?
- Vilket område använder du oftast?
- Har ni någon gång känt behov av en intern del?
- Har ni varit inne i CID:s interna del?

Del 3

Jacob Nielsen har skrivit en tio-i-topp-lista över fel som görs i webbdesign:

- Avsaknad av information om den/de som står bakom webbtjänsten

Ex. webbansvarig M -> länk till dennes hemsida ej till e-postfönster.

Visar vi tydligt vem som är t.ex. projektansvarig eller som skrivit ett dokument?

Det är enligt Nielsen mer vanligt att besökare vill läsa om författare/kontaktpersoner än att sända post till dem.

- Avsaknaden av arkiv med gammal information

Har vi t.ex. gamla projekt beskrivningar? Vill vi ha det?

Del 4

Övriga områden att diskutera:

- Var finns kontakt/informationssida i informationstrukturen?
- Hur ser informationsstrukturen ut på toppnivå (100 länkar?)
- Är projektbenämningarna självförklarande? T.ex. var ska jag leta för att hitta detta underprojekt?
- Webbplatskartan
- Hur använder vi grafisk design - text, länkar, bilder, VE, prototyper, demonstrationer.

WAMMI – webbenkät

Frågorna nedan är en del av en webbenkät som vanligen används on-line och som är utarbetat av NOMOS Management AB. Frågeformuläret i sin helhet visas under:

<http://www.nomos.se/wammi3se.html>

I denna pappersversion har vi valt att endast presentera de 20 påståendena, deras skattningsskalor samt en avslutande öppen fråga.

Påståenden 1-10 av 20

Denna webbplats har mycket som är av intresse för mig.	Instämmer helt	1	2	3	4	5	Instämmer inte alls
Det är svårt att ta sig runt på denna webbplats.	Instämmer helt	1	2	3	4	5	Instämmer inte alls
Jag kan snabbt hitta det jag vill på denna webbplats.	Instämmer helt	1	2	3	4	5	Instämmer inte alls
Denna webbplats verkar vara logiskt uppbyggd, tycker jag.	Instämmer helt	1	2	3	4	5	Instämmer inte alls
Denna webbplats skulle behöva mer förklaringar inledningsvis.	Instämmer helt	1	2	3	4	5	Instämmer inte alls
Sidorna på denna webbplats är väldigt tilltalande.	Instämmer helt	1	2	3	4	5	Instämmer inte alls
Det känns som om jag har kontrollen när jag använder denna webbplats.	Instämmer helt	1	2	3	4	5	Instämmer inte alls
Denna webbplats är för långsam.	Instämmer helt	1	2	3	4	5	Instämmer inte alls
Denna webbplats hjälper mig att hitta det jag söker efter.	Instämmer helt	1	2	3	4	5	Instämmer inte alls
Det är problematiskt att lära sig hitta på denna webbplats.	Instämmer helt	1	2	3	4	5	Instämmer inte alls

Påståenden 11-20 av 20

Jag tycker inte om att använda denna webbplats. Instämmer helt 1 2 3 4 5 Instämmer inte alls

Jag kan med lätthet kontakta de personer jag vill på denna webbplats. Instämmer helt 1 2 3 4 5 Instämmer inte alls

Denna webbplats får mig att känna mig effektiv. Instämmer helt 1 2 3 4 5 Instämmer inte alls

Det är svårt att säga om denna webbplats innehåller det jag vill ha. Instämmer helt 1 2 3 4 5 Instämmer inte alls

Det är enkelt att använda denna webbplats första gången. Instämmer helt 1 2 3 4 5 Instämmer inte alls

Denna webbplats har några irriterande egenskaper. Instämmer helt 1 2 3 4 5 Instämmer inte alls

Det är svårt att komma ihåg var jag är på denna webbplats. Instämmer helt 1 2 3 4 5 Instämmer inte alls

Det är slöseri med tid att använda denna webbplats. Instämmer helt 1 2 3 4 5 Instämmer inte alls

Jag får det jag förväntar mig när jag klickar på olika saker på denna webbplats. Instämmer helt 1 2 3 4 5 Instämmer inte alls

Allt på denna webbplats är lätt att förstå. Instämmer helt 1 2 3 4 5 Instämmer inte alls

Var snäll och kontrollera att du har svarat på varje påstående. Om du är osäker på ett påstående eller tycker att det är irrelevant, var snäll och kryssa i den mittersta kolumnen.

Har du någon ytterligare kommentar om hur lätt denna webbplats är att använda?

Tack för din medverkan!