



# **Smernice za dizajn forme za unos podataka**



# Forma

- Omogućava korisniku da pošalje informacije na server
- Može se zamisliti da izgleda kao komad papira koji popunjavate kada se upisujete na fakultet

---

# Osnove dizajna forme



# Osnove dizajna forme

- Pre samog dizajna forme obavezno prvo razmislite o tome koje informacije treba da prikupite i kako ih treba organizovati



## Minimizacija broja polja

- Što više polja u obrascu, manja je vjerojatnoća da će ga korisnik popuniti.
- Polja koja se izbacuju su ona koja su označena kao “opciona”

Name

Email address

Company

Sign up



Email address

Sign up

## Jasno označiti opciona polja

- Ako u formi imate opciona polja onda ih jasno naznačite korisniku.
- Označavanje obaveznih polja \* postalo je uobičajen obrazac dizajna, ali krajnji korisnik možda neće dobro razumeti značenje zvezdice. Manje vizuelno opasno je jednostavno označiti neka polja tekstom (“opciono”)

The diagram illustrates a design improvement for form fields. On the left, a form has four fields: '\* Name', '\* Email address', 'Company', and 'Position'. The first two are marked as required with asterisks. A red arrow points to the right, where the same form is shown with the asterisks removed. Instead, the labels are 'Name', 'Email address', 'Company (optional)', and 'Position (optional)', making the optional nature of the last two fields clearer to the user. Both forms have a 'Sign up' button at the bottom.

Field Label	Requirement
Name	Required
Email address	Required
Company	Optional
Position	Optional

---

# Hijerarhija polja u formi



## Hijerarhija polja u formi

- Određivanje najboljeg načina za raspored polja za unos





# Imajte na umu ključna ograničenja

- Hijerahija se određuje na osnovu tri ključna ograničenja:
  - Tehničke potrebe
    - Sistemu će možda biti potreban određeni deo podataka pre nego što može da prikupi drugu informaciju, posebno ako obrazac koristi uslovnu logiku da odredi koja polja se prikazuju korisniku u nekom trenutku.
  - Potrebe korisnika
    - Ljudi najbolje razumeju forme kada su informacije logički grupisane i kada pitanja napreduju od lakših ka težim.
  - Poslovne potrebe
    - Za poslovanje može biti važno da se minimizira napuštanje toka



# Logičko grupisanje polja

- Treba težiti logičkom i tematskom grupisanju polja
  - *Primer: Ako prikupljate kontakt podatke (e-pošta, telefon, adresa), onda ih grupišite zajedno umesto da se pojavljuju na različitim mestima u obrascu.*
- Navikli smo da vidimo određene vrste informacija u određenom redosledu
  - *Primer: Korisničko ime, pa lozinka, ili adresu pa grad.*
  - Poštovanje konvencije smanjuje kognitivno opterećenje korisnika



## Vizuelno grupisanje polja

- Kada definišete logičke grupe informacija, obavezno se uverite da se održava i vizuelno grupisanje.
- Jednostavno dodavanje razmaka između grupa, dodavanje naslova ili oznaka odeljaka

First name	MI	Last name
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Email		
<input type="text"/>		
Phone		
<input type="text" value="🇺🇸 ▼"/>		
Address		
<input type="text"/>		
Address 2		
<input type="text"/>		
Zip code	City	State
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="▼"/>

✖ Bad practice

## Personal

First name	MI	Last name
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Email		
<input type="text"/>		

## Contact

Phone		
<input type="text" value="🇺🇸 ▼"/>		
Address		
<input type="text"/>		
Address 2		
<input type="text"/>		
Zip code	City	State
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text" value="▼"/>

✔ Alternative

---

Izgled forme



# Izgled forme

- Cilj
  - *Dizajn treba da pomogne korisnicima da razumeju i lako popune sve komponente forme, od polja za unos do odabira pravih dugmića*



## Pažljivo postavite obrazac u širi raspored (wider layout)

- Korisnik kada popunjava formu onda je ona u centru pažnje.
- Položaj forme na web stranici ili ekranu aplikacije treba da održava navedenu činjenicu.
  - *Primer: Čak i jednostavan obrazac za prijavu treba da ima vizuelnu istaknutost i da zauzima centralni mesto u okviru celokupnog dizajna, ne treba da ga stavljate u ugao ili podnožje kao naknadnu misao.*



## Forme treba da budu u jednoj koloni

- Lakši su za pregledanje i bolje se prilagođavaju mobilnim ekranima. Više kolona može da optereti korisnika i dovede do toga da slučajno preskoči polje.
- Vodit računa, postoje izuzeci od ovog pravila - uvek morate imati na umu kontekst koji dizajnirate kako biste odredili najbolju prezentaciju
  - *Izuetak: Unos informacija o adresi (ulica, grad, poštanski broj i država)*



Label

Label

Label

Label

---

✖ Bad practice

Label

Label

Label

Label

---

✔ Alternative

First name

Middle initial

Last name

Address

Address 2

Zip code

City

State

✖ Bad practice

First name

MI

Last name

Address

Address 2

Zip code

City

State

✔ Alternative



## Razlikujte polja za unos od ostalih elemenata

- Polja za unos treba vizuelno da saopštavaju svoju funkciju
- Obavezno dodajte dovoljno razlike između ostalih elemenata korisničkog interfejsa, tako da korisnici ne moraju da pogađaju.

Label

Submit

---

✖ **Bad practice**

Label

Submit

---

✔ **Alternative**



# Koristite odgovarajući tip unosa i labelu

- Tipovi unosa čine obrazac pristupačnijim i poboljšavaju korisničko iskustvo
  - *Primer: korišćenje ispravnog tipa unosa poziva odgovarajuću tastaturu na mobilnim uređajima*

Was this article helpful?

☒ Yes

☐ No

Comments

od article and I would like to learn more.

---

 Don't

Was this article helpful?

☒ Yes

☐ No

Comments

This was a good article and I would like to learn more.

---

 Do



## Razlikujte primarnu od sekundarne akcije

- Glavna radnja obrasca kao što je slanje podataka treba da bude istaknutija od sekundarne opcije kako bi se izbegle greške.
- Uvek razmislite da li je sekundarna akcija uopšte potrebna

**Create team**

Team name

Create team

Cancel

✖ Bad practice

**Create team**

✖

Team name

Create team

✔ Alternative





## Labele postaviti iznad polja, a ne levo od njih

- Uobičajeno je da se labele postavljaju levo od polja za unos, međutim to znači da oko korisnika i dalje mora da se pomera u obliku slova “Z”, a ne jednostavno vertikalno, što može povećati percepciju složenosti, umora i sporosti.

Name

Email address

Company

Sign up



Name

Email address

Company

Sign up



## Vizuelno grupisati labele i polja

- Oznaka i polje na koje se ona odnosi treba da budu vizuelno grupisani i adekvatno odvojeni od okolnih elemenata.

Name

Email address

Company

Sign up



Name

Email address

Company

Sign up

Label

Label

Label

---

✗ Bad practice

Label

Label

Label

---

✓ Alternative

## Labele treba da budu jasne i sažete

- Pravi ton i jasno i koncizno saopštavanje labele i uputstva, može značajno da poveća poverenje korisnika ne samo u formi, već i u celoj aplikaciji.
- Kada pišete labele za svako polje forme težite minimalnom broju reči i maksimalnoj jasnoći. Ako očekujete bilo kakvu nejasnoću ili nesigurnost od strane korisnika, dodajte kratak pomoćni tekst koji daje nedvosmislena uputstva o tome kako da popunite polja.

Enter your credit card details

0000 0000 0000 0000



Card number

0000 0000 0000 0000

My email address is:

My email password is:

---

✗ **Bad practice**

Email

Password

---

✓ **Alternative**



## Rasporedite liste, checkbox-ove i radio dugmiće vertikalno

- Pojačava vertikalno putovanje za oko korisnika i podržva osećaj doslednog napretka
- Smanjuje verovatnoću da će korisnik propustiti opcije u listi



Select your interests.



UI design



UX design



Typography



Illustration



Select your interests.



UI design



UX design



Typography



Illustration

Political affiliation

- ☐ Democrat ☐ Republican ☐ Libertarian  
☐ Green ☐ Other

---

 Don't

Political affiliation

- ☐ Democrat  
☐ Republican  
☐ Libertarian  
☐ Green  
☐ Other

---

 Do



## Prikažite sve opcije izbora ako ih je manje od 6

- Postavljanje opcija u select kontrolu korisniku sakriva izbore i zahteva dva klika kako bi izabrao opciju. Iz tog razloga select koristite samo kada postoji više od 5 opcija i uključite pretragu u okviru padajućeg menija kada je više od 25 opcija.
- Select kontrolu možete koristiti i ako je manje od 6 opcija ako je prostor ograničen.

Political affiliation

Select

Democrat

Republican

Libertarian

Green

Other

✗ Don't

Political affiliation

- ☐ Democrat
- ☐ Republican
- ☐ Libertarian
- ☐ Green
- ☐ Other

✓ Do



## Koristite stepenasti format ili format sa više ekrana za dugačke obrasce

- Ako imate veliki broj unosa teksta na jednom ekranu, to povećava mogućnost vizuelnog preopterećenja i rizik od greške pri čuvanju
- Rešenje: Podelite dugačke obrasce na više ekrana ili stranica i omogućite korisniku uvid u to koliko stranica može da očekuje u tom procesu

**Personal**

First name MI Last name

Email

**Contact**

Phone

Address

Address 2

Zip code City State

Continue

✖ Bad practice

1 Personal details — 2 Connect bank — 3 Set goals

**Personal**

First name MI Last name

Email

**Contact**

Phone

Address

Address 2

Zip code City State

Continue

✔ Alternative



## Ne delite brojeve na više polja za unos

- Brojevi telefona i brojevi kreditnih kartica treba da budu samo jedno polje za unos.
- Višestruka polja za unos mogu izazvati frustraciju i greške kod korisnika koji gledaju u tastaturu dok kucaju.

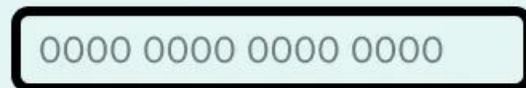
Card number



0000 0000 0000 0000



Card number



0000 0000 0000 0000



## **Na mobilno uređaju koristite izvorne funkcije OS-a za izbor datuma i druge posebne unose**

- Uvek koristite izvorne elemente gde god je to moguće, umesto da programirate sopstvene
- Korisnici će biti bolje upoznati sa izvornom opcijom i vrlo je verovatno da će ona imati bolji učinak.



21

▼

Mar

▼

13:00

▼



Mon Mar 18	10	57	
Tue Mar 19	11	58	
Wed Mar 20	12	59	AM
<b>Thu Mar 21</b>	<b>1</b>	<b>00</b>	<b>PM</b>
Fri Mar 22	2	01	
Sat Mar 23	3	02	
Sun Mar 24	4	03	



## Rešite zabrinutost korisnika na mestu gde se pojavi

- Kad god predstavite formu koju vaš korisnik treba da popuni tražite od korisnika da vam proveri sve informacije koje šalje.
- Traženje određenih informacija može dovesti do toga da se korisnik zapita zašto se one prikupljaju.
  - *Primer: Ako tražite nečiji broj telefona, razmislite o uključivanju pomoćnog teksta koji objašnjava zašto vam je potreban.*

**Name**

Tammy Beaumont

**Email address**

name@domain.com

**Mobile number**

|

This is for shipping updates.

**Sign up**



## Koristite opisne reči, zasnovane na radnji kao tekst u dugmićima

- Dugme treba da opisuje radnju koja će se pokrenuti klikom na dugme.
- “Pošalji” i “Otkazi” su u redu, ali obično su previše suvi i deluju generički. Umesto toga razmislite o korišćenju reči ili kratkih fraza kao što su “Prijavi se”, “Pošalji informacije” ili “Kreiraj nalog”.

Submit



Finish & Pay

Email

Password

Submit

---

✖ Bad practice

Email

Password

Sign up

---

✔ Alternative



## Razmislite o stavljanju teksta dugmića u prvo lice

- Ovo zavisi od tona koji želite da postignete, ali se pokazalo da dugmad koja uključuju glas u prvom licu (“ja”, “moj”) imaju veće stope konverzije.
- Opšte pravilo je da bilo kom tekstu dugmeta može prethoditi reč “želim” i da ima veći gramatički smisao, kao i da daje emocionalni smisao u kontekstu.

Create account

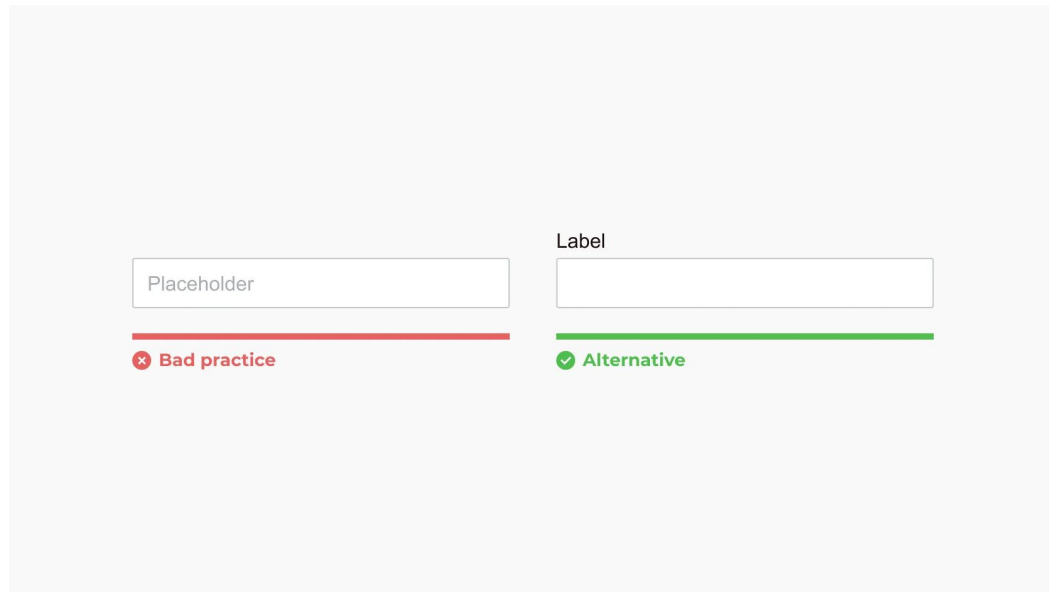


Create my account



## Ne koristite *placeholder tekst* kao labelu

- *Placeholder text* je tekst koji se prikazuje unutar polja za unos teksta pre nego šta ga izaberete.
- Problemi:
  - *Placeholder tekst* je obično zasivljen pa je manje inkluzivan i pristupačan
  - Čitači ekrana uglavnom ne čitaju *placeholder tekst*, što vašu formu čini neupotrebljivom za korisnike sa oštećenim vidom
  - *Placeholder tekst* nestaje kada izaberete polje i počnete da kucate, što znači da korisnik može zaboraviti šta treba da uradi.
  - *Placeholder tekst* treba da pomogne u formatu za unos podataka, što ne može ako se koristi kao labela.
- Koristite i labele i *placeholder* kako biste korisnicima pružili najbolje i najkorisnije smernice.



Email address



Email address

name@domain.com





## Ne koristite velika slova u labelama ili *placeholder* tekstu

- Sva velika slova su teška za čitanje, pregled i nemojte ih koristiti u formama.
- Velika slova su dobra ako se koriste štedljivo
  - *Primer: u naslovima odeljaka, dugmadima i ikonicama*

EMAIL ADDRESS

name@domain.com



Email address

name@domain.com

FULL NAME

EMAIL

PASSWORD

✖ Bad practice

Full name

Email

Password

✔ Alternative

## Ne sakrivajte pomoćni tekst

- Pomoćni tekst je instrukcija ili dodatno uputstvo pored labela
  - Primer: "Lozinka treba da ima 8 ili više znakova"
- Ako ga koristite onda ga prikažite umesto da ga sakrivate iza ikonice uzvičnika ili znaka pitanja ili kontekstne pomoći (*tooltip-a*).

Payment details  

Sorry, we don't take AmEx.



Payment details

Sorry, we don't take AmEx.



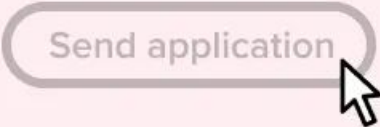
## Jasno korisniku predstavite format unosa

- Kada se zahteva unos podataka kao što su kodovi za validaciju, brojevi telefona ili detalji o kreditnoj kartici, korisnici mogu biti nesigurni da li mogu ili treba da uključe tekst poput zagrada, razmaka i crtica.
- Potreban unos objasnite upotrebom pomoćnog teksta
  - Primer: *"Unesite broj svoje kartice bez razamaka."*
- Ovo smanjuje kognitivno opterećenje.



## Koristite uspešno stanje

- Kada korisnik pošalje obrazac, važno je prikazati potvrdu da je slanje bilo uspešno.
- U najboljem slučaju, ako ovo ne uradite korisnik ostaje bez osećaja završenosti. U najgorem slučaju, to bi moglo značiti da korisnik ponovo pošalje obrazac što može da izazove duple radnje.



Send application



**Thanks!**

We've received your application.



## Koristite *inline* validacije

- Bolje je potvrditi unos podataka dok se to dešava, nego da vršite validacije kada korisnik pokuša da pošalje podatke ili pređe na sledeći ekran.
  - Ima smisla rešavati greške dok korisnik već razmišlja o informacijama,
  - Prikazivanje grešaka kada korisnici pošalju podatke ometa napredak korisnika i povećava verovatnoću da će odustati umesto da isprave greške
- Tamo gde je prikladno, sistem takođe treba da ponudi informacije koje pomažu korisniku da identifikuje preciznu prirodu greške
  - Primer: “to ne izgleda kao dovoljno brojeva” ili “da li ste mislili”

Email address

Heather

Full name

Knight

Submit

Please fix the errors above!



Email address

Heather|

Invalid email address

Full name

Submit

⚠ Error found

Email

jane@company.com

---

✖ Bad practice

Email

jane@company.com



This email already has an account [Go to Login](#)

---

✔ Alternative





## Koristite *inline* validaciju da potvrdite napredak korisnika

- Vizuelna potvrda korisniku da je ispravno uneo određeni podatak

Email address

name@domain.com

Full name

Heather Knight

Submit



Email address

name@domain.com



Full name

Heather Knight



Submit



## Onemogućite dugme “Dalje” ili “Pošalji” dok ne prođe validacija

- Jasan vizuelni indikator korisniku da je njegov unos podataka spreman za slanje

Email address

name@domain.com



Full name

Laur|

Submit



Email address

name@domain.com



Full name

Laur|

Submit