

# Hoe vertaal je het concept naar een mobiele interface?

In dit onderzoek document zal er antwoord gegeven worden op de titel-vraag, *Hoe vertaal je het concept naar een mobiele interface?*. Deze vraag zal beantwoord worden door de sub-vraag, *“Wat zijn kwaliteiten van een goede mobiele interface?”*. De vragen zullen beantwoord worden doormiddel van literatuuronderzoek in de bieb strategie.

## Kwaliteiten van een goede mobiele interface

### Mobiele schermen/pagina's

In een artikel, geschreven door Kate Shokurova (29 Januari, 2020) zijn de meest voorkomende pagina's, met betrekking tot mobiele interfaces, beschreven. Hierin wordt gesproken over 13 verschillende pagina's, opgedeeld in e-commerce, sociale platformen en muziek. Om deze reden zijn enkel de pagina's die betrekking hebben op digitale platformen opgenomen in dit onderzoek.

#### Home pagina

Het homescherm, ook wel begin scherm genoemd, is zoals de naam doet vermoeden de home (of het begin) van de (mobiele) website. Hier kom je terecht wanneer je naar de website navigeert.

Goede eigenschappen van een homescherm zijn: begrijpelijk en functioneel ontwerp; toegankelijk en overzichtelijk menu; gebruik van eenvoudig te begrijpen icoontjes/pictogrammen.

#### Registratie en login

Meeste moderne (mobiele) websites bieden op zijn minste een mogelijkheid om te registreren en in te loggen. De gegevens die hier ingevuld moeten worden (idem dito voor inloggen) is geen activiteit die gebruikers aantrekkelijk vinden.

Om deze ervaring zo prettig mogelijk te maken voor de gebruikers is het van belang om zo min mogelijk afleiding op de pagina te hebben; het registratie of inlog proces zo eenvoudig en snel mogelijk te maken; bedenk zorgvuldig welke informatie essentieel is (m.a.w. hoeveel form fields er nodig zijn); biedt duidelijke error-berichten aan, zodat gebruikers weten waar ze aan toe zijn.

Met andere woorden, probeer onnodige complexiteit te vermijden, maak alles zo duidelijk mogelijk voor de gebruiker.

#### Statistieken

Veel (mobiele) websites bevatten statistieken over diverse gebruikers-/dienst-activiteiten, gebaseerd op het doel van de website.

Goede statistiek-pagina's bevatten eenvoudige grafieken, waarop direct af te lezen is wat het inhoud. Simpliciteit is hierin (wederom) van belang. Het doel is om de gebruiker niet te overladen met (onnodige) informatie.

#### (Nieuws) feed

Digitale platformen hebben een feed pagina waarop een voortdurend bijgewerkte lijst van user-generated content staat. Dit omvat vaak een verkorte of versimpelde versie van de gehele post. Gebruikers scrollen vaak snel door deze feed, met af en toe een pauze bij een onderwerp dat ze interesseert.

Een gebruiksvriendelijke feed heeft een minimalistische pagina waarop alle overtuolligheden achterwegen gelaten zijn; is er een lettertype die rustig oogt en fijn leest; zijn enkel de essentiële besturings-icoontjes (liken, volgen, delen, etc.) gebruikt.

### **(Product) kaart**

(product) Kaart pagina's worden gebruikt om een individueel item binnen de (user-generated) content weer te geven. De kaart, met betrekking tot een kennis-platform, wordt gebruikt om de user-generated content volledig weer te geven.

Bij voorkeur kiezen gebruikers voor (product) pagina's die licht en transparant is met contrasterende en grote pictogrammen. Om het design vervolgens meer diepte te geven wordt er aan sommige knoppen en kleinere secties een lichte gradiënt toegepast. Dit zorgt ervoor dat gebruikers focussen op deze onderdelen, het geeft een gevoel van hiërarchie in de pagina.

### **Design principles**

In een onderzoek naar Mobile App Design gaat N. Babich in op de psychologie achter een mobiel ontwerp. Hierin wordt uitleg gegeven over de cognitieve belasting van een ontwerp. Hiermee wordt verwezen naar de hoeveelheid hersenkracht die nodig is om de website/applicatie te gebruiken.

Het menselijk brein heeft een beperkte hoeveelheid verwerkingsvermogen, en wanneer een app te veel informatie in één keer biedt, kan dit de gebruiker overweldigen en hem van de taak doen afzien.

Als we verder inzoomen op de design principles van mobiele websites (of mobiele (web)applicaties), zijn er een aantal design principles die Adobe beschreven heeft in "10 Do's and Don'ts of Mobile App Design". Hierin wordt een duidelijk in beeld en tekst uitgelegd wat wel en niet handig is. Deze 10 items zijn te verdelen in verschillende categorieën.

### **Structuur**

Het is verleidelijk om bij een nieuw project direct bezig te gaan met schetsen en ontwerpen. Echter is het verstandig om dit niet te doen, om zo een "False-Consensus Effect" te voorkomen.

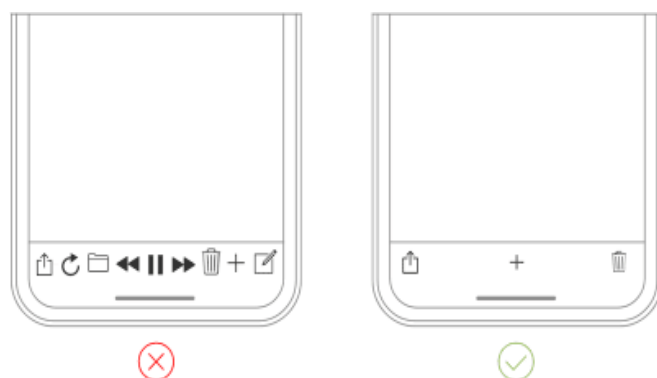
Dit effect verwijst naar de neiging van designers om aan te nemen dat anderen hun overtuigingen delen en zich in een bepaalde context op dezelfde manier zullen gedragen. Alleen mensen die heel anders zijn dan zij zouden andere keuzes maken.

Een structuur in het project (onderzoek, analyses, etc.) dragen bij aan een onderbouwd product waarin keuzes gebaseerd zijn op resultaten en conclusies.

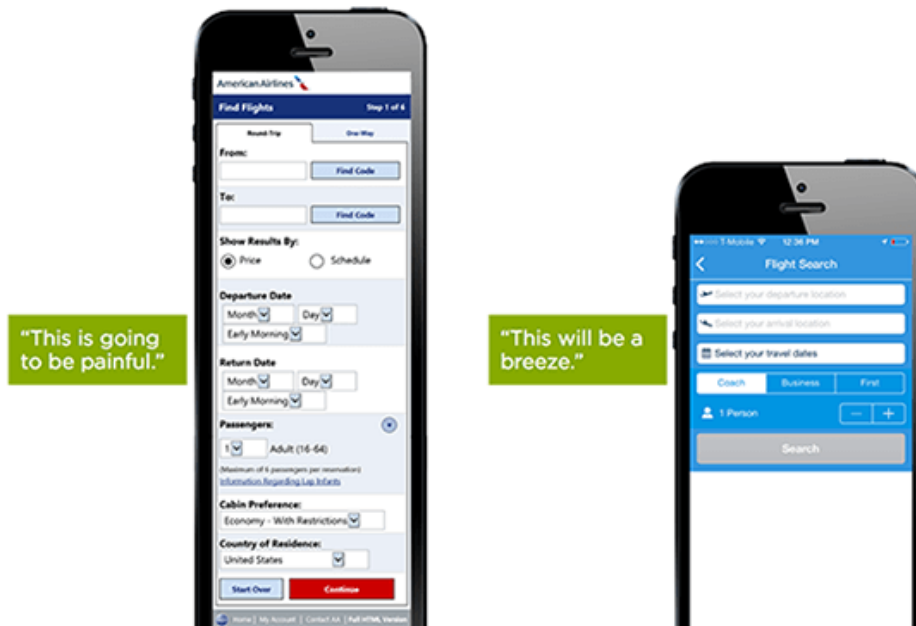
### **Eenvoud**

Een goed design maakt het de gebruiker gemakkelijk. Hiermee wordt bedoelt dat veel voorkomende taken makkelijk en eenvoudig gemaakt moeten worden doormiddel van duidelijke en eenvoudige communicatie en interacties.

Rechts op de afbeelding is een voorbeeld van een mobiele interface die vereenvoudigd is voor de gebruiker. Op de volgende pagina, nog een voorbeeld.



*Figuur 1 - De overzichtelijke tabblad balk (rechts) is veel beter dan de onoverzichtelijke (links). (Afbeelding: Apple)*



*Figuur 2 - Een te druk en onoverzichtelijk formulier voor mobiel links, een mobiel vriendelijk formulier rechts.*

## **Zichtbaarheid**

Een ontwerp dient alle benodigde opties en materialen voor een bepaalde interactie of taak zichtbaar te maken, zonder de gebruiker af te leiden met irrelevante of overbodige informatie.

Een goed ontwerp overweldigt de gebruikers niet met alternatieven of verwarren hem/haar niet met onnodige informatie.

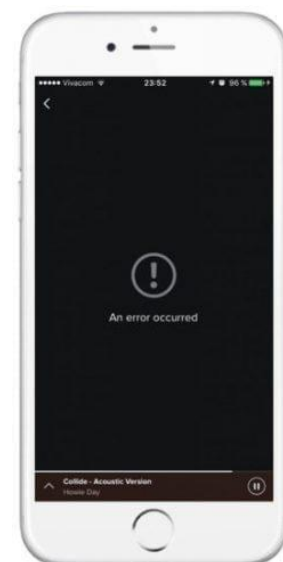
## **Feedback**

Binnen een applicatie moet de gebruiker op de hoogte gehouden worden van alles wat er op de website gebeurt en verandert (acties, wijzigingen van de staat of toestand en fouten of uitzonderingen die relevant en van belang zijn voor de gebruiker).

Het moet voorkomen worden dat een gebruiker op een lege/dode pagina uit komt. Dit blokkeert de user-flow en zorgt voor verwarring bij de gebruiker.

Het helpt gebruikers niet om de hoofdoorzaak van het probleem te begrijpen en het geeft geen antwoord op de gebruikers-vragen: "Waarom gebeurt dit en wat kan ik eraan doen?"

Op de afbeelding rechts staat een voorbeeld van een dead-end mobiele pagina.



*Figuur 3 - Een dead-end zonder informatie voor de gebruiker*

## **Tolerantie**

Ontwerpen en user-flows moeten flexibel en tolerant zijn om fouten en verkeerd gebruik van de gebruiker te beperken en op te vangen.

Hiermee kan de user-flow instant gehouden worden. Zoals eerder besproken in feedback, is het van belang om de gebruiker duidelijk te instrueren.

## Conclusie

Een goed mobiel ontwerp is gebouwd op een degelijk onderzoek naar de opdracht en het onderwerp. Doormiddel van onderzoek kunnen gemaakte keuzes beargumenteerd worden en kan een “False-Consensus Effect” voorkomen worden. Dit effect verwijst naar de neiging van designers om verkeerde aannames te doen.

Er zijn verschillende soorten pagina's voor mobiele websites en applicaties. Iedere pagina heeft zijn eigen doel en eigenschappen. Door in de ontwerpfase de website of applicatie in pagina's op te delen, kan er een structuur opgebouwd worden.

Een van de belangrijkste elementen is eenvoud. Hiermee wordt bedoelt dat de pagina, inhoud en/of interactie zo gemakkelijk mogelijk gemaakt moet worden voor een optimale user-flow in het design. Dit kan bereikt worden door de gebruiker niet te overweldigen met onnodige informatie en duidelijke feedback aan de gebruiker te geven. Dit kan onder andere bereikt worden door flexibel te zijn en tolerant om te gaan met of in te spelen op eventuele fouten van de gebruiker.

## Literatuurlijst

Adobe. (2020, 19 juni). *10 Do's and Don'ts of Mobile UX Design*. Adobe XD.

<https://xd.adobe.com/ideas/principles/app-design/10-dos-donts-mobile-app-design/>

Babich, N. (2018, 12 februari). *A Comprehensive Guide To Mobile App Design*. Smashing Magazine.

<https://www.smashingmagazine.com/2018/02/comprehensive-guide-to-mobile-app-design/>

Bieller, E. (2019, 16 juni). *How To Design A Mobile App User Interface Like A Pro*. Career foundry.

<https://careerfoundry.com/en/blog/ui-design/how-to-design-a-mobile-app-using-user-interface-design-principles/>

Budiu, R. (2017, 22 september). *You Are Not the User: The False-Consensus Effect*. Nielsen Norman Group.

<https://www.nngroup.com/articles/false-consensus/>

Shokurova, K. (2020, 1 februari). *13 basic mobile UI patterns to know about - UX Collective*. Medium.

<https://uxdesign.cc/mobile-ui-13-basic-patterns-of-app-ui-design-to-know-about-d3f7c6176f13>