


Personas:



Lennart Geting

AGE 75

EDUCATION Skolgången

STATUS Gift

OCCUPATION Pensionär

LOCATION Kinna

“ Jämna plågor

**Personality**

Envis Noggrann Butter

Otålig Händig

**Bio**

Bor i Kinna tillsammans med fru. Gillar att vara aktiv. Spelar gärna golf eller boule. Älskar att dricka kaffe och kaka bullar. En händig man som kan fixa det mesta.

**Core needs**


- Fika
- Sysselsättning
- TV

**Frustrations**

- Slöhet
- Försäljare
- Reklam

**Status på användning av E-post idag**

Använder mail till att kommunicera angående sommarhuset med familj. Blir vansinnig på all reklam som finns i mailen. Blir trött bara av att öppna den



Karin Johansson

AGE 70

EDUCATION Skolgången

STATUS Gift

OCCUPATION Pensionär

LOCATION Kinna

“ Ta vara på varje dag!

**Personality**

Envis Glad Skämtsam

Positiv Organiserad

**Bio**

Bor i Kinna, gillar att fika och att spela Bingolotto med sina pensionärskompisar. Har barnbarn som hjälper henne med tekniken. Tycker digitaliseringen är spännande.

**Core needs**

- Fika
- Familj
- TV

**Frustrations**

- Komma sent
- Oreda
- Reklam

**Status på användning av E-post idag**

Har en e-post men använder den ganska sällan då den mest innehåller reklam. Kollar ibland vid onlinebeställningar för att spåra paket

I uppgiften har jag fokuserat på de 5 stegen i Design thinking process. Jag har haft den som guide till mitt val av design och hur jag har velat jobba med uppgiften.

# Emphasize

Jag började hela projektet med att träffa pensionärer på stan och matbutiker. Ställde några frågor angående deras användning av e-post för att få en förståelse för hur aktiva dagens pensionärer är med denna tjänst och vilka problem det stött på. Det visade sig att de flesta har en mejl men att den kanske inte alltid används aktivt. Endast 20% visste hur man skapade ett nytt mejl för att skicka. De som inte hade en mail var inte heller intresserade av att skaffa en, och varför försöka lära en gammal hund sitta.

Jag fokuserade på dem som hade en mail och visste vad det handlade om. Jag märkte snabbt ett sammanhängande problem hos pensionärerna, de hatar reklam! Dryga 80% av de jag träffade beskrev på olika sätt sin frustration över reklam på sin mail och att det kunde förstöra hela upplevelsen och att de inte vet hur man tar bort eller får allt läst, därför blir mejl staplade och väcker irritation. Jag citerar en härlig kvinna jag träffade:

-Jag blir vansinnig på den där röda siffran som visar 99+ och jag vet inte hur jag får bort den, jag lyckades en gång men två dagar senare så var det likadant igen, och allt är reklam!

En del förklarade att de gillar att läsa reklam från specifika företag, men att de får för mycket annat trams så att intressanta försvinner bort i mängden och blir i slutändan oläst. Jag noterade detta och började fundera hur jag skulle göra en lösning i min applikation då jag insåg att här finns det något för mig att jobba på.

Jag ställde också frågan om jag fick lov att veta hur många olästa mejl dom hade i dagsläget, inte ett enda svar var 0 (up to date).

Något annat jag la märke till var att de flesta inte var noga med hur designen på deras app såg ut. Det som pensionärerna ville ha var stora knappar med tydlig text, sen hur det såg ut där emellan var inte så viktigt, vissa hade dålig syn och beskrev att texter kan va väldigt smått och att de då får problem med läsningen.

**Här är några av mina frågor jag ställde till ca 20 pensionärer bosatta i Marks kommun.**

Använder du e-post idag?

Har du mer än en mailadress?

Har du någon gång skickat ett mejl?

Tycker du att tjänsten är smidig?

Finns det något som är svårt i appen du använder för e-post?

Hade du velat lära dig mer om hur man använder e-post?

Finns det något som du inte gillar med e-post?

Har du några önskemål/ideer som hade kunnat underlätta användandet av e-post?

Hur stor roll spelar designen för dig?

Hur många olästa mejl har du idag?

# Define

Efter att jag lärt känna mina pensionärer (kunder) och fått en hyfsat klar bild av hur deras användning av E-post ser ut idag så kunde jag konstatera att jag behöver göra en väldigt enkel och tydlig app. Reklam skall vara lätt att radera, funktionen "favoriter" ska vara lätt att nyttja och "markera alla som läst" ska va lättillgängligt för användaren. Appen behöver också innehålla en rösthanterare som kan hjälpa för dom med dålig syn.

Sammanfattningsvis så kan man säga att utifrån min undersökning så är pensionärer både underbara men samtidigt helt odugliga att ha att göra med när man ska designa en app. De är otrolig raka i sina svar och brinner för just enkelheten. Detta göra att mitt jobb som designer både blir enkelt men istället kanske inte så utmanande. Hur som helst tänker jag kombinera stilren enkel design med stora tydliga knappar och texter för att få mina pensionärer att känna sig trygga i appen. Så länge jag fixar en enkel lösning på att rensa reklam så har jag vunnit över att de flesta pensionärer i Marks kommun på min sida är min slutsats.

**Punkter:** Reklam, Rösthantering, Tydlighet, Favoriter

## Ideate

### Brainstorming

- Stora knappar.
- Stor text.
- Diskreta färger som grund.
- Utstickande färger på viktiga knappar, såsom att rensa reklam.
- Använd mig av färger som rött och grönt för att tydliggöra olika funktioner.
- Skall kunna rensa bort reklam på ett knapptryck.
- Rösthantering.
- Få och enkla symboler som pensionärer förstår.
- Favoriterna skall vara kopplat till en stjärna (gul) som sticker ut.
- Designen skall ha en röd tråd. Mörkgrå bakgrund med ljusgråa detaljer.
- Blå färg på knappar.
- Alltid ha en gå tillbakaknapp uppe till vänster.
- Navigering längst ner, max tre val.
- Symboler: brev, kugghjul, hus.
- Rösthantering ska vara tillgänglig hela tiden.
- Använd extra tydlighet i rösthantering.

**Grundfärger, bakgrund, struktur, texter, standardikoner**



**Knappar, markering, specialsymboler.**

Letade upp färger som fungerar bra ihop.



**Specialfärger** för att verkligen dra till sig uppmärksamhet. (Rösthantering)



# Prototype

## Bygga grunden

### Designprinciper

Common Region

Figure/Ground

Jag började med att bygga min grundstruktur av appen, la in några enkla och tydliga symboler som jag kunde använda och fokuserade på att bygga en stabil grund för ögat att vila på. Färgerna jag använder är olika nyanser av grå. En något matt stil istället för svart och vitt som kan bli för starkt för ögat. I min "header" ingår en h1 där jag beskriver vad för app du är inne på, e-post. Grannar till h1:an har vi PRO logga samt symbolen för rösthantering. Pro loggan byts ut till en "tillbakapil" när vi inte längre är på startskärmen. Beroende på vart du navigerat dig så kommer underrubriker synas precis under e-post. Dessa fyra element vill jag ska ses som en egen grupp och lämnar därför ett annat utrymme under för avskärmning.

## Färger knappar och flöde

### Designprinciper

Common Region

Continuity/Continuation

Similarity

Flödet för min app är väldigt simpelt, uppifrån och ner. Du möts överst och först av att du har kommit rätt (E-post). Om du behöver rösthanteringshjälp så finns symbolen lättillgänglig och alltid synlig överst. Efter det jobbar vi oss neråt för att bemötas av min så kallade "main-del". Här syns olika typer av information som du sen i nästa steg nedanför kan göra något med. Jag tänker min app ungefär såhär:

1. Header
2. Main
3. Olika typer av val
4. Navbar/Footer

I dessa fyra punkter går flödet i appen, uppifrån och ner. Ofta kommer användarna inte att behöva komma längst ner till min navbar då det redan i steg 3 kommer att göra någon sorts input till appen. Men en enkel navbar med tre alternativ längst ner känns som en överkomlig teknik för pensionärer att bemästra och finna nytta av. Jag har hållit denna röda tråd genom hela appen så att mina användare skall finna trygghet i sin navigering och känna igen sig. Om vi kollar lite extra på punkt 3. "Olika typer av val" så har jag valt att utmärka dessa knappar med en blå färg. Knapparna är stora och innehåller text som beskriver vad de åstadkommer. Tanken var här att dessa knappar skall göra det enkelt för användaren, istället för att öppna appen och hamna i ett hav av olika vägar att gå där allt smälter samman så har jag nu gjort det väldigt tydligt för användaren att "här är dina val". Utifrån min empatisering av kund och min undersökning kom jag fram till att de två mest effektiva alternativen att visa vid starten är "Visa alla mail" och "Ta bort reklam". Dessa två alternativ täcker större delar av min målgrupps behov.

De stora blå knapparna är något som följer min apps design rakt igenom, knappen/knapparna blir som en tydlig identitet genom hela appen när man navigerar omkring.

## **Tydligt och samhörighet**

### **Designprinciper**

Proximity

Symmetry and Order

En stor utmaning var att inte göra min design "rörig" när man öppnar inkorgen. Mycket information skall läggas fram här och jag vet nu hur lätt det är för pensionärer att tappa tålamodet om det blir för mycket info på en gång. Jag behövde nån typ av menu. Tre ganska stora knappar, inte blåa då dom inte tillhör den gruppen. Dessa tre menyval gör jag symmetriska, liggandes i samma rad och lika stora för att användaren skall få känslan av att dessa tre hör ihop och sticker ut från den andra informationen. Beroende på vilket menyalternativ du är inne på, skall detta tydligt visas med hjälp av en markör, jag valde både en orange ram och ett blått understreck (samma blå färg som mina knappar för matchning). För att sen få dessa tre menyval att avskärmas ännu lite extra från alla mail (inkorg displayen) som visas så valde jag att invertera sökfunktionens färg och placera den mellan dessa två element. Istället för att också ha den i ljusgrå väljer jag här att omvända på färgerna för att man ska få ännu mer känsla av att menyn inte klumpar ihop sig med alla mail som visas. Sökrutorna agerar som en avskärmare.

Generellt när jag designat har jag tänkt mycket på symmetri och ordning på saker för att användarens öga skall trivas i appen. Jag har jobbat med mellanrum på element för att visa att saker hör ihop och inte.

## **Test**

### **Thinking aloud test.**

När jag hade en något klar produkt i Figma lät jag några deltagare testa appen. Deltagarna var från min målgrupp, alltså 65+ och pensionärer. Till en början lät jag deltagarna ha fria händer och klicka omkring i appen med kombinationen av att tänka högt. Jag bemöttes av mycket god feedback då det första deltagaren ser är en stor blå knapp som visar "ta bort reklam", något som visade sig vara succé. Till en början hade jag ingen sökfunktion för att söka i inkorgen, detta var något deltagare påpekade och gärna ville ha. Så en sökfunktion la jag till. Nästan alla som gjorde testet tyckte att appen var enkel att förstå och gillade de stora blå knapparna som lite är ett signum för min app. Något jag la märke till var att få deltagare ens testade att navigera med hjälp av min footer-menu. Tankar om att ta bort den väcktes men jag valde att behålla den då jag tror att ett mer aktivt användande av appen skulle leda till mer användning av den.

Till en början använde jag endast ett blått understreck för att visa vilket menyval du står på i inkorg-menyn, något som flera deltagare tyckte var lite otydligt. Jag bestämde mig för att göra markeringen ännu tydligare och la till en orange ram också. En annan sak som jag fick höra när dessa tester genomfördes var att deltagarna önskar ännu tydligare brytpunkter för

dagar i inkorgen. Jag trodde att jag hade varit tillräckligt tydlig men jag la till ännu lite extra mellanrum för att göra detta ännu mer.

Efter att deltagarna fått leka omkring i appen ställde jag dem ett par avslutande frågor för att få en övergripande bild av min app.

### **Svara med 1-10**

1. Hur tyckte du att appen var att förstå och använda?

Genomsnittligt svar: 9

2. Bedöm vad du tyckte om designen?

Genomsnittligt svar: 8

Skulle du vilja använda appen för användning av e-post?

Genomsnittligt svar: 9

Vad ger du appen för slutpoäng?

Genomsnittligt svar: 9

Överlag en väldigt bra score på mina tester men man måste lägga till räkning att många av mina deltagare var glada snälla pensionärer som tyckte det var superroligt att få göra detta. De pensionärer som kan vara lite mer kritiska valde att inte delta i dessa tester. Tror det kan ha speglat av sig i poängen.

### **Sammanfattning**

Mycket positiv feedback kom via mina tester, som jag hade på känn blev min rensa-reklam-funktion en grund till nöjda kunder. Många beskrev appen som tydlig och enkel, vilket gör mig väldigt nöjd då mycket av mitt fokus låg just där. Jag hittade med hjälp av mina tester ett par förbättringar som jag kunde implementera i appen och göra bättre. Några grejer behövde justeras extra men överlag så hade jag fått med mycket i min första prototyp. Tyvärr räckte inte tiden för att göra ett uppföljningstest när förbättringarna va tillagda.

Johan Kristensson Yrkehögskolan i Borås YHFRONTEND-23H