

Sex, Drugs And UXD

The truth is, that for the better or worse of my design, I've never read a book about UX. Not in my thirteen years of practicing. I've started reading many of the books, but I get a few chapters in and I start looking elsewhere for the kind of fiction I prefer to spend my time reading. It's not that the UX books or their authors aren't any good.

Fear and Loathing in Las Vegas

My brother handed me a book called Fear and Loathing in Las Vegas. I was in my early twenties and, although something of a drinker, I was a clean-living kid in drug terms. "I think for a full six months after reading this book, I couldn't say no to drugs." And that was that, more evidence of a brilliant book an impressionable young man could not ask for. The thing is, my brother's six months kind of became my next six years, but there's no denying it, it is one good book.

That isn't quite the effect I'd like to create from you reading this story, but in my early years of doing this kind of work, UX, I actually was a b-grade wannabe singer in a grunge band in the early nineties but somehow that career path morphed into UX.

If I think of the hell I raised in the agencies I worked in, in retrospect, I really wonder how I got away with it. All the mornings I came in late, smelling of booze, the fool leading everyone off to the bar after work, night after night.

The Hangover at Work

The delayed-response hangover arrives at about noon, just as you think you've finally managed to avoid it all together. Actually, you were shooting gold tequila and smoking joints with your friends until three in the morning, in the middle of a big project.

When the delayed-response hangover does kick in, it does so with a vengeance. Your monitor makes you nauseous and make you feel like a total and utter fool. I'd rise from my work station and like a scarecrow in a strong wind stumble my way to the canteen, past all the other people studiously working. I would finally settle down in the late afternoon to get some work done.

I breathe out, at peace. I feel as though all this occurred in that one breath, but three hours have passed. This is the magic of design and creativity: the receding of things as you drift off, unaware of time, temperature, or the movement of people around you. Fantastic.

The assignment

Next morning my project manager taps me on the shoulder, she asks if I've come up with the five suggestions for names for the brand and CI intranet we're creating for a large local investment bank.

I totally forgot. I wheel over to my graphic designer and beg her for help and she gave me some advice to work with. An hour later, my graphic designer and I showed our designs to the costumers and they went with our "Growing Green" design.

Something special happens when you work in a team over days, months and years. You share a lot and you show a lot, your good ideas and your dismal ones. Then, all of a sudden, there's this thing happening. You find yourselves standing up for one another against clients rejecting your designs, project managers berating you for missing a deadline.

Then it all changed. One day I had the smart idea to put some of the wireframes I'd designed in front of some of the people at work.

I discovered that a different kind of creative magic occurs when you expose your designs to users.

You start to see yourself in the design; you start to see yourself from above, from the outside. All the late nights and women and drinks and parties and drugs and havoc wreaking very slowly, started to become a little less important. In considering users and other people a little more, I found myself thinking beyond myself and with it the slow death of my bohemian-artist persona.

Since then, I have become progressively more boring in my personal life.

A new beginning

When I now lecture students on UX design, I try to share with them something Of a paradox I see in user centered design, I try to stress a kind of tension Between the designer's ego and the removed input we receive from users during testing. The thing is, your users will never design a gob smackingly

brilliant interface. They may notice something and point it out which will begin a chain reaction of insights, ideas, new models , new navigation, new behavior or structure that you realize and ultimately become the bob smackingly experience. But hear me now: its you doing the designing, not the user.

The whole story you can find here:

http://mi.hosts.ma-cloud.nl/iv/fase2/projecten/zoekhetevenuit/Sex,%20drugs.._.pdf

Just copy,paste it in your search bar and you should be golden

Google legt de nadruk op sites die de bezoeker iets te bieden hebben, dus niet websites die teksten alleen voor de vindbaarheid geschreven hebben.

De recente aanpassing die google heft gedaan in haar zoekmachine zijn er op gericht om teksten die special voor zoekmachines geschreven zijn lager te plaatsen. Teksten die informatief en voor de bezoeker zijn geschreven worden hoger geplaatst in de zoekresultaten.

Door op een pagina een link te plaatsen naar een andere pagina binnen je website, zorgt je dat andere pagina's binnen uw website ook goed gevonden worden. De pagina moet wel een relatie hebben met de pagina waarop de tekst waarin de link gemaakt wordt. Wij adviseren maximal 2-3 van deze links te plaatsen.

Zorg er altijd voor dat uw teksten zelf schrijft zodat deze uniek zijn.

Wanneer u letterlijk teksten van andere websites kopieert dan wordt u gestraft door Google. Google ziet namelijk wie de originele maker is van de tekst en bestempeld uw tekst al een kopie.

Hierdoor zakt u in de zoekresultaten en in het ergste geval kan Google je website helemaal uit de zoekresultaten verwijderen.

De eerste stap naar een goede webtekst begint bij het uitvoeren van een zoekwoordenanalyse. Een goede webtekst is namelijk opgebouwd rondom één tot drie zorgvuldig uitgekozen zoekwoorden.

Heldere en duidelijke koppen boven een stukje tekst kunnen de begrijpelijkheid aanzienlijk vergroten. Onderzoek heeft namelijk aangetoond dat door het gebruik van kopjes een tekst beter is te onthouden. Een kop die de lading van de tekst eronder goed dekt, zorgt ervoor dat de informatie veel beter wordt verwerkt door de bezoeker van de site. Denk dus goed na over een pakkende kop en maak veel gebruik van subkopjes.

Naast gebruik van korte zinnen is het ook aan te raden om moeilijke woorden zoveel mogelijk te vermijden. bestandsrecht zal de gemiddelde bezoeker afschrikken. Gebruik dus alleen bestandsrecht als uw doelgroep dit ook gebruikt. Het probleem bij zulke woorden is dat de deskundige niet begrijpt of niet wil begrijpen dat het om bestandsrecht gaat. Is dat het geval dan dient u als redactie in te grijpen en de teksten volledig te herschrijven zodat de doelgroep het begrijpt. Daar gaat het om.

Bepaal vooraf wat het doel is van jouw tekst. Wil je de lezer alleen informeren? Of wil je de bezoeker aanzetten tot de aankoop van een product? Gebruik een duidelijke call to action als je wil dat een lezer je product afneemt. Hetzelfde geldt voor het opnemen van contact.