

Översiktlig beskrivning

Jag har arbetat med min webbplats genom att använda Garretts modell för att utveckla den.

Jag valde att skapa en webbplats för ett påhittat företag som jag bestämde mig för att kalla "Alvas Café". Dock använde jag mig utav min syster som "beställare" för att lättare kunna skapa syfte, målgrupp och en kravspecifikation och inte kunna ändra mig under utvecklingsprocessen. Först tog jag reda på vad syftet bakom webbplatsen var och vilken målgrupp vi skulle rikta in oss på. Därefter intervjuade jag lite släktingar (kunder) för att kunna sammanställa tre personor. Utifrån dessa och beställarens önskemål gjorde vi en kravspecifikation. Vi skissade en layout på papper över hur beställaren ville att webbplatsen skulle se ut. Sedan kunde jag påbörja utvecklingen av webbplatsen. Inför första testet och utvärdering med beställaren gjorde jag en webbplats med olika fält där jag hade olika ganska skarpa färger, "fula bilder" och "Lorem ipsum" text för att beställaren skulle få en känsla av hur webbplatsen skulle bli när den blir färdig. När vi var nöjda med hur navigeringen fungerade och layouten satte jag igång med utseendet. Beställaren hade en tydlig bild av vilka färger webbplatsen skulle gå i. Under utvecklingen av webbplatsen har jag själv utvärderat, testat och dokumenterat utvecklingen. Dock höll jag även kontakt med beställaren för att hon själv skulle kunna följa utvecklingen och kunna testa webbplatsen under uppbyggnad så allt stämde in med hur hon ville ha det.

Syfte och målgrupp

Eftersom caféet är nyöppnat var syftet med webbplatsen att locka nya kunder. Kundkretsen bestod för tillfället mest av boende i närheten eller kunder som kände ägaren. Webbplatsen ska kunna visa caféets sortiment och man ska även kunna beställa tårter online för avhämtning. Eftersom caféets tidigare kunder var en blandning av både äldre och yngre ville beställaren ha en webbplats som var tillgänglig på dator, mobil och surfplatta. Webbplatsens färger ska följa butikens färger. Sortimentet är tillgängligt för de flesta då allt är fritt från nötter, laktos och gluten. Vilket beställaren var noggrann med att det skulle framgå tydligt. Efter målgruppsanalysen sammanställde jag tre personor.

Jenny, 49 år (tidigare kund)

gift, två barn.

Bor 10 minuter ifrån caféet och jobbar i byggnaden bredvid som uthyrare av lägenheter i kommunen. Kommer in varje vardag och köper frukost till sig själv och kollegorna. På helgerna brukar hon eller hennes man åka dit och köpa frukost till hela familjen. Tycker att "Alvas Café" har bra kvalitet och ett mycket brett sortiment Använder datorn mycket i jobbet och surfar ibland lite hemifrån.

Adam, 31 år (ny kund)

ensamstående, tre barn.

Passerar caféet varje dag till och från jobbet. Använder datorn mycket på fritiden för att spela spel, titta på sporten och läsa nyheter. Tycker det är smidigt med online beställning då livet som ensamstående trebarnspappa ibland kan bli ganska hektiskt. Har aldrig tidigare

handlat på "Alvas Café", men gillar konceptet med att allt ska vara tillgängligt för allergiker då hans ena son är nötallergiker.

Rebecca, 23 år (tidigare kund, allergiker)

sambo, ett barn.

Jobbar på bank och använder då datorn mycket i arbetet. Hemma använder hon hellre sin Ipad eller mobil för att surfa. Gillar att kunna beställa online då det sparar mycket tid. Är mycket allergisk mot nötter och mjölkprotein och därför väljer hon "Alvas Café" där man aldrig behöver tänka på att fråga vad produkterna innehåller eftersom allt är tillgänglig för henne.

Kravspecifikation

- Produkter ska visas med bild, namn och pris.
- Produkter ska kategoriseras med: Bröd, Kaffebröd, Kakor, Pajer och Tårtor.
- Erbjudande vid storhelger ska finnas på ingångssidan.
- Kontaktsida med formulär och karta.
- Ingångssida med kort info om butiken, bild på butiken och öppettider.
- Beställningsformulär
- Webbplatsens färger i vinröd, ljusbrun och vit.
- Responsiv design, ska fungera på dator och mobil.
- Bilder på produkter ska kunna förstoras.
- Produkterna ska sorteras i bokstavsordning.
- Det ska synas vilken sida man för tillfället är inne på.
- Öppettider lättillgängligt.

Utvärdering mot kravspecifikation

Från ingångssidan har man en global navigering, en kort info om butiken, öppettider, en bild på butiken och även erbjudande som kan ändras beroende på storhelger, årstider eller vad beställaren känner för att visa upp lite extra. Finns en flik i den globala navigeringen för sortiment och under sortiment har man en lokal navigering för vilka olika produkter som finns i sortimentet uppdelat i bröd, kaffebröd, kakor, pajer och tårtor som beställaren önskade. När man trycker sig in på sortimentet kommer man direkt till bröd så då slipper man ytterligare en sida, men man behöver heller inte ha alla kategorier på produkter i den globala navigeringen.

I de olika kategorierna är produkterna inlagda efter bokstavsordning, vilket kan bli lite besvärligare när man ska lägga in nya produkter. Helst hade man kanske velat ha möjligheten att få sortera på: Namn A-Ö, pris stigande eller pris fallande som man kan se på andra webbplatser att denna möjlighet finns. Gjorde efterforskning och kom fram till att detta kräver javascript och därför finns inte denna möjlighet med på webbplatsen. Beställaren nöjde sig dock med att allt skrevs i bokstavsordning.

Det behövs även javascript för fungerande köpknappar. Istället skapade jag beställningsformulär där man fyller i kontakinformation, vilken tårta som önskas och även ett meddelande för speciella önskemål.

På kontaktsidan finns ett kontaktformulär och även en karta över vart butiken befinner sig, kunde kanske lagt till en adress under kartan för ännu tydligare bild över vart butiken finns. Adressen finns dock att hitta i sidfoten som är tillgänglig längst ner på alla sidor. Här finns även öppettider som alltid är tillgängliga för användaren.

Webbplatsens färger går huvudsakligen i vinröd, ljusbrun, vit och även beige skulle man kunna säga. Texten skrivs även i svart för tydligast text. Kategorierna i den lokala navigeringen skrivs i grå färg för att skiljas åt lite tydligare, men ändå synas bra.

Bilderna på produkterna kan förstöras om man trycker på bilden, dock måste man trycka på bilden ytterligare en gång för att förminska bilden igen. Så trycker du på alla bilder endast en gång blir alla bilder förstörade. Detta var dock inte något som bekymrade beställaren och hon var nöjd med hur bilderna såg ut.

För att få bästa resultat av vilken sida man var inne på gjorde jag så att flikarna till den globala navigeringen var lite rundade i överkant och den sida man är inne på i samma färg som main är i. Då tyckte jag de såg ut som att navigeringen och sidan hörde ihop. De övriga flikarna blev vinröda.

Från målgruppsanalysen insåg vi även att det kan vara bra att göra webbplatsen tillgänglig på inte bara dator utan mobil och surfplatta också. Detta har jag uppnått genom att göra olika media queries och testade sedan detta i användartesterna.

Användartest

Jag gjorde till en början tre användartester där jag använde tänka högt metoden.

I första användartestet, via dator, kom vi fram till att beställningsformuläret var lite svårt att förstå. Då lade jag till ytterligare information på beställningssidan och även på sidan "Tårtor". Det kan ju ändå bli lite tryck fram och tillbaka på sidan om man inte läser instruktionerna först. Efter jag lade till mer information var det ingen annan användare som tänkte på några problem vid beställningen.

I det andra användartestet, via mobil, insåg vi att det var något svårare på mobil att ta sig tillbaka till startsidan. Då lade jag in en länk till startsidan i headern så man istället för att trycka sig in i navigeringsmenyn kunde man nu bara trycka på headern för att komma till startsidan.

I det tredje användartestet, via surfplatta, uppmärksammade användaren mig om att det inte fanns någon allergi information. Visserligen fanns informationen om att allt var fritt från nötter, laktos och gluten på startsidan, men för att förtydliga lade jag in denna information även på alla de olika kategorierna.

Därefter lät jag första användaren göra användartest igen, men han upplevde att jag fixat problemen och upplevde heller inga nya problem.