

MMI Øving D3 - Nokia.no vs SonyEricsson.no

Arve Nygård

Målgruppe

Hva tror du er målgruppen/målgruppene for nettstedet?

Målgruppen for begge nettstedene er nok personer som ønsker å kjøpe seg ny smarttelefon. Hovedsakling relativt unge mennesker med interesse for teknologi.

Lag en persona for hver målgruppe. Kun noen linjer.

- Frank jobber i et teknologifirma og trenger ny jobbtelefon. Han er 32 år og har kone og to barn.

Visuell framstilling:

Hvordan er det visuelle uttrykket tilpasset målgruppen?

Begge nettstedene har et moderne visuelt uttrykk. SonyEricsson.no har valgt litt mer "profesjonelle" farger, mens Nokia er litt "sprekere" og noe mer leken.

Brukes gestaltprinsippene? Hvilke og hvorfor?

- *Gruppering / Nærhet:* Begge nettstedene har samlet lignende elementer i grupper. Dette gjelder menyelementer for navigering, sosiale nettverk, og footer-elementer
- *Linje / Kontinuitet:* Her stiller SonyEricsson.no litt sterkere enn Nokia.no. SE har gjennomførte horisontale linjer, mens Nokia veksler mer mellom horisontale og vertikale grupperinger.
- *Mental komplettering:* Ser ingen spesifikke eksempler på dette på noen av nettstedene.
- *Likhet i form:* Igjen er SE flinkere enn Nokia. Bilder av telefonene er tatt fra omtrent samme vinkel, slik at de får samme fasong (omriss). Nokia kjører en mer leken stil med mer perspektiv, forskjellige vinkler og noen roterte (skråstilte) utsnitt.
- *Likhet i farge:* De fleste produktbildene til SonyEricsson har i hovedsak samme mørke gygne fargebruk, noe som indikerer klasse. Dette gjenspeiles også i bildet av menn kledd i mørke klær.

Nokia har en mer divers fargebruk, men dette er et av salgspunktene deres. Alle fargene er i tillegg av omtrent samme metningsgrad, som gir dem en viss sammenheng.

Begge sidene har god likhet i farge på menyelementer og tekst; den største forskjellen i mine øyne er at designet til SE gjenspeiler produktene mer enn Nokias.

- *Forgrunn/Bakgrunn + reversering:* Ingen virkemidler med negative space her.

Følges guidelines for design? (Jacob Nielsens liste, Schneidermans 8. punkter)

Jacob Nielsens liste:

1. *Visibility of system status:*
Veldig begrenset hvor mye system status som er å hente, men Nokia kommer noe sterkere ut her med bedre markerte menyelementer (hvordan kom jeg hit / hvor er jeg) pluss en breadcrumb-del. SE leverer tynt her.
2. *Match between system and the real world:*
Nokia sitt ordvalg er noe enklere for en utenforstående å forstå, sammenlignet med SE. Ellers følger begge nettstedene relevante konvensjoner ganske bra.
3. *User control and freedom:* Begge nettstedene følger konvensjonen med en klikkbar logo øverst til venstre som tar deg til startsidene igjen.
4. *Consistency and standards, Error prevention:* lite relevant
5. *Recognition rather than recall:* Her stiller begge sterkt. Det aller meste er lett å finne frem til, og alle interaktive elementer har enten gjenkjennelige ikoner eller god tekst.
6. *Flexibility and efficiency of use:* Det er minimalt med handlinger som kan fåretas, men begge nettstedene har

søkefelt og sitemap, som kan regnes som accelerators.

7. *Aesthetic and minimalist design* Her er begge flinke. Det brukes mye bilder for å kommunisere, og ting er ryddige. Lite kranling om oppmerksomheten.
8. *Help users recognize, diagnose, and recover from errors* ; og *Help and documentation*: Begge disse er igjen ganske lite relevante i forhold til en salgsside.

Schneiderman

- *Konsistens*: Her scorer begge nettstedene høyt. Både grafisk uttrykk og navigasjon er konsistente
- *Shortcuts*: Vettige URLs og sitemap gjør at man kan komme seg fort til den undersiden man vil.
- *Feedback*: Alle knapper og linker har hover-effekt. Søkefelt endrer utseende når det blir aktivert.
- *Dialogue closure*: Jeg har ikke gjennomført en kjøpsprosess, så her kan jeg ikke svare.
- *Simple error handling, Easy reversal of actions*: Disse er dekt ovenfor. * *Support internal locus of control*: Alle handlinger initieres av brukeren
- *Reduce short-term memory load*: Denne er også dekt ovenfor. Begge nettstedene er flinke her.

Er nettstedet delt opp i forhold til forskjellige brukergrupper?

Nokia sitt nettsted er delt opp i følgende målgrupper: Folk som er ute etter å skaffe seg en telefon, folk som allerede har en Nokia-telefon, og App-utviklere.

SE har delt opp nettstedet sitt for de som ønsker seg, og de som allerede har en av deres produkter.

Hva er hensikten med nettstedet?

List opp minst to typiske brukssituasjoner i forhold til nettstedet.

- Salg av produkter
- Support

Gjør disse brukssituasjonene til korte scenarier der du lar en av personaene spille hovedrollen.

Frank ønsker å kjøpe seg ny jobbtelefon. Han har gjort litt research, og det står mellom Nokia Lumia og Sony-Ericsson Xperia. Han går inn på nettsiden til Sony-Ericsson, men finner ikke noen kjøpeknapp. Frank har dårlig tid, så han bestemmer seg for å gå for Lumia istedenfor. Heller ikke her er det noen kjøp-knapp, men i site-mappen nederst på siden er en link hvor det står "Kjøp Lumia 920". Han klikker der, og får opp en liste med resellers. Siden han har Telenor-abbonement fra jobben, kontakter han Telenor for å bestille en telefon.

Språk / ordvalg

Passer valget av ord og tekst generelt med målgrupper og funksjoner?

Begge nettsidene er flinke på ordvalg, og bruker ord som er forståelige for "alle". Noe sjargong er ikke til å unngå. Begge bedriftene kunne nok hatt godt av å komme på flere produktnavn - det er vanskelig å skille produktene når alle heter *Lumia* eller *Xperia* med et eller annet tall eller bokstav bak. Dette fører nok til en del forvirring blandt potensielle kunder.

Begge nettsidene tilbyr norsk språk, men Sony-Ericsson har en lei tendens til å plutselig kaste deg til sine engelsk-språklige sider.

Bruk av linker, knapper, menyer, tabs etc.

Er det lett å se hva som skal kunne trykkes på, og hvor det tar en (Affordance)?

Begge nettstedene bruker tillært affordance: Knapper er tydeligvis knapper, de følger moderne web-konvensjoner hvor klikkbare ting har en hover-effekt og gjerne et ikon, eller lignende som skiller dem ut fra passive elementer.

Er disse lett forståelige?

Som nevnt over får du feedback når du holder musen over aktive elementer.

Totalvurdering av brukervennlighet

Hvordan vil du vurdere nettstedets brukervennlighet utifra de målgrupper og typiske funksjoner som du har identifisert?

Kjøp-nytt-produkt: Her var begge nettstedene skuffende. Det er mulig at jeg misforsto bruksmålet til nettsiden, men med slik fokus på produkter bør det være en lett tilgjengelig måte å faktisk kjøpe de telefonene de reklamerer for.

Sammenligning av de to nettstedenes brukervennlighet

List de viktigste 3-4 punktene der nettstedene skiller seg fra hverandre, og gi en vurdering av positive og negative sider. Kan du kåre en vinner?

- Nokia har et bilde som bakgrunn, mens Sony-Ericsson bruker hvitt.
- Nokia sine UI-elementer er fargede (blå), mens Sony-Ericsson bruker mørk grå.
- Nokia sine produkter har sterke farger, mens Sony-Ericsson sine produkter er sorte.

Alt i alt gir Nokia et mye sprekere og mer fargerikt inntrykk, mens Sony-Ericsson gir en mer corporate-aktig følelse. Dette gjør at Nokia apellerer mer til "hvermann", mens Sony-Ericsson kanskje stiller sterkere i forhold til business-kunder.