

## **För detta arbete så gav vår lärare oss en pitch som löd:**

**Pixer är en dejtingapp/sajt där användarna behöver prata/chatta med varandra för att stege för stege låsa upp bilder/delar av en bild på personen de chattar med.**

**I stället för att ”matcha” baserat på bilder, så får man chansen att först prata med personen innan bilderna har betydelse. På så vis så behöver man ”matcha” de man är intresserade av baserade på deras intressen och vad de skriver.**

# Pixer

Emilia Lundqvist



# Empathize

Jag valde att börja med att intervjuat folk. Dels intervjuade jag mänskor i min närhet som jag visste hade eller har använt datingappar. Och så pratade jag även med folk som jag pluggade bredvid på ett café. Syftet med dessa intervjuer var att skapa förståelse för de användare som använder dessa sorters tjänster och försöka att ta reda på vad de gillar och vad de nogillar med onlinedating.

De jag pratade med var både män och kvinnor och de var mellan 25-35 år. Det var två datingappar som dominerade under våra samtal - Tinder och Match.

Vid flera tillfällen så var respondenterna rätt så samstämmiga i sina åsikter. I min första intervju med en man, 30 år, så sa han att han upplevde att det fanns en stigma kring onlinedating. Att det är lite pinsamt att vara medlem på en datingsida eller app. Med tinder kunde kan undvika det stigmat, det är en oseriös app men så "räkar" man träffa en partner.

Övriga stämde in i tankarna kring Tinder och att det känns som ett spel och att fokus lätt hamnade på ens utseende. Match upplevdes av flera som mer seriöst och att många av medlemmarna var äldre personer. En person ville inte ens testa match, hon sa att hennes intryck var att det bara är "medelålders män från Tomelilla".

**"Medelålders män  
från Tomelilla"**

Okej, för att ta mig vidare i processen så vill jag försöka definiera vilka känslor som användarna känner kring dessa appar/sidor och identifiera problemet.

Match är världens största datingsida och riktar sig mot en stor målgrupp. För att ett företag ska kunna nå ut till så många människor så är antagligen det grafiska relativt neutralt. De färger som Match använder sig av är framförallt blått och rosa. För kvinnor mellan 20-35 år som bor i Malmö så skulle det kunna upplevas som lite gammaldags. Jag misstänker att detta kan förklara varför flera av de som jag intervjuade inte kände sig lockade att använda sig av just Match. Deras grafiska profil är i övrigt något basic och kanske har de gått i fällan där deras layout är enkel på ett sätt som kan upplevas negativt.

Tinder upplevde samtliga respondenter som den bästa datingappen. Majoriteten uppskattade swipe-effekten men kände att känsla på appen ofta drog åt ytligt och utseendefixerat håll.

Alright, hur kan vi fixa dessa problemen? Kan man behålla tinders lekfullhet samtidigt som man mixar det med lite av matchs seriositet?

**Källa:** Stevens, 2021 & Alrubail, 2015

# Define

# Ideate

Det är svårt att ideate på egen hand tycker jag, när man är helt ensam med sina tankar och idéer. Jag tog en **creative pause** och kollade runt på olika datingappar och sidor. De tjänster var kollade på var Tinder, Match, Bumble och Badoo.

Jag fortsatte sen med någon slags **brainstorming**dag där jag lyssnade på lite olika podcasts som handlar kring dejting och relationer. Det satte lite fart på hjärnkontoret och jag antecknade ner i min anteckningsbok och i anteckningarna på mobilen, som ni kan se en exempelbild på här.

Jag började sedan att prototypa. “**You build to think**” som det stod i en artikel på interaction-design. Att börja skapa satte igång kreativa processer.

**Källa:** Friis Dam & Yu Siang, 2020



Titel

Quiz-ish när man skapar sin profil?



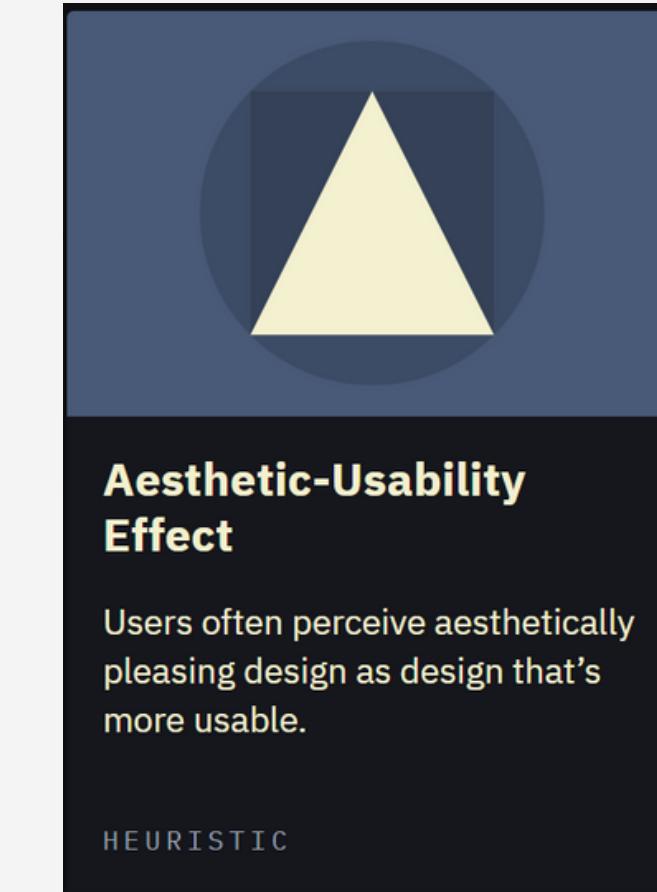
## Law of ux

### Aesthetic-usability effect

Att användare upplever en estetiskt tilltalande design som mer användarvänlig så kan man också vända på perspektivet. Om den grafiska profilen för en datingtjänst inte estetiskt tilltalande eller omodern så kan den negativa känslan jag upplever över det kopplas samman med negativa känslor kring tjänsten som helhet och en upplevelse av att utbudet också därmed är sämre.

### Jacobs law

Jag vill skapa något nytt för att fylla en lucka som saknas på datingmarknaden. Samtidigt är det en fördel att ha en fot i det som redan existerar och som användarna är vana vid sen tidigare.



Källa: Yablonsky, 2020

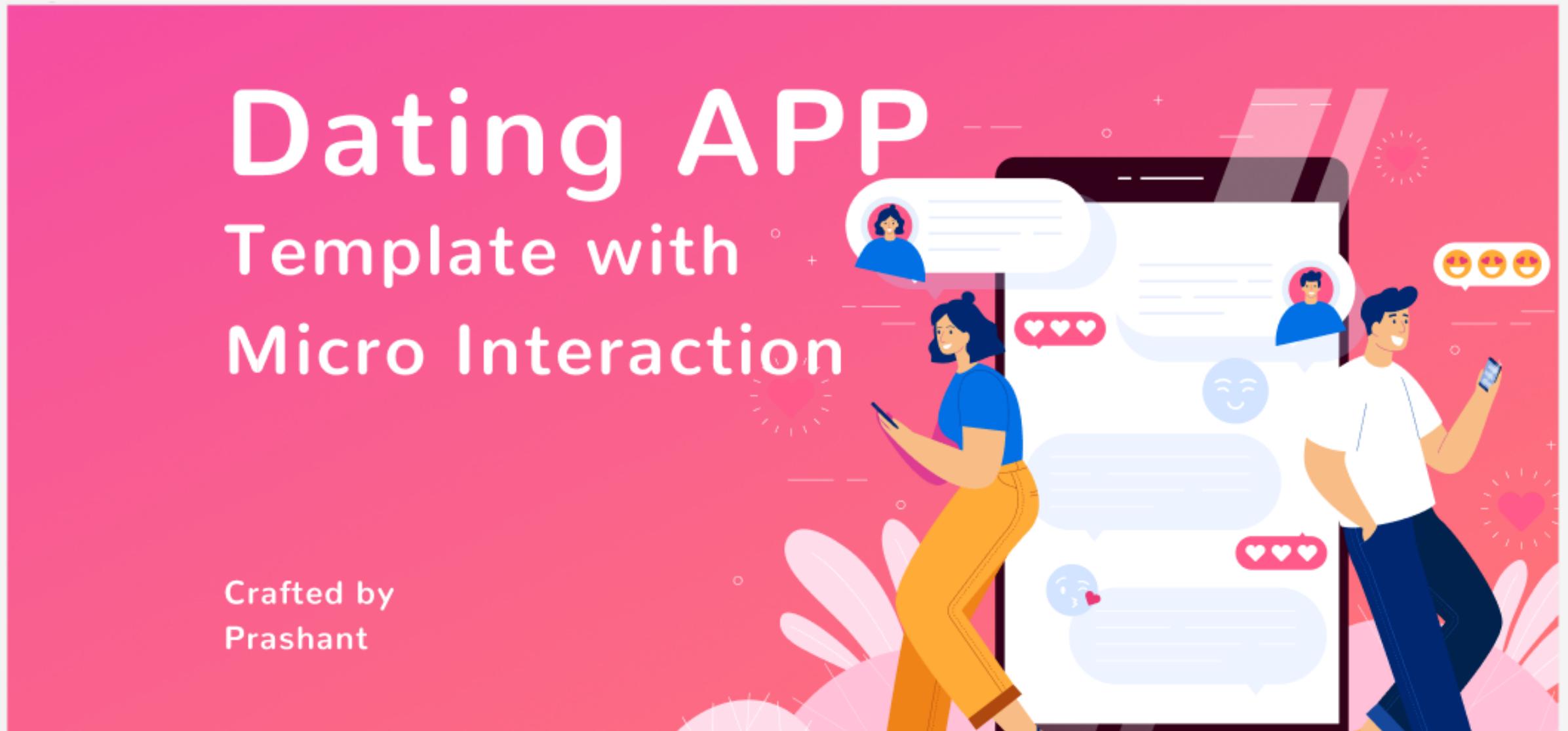
# Design system

Detta designsystem har jag använt mig av för att lägga grunden i min prototyp.

# Dating APP

## Template with Micro Interaction

Crafted by Prashant

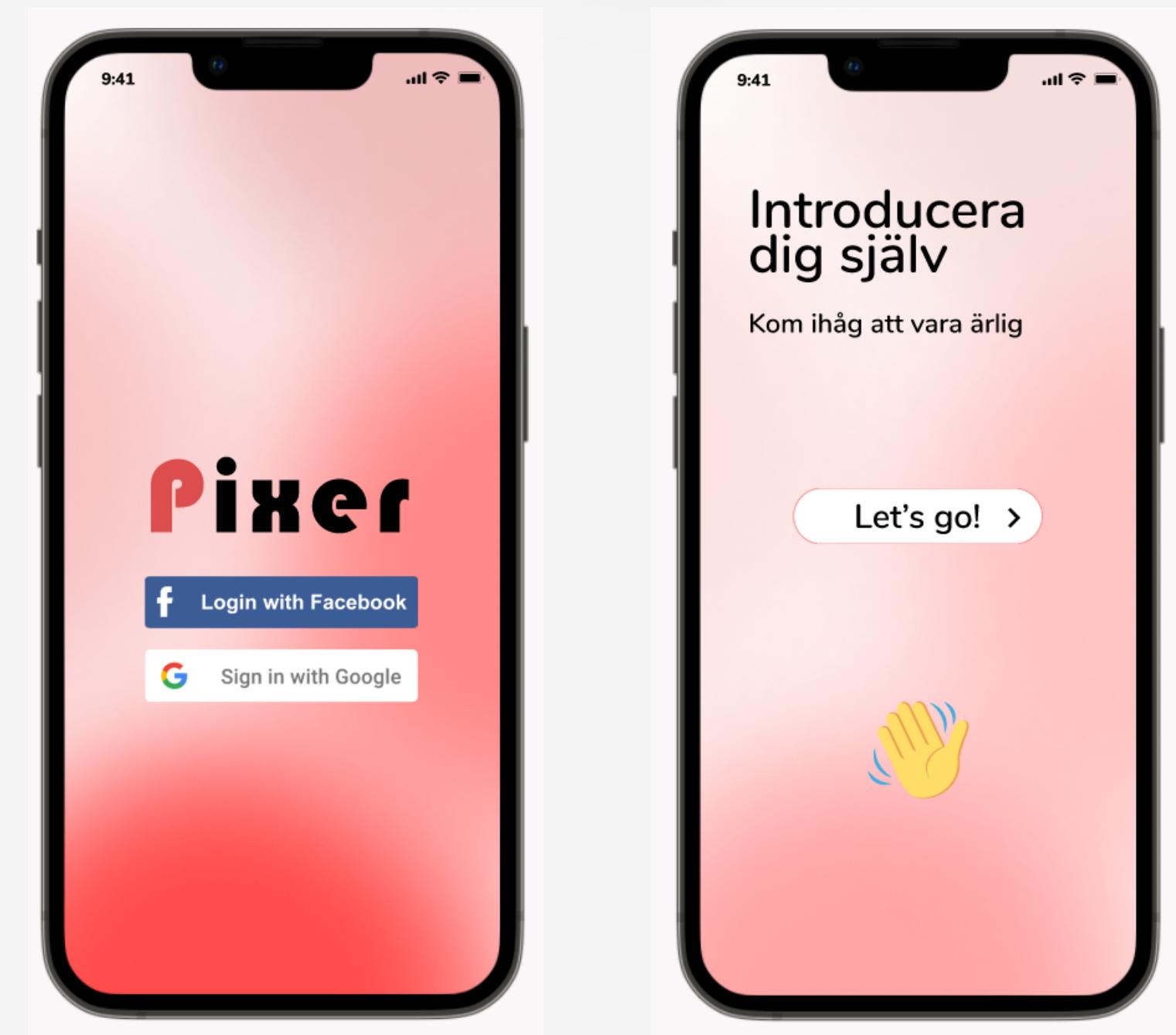


# Prototype

Min tanke med Pixer är att ha en målgrupp mellan 25-40 som är ute efter en modern och lekfull app, men som samtidigt är ute efter något seriöst. Användarnas bilder ska vara blurrade, och genom att lika varandras meddelanden så blir ens bild mindre och mindre blurrad.

# Prototype

Pixer



# Prototype

PIXER



# Prototype

PIXER



# Prototype



# Prototype

PIXER



# Prototype



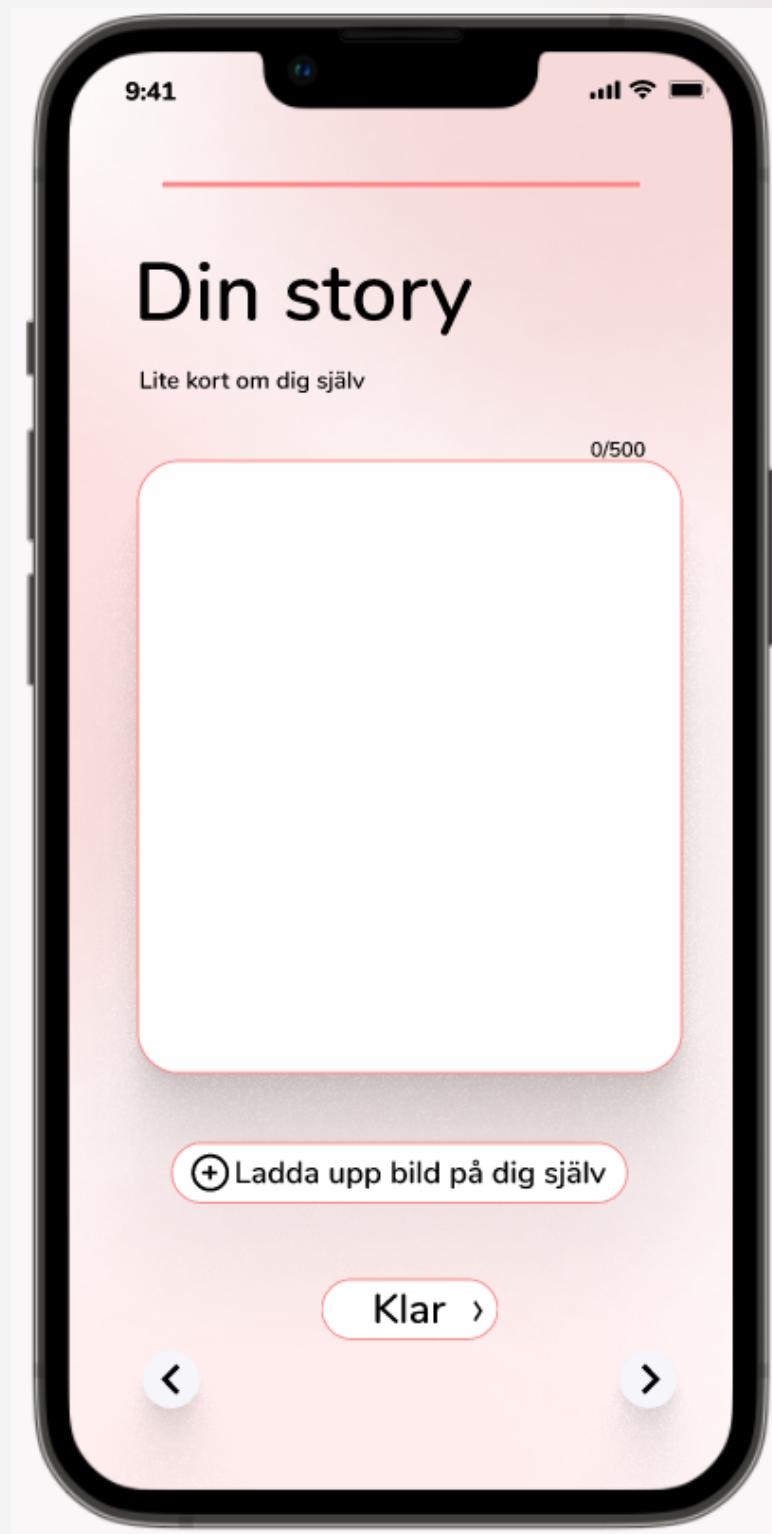
# Prototype

PIXER



# Prototype

PIXER



# Prototype



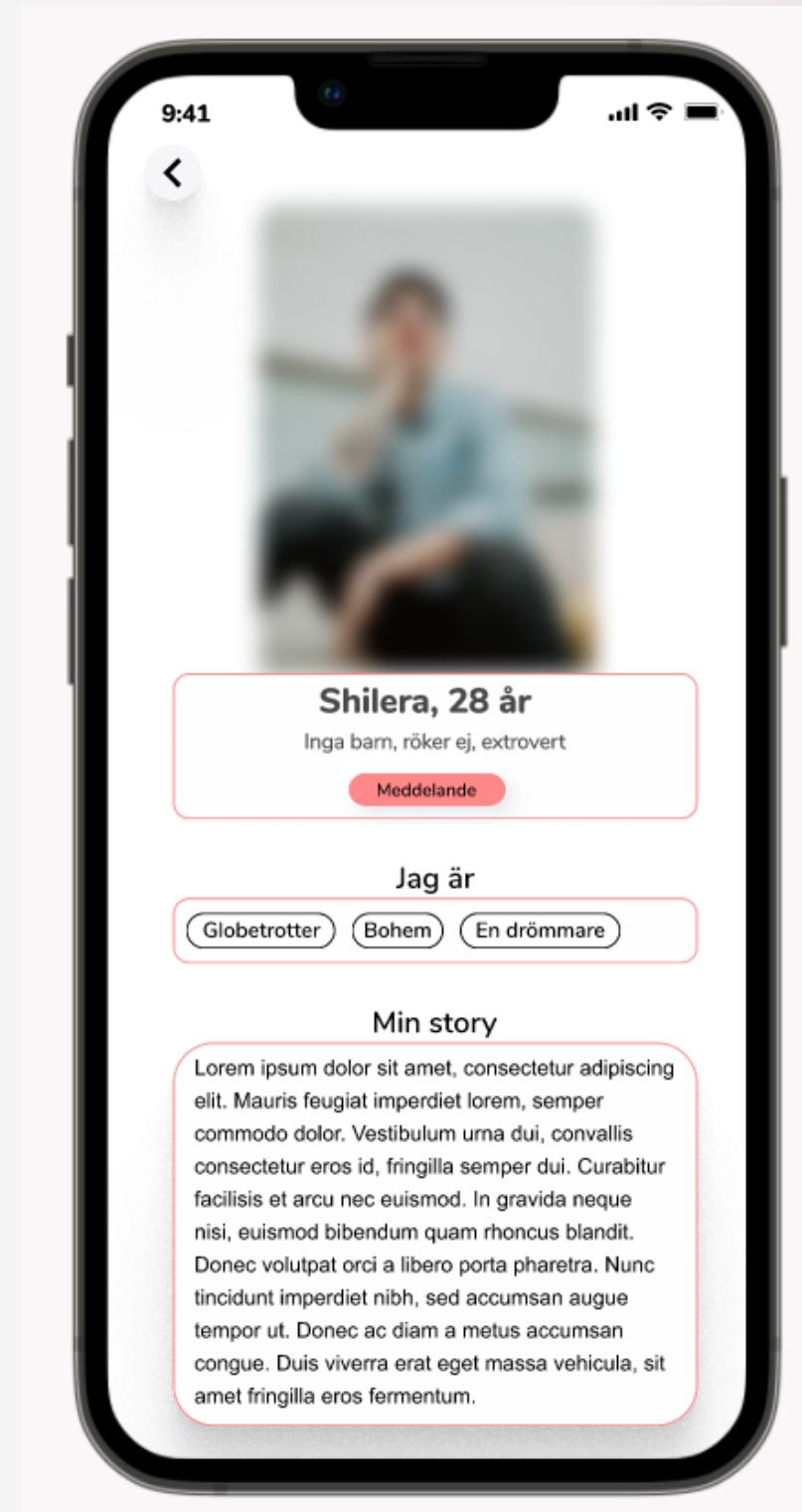
# Prototype



# Prototype



# Prototype



# Prototype

PIXER



# Prototype

PIXER



# Prototype

PIXER



# feedback från testpersoner

- Hade föredragit om man också kunde välja mail eller telefonnummer
- För tankarna till Tinder
- Roligt koncept att ge info om sig själv när man blir medlem
- Jag hade gillat att kunna välja åldersspann i början när man svarar på frågor
- Att bilden är blurrad sätter konversationen i centrum

**"Bra att kunna kunna se om personen har barn eller inte"**

# feedback från testpersoner

- Fin design tänker jag direkt!
- Gillar färgvalet
- Jag gillar konceptet med att bilderna blir mindre & mindre blurriga genom att man lajkar varandras meddelanden
- Men kanske göra det tydligare?
- Det blir en naturlig känsla av att man har något gemensamt när man upptäcker att man gjort samma val när man skapade sin profil i början
- Blir förvirrad av pratbubblesymbolen - betyder den att jag kan prata med någon?



# Vad vill jag jobba vidare på?

- Färgval
- Feedback på att bilden blir mindre blurrad

## **Referenser**

Alrubail, R. (2015). Teaching Empathy Through Design Thinking. Hämtad 2021-11-04 från <https://www.edutopia.org/blog/teaching-empathy-through-design-thinking-rusul-alrubail>

Friis Dam, R. & Yu Siang, T. (2020). Introduction to the Essential Ideation Techniques which are the Heart of Design Thinking. Hämtad 2021-11-04 från <https://www.interaction-design.org/literature/article/introduction-to-the-essential-ideation-techniques-which-are-the-heart-of-design-thinking>

Stevens, E. (2021). What Is Empathy in Design Thinking? A Comprehensive Guide. Hämtad 2021-11-04 från <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/what-is-empathy-in-design-thinking/>

Yablonsky, J. (2020). Laws of UX. Using Psychology to Design Better Products & Services. O'Reilly.