

# Øving D1 - TDT4180

Håkon Ødegård Løvdal

Februar 2014

## 1 Målgrupper

Jeg har valgt å se på scenarioet "Elektronikk og tjenester" og anser målgruppene for hvert av de to nettstedene som de samme. De to nettstedene er <http://www.apple.com/no> og <http://www.samsung.com/no> er: Begge disse to selskapene har målgrupper i de fleste aldersgrupper i befolkningen, men jeg ønsker i denne øvinga å begrense meg til følgende målgrupper for de to nettstedene:

### 1.1 Persona: Ungdommen

Petter er 22 år, fra Alvøen, men studerer for øyeblikket IKT ved Universitet i Bergen. Akkurat nå bor han i et kollektiv med to andre fra førstegangstjenesten i en leilighet tett på sentrum. På fritiden er han svært aktiv i studentsamskipnadens idrettsforening og et politisk ungdomsparti. Data har alltid vært en stor del av Petters liv, og han startet tidlig med å utforske og se på mulighetene en datamaskin har. Petter arbeider for øyeblikket ikke på grunn av sine mange verv og studiet.

### 1.2 Persona: Familiefaren

Øivind er 44 år, fra Kongsvinger. Han er gift med Marthe, 46 år. Han arbeider nå som byråkrat i Arbeidsdepartementet og pendler hit daglig med tog fra Kongsvinger. Pendlingen medfører at han ofte er trøtt når han kommer hjem. Han har utdanning fra NHH. Øivind er far til tre små jenter på 10, 12 og 18 år. Mye av fritiden går med til å kjøre de to yngste jentene rundt på ulike idrettsarrangement. Jobben i Arbeidsdepartementet gir han en årslønn rett over gjennomsnittet. Pendlingen medfører også at Øivind bruker mye tid på telefon og mobiltinterett.

### 1.3 Persona: Bestemor

Bestemor Berit er 70 år og pensjonerte seg for tre år siden etter å arbeidet 30 år som lærer på Katedralskolen i Oslo. Nå nyter hun livet med ungdomskjæresten og mannen gjennom 50 år, Arne. Når Berit pensjonerte seg flyttet hun og mannen til en leilighet på Lillestrøm for å komme nærmere familien. I den siste tiden har hun gått på en del datakurs for pensjonister og prøver å lære seg nettbank. Hun ønsker også å lære seg mobiltelefonen sin bedre, for lettere å kunne holde kontakt med barn og barnebarn.

## 2 apple.com/no

### 2.1 Målgruppe

Målgruppen for Apple er ganske stor. I hovedsak vil man kunne si at målgruppen for Apple er alle som ønsker å gå til anskaffelse av data, mobil eller musikkspiller. I tillegg selger nettbutikken også tilbehør til alle disse enhetene. Det skal legges til at de sammen med Samsung har en av de ledende posisjonene på markedet og derfor trolig når ut til nesten hele markedet.

### 2.2 Visuell framstilling

#### 2.2.1 Hvordan er det visuelle uttrykket tilpasset målgruppen

Apple går for en minimalistisk design, med noen klare farger. Til tider dukker det opp endel farger som skaper tydelig kontrast.

#### 2.2.2 Brukes gestaltprinsippene

##### Gruppering/Nærhet

Alle lignende elementer er samlet i grupper, som meny, informasjon, nyheter.

##### Linje/Kontinuitet

Vil si nettsiden stiller sterkt her, da det meste er organisert i linjer/grupper med rette vinkler.

##### Mental komplettering

Kan ikke si jeg ser noe konkret eksempel på dette

##### Likhet i form

Bortsett fra den øverste menylinjen er forsiden preget av likhet i form. Det skal legges til at det er litt runde hjørner på menylinjen, noe som er ulikt resten

##### Likhet i farge

Det går mye i hvitt og grått, men det dukker til tider opp sterke farger som skaper kontrast.

##### Forgrunn/Bakgrunn + reversering

Ser ikke noe konkret på dette.

#### 2.2.3 Jacob Nilesens liste

##### 1. Visibility of system status

Det er begrenset hvor mye status en bruker kan se på en nettside, men menylinja øverst viser til enhver tid hvilken fane brukeren er i.

##### 2. Match between system and real world

Det brukes jevnt over et naturlig språk, som er lett å forstå. Dette er sett bort i fra eventuelle tekniske begreper, men disse blir ofte forklart i liten skrift.

##### 3. User control and freedom

Brukeren kan når som helst bevege seg dit han eller hun ønsker.

#### **4. Consistency and standards**

Ser ingen tilfeller hvor dette ikke oppfylles.

#### **5. Error prevention**

Ser ikke relevansen for denne på en internetframside.

#### **6. Recognition rather than recall**

Synes nettsiden gjør en god jobb her. Det er lett å forstå hva de ulike linkene/knappene gjør. Dette er også kanskje ikke veldig relevant på en nettside som dette, da det meste går i tekst og ikke ikoner.

#### **7. Flexibility and efficiency of use**

Det er ikke noe særlig i nettsiden som øker effektiviteten for en ekspertbruker, men det er søkefelt tilgjengelig som kan øke effektiviteten litt.

#### **8. Aesthetic and minimalist design**

Alt er minimalt og det er ingen elementer som forstyrrer oppmersomheten til brukeren.

#### **9. Help users recognize, diagnose, and recover from errors**

Lite relevant for en internettside, kanskje mer relevant for nettbutikken, men den er ikke endel av øvinga.

#### **10. Help and documentation**

Lett å nå supportside.

### **2.2.4 Schneiderman**

#### **Strive for Consistency**

Synes siden er veldig konsistent i designvalg.

#### **Cater of universal usability**

Det er mulig å benytte urlen som snarvei ved å skrive seg dit man vil, men utenom det finnes ingen tastaturkommandoer for snarveier.

#### **Offer informative feedback**

Linker i menyen endrer farge når musa panorerer over. Denne endringen av utseende gir en god feedback.

#### **Design dialogs to yield closure**

Har ikke forsøkt et kjøp i nettbutikken, så kan ikke svare godt på dette spørsmålet.

#### **Prevent errors**

Vet ikke hvordan dette løses av nettsiden

#### **Permit easy reversal of actions**

Samme som forrige

#### **Support internal locus of control**

Er ingen mulighet for å modifisere siden som man vil eller å logge inn på et personlig "dashboard".

#### **Reduce short term memory**

Det er lett å manuvrere frem og tilbake, så dette skulle ikke være et problem.

## 2.3 Delt opp etter brukergrupper?

Forsiden er delt opp etter brukergrupper ved at man kan velge sitt ønskede produkt. Nettsiden er derfor ikke laget for en spesiell brukergruppe, men alle målgruppene.

## 2.4 Hensikten med nettstedet

Typisk brukssituasjon:

- Finne informasjon om en ny datamaskin
- Finne den siste nyheter fra produsenten

### 2.4.1 Familiefaren vil ha ny datamaskin

Øivind ønsker seg en datamaskin å bruke mens han pendler. Han går inn på nettsiden til Apple og trykker på “Mac” for å få oversikt over de tilgjengelige maskinene. Han er fornøyd med informasjonen og sorterer maskinene etter ytelse.

### 2.4.2 Ungdommen vil ha det nyeste

Petter er ute etter det aller nyeste fra Apple, og vet at det snart kommer noe nytt. Derfor er han ofte inne på forsiden og sjekker hovednyheten midt på siden. Når nyheten er der, trykker han på bildet/annonsen og får opp siden til produktet.

## 2.5 Språk/ordvalg

Apple benytter seg av et nøye gjennomtenkt ordvalg. Det er benyttet korte fraser for å vekke interesse om produktet. Det vil ikke være noe umiddelbart problem for noen av målgruppene å forstå hva Apple prøver å si. Det er mulig å endre språk på nettsiden til ønsket språk.

## 2.6 Linker, knapper, menyer...

Selve menybaren er ganske lettforsåelig og det er tyldig hva som er knapper. Nyheter kommer tydelig frem. Hover-effekten på menybaren gjør at knapper skilles tydelig fra andre elementer.

## 2.7 Totalvurdering av brukervennlighet

Jeg vil si at denne siden har en veldig brukervennlig design som er vanskelig å misforstå. Den ivaretar mange designprinsipper. Det er ingen særlig forstyrrende elementer på siden som skaper frustrasjon. Den er veldig brukervennlig for de fleste målgrupper. Det kan hende at bestemoren vil synes siden er litt vanskelig, men det går mer på dataforståelse enn brukervennlighet.

## **3   samsung.com/no**

### **3.1   Målgruppe**

Målgruppen for Samsung er ganske stor og i hovedsak veldig lik, hvis ikke den samme som Apple. I tillegg har Samsung også en del andre elektronikkprodukter som harddisker, hjemmekino etc. . .

### **3.2   Visuell framstilling**

#### **3.2.1   Hvordan er det visuelle uttrykket tilpasset målgruppen**

Samsung går for et mer komplekst design enn Apple. De har også gruppert designet godt med klare, definerte knapper. Designet er mer krevende og vil for bestemoren trolig virke mer krevende, ihvertfall før hun får satt seg inn i det. Det er skarpe farger med mye kontrast for å skille komponenter i designet.

#### **3.2.2   Brukes gestaltprinsippene**

##### **Gruppering/Nærhet**

Alle lignende elementer er samlet i grupper som produkter, bedrift, support. Det er også en egen gruppe for mobil, foto, tv etc.

##### **Linje/Kontinuitet**

Vil si nettsiden stiller sterkt her, da det meste er organisert i horisontale grupper med klare skiller.

##### **Mental komplettering**

Kan ikke si jeg ser noe konkret eksempel på dette

##### **Likhet i form**

Det meste på nettsiden er veldig firkantet og likt i form.

##### **Likhet i farge**

Det er tydelig at det er benyttet en fargepallett som er gjennomgående for siden.

##### **Forgrunn/Bakgrunn + reversering**

Hovedmenyen er fremhevet noe i forhold til reklamene/annonsene som ruller under.

#### **3.2.3   Jacob Nilesens liste**

##### **1. Visibility of system status**

Det er begrenset hvor mye status en bruker kan se på en nettside, men menylinja øverst viser til enhver tid hvilken fane brukeren er i.

##### **2. Match between system and real world**

Det brukes jevnt over et naturlig språk, som er lett å forstå. Dette er sett bort i fra eventuelle tekniske begreper, men disse blir ofte forklart i liten skrift.

##### **3. User control and freedom**

Brukeren kan når som helst bevege seg dit han eller hun ønsker.

##### **4. Consistency and standards**

Ser ingen tilfeller hvor dette ikke oppfylles.

## **5. Error prevention**

Ser ikke relevansen for denne.

## **6. Recognition rather than recall**

Synes nettsiden gjør en god jobb med dette. Det er lett å forstå hva de ulike linkene/knappene gjør.

## **7. Flexibility and efficiency of use**

Det er ikke noe særlig i nettsiden som øker effektiviteten for en ekspertbruker, men det er søkefelt tilgjengelig som kan øke effektiviteten litt.

## **8. Aesthetic and minimalist design**

Det er et litt mer komplekst design enn hos Apple, med mer tekst og knapper på fremsiden. Det kan ikke sies at dette er et godt minimalistisk design

## **9. Help users recognize, diagnose, and recover from errors**

Lite relevant for en nettbutikk/internettside

## **10. Help and documentation**

Lett å nå supportside, med knapp både oppe og nede på nettsiden.

### **3.2.4 Schneiderman**

#### **Strive for Consistency**

Synes siden er veldig konsistent i designvalg.

#### **Cater to universal usability**

Finner ingen tastaturkommandoer for snarveier.

#### **Offer informative feedback**

Linker i menyen endrer farge når musa panorerer over. Denne endringen av utseende gir en god feedback.

#### **Design dialogs to yield closure**

Har ikke forsøkt et kjøp i nettbutikken, så kan ikke svare godt på dette spørsmålet.

#### **Prevent errors**

Vet ikke hvordan dette løses av nettsiden

#### **Permit easy reversal of actions**

Samme som forrige

#### **Support internal locus of control**

Er ingen mulighet for å modifisere siden som man vil eller å logge inn på et personlig "dashboard".

#### **Reduce short term memory**

Det er lett å manuvrere frem og tilbake, så dette skulle ikke være et problem.

## **3.3 Delt opp etter brukergrupper?**

Forsiden til Samsung er delt opp slik at du kan velge overordnet tema for hva du er ute etter i toppmenyen. For eksempel "Produkter" og "Bedrift". Dette er forskjellig fra Apples løsning, hvor bare produktet kan velges, ikke brukergruppe

## 3.4 Hensikten med nettstedet

Typisk brukssituasjon:

- Finne en ny flatskjerm TV
- Se på de nyeste telefonene

### 3.4.1 Bestemoren vil ha ny TV

Bestemor Berit er lei av sin gamle kassetv og ønsker å bli med på den digitale TV-revolusjonen. Hun har derfor benyttet et av datakursene til å komme seg inn på samsung.no. Hun finner fort frem til “TV & Hjemmekino”-fanen hvor hun får oversikt over alle Samsungs TV-typer. Hun klikker videre på LED-TV fordi barnebarnet har anbefalt denne typen. Her får hun se mange forskjellige TVer.

### 3.4.2 Familiefaren vurderer ny telefon

Øivind er lei av det dårlige batteriet på telefonen sin. Han går derfor inn på Samsung-nettsiden for å sjekke ut det nyeste innen Androidtelefoner. Han klikker seg inn på telefoner og smartphones. Han får opp alle samsungs telefoner og kan sortere de på flere måter. Han finner til slutt en Galaxy S4 han ser ut til å like. Han bestemmer seg derfor for å dra i butikken og kjøpe denne telefonen.

## 3.5 Språk/ordvalg

I likhet med Apple har Samsung benyttet seg av et nøye gjennomtenkt ordvalg. Det er benyttet korte fraser for å vekke interesse om produktet. Ønsker man mer informasjon må man trykke seg inn på produktene/annonsene.

## 3.6 Linker, knapper, menyer...

Selve menybaren er ganske lettforsåelig og det er tydelig hva som er knapper når man drar musa over. Nyheter kommer tydelig frem i rammen som er nedsenket iforhold til menyene. Hover-effekten på menybaren gjør at produktgrupper og underknapper kommer frem når musa panorerer over.

## 3.7 Totalvurdering av brukervennlighet

Jeg vil si at denne siden har en veldig brukervennlig design, men kan ha noe forstyrrende fargevalg til tider. Den ivaretar mange designprinsipper. Den er veldig brukervennlig for de fleste målgrupper. Det er bra med gode fargekontraster, men noen steder på siden føler jeg kontrastene blir mer forstyrrende enn brukervennlig. Det kan også diskuteres om det under nyhetsgruppa er for mange grupper som virker forstyrrende.

## 4 Sammenligning av de to nettstedens brukervennlighet

De to nettsidene er veldig like, når begge har en hovedmenybar på toppen, og et stort nyhetsfelt under. Samsung sin side har også en til menybar under nyhetsfeltet. Begge sidene endrer farge på menyen når musa panorerer over, men Samsung åpner da også en undermeny med alle underkategorier, noe ikke Apple gjør. Apple har også et mer minimalistisk nyhetsfelt, mens Samsung benytter seg av rullende reklame og gjerne med flere farger. Samsung benytter seg også av gestalprinsippet “Forgrunn/Bakgrunn” ved at nyhetsfeltet er “dyttet” inn i bildet.

Det blir vanskelig å kåre en vinner, da begge har sine fordeler. Der Apple benytter seg av en minimalistisk stil (som kan være en fordel) benytter Samsung seg av mer komplekst design (som også kan være en fordel).