

## UX-Klientrapport

Formålet med dette projekt er, at udarbejde en ux-klient rapport til Lisa Borre, på baggrund af systematisk og grundig heuristisk evaluering. Det omhandler at optimere brugeroplevelsen på EAL's hjemmeside.



Janus Larsen  
Dennis Jensen  
Joanna Line de Place  
Mathias Manaschai Munch Madsen

Erhvervsakademiet Lillebælt  
Seebbladsgade 1  
DK-5000 Odense C  
+45 70 10 58 00

Vejleder: Erik Østergaard,  
Andrea Cirone Nørregaard og  
Thomas Carsten Eriksen

Antal anslag: 9.391

# Indholdsfortegnelse

<b><u>1</u></b>	<b><u>INDLEDNING OG PROBLEMSTILLING</u></b>	<b><u>3</u></b>
<b><u>2</u></b>	<b><u>AFGRÆNSNING</u></b>	<b><u>3</u></b>
<b><u>3</u></b>	<b><u>METODEAFSNIT</u></b>	<b><u>3</u></b>
<b><u>4</u></b>	<b><u>REDEGØRELSEN FOR OPSTÅEDE PROBLEMER PÅ EAL'S HJEMMESIDE</u></b>	<b><u>4</u></b>
<b><u>5</u></b>	<b><u>FORSLAG OG IDÉER TIL EAL'S HJEMMESIDE</u></b>	<b><u>5</u></b>
<b>5.1</b>	<b>BRUGERINDSIGT</b>	<b>6</b>
<b><u>6</u></b>	<b><u>DISKUSSION AF RE-DESIGN AF EAL'S HJEMMESIDE</u></b>	<b><u>6</u></b>
<b>6.1</b>	<b>FORSIDE FOR STUDERENDE</b>	<b>7</b>
<b>6.2</b>	<b>UNDERSIDE FOR STUDERENDE</b>	<b>8</b>
<b><u>7</u></b>	<b><u>KONKLUSION</u></b>	<b><u>9</u></b>
<b><u>8</u></b>	<b><u>REFLEKSION</u></b>	<b><u>9</u></b>
<b><u>9</u></b>	<b><u>BILAG</u></b>	<b><u>10</u></b>
<b>9.1</b>	<b>BILAG 1 – MINDRE ALVORLIG PROBLEMER</b>	<b>10</b>
<b>9.2</b>	<b>BILAG 2 – PERSONA</b>	<b>11</b>
<b>9.3</b>	<b>BILAG 3 - NOBANET USABILITY GUIDELINES</b>	<b>12</b>

# Evaluering og re-design af EAL's hjemmeside

## 1 Indledning og problemstilling

---

I opstarten af projekt 1, som er at evaluere og re-designe EAL's hjemmeside [www.eal.dk](http://www.eal.dk), blev der præsenteret både projektmål, klientens krav og ønsker. Lise Borre fra EAL har en webmaster uddannelse og hun ønsker, at få nogle gode relevante idéer og input til, at optimere brugeroplevelsen på hjemmesiden.

## 2 Afgrænsning

---

Opgavens formalia har et særligt fokus på, at benytte den heuristiske evaluerings analyse, som skal vurdere EAL's hjemmeside, [www.eal.dk](http://www.eal.dk), på dets brugbarhed og værdi for brugerne. Ud fra denne proces vil tre fundne problemer identificeres, som bliver udgangspunktet i re-designet af den fokuserede hjemmeside.

## 3 Metodeafsnit

---

Den teori vi har valgt at koble vores udviklingsproces og argumentationer til er projektleder trekanten<sup>1</sup>. Den er med til at skabe fokus og kvalitet for et værdifuldt, og anvendeligt udgangspunkt for re-design af EALs hjemmeside. Vandfaldsmetoden<sup>2</sup> er blevet anvendt til den systematiske udviklingsproces, da det går kronologisk trin for trin. Trinene er specifikke krav til produktet som helhed, selve designet, hvordan designet kan implementeres og at teste det færdige produkt. Under analysen/kravene tilkobles metoden heuristisk evaluering vha.

---

<sup>1</sup> Aalborg Universitet: *Projekttrekanten d. 30. sep. 2017*  
<http://www.projektmodel.its.aau.dk/vaerktoejer/projekttrekanten/>

<sup>2</sup> Teknologisk Institut: *Værktøjer til projektledelse d. 30. sep. 2017* <https://www.teknologisk.dk/kurser/vaerktoejer-til-projektledelse/37515?cms.query=vandfaldsmodellen>

Nobanet Usability Guidelines, persona og scenarie. Under design trinnet, bruges design funnel<sup>3</sup>, som går fra idégenerering til det endelige produkt. Faserne til design funnel er sketch, wireframe, mockup og prototype.

## 4 Redegørelsen for opståede problemer på EAL's hjemmeside

---

Projektets fokusområde er for de nuværende studerende. På baggrund af nogle tilfældige udspurgte studerende, projektmål, klientens krav og ønsker, og data om EAL's digitale brugere, blev 2 persona<sup>4</sup> skabt. Disse to arketyper vil skabe et forholdsvis realistisk billede af målgruppen, som kan være en hjælp til, at finde en løsning på problemstillingen. Personas scenarie bruges til Nobanet Usability Guidelines.

Gennem Nobanet Usability Guidelines<sup>5</sup>, persona og scenarier blev de 3 væsentlige problemer fundet. Problemer er i punktform<sup>6</sup>:

- Målrettet information
- Information Architecture (IA)
- Call to action

Ud for de retningslinjer analyseprocessen har, så blev EAL's hjemmeside vurderet i 3 problemområder. 'Målrettet information' blev omdiskuteret fordi udfordringen var, at finde den nøjagtige information til primære persona ud fra personas scenarie. Ved 'Information Architecture' opstod mange scrolles og genindlæsninger på hjemmesiden, derudover vurderes også, at for meget tomrum var unødvendigt. Det tredje fundene problem var 'Call to action'. For at persona kunne få sin ønskede information, gennemgik persona mange "klikes".

---

<sup>3</sup> Source: *Bill Buxton - Sketching User Experiences*

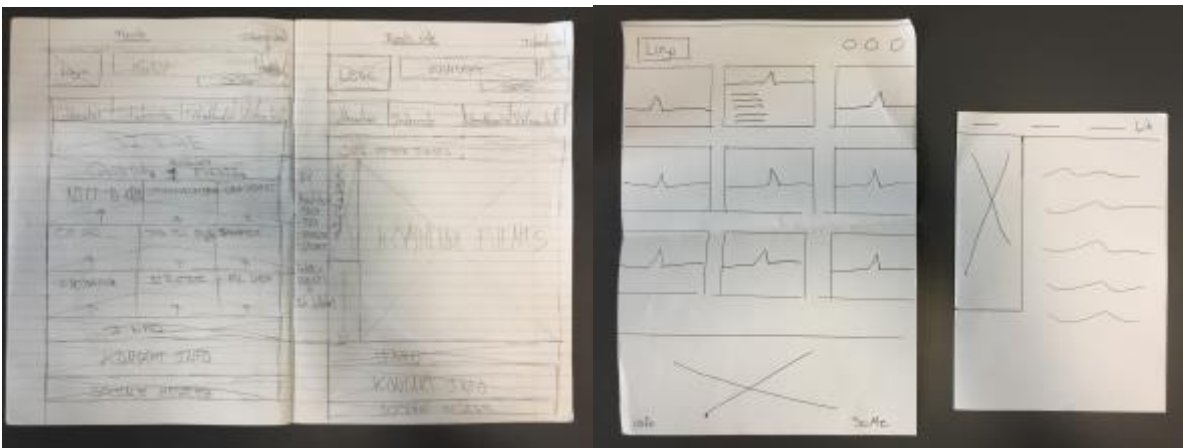
<sup>4</sup> Se bilag 2 – Persona

<sup>5</sup> Se bilag 3 – Nobanet Usability Guidelines

<sup>6</sup> Se bilag 1 – Mindre alvorlig problemer

## 5 Forslag og idéer til EAL's hjemmeside

Under design trinene blev design funnel anvendt. Processen går fra sketch - wireframe - mockup - prototype. Trinene har taget udgangspunkt i EAL's digitale bruger, personas udfordringer og scenarier. På grund af projektmål og analyse af EAL's hjemmeside, så blev sketch trinene ignoreret. I stedet blev der udarbejdet en fælles wireframe ud fra forskellige forslag på wireframes. De kan ses her under.



Billede 1: Forslag til wireframes

Wireframe havde til formål, at løse de mest væsentlige problemer. Der blev diskuteret hvilke elementer og funktioner hjemmesiden skulle have, for at optimere brugeroplevelsen på bedst mulig måde, i forhold til problemerne. 'Målrettet information' skulle være mere nøjagtig inden for hjemmesidens nuværende opbygning og elementer. Vigtigheden var at gøre det simpelt og forstående, herved kom næste punkt 'Information Architecture'. Det blev besluttet at gøre det mere overskueligt, og formindske de tomme rum på hjemmesiden. 'Call to action' spiller en vigtig rolle, når det i høj grad gælder om, at beholde brugeren på hjemmesiden. Med det omdrejningspunkt, skal det være lettere for den enkelte bruger, at komme til sin ønskede information på så få klik som muligt.

Efter beslutningen om forslag og idéer, blev den første mock-up lavet og dernæst blev prototype kreeret. Efterfølgende skulle prototypen testes for at få en brugerindsigt og flere designforslag til at gøre produktet endnu bedre.

## 5.1 Brugerindsigt

Under sekundær data, blev det bekræftet at udfordringen med at finde det målrettede information, var tidskrævende eller opgivende. Respondenter fik til opgave, at løse personas udfordring og behov. Derfor ses dette som et problem, og herved blev andre idéer integreret og justeret i den endelige mockup<sup>7</sup>.

# 6 Diskussion af re-design af EAL's hjemmeside

---

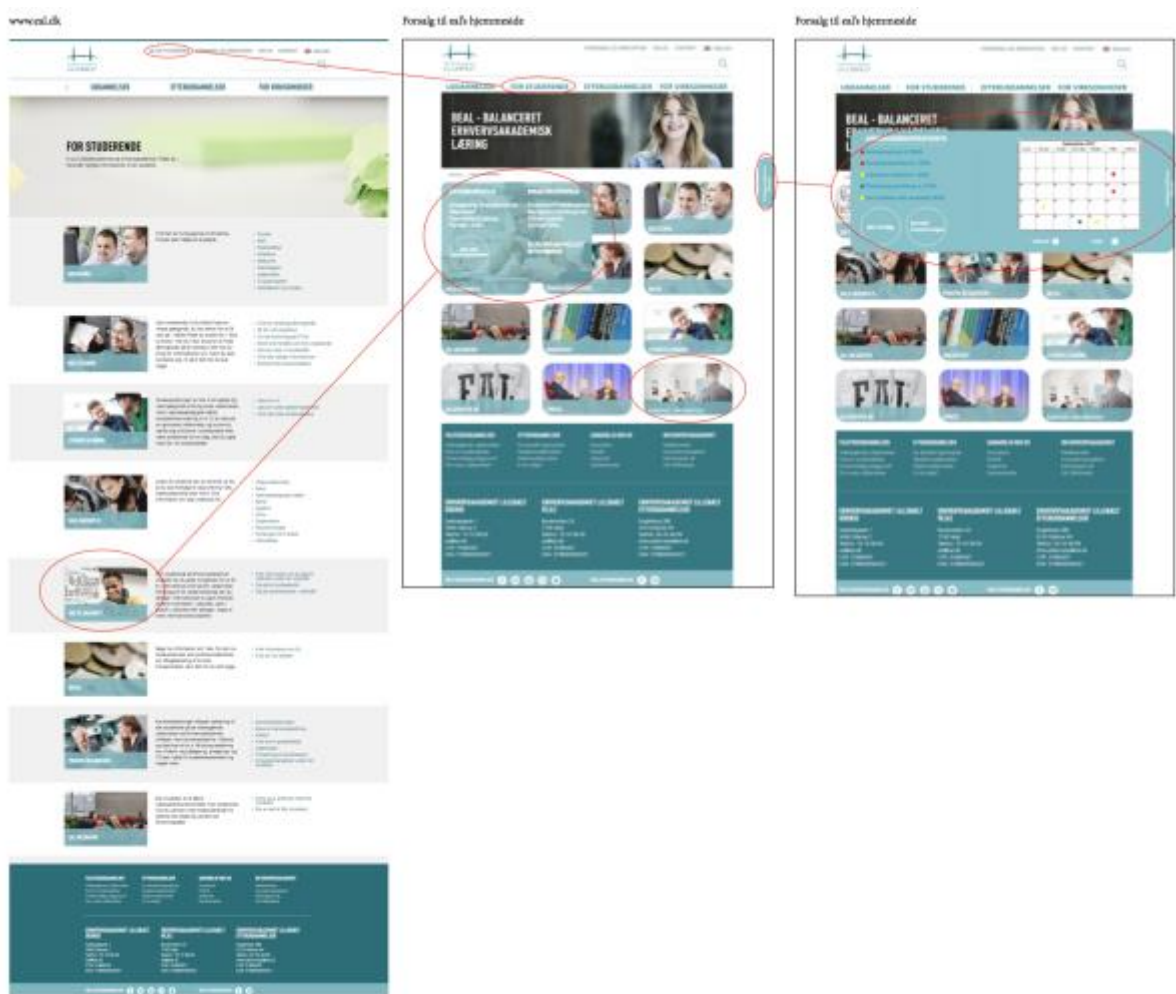
Fokusområde for projektmål var, at implementere de anbefalede løsninger, for at optimere brugeroplevelsen for de studerende på EAL. Nogle af de ændringer der har været, er at samle informationer og skabe overblik på de valgte emner, derudover at have fokus på design-trends. Der blev undersøgt på forskellige hjemmeside for at hente inspiration, om hvad der fungerer og hvad er design-trends.

Der har været ændringer og justeringer med udgangspunktet i de fundne problemer, med hensyn til respondenternes feedback. Forslagene kan ses på nedenstående billeder i de røde ringe.

---

<sup>7</sup> Mockupen kan ses under afsnittet diskussion af re-design af EAL's hjemmeside.

## 6.1 Forside for studerende



Billede 2: Forslag på "For studerende" side

Den nuværende EAL's hjemmeside virker rodet og uoverskuelig. Via undersøgelser hos brugere viser det sig, at bruger-tiden var over 2 minutter for at løse eller give op på de givne problemer. Derfor blev det ændret til at indsamle information i en hover boks, som derved vil formindske clicks for at komme fra A til B. Billede kasserne er justeret til buede hjørner, da det associeres med en knap.

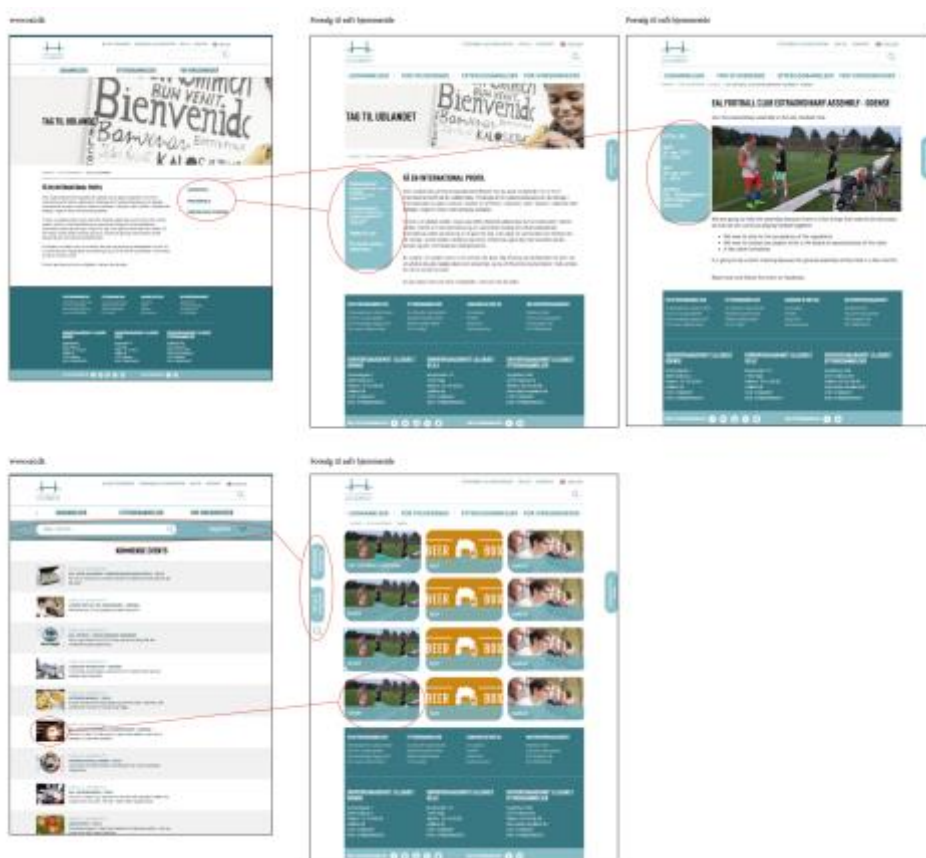
Vores respondenter havde problemer med at finde "For studerende" linket. Derfor er linket blevet rykket ned i menu baren, og skaber en personlig tidslinje. Tidslinjen går fra ansøgning til studie til arbejdsmarkedet. Respondenterne reagerede positivt på denne ændring, da mange havde problemer med at finde de nødvendige informationer.



Ligeledes er der blevet lavet en arrangementskalender for nuværende og kommende arrangementer, som ligger klar i sidehovedet til de studerendes bekvemmelighed, for at inkludere den enkelte studerende i fællesskabet. Hver kategori af events har fået en farve, så man hurtigt og overskueligt kan gennemskue hvilket events, der er på den pågældende dato. Ifølge undersøgelser har der manglet informationer, i forhold til hvordan man bliver frivillig. Derfor er der blev skabt to punkter, hvor det enten er muligt direkte at kontakte arrangøren, eller melde sig som frivillig.

Der er blevet tilføjet en "kontakt undervisere", og det skyldes at flere respondenter i brugerundersøgelsen, ikke kunne finde de nødvendige informationer, til at komme i kontakt med den pågældende underviser.

## 6.2 Underside for studerende



Billede 3: Forslag til underside for studerende

Idéen med at lave en drop-down menu, er at undgå for mange clicks, scrolls og uploads på hjemmesiden. Målgruppen læser fra venstre mod højre, derfor er drop-down menuen rykket til



venstre side, for at skabe mere overskuelighed. Drop-down menuen følger med ned når der scrolls, for dermed hurtigt at kunne finde de nødvendige informationer, som brugeren leder efter.

På eventsiden har vi brugt skabelonen fra forsiden, for at holde den røde tråd i forhold til hjemmesidens opbygning og elementer. Der er blevet skabt et mønster af kategorier, for hurtigt at kunne finde det arrangement brugeren leder efter. På venstre side er der blevet skabt en filtrering, så brugere, fra henholdsvis Vejle og Odense, nemt kan skelne mellem events på deres pågældende lokation. Denne idé er erstattet med det nuværende søgefilter. Featuren med forstørrelsesglasset gør, at brugeren enten kan søge på fremtidige eller overståede events, for hele tiden at holde sig ajour.

## 7 Konklusion

---

Ud fra projektets formål, blev den heuristiske evaluering anvendt til at analysere EAL's hjemmeside. De løsningsforslag skal være med til at optimere brugeroplevelsen, og gøre det mere simpelt og overskueligt, at finde den målrettet information på hjemmesiden. Der er blevet integreret en funktion, som skal være med til at inkludere den enkelte studerende i fællesskabet. Mange af de ændringer og justeringer der er blevet foretaget, har henblik på brugerindsigt og EAL's hjemmesides nuværende opbygning og elementer.

## 8 Refleksion

---

Gennem projektet har alle gruppemedlemmer fået en forståelse for, hvordan man opbygger og følger en systematisk og grundig udviklingsproces. Ved at forholde sig til en udviklingsproces og projektmål, giver det nogle argumenter for den endelige konklusion og nogle teknologiske løsningsforslag. Ved at anvende nye redigeringsprogrammer, har det skabt frustrationer, udfordringer og bekymring i gruppen. Men det ses som en god ting, da det handler om at dygtiggøre sig, for i sidste ende at stå stærkt på arbejdsmarkedet. Dette projekt er en god motivation, for at gøre sig umage, da det måske er et reelt løsningsforslag på hjemmesiden EAL.

## 9 Bilag

---

### 9.1 Bilag 1 – Mindre alvorlig problemer

Mindre alvorlige problemer

- Ingen keyboard navigation
- Næsten ingen lærer kontakt
- Navigation generelt
- Farve kontrasten er for svag
- For meget ubrugeligt tekst
- Yderligere kontakt (Live chatten skal være på alle side)

Her er de udvalgte/alvorlige problemer

Alvorlige problemer

- Call to action
- Information Architecture er rodet
- Søge funktionen skal kunne være mere specifik

## 9.2 Bilag 2 – Persona

# Søren Knudsen

**Alder:** 23  
**Køn:** Mand  
**Status:** Optaget  
**Indkomst:** SU  
**Uddannelse:** MMD

**Bruger mål:**  
Finde hurtigt frem til tilmeldinger

**Behov:**  
Være frivillig til Beerbox og EAL events

**Frustrationer:**  
Synes det er svært at finde sociale arrangementer på eal.dk


**Scenarie**  
Søren har nogle økonomiske udfordringer i forhold til at deltage i intro festen på EAL. Han går ind på EALs hjemmeside, for at undersøge mulighederne for at komme med til festen. Problemet opstår da han ikke kan finde nogen form for information han leder efter.

**Motivation**  
Han vil gerne være mere social, styrke sit cv og have mere ansvar

**Personlighed**

Dømmende	Forstående
Tænkende	Følelses
Ekstrovert	Introvert
Struktur	Frihed
Social	Ego

**Bio:**  
Ling aktiv fyr, som er glad for at deltage i sociale arrangementer og gå i byen. Han bruger tid at game både alene og sammen med venner. Par timer om ugen tager han til træningen.



Billede 4: Primær persona

# Camilla Eriksen

**Alder:** 21  
**Køn:** Kvinde  
**Status:** Single  
**Indkomst:** SU, fritidsjob  
**Uddannelse:** Serviceøkonom

**Bruger mål:**  
At finde information til at studere i udlandet.

**Behov:**  
Hjælp til at få information

**Frustrationer:**  
Hun kan ikke finde information til at studere et semester i udlandet.


**Scenarie**  
Camilla sidder sammen med en veninde derhjemme, og taler om, hvor fedt det kunne være at tage et semester i udlandet. Hun kan ikke finde den rette information på hjemmesiden. Hun har derfor brug for sin klasse undervisers nr. for at spørge til råd, men kan heller ikke finde information.

**Motivation**  
Hendes drøm er at komme til Las Vegas, for dermed at læse til eventmager

**Personlighed**

Dømmende	Forstående
Tænkende	Følelses
Ekstrovert	Introvert
Struktur	Frihed
Social	Ego

**Bio:**  
En glad person og kan godt lide at rejse og elsker at opleve ting. Hun har haft et sabbatår, hvor hun har været i Asien og drømmer om USA. Hun er ikke bange for at tage afsted. Hun arbejder som bartender på Heidis Bierbar.



Billede 5: Sekundær persona

### 9.3 Bilag 3 - Nobanet Usability Guidelines

QUESTIONS WITH CHECKPOINTS	YES	PARTLY	NO
<b>DESIGN</b>			
Logo: is this used consistently?	The logo appears in the same place on each page.  xxxx	The logo appears haphazardly on different pages.	It is not clear what the logo is, it is never or almost never used.
Colors: are they used consistently?	The color palette used is consistent across the site and relates to the company's logo and branding.  xxxx	The color palette is mostly consistent but there are distracting variations for no obvious reason.	The use of colors is inconsistent.
CRAP: contrast, repetition, alignment and proximity	The site makes good use of the four fundamental principles of design (CRAP).  xxxx	The site makes some use of these principles (CRAP), but could be improved.	The site appears to have been designed with little or no knowledge of these principles (CRAP).
Navigation	Navigation is easy and consistent. It	Navigation is mostly clear but	Navigating the site is difficult.

	Innovative, cutting edge, reliable, or whatever is appropriate.	company's intended image it may confuse the user.	
	XXXX		
Does the site appear targeted towards its intended audience?	The site appears targeted towards its intended audience.	The site appears bland and generic and has little to say to a specific audience.	The site seems like to alienate, bore or offend the intended audience.
	XXXX		
<b>USABILITY</b>			
Readability	The site uses a clear and concise language, providing a strong readability due to graphic presentation, font selection and size etc.	The site succeeds only partly in providing strong readability.	The site is not easily readable. Graphic presentation and font selection and size confuse rather than clarify.
	XX	XX	
Contact Information	The site presents contact info in a clear and concise way and offers a user friendly	The site presents contact information but may be difficult to find.	The site either presents no contact information at all, or presents it in a confusing

	is difficult to get lost.	there are noticeable inconsistencies.	
	xxxx		
Novices & navigation	The navigation is intuitive to novice users.	The navigation may cause novice users some confusion.	Novice users are likely to find the site almost impossible to navigate.
	xx	xx	
Search function	A user can find specific content easily, or can satisfy themselves that the content does not exist where applicable.	Users can search but cannot necessarily tell whether they have found everything, because there is no way of telling whether different search terms would have yielded different results.	Users either cannot search the site or cannot search the site in a way that would give them confidence in the results.
		xxxx	
Company image conveyed by site design	The site successfully conveys the company's values. It appears trustworthy,	The site sends mixed signals. While not explicitly contradictory the	The site appears to work against the image the company wishes to convey.

	and easy way to get in touch with the company.		way.
	xxxx		
Contact Forms 1: length	The form is clear and simple	The form is too long	The are no forms
	xxxx		
Contact Forms 2: relevance	The form has no unnecessary fields.	The form has too many fields for addresses and is confusing	The form demands that you fill in fields that have no meaning for you (such as "State" if you live in Helsinki or London)
	xxxx		
Call to action	The site offers relevant call to action options, provides an adequate level of interactivity that support the user to achieve main goals.	The site offers some calls to action but does not succeed in supporting these well.	The site offers little or no calls to action.
		xxxx	
Information Architecture (IA)	The IA of the website creates a good	The IA of the website creates to a certain	The IA of the website does not succeed to create a

	hierarchy of information on the landing page and subpages that helps the user to get a clear overview and easy navigation and access to key information.	extend a hierarchy of information on the landing page and subpages that helps the user to get a clear overview and easy navigation and access to key information.	hierarchy of information on the landing page and subpages that helps the user to get a clear overview and easy navigation and access to key information.
	xxx	x	
Unnecessary loading screens and gimmicks	The site has avoided to use unnecessary gimmicks	The site has minimal gimmicks that may irritate an impatient user but will probably not deter her	The site has a loading screen or carousel that adds to the download time without adding anything to the experience.
	xxxx		
<b>STICKINESS</b> (encouragement to stay and return)			
Newsletters	Users can subscribe to newsletters. These are neither too frequent nor too much like sales pitches. They	Users can subscribe to a newsletter, but it is not clear why they would want to. There are	Unwary users might find that by not unchecking a box they have accidentally subscribed to a newsletter. They may also
			xxxx
Social Media	The site offers links to the company's pages on all the leading social media: Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp. These appear to be updated frequently, and to point back to the site.	The site offers links to one or two social media pages. These do not appear to be very active.	He site offers no links to social media pages, and gives no indication as to whether the company uses social media or not.
	xxxx		
<b>ACCESSIBILITY</b>			
Keyboard Navigation	The site offers keyboard navigation options for all navigation and user controlled functionality	The site offers some keyboard options	The site offers no keyboard options. Everything must be controlled by a mouse or pressing on a touch screen
			xxxx
Contrast between text and background	The site has high contrast.	The site has medium contrast.	The site has some important elements with low contrast.
	xxx	x	

	offer tips, tricks and advice that is genuinely helpful.	no promises about regularity and little idea of the content.	find that their address is shared with "partners", and they effectively start being spammed.
Forums	The site offers users a way to express their opinions, and to share these opinions with other users. Staff members join in the discussion and express their own opinions freely.	The site offers forums but these are moderated and unfavourable opinions are edited or removed. Staff only express the company line (ie act like press releases).	The site offers no opportunity for communal discussion.
	x		xxx
Rewarding users	The site offers rewards to interested users in the form of exclusive offers, competitions, or advanced purchase opportunities.	The site offers occasional offers. Users are driven to these by off-site advertising campaigns.	The site offers no rewards for users returning.

Colour choices	The colour choices make the site easy to read and navigate.	The colour choices could be improved.	The choice of colours on the site makes some elements very difficult to interpret correctly.
	xxx	x	