

Joakim Ekman

Syfte och målgrupp

I denna uppgift har jag fått förtroendet av en “beställare” att skapa en webbplats för fotbollsklubben Ekman United i Örebro. Syftet med denna webbplats är att ge supportrarna en digital plats där de kan hålla sig uppdaterade om allt som rör klubben.

Enligt beställaren, så ska produkten rikta in sig på en stor målgrupp som inkluderar män och kvinnor i alla åldrar som är supportrar till Ekman United.

Användarnas behov:

- Se vilka spelare som ingår i truppen
- Se resultat från föregående matcher
- Se datum, tid och plats för nästkommande matcher
- Kunna köpa medlemskap online
- Kunna förnya medlemskap online
- Kunna kontakta klubben vid allmänna frågor
- Läsa om de senaste nyheterna som rör klubben
- Kunna använda sidan på dator, tablet och mobil

Kravspecifikation

Innehåll

- Spelare ska visas med bild, namn, nummer och position
- Klubbemblemet ska finnas på alla sidor
- Nästa match ska finnas på första sidan
- En kort presentation om klubbens historia
- Ett spelschema som visar spelade och kommande matcher
- Nyheter om klubben i bloggformat med det senaste inlägg i topp

Funktion

- Besökare ska kunna köpa medlemskap

- Besökare ska kunna förnya medlemskap
- Besökare ska kunna kontakta klubben via ett formulär

Beskrivning av arbete

I enlighet med Garretts designmodell, så började jag med fas ett som kallas “the strategy plane”. I denna fas definierar man de mål beställaren har med produkten och vilka behov som finns hos de tänkta användarna (Garrett, 2011, s.36). Eftersom vi inte har en riktig beställare att intervjua, så valde jag att analysera liknande webbplatser för att bilda mig en uppfattning om syftet för webbplatsen och vilka mål en beställare skulle tänkas ha

När beställarens mål och syfte med webbplatsen definierats, så började arbetet med att definiera målgruppen och vilka behov de har som bör uppfyllas genom webbplatsen. Enligt “beställaren” vill de rikta in sig på en stor målgrupp som innehåller män och kvinnor i alla åldrar som är en supporter av fotbollsklubben Ekman United i Örebro. Lyckligtvis ingår både min far och min morbror inom denna målgrupp, så jag ordnade fram två intervjuer för att ta reda på vilka behov som fanns hos målgruppen. Resultatet blev en lång lista av användarbehov som jag tillsammans med beställarens mål tog med mig in i nästa fas som kallas “the scope plane”.

Baserat på beställarens mål och användarnas behov, så sammanställde jag en kravspecifikation för det innehåll och funktioner som ska finnas på webbplatsen. Denna dokumentation är ovärderlig då den berättar för alla inblandade vad som ska och inte ska implementeras (Garrett, 2011, s59). Eftersom att utvecklare utgår från kravspecifikationen, så var jag ytterst noggrann med att definiera kraven på ett sätt som gör att de inte kan misstolkas (Garrett, 2011, s71).

Med kravspecifikation definierad, så började jag med nästa fas som kallas “the structure plane”. I denna fas skissade jag på en mall över hur webbplatsens navigering och webbsidor med innehåll ska vara strukturerat och organiserat. Jag utgick från kravspecifikationen för att se till att kraven på innehållet uppfylls och analysen av liknande webbsidor för att identifiera en lämplig navigationsstruktur samt etiketter till rubriker och länkar som tillhör ämnesområdet.

I den fjärde fasen även kallat “the skeleton plane”, så använde jag allt dokumentationen från föregående faser för att skapa en “wireframe” som visar hur alla webbsidor ska utformas grafiskt (Garrett, 2011, s129). I den sista fasen kallad “the surface plane”, innan jag satte igång med att

kodningen, så satte jag färgschemat för webbplatsen, så att den stämmer överens med klubbens lagfärger.

Bilder

För att anpassa bilderna till webben för bästa möjliga prestanda, så har jag fokuserat på att minimera storleken på bilderna. Detta har jag gjort genom att komprimera bilderna och genom att använda JPEG för fotografier och PNG för vanlig grafik. Jag har dessutom använt bilder med rätt dimensioner, så jag har inte haft behovet av att beskära någon bild för att krympa dess storlek.

På nyheter-sidan har jag begränsat användandet av en större bild vid lägre upplösning med hjälp av “picture” elementet för att reducera laddningstiden för mobila enheter där större bilder inte behövs.

Utvärdering mot kravspecifikation

Innehåll

- **Spelare ska visas med bild, namn, nummer och position:** Varje spelare presenteras på lagsidan efter position med bild, namn och nummer.
- **Klubbemblemet ska finnas på alla sidor:** Klubbemblemet är inkluderat i “header” sektionen tillsammans med den globala navigeringen och kommer således att finnas med på alla sidor.
- **Nästa match ska finnas på första sidan:** Nästa match presenteras direkt under “header” sektionen på första sidan.
- **En kort presentation om klubbens historia:** Sidan “om oss” presenterar klubbens historik.
- **Ett spelschema som visar spelade och kommande matcher:** Sidan “spelschemat” presenterar både resultatet från spelade matcher och kommande matcher.
- **Nyheter om klubben i bloggformat med det senaste inlägg i topp:** Sidan “nyheter” listar nyheter i bloggformat i den efterfrågade ordning.

Funktion

- **Besökare ska kunna köpa medlemskap:** Jag har lagt till ett formulär på sidan “medlemskap” som gör detta möjligt.
- **Besökare ska kunna förnya medlemskap:** Formuläret på “medlemskap” sidan har ett fält som gör det möjligt för medlemmar att skriva in deras medlemsnummer, så att kansliet kan förnya medlemmens medlemskap.
- **Besökare ska kunna kontakta klubben via ett formulär:** Det finns ett kontaktformulär som kan nås via sidfoten eller på “om oss” sidan.

Användartest

Jag tillämpade “Tänka högt”-metoden genom att ge min mamma, syster och flickvän två uppdrag på webbplatsen. Jag var noggrann med att poängtera att de skulle verbalt beskriva allt de gjorde och tänkte medans jag observerar och för anteckningar.

Det första uppdraget var att **hitta kontaktformuläret och skicka en fråga till klubben:**

Testpersoner	Anteckningar	Åtgärder
Mamma	<ul style="list-style-type: none"> - Letar först i huvudmenyn - Bläddrar ner på sidan och tittar i sidfoten - Klickar på “laget” i huvudmenyn - Klickar på “om oss” och ser länken till kontaktformuläret 	<ul style="list-style-type: none"> - Lägg till en länk till kontaktformuläret i sidfoten.
Syster	<ul style="list-style-type: none"> - Bläddrar snabbt upp och ner på sidan - Klickar på “om oss” och ser sedan länken till kontaktformuläret 	
Flickvän	<ul style="list-style-type: none"> - Klickar på “om oss” direkt och sedan på länken till kontaktformuläret 	

Det andra uppdraget löd “**Du har ett medlemskap som har gått ut och vill förnya det**”:

Testpersoner	Anteckningar	Åtgärder
Mamma	<ul style="list-style-type: none"> - Letar på första sidan - Kommenterar att “bli medlem” länken kan inte stämma då jag redan är medlem” - Kollar sidfoten och huvudmenyn igen - Trycker på “bli medlem” länken i huvudmenyn och hittar formuläret för att förnya medlemskapet 	<ul style="list-style-type: none"> - Ändra namnet på länken i huvudmenyn från “bli medlem” till “medlemskap”
Syster	<ul style="list-style-type: none"> - Kollar huvudmenyn - Kommenterar att hon vill kolla igenom hela sidan innan hon klickar på “bli medlem”. - Hittar inget annat och trycker på “bli medlem” och hittar därmed formuläret. 	
Flickvänn	<ul style="list-style-type: none"> - Ser “bli medlem” direkt och tvekar då hon säger att hon redan är medlem - Bläddrar ner och trycker på “bli medlem” knappen som annonseras mitt på sidan och hittar formuläret. 	

Sammanfattningsvis, så ledde “Tänka-högt”-metoden till två ändringar på webbplatsen. Den första ändringen var att lägga till en länk till kontaktformuläret i sidfoten då jag upplevde att mina testpersoner letade där först. Den andra förändringen var att ändra texten på länken i huvudmenyn från “bli medlem” till “medlemskap” då denna etikett inte exkluderar folk som redan är medlemmar.

Källförteckning

Garrett, J. (2011). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for The Web and Beyond, Second Edition*