# Opgave 3

Ao Li – 201407737  
Morten Sand Knudsen - 201270955

## Indledning

I denne rapport bliver der beskrevet hvilke metoder vi har valgt at bruge til indsamling og analyse af brugerdata i forbindelse med undersøgelse af applikationen ”Gaven til hende”. Der bliver også beskrevet hvilke krav vi vil starte med at have fokus på til udvikling af prototype og senere den endelig version.

Projektet kortfortalt er at der skal udvikles en applikation til mænd i alderen +25 som har problemer med at finde gaver til hende, og som har brug for noget inspiration på farten.  
Applikationen kommer til at indeholde en række kategorier, som man kan vælge i mellem og derefter sortere dem så man får rigtig prisklasse og type på gaven.

Grunden til dette er en fremragende ide er at alle mænd som på et tidspunkt har haft en kæreste ved hvor svært det kan være at finde en gave som ens partner ville kunne lide uden at du har fået fortalt hvad du skal købe. Så ”Gaven til hende” skal hjælpe mænd med at få inspiration til at finde den perfekte gave til deres partner, som forhåbentlig ikke skal byttes!

## Metode

### Dataindsamling

Vi har valgt tre metoder til at indsamle data omkring vores applikation. Disse tre er: Spørgeskema[[1]](#footnote-1), Observation[[2]](#footnote-2) og et Open-ended interview[[3]](#footnote-3).

Grunden til at vi valgte disse tre metoder var at vi følte de gav os en god bred indsamling i forhold til at kunne analyser data både kvalitativt og kvantitativt.

Spørgeskema er opbygget af en række checkboxes til besvarelse. For at kunne kategorisere vores deltagere valgte vi at lave nogle indledende checkboxes med ranges i, så vi ville få delt deltagerne op i grupper.  
Måden vi har tænkt os at udbrede spørgeskemaet er ved at skrive til dem vi kender på de sociale medier og hører om de ikke kunne være interesserede i at hjælpe os med at besvare vores korte spørgeskema.

Observationen var lavet med en Low-Fidelity prototype[[4]](#footnote-4). Der blev tegnet de forskellige scenarier på papir, og når brugeren så ”interagerede” med systemet skiftede den side i form af vi lagde ændrede tegningen. Dette valg blev taget for at kunne få noget feedback på designet.

Det open-ended interview blev udført ved hjælp af Using stories[[5]](#footnote-5) hvor man lige som prøve at sætte et scenarie op der skal få brugeren til at sætte tankegangen omkring indkøb af gaver i gang. Måden vi dokumenterede vores interview på var ved hjælp af Noter plus billede

Både vores observationer og open-ended interview vil blive udført i en række interviewees private hjem, hvor at en af os og interviewee vil være tilstede.  
Dette er valgt for at kunne lave et godt interview med en god observation. Vi ville sikre os at vores interviewee havde tid nok til at give os dybdegående svar og ikke skulle skynde sig i BR med sine børn.

### Krav opsætning

For at kunne opsætte nogle krav for systemet var der forskellige fokusområder man skulle huske, for ikke bare at få lavet en applikation man selv synes var smart, men en som en bruger faktisk også vil kunne bruge og have lyst til at bruge. De fokusområder var: User experience[[6]](#footnote-6), Usability goals[[7]](#footnote-7),´og Interaction Types[[8]](#footnote-8).

I forhold til usability goals var der tre vi lyn hurtigt lagde os fast på at holde fokus på: efficiency, learnability og memorability.  
Der skal være nemt og hurtigt at bruge ”Gaven til hende” applikationen, så derfor blev dette de 3 fokus usability goals.

Vores user experince goals kom hurtigt til at lægge i forlængelse af usability goals, da vi gerne vil have brugeren til at synes at ”Gaven til hende” er: Helpful, Supporting creativity og satisfying.

Den interaction type der er valgt til ”Gaven til hende” er en simpel instructing type. Det skal være nemt og hurtigt, derfor skal man klikke sig rundt i applikationen.

## Analyse og Diskussion

### Dataanalyse og diskussion

Vi valgte at lave en kvantitativ analyse[[9]](#footnote-9) af det data vi fik fra vores spørgeskema. Dette gav os noget statistik vi kunne analysere på og se hvad nogle måske kommende brugere synes om ideen. Der var nogle af vores spørgsmål som havde en tekstboks med mulighed for at give nogle inputs hvis du havde brugt andre sider og et bud på hvor ofte de vil bruge applikationen.

Vi kan ud fra vores spørgeskema se at 83,3% vil sætte pris på en applikation som kunne give dem noget inspiration til at vælge en gave[[10]](#footnote-10). Dette giver god mening når at der er 75% som ofte har problemer med at finde en gave[[11]](#footnote-11). En anden information vi kan få ud af spørgeskemaet er at 83,3% kun køber gaver til deres partner i anledninger som kræver en gave[[12]](#footnote-12), og derfor giver de input vi har fået med brug af applikationen også mening[[13]](#footnote-13), her kan vi se at applikationen ca. vil blive brugt 5 gange om året pr deltager.  
Vi ville også gerne hører om de havde prøvet andre lignede applikationer, her svarede 91,7% nej, og vedkommende som svarede ja, skrev at de alternativer der var blevet brugt var google.[[14]](#footnote-14)

Kvalitativ analyse[[15]](#footnote-15) brugte vi til vores observationer og open-ended interview. Her har vi kunnet analysere vores noter ud fra vores interviews og se hvordan de så applikationen og om der var nogle inputs til eventuelle ændringer. Disse gav os nogle gode inputs og ideer fra dem som ville ende med at blive vores slutbruger.

Observationerne gav os det samme indtryk, hvilket var at brugeren synes at vores applikation var nem at navigere rundt og hurtig at bruge[[16]](#footnote-16)[[17]](#footnote-17).  
Vi var i tvivl om man skulle kører en liste- eller gitterløsning på de produkter som man bliver præsenteret for. Her sagde de begge at de ser listeløsningen som den bedste løsning, da det gør det mere overskueligt og nemmere at scrolle igennem[[18]](#footnote-18). Derudover blev der også nævnt at en god sortering var vigtig, så man nemt kan søge igennem lignende produkter[[19]](#footnote-19).

### Kravanalyse og diskussion

Kunden skal ikke bruge alt for lang tid for at finde en gave. Det kan vi gøre ved at holde de antal trin de skal igennem minimale.   
Derfor er vores fokus i forhold til de første krav en god struktur samtidig med at den er simpel.  
Vi ønsker at implementere x antal gave kategorier brugeren kan vælge i mellem.  
Under hver kategori skal der implementeres et filter som skal gøre det nemmere for brugeren at sortere i de gaveideer applikationen tilbyder.  
Derudover ønsker vi at implementere en navigation brugeren kan vælge at bruge til at få vist vej til butikken der sælger varen.  
Så ud fra vores dataindsamling er vi nået frem til vores to første krav: Et filter og en navigation.

Ud fra vores kravanalyse har vi fået opstillet to use cases til de to vigtigste funktionalitet beskrevet i det ovenstående. Se bilag[[20]](#footnote-20)

## Konklusion

Alt i alt føler vi at vi har et godt udgangspunkt med udviklingen af ”Gaven til hende” applikationen. Ud fra vores dataindsamling kunne der godt være et godt grundlag for applikationen og mulighed for at mænd faktisk ville bruge den.

Vi har også ud fra dataindsamlingen kunne opsætte vores to første krav, og derved give os selv noget håndgribeligt at arbejde videre med.

1. Side 245, afsnit 7.5.2 i Interaction Design beyond human-computer interaction [↑](#footnote-ref-1)
2. Side 252, afsnit 7.6 i Interaction Design beyond human-computer interaction [↑](#footnote-ref-2)
3. Side 233, afsnit 7.4.1 i Interaction Design beyond human-computer interaction [↑](#footnote-ref-3)
4. Side 389, afsnit 11.2.3 i Interaction Design beyond human-computer interaction [↑](#footnote-ref-4)
5. Side 314, afsnit 8.7.2 i Interaction Design beyond human-computer interaction [↑](#footnote-ref-5)
6. Side 22, afsnit 1.6.2 i Interaction Design beyond human-computer interaction [↑](#footnote-ref-6)
7. Side 19, afsnit 1.6.1 i Interaction Design beyond human-computer interaction [↑](#footnote-ref-7)
8. Side 47, afsnit 2.5 i Interaction Design beyond human-computer interaction [↑](#footnote-ref-8)
9. Side 279, afsnit 8.3 i Interaction Design beyond human-computer interaction [↑](#footnote-ref-9)
10. Se bilag 4 punkt 5 i mappen “Rå data” i zip filen [↑](#footnote-ref-10)
11. Se bilag 4 punkt 4 i mappen “Rå data” i zip filen [↑](#footnote-ref-11)
12. Se bilag 4 punkt 3 i mappen “Rå data” i zip filen [↑](#footnote-ref-12)
13. Se bilag 4 punkt 6 i mappen “Rå data” i zip filen [↑](#footnote-ref-13)
14. Se bilag 4 punkt 7+8 i mappen “Rå data” i zip filen [↑](#footnote-ref-14)
15. Side 291, afsnit 8.4 i Interaction Design beyond human-computer interaction [↑](#footnote-ref-15)
16. Side 231, afsnit 7.3.1 i Interaction Design beyond human-computer interaction [↑](#footnote-ref-16)
17. Se bilag 2a + 3a under punktet observationer i mappen “Rå data” i zip filen [↑](#footnote-ref-17)
18. Se bilag 2a + 3a under punktet open-ended interview i mappen “Rå data” i zip filen [↑](#footnote-ref-18)
19. Se bilag 2a + 3a under punktet open-ended interview i mappen “Rå data” i zip filen [↑](#footnote-ref-19)
20. Se bilag 5 i mappen “Rå data” i zip filen [↑](#footnote-ref-20)