

Denne kolonne er forbeholdt sensor.

Oppg. 1a)

Brukshverhet (usability) - noe en spesifisert bruker kan anvende for å oppnå spesifikke mål nøyaktig og fullstendig, effektivt og tilfredsstillende, i en gitt setting.

5 dimensjoner av brukshverhet /
5 E's of Usability:

- Effective: bør gjøres nøyaktig og effektivt for å spare tid
- Efficient: skal også være lønnsomt
- Engaging: oppfordre til bruk
- Easy to learn: lett å lære / huske
- Error-tolerant: bør være slike at feil ikke blir gjort

ikke tape penger

De av disse som er viktigst for TravelTex AS er:

- Easy to learn: skal brukes av mange ulike mennesker, og de har ikke et valg → bør være lett
- Error-tolerant: bør ikke være ~~ikke~~ feil av samme grunn som over.
- Effective / Efficient: har også noe å si, men mest for arbeidsgiver til brukerne.

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

Oppg. 1a)

Engasjering: hvis brukerne har et alternativ til dette systemet, er det viktig å oppfordre til bruk. Også hvis det ikke blir gjort.

Oppg. 1b)

Designprinsipper:

Det er viktig å skape en sammenheng (konsistens) på sidene. Menyer bør følge alle undersider, og oppsettet bør være det samme. Noe som også er viktig er muligheten til å gå tilbake og endre tidligere opplysninger.

Strukturert layout er lettere å oppfatte, og det er også lettere å gjenhjemme enn å huske. Derfor bør vi tenke på kjente ting ~~for~~ folk flest kjenner til når vi designer.

Det bør også være en slags hjelpefunksjon / instruksjoner til bruker.

Systemet burde være lett å bruke, men man kan jo støte på problemer uansett hvor lett det er.

Gestalt-loven som omhandler gruppering og nærhet, og farger og kontraster er viktig. En gruppering av submit-knapper er lurt, og også gruppering (innramming) av GUI widgets, som f.eks radiobuttons og optionbuttons er bra.

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

Forts. 1b)

De ulike delene som hører sammen bør stå nært hverandre, det gjør det enklere å skille dem.

Kontraster bør brukes på skrift slik at alle kan se godt hva som står.

Skrikende/blinkende farger tar mye oppmerksomhet og er slitsomt, så det bør unngås. Rolige farger som leder oppmerksomheten rett vei bør benyttes, samt å gruppere ved hjelp av farger.

De tre erfaringsbaserte designprinsippene:

- Synlighet (visibility): hva som skal gjøres,
- Gi et hint (utfordring): hvordan det skal gjøres,
- Tilbakemelding (feedback): når det er gjort, bør også tas med i designavgjørelser.

Denne kolonne er forbeholdt sensor.

Hovedside 10

TRAVEL TEX REISER AS



Om OSS

Hovedside
FAQ
Hjelp



Travel Tex reiser AS
til byr

Logg inn
Brukernavn

Passord

[LOGG INN]

Travel Tex Reiser AS

Tlf: 99999999

e-post: post@traveltex.no

KOMMENTAR:

Svart skrift på hvit bakgrunn. Blå border på menyer og evt. logo. Rammene er i svart = kontraster, slik at vi ser godt hva som står. Har valgt en enkel og oversiktlig stil, og et lett system. Menyer er på alle sidene, og knapper o.l. er gruppert/innrammet.

Denne kolonne er forbeholdt sensor.

Brugerprofil 1c

TRAVEL TEX REISER AS

Hovedside
FAQ
Hjelp

Reise | Overnatting | Transport | Beløp

Fra sted
Til sted

Trykk en av disse og du kommer til siden

Velkommen, **bruger45**
Fyll ut reiseregn.
LOGG UT

Anreise Datoforamt - Klokkeslettforamt
Hjemkomst Datoforamt - Klokkeslettforamt

Formål med reisen
o Møte o Kurs
o Annet:

Bruger45 klikker her først, fyller ut info, og klikker på videre

KOMMENTAR

Videre

Travel Tex Reiser AS
Tlf: 99999999
e-post: post@traveltex.no

Denne kolonne er forbeholdt sensor.

Brugerprofil

TRAVEL TEX REISER AS

Hovedside
FAQ
Hjelp

Reise ~~Overnatting~~ Transport Beløp

Antall dager 1 0 ← "nedtrekksfelt"

Dato

Hvor

Adresse

Total kostnad kr

Velkommen,
[bruker45]
Fyll ut
reisereg.
 LOGG UT

Tilbake

Videre

Travel Tex Reiser AS

TLF: 99999999

e-post: post@traveltex.no

Bruger 45 fyller ut og klikker seg videre

KOMMENTAR

Denne kolonne er forbeholdt sensor.

Brukerprofil 10

TRAVEL TEX REISER AS

Hovedside
FAQ
Hjelp

Reise | Overnatting | Transport | Beløp

Kryss av transport/utgifter:

Taxi Buss Fly

Velkommen,
[bruker 45]
Fyll ut
reisereg.

Toyz Bil Bom avg.

Parkering Annet, skriv her

Dato:

Kl.:

Beløp: kr

Travel Tex Reiser AS

Tlf: 99999999

e-post: post@traveltex.no

Bruker 45 fyller ut og klikker videre
KOMMENTAR

Denne kolonne er forbeholdt sensor.

Braker45 10

TRAVEL TEX REISER AS

Hovedside
 FAQ
 Hjelp

Reise	Overnatting	Transport	Beløp
-------	-------------	-----------	-------

~~Reisedetaljer:~~
 Reisedetaljer: ----- Reisetorskudd
 [] kr

Velkommen,
 Braker45
 Fyll ut reiseregn.

Overnatting: ----- Kontonr.
 []

Transport: -----

Ernt. logg ut: TOTALBELØP: [] kr

Dialogboks: Er du sikker på at du vil logg ut kommer opp, trykk "ja" = tilbake til hovedsiden

Travel Tex Reiser AS
 Tlf: 99999999
 e-post: post@traveltex.no

Braker45 fyller ut og klikker fullfør KOMMENTAR

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

Oppg. 1d)

Usability testing - TravelTex AS:

Før å teste trengs 5 deltakere, 1
Hi-Fi prototype og ett stille rom.

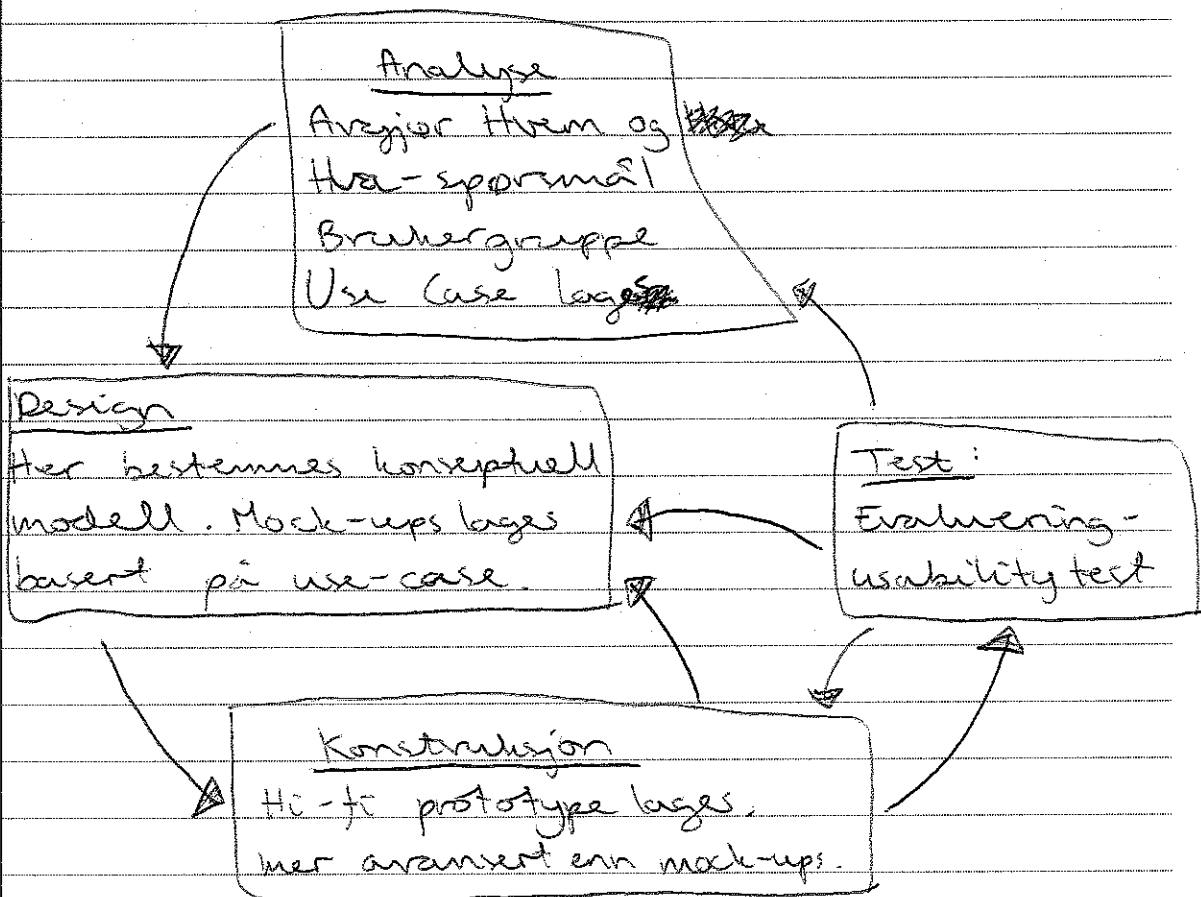
Gruppen som skal teste brukere deles i
roller: Fasilitatoren stiller brukeren
spørsmål, og oppfordret til høyt-tenking.
Åpne spørsmål er viktig. Svaret på det
kan/henne blir spurt om, men ikke mer.
Før bruker til å føle seg vel. Andre
observerer og tar notater, enkelte
ganger brukes også lyd-/videopptak,
logging av tastetrykk eller sensor på
øyebevegelser.

Hva skal gjøres? Det må være en målsetning,
alt kan ikke testes. Utvalget bør
inneholde kritiske skjermbilder,
ofte brukte skjermbilder, nye/
endrede skjermbilder, skjermbilder
som skal "markedsføres". Brukerne
intervjues etterpå, og rapport skrives.
Hensikten er å finne feil, det er bra!
Positive ting ~~skal~~ skal noteres, disse
må ikke endres!

Hvem skal testes? Både avanserte og mindre
avanserte brukere. Representative fra bruker-
grupper/de som skal bruke systemet.
5 stk, er nok, de ^{skal} finne alle feil.

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

Oppgave 2) Interaksjonsdesign:



I en god prosess for interaksjonsdesign bør bruker involveres i alle "aktiviteter". Denne måten å designe på er en iterativ prosess, dvs. at den er syklisk (går i runde), og at man i ett steg kan gå tilbake og gjøre om på forrige steg. Eks: I usability test ble det foreslått en endring i design. Vi går tilbake og endrer, og fortsetter sirkelen. Use-case lages i analysen, og i både design og konstruksjon baseres prototypene på dette. Testen sjekker om use case stemmer med prototype.

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

Oppgave 3)

"lukket" av informasjon:

Når vi leter etter noe på en webside ser vi etter stikkord, altså leter etter en "lukket". Ettersom vi klikker / blir oss videre ønsker vi at lukket skal bli sterkere, og at vi får tydeligere hint om^{at} vi er på rett spor. Lukket kan forsterkes ved at linker har tydelige navn, slik at vi forstår hvor vi kommer hvis vi trykker på den. linker kan gjerne ha 7-12 ord, og bør være beskrivende. Det bør ikke forekomme "like" linker (f.eks "salg" og "tilbud"), som lett kan forveksles.

~~Man~~ Mangel på "lukket" indikeres ved:

- Pogo-stick (hoppetikk) = hopping mellom sider for å finne det man leter etter.
- Tilbake-knappen brukes ofte.
- "Søk" brukes, noe som sjelden fungerer siden søkesider ofte er "luktfrie".

Et eksempel på lukket fra finn.no:

"Silje" ønsker å kjøpe en bruktbil, Ford Focus ~~2000~~ → modell, ikke gått mer enn 100.000 km osv.

Finn.no: salg av bruktbil → velg bilmerke → velg årsmodell / kilometerstand / bensin-diesel osv. Her er det tydelig vi man velger!

Denne kolonne er
forbeholdt sensor.

Oppg. 4

4.1 a - Low-fi prototyper, dvs. raske
skisser (f.eks. papir mockups).

4.2 b - Ikke vær avhengig av farger
c - Pause eller stoppe innhold
d - Klare og konsistente mekanismer

4.3 a - Spøsseløtte
d - Søh (for størrelsesglass)

4.4 a - Oppmerksomhet
b - Gruppere innhold
c - Oppfatning er ~~mulik~~ mulig

4.5 a - Ta med 50% av teksten
b - Bruk punktlister og tabeller
c - Kort konklusjon + mer detaljer
d - 50% av siden har tekst
e - Bruk forklarende overskrifter