

Syfte och målgrupp

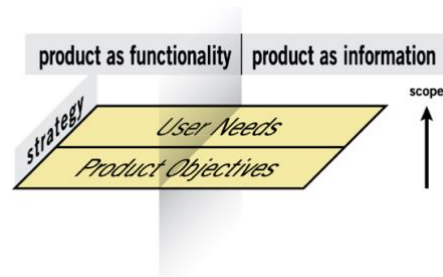
Jag har byggt en hemsida till fotbollslaget Deadly Waffles, hemmahörande i Stockholm. Laget spelar i korpen och har inom organisationen tre lag. Jag har undersökt andra lags webbplatser för att se deras uppbyggnad. Här blev det tydligt vilka punkter som var viktigt att ha med. Exempel på dessa var presentation av lag inom föreningen, spelscheman och köp av biljetter. Sistnämnda kommer inte bli aktuell i detta arbete (trots vanligheten) eftersom att kolla på korpenmatcher är gratis. Tillsammans med efterforskningen har jag även intervjuat personer och frågat vad de tycker är viktigt för ett lags webbplats. Alla var överens om att till exempel information om truppen var viktigt och ett av ändamålen till deras besök på lags hemsidor. Jag har skapat tre persona för att enkelt kunna gå tillbaka och inte missa min målgrupp, som man bör enligt Garrett (2010, s.49).

Persona 1: *Amanda. Hon är 36 år gammal, är gift, inga barn. Arbetar som VD på ett stort företag, bor i en förort till Stockholm. Är inte särskilt teknisk av sig utan vill att det ska vara enkelt att hitta på webbplatser hon besöker. Däremot handlar hon mycket online, till och med storhandling av mat. "Det är smidigt och jag sparar tid".*

Persona 2: *Engin. 44 år gammal, separerad, har två barn varannan vecka. Bor i Stockholms innerstad och arbetar som byggarbetare. Använder sig av internet när han vill kolla upp något specifikt, shoppar osv gör han i fysisk butik. "Det gamla hederliga sättet är det enkla sättet för mig".*

Persona 3: *Lukas, 29 år, ingen partner eller barn. Pluggar och bor i södra Stockholm. Använder internet och tekniska lösningar jämt, uppdaterar sig, hittar information, shoppar. "Jag visste inte att H&M fortfarande fanns som fysisk butik. "*

Efter målgruppsanalys och efterforskning blev det klart att webbplatsen bör innehålla datum för matcher, spelare, allmän information om organisationen. Det bör även finnas en sida där man kan skänka en slant till Deadly Waffles då deras material. Jag har valt att avgränsa informationen om spelarna till endast 4 punkter. Det är namn, tröjnummer, antal spelade matcher och antal mål. Enligt Garrett (2010, s.28) är "user needs" det som är i fokus. Fokus för spelarna är främst tabellerna och spelschema. För fansen ska de även kunna donera pengar samt kunna köpa merch för att stötta laget. Detta är alltså enligt Garretts modell första steget, vem är webbplatsen för? Och varför?



Steg 1 i Garretts (2010, s. 36) designmodell.

MÅL:

- enkelt att navigera
- Tydlig information och bilder
- Lättåtkomliga avdelningar
- Att besökare ska kunna donera/köpa merch (ingår även i behov)
- Återkommande besökare (främst fans eftersom spelare naturligt är återkommande)

BEHOV:

- kolla spelschema
- kolla truppen
- kunna donera och köpa merch för att stötta

Kravspecifikation:

Målen och behoven kommer i detta steg skrivs om till en kravspecifikation. Dessa krav måste enligt Garrett vara konkreta, lagom specifika och, framförallt, mätbara (Garrett 2010, s.70).

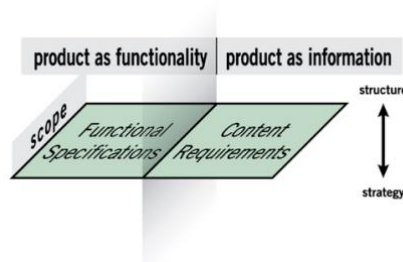
Funktion:

- donera pengar via ett formulär
- Köpa merch
- Se spelschema
- Statistik på tidigare matcher ska finnas
- Bild på spelare som ska kunna förstoras

Innehåll:

- Alltid synlig kontaktinformation oavsett avdelning (tydlig genom undersökningen av andra sidor)
- Presentation av alla lag
- Namn, tröjnummer, antal matcher och antal mål i laget på alla spelare i alla lag
- Spelschema
- Länk till donationssida vart man än befinner sig

Upplevelse för besökaren är också viktigt och centralt (Garrett 2010, s.41), vi vill att dessa fans ska kolla spelschemat på vår hemsida, eftersom möjligheten till donation ökar då, och för att de ska återkomma.



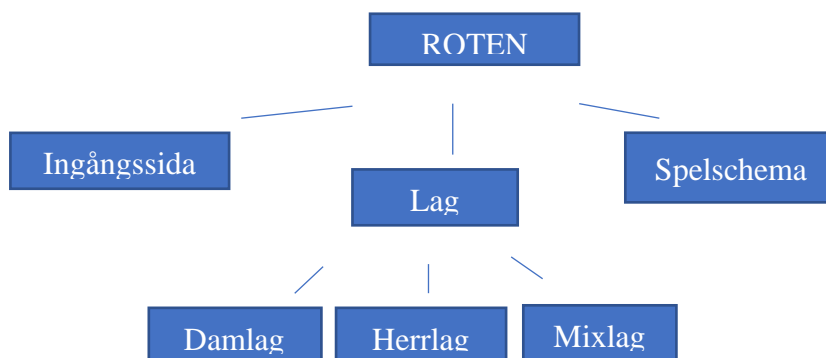
Steg två i Garretts (2010 s.62) designmodell.

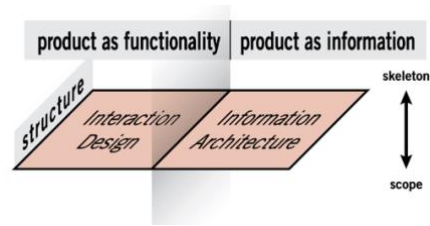
Beskrivning av arbetet

Vad som kommer beröras först är baserat på Garretts designmodell plan tre och fyra, högersidan, som handlar om informationsarkitektur. Vad som kan ses både i målen och i kravspecifikationen är vikten i att det ska vara enkel navigering för användaren. Därför har jag samlat mycket i den globala navigeringen som alltid ligger längst upp på webbplatsen. Det finns även lokal navigering på lagavdelningen. Jag själv går bra in under vem som skulle använda hemsidan, det är inte idealt men i denna typ av "påhittad" beställning tyckte jag det var ok. Detta eftersom jag själv spelat fotboll (i Sandsbro AIK i Växjö!) och vet vad jag själv vill ha för information när jag besökt mitt lags hemsida. En sak jag valde att ta med var statistik för antal mål, trots att det inte var jättecentralt i efterforskning på andra sidor eller hos intervjuade personer. Som spelare själv ville man ju se vart man själv låg till.

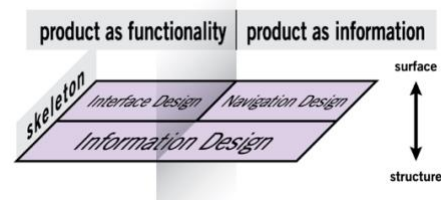
Organisation: kategorisera vad som ska vara på vilken sida och vart man ska hitta det. I detta fall bland annat att kategorisera spelare efter vilket lag de tillhör.

Struktur: titlar på varje sida (avdelning) och hur varje sida ska vara strukturerad. Nedan är ett *utkast* på hur strukturen kan tänkas att se ut (det vill säga ej slutstrukturen för webbplatsen då upptäckter kan göras som resulterar i ändringar).





Steg tre i Garretts (2010, s.80) designmodell.



Steg fyra i Garretts (2010, s.108) designmodell.

Vänstersidan på plan tre och fyra handlar om interaktion och gränssnitt. Här beskriver man möjliga beteende av användaren som man ska rätta sig efter. Man anpassar webbplatsen utifrån den funktion vi har bestämt tidigare. Jag kommer till exempel förhindra och rätta felen genom designen i donationsformulären, vilket är enligt Garretts modell (2010, s. 111)

Bilder

Under avdelningarna/sidorna för lagen har picture-element använts, se illustration av tre bollar. När skärmen förminskas och hamnar under 500 x (vad som) syns bara en boll, om måtten är större visas tre bollar. Detta gjorde för att det visuellt skulle bli snyggt och för att man ska slippa scrolla förbi alla tre bollar när skärmstorleken är mindre. Profilbilden för spelarna komprimerade jag i img-mappen på datorn, eftersom jag använde den i litet format på webbplatsen. Anledningen var att den annars tar onödigt med utrymme i filen och eftersom den inte innehåller mycket färg (ca 2 bit) och är så pass liten behöver den inte vara en skarp upplösning. På startsidan beskärdes bilden med på hörnflaggan för att förminska storleken i filen och lägga mer fokus på själva flaggan. Detta resulterar i bättre prestanda och resulterade i förbättring för användaren. Prislistan gjordes om till en bild för att ge extra effekt när man Hooverar över. Övriga bilder har justerats för det visuella och gjorts i CSS filen.

Utvärdering ”tänka högt”:

Detta var kul eftersom justeringar gjordes efter testet. Det ska också tilläggas att personerna som utförde testen faktiskt var väldigt snälla mot mig, de tyckte det var häftigt att jag ens byggt en webbplats, och det tycker jag med!!

Urval av de uppgifter jag gav testarna: Hitta spelschema, hitta donationsfunktionen samt genomföra en beställning av merch, hitta tillbaka till startsidan på enklast sätt. Dessa

uppgifter baserades på vad som står i kravspecifikationen, främst att det ska var enkelt att navigera.

Resultat:

Många tester genomfördes på ett smidigt sätt. Men spelschema bör även ligga under lagsidorna och möjligheten att kunna gå tillbaka genom att klicka på headern. Jag märkte också när testarna navigerade att jag missat att bilder på spelare ska förstöras när man hovrar över, enligt kravspecifikationen!

Åtgärd:

Möjliggjorde navigering till startsida genom headern. La till länk till spelschema på lagsidorna (slutade faktiskt i att jag byggde en local navigation under alla lagsidor). Förstoringen av bilder rättades till.

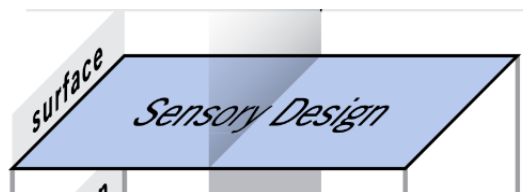
Utvärdering mot kravspecifikationen

Funktion:

- donera pengar via ett formulär: JA
- Köpa merch: JA
- Se spelschema: JA
- Statistik på tidigare matcher ska finnas. NEJ (detta blev för stort arbete och skulle se liknande ut i uppbyggnaden som spelschemat, så kände att den inte fyllde någon funktion. Istället finns en länk till annan hemsida som sammanställer statistik för korpen (hemsidan leder till riktiga sidan för korpenstatistik).
- Bild på spelare som ska kunna förstöras: JA

Innehåll:

- Alltid synlig kontaktinformation oavsett avdelning (courtesy navigering): JA
- Presentation av alla lag: JA
- Namn, antal spelade matcher och antal mål på alla spelare i alla lag: JA
- Spelschema: JA
- Länk till donationssida vart man än befinner sig: JA (i den globala navigeringen).



Steg fem, och därmed sista steg, i Garretts (2010, s.29) designmodell.

JULIA HAHRS

Detta arbete har gått från abstrakt till konkret genom Garretts (2010, s.29) designmodell.

Referenslista

Garrett, Jesse James. 2010. *The elements of user experience: user-centered design for the web and beyond*. Pearson Education