

KVALITET

KREATIVITET

SERVICE

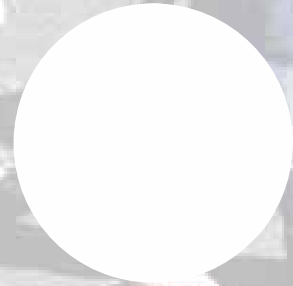
METAMATRIX

INTERFOLIO

HELHETSSYN

TROVÄRDIGHET

NYTTA



Trovärdighet och kreativitet

» Om vår syn på information & kommunikation

Med **mer än tio års erfarenhet** av internet och med djupa kunskaper i hur ny teknik förändrar samhälle och människor **hjälper vi våra kunder** vidare mot nya utmaningar .

Med **förståelse för kundens verksamhet**, **kreativ förmåga** att visualisera lösningar och med **lösningsorienterade** webb- och systemutvecklare är vi en trovärdig partner.

Med 30 engagerade konsulter inom **verksamhetsutveckling**, **informationsarkitektur och systemutveckling** erbjuder vi ett **helhetsperspektiv** på våra kunders informations- och kommunikationsarbete.



Så utvecklar du en levande webbplats

» Det krävs en ny process för att möta användarnas krav

Att utveckla en levande webbplats är en helt **central del av affärs- och idéutvecklingen** för en organisation, kommun eller företag. Den går på djupet i ett företags identitet och vision.

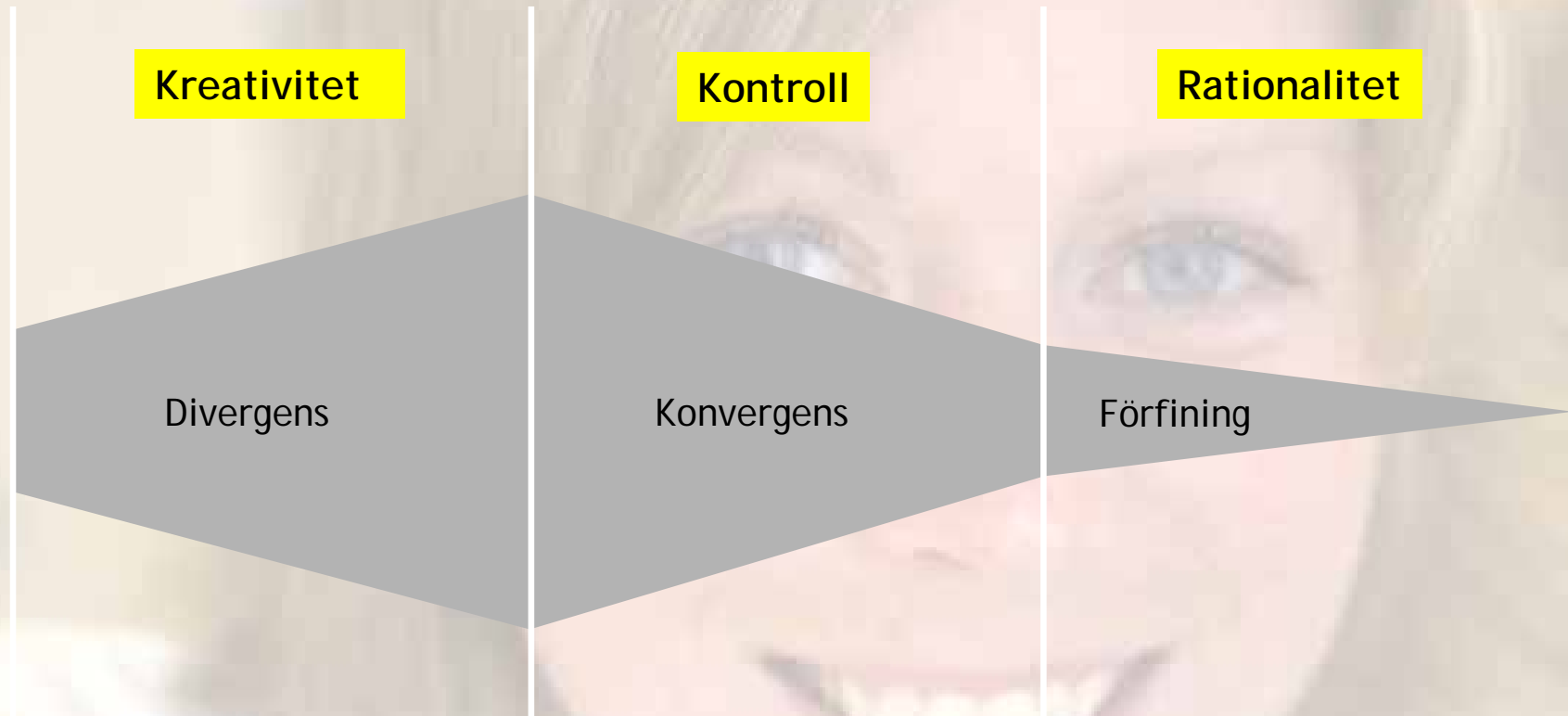
Webbplatsen har gått från att vara en av flera viktiga kanaler till att bli navet för de flesta informationssystem och kommunikationsvägar. Vi väljer därför att se **webbplatsen som en plattform**.

Här presenteras konkreta kundexempel där vi använt metoden **Revolution 2 Goal**. Metoden lyfter upp centrala frågor om vision, målgrupper och deras behov. Resultat blir ett verktyg för arbetet med **innehåll och informationsstrukturer, design och teknisk implementation**.



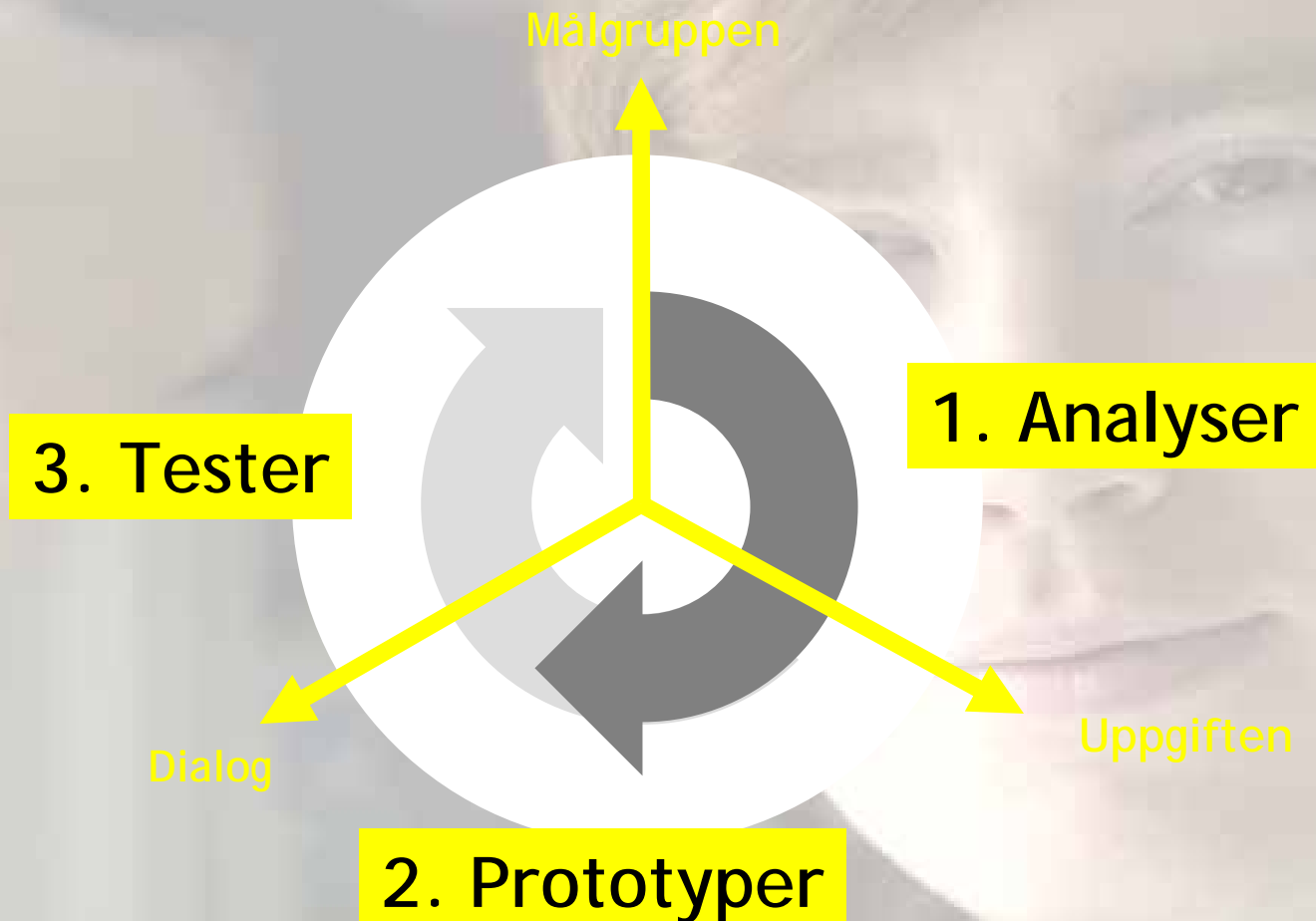
Att arbeta i en kreativ process

» Fokus på användarna och respektera processen



Så utvecklar man en webbplats

» En iterativ utvecklingsmodell med fokus på användaren



Att kartlägga vision och mål

» Hur tar vi reda på vad vi vill med webben?

I en **brainstormövning** med nyckelpersoner från den egna organisationen kartlägger vi **kommunikativa behov** och **strategiska mål** med webben.

Här tydliggörs visioner, idéer och målgrupper. Genom prioriteringar fokuseras den vidare utvecklingen på det som är viktigt.



Att lära känna användarna

» Vi vet vad vi vill – men vad vill våra målgrupper?

Ett snabbt och enkelt sätt att lära känna målgrupperna är att genomföra **fokusgrupper**. Metoden bygger på gruppdiskussion där ledaren fungerar som moderatör – **vi är där för att lyssna**.

Resultatet blir ett underlag för **kravhantering för system och webbplatser, varumärkesanalyser** etc.

Person A Alltså, vad de håller på med det är precis som... det är universitetsnivå, där håller också myndigheterna på.

Person C Det avspeglar sig klockrent i strukturen också. Den första ingången är "om oss".

Person E Det är ju mest om myndigheten alltså. Det är ju en hemsida och det är det naturligt om oss.

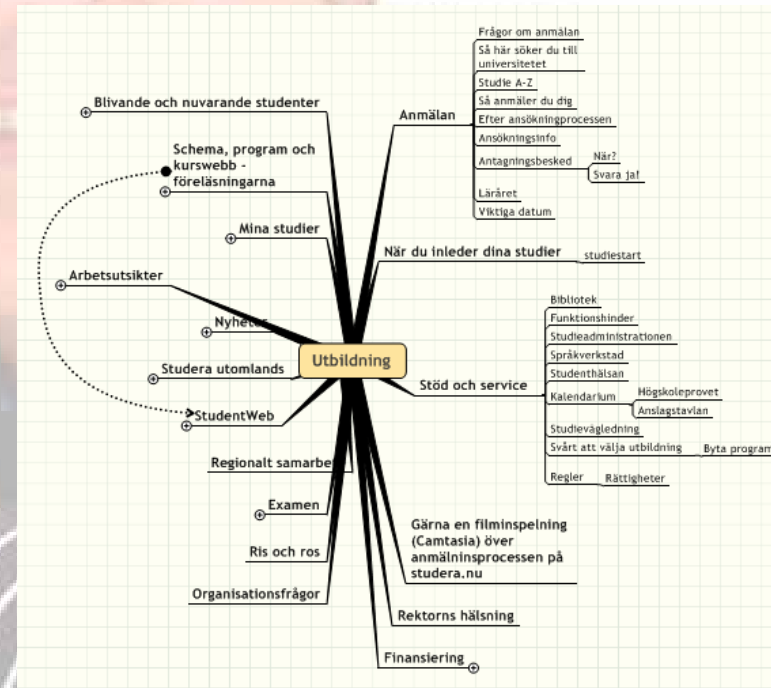


Att strukturera sin information

» Hur gör man en prioritering av 1000-tals menyalternativ?

Att ta hjälp av användarna för att genomföra en **kortsortering** är den mest effektiva metoden att snabbt få upp **en fungerande struktur** på en ny webbplats.

Resultatet av en kortsortering blir en tydlig **struktur som är baserad på användarnas behov**.



Att visualisera målgruppen

» Hur för man all denna information och kunskap vidare i projektet?

Arketyper eller **personas** är ett sätt att sammanställa information och kunskap i form av typiska användare med behov, mål och uppgifter.

Med personas får man **en effektiv budbärare av användarnas behov och krav** på såväl struktur, design, funktioner och hela system.

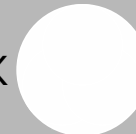


Att visualisera lösningen

» Hur beskriver man lösningen så alla förstår?

Med hjälp av **prototyper och konceptuella skisser** kan vi **förutsättningslöst visualisera** vad användare beskrivit som lösningar på upplevda problem utan att fastna i diskussioner om systemkrav eller tekniska begränsningar.

Prototyper är ett **snabbt, enkelt och billigt** sätt att ta fram en ny webb eller ett nytt system.



Att testa verklig användning

» Hur vet vi om systemet eller webbplatsen fungerar?

Det effektivaste sättet att pröva prototyper eller färdiga system är att utsätta dem för en användare. Med **användningstester** tar vi reda på om de uppgifter användarna ska lösa på webbplatsen kan utföras på ett bra sätt.

Med användningstester får man **testade lösningar** och en möjlighet att återigen **lyssna på användarna!**

7. Beställ rapporten "Abc123".

7.1. Väljer *Beställ/Hämta publikationer*, sedan *Sök "Abc123"*. Väljer 1 exemplar men ser *inte Beställningslista* till höger.

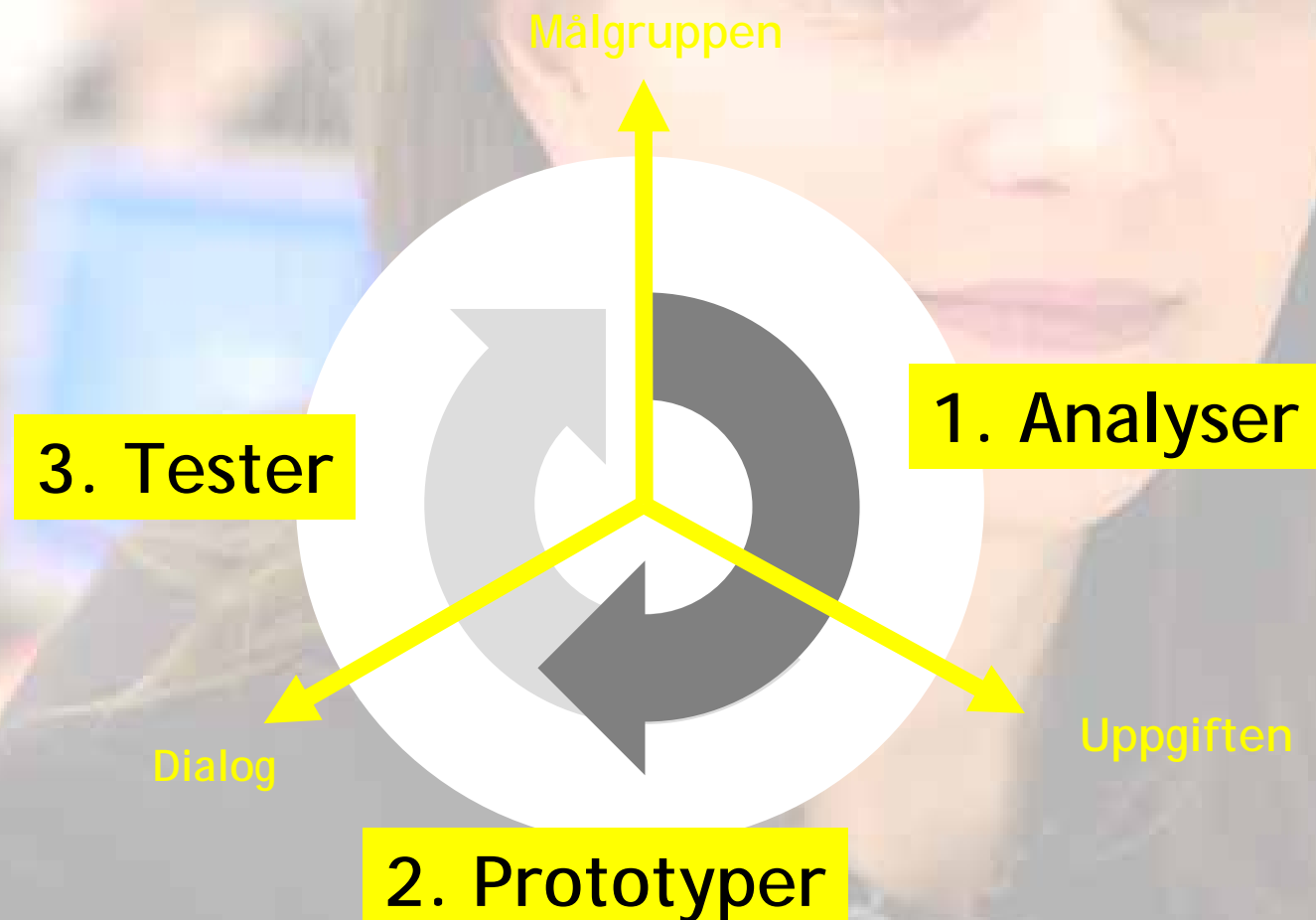
7.2. Väljer *Beställ/Hämta publikationer*, sedan *Sök "Abc123"*. Väljer 1 exemplar men ser *inte Beställningslista* till höger. "Har jag gjort en beställning? Fattas någonting?"

7.3. Väljer *Beställ/Hämta publikationer*, sedan *Sök "Abc123"*. Väljer 1 exemplar men ser *inte Beställningslista* till höger. Fp försöker igen men ser fortfarande inte återkopplingen och efter hjälp konstaterar vi att det faktiskt går att ta bort en beställning genom att ange 0 i antal (och inte bara medelst knappen *Ta bort*).



Så utvecklar man en webbplats

» En iterativ utvecklingsmodell med fokus på användaren



En egen kontakt

» Vi berättar gärna mer

Petter Schaffer, petter.schaffer@interfolio.se

Mobil +46 70 789 22 04

Tel +46 8 506 533 04

METAMATRIX



INTERFOLIO