

DESIGN FOR WEB



**Don't make
me think!**

DESIGN FOR WEB

People often ask me:

“What’s the most important thing I should do if I want to make sure my Web site is easy to use?”

The answer is simple. It’s not “Nothing important should ever be more than two clicks away,” or “Speak the user’s language,” or even “Be consistent.”

It’s...

“Don’t make me think!”

- en nettside skal være enkel, åpenbar og selvforklarende
- tidsaspektet: brukeren skal ikke bruke tid på å finne ut av logikken som ligger til grunn for designet
- må bygge på de konvensjoner som eksisterer
- forstå brukeradferd

DESIGN FOR WEB

NOT THINKING

OK. This looks like the product categories...



Memory, Modems... There it is: Monitors. **Click**



...and these are today's special deals.



DESIGN FOR WEB

THINKING

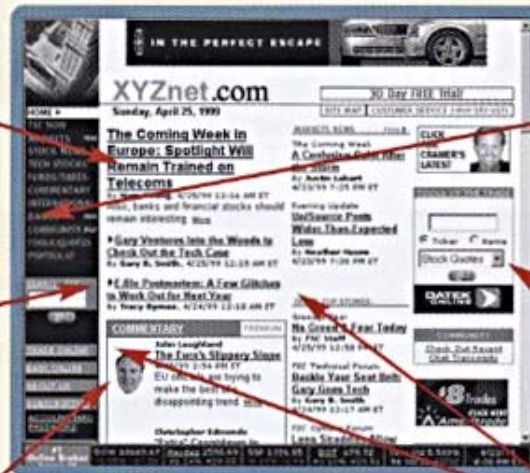
Hmm. Pretty busy. Where should I start?



Hmm. Why did they call it that?



Can I click on that?



Is that the navigation? Or is *that* it over there?



Why did they put that *there*?



Those two links seem like they're the same thing. Are they really?



When you're creating a site, your job is to get rid of the question marks.

Følgende **DESIGN FOR WEB** planlegging av et nytt nettsted:

1. Hva skal nettstedet brukes til -for spørsmål til kunden:
hvorfor vil de ha et nettsted? Hva er hovedhensikten?
(her starter informasjons sorteringen!)
2. Hvem er den typiske bruker? (-gjør en målgruppeanalyse!)
3. Hva skal brukeren finne og gjøre på nettstedet?- både fra et brukerperspektiv men også fra den som formidler informasjonen.
(som designer: synliggjør logiske valg - skape et tydelig hierarki!)
4. Hva er intern kommunikasjon (internt i en bedrift) og hva er interessant for bruker?

EKS: Nettsted for tannleger:




<http://www.tannlegehuset.no>




bank-kunder:

<http://www.postbanken.no>

DESIGN FOR WEB

Navn på menyer og lenker... hvor lang tid går det før brukeren oppfatter navigasjonen riktig?

< OBVIOUS	REQUIRES THOUGHT >	
<p>Jobs! <i>Click</i></p> 	<p>Hmm. <i>[Milliseconds of thought]</i> Jobs. <i>Click</i></p> 	<p>Hmm. Could be Jobs. But it sounds like more than that. Should I click or keep looking?</p> 

< OBVIOUSLY CLICKABLE	REQUIRES THOUGHT >	
<p><i>Click</i></p> 	<p>Hmm. <i>[Milliseconds of thought]</i> I guess that's a button. <i>Click</i></p> 	<p>Hmm. Is that a button?</p> 

A wireframe sphere composed of a grid of lines, positioned in the top-left corner of the slide.

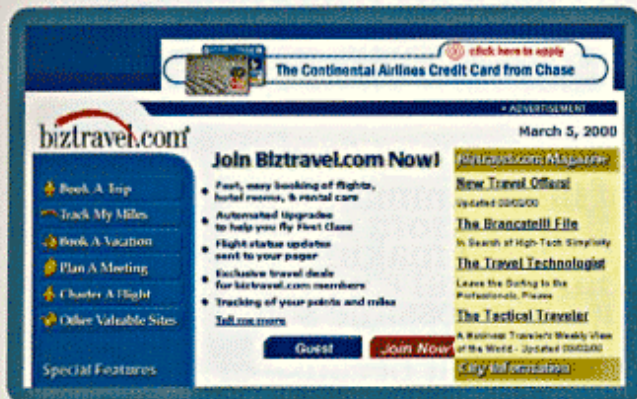
DESIGN FOR WEB

How we *really* use the Web

SCANNING, SATISFICING, AND MUDDLING THROUGH

DESIGN FOR WEB

WHAT DESIGNERS BUILD...



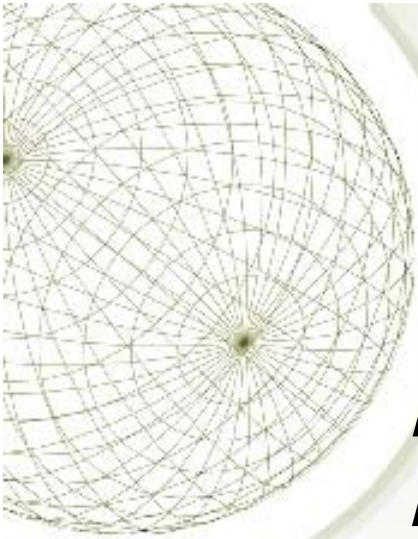
WHAT USERS SEE...



I want to buy a ticket.



How do I check my frequent flyer miles?



*Hvordan oppfører brukeren seg nå
hun kommer inn på et nytt nettsted?*

*Den som har laget nettsiden tenker kanskje at brukeren vil
lese siden slik man leser spennende litteratur...mens
bruker ofte leser siden som om den skulle vært et skilt
man passerer langs veien i 80km/t*



DESIGN FOR WEB

3 viktige fakta å ta hensyn til når man designer en nettside:

1. Vi leser ikke nettsider - vi "skanner" dem. - vi har det vanligvis travelt - vi trenger ikke å lese alt - vi har erfaring med å skanne fra f.eks aviser
2. Vi gjør ikke optimale valg. I virkeligheten velger vi ikke den beste muligheten i navigasjonen - vi velger det som mest sannsynlig tilfredstiller det behovet vi har (vi liker bedre å gjette enn å være logiske).
3. I møte med ny teknologi - vil de færreste først lese manualen - de fleste vil starte med å trykke på noe for å få det til å virke...
4. Om noe virker uten av vi behøver lange forklaringer - så vil vi gjerne bruke dette igjen og igjen!

Hva er forskjellen på papirutgaven av en avis og en nettavis i forhold til informasjons-sorteringen?

<http://www.bt.no>

A wireframe sphere composed of a grid of lines, positioned in the top-left corner of the slide.

DESIGN FOR WEB

Billboard Design 101

DESIGNING PAGES FOR SCANNING, NOT READING

Hvordan legger man tilrette for skanning av innholdet?

- skap et klart visuelt hierarki
- kjenn konvensjonene
- gjør tydelig hva som er klikkbart
- begrense de visuelle virkemidler

Hvordan fungerer hierarkiet her:

<http://www.bergen.folkebibl.no/>



A wireframe sphere composed of a grid of lines, positioned in the top-left corner of the slide. It is partially enclosed by a white circular arc.

DESIGN FOR WEB

Street signs and Breadcrumbs

DESIGNING NAVIGATION

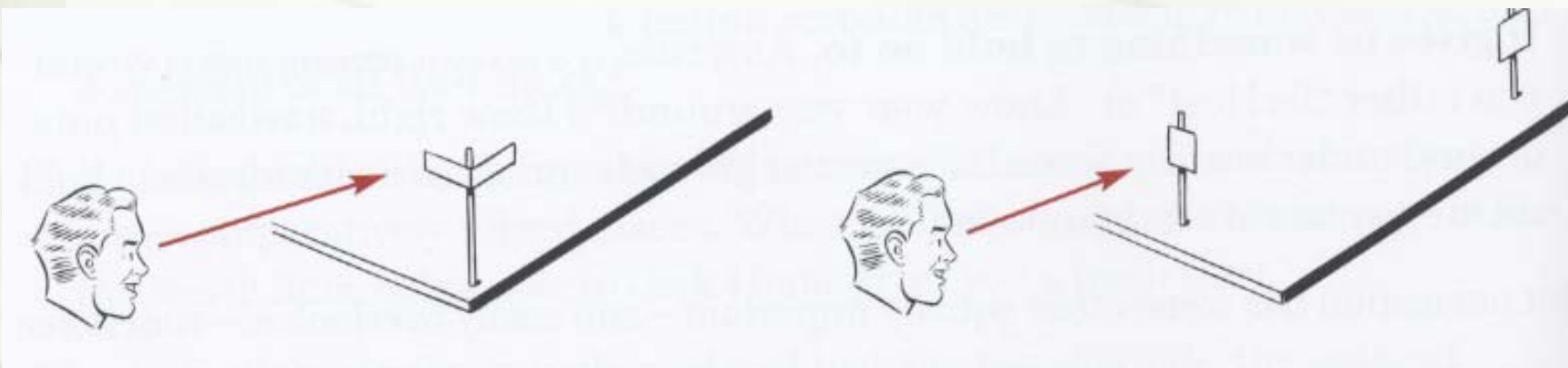
DESIGN FOR WEB

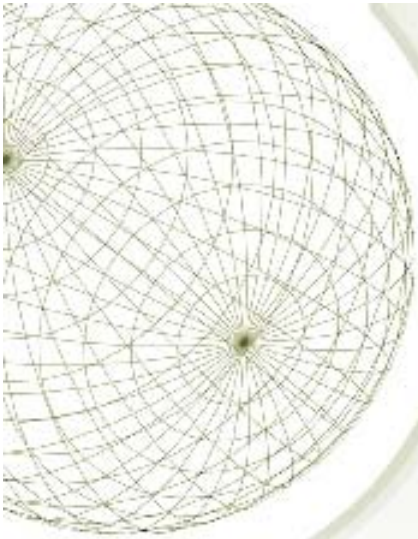
HENSIKTEN MED NAVIGASJONEN:

- den gir oss holdepunkter*
- den forteller oss hva vi kan finne hvor*
- den forteller oss hvordan vi kan bruke websiden*
- den skaper tillit til avsender*

- vi forventer å finne gateskilt på gatehjørner...
- vi forventer å finne dem ved å se opp-ikke ned...
- vi forventer at de ser ut som gateskilt

ALTSÅ: kjenn til konvensjonene!!!





Noen konvensjoner :

- navigasjon/menyer plasseres på samme sted gjennom hele nettstedet
- navigasjonen har samme utseende gjennom hele nettstedet
- navigasjon/logo finnes ofte på venstre side eller i topp (disse deler er ikke utsatt for endringer ved endring av skjermopløsning)
- tilleggsmeny i bunnen av sider med mye scrolling
- understrekning av ord betyr lenking (ikke strek under ord kun for å si at denne teksten er viktig)
- men: vi aksepterer at "home" /åpningssiden er ulik resten av nettstedet

DESIGN FOR WEB



"You are here" indicator

Page name

JEANS

Local navigation
(Things at the current level)

- [jeans](#)
- [worker jeans-bill new](#)
- [slim fit jeans](#)
- [original fit zip fly jeans](#)
- [original fit jeans](#)
- [easy fit jeans](#)
- [boot fit jeans](#)
- [dark wash boot fit jeans](#)
- [boot fit cords](#)
- [leather boot fit jeans](#)
- [loose fit jeans](#)
- [vintage out jeans](#)
- [relaxed fit jeans](#)
- [baggy fit jeans](#)
- [wide leg jeans](#)
- [worker jeans](#)
- [carpenter jeans](#)
- [easy fit jean shorts](#)
- [carpenter jean shorts sale](#)

Small text version

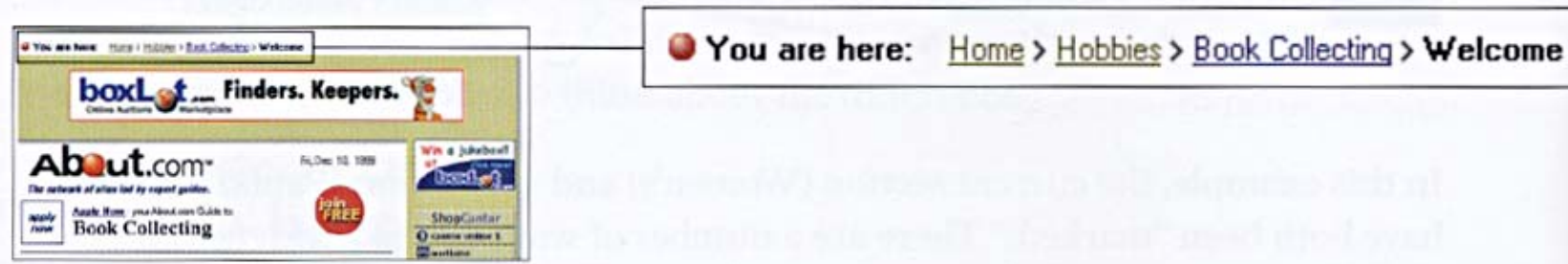
sites: [[gap](#) | [gapkids](#) | [babygap](#)]
 services: [[help](#) | [store locator](#) | [site directory](#) | [company](#) | [gift services](#)]

The screenshot shows the 'JEANS' page on the GAP website. At the top, it says 'You are not signed in.' followed by navigation links: MEN'S, WOMEN'S, GIFTS, SHOPPING BAG, CHECKOUT, and HELP. A promotional banner for '\$100 gets you \$20' is visible. The main content area features a large image of a person in jeans with the text 'More sizes. More fits. More options.' and the email address 'pants@gap.com'. Below this is a section titled 'SELECT A TOOL BELOW:' with buttons for 'find the right size', 'find the right wash', and 'find the right fit'. At the bottom, there is a footer with contact information and a small text version of the navigation menu.

www.gap.com

DESIGN FOR WEB

SMULESTI...



"du er her - skilt"

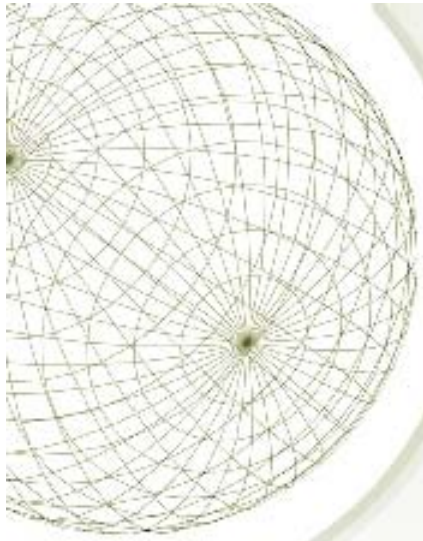
- kan også gjøres ved hjelp av ulike sideanvisninger - bruk av farger/typografi/form:

smulesti: www.hib.no

arkfaner: <http://bombiadesign.com/>

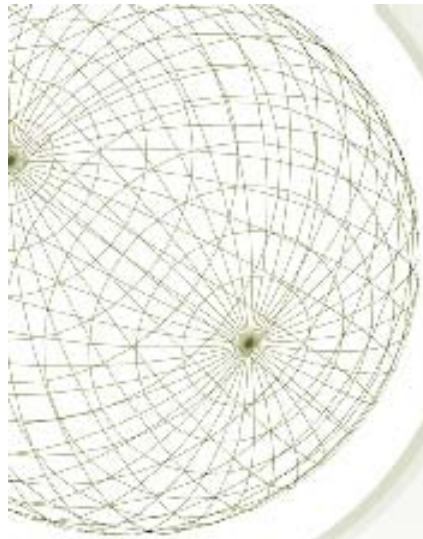
fargemarkering: <http://www.shylands.com/explore/index.php>

DESIGN FOR WEB



**The first step
in recovery is
admitting that
the Home page
is beyond
your control**

DESIGNING THE HOME PAGE



HVA SKAL ÅPNINGSSIDEN INNEHOLDE?

- identitet og hensikt*
- hierarki*
- søkemulighet*
- teasere som skaper interesse for øvrig innhold*
- nyheter som oppdateres jevnlig*
- snarveier til viktig stoff*
- vise hva brukeren leter etter - og hva han kanskje leter etter*
- hvor man starter*
- gi et godt inntrykk av virksomheten!*

Åpningsbildet oppdateres: <http://www.moravska-galerie.cz/en/>

DESIGN FOR WEB

Åpningssiden skal svare på disse 4 grunnleggende spørsmål brukeren har første gang hun besøker siden:



Hva er dette?

2. Hva har de her?

3. Hva kan jeg gjøre her?

4. Hvorfor bør jeg være her og ikke et annet sted?

Usability as common courtesy

WHY YOUR WEB SITE SHOULD BE A MENSCH¹

Brukervennlighet...

IKKE UTSETT BRUKER FOR:

- å måtte lete etter informasjon
- straff for ikke å gjøre ting på riktig måte...
- spørre etter info som ikke er strengt nødvendig
- vente på nedlastning
- gi amatørmessige signaler gjennom dårlig design

DETTE SKAPER GOODWILL:

- vit hva brukeren ønsker og gjør det enkelt å bruke siden
- fortell brukeren hva han ønsker å vite
- ikke lag unødige nivåer i informasjonen
- la det være tydelig at du ønsker å kommunisere med brukeren
- tenk på hvilke spørsmål bruker har - og svar på dem
- lag utskriftsvennlige sider
- når du er i tvil om hva som er riktig - be om unnskyldning