Information is the key

– Att skapa strukturen till ett användarvänligt informationsverktyg

– Creating the structure for a user-friendly information tool

Av: Winkelmann, Oscar
Handledare: Peder Söderlind
Keywords: sitemap, interaction design, information tool, usability, Information architecture.

Abstract
This report presents the preliminary study and work for the development of a site structure for the upcoming reengineering of inter-tool Infopunkt. The report describes how I have conducted a study regarding the current inter-tool information center and its development potential. Thereafter compiling the information to develop a comprehensive design approach to create a sitemap. The sitemap illustrates a new updated page structure for Infopunkt and was the primary goal of the thesis. The sitemap I have developed will form the basis for the agency that will later on develop the new updated version of Infopunkt.

Sammanfattning
Begreppsddefinition
MDI: Människa-datorinteraktion är det samspel som uppstår mellan människor och digitala artefakter.

Artefakt: (latin. ars = konst, facere = göra, tillverka) betyder "konstgjort föremål".

Infopunkt: Namnet på ett internt informationsverktyg hos uppdragsgivaren, som innehåller information om tjänster och produkter.

Produktägare: Är en person som ansvarar för information gällande en specifik produkt hos uppdragsgivaren.

Brainstorming: är en metod som syftar till att lösa problem eller hitta på nya idéer.

Sitemap: Är en karta som illustrerar strukturen över de sidor som finns på en webbplats.
Innehållsförteckning

1 Inledning .................................................................................................................. 5
   1.1 Bakgrund ............................................................................................................. 5
   1.2 Syfte .................................................................................................................... 8
   1.3 Avgränsning ...................................................................................................... 8
2 Teoretisk bakgrund .................................................................................................. 9
   2.1 Användarbarhetsteorier .................................................................................. 9
3 Metod .......................................................................................................................... 10
   3.1 Val av metod ....................................................................................................... 10
   3.2 Genomförande .................................................................................................... 12
   3.3 Metoddiskussion ............................................................................................... 16
4 Empiri ........................................................................................................................ 17
   4.1 Målgrupp ............................................................................................................ 17
   4.2 Resultat av intervjuer ...................................................................................... 17
   4.3 Sitemap ............................................................................................................... 18
5 Diskussion/Slutsats .................................................................................................. 19
6 Källhänvisning .......................................................................................................... 21
   6.1 Tryckta källor .................................................................................................... 21
   6.2 Otryckta källor .................................................................................................. 21
   6.3 Artiklar ............................................................................................................... 21
Bilagor .......................................................................................................................... 22
   Bilaga 1 Intervju med Respondent Emmelie Silverplats ........................................... 22
   Bilaga 2 Intervju med Respondent Robert Ek .......................................................... 23
   Bilaga 3 Intervju med Respondent Stefan Ecker ...................................................... 25
   Bilaga 4 Intervju med Respondent Linus Gustafsson .............................................. 26
   Bilaga 5 Intervju med Respondent Anna Svensson ................................................ 27
   Bilaga 6 Intervju med Respondent Gudrun Forsell ................................................. 28
   Bilaga 7 Tidsplan ...................................................................................................... 30
   Bilaga 8 Övergripande designstrategi .................................................................... 31
   Bilaga 9 Sitemap över Infopunkt 2.0 ...................................................................... 32
1 Inledning

1.1 Bakgrund

Människa-datorinteraktion (MDI) är det samspel som uppstår mellan människor och digitala artefakter. Detta samspel bidrar till att skapa nya digitala praktiker och användningsmönster.\(^1\) Människa-datorinteraktion är ett tvärvetenskapligt ämne som innehåller inslag av datateknik, psykologi, användbarhet och ergonomi.

Mycket har hänt sedan internet på allvar började slå igenom under mitten av 1990-talet. Från att till en början vara få förunnat är idag en uppkoppling mot internet något som människan i tekniskt utvecklade länder ser som ett självklart verktyg för att kunna underlätta och effektivisera både sitt privatliv och arbetsliv. I dagens samhälle har internet och dess användare gått in i en ny era som präglas av användardeltagandet, användarkreativitet, öppenheten och enkelheten (O ’Reilly, 2005).\(^2\) Den nya generationens tjänster går under begreppet webb 2.0 och innebär att ägandet av information har gått ifrån att vara toppstyrda. Denna förändring av informationstechnik har gjort det möjligt att människor styr vad den stora massan ska ta del av, till en idag mer demokratisk styrning där alla användare kan vara med och påverka och skapa informationen.\(^3\)


---


För att kunna utveckla en fungerande struktur till nya Infopunkt, krävde uppdragsgivaren en förstudie av vad de faktiska användarna hade för åsikter gällande Infopunkt. Under min utförda praktikperiod hos Företaget så arbetade jag med att uppdatera Infopunkt med information från dess produktägare. Detta gav mig ett förspräng i mitt arbete, och har gjort det lättare att komma igång med min förstudie gällande Infopunkt. Under den period jag arbetade med att uppdatera Infopunkt lärde jag känna flera av

På andra sidan av informationsflödet sitter kundtjänst, kundsupport, butik och försäljning och tar emot informationen som redaktörerna publicerar i Infopunkt. Informationen är enligt uppdragsgivaren extremt viktig för dessa aktörer då de är beroende av snabb relevant information för att kunna utföra sina arbetsuppgifter. Uppdragsgivarens kundtjänst ligger förlagd i Norrköping. Kundtjänstens huvuduppgifter är att ta emot frågor från befintliga kunder gällande olika former av abonnemang. Företaget har flera hundra olika abonnemangsformer och för att kunna svara på frågor gällande dessa abonnemang behöver kundtjänst ha snabb tillgång till information om uppdragsgivarens produkter. Det är praktiskt taget omöjligt för en person som arbetar i kundtjänst att memorera all denna information och därför ska Infopunkt fungera som deras livlina gällande produktinformation.


Uppdragsgivaren har idag 97 butiker runt om i Sverige, där man utövar direkt försäljning till kund över disk. I dessa butiker kan man handla både företagstjänster och privattjänster. För att butikspersonalen snabbt ska kunna svara på kundernas frågor så gäller det att de har snabb tillgång till produktinformation i Infopunkt. Just tiden det tar för personalen att hitta information i butikerna är enligt uppdragsgivaren
mycket relevant då kunderna oftast inte har så mycket tid på sig när de undersöker vad som skulle kunna vara en lämplig produkt, och det gäller då att snabbt kunna fånga in kunden och övertyga denne att uppdragsgivaren har en produkt som passar för kunden. För denna informationssökning använder sig idag uppdragsgivarens butiker av Infopunkt som sin främsta informationskälla.

När det gäller försäljning av produkter och tjänster till större företag som till exempel Peab, Skanska och Ikea, så finns det speciella företagssäljare hos uppdragsgivaren som är experter på att hantera affärer av större mått. För att en säljare som arbetar med upphandlingar mot stora företag ska kunna utföra sitt arbete, så krävs det att försäljaren är djupt insatt i de produkter och tjänster som ska upphandlas. Här finns det ett större krav på fördjupad produktkunskap då inget får gå fel vid affärer av denna magnitud, då detta skulle kunna få förödande konsekvenser för uppdragsgivaren om försäljaren gav kunden fel information. För att försäljaren ska kunna utföra sitt arbete, krävs fördjupad produktinformation och den informationen hämtar försäljarna idag i Infopunkt.

Uppdragsgivarens kundsupport ligger förlagd i Norrköping. Kundsupporten tar emot felanmälningar gällande uppdragsgivarens olika nät som till exempel bredband och telefoni. Supporten ska kunna felsöka de olika nätten och hjälpa kunderna när de har stöt på problem eller har frågor gällande de tjänster och produkter de köpt av uppdragsgivaren. Supporten har ett behov att inhämta information om olika produkter och tjänster inom en kort tidsram. Då Företagets kunder ringer in till supporten förväntas de få snabba svar och effektiva lösningar, och för att supporten ska klara av att bistå med detta behöver de en uppdaterad och pålitlig informationskälla. Supporten använder sig idag av Infopunkt som informationskälla när de tar emot samtal från kunder.

1.2 Syfte

Syftet med detta examensarbete är att utifrån en förstudie utveckla sidstrukturen för en ny version av internverktyget Infopunkt, som ska innehålla en mer användarvänlig struktur för uppdragsgivarens personal vid hantering av produktinformation.

1.3 Avgränsning

Examensarbetet har utförts hos en uppdragsgivare som önskat få vara anonyma i rapporten då tjänsten jag arbetat med inte har lanserats vid publikationstillfället. Mitt arbete och resultat baseras på den förstudie jag utfört hos uppdragsgivaren, men i detta material har jag ändrat personnamn till fiktiva namn, samt att företagets namn har ersatts med namnet uppdragsgivaren. Även namn på specifika
system har ändrats till fiktiva namn. Jag kommer inte fokusera nämnvärt över grafisk design, som färger eller någon form av design som är till för att tilltala ögat om det inte har någon strukturell funktion eller påverkar användbarheten.


2 Teoretisk bakgrund

2.1 Användbarhetsteorier

Nielsen (1993) anser att ett systems användbarhet i första hand måste innebära att dess användare accepterar systemet i sin helhet, och denna helhet anser ha kan delas upp i två delar: acceptans i praktiken och social godtagbarhet. Med acceptans i praktiken menar Nielsen att systemet ska vara tillförlitligt, att systemet fungerar felfritt och säkert för att användarna ska kunna acceptera det. Med social godtagbarhet menar Nielsen att de funktioner som finns i systemet ska accepteras av dess användare, det ska alltså inte finnas några funktioner i systemet som kränker dess användare.5

Nielsen (1993) definierar användbarhet enligt följande komponenter:

- **Satisfaction**: Användarna ska uppleva systemet behagligt att använda
- **Errors**: Systemet ska fungera så felfritt som möjligt för användaren, om ett fel skulle uppstå ska användaren kunna åtgärda eller få information om felet på ett effektivt sätt.
- **Efficiency**: Systemet ska vara effektivt, med så få steg som möjligt och dessa ska fungera så snabbt som möjligt och öka användarens produktivitet.
- **Memorability**: Användarna av systemet ska lätt kunna komma ihåg hur systemet fungerar, även om användaren använder systemet sällan.

- **Learnability**: Det ska vara lätt att lära sig hur man hanterar ett system, och användaren ska snabbt kunna sätta sig in i systemet. Systemet ska stödja användaren.  


- **Learnability**: Med denna komponent menas det hur lätt det är att lära sig att använda ett system, och att användaren ska kunna hantera systemet även om det inte används regelbundet. Det ska alltså vara lätt att lära sig ett system för att användaren ska kunna komma ihåg hur den gjorde till nästa tillfälle.

- **Attitude**: Användarens subjektiva uppfattning av systemet.

- **Efficiency**: Hur effektivt kan en användare utföra uppgifter i systemet.

- **Relevance**: Kan systemet tillgodose användarens behov.

### 3 Metod

#### 3.1 Val av metod


Det finns flera olika metoder för att samla in data, bland annat genom enkäter, observationer och genom intervjuer. I denna förstudie har jag valt att använda mig av semistrukturerade intervjuer där alla respondenter får samma frågor och ges möjligheten att även dela egna synpunkter och erfarenheter i intervjun. Detta för att metoden låter mig komma nära respondenterna och för att få mer personliga svar.

---

på mina frågor. Jag vill veta vad användarna har för personliga åsikter om Infopunkt för att sedan sammanställa dessa och se om det finns några likheter och samband i deras åsikter eller om deras åsikter talar emot varandra och genom dessa jämförelser sammanställa en övergripande designstrategi för en sitemap. Jag har även ett intresse av att se om de olika användargrupperna har olika åsikter gällande Infopunkt baserat på vilka arbetsuppgifter de utför.


- Vem intervjuar och vem är respondent?
- Vilken relation finns mellan er?
- Var ska intervjun ske - i vilken lokal - och hur är lokalen dukad - utrustad, möblerad, inredd?9
- När på dagen ska intervjun ske och under hur lång tid?
- Vad är syftet med intervjun?
- Hur är intervjuns upplägg, hur tänker du genomföra den och vad tänker du fråga om?
- Vilka bakgrundsfakta utgår du från?
- Hur ska intervjun dokumenteras?
- Hur ska etiska frågor att behandlas?
- Vad förväntar du dig för slutsatser och resultat av intervjun?
- Sker återkoppling till respondenten efteråt? I så fall, hur?10

För att kunna utveckla en struktur för den kommande versionen av Infopunkt var det ett krav från uppdragsgivarens sida att jag skulle utföra en förstudie gällande den befintliga versionen av Infopunkt. Syftet med denna förstudie var att få fram åsikter, idéer och förslag gällande den kommande nyutvecklingen av de faktiska användarna av Infopunkt.

---

3.2 Genomförande


Jag började första veckan med att lägga upp riktlinjer och idéer för min förstudie genom en klassisk brainstorming, där jag noterade alla idéer och riktlinjer som jag kunde komma på. Sedan sorterade jag dessa och utformade en tidsplan baserat på mina anteckningar. I det här läget var det viktigt att jag utarbetade en realistisk tidsplan. Av tidigare erfarenheter har jag fått lära mig att en realistisk tidsplan är extremt viktigt vid ett projekt, då man i de flesta fall har tiden emot sig. Har man å andra sidan tagit god hänsyn till tid och planering så ökar detta mina chanser för att projektet ska bli lyckat. Jag valde att planera veckovis då en för precis planering skulle bli för svår att hålla sig till, då jag av tidigare erfarenhet vet att det kan vara svårt för de anställda hos företaget att hålla sig till bestämda mötestider. (se bilaga 7).

Under de första två veckorna så arbetade jag parallellt med att uppdatera Infopunkt med information från dess produktägare samtidigt som jag analyserade systemet och letade efter brister och reflekterade över nya idéer för dess struktur. Jag reflekterade till en början över om arbetet med att uppdatera Infopunkt samtidigt som jag utförde min förstudie skulle kunna påverka mitt projekt negativt, då det tog mycket av min tid i anspråk. Men jag drog då slutsatsen att desto mer jag arbetade i systemet Infopunkt, desto mer skulle jag lära mig om dess nuvarande struktur och påtalade brister.

Sedan påbörjade jag min förstudie genom att intervjuar Infopunkts användare. För att kunna lokalisera vilka de olika avändarna av Infopunkt var, så valde jag att intervjuar min handledare Emmelie Silverplats som arbetar som redaktör för Infopunkt. Emmelie Silverplats befinner sig i mitten av informationsflödet då hon tar emot den information som ska publiceras i Infopunkt. Denna information skickas till Emmelie via mail från olika produktägare, och när Emmelie sedan har publicerat informationen så sitter kundsupport, kundtjänst, försäljare och butiker i andra änden och tar emot informationen. Detta medför att Emmelie har kontakter på båda sidor av informationsflödet. Syftet med att intervjuar Emmelie
Silverplats var att få fram information om vilka de faktiska användarna av Infopunkt är. Då de frågor jag ville ha svar på var mycket konkreta och få till antalet så valde jag att utföra en strukturerad intervju med förbestämda frågor (se bilaga 1).

Efter att ha utfört intervjun med Emmelie Silverplats så bokade jag möten för flera intervjuer med produktägare, kundtjänst & kundsupport i Norrköping samt med butiker.


Detta för att olika användargrupper kan ha olika krav och åsikter gällande sidstrukturen i Infopunkt. En användargrupp som till exempel arbetar på kundtjänst kan anse att en funktion i Infopunkt fungerar tillfredsställande, medan en annan användargrupp som arbetar i butik anser att samma funktion är förkastlig och detta var viktigt att ta hänsyn till så att jag inte körde över någon av arbetsgrupperna.


Efter att designstrategin godkänts av min handledare och hennes chef så började jag undersöka hur man på bästa sätt skulle kunna skapa en prototyp som illustrerar en ny sidstrukturen där jag på ett effektivt sätt kan visa upp den nya strukturen baserat på resultatet från förstudien.

"Det finns flera sätt att se på en prototyp. Ett sätt är att se prototypen som ett steg mot det riktiga systemet, ett annat är att det riktiga systemet är prototypen som hela tiden vidareutvecklas och byggs om" (L Taxén 2001).

I mitt fall valde jag att se prototypen som ett steg mot det riktiga systemet och med tanke på att jag inte hade så mycket tid kvar till att arbeta med projektet så valde jag att skapa en illustrerad sitemap över den nya sidstrukturen till Infopunkt. Jag tog fram designstrategin och började med papper och penna skissa på en ny sidstrukturen till Infopunkt utifrån denna strategi.

Flera sidor kunde jag radera helt från den gamla strukturen då de inte hade någon funktion och jag minskade ner de sidor som var nödvändiga genom att helt enkelt slå ihop dom med andra sidor med liknande innehåll, allt för att göra nya Infopunkt så minimalistisk som möjligt efter respondenternas önskan. När en användare av Infopunkt gör sitt första besök ska de inte behöva tänka för att kunna navigera sig fram, användarens navigering mellan sidorna ska ske av sunt förnuft. Jag valde att skapa sektioner för de användargrupper som använder sig av produktguiden, så att kundtjänst, butik och kundsupport fick egna sektioner i Infopunkt där den information som berör gruppen finns tillgänglig, samtidigt som det ska finnas möjlighet att bara presentera nyheter för berörd användargrupp. Eftersom jag hade så kort tid kvar att arbeta med förstudien så beslutade jag att det mest effektiva sättet, baserat på omständigheter som kvarstående tid och oförutsedda händelser, var att presentera den nya strukturen via en illustrerad sitemap i PDF-format.

Jag började med att söka efter riktlinjer för utvecklandet av en sitemap, men efter att ha undersökt och analyserat sitemaps från andra webbsidor så insåg jag att det inte finns några direkta regler för hur man skapar en sitemap. Däremot så var flera av de sitemaps jag analyserat illustrerade på ett likvärdigt sätt. De var illustrerade på så sätt att de började med huvudsidan längst upp i illustrationen för att sedan visa hur navigationen och strukturen gick i ett nedåtgående led. Jag valde att illustrera min sitemap på samma sätt genom att jag började med att rita upp startsida och inloggning och sedan arbetade jag mig


ner till den sista sidan i hierarkin. Jag använde mig av programvaran Microsoft Word för att rita upp sitemapen då jag ansåg att detta program innehåller alla funktioner som jag behöver för illustrationen och för att det skulle bli enklare för en person att göra ändringar eller uppdateringar i sitemapen om jag använde mig av ett program som är standard på alla datorer hos uppdragsgivaren.


Vid förstuden framkom det även att det fanns information som inte var relevant för alla användare, som var i vägen. Då syftar jag på information som används av kundsupport men inte kundtjänst, butik eller produktägare. Jag valde här att ge de olika arbetsgrupperna egna områden i sidstrukturen. Så att rätt arbetsgrupp får ta del av rätt information. Kundtjänst och butik behöver inte informeras om driftstörningar eller felanmälningar från kund som de gör i dagsläget. Dessa två områden har jag placerat så att endast kundsupport får ta del av informationen. Skulle sedan butik eller kundtjänst vara i behov av denna information så kan dom söka upp den genom en allmän övergripande sökfunktion som går genom alla arbetsgrupperna.

Sedan finns det informationsområden som alla tre arbetsgrupperna behöver få tillgång till och dessa är Abonnemang, Produkter, Kampanjer och Tjänster. Dessa informationsområden har nu blivit 4 till antalet, i stället för 12 vilket var fallet i den tidigare versionen av Infopunkt. Varje användare har nu fått tillgång till en egen sida som heter ”Mina snabblänkar”. På denna sida kan användarna spara länkar och dokument med information som de använder mer frekvent. Detta för att göra systemet mer personligt och anpassningsbart efter de önskemål som framkom vid förstudien.

Hos uppdragsgivaren används olika former av mallar och dokument. Dessa förvarades tidigare på fyra olika lagringsplatser vilket gjorde det svårt för användarna att hitta rätt dokument och sökandet tog ofta
mycket tid i anspråk enligt förstudien. Jag valde här att koppla alla dokumenten till Intrasave som är uppdragsgivarens senaste plattform för lagring av dokument. Detta dels för att dokumenten ska kunna presenteras enhetligt i samma format och dels för att Intrasave har en direkttförbindelse med Infopunkt som gör så att produktägarna själva kan uppdatera föråldrade dokument utan att behöva konsultera någon av redaktörerna. Detta sparar mycket tid i publiceringskedjan när ny information behöver levereras snabbt till Infopunkt.

3.3 Metoddiskussion

När jag tittar tillbaka på själva utförandet av förstudien så finns det vissa saker som jag kanske borde ha gjort annorlunda. Jag eftersträvande till en början att utföra semistrukturerade kvalitativa intervjuer med Företagets personal och jag förplanerade detta genom att i ett tidigt skede utforma frågor som inte var allt för öppna med som ändå gav respondenterna en chans till att utveckla sina svar. Jag använde mig av samma frågor till alla arbetsgrupper som jag intervjuade hos uppdragsgivaren och jag känner i efterhand att jag borde ha preciserat frågorna mer baserat på vad varje arbetsgrupp arbetade med, då till exempel en produktägare hade svårt att svara på samma frågor som en person som arbetar i kundsupport då de sitter på helt olika sidor av informationsflödet och använder Infopunkt på olika sätt. Produktägarna använder Infopunkt mer för att kontrollera så att informationen är uppdaterad och övriga användargrupper använder Infopunkt för att ta del av den information som produktägarna publicerar.

4 Empiri

4.1 Målgrupp

Efter intervju med min handledare Emmelie Silverplats framkom det att målgruppen för nya Infopunkt är till största del personal. Denna personal arbetar inom kundtjänst, kundsupport, försäljning och butik hos uppdragsgivaren. Infopunkt används även av produktägare som har ansvar för produkter och uppdateringar av dess information. Alla som arbetar hos uppdragsgivaren har idag mandat att besöka Infopunkt vilket betyder att den möjliga målgruppen är hela företaget men den mest relevanta målgruppen är kundtjänst, kundsupport, försäljning, butik och produktägare baserat på tidigare användarhistorik av den nuvarande versionen av Infopunkt (se bilaga 1).

4.2 Resultat av intervjuer

Intervjuerna påvisar att det finns ett klart missnöje bland Infopunkts användare. Samtliga av de responserter som jag intervjuade visade ett klart missnöje med Infopunkt. Ingen av de tillfrågade hade något positivt att tillägga vad det gäller användningen av Infopunkt vilket tyder på missnöje eller likgiltighet inför systemet. Flera större problem påvisades under intervjuerna och då främst problem gällande navigation, överflödig information, sidstrukturet och dess sökfunktion. Respondenterna beskriver hur de i flera fall har försökt söka efter produkter och misslyckats då Infopunkts sökfunktion inte hittar det de söker efter. Även om respondenterna skriver in ett sökord som är korrekt i sin stavning, och som är namnet på en produkt så hittar inte sökfunktionen produkten. Detta medför att man behöver leta efter produkter och tjänster manuellt, det vill säga att man får klicka sig fram med musen genom sidstrukturen och manuellt leta efter de produkter och tjänster som eftersöks. Detta är mycket tidskrävande och speciellt för kundtjänst och kundsupport som sitter i direktkontakt med kund via telefon, och behöver tillgång till snabb information för att kunna ge kunden god service.

Respondenterna hade synpunkter på Infopunkts sidstrukturen och hur man navigerar i systemet. Det framkom tydligt vid intervjuerna att Infopunkt har en svårnavigerad sidestructur. När användarna manuellt navigatorar sig fram i systemet så anser de att det finns en stor mängd med onödiga mellansteg som försår och fördröjer användningen av systemet. En av respondenterna påpekar att han ibland får klicka sig igenom så många som 14 informationssidor innan han hittar fram till den informationen han söker. Detta upplevs mycket frustrerande och respondenterna vill att systemet ska bantas ner i storlek.

Respondenterna påpekar att de sidor i systemet där informationen om företagets produkter presenteras, ser olika ut i dess uppbyggnad vilket är förvirrande. En vis produkt han ha en informationssida som skiljer sig från en annan produkt. Respondenten syftar då på hur informationen om produkten pressenteras. En produkt kan ha innehållsrubriker som heter olika namn men som syftar till samma information. Respondenterna skulle vilja se en röd tråd genom systemet där alla produktsidor har ett liknande utseende då de tror detta skulle göra det lättare att hitta den information som de söker efter.

Flera av respondenterna ser även ett behov av att kunna spara länkar och relevant information på en egen plats i Infopunkt för att på så sätt kunna få snabb tillgång till information som används frekvent av just den personen (se bilagor 2, 3, 4, 5, 6).

Sammanfattningsvis framkom flera brister och förslag som jag behöver ta hänsyn till vid utformningen av den kommande nya sidstrukturen för Infopunkt. De mest relevanta problemen, vilket jag baserar på att flera respondenter har nämnt samma eller liknande problem under förstudien är:

- Det är svårt att navigera i systemet.
- Sökfunktionen fungerar inte tillfredsställande då den inte ger träffresultat.
- Det finns flera överflödiga informationssidor i systemet som skulle kunna raderas.
- En sida efterfrågas där användarna individuellt kan anpassa innehållet.
- En förbestämd struktur för presentation av alla produktsidor önskas.
- Användarna eftersträvar en användarvänlig, lättanvänd struktur som effektivt stödjer användarna i deras arbete.

4.3 Sitemap

Sitemap (sidkarta) är en karta som visar vilka sidor som finns tillgängliga på en webbplats. Genom att man lägger till en sitemap så upplyser man sökmotorer som till exempel Google om vilka sidor som finns tillgängliga på en domän. En sitemap kan också användas för att redovisa en webbsidas

5 Diskussion/Slutsats

Den utförda förstudien gällande användbarheten i systemet Infopunkt klargjorde relativt effektivt vad användarna av Infopunkt hade för åsikter gällande dess struktur. Efter utförd förstudie har jag kommit fram till den slutsatsen att systemet Infopunkt innehar flera brister gällande användbarhet och dess struktur.


komponent menas det hur lätt det är att lära sig att använda ett system, och att användaren ska kunna hantera systemet även om det inte används regelbundet.

Det ska alltså vara lätt att lära sig ett system för att användaren ska kunna komma ihåg hur den gjorde till nästa tillfälle, vilket motverkas av att alla produktsidorna ser olika ut och inte har en gemensam struktur. Infopunkts sökfunktion är mycket ineffektiv och genererar sällan ett sökresultat, vilket går emot Löwgrens komponent Relevance, kan systemet tillgodose användarens behov. Vilket det bevisat inte gör då användarna använder sig av Google istället för att använda Infopunkt när de söker Information.

Infopunkt behöver rensas på överflödig information och flera onödiga delar i systemet som inte används eller är ineffektiva ska tas bort, exempel på delar som ska tas bort är sidor med föråldrat icke användbar information, samt sidor som bara finns till för att påpeka för användaren att denne bifinner sig inom ett visst område i Infopunkt. De olika arbetsgrupperna kundtjänst, kundsupport, försäljare och butik behöver få systemet anpassat efter just deras användningsområde, genom att varje arbetsgrupp får en egen inloggning till Infopunkt vilken leder dom till den informationen som är relevant för just det dom arbetar med och inte information som gäller andra arbetsgrupper vilket förvirrar, men möjligheten att ta del av varandras information ska finnas kvar men i form av en sökfunktion där arbetsgrupperna själva kan välja om de vill ta del av informationen genom att söka på den. Arbetsgrupperna behöver få en egen elektronisk anslagstavla i Infopunkt där de kan spara länkar och dokument som de individuellt använder sig ofta av i sitt arbete.
6 Källhänvisning

6.1 Tryckta källor


Halvorsen, K. Samhällsvetenskaplig metod, (Lund, 1992) s. 78

6.2 Otryckta källor


6.3 Artiklar

Intervju med användare av Infopunkt.

Respondent: Emmelie Silverplats.

Yrke: Redaktör för internvertyget Infopunkt hos uppdragsgivaren.

Plats: Mötesrum Kabyslen, vid avdelningen för Produktkommunikation, Byggnad H, Huvudkontor Solna.

Tid: 08:30

Intervjuare: Oscar Winkelmann

Frågor & Svar

Vem använder sig av Infopunkt bland Firmans personal?
Avändarna av Infopunkt är egentligen hela företaget då alla som arbetar här på företaget kan komma åt Infopunkt.

Är det några personer, grupper eller avdelningar som använder sig mer av Infopunkt än andra på företaget?

De som använder infopunkt mest på daglig basis är Produktägarna, Kundtjänst och Kundsupport i Norrköping samt alla våra butiker i Sverige. Även vi Redaktörer använder såklart Infopunkt med.

Av dessa användare som du nu har nämnt, skulle man kunna fastslå att dessa är de som sitter på mest kunskap och information gällande Infopunkt, och användarvanor kring mjukvaran?
Ja dom här använder sig av Infopunkt dagligen i sitt arbete, där emot är jag lite osäker på hur pass mycket Kundsupport använder sig av Infopunkt då jag tror dom mest felsöker i olika system.

Bilaga 2 Intervju med Respondent Robert Ek
2013-04-19

Intervju med användare av Infopunkt.

Respondent: Robert Ek.

Yrke: Arbetar med kundsupport hos uppdragsgivaren.

Plats: kontor i Norrköping, vid avdelningen för Kundsupport,

Tid:09:00

Intervjuare: Oscar Winkelmann

Frågor & Svar

På vilket sätt använder du Infopunkt i ditt arbete?
Jag använder infopunkt när jag behöver få information om produkter eller tjänster som jag inte känner till sedan tidigare, det är så många produkter så det går inte att lära sig alla. Då är den bra att ha. Men i regel så använder vi den inte så mycket då vi mest gör felsökningar och felanmälningar här på kundsupport.

Är Infopunkt ett verktyg som underlättar ditt arbete?
Båda ja och nej, Infopunkt är väldigt krånglig och jag har svårt att förstå den trots att jag har arbetat här i två år. Men den underlättar så klart om jag hittar det jag söker efter men det är oftast svårt tyvärr.

Vad har du för åsikter gällande användarvänligheten i Infopunkt?
Infopunkt är hemsk. För det första så är sökfunktionen oduglig, även om jag söker på en produkt och skriver rätt stavning så är det inte säkert att den hittar produkten. Om jag inte hittar produkten eller tjänsten så måste jag börja leta manuellt, jag måste alltså försöka klicka mig fram till rätt produkt och ibland måste jag utföra så mycket som 14 klick för att ens komma fram till produkten och alla produktsidorna ser olika ut så det finns ingen möjlighet att lära sig en struktur som man kan följa, då det ändå kommer se annorlunda ut nästa gång jag letar efter en produkt. Det är på tok för dålig sökfunktion och för många steg för att det ska vara lätt att hitta rätt.

**Finns det något i Infopunkt gällande dess struktur (förklara struktur för respondent) som du skulle vilja ändra på?**

Jag vill att det ska vara mindre steg, alltså jag ska inte behöva klicka 14 gånger för att hitta fram till en produkt. Sedan tycker jag att sökfunktionen borde bytas ut eller göras om så den blir lite mer som Google, att den hittar även om man stavar fel. Sedan är det ju en massa sidor emellan alla produktsidor som borde skrotas totalt.

**Finns det några funktioner i Infopunkt som du saknar?**

Jag skulle vilja ha som en anslagstavla där jag kan lägga egna länkar och påminnelser till mig själv. Länkar till sådant som jag använder ofta, för idag har jag inte den möjligheten och får sitta och söka eller klicka mig fram varje gång.

**Finns det några funktioner i Infopunkt som du anser är överflödiga?**

Det finns en massa sidor som inte är nödvändiga, till exempel om jag ska undersöka en abonnemangstyp så går jag först in under abonnemang, sedan öppnas en sida för abonnemang, här kan jag sedan välja på företagsabonnemang eller Privatabonnemang. Väljer jag då företag så kommer jag till en sida med abonnemangsformer, sedan väljer jag ett abonnemang, och kommer då till en sida som berätta lite närmare om abonnemanget. Vill jag sedan ta reda på priser för abonnemanget så klickar jag på säljmaterial och då kommer jag till en sida med olika prislistor. När jag sedan väljer en prislista så kommer det upp ett fönster som frågar om jag vill öppna en PDF, på detta svarar jag ja och då öppnas PDF-dokumentet, förutsatt att jag har den senaste versionen av Adobe Reader, annars måste jag ringa till it-support och be dom installera det först. Observera att allt detta måste jag göra medans jag har en kund i telefon som får sitta och lyssna på musik och vänta.
Intervju med användare av Infopunkt.

Respondent: Stefan Ecker.

Yrke: Arbetar med kundtjänst hos uppdragsgivaren.

Plats: kontor i Norrköping, vid avdelningen för Kundtjänst,

Tid: 10:30

Intervjuare: Oscar Winkelmann

Frågor & Svar

På vilket sätt använder du Infopunkt i ditt arbete?


Är Infopunkt ett verktyg som underlättar ditt arbete?

Infopunkt underlättar när det fungerar som jag vill, alltså när jag hittar den informationen jag söker efter. När jag inte hittar det jag ska så är den värdelös.

Vad har du för åsikter gällande användarvänligheten i Infopunkt?

(Respondenten börjar skratta)

Det finns ingen användarvänlighet i Infopunkt och ibland tror jag inte den är gjord för oss människor. Den är inte användarvänlig eller rätter sagt den är allt utom användarvänlig då man alltid måste kämpa för att hitta rätt. Det är ovanligare att jag hittar vad jag söker efter än att jag hittar. Ibland skippar jag Infopunkt och söker information på Google i stället.)
Finns det något i Infopunkt gällande dess struktur (förklara struktur för respondent) som du skulle vilja ändra på?

Finns det några funktioner i Infopunkt som du saknar?
Ja jag skulle vilja kunna lägga till favoriter, alltså länkar till saker så jag slipper leta efter dom varje gång om och om igen, detta vet jag att majoriteten här på avdelningen skulle vilja ha. Du vet som ett eget kryp in, en egen form av sida där jag kan ha mina egna grejer.

Finns det några funktioner i Infopunkt som du anser är överflödiga?
Ja det finns hur mycket som helst som borde tas bort, som till exempel alla onödiga mellansidor som beskriver sådan som är självlklart ändå. Om jag till exempel klickar på telefoni så fattar jag inte varför jag ska få komma till en sida som ger mig valet att välja på fast eller mobiltelefoni. Detta är vansinnigt och de borde slås ihop. Mycket sådana grejer är det hela tiden.

Bilaga 4 Intervju med Respondent Linus Gustafsson.
2013-04-23

Intervju med användare av Infopunkt.

Respondent: Linus Gustafsson.

Yrke: Butikssäljare hos uppdragsgivaren.

Plats: butik i Sickla Stockholm.
Tid: 10:30

Intervjuare: Oscar Winkelmann
Frågor & Svar

På vilket sätt använder du Infopunkt i ditt arbete?
Jag använder Infopunkt när jag behöver information om tjänster och produkter.

Är Infopunkt ett verktyg som underlättar dittarbete?
Tyvärr måste jag säga nej då jag tycker att Infopunkt är för konstigt uppbyggt för att det ska vara till någon större hjälp. Jag går hellre in på Företagets officiella hemsida och letar efter informationen där.

Vad har du för åsikter gällande användarvänligheten i Infopunkt?

Finns det några funktioner i Infopunkt som du anser är överflödiga?
Sökfunktionen är överflödig så länge den inte fungerar, sedan måste det finnas 100-tals onödiga sidor som man kan ta bort, ja jag menar sådana där mellansteg innan man klickat fram till det man söker efter. Jag tycker även att man skulle ta bort pdferna och ha den infon på vanliga sidor i Infopunkt.

Finns det några funktioner i Infopunkt som du saknar?
Nej inget vad jag kan komma på just nu, eller jo en riktig kraftig sökfunktion som alltid hittar det jag söker efter (skrattar)

Finns det något i Infopunkt gällande dess struktur (förklara struktur för respondent) som du skulle vilja ändra på?
Jag som jag sa innan så är det en massa mellansteg som ska tas bort så jag inte behöver klicka mig fram så himla långt, innan jag hittar det jag letar efter.

Bilaga 5 Intervju med Respondent Anna Svensson
2013-04-24

Intervju med användare av Infopunkt.

Respondent: Anna Svensson.

Yrke: Butikssäljare hos uppdragsgivaren.

Plats: butik i Nacka Forum.

Tid: 11:00

Intervjuare: Oscar Winkelmann

Frågor & Svar

På vilket sätt använder du Infopunkt i ditt arbete?
Jag måste tyvärr säga att vi inte använder Infopunkt då vi tycker den är för dålig

Är Infopunkt ett verktyg som underlättar ditt arbete?
Nej vi använder den som sagt inte längre

Vad har du för åsikter gällande användarvänligheten i Infopunkt?

Finns det några funktioner i Infopunkt som du anser är överflödiga?
Det var så länge sedan vi använder den så jag kommer faktiskt inte ihåg.

Finns det några funktioner i Infopunkt som du saknar?
Se tidigare svar.

Bilaga 6 Intervju med Respondent Gudrun Forsell
2013-04-24

Intervju med användare av Infopunkt.

Respondent: Gudrun Forsell.

Yrke: Produktägare för växelsystemet Tilova hos uppdragsgivaren.

Plats: Mötesrum Trossen, vid avdelningen för Produktkommunikation, Byggnad H, Huvudkontor Solna.

Tid: 14:00

Intervjuare: Oscar Winkelmann

Frågor & Svar

På vilket sätt använder du Infopunkt i ditt arbete?
Jag arbetar som produktspecialist och är produktägare för växelsystemet Tilova. Jag använder Infopunkt när jag behöver granska den information som finns på Tilovas produktsida i Infopunkt. Det måste jag göra ganska ofta då specifikationerna gällande tjänsten ofta ändras, som priser och annat. Sedan använder jag Infopunkt till att kolla så att den information som jag har skickat till redaktörerna har pressenterats i Infopunkt på det sättet som jag beställt, så att inget har blivit tokigt.

Är Infopunkt ett verktyg som underlättar ditt arbete?
Ja det hjälper mig att sprida informationen om Tilova till de som behöver den. Hade jag inte haft Infopunkt hade jag ju fått ringa runt till alla avdelningarna i Sverige eller postat allt (skrattar)

Vad har du för åsikter gällande användarvänligheten i Infopunkt?
Jag tycker Infopunkt känns gammal och trött, och att allt går segt. Jag lider med de som använder systemet då jag vet hur mycket dom måste kämpa för att hitta i Djungeln av Information. Jag får ofta samtal från butiker och kundtjänst som desperat försöker hitta information i infopunkt, men tillslut get upp och ringer direkt till mig och frågar.

Finns det några funktioner i Infopunkt som du anser är överflödiga?
Nej inte som jag kan komma på såhär, eller jo det finns en hel del sidor mellan informationen som skulle kunna tas bort då jag tror att de som använder Infopunkt får klicka ganska mycket för att ta sig fram på sidan.

Finns det några funktioner i Infopunkt som du saknar?
Ja jag skulle vilja ha en bättre sökfunktion, en sökfunktion som hittade det man sökte efter även om man till exempel stavar fel eller inte riktigt vet vad en produkt eller tjänst heter.

Bilaga 7 Tidsplan

<table>
<thead>
<tr>
<th>Vecka</th>
<th>Att göra:</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>v.1</td>
<td>Boka träff med butiker samt kundtjänst, leta forskningsmaterial, tar fram grund för rapport.</td>
</tr>
<tr>
<td>v.2</td>
<td>Leta efter liknande lyckade projekt, dokumentera mitt arbete samt ta fram intervju frågor och förbereda inför observation hos kundtjänst.</td>
</tr>
<tr>
<td>v.3</td>
<td>Göra förskisser till sitemap, dokumentera mitt arbete, undersöka nuvarande Produktguiden.</td>
</tr>
<tr>
<td>v.4</td>
<td>Besöka butiker och utföra observation samt intervju, dokumentera mitt arbete.</td>
</tr>
<tr>
<td>v.5</td>
<td>Besöka kundtjänst i Norrköping för observation samt intervju, dokumentera mitt arbete.</td>
</tr>
<tr>
<td>v.6</td>
<td>Sammanställa insamlad information, dokumentera mitt arbete.</td>
</tr>
<tr>
<td>v.7</td>
<td>Sammanställa insamlad information, dokumentera mitt arbete.</td>
</tr>
<tr>
<td>v.8</td>
<td>Skissa på sitemap/struktur med utgångspunkt från insamlad information, och redan befintliga, lyckade, liknande projekt.</td>
</tr>
<tr>
<td>v.9</td>
<td>Skissa på sitemap/struktur med utgångspunkt från insamlad information, och redan befintliga, lyckade, liknande projekt.</td>
</tr>
<tr>
<td>v.10</td>
<td>Redovisa en färdig rapport samt sitemap för min handledare och skola.</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Bilaga 8 Övergripande designstrategi

Övergripande designstrategi för Infopunk 2.0.
2013-05-02

Målgruppsstyrning, för inloggade användare ex. kundtjänst, kundsupport, butik och produktägare.

1. Implementering av ”egen sida” där länkar och dokument kan sparas för individuellt, personligt bruk.
2. Rensa bort överflödiga webbsidor.
3. Minska ner antalet steg i navigationen.
4. Förbättra sökfunktionens egenskaper.
5. Slå samman information som finns utspridd över systemet.
6. Ge arbetsgrupperna individuella arbetssidor baserade på deras arbetsuppgifter.
7. Skapa en bestämd struktur för produktssidor.
8. Ge systemet en genomgripande minimalistisk prägel.
Bilaga 9 Sitemap över Infopunkt 2.0.
Sitemap (sidkarta) över strukturen i den uppdaterade, kommande versionen av Infopunkt.