

Att bygga webbplatser med framgång?

Denna artikel publicerades ursprungligen i Informators kundtidning 2008

När en ny webbplats utvecklas är målsättningen nästan alltid att den ska användas av så många som möjligt och att användarna ska återkomma så ofta som möjligt.

Webben har i många fall blivit företags främsta informations- och kommunikationskanal.

Så vad ska man göra för att uppnå detta? Hur bygger man en framgångsrik webbplats?

Jag anser att det finns fyra faktorer som borde lyftas fram mycket mer i webbutveckling för att bättre kunna säkra framgång.

- Att ta ett helhetsperspektiv på webbplatsen som tjänst
- Anlita kompetens inom informationsarkitektur och utvecklingsprocesser
- Användarperspektivet
- Webbens egenskaper som medium

Att ta helhetsperspektiv

Det första perspektivet är att utveckla sin webbplats utifrån ett helhetsperspektiv. En webbplats, som är något mer än ett enkelt skyltfönster eller en webbifierad broschyr, är så mycket mer än en massa information, HTML-kod, en design och ett antal funktioner. En webbplats påverkar ofta stora delar av en organisation på olika sätt och den kräver tid, resurser och en ständig förvaltning eller utveckling. En bra webbplats är dynamisk och levande till sitt innehåll och sin form.

Därför krävs det att man tar ett riktigt helhetsperspektiv, som inkluderar aspekter som organisationen, arbetsprocesser, informationshanteringen och ingående system. Allt detta påverkar och påverkas av webbplatsen. Om det är en kommunikationskanal så förväntar sig kunderna dialog, inte monolog. Men hur står det till med organisationen, med medarbetarna? Är de utrustade för att sköta en dialog med kunderna via webbplatsen?

Hur arbetar man med webbplatsen idag det vill säga hur ser processerna ut och hur kan man göra det bättre i morgon?

Klarar nuvarande verksamhetssystem en modern webbplats där kraven och behoven av e-tjänster stiger? Ju mer man ser av hela bilden, desto mer vet man vad man har att jobba med, hur man kan gå tillväga och vad som kan behöva göras.

Informationsarkitekten

När det gäller stora webbutvecklingsprojekt är mitt råd att anlita en informationsarkitekt. Denna ska oberoende från webbyrå, IT-konsulter och övriga utvecklare, fungera som projekt- och processledare. Denna roll ska ha befogenhet och ansvar för den övergripande utvecklingsprocessen och användarupplevelsen. Informationsarkitekten ska även kravställa och arbeta med att säkerställa en hög användbarhet och tillgänglighet.

Att använda en informationsarkitekt innebär också att det tredje området kommer in naturligt.

Användarperspektivet – fokus på användningen

Du kan ha hur bra information som helst men vad hjälper det om ingen hittar den på grund av en undermålig navigering eller överlastad design? Du kan ha världens häftigaste produkter att sälja men din e-handelsplats lär inte bli långvarig om det är svårare att handla hos dig än hos dina konkurrenter.

Det är användarnas helhetsupplevelse av din webbplats som i slutändan avgör om din webbplats är en framgång eller inte. Användarupplevelsen påverkas av alla de delar som webbplatsen byggs upp av – innehållet, den grafiska designen, navigeringen, hur väl den följer uppsatta standarder – och av hur enkel och effektiv webbplatsen är att använda.

En dialog med kunderna/användarna ger förutsättningarna att förstå vad de prioriterar och vad de behöver på webbplatsen men även vad de inte behöver. Att arbeta användarcentrerat och i kortare utvecklingscykler ger möjlighet att utvärdera förslag och lösningar under ett tidigt skede i utvecklingen. Detta minskar risken att göra fel. Prata med användarna, se hur de jobbar. Utgå inte från vad ni tror er veta om dem.

En viktig källa till dialog med användarna är att kontinuerligt utvärdera och testa era idéer, koncept och lösningar. Börja tidigt i processen. Kostnaden att göra om ökar enormt desto längre fram i ett utvecklingsprojekt man är. Att göra om en skiss kostar nästan inget men att koda om stora delar av webbplats kan kosta 100 000-tals kronor.

Webben som medium

Vad behöver du tänka på vad gäller webben som medium?

- *Webben är ett litterärt medium, snarare än ett visuellt.*
Även om bild, streaming etc har vuxit enormt de senaste åren, är ordet fortfarande förhärskande på webben. Grafisk design fokuserar på hur en sida ser ut, informationsarkitektur hur den kan läsas.
- *Webben är ett aktivt snarare än passivt medium*
Vi tar ständigt beslut, vi väljer, vi navigerar oss fram till den information vi söker efter. Något som ibland kan ändras under sökandets gång.
- *Webben är en visuellt begränsad miljö*
Skärmstorlekar kombinerat med upplösning, nedladdningshastigheter och liknande variabler, betyder att i det stora hela att bildupplevelsen mycket lägre på webben, jämfört med ett bildmagasin eller en flatscreen TV.
- *Webben nås genom datorer*
Datorer, på grund av deras historia men även hur de fortfarande i stor utsträckning används, är fortfarande fokuserade på att utföra arbetsuppgifter. Du sitter, du har skärmen framför dig. Även med en laptop.
- *Webben är ett tidskänsligt medium*
Det finns ett riktigt bra ord för att beskriva den genomsnittlige webbanvändaren: otålig. Folk tycker inte om att behöva vänta på webben. Det betyder inte bara att sitta och vänta på att ett Flash-intro ska laddas klart, utan även behöva klicka sig igenom flera lager av information för att nå fram till vad de söker.
- *Webbens grund bygger på att länka olika delar av innehåll till varandra*
Effektiv webbdesign handlar om att organisera och klassificera innehåll så att användarna kan hitta, läsa eller beskåda det.

Ebay, Google, Cisco, IBM är några exempel på organisationer som har en informationsansats snarare än en grafisk.

Sammanfattningsvis

Arbeta med användarna i fokus, ta från början ett helhetsperspektiv på webbplatsens utformning, glöm inte webbens egenskaper som medium och anlita rätt kompetens som tar ansvaret att se till dina användares och kunders behov blir uppfyllda.

Ulf Winroth
Symmetri Konsult AB
ulf.winroth@symmetri.se
www.symmetri.se