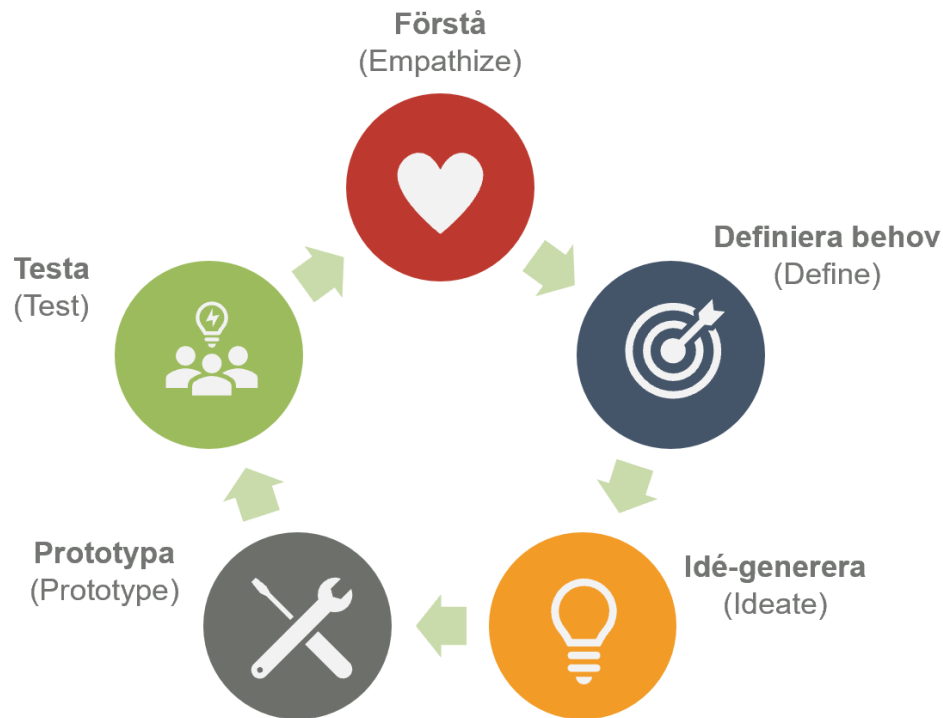
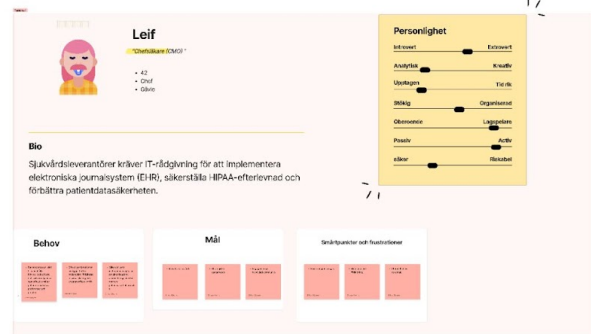
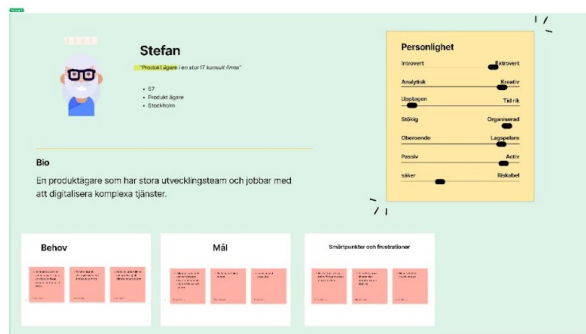
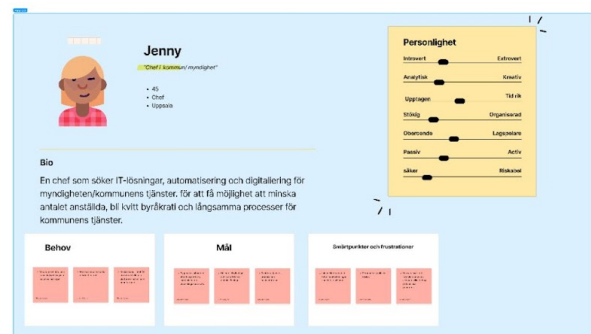
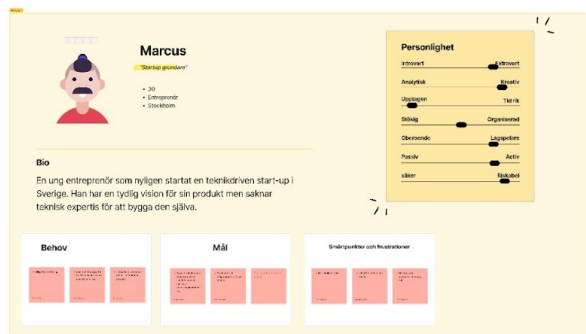


Designa om Easit Hemsidan



1- Förstå: Inledningsvis handlar det om att utforska och samla på sig insikter om problemformuleringen, målgruppen, intressenter, organisationens mål och det projektet verkligen vill åstadkomma. Här är empati ett nyckelord för att verkligen förstå människans behov.

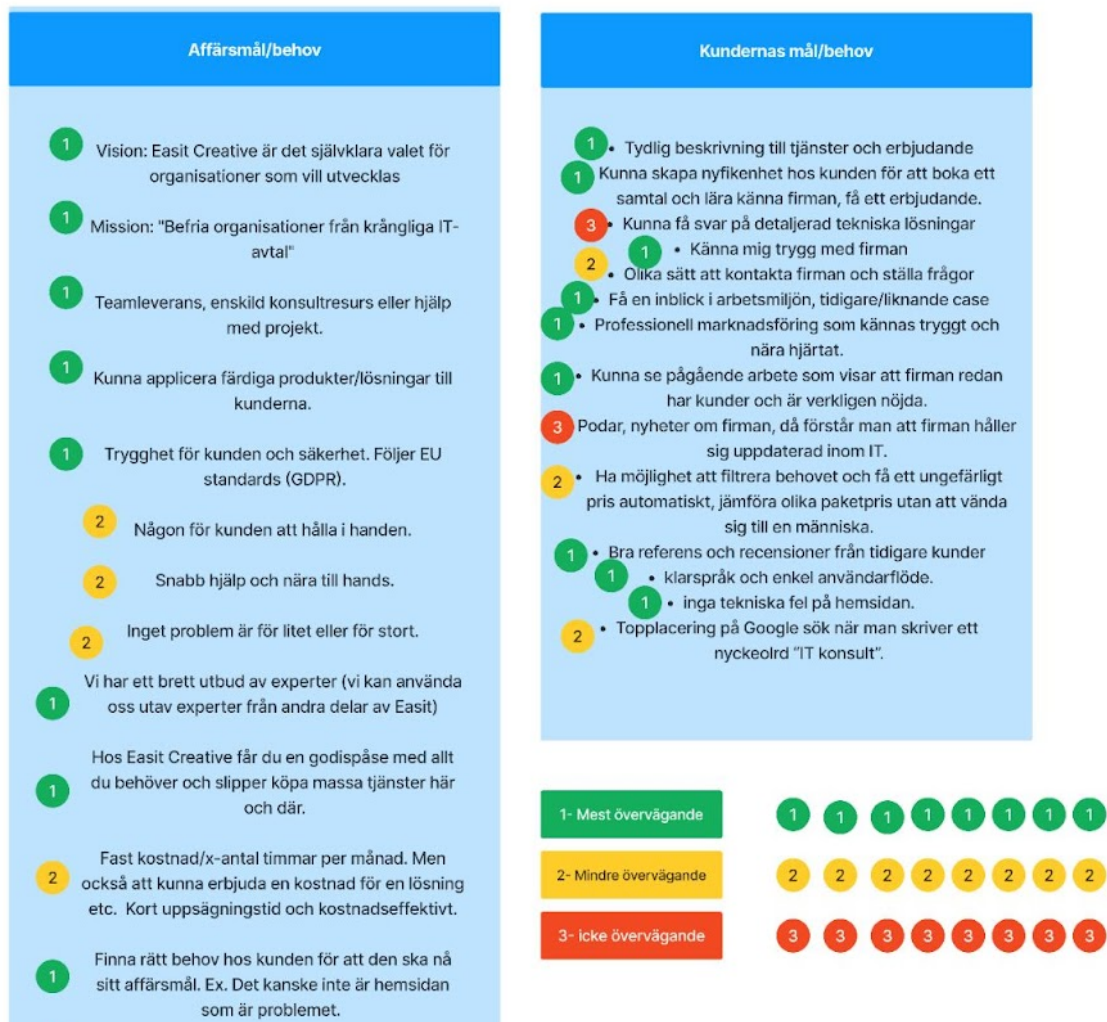
Eftersom Easit är en B2B hemsida, började jag första fasen med det följande Mind Mapping för att få en helhetsbild av affärs målet, datainsamlingsmetoder, innehåll och struktur, liknande B2B hemsidor, konkurrenser och tidigare studier.



3- Idégenerera: Sedan följer en idégenereringsfas där man ska försöka hitta flera sätt att lösa problemet. Detta görs lämpligen som en brainstorming och får mer effekt om man blandar grupper av olika discipliner. Där ska man tänka fritt och högt. Det är inte här som begränsningarna ska sättas.

Tillsammans med en kollega i designteamet samlade vi insikter i två olika kategorier: firma och kund, sen övervägande vi insikterna

i tre olika nivåer. Så vi vet vad vi ska fokusera på hemsidan.

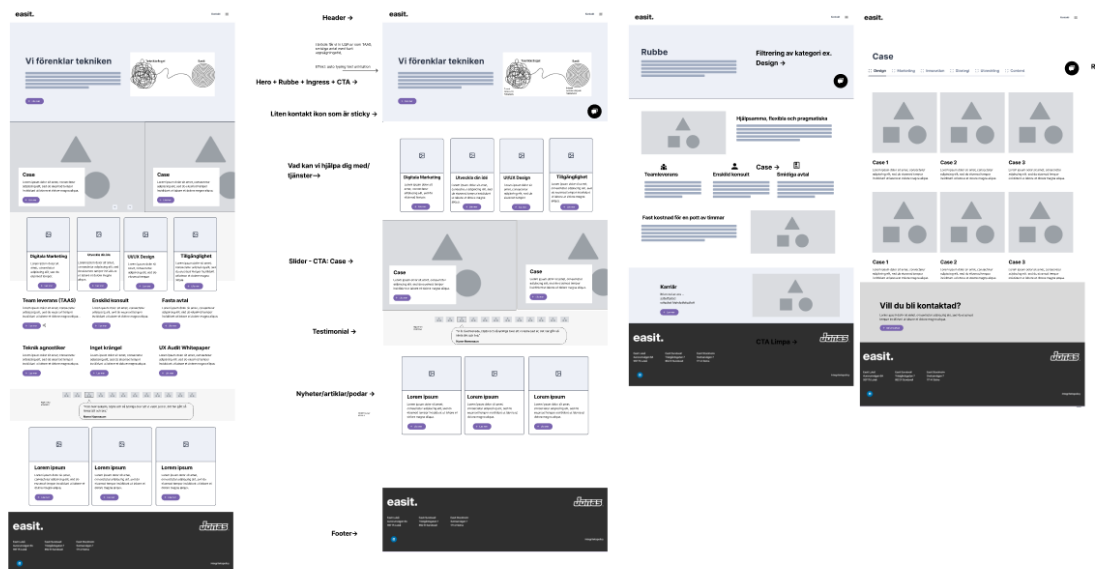


Sen flera användarflöde och en potentiell sitemap är designad baserad på prioriteringen ovan. På så sätt har man ett flöde och struktur till sidan, sen kan man ha det i tanken och se möjlighet för förbättring när man börjar med prototyp fasen.

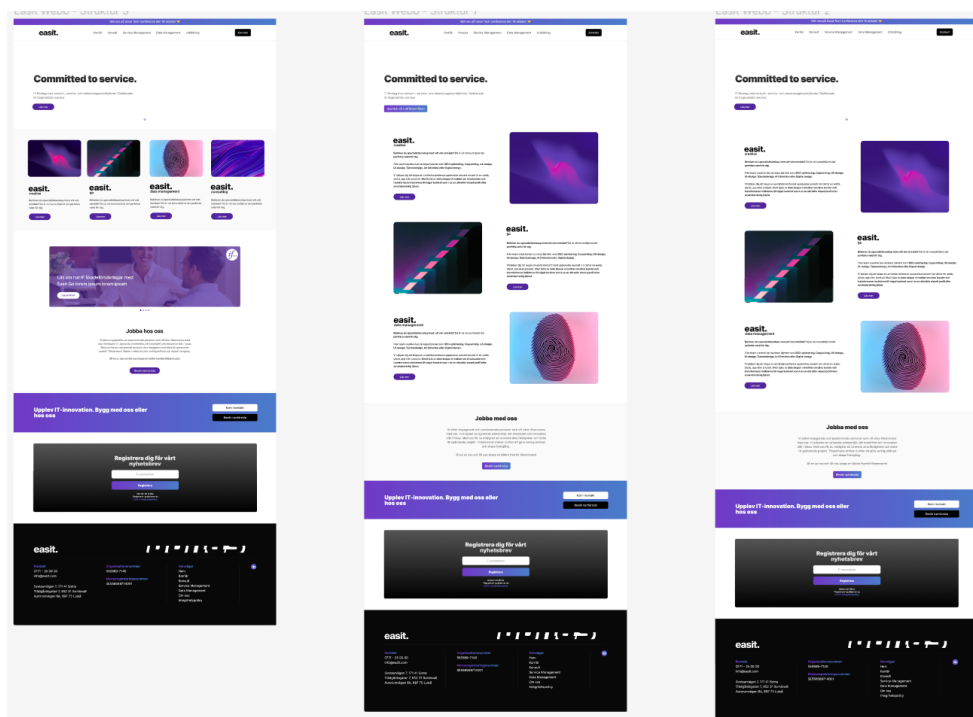
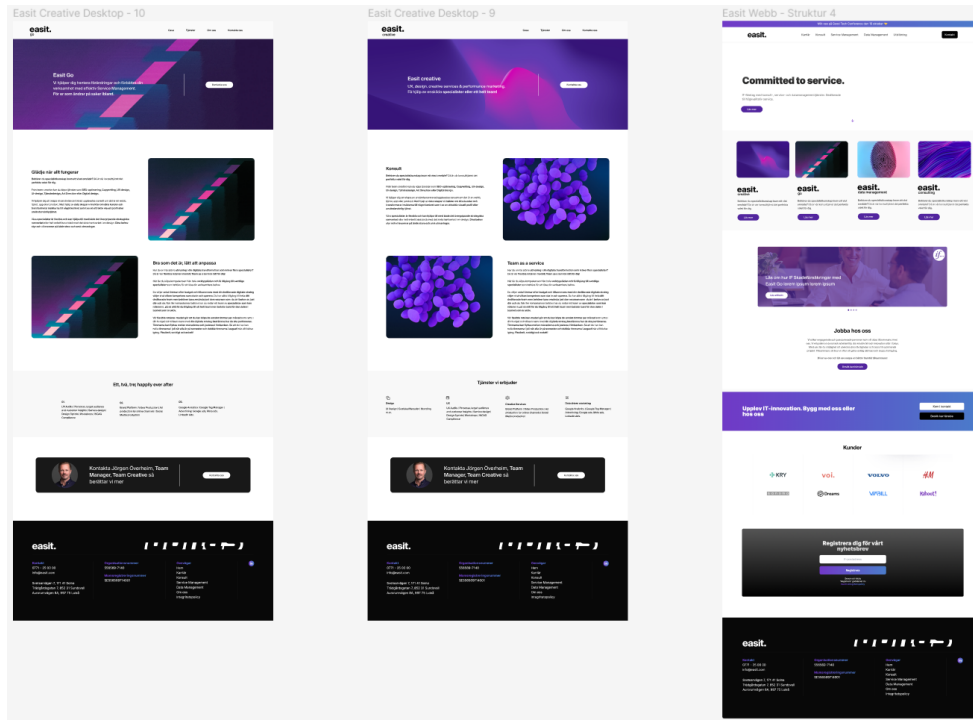


4- Prototypa: En fas av experimenterande där det handlar om att välja ut den eller de lösningar man tror mest på, dvs de som löser problemet på bästa sätt. Det är här du värderar idéerna och undersöker hur pass realistiska de verkligen är. Ta därefter fram en prototyp för att utvärdera lösningen. Prototyper kan byggas på alla möjliga sätt, av lego, papper eller direkt i något kurs utvecklingsverktyg.

- Low fidelity prototyping



- High fidelity prototyping



- WP utveckling: <https://www.easit.com/>



5- Testa: Slutligen, i test-fasen ska idén/erna testas på målgrupp och intressenter. Utvärdera, ställ frågor och betrakta beteenden. Här ska du dra rationella slutsatser och kritiskt värdera om idén faktiskt löser ett verkligt behov och problem, om den är realiserbar i teknisk mening och om den kan överleva ur ett ekonomiskt perspektiv.

Expert review testing har genomförts: även känd som expertutvärdering, kritik, bedömning, är vad namnet antyder. Det är en process när UX-proffs genomför en analys av en digital produkt, från en webbplats till en tjänst.

Sammanfattning av resultat

	Poäng	# Frågor	# Svar	Betyg
Hemsida	15	20	20	88%
Uppgiftsorientering	40	44	44	95%
Navigering & IA	15	29	29	76%
Formulär & datainmatning	0	23	0	
Förtroende och trovärdighet	12	13	13	96%
Skrivande & Innehållskvalitet	21	23	23	96%
Sidlayout & Grafisk formgivning	32	38	38	92%
Sök	0	20	0	
Hjälp, feedback & feltolerans	0	37	0	
Totalpoäng		247	167	90%

