

USERPILOT

Rådgivning om User Experience

USERPILOT

Hovedvagtsgade 6
DK – 1103 København K

Tlf: 5959 7676

E-mail: info@userpilot.dk

Web: www.userpilot.dk

”En hjemmesides succes afgøres alene af brugerne.
Hvilken oplevelse giver du dine brugere?”

1. Hvorfor bekymre sig om User Experience?

User Experience er definitionen på den oplevelse, en bruger har med din hjemmeside. Denne oplevelse kan enten være god, dårlig eller neutral. Hvis du vil sikre dig, at brugeren besøger din hjemmeside mere end én gang, er du nødt til at give brugeren en god oplevelse. Uanset om formålet med din hjemmeside er at sælge produkter, at brande din virksomhed eller at vise så mange bannere som muligt, så er den underlagt det samme præmis som alle andre sider, nemlig brugerens præmis.

”Ignorerer du brugernes behov, staffer de dig med dårlige besøgstal og lav konvertering.”

2. Lad brugerne sætte dagsordenen

Internettet minder til en vis grad om det vilde vesten; nye hjemmesider og koncepter opstår og uddør med en sådan fart, at det nogen gange kan være svært at følge med. Kun få virksomheder formår at skabe varig succes på nettet, og endnu færre formår at skabe en god forretning. Fælles for de som formår at følge med på nettet, er, at de hele tiden stiller sig selv spørgsmålet; kan og vil brugerne anvende vores hjemmeside? Brugernes behov ændrer sig løbende, og det bør reflekteres på din hjemmeside.

”En varig succes opstår kun, når brugerne både kan og vil anvende din hjemmeside.”

User Experience handler om at sikre succes ved at lade brugerne sætte dagsordenen for din hjemmeside. Ved at anvende de rigtige metoder og redskaber er det muligt at forankre viden om brugerne i din online forretning, og dermed skabe større sikkerhed for dine beslutninger.

3. Speciale i brugere

UserPilot er et konsulentbureau med speciale i brugere. Vi studerer og analyserer dine brugere, og hjælper dig med at integrere viden om brugerne i din online forretning. Udgangspunktet for vores analyser er en række kvalitative og kvantitative metoder, som giver stor sikkerhed omkring vores data og dermed grundlag for dine beslutninger omkring din virksomheds online strategi. For at give dig størst mulig indsigt i dine brugere, har vi kombineret den nyeste viden og de nyeste metoder fra Cognitive Science i vores arbejde med User Experience.

”Forskningsbaserede metoder giver større sikkerhed for dine beslutninger.”

4. Kompetencer

For at opnå præcise og relevante resultater tager vores undersøgelser altid udgangspunkt i grundigt gennemprøvede kvalitative og kvantitative testtyper, samt i en meget nøje udvælgelse af testpersoner fra vores omfattende brugerpanel. I forbindelse med dataindsamling benytter vi os af de nyeste teknologier inden for usabilityanalyse og effektmåling.

”Omdrejningspunktet for enhver analyse er din online forretningsstrategi og Key Performance Indicators.”

For at sikre størst mulig udbytte af brugerinddragelsen tager enhver analyse udgangspunkt i din virksomheds online strategi og key performance indicators. Kun med afsæt i strategien kan viden om brugerne anvendes til forretningsudvikling.

Inden for User Experience arbejder vi i fire områder:

- Forretningsanalyse
- Kvalitative analyser
- Kvantitative analyser
- Web analytics

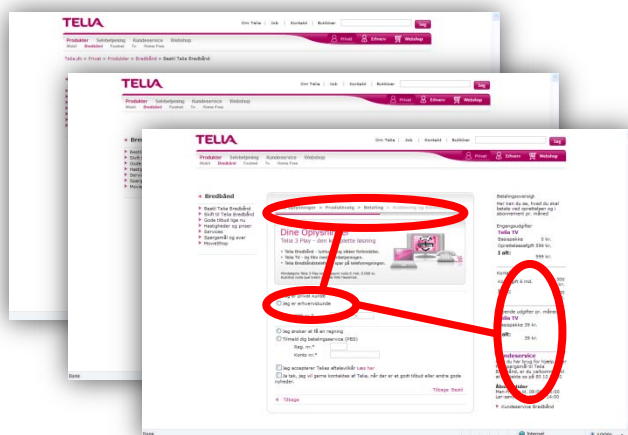
4.1 Forretningsanalyse

Enhver virksomhed har sine egne krav og behov, hvad angår tilstedeværelsen på nettet. Det afgørende for os er, at vi sikrer at din virksomheds online strategi altid er tilrettelagt, så den understøtter den generelle virksomhedsstrategi så præcist som muligt. Når vi indleder et samarbejde, lægger vi derfor meget vægt på at få kortlagt, hvilke forretningsprocesser i din virksomhed som kan og bør understøttes af hjemmesiden.

”Hvad er din hjemmesides tre vigtigste succesparametre, og hvordan måler du dem?”

4.2 Kvalitative analyser

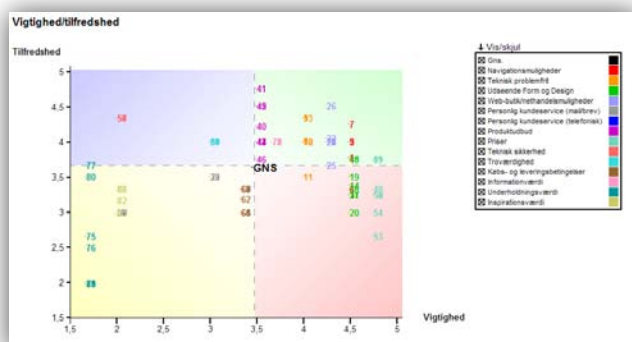
Inden for kvalitative analyser tilbyder vi en meget bred vifte af klassiske usabilitymetoder, samt enkelte nyere metoder inspireret af kognitionsforskning og kognitiv psykologi. Kvalitative metoder er velegnede til at skabe en operativ viden om brugernes behov på en måde, der kan danne direkte grundlag for forandringer på din virksomheds hjemmeside.



”Kvalitative analyser giver ofte anledning til meget konkrete forbedringsforslag.”

4.3 Kvantitative analyser

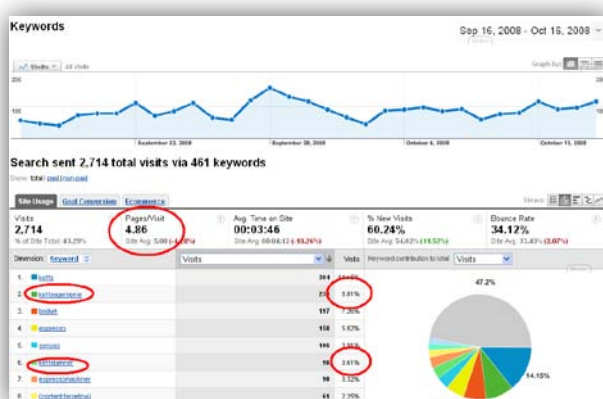
Inden for kvantitative analyser tilbyder vi i samarbejde med *EKG – Research & Planning* et helt unikt værktøj til Customer Satisfaction Management. Generelt for kvantitative analyser er, at de giver grundlag for strategiske overvejelser, hvor kvalitative analyser er mere målrettede mod genereringen af konkrete forbedringer på sitet.



”Kvantitative analyser giver grundlag for strategiske overvejelser; her ses en analyse af en hjemmesides indhold vurderet på vigtighed vs. tilfredshed.”

4.4 Web analytics

Langt de fleste virksomheder anvender allerede et software til at tracke og måle besøgende på deres hjemmeside, men kun ganske få virksomheder formår at fortolke og handle på de informationer, de har til rådighed. Med web analytics tager vi derfor ofte udgangspunkt i allerede eksisterende data, og kan i stedet koncentrere os om at anvende denne information rigtigt til skabe detaljerede beskrivelser af brugernes adfærd.



”Web analytics er ofte en skjult ressource i mange virksomheder. Udfordringen er ikke at indsamle data, men derimod at fortolke og handle på den tilgængelige information.”

5. Seneste referencer



Telia

Telia er en af Danmarks største aktører inden for mobil, fastnet, bredbånd og kabel-tv løsninger til både erhvervslivet og private.



StarTour

StarTour er en del af TUI Travel Plc. som er verden største rejsekoncern med over 30 millioner kunder om året og rejser til hele verden fra mere end 20 lande.



Netdoktor.dk

Flere end 100 af Danmarks mest fremtrædende læger, speciallæger og andre eksperter skriver, redigerer og opdaterer indholdet på Netdoktor.dk, som hver måned besøges af over 450.000 danskere.



Berlingske

Berlingske.dk ejes af Berlingske Media som med over 60 aviser og endnu flere webportaler, dækker hele landet, og hver uge er i kontakt med over 2.5 millioner danskere.



WWF

Verdensnaturfonden, også kendt som WWF, er verdens største og mest indflydelsesrige NGO (non-governmental organization), der arbejder for at bevare natur og miljø.



Erhvervs- og Byggestyrelsen

Startvækst.dk er en portal til iværksættere og virksomheder i vækst og drives af Erhvervs- og Byggestyrelsen i samarbejde med en række offentlige og private partnere.



Forest Stewardship Council

FSC står for Forest Stewardship Council og FSC's Chain-of-Custody (CoC)-certificering er den mest anerkendte mærkningsordning for træ i verden, og bakkes bl.a. op af WWF, Greenpeace og Nepenthes.

6. Kontaktoplysninger

USERPILOT KØBENHAVN

Ansv. Jakob Simonsen
Partner, Cand.mag.

Hovedvagtsgade 6, 5. Th.
1103 København K

Tlf: 5959 7676

Mob: 2972 4943

E-mail: js@userpilot.dk

Web: www.userpilot.dk

USERPILOT ÅRHUS

Ansv. Jacob Orquin
Partner, Cand.mag.

Gustav Wieds Vej 10
8000 Århus C

Tlf: 5959 7676

Mob: 2217 8621

E-mail: jo@userpilot.dk

Web: www.userpilot.dk

”Forestil dig at du vidste dobbelt så meget om dine kunder, som du gør i dag.”

USERPILOT

Hovedvagtsgade 6
DK – 1103 København K

Tlf: 5959 7676
E-mail: info@userpilot.dk
Web: www.userpilot.dk