



Internetbankers användbarhet

En kvalitativ användaranalys av
Föreningssparbankens och Skandiabankens Internetbanker

Usability on Online Banks

A qualitative user study of
Föreningssparbanken's and Skandiabanken's online banks

10-poängsuppsats i Informatik
Examinationsdatum 2004-02-05

Författare - Kerstin Andersson
Jimmy Delwér
Handledare - Bjarne Klemetz
Examinator - Lars Svensson

Sammanfattning

Denna uppsats behandlar användbarheten på Föreningssparbankens och Skandiabankens Internetbanker. Syftet är att utvärdera användbarheten på dessa två Internetbanker. Frågeställningen för rapporten är: *Vilka användbarhetsproblem stöter användare av Föreningssparbankens och Skandiabankens Internetbanker på när de utför sedvanliga bankuppgifter och vad beror problemen på?*

Vår teori för denna rapport utgår från området Människa- datorinteraktion (MDI) och behandlar bland annat användbarhet, kognition och webbdesign. Vi genomförde en komparativ kvalitativ användarundersökning där vi undersökte Internetbankernas användbarhet genom Think aloud-metoden. Testet skedde i laboratoriemiljö med sex stycken respondenter som utförde, av oss i förväg, specificerade uppgifter på den bank de själva använder samt även på den bank som de inte var bekanta med innan.

Våra resultat pekar på att Föreningssparbankens och Skandiabankens Internettjänster har klara brister på följande avseenden av användbarheten:

Informationen är ibland bristfällig och ibland för överflödigt som gör att man inte orkar läsa all text. Föreningssparbankens användare är vana med mer information och saknar detta på Skandiabanken.

Felmeddelanden talar inte om vad man skall göra åt problemet.

Navigationen är annorlunda på de båda bankerna och främst har nya användare problem med att få upp undermenyer på Skandiabanken, samt att bakåtknappar sällan går att använda.

Terminologin ställer till problem då användarna inte förstår innebörden av alla ord.

Effektiviteten är bättre på Skandiabanken men Föreningssparbanken är mer lättlärd.

Vår slutsats är att ovanstående problem uppstår främst då användarna interagerar med den nya Internetbanken. Men det beror inte på att hemsidan är mer användbar, utan att användarna helt enkelt är vana vid ett visst gränssnitt.

Abstract

The purpose of this bachelor thesis is to evaluate the usability of the two online banks Föreningssparbanken and Skandiabanken. The framing of our question is: *What kind of usability problems do users encounter when using Föreningssparbanken's and Skandiabanken's online banks and what is the cause of these problems?*

In this thesis we bring up the theory of human computer interaction (HCI) and discuss, for example, usability, cognition and web design. We have done a comparative, qualitative user study, where we have measured the usability of the online banks by using the *Think aloud* method. The tests were conducted in a laboratory environment with six participants who carried out tasks that were settled on beforehand, on both their own bank and the bank they never had used before.

Our findings show that both Föreningssparbanken's and Skandiabanken's online banks are lacking in the following aspects of usability:

Information: Skandiabanken lacks information and Föreningssparbanken has information overflow.

Error messages: It seldom gives users any help with what to do to resolve the problem.

Navigation: Different navigational approaches on the two Internetbank's leads to problems. Skandiabanken's sub-menus give new users problems. The 'back' button seldom works.

Terminology: The users have difficulties in understanding some words.

Efficiency: The efficiency is better on Skandiabanken but the learnability is better on Föreningssparbanken.

Our conclusion is that users have more problems with the interaction on the new Internetbank. This, however, is not due to good usability on their own bank, but rather the fact that the users are more experienced with that particular user interface.

Förord

Vi vill passa på att tacka våra testpersoner som ställt upp och givit oss mycket intressant material. Vi vill även tacka vårt bollplank Tomas Lindroth för att han alltid ställer upp samt naturligtvis vår handledare Bjarne Klemetz. Slutligen vill vi rikta ett tack till de personer som hjälpt oss med korrekturläsning samt kommit med små idéer till hur arbetet kunde förbättras: Therese, Mikael, Åsa, Kjell med flera. Tack så mycket.

1 INTRODUKTION	1
2 PROBLEMOMRÅDE.....	2
2.1 Syfte	2
2.2 Frågeställning	2
2.3 Avgränsning	3
3 BAKGRUND	4
3.1 Historik Internetbanker	4
3.2 Skandiabanken	4
3.2.1 Affärsidé.....	4
3.2.2 Användbarhet på Skandiabanken	4
3.3 Föreningssparbanken	5
3.3.1 Affärsidé.....	6
3.3.2 Användbarhet på Föreningssparbanken	6
4 TEORI	7
4.1 MDI - Människa- datorinteraktion.....	7
4.2 Användbarhet - definition.....	7
4.3 Användbarhet i praktiken	8
4.3.1 Kognition	8
4.3.2 Användbarhet på Internet	12
4.4 Vilka använder sig av Internetbank?.....	14
4.4.1 Varför använder man Internetbank?	15
4.5 Tidigare forskning.....	16
4.5.1 Tidigare undersökningar om Internetbanker	16
4.5.2 Tidigare undersökningar av Skandiabanken	18
4.5.3 Tidigare undersökningar av Föreningssparbanken	19
5 METOD.....	20
5.1 Faktainsamling	20
5.2 Olika metoder för att mäta användbarhet	20
5.2.1 Vilken metod ska man välja?	22
5.3 Vårt val av metod	22
5.3.1 Att labbtesta eller inte labbtesta - det är frågan	23
5.3.2 Att filma eller inte filma - det är en annan fråga.....	23
5.3.3 För- och nackdelar.....	24
5.3.4 Vad man bör tänka på.....	24
5.4 Så går vårt test till	25
5.4.1 Urval	27

5.5 Validitet och reliabilitet.....	27
5.5.1 Vår validitet och reliabilitet	28
6 RESULTAT OCH ANALYS.....	30
6.1 Skandiabanken.....	30
6.1.1 Användarnas egna funderingar över Skandiabanken	32
6.2 Föreningssparbanken	34
6.2.1 Användarnas egna funderingar över Föreningssparbanken	36
7 DISKUSSION.....	38
7.1 Information.....	38
7.1.1 Lagom är bäst	38
7.1.2 Tydliga exempel.....	39
7.2 Felmeddelanden.....	39
7.3 Navigation.....	39
7.3.1 Menysystemet	40
7.3.2 Klicka fram underrubriker.....	40
7.3.3 Att hitta rätt information.....	40
7.3.4 Bakåtknappens dilemma.....	41
7.4 Terminologi	41
7.5 Effektivitet kontra lärbarhet.....	42
7.6 Vanans makt.....	42
8 SLUTSATS.....	43
8.2 Vidare forskning.....	43
9 REFERENSER	44
BILAGA – RESULTAT AV ANVÄNDARUPPGIFTER.....	48

1 Introduktion

”Jag reser över hela världen, om den här tjänsten inte fanns så skulle inte jag kunna sköta mina egna bankaffärer. Just nu sitter jag i Hongkong och går på banken i Sverige.”¹

Alla människor i samhället har någon relation till banker, man kan hata dem eller så kan man älska dem. Oavsett vilket, är man tvingad att använda dem, då det var ett tag sedan vi fick vår lön kontant direkt i handen. Vi betalar våra räkningar, vi har lån på bilen, vi sparar våra pengar eller så konsumerar vi dem och behöver då kunna ta ut dem i en bankomat eller betala med betalkort. Internetbanker är ett relativt nytt fenomen som innebär att användaren har möjlighet att utföra sina bankärenden från en valfri plats och vid valfri tidpunkt. Det kan vara hemifrån eller från jobbet, på dagen eller på natten. För att användaren ska välja att använda denna nya möjlighet, istället för att göra som på det traditionella sättet och gå till banken personligen, krävs bland annat att Internetbanken är så pass användbar, att användaren anser, att det lönar sig att använda denna tjänst.

Vår uppsats kommer därför att handla om användbarhetsproblem på två Internetbanker. Vi kommer att försöka beskriva vilka problem man stöter på och vad dessa problem beror på. Håll i er, för här kommer vårt bidrag till världshistorien!

¹ Carlell, 2001: 79

2 Problemområde

Användaren har i och med Internetbankerna tagit över uppgifter som tidigare utfördes av bankpersonal med relevant utbildning. Eftersom det är essentiellt att banktjänster utförs på ett korrekt sätt, är det viktigt att användarna förstår hur man interagerar med Internettjänsten. Det skall även vara svårt för användaren att göra fel, eftersom det trots allt är pengar det handlar om. När man går in på Internetbanken vet man redan innan vad man vill uppnå. Därför bör man även kunna utföra sina ärenden på ett så snabbt och smidigt sätt som möjligt.

2.1 Syfte

Vi har valt att undersöka användbarheten på Internetbanker därför att vi anser att det är högst väsentligt att man anpassar sådana viktiga tjänster till användarna. Vi har valt att undersöka Skandiabanken som är en liten bank som vid flertalet tillfällen fått högst poäng i ickeakademiska undersökningar och jämföra den med den största Internetbanken i Sverige som är Föreningssparbanken². Dessa två Internetbanker har båda varit föremål för tidigare akademisk forskning, men aldrig tillsammans. Därför är det en intressant komparativ utgångspunkt. Dessutom har företaget Usability Partner, som ansvarar för Föreningssparbankens användbarhet samt företaget Mogul som jobbar med Skandiabanken, uttryckt intresse att ta del av studien.

Vårt syfte med denna uppsats är att ta reda på vilka användbarhetsproblem som finns på Föreningssparbankens och Skandiabankens Internetbanker. Liknande studier av olika banker har tidigare gjorts i andra uppsatser. Därför hade en uppsats till med samma syfte inte bidragit med så mycket ny kunskap. Därför kommer vi att gå ett steg längre och försöka analysera *varför* problemen uppstår. På så vis ger den här uppsatsen inte bara insikt i två specifika bankers användbarhetsproblem, utan ger även insikter i *varför* man får problem med interaktionen. Denna kunskap kan man applicera på andra bankers Internetbanker och till en viss del även på andra typer av webbplatser. Vi skiljer oss även åt från tidigare studier i den bemärkelsen att vi både testar en Internetbank som användaren har använt tidigare och en som är helt ny för dem. Inläringen av en Internetbank är inget man fokuserat på i tidigare uppsatser och därför anser vi det vara intressant.

2.2 Frågeställning

Vilka användbarhetsproblem stöter användare av Föreningssparbankens och Skandiabankens Internetbanker på när de utför sedvanliga bankuppgifter och vad beror problemen på?

Vi har valt att studera den frågan utifrån följande punkter:

När - Har vana och ovana användare samma problem med användbarheten?

Var - Var på sidan uppstår det problem?

Hur - Hur yttrar sig problemen?

Varför - Varför uppstår det problem med användargränssnittet?

Vi kommer dock inte att redovisa våra resultat efter dessa punkter utan endast använda dem som utgångspunkter i vår undersökning.

² Hallström, 2003

2.3 Avgränsning

Vi kommer att koncentrera vår undersökning till att titta på privatpersoners användande av valda Internetbanker. Vi kommer inte att ta upp avancerade bankuppgifter och kommer inte att gå in på säkerheten vid banköverföringar eller hur inloggningen går till för de olika bankerna. Vi kommer inte heller att ta upp användarproblem som relaterar till funktionshindrade eller någon annan grupp med speciella krav. Vår undersökning är av rent kvalitativ natur.

3 Bakgrund

Här nedan presenteras en kort beskrivning av de båda bankerna som ingår i vår undersökning. Vi går igenom deras verksamhet samt att vi redovisar hur de jobbar med att utveckla användbarheten på sina Internetbanker. Först gör vi dock en kort historisk överblick över Internetbanker generellt.

3.1 Historik Internetbanker

Eftersom banker är beroende av sina kunder gäller det för dem att kunna erbjuda tjänster som har hög tillgänglighet. Tidigare handlade det om att ha många lokala kontor med generösa öppettider. Sedan kom telefonbanken och man kunde plötsligt uträtta bankärenden när och var man ville så länge man hade tillgång till en telefon. Internet blev en ytterligare förlängning i denna utveckling. Skillnaden mellan Internetbank och telefonbank ligger dock inte främst i tillgängligheten, utan att man med Internetbanken får en grafisk presentation som ger en bättre överblick. Kritikerna menar att det inte är servicekänslan som styr denna utveckling mot mer tillgängliga tjänster, utan snarare bankernas strävan efter att kunderna skall klara av så mycket som möjligt på egen hand, eftersom det blir billigare för banken om kunden gör jobbet.³

Det var Östgötabanken som var först i Sverige med att starta en Internetbank i november 1996, tätt följd av storbankerna Föreningssparbanken och SEB. Från början kunde man bara utföra enklare typer av tjänster, men med åren har det tillkommit fler avancerade tjänster som att köpa aktier och fonder och att lägga upp återkommande överföringar.⁴

3.2 Skandiabanken

Skandiabanken, som är ett helägt dotterbolag till försäkringsbolaget Skandia, var från början en renodlad telefonbank som startade hösten 1994. De har idag 1400 anställda i Sverige, Norge och Danmark.⁵

3.2.1 Affärsidé

”Skandiabanken erbjuder kvalificerad personlig rådgivning för privat- och företagskunder med behov av sparande och trygghet. Utifrån en helhetssyn på kunden skapar vi lättillgängliga lösningar med högt kunskapsinnehåll som ger valfrihet och mångfald.”⁶

Skandiabankens vision är att de ska upplevas som den bästa banken för nordiska kunder genom att leda utvecklingen av ny teknik. De har satt upp som mål att ha 2 miljoner kunder i Norden år 2006 och ha en god lönsamhet.⁷

3.2.2 Användbarhet på Skandiabanken

Företaget Mogul (före detta Linewise) som har specialiserat sig på användbarhet, ansvarar för utvecklingen av gränssnittet på Skandiabankens Internettjänst. Deras fokus har legat på att kunderna enkelt skall kunna utföra sina bankärenden, utan att behöva ta personlig kontakt med banken. Därför har *användbarhet* och *komplett* varit två nyckelord under arbetet.

³ Rudberg, 1999: 19

⁴ Rudberg, 1999: 19

⁵ SkandiaBanken, 2003

⁶ SkandiaBanken, 2003

⁷ SkandiaBanken, 2003

När de började arbeta med webbplatsen utgick de från tre frågor. Vem är användaren? Vad vill användaren och hur lång tid vill användaren att det skall ta? ⁸

Niclas Reimertz på Mogul berättar att de redan från början har haft fokus på att uppfylla användarens behov. Han menar att Internetbanker är lite speciella på det sättet att man inte surfar runt för nöjes skull på deras webbplatser, utan har ett ärende att utföra. Därför skall det endast finnas nödvändiga funktioner, annars blir användaren förvirrad. Dessutom skall de underlätta så att de kan uträtta sina ärenden så snabbt som möjligt. De har arbetat efter 1-sekundsregeln. Den innebär att sidan skall ha laddats klart och användaren skall kunna avgöra om sidan är den de var ute efter och dessutom kunna se var de kan hitta rätt information inom loppet av en sekund. Man brukar på Mogul utvärdera sidors användbarhet i små grupper om 3-5 personer och så tidigt som möjligt i processen. Så gick det även till på Skandiabanken. I initialskedet användes endast ett mockup-test i form av en pappersskiss över designen, där användaren fick peka där de trodde man skulle klicka för att komma till olika mål. Den metoden används för att stoppa de mest uppenbara misstagen. När man kommit fram med en digital prototyp av hemsidan, användes denna på liknande sätt för utvärdering, med den skillnaden att användarna här faktiskt kan utföra sedvanliga bankärenden som till exempel att göra en överföring. ⁹ Man anser att det, som i fallet med Skandiabanken, räcker med ett mockup-test och två prototyptester för att finna 95% av de mest allvarliga felen. Resten av felen kan åtgärdas senare genom att studera frågor som kommer in till kundsupporten. ¹⁰

3.3 Föreningssparbanken

Föreningssparbanken bildades i början av 1997 då Föreningsbanken och Sparbanken Sverige slogs samman ¹¹. Idag är man en av nordens största banker med 16 000 anställda varav 9700 i Sverige ¹². Under andra kvartalet 2003 hade man 2 393 580 användare av deras Internetbank, varav 1 453 213 i Sverige och där 1 338 057 var privatkunder. ¹³ Därmed är Föreningssparbanken betydligt större än Skandiabanken.

1996 satte Föreningsbanken igång arbetet med att utveckla en Internetbank. ¹⁴ Då Föreningsbanken och Sparbanken Sverige slogs ihop behövde man en gemensam plattform ¹⁵. Den första versionen av Föreningssparbankens Internetbank, som kom 1997, var tämligen enkel i sin funktionalitet. De enda tjänster man kunde utföra var att överföra pengar, betala räkningar samt att titta på saldot. Sedan dess har tjänster som elektroniska fakturor, förfallodagsbevakning och fonder tillkommit. Man vill på Föreningssparbanken inte uppge hur mycket resurser man lägger ner på Internetbanken, men anger att motivet till satsningen bland annat är att man ser en möjlighet för kunderna att få kontroll över sin ekonomi oberoende av tid och rum. Man sticker inte heller under stolen med att man tjänar ekonomiskt på att kunderna gör jobbet själva. ¹⁶

⁸ Mogul, 2003

⁹ Reimertz, 2003

¹⁰ Reimertz, 2003

¹¹ Föreningssparbanken b, 2003

¹² Föreningssparbanken d, 2003

¹³ Föreningssparbanken c, 2003

¹⁴ Föreningssparbanken a, 2003

¹⁵ Föreningssparbanken b, 2003

¹⁶ Föreningssparbanken a, 2003

3.3.1 Affärsidé

”Föreningssparbankens affärsidé är att vara det självklara bankalternativet för privatpersoner, företag och lantbruk, kommuner och landsting och organisationer genom att erbjuda ett kundanpassat och lättanvänt utbud av finansiella tjänster. Föreningssparbankens kontorsrörelse kompletterad med Internet, telefon, postkontor och butiker gör banken till Sveriges mest tillgängliga bank.”¹⁷

3.3.2 Användbarhet på Föreningssparbanken

Då Föreningssparbanken startade sin Internetbank visste man inte så mycket om användbarhet på Internetbanker, eftersom det saknades forskning kring ämnet. Föreningssparbanken var tillsammans med Östgöta enskilda bank de första bankerna i Sverige att börja arbeta med den typen av frågor. Kraven från användarna har successivt ökat eftersom nya, oerfarna användare med lite datorvana ständigt tillkommer, då det finns ekonomiska och praktiska skäl att använda Internetbanken.

Föreningssparbanken har under sex års tid anlitat konsultfirman Usability Partners för att säkra användbarheten. Enligt en av grundarna av Usability Partners, Richard Whitehand, har man då främst använt den så kallade think aloud-metoden när man gjort användartester. Deltagarna får i ett labb utföra sedvanliga uppgifter som att logga in, betala räkningar och överföra pengar. Allt medan de berättar hur de tänker. Men det händer att användarna känner sig obekväma att tänka högt och då tvingar man dem inte, utan frågar dem istället efter testet hur de tänkte. De filmar testet så att man på ett tydligt sätt kan konkretisera var fallgroparna ligger och för att man enkelt kan visa sin uppdragsgivare så att även de lär sig något av testerna. Testet följs alltid upp av en intervju för att få en djupare förståelse.¹⁸

Usability Partners brukar använda allt mellan 6 och 20 användare men landar oftast någonstans mellan 8-16. Det beror helt på projektets storlek. Tidigare testade man endast på befintliga användare som använt Internetbanken mycket, och ofta var dessa så kallade early adopters vilka ofta är teknikintresserade personer som snabbt hoppar på nya tekniker när de dyker upp. Idag har användarna mer varierad bakgrund och kunskap och därför testar man både vana användare, nya användare och ibland även personer som ännu inte är kunder. På så sätt kan man se både hur snabbt man kan lära sig produkten och hur effektivt Internetbanken är när man väl lärt sig hur det fungerar. Man kombinerar ofta ett sådant test med olika typer av expertstudier.¹⁹

Genom åren som gått har de endast ändrat på små detaljer i layouten och då främst ändringar i navigationsdesignen.²⁰ Men det är inte enbart användbarhetstesterna som leder fram till förändringar. Man har även som användare möjlighet att klaga direkt till banken via hemsidan. Om klagomålen gäller enkla saker som inte är så dyra att åtgärda, som till exempel rena felaktigheter i texten, ändrar banken designen omgående. Om det däremot rör sig om större saker som kräver mer arbete, krävs det tid och eftertanke innan man ändrar, eftersom de måste tänka på att alla användarna blir påverkade av ändringarna.²¹

¹⁷ Föreningssparbanken d, 2003

¹⁸ Whitehand, 2003

¹⁹ Granberg & Olofsson, 2003: passim , Whitehand, 2003

²⁰ Whitehand, 2003

²¹ Granberg & Olofsson, 2003: passim

4 Teori

Nedan kommer vi att redogöra för den teori som ligger till grund för vår undersökning. Vi går igenom de olika aspekter som kan kopplas ihop med vår undersökning samt redovisar den tidigare forskning inom området som vi tagit del av.

4.1 MDI - Människa- datorinteraktion

Människa- datorinteraktion (MDI) handlar om att förstå människans kognitiva processer och hur dessa förhåller sig till teknologins användbarhet och funktionalitet. Man undersöker interaktionen mellan människan och datorn. Det handlar om att förstå användargränssnittets principer samt vilka metoder som krävs för designprocessen samt hur man utvärderar med användbarhetstester. Vad man i slutändan är ute efter är att få användbara produkter.²² En definition av MDI är följande:

“A discipline concerned with the design, evaluation and implementation of interactive computing systems for human use and with the study of the major phenomena surrounding them.”²³

Människa- datorinteraktion är ett tvärvetenskapligt fält som behandlar informatik, datavetenskap, ingenjörsvetenskap, psykologi, sociologi och ergonomi och som är en del av en större helhet som man kallar användarcentrerad design. Användarcentrerad design definieras av Preece som att ”designa datorsystem som stödjer och hjälper människor att utföra sina aktiviteter på ett produktivt och säkert sätt”.²⁴

Från början har datorsystem designats av och för tekniker. Därför har fokus kommit att ligga på systemets funktionalitet, alltså att systemet klarar av de uppgifter det är tänkt att göra. Vid en användarcentrerad utvecklingsprocess utgår man istället från användaren och dennes krav och behov.²⁵

4.2 Användbarhet - definition

Användbarhet är ett begrepp med en vid innebörd och därför varierar definitionerna beroende på vem man frågar. En definition av användbarhet är ”den grad i vilken användare i ett givet sammanhang kan bruka en produkt för att uppnå specifika mål på ett ändamålsenligt, effektivt och för användaren tillfredsställande sätt”.²⁶ Andra menar att användbarhet är en egenskap av kvalitet som försäkrar att produkten tar hänsyn till beställarens och målgruppens syften.²⁷ Dessa två behöver alltså inte vara samma person. Beställaren kan vara kunden som betalar för att få en webbsida gjord och målgruppen kan vara användaren av webbsidan.²⁸

Användbarhet kan också definieras som relevans, effektivitet, attityd och inlärningsförmåga. Relevans är om produkten ser till användarens behov. Effektiviteten talar om hur snabbt användarna kan utföra sina uppgifter. Attityden är användarnas upplevelser av sidan

²² Högskolan Trollhättan/Uddevalla

²³ Usability Sciences Consulting, 2003

²⁴ Preece, 1994: 1

²⁵ Usability Sciences Consulting, 2003

²⁶ Usability Partners: 2003

²⁷ Ottersten & Berndtsson, 2002: 14

²⁸ Norman, 1988: 155

och inlärningsförmåga är hur lätt det är att lära sig systemet både på kort och på lång sikt.²⁹ ISO, som står för The International Organization for Standardisation, använder följande definition av användbarhet:

”Den utsträckning till vilken en specificerad användare kan använda en produkt för att uppnå specifika mål, med ändamålsenlighet, effektivitet och tillfredsställelse, i ett givet användningssammanhang.”³⁰

Den lite krångliga formuleringen gör alltså gällande att man skall anpassa produkten till målgrupperna, användningssituationen och målgruppens förväntade syften.³¹ Jakob Nielsen, som är en guru när det gäller användbarhet på webben, delar upp användbarhet i fem faktorer.

1. **Lärbarhet** - hur snabbt man lär sig ett nytt system.
2. **Effektivitet** - hur väl man kan använda systemet efter inlärningsperioden.
3. **Lätt att komma ihåg** - hur väl man kommer ihåg systemet efter en tids uppehåll.
4. **Felhantering** - hur många fel som användaren gör och hur lätt det går att lösa dessa.
5. **Tillfredsställelse** - hur den subjektiva uppfattningen av systemet är.³²

Detta är några av de definitioner av användbarhet som finns och vi anser att dessa räcker för att ge en tydlig bild vad användbarhet är och innebär för oss. Vi kommer att utgå från Nielsens definition av begreppet användbarhet, eftersom han på ett bra sätt tydliggör olika användbarhetsegenskaper så man förstår innebörden av de olika faktorerna.

4.3 Användbarhet i praktiken

Användbarhetsregler härstammar från två faktorer. Dels finns det regler som är formade utifrån kognitiva kunskaper och dels så finns det regler som bildats av allmängiltiga konventioner.³³ Vi kommer därför att först gå igenom vad kognition är innan vi går in på användbarhet på Internet.

4.3.1 Kognition

Användbarheten på en webbplats avgörs av hur pass väl interaktionen mellan användaren och datorn fungerar. Därför är det viktigt att förstå de kognitiva aspekter som finns med i interaktionen när människan ska förstå systemet.³⁴ Kognition handlar om: ”Människans informationsprocesser, det vill säga vårt sätt att inhämta, bearbeta och använda information om omvärlden.”³⁵ De stimuli som vi får in i vår hjärna genom våra sinnen upptas i våra mentala eller kognitiva processer och jämförs med vår tidigare kunskap för att vi ska förstå dess innehåll och mening.³⁶ Kognitionsvetenskap handlar således om hur vi människor tar till oss, lagrar och återhämtar informationen genom varseblivning (visuell, audiellt etcetera) och hur vi lagrar det i lång- eller korttidsminnet, hur vår begreppsbild ser ut samt hur vi resonerar och löser problem. Förenklat kan man säga att allt vi gör kräver tankearbete och det är den processen i hjärnan som är kognition.³⁷ Dessa processer kan vara både medvetna och omedvetna. De omedvetna processerna sker utan att vi tänker på

²⁹ Almström, 2002

³⁰ Gulliksen & Göransson, 2002

³¹ Ottersten & Berndtsson, 2002: 14f

³² Nielsen: 1993: 25

³³ Nielsen, 1999: 52

³⁴ Preece, Roger & Sharp, 2002: 73f

³⁵ Lundh, Montgomery, och Waern, 1992: 7

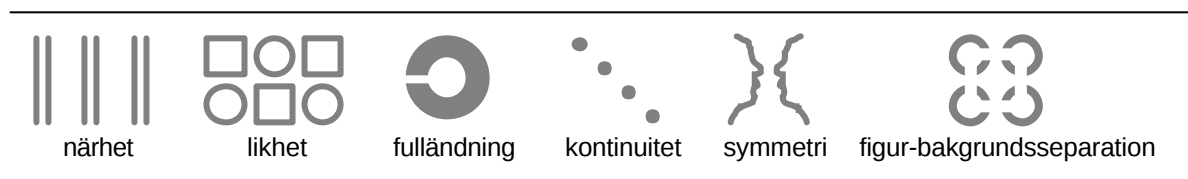
³⁶ Arai, 1999: 9f

³⁷ Arai, 1999: 9f

dem. Det kan vara saker som vi lärt oss för länge sedan. De medvetna processerna kan vara saker som att läsa och prata. Vi kan endast utföra ett väldigt begränsat antal sådana processer samtidigt och i och med denna begränsning måste vi prioritera bland våra sinnesintryck.³⁸ Det vi prioriterar främst är ljud, rörelse, storlek, form och färg.³⁹

När vi avläser vår omgivning tar vi in all information och rensar bort, vad vi upplever som, onödig information. Det betyder att ju mer information det finns desto längre tar denna bearbetningsprocess.⁴⁰ Vi väljer alltså den enklaste, mest stabila och bästa geometriska formen. Vi följer vad man kallar för gestaltlagarna, vilka är följande.⁴¹

- **Närhetslagen** - Vi grupperar omedvetet saker som ligger nära varandra.
- **Likhetslagen** - Likaså grupperar vi saker som liknar varandra. Det kan gälla såväl färglikhet som formlikhet. Denna gruppering vinner över närhetslagen.
- **Fulländning-tillslutninglagen** - Vi tenderar att se mönster i upprepade föremål och fyller i det som saknas. Om en figur normalt är sluten, som till exempel en cirkel, och det vid ett tillfälle är ett litet mellanrum så att cirkeln inte riktigt är hel, ser vi ändå det som en cirkel.
- **Kontinuitetslagen** - Vår strävan efter fulländning istället för oregelbundenhet. Om det saknas något fyller ögat själv i så att det ser ut som en helhet. Till exempel ses prickar på rad hellre som ett streck än enskilda prickar som inte har med varandra att göra.
- **Symmetrilagen** - Enskilda symetriska figurer tenderar att bli sedda som samstämmiga figurer.
- **Figur-bakgrundsseparationslagen** - Tydliga, enkla figurer framträder framför komplexa diton.⁴²



All den här kunskapen kan man praktiskt använda vid designen av en webbsida då man skall försöka tydliggöra strukturen. Men det skall sägas här att ett användargränssnitt aldrig kan förmedla ett mönster, utan endast underlätta för användaren att hitta det själv.⁴³

Vad har kognition med datorer att göra?

Kognition handlar inte bara hur information representeras och behandlas i det naturliga systemet, hos oss människor, utan går även att tillämpa på datorer. Datorernas uppgift är att bearbeta och presentera information. Man försöker på sätt och vis att kopiera människans beteende i datorn.⁴⁴ Och om man skall förstå sig på hur man på ett vettigt sätt ska utveckla funktionella och användbara system måste man först studera de kognitiva processer som finns hos det man försöker avbilda - nämligen människan. Alltså kan man dra nytta av den kunskap man fått fram inom kognitionsvetenskapen och applicera denna kunskap inom MDI. Rent konkret kan det handla om att ta till vara på kunskap som att vi

³⁸ Preece, Roger & Sharp, 2002: 73f

³⁹ Ottersten & Berndtsson, 2002: 132

⁴⁰ Ottersten & Berndtsson, 2002: 128

⁴¹ Araï, 1999: 19

⁴² Allwood, 1998: passim, Araï, 1999: 19f, Gulliksen, 1993 och Gärdenfors, 2003

⁴³ Ottersten & Berndtsson, 2002: 138

⁴⁴ Gärdenfors & Balkenius 2003

prioriterar text framför färg, att bilder tolkas snabbare än text, att man läser snabbast om text och bakgrund är i kontrastfärger.⁴⁵ Att det generellt går 20-30% långsammare att läsa på skärm än på papper, att man läser fortare om texten är vänsterjusterad, blandad med både gemener och versaler med tecken utan seriffer.⁴⁶ Genom MDI-studier kan man iaktta fenomen, men man lånar ofta teorier från kognitionsvetenskapen för att förklara sina observationer. Man kan alltså säga hur det förhåller sig med hjälp av MDI och varför det är så med hjälp av kognitionsvetenskapen.⁴⁷

Mentala modeller

Hur vi tolkar vår omgivning beror på vilka mentala modeller vi bär på. En mental modell är en avbildning av allt runt omkring oss, som vi bär i vårt huvud.⁴⁸ Dessa modeller är inte knutna enbart till synen utan är kopplade till alla sinnen.⁴⁹ Vi formar vår mentala modell om oss själva och vår omvärld utifrån vår erfarenhet, träning och instruktioner. Det kan vara frågan om både praktisk och teoretisk kunskap. Varje individ har en egen unik mental modell och den ändras dessutom hela tiden. Varför skall man då veta vad en mental modell är när man pratar om MDI? Jo, det är med denna mentala modell i bagaget som vi tolkar vår omvärld, så även användargränssnittet på en webbsajt. I dagens grafiska datasystem kan vi gömma alla tekniska detaljer som får programmen att fungera. Användargränssnittet, eller systembilden, är till för att hjälpa oss förutse vad som händer om vi interagerar med systemet. Om systembilden är inkorrekt, motsägelsefull eller på något sätt brister i informationen, blir det fel i vår mentala modell. Då måste vi omarbete vår mentala modell så att den stämmer, vilket är en krävande process.⁵⁰

Det är alltså en svår utmaning att designa ett grafiskt gränssnitt som vi på ett enkelt sätt kan tolka med hjälp av våra mentala modeller. Ett problem med systemutveckling är att designern ofta tror att dennes konceptuella modell överensstämmer med användarens mentala modell. Men designern interagerar med användaren genom systembilden och det är där det går fel.⁵¹ Vad som skiljer designerns mentala modell och användarens dito, är att designern har varit med och utvecklat systemet och har således en väldigt djup mental modell av hur systemet fungerar, till exempel hur Googles sökmotor egentligen går tillväga när man söker. Användaren å andra sidan har generellt sett en väldigt vag bild av den bakomliggande tekniken. Men å andra sidan skall det inte behövas utan det skall räcka med att veta hur man interagerar med systemet. Man kan då underlätta för användaren genom att ha transparens i ett system, alltså göra så att användaren förstår hur systemet är uppbyggt, utan för den delen tvingas till studier i systemvetenskap.⁵²

Slutsatsen av detta problem blir att det är viktigt att man har användartester genom hela designarbetet så att man får fram hur de tänker. Svårigheten i detta arbete mot en ekvivalent mental modell ligger i att vi alla utvecklar olika mentala modeller. Vi har med oss olika saker i bagaget och även om man kan dela in användare i olika grupper och beskriva dess karakteristiska egenskaper kan du aldrig helt synliggöra en persons mentala modell eftersom det handlar om våra tankar. Vi kan däremot konstatera att om man måste ta sig genom en tjock manual eller läsa i hjälpen för att klara av ett nytt program kan det inte ses

⁴⁵ Ottersten & Berndtsson, 2002: passim och Nielsen, 2002: passim

⁴⁶ Ottersten & Berndtsson, 2002: 131

⁴⁷ Ottersten & Berndtsson, 2002: passim och Nielsen, 2002: passim

⁴⁸ Norman, 1988: 13f, Preece, Rogers & Sharp, 2002: passim och Faulkner, 1998: 54

⁴⁹ Lundh, Montgomery, och Waern, 1992: 71

⁵⁰ Norman, 1988: 13f, Preece, Rogers & Sharp, 2002: passim och Faulkner, 1998: 54

⁵¹ Norman, 1988: 13f

⁵² Preece, Rogers & Sharp, 2002: 92f

som något annat än ett misslyckande. Vi vet att mer än 90% av användarna av en ny produkt struntar i att läsa manualen utan testar själv först ⁵³.

Metafor

En metafor hjälper användaren att förstå den konceptuella modellen av systemet, genom att man utnyttjar användarens tidigare kunskaper om något som man har en tidigare erfarenhet av och sätter in dessa i ett nytt sammanhang. Ett exempel som ofta nämns är kundvagnen som de flesta e-handelsplatser använder sig av. Man har alltså tagit en kundvagn som man använder i en vanlig dagligvaruaffär och överfört dess betydelse till den virtuella världen. Nielsen anser att man skall se upp med metaforer då de lätt kan förvirra användaren mer. I exemplet med kundvagnen kan man inte överföra dess betydelse fullt ut. Till exempel så skiljer sig handlingsmönstret åt när man handlar fler produkter. I en vanlig affär lägger man i en vara åt gången och upprepar handlingen tills man fått önskat antal. På e-handelsplatsen kan man göra det mycket smidigare genom att istället ange antal. Trots denna skillnad anser Nielsen att man skall använda kundvagnen. Men det beror inte på dess metaforiska betydelse, utan på att den vid det här laget blivit en sådan standard att de flesta vet hur man använder den. Men man bör vara oerhört varsam när det gäller att skapa nya metaforer. När man på en e-handelsplats försökte vara nymodiga och vid jul bytte ut kundvagnen mot en släde, medförde den satsningen att hälften av användarna inte hittade släden alls. Att några över huvud taget hittade den berodde inte på att de fick hjälp av metaforen som sådan, utan snarare på att det inte fanns någon kundvagn att klicka på och att de därför genom uteslutningsmetoden kom fram till att de måste använda släden. ⁵⁴ Slutsatsen får här bli att metaforer som fungerar som till exempel papperskorgen och kundvagnen är bra då de avlastar våra kognitiva processer, men att man bör vara väldigt restriktiv med att införa nya metaforer.

Minnet

Minnet kan delas in i korttidsminne, långtidsminne och sensoriskt minne. I *korttidsminnet* sparar vi information upp till 20-30 sekunder. Vi kan endast lagra 7-9 enheter, till exempel ett telefonnummer med 9 siffror. Om man skall klara att hålla längre enheter i huvudet måste man gruppera upp informationen i mindre grupper. ⁵⁵ 1949240503 kan grupperas upp i mindre enheter som får en betydelse. 1949 föddes min mamma, 24 är det numret jag bodde på förut, 0503 är datumet för moster Agdas födelsedag. Alltså behöver jag bara komma ihåg tre enheter. 1949 24 0503.

Långtidsminnet kan i sin tur delas in i procedurminne, episodiskt minne samt semantiskt minne. I procedurminnet lagras information som till exempel hur man cyklar eller kör bil. Saker man övat på länge sker nästan omedvetet. Det episodiska minnet är som en dagbok där vi kan läsa om vad som har hänt oss själva. I det semantiska minnet däremot, lagras rena skolkunskaper; som att Kebenekajse är Sveriges högsta berg och att 2:a världskriget började 1939. ⁵⁶

Med hjälp av det *sensoriska minnet* lagrar vi information från våra sinnen; lukt, smak, syn, hörsel och känsel. ⁵⁷ Sådan information lagras under cirka en tiondels sekund. Därefter

⁵³ Ottersten & Berndtsson, 2002: 36

⁵⁴ Nielsen, 2000b: 180f

⁵⁵ Arai, 1999: 79f, Lundh, Montgomery, och Waern, 1992: 83f, Ottersten & Berndtsson, 2002: 134 och Preece, Rogers & Sharp, 2002: 82

⁵⁶ Arai, 1999: 82f och Ottersten & Berndtsson, 2002: 133

⁵⁷ Arai, 1999: 79f och Ottersten & Berndtsson, 2002: 133

försvinner den mesta informationen, medan en del lagras i korttidsminnet eller långtidsminnet.⁵⁸

Varför kommer vi då ihåg vissa saker men inte andra? Det beror på flera saker; multiplikationstabellen kommer vi ihåg beroende på hur ofta vi använder den, när vi använde den senast och om vi har några associativa händelser till när vi lärde oss multiplikationstabellen. Vad man dock kan konstatera är att vi lättare känner igen än kommer ihåg exakt. Om vi får en fråga med flervalsalternativ är sannolikheten alltså större att vi klarar frågan än om vi får svara fritt utan alternativ.⁵⁹

4.3.2 Användbarhet på Internet

När man pratar om användbarhet på Internet kan man dela in det i tre områden, innehållsdesign, siddesign, och webbplatsdesign. Innehållsdesign är vad för något man presenterar och på vilket sätt. Siddesign handlar om hur man skall strukturera upp informationen på en enskild sida på ett korrekt sätt och webbplatsdesign handlar om hur man skall strukturera upp hela webbplatsen. Man kan alltså säga att om man hittar till rätt sida men inte ser den information man letar efter har siddesignen användbarhetsproblem, och om man inte hittar sidan alls så har webbplatsdesignen användbarhetsproblem.⁶⁰ Nedan följer en mer ingående beskrivning över de olika delarna av användbarhet.

Innehållsdesign

Eftersom det är innehållet som är det väsentliga på webbsidan, bör själva innehållet utgöra minst 50% och gärna upp mot 80% av ytan⁶¹. Vad man måste vara medveten om när man arbetar med webben, är att man inte kan överföra tryckt information direkt till webben. Det är väldigt sällan som man läser allt på en webbsida, oftast så skummar man bara igenom innehållet. Vi nämnde tidigare att mer information gör att tolkningen i vår hjärna tar längre tid. Därför måste man också anpassa sidorna efter vårt beteende och korta ner all information.

Siddesign

Det önskemål som oftast återkommer från användarna är snabbare nedladdningstider. Det gäller alltså att vara restriktiv med användandet av bilder och annan form av media. En annan sak man bör tänka på, är att nedladdningstiderna inte bör variera så mycket på en och samma webbplats eftersom användaren när denne har öppnat en viss sida på webbplatsen förväntar sig en viss nedladdningstid på resterande sidor.⁶² Man vet att vi märker fördröjning i systemet på mer än en sekund när man till exempel klickar på en länk och då behövs någon form av feedback. Vid tio sekunder eller mer är det svårt att bibehålla koncentrationen och därför skall man i allra möjligaste mån försöka undvika sådan fördröjning. Feedback bör enligt Ottersten och Berndtsson:

- **Visa när systemet arbetar**⁶³ - så att användaren inte febrilt försöker klicka på åtgärdsknappen igen.
- **Visa resultat användaren har presterat**⁶⁴ - som när man söker på exempelvis Google, där man får besked hur sökningen gått oavsett om man fått någon träff

⁵⁸ Arai, 1999: 80

⁵⁹ Ottersten & Berndtsson, 2002: 135

⁶⁰ Nielsen, 2000b: passim

⁶¹ Nielsen, 2000: 42

⁶² Nielsen, 2000: 42f

⁶³ Ottersten & Berndtsson, 2002: 138

⁶⁴ Ottersten & Berndtsson, 2002: 138

eller inte, så man inte sitter och väntar i flera minuter efter att sökmotorn arbetat klart. Man har lyckats att synliggöra processen utan att för den delen gå in på de rent tekniska aspekterna som inte så många förstår.

- **Formulera tydliga meddelanden**⁶⁵ - så att det framgår vad som är problemet och vad man skall göra åt det. Inte som en del av Windows felmeddelanden, där det endast står ett felnummer och inte vad det egentliga problemet är och vad man skall göra åt det.

När det trots allt gått snett och användaren behöver hjälp är det viktigt att man överallt kan nå en sökfunktion, samt att man kan få upp ett hjälpfönster. Detta fönster bör inte vara modalt, det vill säga det bör inte vara utformat så att man måste stänga ned det för att komma åt sidan man befann sig på, utan man skall kunna ha öppet båda fönstren samtidigt.⁶⁶

Sidan bör kunna anpassas till olika skärmupplösningar och helst inte vara längre än en skärmsida långt, det vill säga att man inte skall behöva skrolla för att se hela sidans innehåll. Man vet att få bryr sig om att skrolla eller använda rullisten och struntar då istället i den informationen som finns utanför skärmen. Reklam skall helst inte finnas alls, då det bara stör. Man bör även kunna använda olika webbläsare och då även gamla versioner eftersom det kan ta lång tid innan alla användare uppdaterar sina webbläsare. Likaså skall sidan vara plattformsoberoende, det vill säga den ska gå att använda lika bra med olika operativsystem både på Mac-datorer och PC.⁶⁷

När det gäller typografin bör man, precis som i övrig siddesign, följa vedertagna grafiska standarder, så att det blir så lätt som möjligt för användaren när denna skall orientera sig på webbplatsen. Detta innebär i praktiken att man till länkar använder färgen blå och lila färg för besökta länkar samt att man har dem understrukna.⁶⁸ Om man inte gör det kan användarna bli förvirrade.⁶⁹ I en undersökning av 50 webbplatser som gjorts av Norman Nielsen group, såg man att länkarna var understrukna på 80% av sidorna. Obesökta länkar som var blå utgjorde 60%. I 74% av fallen ändrades färgen när man hade besökt en länk och i 54% av fallen blev länken då lila.⁷⁰ Man bör också tänka på att använda korta beskrivande ord och tydliga rubriker. Färgen på själva texten bör vara av en kontrastfärg till bakgrundsfärgen. 72% av sidorna i undersökningen använde svart text och nästan alla använde vit bakgrund.⁷¹ Som vi nämnde tidigare är det lättare att läsa vänsterjusterat text utan seriffer med både gemener och versaler och som har skarpa kontraster. Storleken har också en stor betydelse.⁷² Jämför själv texterna nedan.

Exempel på text som är lätt att läsa på skärm. Här har vi använt både gemener och versaler i ett typsnitt utan seriffer och vänsterjusterat texten. Dessutom ger svart och vit skarpa kontraster.

EXEMPEL PÅ TEXT SOM ÄR SVÅR ATT LÄSA PÅ SKÄRM!
HÄR HAR VI ANVÄNT ENDAST VERSALER I ETT TYPSNITT MED
SERIFFER OCH MITTCENTRERAT TEXTEN. SAMT ATT LJUSGRÅTT MOT
VIT INTE GER BRA KONTRAST.

⁶⁵ Ottersten & Berndtsson, 2002: 138

⁶⁶ Ottersten & Berndtsson, 2002: 138

⁶⁷ Nielsen, 2000: 42f

⁶⁸ Nielsen, 2000: 51

⁶⁹ Nielsen, 2001: passim

⁷⁰ Nielsen & Tahir, 2002: 51

⁷¹ Nielsen, 2002: 51

⁷² Ottersten & Berndtsson, 2002: 131

Webbplatsdesign

Användargränssnittet är det vi ser i form av knappar, menyer och färger. Ofta tänker man inte på det förrän det uppstår problem. Det blir det om det inte finns någon kontinuitet och struktur på sidan, eftersom vi då måste anstränga oss för att över huvud taget kunna orientera oss.⁷³ Det gäller alltså att avlasta våra kognitiva processer så att vi kan fokusera på uppgiften att hitta den information som vi är ute efter. Viktigt att komma ihåg är att vi lätt känner igen saker men inte kommer ihåg exakt hur det såg ut eller vad det stod. Det beror på att vi skapar oss en förenklad bild av vår omvärld. Därför behöver vi ledtrådar för att komma ihåg. Om man överför detta till webben kan det handla om att ge alternativ och ha bra sökalternativ i hjälpfunktionen.⁷⁴

Som vi nämnde tidigare, så efterfrågar användare snabbare nedladdningstid. Därför bör man inte ha välkomstsidor som har som enda uppgift att slussa vidare användarna till hemsidan. Av samma skäl bör text laddas före bilder. Eftersom man aldrig kan veta varifrån användarna kommer när de länkas in på en sida, skall man också vara noga med att berätta var de har varit, var de är och vart de kan komma. Alltså måste man kunna navigera sig vidare oavsett var på webbplatsen man slängs in. Detta kan man åstadkomma på flera sätt. Man kan använda sig av bakåtknappar eller en hemknapp för att användaren skall kunna gå uppåt i hierarkin. Man kan även använda sig av en tydlig webbadress till undersidorna, så kallade brödsmulor. Men det viktigaste med webbplatsen är ändå att man har en bra struktur. Användaren måste kunna se hur webbplatsen är upplagd så denna förstår var man kan tänkas hitta olika saker. Man skall försöka följa den gyllene regeln 3-klick-iväg. Alltså, inget får ligga djupare än tre klick från startsidan. Denna regel är dock svår att leva upp till på stora webbplatser.⁷⁵

För att summera alla användbarhetsfaktorer, kan man konstatera att man måste avlasta våra kognitiva processer genom att följa vedertagna designregler. Detta måste göras eftersom vi besöker väldigt många hemsidor och inte har möjlighet att lära om allt från början vid varje nytt besök. Nielsen påpekar ofta att de användbarhetsregler han arbetat fram, inte är lagar utan snarare riktlinjer. Vissa regler är viktigare att följa än andra. Där gäller det att man tar ett professionellt beslut om vilka regler som måste följas och vilka regler som kan brytas. Man skall också komma ihåg att användandet av riktlinjerna inte försäkrar god användbarhet. För att uppnå det måste det tillkomma en användbarhetsundersökning på den specifika webbsidan. Ibland säger dessutom de kognitiva reglerna en sak och de vedertagna webbdesignreglerna en annan. Till exempel så ser man färgen rött före blått och därför borde man av den anledningen ha länkarna i rött och inte blått som det är idag. Undersökningar har visat att allmängiltiga regler fungerar trots att de inte håller i teorin som i fallet med länkar.⁷⁶

4.4 Vilka använder sig av Internetbank?

Under Internetbankernas framväxt under 90-talet var det främst unga män i storstäderna med hög utbildning som anammade den nya tekniken⁷⁷. De så kallade early adopters var alltså samma kategori människor som man sett anammat annan ny teknik och även Internet i stort⁷⁸. Idag däremot när Internetbankerna har några år på nacken ser det lite

⁷³ Ottersten & Berndtsson, 2002: 90

⁷⁴ Ottersten & Berndtsson, 2002: 135

⁷⁵ Nielsen, 2000: 176f

⁷⁶ Nielsen, 1999: passim, Nielsen, 2000: passim

⁷⁷ Norlin, 1999: 2f

⁷⁸ IT-kommissionen, 1998: passim

annorlunda ut. Man kan grovt dela in bankanvändarna i tre grupper. 1 - osäkra och rädda, 2 - försiktiga och avvaktande och 3 - säkra. Den första gruppen karaktäriseras av lite konservativa människor med en rädsla för det nya. De är nöjda med att gå till ett vanligt bankkontor och uppskattar den personliga kontakt de får där. De har låg kunskap om Internet och söker heller inte aktivt information. De förknippar Internetbanker med isolering och anonymitet och saknar förtroende för dem. Personerna i denna grupp återfinns i alla ålderskategorier både i större städer och på mindre orter.⁷⁹

De försiktiga och avvaktande anser att säkerheten är lite opålitlig. Det är ett krav från deras sida att säkerhet garanteras för att de skall använda sig av tjänsten. De letar inte aktivt efter information, men tar å andra sidan till sig information när de blir serverade. Denna grupp återfinns i alla ålderskategorier både på landsbygden och i större städer.⁸⁰

Den säkra gruppen anammar snabbt den nya tekniken, då de anser att de sparar tid och får större frihet. De oroar sig inte över säkerheten och har inte heller behov av en personlig kontakt. Denna grupp har en viss övervikt i storstadsområdet och bland de något yngre.⁸¹

4.4.1 Varför använder man Internetbank?

Finansinspektionen gjorde på uppdrag av regeringen en undersökning där de undersökte sju Internetbanker genom att ge bankerna enkäter att svara på samt en användarundersökning med 1000 användare. Där framkom det att kunderna upplever att de får en bättre översikt, kontroll och större frihet att göra bankärendena när de vill, var de vill med Internetbanken.⁸² Resultatet från undersökningen visar på ett antal faktorer som styr valet av betaltjänst och de är följande:

Enkelhet - Användarna väljer bort tjänster som anses vara för svåra.

Tillgänglighet - Det är viktigt att Internetbanken har hög tillgänglighet när det gäller tider och platser.

Kontroll - Man vill ha någon sort kvittens på vilka räkningar som är betalda.

Säkerhet - Flertalet användare litar inte fullt på säkerheten vid transaktioner via Internet.

Snabbhet - Det skall gå snabbt för användaren att utföra sina Internettjänster.

Priset - Priset inverkar om än något mindre än övriga faktorer.

Rutiner - Våra vanor avgör i högsta grad vårt beteendemönster.⁸³

Enligt Camilla Carlell, doktor vid Stockholms universitet, använder man sig av Internetbanker av tre anledningar och dessa är kunskap, tillgång och förtroende. Användarna måste få kunskap om tjänsten för att se vad de skulle vinna på att använda denna. Det kan vara svårt för någon att se varför man skall ta över arbetsuppgifter som utbildad personal på banken gjort tidigare. De behöver även datorkunskap. När det gäller tillgång, måste man självklart ha en dator med Internetuppkoppling. Om man inte redan har dessa produkter blir det väldigt höga kostnader att skaffa dessa om de bara skall användas till Internetbanken. Eftersom det alltid kommer att finnas nybörjare som använder Internetbanker är det viktigt att man har en hjälpfunktion och support för användarna. Till sist har förtroende en stor påverkan. Det är viktigt att kunderna känner att systemet har en stor kapacitet, att informationen är saklig och riktig och att man upplever

⁷⁹ Finansinspektionen, 1999: 12f

⁸⁰ Finansinspektionen, 1999: 13f

⁸¹ Finansinspektionen, 1999: 13

⁸² Finansinspektionen, 1999: 13f

⁸³ Finansinspektionen, 1999: 18f

att allt är konfidentiell och autentiskt.⁸⁴ Annars kan det bli som i Nya Zeeland där 200 Internetbankskunder lurades att e-posta sina användaruppgifter och lösenord till sina Internetkonton. Man anade intet ont när avsändaren påstod sig komma från banken och att denne behövde undersöka att angivna e-postadresser stämde.⁸⁵

Det verkar som om användare som skall skaffa sig en Internetbank inte jämför olika Internetbanker med varandra innan de väljer, utan ansluter sig till den bank de haft sedan innan.⁸⁶ Kunder upplever även att man från bankens sida försöker påtvinga dem Internetbanken genom att höja avgifter för manuell betalning, minska öppettider, minska personal och lägga ner kontor. Till och med inredningen på bankkontoren tycks verka för snabba ärenden snarare än för förtroliga samtal med rådgivning.⁸⁷

4.5 Tidigare forskning

I detta avsnitt redogör vi för den tidigare forskning som vi tagit del av. Först presenteras forskning om Internetbanker i allmänhet följt av en mer ingående beskrivning av de båda bankerna som ingår i vår undersökning.

4.5.1 Tidigare undersökningar om Internetbanker

Svenska banker har generellt kommit långt med användbarheten både jämfört med andra länders banker och svenska e-handelsplatser. Att man kommit längre än e-handelsplatserna, beror dels på att Internetbankerna har några fler år på nacken och att de används flitigare. De flesta banker lägger därför kontinuerligt ned resurser på att utveckla sina Internettjänster när det gäller användbarheten.⁸⁸

Det har gjorts ett flertal uppsatser på C- och D-nivå där man undersökt Internetbanker och dess användbarhet. Banker som studerats är Föreningssparbanken, SEB, Nordea, Handelsbanken och Skandiabanken. Föreningssparbanken och Skandiabanken har dock aldrig ingått i samma undersökning. I de olika studierna har man hittat olika typer av användbarhetsproblem på Internetbankerna.⁸⁹ I en studie av SEB och Nordea kom man fram till att båda dessa brast i enkelhet och tydlighet.⁹⁰

Under tre veckors tid gick 5300 av Sveriges totalt 5,1 miljoner Internetbankskunder in på Privata Affärers hemsida, för att tycka till om sin egen bank. 16 banker ingick och huvudresultatet var att de allra flesta är nöjda med sin egen bank. Ungefär hälften av bankerna fick ett snittomdöme på drygt 4 av möjliga 5. Bland dessa låg Skandiabanken som hamnade på en tredjeplats totalt. Föreningssparbanken fick ett sämre snitt och hamnade på en delad tolfteplats på grund av dålig tillgänglighet. Skandiabanken fick snäppet bättre betyg än Föreningssparbanken på områdena 'service och support' samt 'betala räkningar'. Däremot var det omvända förhållanden i kategorin 'säkerhetslösningar'.⁹¹ Här skulle vi dock vilja påpeka att gemene man inte kan göra en kvalificerad bedömning av säkerhetslösningen. Vi tror snarare att det är en fråga om att Föreningssparbankernas kunder upplever en högre säkerhet eftersom de måste knappa in koder flera gånger under besöket på Internetbanken.

⁸⁴ Carlell, 2000: 41f

⁸⁵ Wistrand, 2003: 6

⁸⁶ Lindström & Pettersson, 2002: 23f

⁸⁷ Finansinspektionen, 1999: 15f

⁸⁸ Piatidis, 2003

⁸⁹ Se t.ex. Granberg & Olofsson, Lindström & Pettersson, Andersson & Lind

⁹⁰ Andersson & Lind, 2002

⁹¹ Markwll, 2003: 38f

I en studie från Nya Zeeland, gjord av Chong och Paynter, säger de att kunderna är mindre benägna att registrera sig och använda Internetbanker om kunderna anser att systemet är komplicerat eller svårhanterat. Kunderna anser även att användandet av överflödigt grafik och animationer är onödigt då de anser att detta påverkar nedladdningstiden för sidan negativt. De banker som har bäst förutsättningar för att lyckas med sin Internettjänst är de banker som tillhandahåller tjänster som är fria från tekniska problem, har kort svarstid, alltid har uppdaterad information, har ett lättanvänt och användbart gränssnitt och som är väl medvetna om de olika säkerhetsaspekterna som finns vid användning av Internetbanker.⁹²

I en intervju med en svensk bank gjord av Augustson och Saether, hävdar banken att den stora massan av användarna upplever att inloggning, överföring och betalning går ganska smärtfritt. Om man läser bankens instruktioner skall det inte vara några problem att utföra dessa uppgifter. De problem som uppstår beror ofta på att personerna överför sin kunskap av tidigare gränssnitt till Internetbanken och så blir det en krock när det inte stämmer överens. Bankerna får många önskemål om att ändra gränssnittet till det som någon annan bank har.⁹³

Cybercom

Företaget Cybercom Group har i tre års tid gjort en årlig utvärdering av svenska Internetbanker. De banker som är med i undersökningen är Danske Bank Sverige filial, Föreningssparbanken, Handelsbanken, ICA Banken, Ikanobanken, Nordea, SEB, Skandiabanken och Stadshypotek Bank.⁹⁴ Undersökningen genomfördes genom att samtliga banker fick svara på ungefär 400 frågor om sina Internettjänster. Efter detta så genomfördes en kundundersökning med kunder till Föreningssparbanken, Skandiabanken samt Handelsbanken. Man tillfrågade 10500 kunder, varav 8720 svarade, om sina åsikter och synpunkter på respektive bank. Skandiabanken med ett index på 687 av 1000 möjliga kom på första plats i årets undersökning och gick därmed om fjolårets vinnare SEB. Föreningssparbanken, med ett index på 588, kom på tredje plats i denna undersökning och placerade sig strax efter SEB.⁹⁵

Synpunkter på vad kunden efterfrågade och ansåg som viktigt var först **enkelheten**. Det måste vara enkel för kunden att hantera Internettjänsten. Detta gäller hela vägen från inloggning till att hantera tjänsten. Nästa aspekt var **funktionalitet** och tjänster. De områdena som användarna prioriterade var konto, betalningar och kundens totala engagemang. Kunden ville även ha hög **tillgänglighet**. Det ska gå att använda Internetbanken 24 timmar om dygnet, året om. Det ska även gå att använda dessa med de flesta operativsystem och med olika webbläsare. Nästa aspekt var **säkerheten** på Internetbanken. Kunderna är väldigt måna om att ha god säkerhet, men vad som är tillräcklig säkerhet fanns det många åsikter om. Den sista aspekten var **snabbheten**. Internetbanken skall inte innehålla någonting som kan dra ner snabbheten på sajten. Det gäller speciellt för användaren, speciellt för kunder som använder vanliga modem till sitt surfande.⁹⁶

⁹² Chung & Paynter, 2002

⁹³ Augustson Saether, 2003: 55f

⁹⁴ Cybercom, 2003

⁹⁵ Cybercom, 2003

⁹⁶ Cybercom, 2003

Värt att notera är att prisfaktorn inte nämndes alls. Man såg också att de flesta bankerna bara överfört de traditionella tjänsterna utan att utnyttja mediets kapacitet. Ett undantag från detta var Föreningssparbanken och Nordea som infört korttransaktioner online. Vidare uppmanade man bankerna att ge kunderna full tillgång till alla bankuppgifter till exempel årsbesked. Man såg gärna att de skulle bli bättre på elektronisk certifiering och man önskade en satsning för folk med handikapp och språksvårigheter.⁹⁷

4.5.2 Tidigare undersökningar av Skandiabanken

Tidningen Internetworld har gjort två undersökningar där de testar de flesta av Sveriges Internetbanker. Den första gjordes 1999 och den andra 2001. Vinnaren båda gångerna var Skandiabanken. Internetworld ansåg att det var den mest kompletta Internetbanken med det mest lättnavigerade gränssnittet, de bästa tjänsterna och den bästa totalupplevelsen för användarna.⁹⁸

I tidigare nämnda undersökning av Privata Affärer, blev Skandiabanken utsedd till årets Internetbank 2003. Betyget gällde inte bara användbarhet utan mer generellt. Motivet till den bedömningen var bland annat att Skandiabanken satsar på den tekniska utvecklingen. Detta är dock till nackdel för dem som inte hänger med i uppdateringsruschen. Till exempel kan man endast använda vissa webbläsare. En annan förbättring är att det nu går att lämna meddelanden på 200 tecken. Certifikatet, som används för att elektroniskt identifiera användaren, har också förbättrats på så sätt att man kan välja giltighet på en timme om man till exempel använder en offentlig dator.⁹⁹

I Aftonbladets test som vi nämnde tidigare, fick Skandiabanken omdömena logiskt, överskådligt och kompakt.¹⁰⁰ Året innan gjorde Aftonbladet ett liknande test där en användare uttryckte att hon alltid kom fram snabbt, instruktionerna var tydliga och gav en extra eloge till hjälpfunktionen 'bankord' där man kunde hitta förklaringar till komplicerad terminologi.¹⁰¹

I en uppsats från 2002 av Lindström och Pettersson där man undersökte användbarheten, kom man fram till att de flesta problem på Skandiabanken återfanns inom terminologin, Vilket bekräftar andra studiers resultat. Vidare tyckte flera av användarna i undersökningen att sidan gav ett rörigt intryck med så mycket information på startsidan. Det framkom även åsikter som att sidan inte var anpassad för nybörjare. Två av fem användare ville ha möjlighet att göra personliga inställningar på bankens sida. Dessutom upplevdes det som svårt att komma tillbaka till startsidan, eftersom det saknades en 'startknapp'. En annan person uttryckte att det på kontoöversikten upprepades information om vem som var kontoinnehavare, något som användaren borde veta. De hade även problem med att fylla i datum på rätt sätt. Felmeddelandet man får upp i samband med detta var även det förbryllande för användaren. Man hittade brister när det gäller att vara konsekvent. Det var bland annat ordningen på för- och efternamn som varierade samt utseendet på den elektroniska inbetalningsavin. Man upptäckte även problem med feedback när man betalade räkningar, då man inte med en gång såg att pengarna hade dragits från kontot. En hjälpfunktion saknades på vissa sidor. Dessutom gjorde den dåliga färgkontrasten att hjälpfunktionen blev svår att läsa. Slutsatsen av den studien var att sidan genomgående var

⁹⁷ Waymaker Pressrelease, 2003

⁹⁸ Kindahl, 2001: 38f

⁹⁹ Bolander, 2003: 33

¹⁰⁰ Grensund, 2003

¹⁰¹ Norlin, 1999: 3f

rörig, vilket skapade en otrygg känsla för användaren, vilket talar emot de ickeakademiska undersökningar som gjorts.¹⁰²

4.5.3 Tidigare undersökningar av Föreningssparbanken

I de undersökningar av användbarhet på Internetbanker vi studerat, har man sett att Föreningssparbanken oftast hamnar på platserna i mitten eller strax däröver och ingen av undersökningarna sätter Föreningssparbanken i topp. I en undersökning av tre svenska Internetbanker, där användare fick betygsätta olika användbarhetsegenskaper från 1 till 5, fick Föreningssparbanken lägst genomsnittlig poäng med 3,18. Detta jämfört med SEB som fick 3,84 poäng och Nordea som fick 3,98. Föreningssparbanken lyckades inte få bäst resultat på någon av delfrågorna.¹⁰³ Det användarna emellertid generellt uppskattar är Föreningssparbankens menysystem. De anser vidare att de får tydlig information om vad som skall fyllas i på de olika stegen. Däremot fick Föreningssparbanken svidande kritik för att det saknades en 'hemknapp' på sidan och att terminologin ibland var svår att förstå.¹⁰⁴

Aftonbladet har utfört två jämförande tester av svenska Internetbanker. När det gällde Föreningssparbanken ansåg användarna att det var smidigt att logga in med säkerhetsdosen, att de hade bra onlinehjälp, att det fanns informativa popup-fönster samt bra menyval och överskådlig helhet på sajten. Användarna var däremot missnöjda med att det var lite rörigt när så mycket information konkurrerade om ytan. En användare påpekade att sidan var seg att ladda hem när det närmade sig månadsslutet och det var dags att betala räkningarna.¹⁰⁵

¹⁰² Lindström & Pettersson, 2002

¹⁰³ Granberg, Olofsson, 2003: 35

¹⁰⁴ Granberg, Olofsson, 2003: 30f

¹⁰⁵ Grensund, 2003, Norlin, 1999: 3f

5 Metod

I detta kapitel presenteras inledningsvis hur vi inhämtat vårt faktaunderlag. Därefter har vi en genomgång av olika metoder man kan använda för att mäta användbarhet. Till sist beskriver vi den metod vi valt mer ingående och gör en utvärdering av den i samband med vårt test.

5.1 Faktainsamling

Vi har använt oss av högskolebibliotekens sökfunktioner Libris, Sofia och Gunda. Vi har gjort frisköjning ar på Google, Artikelsök, Mediearkivet, Academic search elite, IEEE, SienceDirect och det digitala vetenskapliga arkivet. De ord och begrepp som vi använt vid sökning är bland annat: Internetbank, årets Internetbank, Jakob Nielsen, användarstudier, utvärderingsmetoder, användbarhet, Skandiabanken, Föreningssparbanken, usability och user centered design. Vi har besökt Nielsen Norman Groups hemsida och där sökt på bank, methods, testing, samt läst under aktuellt och nyheter. Vi har botaniserat bland egen kurslitteratur som vi införskaffat till studier i Digital informationsproduktion samt Människa- datorinteraktion. Dessutom har vi skaffat information från Skandiabankens, Föreningssparbankens, Usability Partners samt Moguls webbplatser. Vi har även skickat e-post till bankerna men inte fått någon hjälp från dem. Vi har via e-post och telefon varit i kontakt med Usability Partners som gör användbarhetstester åt Föreningssparbanken. Vi har även via e-post varit i kontakt med företaget Mogul som gör användbarhetsundersökningar åt Skandiabanken.

5.2 Olika metoder för att mäta användbarhet

Det finns många olika metoder för att mäta användbarheten. De kan delas in i huvudgrupperna expert- och användarstudier. En expertstudie är kostnads- och tidseffektiv och därför mycket vanlig. En annan fördel med att låta experter utvärdera en webbsida är att de är väl förtrogna med regler för användbarhet. Nackdelen däremot är att de lätt kan bli blinda inför en webbsida de arbetat mycket med och att de har en högre kunskap inom ämnet än de flesta användare och det kan därför vara svårt att sätta sig in i användarens situation.¹⁰⁶ Både Nielsen och Norman poängterar att experter är just experter på det de gör och är inga representativa användare. Därför, menar han, finns det inga genvägar till användarstudier.¹⁰⁷ Med en användarstudie letar man efter oväntat beteende, alltså saker som inte utvecklarna tänkt på.¹⁰⁸ Med bakgrund av detta har vi valt att utföra en användarstudie och nedan följer en beskrivning av vanliga metoder.

Think aloud

Think aloud-test är ett av de vanligaste användartesterna. I ett think aloud-test utför testpersoner vissa givna uppgifter samtidigt som de ombeds att 'tänka högt'. Under testet blir de också iakttaga.¹⁰⁹ Man kan använda metoden vid olika faser i designprocessen. Om man inte har en utvecklad webbsida kan man använda sig av en prototyp eller en sida med samma eller liknande funktion.¹¹⁰ Metoden ger en bild av användarens förståelse av gränssnittet. Det handlar alltså om att förstå sig på användarens mentala modeller och se om dessa stämmer överens med systembilden.¹¹¹ Metoden är relativt billig och ger ofta

¹⁰⁶ Nielsen: 2000: passim

¹⁰⁷ Goldsborough: 2001 och Norman, 1998: passim

¹⁰⁸ Fossum, 1996: 6

¹⁰⁹ Fossum, 1996: 5f

¹¹⁰ Hom: 1996

¹¹¹ Norman, 1988: 13f

djupa och uttömmande svar, alltså en kvalitativ metod ¹¹². Man kan utföra testerna i ett labb eller i användarnas naturliga miljö. ¹¹³ Man kan mäta två saker; hur man rent praktiskt guidar sig genom länksystemet och utför uppgifter som att till exempel söka efter information och beställa saker, alltså rent objektivt. Men man kan även undersöka den subjektiva uppfattningen av en sida, användarens attityd och känslor inför webbsidan. Det sistnämnda har blivit allt vanligare på senare tid. ¹¹⁴

Enkätundersökning

En enkätundersökning är en skriftlig form av intervju, där man låter respondenterna skriftligen besvara frågor i ett formulär. ¹¹⁵ Med en enkätundersökning kan man relativt enkelt nå ut till stora grupper och denna form av studie passar därför bra till kvantitativa tester. Men man kan även undersöka mer djupgående frågor, med den nackdelen att det tar lång tid att få ner det skriftligen och att det kan vara svårt att följa upp otydliga svar. ¹¹⁶ Man kan också få ett stort bortfall och det kan ta lång tid att få svar. Däremot är metoden kostnadseffektiv och man kan ganska enkelt kontakta flera kategorier användare och då upptäcka skillnader mellan användargrupper. Man måste vara väldigt noggrann och genomföra en pilotstudie, det vill säga en mindre förundersökning som gör att man kan hitta fel i utformningen av testet. ¹¹⁷

Logganteckningar

Denna metod används för att testa gränssnitt då användaren och testledaren är åtskilda geografiskt, eller när man bedömer att en fysisk observatör riskerar att påverka användaren i någon riktning. Det hela går till så att testpersonen får utföra uppgifter på en hemsida. Under tiden använder man sig av olika programvara som registrerar tidsåtgång, antal musklick och musrörelse. Den kvantifierbara delen kan kombineras med dialogrutor där användaren kan skriva in egna kommentarer. Om man inte har tillgång till någon teknisk apparatur kan man låta användaren själv logga med hjälp av papper och penna och helt enkelt anteckna vad hon/han gör. Detta kallas self-reporting logs och används när man varken har tid eller resurser för genomförandet av en undersökning med hjälp av logganteckningar, eller när man inte har ett lika stort behov av detaljrikedom. ¹¹⁸

Intervjuer

Intervjuer kan göras både enskilt och i grupp med användarna. ¹¹⁹ Det är en bra metod för att samla in information om attityder och åsikter om till exempel en webbsida. Fördelen är att det finns möjlighet att upprepa och förtydliga frågor och även ge följdfrågor på respondentens svar på plats. Men ett problem är att användarna kan påverkas av intervjuaren eller andra deltagare och styrs i en viss riktning. ¹²⁰

Prestationsmätning

När man skall mäta kvantifierbara data kan man använda sig av en metod som kallas för prestationsmätning, eller performance measurement som den engelska termen lyder. Med denna metod mäter man den tid det tar att utföra vissa uppgifter på en given hemsida eller hur många klick det krävs. Det är alltså enbart objektiva mätbara data man är ute efter.

¹¹² Hom: 1996

¹¹³ Fossum, 1996: 5f

¹¹⁴ Preece, Rogers & Sharp, 2002: 359f

¹¹⁵ Nationalencyklopedien, 2000

¹¹⁶ Fossum, 1996: 5f

¹¹⁷ Gustafsson & Andersson, 2002

¹¹⁸ Home, 1991

¹¹⁹ Se till exempel Nielsen 2000, Ottersten & Berndtsson, 2002 & Preece, Rogers & Sharp, 2002

¹²⁰ Gustafsson & Andersson, 2002

Metoden ger inga svar på varför det tar lång tid att guida sig igenom på en viss hemsida. Däremot ger den faktiska tal, som man kan jämföra med tidigare resultat. På så sätt kan man tydligt se om hemsidan blir mer effektiv, som enligt Nielsen är en del av användbarhet. Ofta sätter man under utvecklingsfasen av hemsidan upp mätbara mål, alltså hur lång tid man anser är rimligt att för att utföra vissa uppgifter, som man sedan arbetar utefter. Metoden är ganska krävande både tidsmässigt och ekonomiskt och därför tillämpar man den oftast enbart i initialskedet av designprocessen.¹²¹

5.2.1 Vilken metod ska man välja?

Vilken specifik metod som passar i ett visst sammanhang beror bland annat på följande faktorer:

När i utvecklingsprocessen man befinner sig - Generellt kan man säga att det lämpar sig väl att använda expertstudier under förarbetet av en hemsida, eftersom det inte är så tidskrävande. Men när man har kommit en bit på vägen bör man alltid ha med riktiga användare i utvärderingsarbetet.¹²²

Vilken typ av problem man letar efter - Man hittar olika problem med olika metoder. Vill man mäta effektiviteten av en hemsida skall man inte använda sig av samma metod som när man vill ta reda på vad som ligger bakom användarens beteende på webben.¹²³

Vilka resurser man har - Generellt sett är användarstudier mer krävande både tidsmässigt och ekonomiskt. Det önskvärda är naturligtvis att man tillämpar flera metoder eftersom man hittar olika problem och då gärna en användarstudie kombinerat med en expertstudie.¹²⁴

Om man har tillgång till användare - Är man i färd att göra en unik sajt kan det vara svårt att få tag på relevanta användare. Det kan även vara svårt om man skall utvärdera en utländsk sajt.¹²⁵

Vilken kompetens man har att tillgå - Det går att göra ett användbarhetstest även om man inte besitter några speciella MDI-kunskaper. Men det är naturligtvis lättare för en expert att sätta sig in i användarens situation än vad det är för en novis på området. Återigen kommer vi in på resursfrågan.¹²⁶

5.3 Vårt val av metod

I vårt fall är webbplatsen sedan länge i drift, vilket innebär att många metoder passar oss. Vi vill se vilka reella problem som finns och därför vill vi ha riktiga användare. För, som både Nielsen och Norman hävdar, så är designers inte typiska användare då de har för mycket kunskap.¹²⁷ Vi har inga ekonomiska resurser och vi har ungefär sju veckor att tillgå för uppsatsskrivandet, varav själva testet är en del av dessa. Vad det gäller våra teoretiska kunskaper i MDI, så är de ganska goda, då vi båda har läst kurser inom ämnet samt att övrig utbildning behandlat ämnet vid flera tillfällen. Vi är dessutom själva Internetbankkunder. Däremot anser vi inte att vi har så pass stor erfarenhet av

¹²¹ Hom, 1996

¹²² Fossum, 1996: 6

¹²³ Fossum, 1996: 6

¹²⁴ Fossum, 1996: 6

¹²⁵ Fossum, 1996: 6

¹²⁶ Fossum, 1996: 6

¹²⁷ Norman, 1988: 155f och Goldsborough: 2001

webbutvärdering att vi kan förlita oss på dessa kunskaper för att hitta de flesta användbarhetsproblem. När vi summerat dess faktorer har vi alltså kommit fram till att vi vill göra en användarstudie. Nielsen påpekar att det är bra att använda olika metoder för att man på så sätt hittar olika användbarhetsproblem ¹²⁸. Det hade därför varit önskvärt att utföra både en kvalitativ och en kvantitativ undersökning, så man kunde uttala sig både om hur användarmönstret ser ut generellt och specifikt. Men eftersom vi har en tidsmässig begränsning har vi valt att endast göra en kvalitativ undersökning i form av en think aloud-undersökning, eftersom vi anser att denna metod har bra förutsättningar för att ge oss en djupare förståelse av användarens interaktion med webbsidan. Det är lätt att, under pågående test, fråga användaren om det är något vi inte förstår eller om det är något vi vill gå in på djupare. Denna möjlighet finns inte om man skulle genomföra en enkätundersökning eller användarloggning. Dessutom kan man följa upp resultaten med en intervju. Man har också möjlighet att både testa oerfarna och vana användare. Vi kommer låta testpersonerna utföra uppgifterna både på sin 'egen' Internetbank och på den Internetbank som de inte är kund hos.

5.3.1 Att labbtesta eller inte labbtesta - det är frågan

I vilken miljö ska man göra testet? Ska man vara i ett laboratorium eller i användarens vardagliga miljö? Det finns för- och nackdelar med båda alternativen. Om man utför testet i den naturliga miljön, till exempel i användarens hem eller på jobbet, kan det finnas en mängd störande moment. Till exempel så kan solen påverka hur bra man ser skärmen, hastigheten på Internetuppkopplingen kan starkt påverka hur en användare upplever en Internetsida och dess funktioner. Ljud runtomkring kan också störa testpersonerna, till exempel barn som skriker eller telefoner som ringer. ¹²⁹ Alltså kan man inte vara säker på vad resultaten beror på. Då får man istället göra testet i ett labb. Det används framförallt när man jämför flera produkter, då man vill att miljön skall vara statisk och inte påverka resultaten. Det används även när man gör vetenskapliga undersökningar där man vill kunna få statistiskt säkerställda data. Andra anledningar till varför man väljer att utföra testet i ett labb är att man vill testa tidskritiska funktioner eller när man vill mäta effektiviteten. ¹³⁰

Vi har vi valt att göra ett labbtest, för att på så sätt försäkrat oss om att skillnaden mellan olika försökspersoner inte beror på sådana skillnader i användarmiljön. Dessutom var vi tvungna att ha tillgång till en skärm för att undvika det flimmer som blir på filmen om du filmar en vanlig skärm. Uppkopplingshastigheten behövde också vara den samma eftersom vi inte vill att det skall påverka användarnas koncentration och uppfattning.

5.3.2 Att filma eller inte filma - det är en annan fråga

Filmkameror används ibland för att i efterhand kunna analysera detaljer, eftersom det kan vara svårt att anteckna allt användaren gör. Detta är dock lite känsligt eftersom användarna kan känna sig obekväma eller bli väldigt medvetna om situationen och sitt beteende och därför tillrättalägga det. Nielsen menar därför att man skall undvika att filma om det inte är absolut nödvändigt ¹³¹. Vi har valt att filma våra tester eftersom vi anser att det är svårt att iaktta allt som sker och analysera det samtidigt som man skall anteckna. Genom att filma kan man i efterhand gå tillbaka och studera om det var något som var otydligt.

¹²⁸ Nielsen, 1993: 225

¹²⁹ Preece, Rogers & Sharp, 2002: passim

¹³⁰ Ottersten & Berndtsson, 2002: 109

¹³¹ Nielsen: 2000: 292

5.3.3 För- och nackdelar

Den största utmaningen med ett think aloud-test är att få testpersonerna att känna sig bekväma i sin roll. Det kan kännas konstigt att med ord förmedla vad man tänker då vi oftast inte är så vana vid detta. Testledarna måste därför få dem att förstå att det inte är de som är dumma om det inte klarar av en uppgift, utan att det är webbsidan det är fel på. Utvärderaren måste försöka få användaren att bete sig så naturligt som möjligt och att få henne eller honom att berätta hur de tänker.¹³² Man kan också försöka förhindra detta genom att ha två testpersoner åt gången som pratar med varandra. Det kanske inte är så konstigt att metoden har lyckats bäst hos barn och grupper.¹³³ Ett annat problem med think aloud-metoden kan vara att själva metoden påverkar användaren och dennes beteende på webbplatsen, alltså att användarna är medvetna om att de är iakttagna och då tillrättalägger sitt beteende. Testpersonen kan reflektera tyst för sig själv innan de bestämmer sig för vad de ska göra för att inte visa att det fanns en tvekan i beslutet.¹³⁴

En annan svårighet är att som testledare vara aktiv och hänga med i vad som händer för att förstå vad testpersonen menar när denna funderar och resonerar. Det är lätt att missa små, men kanske väldigt betydelsefulla, detaljer. Men då kommer åter filmandet av testet till sin rätt. Det är inte heller säkert att testpersonen är medveten om alla saker som hon eller han gör i systemet. Vissa saker kan ske omedvetet eller så fort att det går förbi ofreflekterat. Ett sätt att minska missförstånd och öka förståelsen kan vara att avbryta och fråga när testpersonen säger eller gör något som är oklart eller extra intressant. Man kan även hålla en intervju med testpersonen när testet är klart och där be denne att mer utförligt förklara sitt beteende och sina funderingar.¹³⁵

Med ett think aloud-test kan man få fram aspekter som man inte tänkt på under utvecklingsarbetet och man får en djupare förståelse hur användaren tänker och agerar. Det är lätt att gå in djupare på detaljer, eftersom man har testpersonen på plats. En stor nackdel kan dock vara att det kan vara väldigt tidskrävande att genomföra dessa studier, både själva testet och den efterföljande analysen.¹³⁶

5.3.4 Vad man bör tänka på

Vi har utgått från Ottersten och Berndtsson samt Rubins råd när det gäller att planera och utföra användartest. Enligt dem skall man först bestämma vad som skall utvärderas och på vilket sätt. Man bör ta fram realistiska uppgifter och se att utrustning finns tillgänglig. Som testledare har du en viktig roll genom att du är den som är ansvarig för testet och dina uppgifter består i allt från att planera testet rent praktiskt och att välkomna testpersonerna till att genomföra testet och sedan sammanställa resultatet. Om man vid ett test har tillgång till mer resurser så kan man ha ett helt testteam som alla har olika uppgifter och ansvarsområden.¹³⁷ Vi har inte dessa resurser så vi får sköta allt själva.

Det finns ett antal viktiga aspekter att tänka på under själva testet. Det är viktigt att du som testledare presenterar testet och produkten som skall testas på ett neutralt sätt. Du ska alltså inte visa för testpersonen vad du vill ha ut av testet. Detta för att inte få testpersonen att anpassa sitt beteende och sina svar efter vad hon eller han tror att du vill höra. Om en användare gör ett fel så ska du inte reagera annorlunda än vad du hade gjort om

¹³² Faulkner, 2000:156f & Rubin, 1994: 218

¹³³ Preece, Rogers & Sharp, 2002: 367f

¹³⁴ Faulkner, 2000:156f

¹³⁵ Ottersten & Berndtsson, 2002: 101f

¹³⁶ Fossum, 1996: 5 & Rubin, 1994: 218

¹³⁷ Rubin, 1994: 61f

användaren gjort rätt. Du ska inte få användaren att känna sig dum om hon eller han gör fel. Man bör även tänka på sitt kroppsspråk och sin röst som kan avslöja en hel del för användaren om vad man tycker och tänker.¹³⁸

Man ska som testledare tänka på att behandla varje testperson som en individ och inte som en i gruppen av testpersoner genom att försöka gå in i varje nytt test utan några förutfattade meningar från tidigare tester. Om en användare har fastnat eller inte riktigt vet vad han eller hon ska göra för att lösa uppgiften ska man inte "rädda" denne utan låta testpersonen själv klura och testa sig fram till en lösning. Man ska även se till att testpersonen verkligen är klar med, och har sagt allt om, den aktuella uppgiften innan man går vidare till nästa uppgift.¹³⁹

5.4 Så går vårt test till

Eftersom vi inte får någon hjälp från någon av bankerna och det heller inte finns någon teknisk lösning för att tillhandahålla två Internetkonton till samtliga av våra användare, kommer vi att låna ut våra egna privata konton. För att det skall bli lika för alla kommer endast dessa konton att användas. Mellan sessionerna kommer vi att ta bort information som tidigare användare lagt in. Vi kommer även att använda en av våra egna räkningar i testet. Enligt Ottersten och Berndtsson bör man själv ha god kunskap om produkten man testar. Vi har en av bankerna var och använder dem regelbundet.¹⁴⁰

Vi kommer att närvara vid testerna båda två och vi kommer att ha samma roll genom att båda kommer att ställa frågor och anteckna under och efter testet eftersom det är troligt att en av oss kanske ser eller reflekterar över något som den andre inte gör. På så sätt minskar vi risken att vi missar information. Vi genomför även en mindre intervju med testdeltagarna efter att själva testet är genomfört för att reda ut eventuella oklarheter och ställa följdfrågor. Våra anteckningar tillsammans med videomaterialet blir det material som vi sedan sammanställer och analyserar.

När vi utformade vårt test hade vi Nielsens fem användbarhetspunkter: lärbarhet, effektivitet, lätt att komma ihåg, felhantering samt tillfredsställande i åtanke. När vi utformade de uppgifter som testpersonerna genomförde baserade vi dem på vad vi ansåg vara tänkbara uppgifter som en användare utför på Internetbanken. De är följande:

1. Betala en räkning

Registrera den räkning du fått så den betalas den 29 december 2003.
Registrera mottagaren om denne inte är inlagd sedan tidigare.

2. Registrera/skapa en privatperson som ny mottagare

Lägg till kontonumret till Lena Falk se separat lapp.
Överför nu 100 kr till den nya mottagaren du lagt till. Överföringen skall göras idag.

3. Hitta e-post-sida

Leta efter sidan där du kan e-posta frågor till bankens Internettjänst. Skicka dock inget meddelande.

4. Ta reda på saldo och kontonummer

¹³⁸ Rubin, 1994: 214-215

¹³⁹ Rubin, 1994: 216f

¹⁴⁰ Ottersten & Berndtsson, 2002: 101f

Ta reda på hur mycket pengar du har tillgängligt på dina konton. Samt kontonummer.

5. Ta reda på hur många kommande räkningar som har registrerats totalt

Ange hur många räkningar som är inmatade men inte ännu betalade samt ta bort dessa.

6. Hitta sidan där det finns information om bankkort

Du vill ha allmän information om bankkort (ex. VISA).

Efter själva testet var avklarat så får testpersonerna besvara och betygsätta följande frågor utifrån givna svarsalternativ med chans till motivering.

- A) Vad var bäst på sidan?
- B) Vad var sämst på sidan?
- C) Hur tycker du att terminologin/språket var?
- D) Hur lätt är det att orientera sig i menysystemet?
- E) Typografi/färg; var texten enkel att läsa?
- F) Hur svårt var det att utföra uppgifterna i testet?

Svarsalternativen översätts till följande värden:

1 Mycket svårt/otydligt, **2** Svårt/otydligt, **3** Varken enkelt/tydligt eller svårt/otydlig,

4 Enkelt/tydligt, **5** Mycket enkelt/tydligt.

Enligt Ottersten och Berndtsson är det viktigt att innan testet tala om för användarna varför testet görs. I vårt fall skall vi därför berätta att det skall användas i en c-uppsats. Man bör också tala om hur upplägget av användartestet ser ut. Vi kommer att göra ett think aloud-test med efterföljande intervju. Man bör vara noga med att poängtera att det är produkten som testas och inte användarna: alltså behöver de inte känna sig dumma om de inte klarar alla uppgifter eller tar lång tid på sig. För att undvika att de känna sig obekväma i rollen då de tänker högt, kan man först själv visa hur det går till. De kommer av samma anledning att förbli anonyma i vår undersökning. Vidare skall vi tala om att testet inte görs med någon tidsbegränsning eller tidsaspekt. Vi får inte hjälpa dem med själva uppgiften men däremot förklara vad vi menar med uppgifterna. Uppgifterna skall göras i ordningsföljd och moment som kan störa, till exempel mobiltelefoner, får inte vara igång.¹⁴¹



Bild 1. Labbet med videokamera där användbarhetstesterna

¹⁴¹ Ottersten & Berndtsson, 2002: 103f

5.4.1 Urval

När man väljer sina testpersoner måste man tänka på att man får ett representativt urval, samt att man har tillräckligt många försökspersoner. Det gäller i synnerhet kvantitativa tester. När vi valde ut våra användare ville vi ha spridning både vad gäller kön, ålder och dessutom satte vi som krav att hälften hade använt Skandiabankens Internetbank i minst tre månader och den andra hälften Föreningssparbankens Internetbank under lika lång tid. Med alla dessa premisser är det förståligt att vi varken har möjlighet eller nytta av att göra något statistiskt urval, utan måste ta de användare som finns att tillgå. För att välja ut testpersoner har vi därför använt oss av snöbollsmetoden. Snöbollsmetoden innebär att vi utgår från personer i vår bekantskapskrets och låta dem fråga vidare bland sin bekantskapskrets.¹⁴²

Vår önskan var från början att få tag i personer med spridd datorvana. Men eftersom det krävs en god datorvana för att kunna använda en Internetbank var det svårt att hitta användare med sämre datorvana som samtidigt använde sig av en Internetbank. Vi hittade dock en person som vi utförde ett test på. Vi insåg dock efter att vi testat denna person på sin egen bank, att det inte fungerade, då hon hade alldeles för stora brister i sin kunskap om datorer, Internet och banker i allmänhet. Hon hade till exempel stora problem med en så grundläggande sak som att använda datormusen. Många av alla de problem som dök upp, berodde därför inte på fel i Internetbankernas användargränssnitt, utan på testpersonens bristande datorkunskaper. Därför beslutade vi oss för att inte ta med denna person i vårt test. a

Vi har inte på förhand bestämt exakt antal testpersoner vi skulle ha, eftersom inte ens experterna är ense om hur många som behövs för att hitta de flesta allvarliga användbarhetsproblemen på en webbsida. Tidigare ansåg man att det räckte med åtta användare. Nu visar flera studier emellertid att det inte går att dra alla webbsidor över en kant utan det beror på sidans komplexitet¹⁴³. Usability partners, som gör användbarhetstester åt Föreningssparbanken, använder mellan 6-20 testpersoner i sina studier¹⁴⁴. Vi siktade någonstans mellan 6-8 användare. Den undre gränsen är bestämd av det faktum att de som arbetar professionellt har minst sex personer och den övre är bestämd av den tidsbegränsning vi har. Resultatet blev att vi använde oss av 6 personer. Vi ansåg att det inte tillkom så mycket nytt material så att det var värt att göra ytterligare tester.

Testpersonernas åldrar blev följande: 23, 24, 29, 36, 45 och 53. Åldrarna kommer inte att anges i samband med resultatredovisningen på grund av integritetsskäl, då personer i vår närhet då skulle kunna räkna ut vilka personer det rör sig om.

5.5 Validitet och reliabilitet

Validitet handlar om huruvida och i vilken utsträckning forskningsmetoder och forskningsdata anses vara exakta, riktiga och träffsäkra, alltså om man mäter det som man avser att mäta. När man pratar om validiteten på forskningsdata så tittar man främst på om man har använt sig av lämplig metod och att man har svarat på sin frågeställning.¹⁴⁵ Det finns många olika sätt att kontrollera validiteten på en undersökning. Bland annat kan man se om undersökningen uppfyller följande krav: Ger undersökningen rättvisa åt det

¹⁴² Halvarsen, Knut: 1992: 102

¹⁴³ Perfetti och Landesman: 2003

¹⁴⁴ Whitehand: 2003

¹⁴⁵ Denscombe 2000: 283

undersökta området och undviker man alltför stora förenklingar? Är de som gjort undersökningen medvetna om sin eventuella egna påverkan på undersökningen och dess resultat? Har urvalet gjorts på rimliga och tydligt redovisade grunder? Har resultaten kontrollerats och jämförts med andra källor och har eventuella alternativa förklaringar undersökts?¹⁴⁶

Reliabilitet kan översättas med tillförlitlighet. Kan man lita på sina resultat? Är de instrument som man använder i sin undersökning neutrala?¹⁴⁷ För att uppnå hög reliabilitet måste man kunna upprepa testet vid ett annat tillfälle och komma fram till samma resultat. För att uppnå detta måste man beskriva hur forskningen genomfördes samt resonemanget bakom de beslut som fattats under arbetets gång. Genom att redogöra för dessa faktorer gör man rapporten transparent så att alla som läser denna, klart och tydligt kan förstå och följa de händelser och beslut som ingår i processen.¹⁴⁸

5.5.1 Vår validitet och reliabilitet

Man har i tidigare undersökningar sett framförallt fyra problem när det gäller att genomföra användarstudier. Dessa var först att användarna inte var slutanvändare och att man bara hade specificerade krav för vissa delar av användandet. Man hade även problem med att användarna blev för involverade och slutade tänka som användare samt att det inte går att testa individuell användarinteraktion i grupp.¹⁴⁹

I en del studier har man använt sig av nyckelpersoner inom företag som har varit beslutsfattare för inköp, istället för riktiga slutanvändare. Därför har resultaten i dessa studier kommit att färgas av urvalet och man får på så sätt inte användaranpassade produkter. Detta är dock inget problem för oss. Det andra av de vanligaste problemen är att man bara testar vissa delar av sin målgrupp. Vi har försökt att sprida ut användarna över ålder och kön men har endast använt oss av folk som har tämligen god datavana. Här hade det varit önskvärt att ha användare med olika typer av dataerfarenhet, men det har varit svårt att hitta personer som har lite datorvana som samtidigt använder sig av Internetbank. Det tredje problemet som man brukar se att folk gör i användartester är att man involverar användarna under för lång tid, vilket gör att de börjar reflektera över sitt agerande. Detta är knappast ett problem för oss, då vi endast gjort ett test per användare. Det sista dilemma man ofta får är att man inte kan testa hur användare interagerar individuellt genom grupptester där endast gruppleddare är den som utför själva uppgifterna. Det är inte förrän användaren sätter sig individuellt med hemsidan och utför riktiga uppgifter som man hittar problem. Inte heller här har vi några problem då våra tester genomfördes individuellt.

Som vi nämnde i metoddelen kan think aloud-tester göra att testpersonerna känner sig obekväma i sin roll. I synnerhet om de blir filmade. Vi var dock noga med att poängtera att det var fel i designen vi var ute efter. Dessutom filmade vi inte personen utan endast skärmen. En person var dock uttalat nervös i början, men lugnade så småningom ned sig. Vår påverkan på personerna tror vi inte påverkade personerna negativt, då åtminstone någon av oss kände varje person sedan innan. Vår närvaro gjorde snarare att situationen inte blev så stel och konstlad. Vi störde med all säkerhet deras tankemönster när vi ställde frågor mitt i testet. Men å andra sidan tror vi att de i sin normala miljö blir störda av andra faktorer som familj, kollegor eller telefoner. Trots ovanstående faktorer anser vi inte att personernas beteende skulle påverkas något nämnvärt om de hade fått använda sina egna

¹⁴⁶ Denscombe 2000: 251

¹⁴⁷ Denscombe 2000: 282f

¹⁴⁸ Denscombe 2000: 250

¹⁴⁹ Whitehand, 2002

konton hemma hos sig själva utan någon som observerade vad de gjorde. Vi har trots allt låtit dem utföra verkliga uppgifter, som vi inte tycker är långsökta, på befintliga konton.

Bankernas demoversioner som finns att tillgå på Internet fungerade inte att använda i vårt test, då man inte kan utföra alla uppgifter på ett korrekt sätt och bankerna var inte intresserade av att hjälpa oss med två tillfälliga konton. Så vi var tvungna att använda oss av våra egna privata Internetkonton. Detta har dock inte inneburit några större problem.

Inför ett test glömde vi att ta bort de inlagda uppgifterna till räkningen och kontonumret. Vi valde att vid ett senare tillfälle testa de momenten på användaren. Vi anser dock inte att detta påverkat resultatet. En annan faktor som kan ha påverkat vår tolkning av användartesterna är svårigheten att jämföra bankerna där vi tittat på hur användarna klickar i menysystemet. På Skandiabanken måste man klicka i menysystemet för att få upp underrubriker, medan det på Föreningssparbanken räcker att hålla musen stilla över rubrikerna för att få upp underrubrikerna. Med dessa förhållanden innebär det att användarna på Föreningssparbanken av misstag kan ha fått upp undermenyer som de egentligen inte velat se. Men vi har i huvudsak redovisat de gånger när användaren gått in på en viss sida. Vi har inte heller räknat hur många underrubriker användarna varit inne på utan koncentrerat oss på vilka huvudrubriker som de klickat på.

För att försäkra oss om god reliabilitet har vi både läst många andra uppsatser inom samma ämne samt pratat med folk som skrivit liknande uppsatser. I och med det hittade vi många problem som vi hade chans att rätta till. Bland annat har det framkommit att det är nästintill omöjligt att analysera användartest som man filmat från en vanlig skärm eftersom bilden då flimrar. Dessutom har vi gjort en pilotstudie där vi utvärderat vår metod. Där upptäckte vi bland annat att vi inte kunde ha uppgifterna i den ordningen vi först lagt dem i. Vi är nöjda med vårt val att även testa personerna på, för dem, en ny bank. Det var på den delen vi fick mest resultat och det har varit intressant att jämföra de båda bankerna.

6 Resultat och analys

Här presenterar vi kortfattat våra resultat under respektive bank samtidigt som vi ger en kortfattad analys av det vi funnit i våra tester. En djupare analys återfinns i samband med diskussionen. De som är nyfikna och som inte kan bärga sig, utan vill läsa om vad varje användare tyckte och tänkte i vårt test, kan bläddra fram till bilagan där de resultaten finns presenterade.

Vi vill också i samband med denna resultatredovisning och analys poängtera att det viktiga här är att peka på de olika problem som användarna stöter på när de genomför uppgifterna. Det är alltså inte antalet användare som får samma problem som är det intressanta, utan de fel som faktiskt uppstår. Vi är ute efter att påvisa användbarhetsproblem och inte hur många procent som handlar fel. Om en person har problem med menyn, är det ett problem.

6.1 Skandiabanken

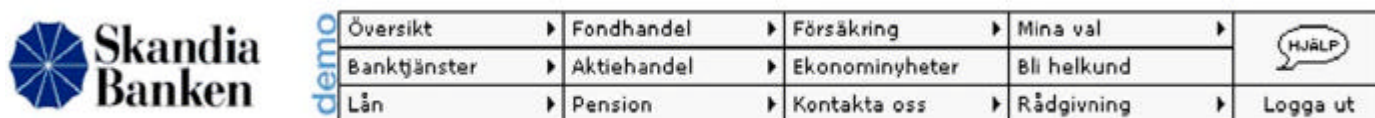


Bild 2. Skandiabankens huvudmeny

1. Betala en räkning

Registrera den räkning du fått så den betalas den 29 december 2003. Registrera mottagaren om denne inte är inlagd sedan tidigare.

Här ser man stor skillnad på betygsättningen mellan nybörjarna och de rutinerade användarna av Skandiabanken. Nybörjarna gav uppgiften betygen 1, 3 och 4 medan de rutinerade användarna gav uppgiften 4, 5 och 5 i betyg. Anledningen till det låga betyget bland nybörjarna är att två utav dem inte hittade var man skulle gå för att över huvud taget komma till sidan där man registrerar räkningen. Det tog lång tid för dem att förstå att man var tvungen att klicka på det understrukna kontonumret och menyvalen för att få se undermenyer. Det räckte alltså inte att endast hålla musen över menyn. Att användarna har problem att guida sig i menyn stödjer tidigare forskning. Dessutom har man på Skandiabanken låtit bli att märka ut länkarna med en annan färg än svart, vilket gör att det är svårt att avgöra vad som är länkar. Som vi nämnde i teorin så skall man följa standarder på webben, så att användaren inte behöver lära om på varenda sida.

När de väl hittade till sätt sida hade två av de tre nybörjarna problem med begreppet 'mottagarnummer' som på Föreningssparbanken heter 'Pg/Bg-nr'. När de väl kommer till inbetalningsavin tyckte alla att det var lätt att utföra betalningen. En av dem tyckte det var bra att avin på skärmen liknade en riktig pappersavi.

De rutinerade användarna däremot, hade inga som helst problem att genomföra uppgiften. De har betalat räkningar många gånger förut och visste därför hur man skulle gå tillväga. En av dem skrev fel på räkningens 'referensnummer' (OCR). Detta har däremot inte så mycket med själva hemsidan att göra utan beror på att själva numret är långt och krångligt att skriva av. Användaren hade förberett innan genom att gruppera siffrorna tre och tre, men detta hjälpte alltså inte.

2. Registrera/skapa en privatperson som ny mottagare

Lägg till kontonumret till Lena Falk som har kontonumret xxxxxxxx.

Överför nu 100 kr till den nya mottagaren du lagt till. Överföringen skall göras idag.

Här gav nybörjarna uppgiften betygen 3, 4, 4 medan de vana användarna gav betygen 5, 5, 4. När nybörjarna skall utföra denna uppgift har de lärt sig att man skall klicka på understruket kontonummer och hittar därför rätt sida direkt. Två av användarna reflekterar, innan de fyller i kontonumret, över att de inte är säkra på om de ska fylla i streck och punkter i kontonumret. Tre användare väljer att skriva streck och punkter och får upp ett felmeddelande som lyder "Kontonumret kan max vara 16 tecken långt.". Två av dem går då tillbaka och tar bort siffror och punkter ur kontonumret och kommer därmed vidare i uppgiften. En av användarna börjar räkna hur många tecken som hon har skrivit i kontonumret men får det inte att stämma så hon tar endast bort strecken men lämnar kvar punkterna. Detta resulterar i ett nytt felmeddelande där det står att "Kontonummer får endast innehålla siffror". Hon tar då bort även punkterna och kan fortsätta med uppgiften. Som vi tog upp i teorin bör man enligt bland andra Ottersten och Berndtsson och Nielsen utforma felmeddelanden så att de är informativa och talar om vad som är problemet samt vad man ska göra för att åtgärda problemet. Ett enkelt sätt att göra detta i det här fallet vore att kombinera de båda felmeddelandena till följande. "Kontonumret kan max vara 16 tecken långt och får endast innehålla siffror." På så sätt ger man användaren all information på en gång för att kunna åtgärda problemet. Det är ännu bättre att förebygga problemet genom att exemplifiera hur kontonumret skall se ut i samband med att användaren skriver det samma. Vi såg i teorin att vi inte kommer ihåg, utan snarare känner igen och här har vi ett tydligt exempel på detta.

En av nybörjarna får även problem när hon skriver in summan på överföringen då hon inkluderar decimaler. Hon får ett felmeddelande som denna gång är informativt då det säger att summan inte får innehålla decimaler. Även här hade det varit önskvärt med ett exempel så att användaren från början hade sluppit göra fel. En av nybörjarna samt även en av de rutinerade användarna saknar en funktion i menyn för att skapa en ny mottagare. Som det är nu måste man gå in på 'flytta pengar' för att kunna lägga till en ny mottagare.

3. Hitta e-post-sida

Leta efter sidan där du kan e-posta frågor till bankens Internettjänst. Skicka dock inget meddelande.

Denna uppgift gav jämnare betyg. De ovana användarna gav betygen 3,4,5 och de vana gav betygen 3,5,5. Två från vardera grupp gick direkt in på 'kontakta oss' och tre utav dessa hittade 'kundtjänst' direkt medan den fjärde tittade under 'frågor och svar' innan hon hittade till kundtjänst. En av de resterande användarna gick däremot först in på 'rådgivning' innan hon hittade rätt väg. Den sista användaren gick först in på 'hjälp' och sedan 'kontakta oss' och 'frågor och svar' där hon klickade på webbläsarens tillbaka-knapp vilket resulterade i att hon fastnade på en helt vit sida varifrån hon via felmeddelanden behövde fem stycken klick för att komma tillbaka till startsidan. Här kan man konstatera att tydliga menyer och få klick till målet underlättar.

4. Ta reda på saldo och kontonummer

Ta reda på hur mycket pengar du har tillgängligt på dina konton. Samt kontonummer.

På denna uppgift gav noviserna betygen 4, 5 och 5 medan alla de vana användarna gav betyget 5. Här går nybörjarna in tre olika vägar. En går in via 'översikt' där de andra två

konstaterat att man bara hittar information om allmänna bankuppgifter. Denna användare har dock i en tidigare uppgift råkat klicka på 'mitt engagemang' och vet därför att man kan nå kontouppgifter den vägen. En annan klickar efter tvekan på logotypen och den tredje hittar kontouppgifter genom att gå via 'banktjänster' klickar på kontonumret och 'kontoutdrag'. De vana användarna går alla via 'översikt' och 'mitt engagemang'. Vad man kan konstatera på denna uppgift är att termen 'mitt engagemang' inte verkar fungera så bra bland nybörjarna eftersom ingen utav dem har förstått innebörden av ordet. En av dem kommenterar det med att säga "Mitt engagemang? De kanske menar att man skall vara engagerad på deras bank?". Vi skrev i teorin att man kommer ihåg saker olika bra beroende på hur ofta man utför en handling och hur nyss det var. Här borde man alltså tolka det som att de vana användarna ofta och/eller nyligen har använt 'mitt engagemang'.

5. Ta reda på hur många kommande räkningar som har registrerats totalt

Ange hur många räkningar som är inmatade men inte ännu betalade samt ta bort dessa.

På denna uppgift gav de båda användargrupperna likadana betyg, nämligen 4, 4 och 5. Ingen har problem att hitta vägen och alla ser med en gång papperskorgen för att ta bort räkningen. Här kan man fastställa att metaforen papperskorg fungerar bra för att illustrera att man skall ta bort eller slänga något. Man kan även slå fast att de nya användarna vid det här laget har lärt sig att man måste klicka på kontonumret för att få upp alternativ på vad man kan göra.

6. Hitta sidan där det finns information om bankkort

Du vill ha allmän information om bankkort (exempelvis VISA)

Här ger de nya användarna uppgiften betygen 2, 3 och 4 och de vana användarna ger betygen 3, 3 och 4. Alla nybörjare och de mer erfarna användarna har problem med att hitta en sida med kortinformation. Det finns inte något självklart val i menyn som leder mot denna information så samtliga användare var väldigt osäkra på var de skulle gå in och var inne och letade i bland annat rubrikerna 'banktjänster', 'översikt', 'mina val' och 'kontakta oss'.

Användarna kom fram till fem olika lösningar på problemet. Två av dem hittade just den sida som vi tänkt oss genom att från olika ställen komma in på 'frågor och svar' och där välja 'banktjänster' och 'kort'. Enligt Nielsen ska man inte ha länkar till samma sida på flera olika ställen eftersom sidan då blir rörig. En av användarna öppnade en helt ny sida och gick in till Skandiabankens huvudsida utan att logga in och letade upp informationen där. En av användarna funderade även han på om man inte måste gå ut till huvudsidan men han går istället via det understrukna kontonumret till 'kort' och 'ansökan om kort' där han hittar en länk till en Pdf-fil. med mer information. Hit hittade även två andra, men hittade denna fil på lite annorlunda väg via 'banktjänster'.

6.1.1 Användarnas egna funderingar över Skandiabanken

Alla de nya användarna framhåller som positivt att Skandiabankens webbplats har ren layout. En användare tyckte att sidan hade rena färger. Bland de mer erfarna användarna framkom det bland annat att banken lyckats med att samla all information om både bank, försäkringar och dylikt på samma webbplats. De framkom även att de anser att det är lätt att använda tjänsten när man väl har lärt sig hur sidan fungerar.

Bland de oerfarna användarna framkom de negativa åsikter att Skandiabanken hade en hög inlärningströskel särskilt när det gäller att komma underfund med att man måste gå via

kontonumret för att komma åt de olika tjänsterna. Dessutom upplevde en person att menysystemet var ologiskt. Andra tyckte att det var dumt att man måste klicka för att se underrubriker i menyn, istället för att de automatiskt visar sig när man håller musen över rubriken. Bland de vana användarna framkom det aspekter som att saker man gör ofta borde komma åt lättare - alltså borde det ligga högre upp i hierarkin. En person tyckte att det var mycket information som trängdes om samma utrymme i menyn.

På frågan om vad användarna tyckte om terminologin på webbplatsen gav alla de nya användarna betyget 3, medan de vana användarna gav betygen 4, 4 och 5. Flertalet personer klagade på begreppet 'mitt engagemang'.

På frågan om hur lätt det är att orientera sig i menysystemet gav nybörjarna följande betyg: 2, 3 och 3. De vana användarna däremot, gav menysystemet betygen 4, 4 och 5. Den användare som gav sämst betyg motiverade det med att det är dåligt att man måste klicka för att komma åt underrubriker (som vi nämnde ovan). En annan person nämnde att det är ologiskt att man måste välja konto före man väljer vilken uppgift man skall utföra och påpekade att man gör tvärtom på Föreningssparbanken. En annan person ansåg att information om betalkort bör ligga högre upp i hierarkin. Bland de vana användarna framkom det åsikter om att man borde kunna ta bort information som inte berör en som till exempel försäkringar och pension. En annan person nämnde att ordvalen i menyn ibland är oklara.

Skandiabankens användare tycker alla att Skandiabanken totalt sett har bättre användbarhet än Föreningssparbanken. Två personer motiverar det med att det är bra att man bara behöver logga in en gång, och slipper dosan. Dessutom upplever en person att det är bra att man slipper bry sig om det är bank- eller postgiro man skall betala via. En annan motiverar det helt enkelt med att hon är mest van vid den sidan.

6.2 Föreningssparbanken



Bild 3. Föreningssparbankens huvudmeny

1. Betala en räkning

Registrera den räkning du fått så den betalas den 29 december 2003. Registrera mottagaren om denne inte är inlagd sedan tidigare.

Här ger de nya användarna uppgiften betygen 3, 3 och 4 och de vana användarna ger betygen 4, 4 och 5. Bland de ovana användarna så var det två stycken som undrade varför man måste välja postgiro eller bankgiro, de menade att systemet borde kunna känna av det själv. Mycket riktigt borde man gömma sådana teknikaliteter för användaren. På Skandiabanken har man tydligen klarat det rent tekniskt. Hur som helst tyckte användarna dock att det var positiva med ordvalet 'Pg/Bg-nr'.

Två av de ovana förstod inte vad knappen 'signera' betydde och tvekade att klicka, men väljer till slut att klicka där ändå när de har uteslutit alla andra alternativ. Detta går att jämföra med exemplet i vår teori där man hade bytt ut kundvagnen mot en släde på en e-handelsplats vilket resulterade i att användarna även där använde uteslutningsmetoden för att komma fram till en lösning på problemet.

Två av nybörjarna är osäkra på om de är klara med uppgiften när de har lagt in alla uppgifter och klickat på 'signera'. De ser helt enkelt inte den text som meddelar vart i processen man är och vad man förväntas göra som nästa steg. En användare säger: "Slutsidan ser ju ut som alla andra sidor, den borde skilja sig mer från mängden." Den röda text som förklarar att man ska signera och registrera samt den text som kommer när man är helt klar med uppgiften är för liten och drunknar i all annan text och information som finns på dessa sidor. På sidan där det bekräftas att betalningen är klar ligger den text som säger detta längst ner på sidan och det är lätt för användaren att missa denna. Eftersom vi i västvärlden läser uppifrån och ner samt från vänster till höger så innebär det att användaren måste ta sig igenom en hel del övrig text innan man kommer till denna text som är det väsentliga på sidan.

En av de vana användarna visste inte vad OCR-nummer var för något, då hon inte använt detta tidigare. Först klickar hon i 'meddelande' och får ett felmeddelande där det står vad OCR är för något och var hon kan hitta mer hjälp. Hon läser dock inte hela meddelandet och missar därmed informationen om hjälpfunktionen. Hon testar att klicka i 'OCR' men fyller i fel nummer och får upp ett annat felmeddelande som enbart talar om att det är fel och inte vad hon kan göra åt det. Problemet ligger här i att användaren inte vet vad OCR-nummer är och att hon inte hittar den hjälp som finns tillgänglig på sidan. Så efter att hon har försökt med ett flertal olika varianter av nummer och meddelanden så förklarar vi för användaren vad OCR-nummer är och hon löser då uppgiften. Återigen ser man att användarna inte läser felmeddelanden om de är för komplexa. Man kan konstatera att man

inte ska använda för långa och komplexa felmeddelanden och att de måste hjälpa användaren att lösa sitt problem.

En av de ovana användarna skrev datumet på fel sätt trots att det fanns en förklaring under datumfältet. Som vi sa tidigare är det bra att försöka förebygga fel och här är ett exempel på ett sådant försök. Denna gång läste användaren dock inte förklaringen förrän han redan fått felmeddelandet och gått tillbaka för att fylla i datumet igen. En annan användare använder vid ett tillfälle webbläsarens tillbaka-knapp för att gå tillbaka efter att ha signerat sin betalning. Detta resulterar i att hela webbplatsen hänger sig och hon får logga in igen.

2. Registrera/skapa en privatperson som ny mottagare

Lägg till kononumret till Lena Falk som har kononumret xxxxx

Överför nu 100 kr till den nya mottagaren du lagt till. Överföringen skall göras idag.

Nybörjarna ger här betygen 4, 4, 2 och de vana användarna ger 3, 5 och 3. Fyra av användarna går in på rätt ställe med 'betala/överföra' och vidare till 'registrera överföring' och sedan 'mottagare' de andra två väljer först fel meny men hittar sedan till den rätta. Väl inne på 'mottagare' så funderar tre av dem över om man ska fylla i punkter och streck i kononumret och en av dem är osäker över hur han ska skriva clearingnummer. En av användarna får efter att ha fyllt i streck och punkter i kononumret ett felmeddelande som han klickar bort utan att läsa. Han går tillbaka och testar en annan variant att skriva clearingnummer och kononummer men inte heller detta lyckas. Denna gång läser han felmeddelandet som lyder "du har angivit ett felaktigt kononummer" men detta gör honom inte klokare så han ändrar i clearingnumret igen utan att lyckas. Han öppnar hjälpsidan men där står inget om hur man fyller i kononummer och clearingnummer. Efter ett flertal försök så talar vi om för användaren att felet ligger i kononumret. Användaren tar då bort strecken och punkterna och det fungerar. Vi ser här att varken informationen som finns på sidan om hur man fyller i kononumret eller de felmeddelanden som kommer upp hjälper användaren med hur han ska lösa uppgiften. De konstaterar enbart att han har gjort fel men talar inte om vad som krävs för att åtgärda felet.

En användare från varje grupp trodde att de var klara med uppgiften efter att ha klickat på 'registrera' de missade alltså den röda text som angav att man måste gå vidare till signera för att slutföra registreringen av den nya mottagaren. Även i denna uppgift var det alltså otydligt hur långt i processen man kommit.

När användarna har registrerat och signerat den nya mottagaren så står det på sidan att man kan välja att registrera överföring men det finns inte någon sådan knapp, utan man måste gå genom huvudmenyn på sidan. Däremot finns det en knapp för att lägga till ytterligare en ny mottagare. Här hade naturligtvis en länk varit önskvärt.

3. Hitta sida för e-post

Leta efter sidan där du kan e-posta frågor till bankens Internettjänst. Skicka dock inget meddelande.

Detta var en mycket lättare uppgift och de ovana användarna gav betygen 4, 4, 5 och de vana gav 3, 4, och 5. Det var ingen som hade problem med att hitta sidan under 'hjälp' och 'kundtjänst' och där välja 'skicka en fråga via e-post'. Två användare ansåg dock att denna länk borde ligga direkt under 'hjälp'. En av användarna hittade även en annan väg via 'min sida' och 'kontakta oss'.

4. Ta reda på saldo och kontonummer

Ta reda på hur mycket pengar du har tillgängligt på dina konton. Samt kontonummer.

Nyborjarna gav uppgiften 5, 5, 3 i betyg och de vana gav 4, 4, 5. Denna uppgift klarade samtliga användare utan problem då alla gick direkt till 'min sida' och klickade på 'ekonomiskt översikt'.

5. Ta reda på hur många kommande räkningar som har registrerats totalt

Ange hur många räkningar som är inmatade men inte ännu betalade samt ta bort dessa.

Här ger alla nybörjare uppgiften betyget 4 och veteranerna ger 4, 3 och 4. Samtliga nybörjare går in helt rätt via 'betala/överföra' via 'postgiro/bankgiro- betalningar' och 'aktuella'. Två av de vana användarna klickar först på 'historik' under 'postgiro/bankgiro- betalningar' innan de inser att den rätta länken är 'aktuella'. Två av användarna kommenterar termen 'aktuella' i menyn. De menar att det inte är solklart vad det innebär, och att det istället kunde ha stått 'aktuella betalningar' eller 'kommande betalningar' för att bättre tydliggöra vart länken leder. Väl inne på 'aktuella' tvekar fem av användarna när de ska ta bort räkningen då de först inte förstår hur man gör. De läser alla förklaringen under räkningen där det står "Om du vill ändra eller ta bort en betalning under bevakning klicka på den aktuella betalningens Pg/Bg-nummer". Samtliga användare gör detta, hamnar på en ny sida och tar sedan bort räkningen utan problem. Som vi såg tidigare hade ingen av användarna problem med metaforen papperskorg på Skandiabanken. Vi skrev också i teorin att man ser bilder före ord. Här hade det varit enkelt att byta ut den långa textinformation mot en papperskorgbild.

6. Hitta sidan där det finns information om bankkort

Du vill ha allmän information om bankkort (till exempel VISA)

Denna uppgift var svårare och fick betygen 3, 3, 2 av nybörjarna och 3, 4, och 5 av de vana användarna. Det fanns flera olika sätt att lösa denna uppgift på och användarna använde de flesta av dessa varianter. Bland nybörjarna gick samtliga först in på 'min sida' och studerade olika alternativ, innan de byter till 'betala/överföra'. Efter att ha läst noga går de in på 'kort'. Därifrån gick en användare in på 'översikt kort' och hittade efter visst letande en länk till information om kort. En av användarna gick istället in på 'nytt bankkort och/eller kortkredit' och hittade en länk till samma sida som användaren ovan. Den tredje användaren gick ut från 'betala/överföra' och in på 'hjälp' och kundtjänst och klickade sig därifrån fram till en sida med kortinformation. Bland de vana användarna gick två användare direkt in på 'övriga tjänster' och sedan vidare till 'bank ID'. En av användarna går till och med in här två gånger fastän att hon redan första gången konstaterade att det var fel. En användare börjar med att gå in på 'min sida' men fortsätter sedan till 'betala/överföra' och går in på 'kort'. En användare hittar till kundtjänst via information om Bank ID och klickar sig därifrån till frågor om privata bankärenden och hittar där information om kort.

6.2.1 Användarnas egna funderingar över Föreningssparbanken

Samtliga användare utom en av de vana tyckte att det mest positiva med Föreningssparbankens Internetbank var att den var tydlig och enkel. Att man fick en bra överblick över konton och att menyn var logisk dock med vissa undantag. Det som användarna upplevde som negativt var först och främst användandet av säkerhetsdosan. Den var krånglig, tog för lång tid att använda och användes för mycket. De flesta ansåg att

det skulle räcka med använda säkerhetsdosan när man loggar in. En av de vana användarna klagade även på att man kan ta flera olika vägar genom menysystemet för att komma till en och samma sida. Det upplevdes även som negativt av en av de ovana användarna att man på vissa sidor inte kan använda webbläsarens tillbaka-knapp utan att sidan hänger sig.

De ovana användarna gav sidans terminologi betygen 4, 4 och 3 och de vana gav betygen 4, 4 och 4 med motivering att terminologin var lättförstådd och att man förstod vart man kommer när man klickar i menyn. Fem av användarna reagerade dock över termen 'signera' som de tyckte var oklar innan de visste vad den innebar.

På frågan om hur lätt det var att navigera sig i menysystemet fick Föreningssparbanken tre fyror i betyg från nybörjarna och veteranerna gav det två fyror och en trea. Aspekter som nämndes var att det ibland var dåligt ordval och därmed inte alltid självklart var man skulle klicka eller gå så man fick leta och testa sig fram till rätt sida. En användare ville även ha de tjänster som man använder ofta längre upp i menyerna, någon sorts snabbmeny som man kan anpassa efter sina egna behov. Två av de vana användarna anser att Föreningsbanken användbarhet är bäst, med motiveringen att den är enklare för nybörjare och att det är den sidan man är mest van vid. En person anser inte att hon kan bedöma skillnader eftersom hon inte suttit så lång tid med den ena banken.

7 Diskussion

I detta avsnitt kommer vi att diskutera våra resultat och koppla ihop dessa med varandra. Vi redovisar de brister i användbarheten som vi hittat och jämför och diskuterar dessa mellan bankerna.

7.1 Information

Båda Internetbankerna har brister när det gäller information och förklaringar till användaren. Bristerna rör hur mycket och på vilket sätt information presenteras samt vart denna information i så fall står och om den är tillräckligt tydlig.

7.1.1 Lagom är bäst

Det är ofta väldigt trångt och mycket information på Föreningssparbankens sidor. Detta resulterar i att det på vissa sidor blir väldigt rörigt och svårt för användaren att ta till sig och förstå innehållet på sidan. Vi såg i vår studie att användarna på Föreningssparbanken flertalet gånger missade viktig information som förklarar steg i betalningsprocessen och beskriver hur långt man kommit och vad man ska eller kan göra i nästa steg. Att man valt färgen röd på denna text är bra eftersom vi vet att det är den färgen som vi ser tydligast. Däremot har man gjort texten väldigt liten och ibland placerat informationen långt ned på sidorna och ibland i anslutning till annan text, vilket gör att man lätt missar den då man måste läsa igenom massa information innan man kommer till den viktiga texten. Detta var särskilt tydligt när användarna hade registrerat och signerat sin betalning då många tvekade och inte riktigt visste om de var klara med uppgiften eller om de hade fler steg kvar. Enligt Nielsens användarpunkter som vi nämnde i metodkapitlet, bör man endast ta med relevant information, eftersom det blir svårare att sälla bland mycket text. Vi skrev i stycket om kognition att vi tar in all information innan vi gallrar bort oviktig information. Och det säger sig självt att denna bearbetningsprocess tar längre tid om vi har mer information att rensa bland.

Vi vill i detta sammanhang påpeka att det är minst lika viktigt att det inte är för lite information så att användarna inte klarar av att lösa sina uppgifter. Man måste göra en avvägning vart gränsen går för informationsmängden. Om det krävs väldigt mycket information till användaren för att denne ska förstå och lösa uppgiften så är det antagligen så att systemet eller webbsajten har grundläggande brister.

Varför läser då inte användarna den textinformation som finns? Vi nämnde i teorin att användare inte läser, utan skummar webbsidor för att de är stressade, att de läser långsammare och har en uppgift att utföra. Detta var särskilt tydligt på en av våra användare där vi märkte att han bara letade efter nyckelord som signera, registrera och OK när han var inne i betalningsproceduren och läste alltså inte övrig text på sidan trots att han var ny på banken. Men även en van användare nämnde att det var för mycket information ibland. Han var medveten om att viktiga saker stod med röd text, men att han ibland missade dem. Han tyckte inte att de var konsekventa i var de lade texten.

På Skandiabanken har de lyckats bättre med att skilja ut den viktiga information som användaren behöver och presentera den på ett tydligt sätt. Ett exempel på detta är den sida som man får upp när man har registrerat en räkning. Denna sida skiljer sig markant från övriga sidor på sajten och innehåller enbart en kort text som säger att man har registrerat en räkning, till vem, när den skall betalas och en länk om man vill betala en ny räkning.

7.1.2 Tydliga exempel

Som vi tagit upp flera gånger tidigare bör man förebygga fel genom att vara tydlig. På Föreningssparbanken har man ansträngt sig för att i de olika betalningsstegen ge exempel på hur bland annat datum skall fyllas i. Vi såg dock att de ovana användarna hade en tendens att missa denna information. Vi tror att detta beror på att det inte finns någon sådan information att tillgå på Skandiabanken som de är vana vid och att de därför inte uppmärksammade den på Föreningssparbankens sidor. På samma sätt märkte vi att flera av Föreningssparbankens användare saknade denna information på Skandiabanken, eftersom de var vana att kunna få den hjälpen.

På båda bankerna fyllde både vana och ovana användare i fel format på datum och kontonummer. En del var medvetna om att det brukade vara problem, men kom inte ihåg huruvida man skulle inkludera streck och punkter. Detta har att göra med att, som vi nämnde i teorin, att vi inte kommer ihåg utan snarare känner igen. Vi känner alltså igen själva sidan och en del av användarna visste till och med att de hade fått problem med datum och kontonummer tidigare, men kommer inte ihåg exakt vad det var som var problematiskt. Här skall man alltså ge tydliga exempel. Men med fallet med kontonumret, fick användarna varken hjälp av den bristfällig information i hjälpen eller av felmeddelanden, vilket leder oss in på nästa problem.

7.2 Felmeddelanden

Ett, för oss, överraskande resultat var att användarna vid ett flertal gånger klickade bort felmeddelandena utan att läsa dessa. Detta är något som vi inte har läst i tidigare forskning. Vi tror att detta beror på den inflation som vi upplever att det har blivit i användandet av felmeddelanden. Vi ser dagligen felmeddelanden från olika Office-program och har lärt oss att det bara är att klicka OK, eftersom vi har vant oss att de oftast inte har någon funktion och att de inte innehåller någon relevant information som hjälper oss som användare. Men det skall sägas här att det inte gäller alla användare. En person i vårt test var mycket noggrann och läste alla felmeddelanden och var även noga med att kontrollerar om räkningar blivit betalda/borttagna.

Som vi nämnde i vår teori så måste ett felmeddelande tydliggöra vad som är problemet och vad man skall göra för att lösa det. De felmeddelanden som finns på bankernas Internetsidor är ofta bristfälliga och talar bara om för användaren att det är problem och inte vad de beror på eller hur man löser dem. Ett exempel på ofullständiga felmeddelanden är när en användare får upp ett felmeddelande om att kontonumret endast får innehålla 16 tecken och först i felmeddelandet efter får information om att det endast får innehålla siffror.

Båda bankerna använder sig av modala fönster för felmeddelanden. Detta gör att användaren inte kan ha uppe både felmeddelandet och det andra fönstret samtidigt. Som vi nämnde i teoridelen är detta inte något som man rekommenderar. Det optimala hade naturligtvis varit om användarna kunde läsa i felmeddelandet samtidigt som man ändrar det som är fel.

7.3 Navigation

Här ser man tydligt att de ovana användarna har mer problem än de vana med navigationen. Detta tyder på att användarna efter en tids användning lär sig vart i menyerna man ska gå in, vad olika begrepp betyder och vad som finns var på webbplatsen.

7.3.1 Menysystemet

Precis som tidigare studier visat ansåg även våra användare att Skandiabankens menysystem var krångligt. Detta tror vi beror på att det finns så mycket information som våra användare inte fann relevant. Saker som pension, försäkring med mera används antagligen väldigt sällan av merparten användare på Internetbanken. Detta är något man även sett i tidigare studier. En användare uttryckte att det hade varit bra att man hade kunnat välja bort sådan information med personliga inställningar. Om man nu inte kan ta bort de menyerna anser vi att man kunde gruppera menyerna i olika kategorier genom att använda sig av närhets- eller likhetslagarna. Det har man för övrigt utnyttjat bra i andra sammanhang på båda bankerna. Man använder färg för att visa på samhörighet av vissa informationselement. Man grupperar också informationen genom att avskilja ytorna åt med tomma utrymmen eller streck och färgade fält. Föreningssparbankens menyer fungerade bättre än Skandiabankens men även de hade brister med enkelheten och det saknas till exempel en hemknapp i menyn och på sidan.

Det har även framkommit önskemål från en användare om att ha någon sorts snabbval eller alternativt en möjlighet till personliga inställningar för uppgifter som man använder ofta som att betala räkningar. Vi anser att eftersom de allra flesta främst använder Internetbankerna för att betala sina räkningar så borde det finnas en direktlänk till denna funktion från startsidan.

7.3.2 Klicka fram underrubriker

Det tog lång tid för de ovana användarna på Skandiabanken att inse att man måste klicka på kontonumret för att få upp val av tjänster. Kontonumret är skrivet i svart och är understruket. Som vi nämnt tidigare bör man följa vedertagna designregler för att underlätta våra kognitiva processer, därför skulle man i detta fall ha använt en blå färg på kontonumret. När väl användarna insåg hur det fungerade var det ändå flera som tvekade att klicka på kontonumret och underrubrikerna i menyn. Vi tror att det beror på att eftersom användarna måste klicka i meny för att få upp undermenyerna och eftersom man inte vet vart man hamnar när man klickar så riskerar man att klicka på en länk till en sida som tar lång tid att ladda ner eller som är helt fel för användarens syften. Vi vet från tidigare studier att användare inte uppskattar lång nedladdningstid och osäkerheten att inte veta vad som händer när man klickar gör att användarna tvekar. Därför bör man som på Föreningssparbankens sida, ha mouse-over-effekter, vilket betyder att man kan se underrubriker genom att hålla musen över ett ord i menyn. På detta sätt kan användaren se vart han är på väg och känner sig därmed säkrare i sina val.

7.3.3 Att hitta rätt information

I flera användaruppgifter såg vi att det fanns flera olika vägar för att komma till samma mål. På Skandiabanken hittar man till exempel 'frågor och svar' både under 'översikt' och 'kontakta oss' och på Föreningssparbanken hittade användarna flera olika vägar för att komma till kortinformationen. Enligt Nielsen skall man undvika sådant då detta bara förvirrar användaren men det är inte direkt fel att ha flera vägar till samma sida om det fyller en funktion eller om det är nödvändigt. En användare påpekade detta själv då han ansåg att Föreningssparbankens Internetbank inte var logisk, men att man alltid på något sätt hittar dit man ska ändå.

Nielsen menar att all information på en webbplats måste gå att nå med max tre klick. Det tar precis tre klick på Föreningssparbanken att komma till de flesta sidor och bland annat till sidorna där man betalar sina räkningar eller överför pengar. På Skandiabanken tar det

tre klick från startsidan men om man går via menyn så behövs det fyra klick. Men eftersom betalning av räkningar är det absolut vanligaste ärendet som användarna utträttar borde denna funktion finnas som direktlänk så man lätt kommer åt den från förstasidan. Vi anser i detta fall att det är för mycket med tre klick.

För att underlätta att hitta på sajten anser både vi och Nielsen att man även borde ha en sökfunktion. Vi såg i vår studie att användarna hade problem att hitta information de aldrig letat efter förr. Det tog lång tid för dem och då hade det varit smidigt om man kunde nå en sökfunktion på alla sidor för att kunna söka på innehållet på Internetbanken.

7.3.4 Bakåtknappens dilemma

På båda bankerna var det problem med att använda tillbaka-knapparna i webbläsaren. En användare slutade att använda dessa helt sedan hon klickat på tillbaka-knappen en gång med resultatet att sidan hängde sig totalt och användaren blev tvungen att logga in igen. Vi tror att man har lärt in att man kan använda tillbaka-knappar överallt annars på Internet, och har därför fört över denna kunskap till Internetbankerna. Dessutom saknas det bakåtknappar på de flesta av webbplatsens sidor. Om enda sättet att interagera med sidan är att använda webbläsarens bakåtknapp är det kanske inte så konstigt att användarna använder sig av den. När detta inte fungerar på grund av säkerhetsmässiga och tekniska anledningar, ställer det till problem för användarna. En lösning hade varit att lägga in bakåtknappar på själva sidan där man kan gå tillbaka i processen, så att användarna inte använder knapparna i webbläsaren. Vi tror också att istället för att hela sidan skall låsa sig när man trycker på bakåt-knappen i webbläsaren göra en lösning med en meddelandesida som talar om att sidan inte längre gäller så att man kan gå tillbaka och fortsätta där man var innan. Vi nämnde i teorin att en del användare är väldigt osäkra och att det är ett krav från användarna att de ska kunna känna sig säkra när de använder Internetbanken. När bakåtknapparna då inte fungerar som vanligt skapar det en rädsla hos vissa användare.

7.4 Terminologi

De flesta terminologiproblemen uppkom på Skandiabanken. Det var ord som 'mitt engagemang' och 'mottagarnummer'. Även vissa av de vana användarna menade att Skandiabanken har dåligt ordval på sin sida. På Föreningssparbanken hittade även de ovana användarna bra i menyn, men vissa tog fel på begreppet 'till toppen' som skall användas när man har skrollat ned på en lång sida. De trodde att det betydde att man skulle komma till startsidan på sajten. En del hade även problem med underrubrikerna som de ansåg inte vara nog beskrivande. I underrubriken 'överföringar bankkonton' står det endast 'aktuella' och användaren skall då koppla ihop detta med vilken meny han eller hon är inne i. På båda bankerna hade användare dessutom problem med termen Bank-ID som de felaktigt tolkade som information om bankens tjänster.

När användare ställs inför ett ord eller en term som de inte förstår leder detta till att användaren helt enkelt ignorerar dem. Användaren stannar inte upp och tar reda på vad ordet betyder utan de går vidare för att hitta det som det som de tror att det ska stå. Det är först när användaren utesluter alla andra alternativ eller möjligheter som de går tillbaka och kollar vad det egentligen betyder. Ordvalet i menyer och på sidorna har en väldigt stor betydelse när det gäller användbarheten på Internetbanken. Ett dåligt ordval leder till att användarna får lägga ner onödig tid och energi på att förstå och hitta på sidorna, detta skapar i sin tur irritation hos användarna.

7.5 Effektivitet kontra lärbarhet

Vi har sett en skillnad mellan bankerna när det gäller effektivitet och lärbarhet. Skandiabanken är svår att använda som nybörjare men när man väl har lärt sig gränssnittet så kan man utföra olika tjänster effektivt. Föreningssparbankens användargränssnitt är däremot lätt att lära, men är inte lika effektiv som Skandiabanken.

Skandiabanken har alltså en högre inlärningskurva än Föreningssparbanken, eftersom det inte finns några tydliga rubriker i menyn så att användarna blir osäker på var de skall gå in för att utföra uppgiften. Man får inte heller några exempel på hur man skall fylla i kontonummer och datum samt att man måste klicka för att få upp undermenyer. Men har man väl lärt sig terminologin och att man skall klicka på kontonumret, går det snabbare att genomföra uppgifterna på Skandiabanken än på Föreningssparbanken eftersom man slipper att använda dosan och att det generellt sett behövs ett mindre antal steg för att utföra uppgifterna. Användandet av dosan på Föreningssparbanken har dock inte något att göra med gränssnittets användbarhet men är ändå en viktig faktor att ta hänsyn till.

Att Föreningssparbanken är lättare att lära sig som nybörjare tror vi beror på att man har tydliga ordval i menyer och på sidan för vanliga uppgifter som att betala räkningar och liknade. Det beror förmodligen även på att Föreningssparbanken endast har sex huvudrubriker, jämfört med tolv stycken i Skandiabankens meny. Detta betyder att man på Föreningssparbankens sidor har mindre antal val att leta bland. Däremot är Föreningssparbanken, som vi nämnt ovan, inte lika effektiv som Skandiabanken eftersom man ständigt måste signera alla betalningsmottagare och räkningar samt att det generellt sätt behövs fler antal klick för att genomföra uppgifterna. I Nielsens definition av användbarhet, ingår både effektivitet och lärbarhet. Alltså bör man ha med båda de aspekterna för att uppnå god användbarhet, vilket man alltså misslyckats med på båda bankerna. Nielsen tar dock inte ställning till vilket som är viktigast om man måste prioritera mellan dessa. Vi hävdar att effektiviteten väger tyngre än lärbarheten i det längre loppet. Detta grundar vi på att det inte är så stor rörlighet bland kunderna mellan olika banker då det är så många fler faktorer än enbart användbarheten som spelar in när kunderna väljer sin Internetbank och kunderna håller sig oftast till den bank man har sedan tidigare. Den inläringstid på cirka 5 minuter som Skandiabanken har får då ställas mot det faktum att bankärendena där tar kortare tid än på Föreningssparbanken och om man använder sin Internetbank regelbundet över en längre period så är inläringstiden en väldigt liten parantes i helheten.

7.6 Vanans makt

Alla användare utom en uttryckte att de tyckte att deras egen bank hade bäst användbarhet och alla gav sin egen bank högre betyg på de uppgifter de fick utföra. Användarna hade också flest problem på den banken de aldrig tidigare använt. Detta tyder på att det inte bara är användbarheten som avgör hur användarna upplever sidan, utan även att man helt enkelt har lärt sig hur sidan fungerar. Detta argument grundas även på att användarna fick problem när de skulle leta efter information eller utföra uppgifter de sällan eller aldrig använt. Som vi nämnde under tidigare forskning, så har man från bankens sida märkt att de flesta klagomålen kommer från personer som tidigare använt en annan Internetbank. Dessa användare har uttryckt önskemål att banken skall ändra sidan så att den liknar den som användarna är vana vid sedan tidigare. Detta är även något som vi sett i vår studie. Alla utom en användare som var osäker, ansåg att deras egen bank hade bäst användbarhet och några av användarna sa själva att det troligen berodde på att de är vana med den sedan tidigare och därför tycker mer om den än den Internetbank som de inte använt tidigare.

8 Slutsats

Nedan redogör vi för de slutsatser som vi dragit efter att ha analyserat och diskuterat våra resultat. Vi redovisar dem utifrån samma struktur som i diskussionen.

Den slutsats som går att dra från vår studie är att Föreningssparbankens och Skandiabankens Internettjänster har klara brister på vissa aspekter av användbarheten:

- **Information** - På Skandiabanken finns det för lite information och förklaringar som hjälper, framförallt nya användaren, att genomföra sina uppgifter på ett korrekt sätt. På Föreningssparbanken är det däremot för mycket information som är irrelevant för användarna vilket ger information overflow, vilket gör att de får svårt att sortera ut den information som är relevant.
- **Felmeddelanden** - De felmeddelanden som finns på bankernas sidor är ofta bristfälliga och hjälper inte användaren att lösa problemet. Användarna har även en förmåga att klicka bort felmeddelanden utan att läsa dem eller bara läsa dem delvis. Det gäller även de felmeddelanden som faktiskt är informativa.
- **Navigation** - Skandiabankens menysystem upplevs som krånglig bland de ovana användarna då det innehåller för många val. Detta försvåras av att det finns många olika vägar till samma mål vilket resulterar i att det blir rörigt för användaren på sidan. Dessutom måste man klicka för att få upp undermenyerna. Användarna hade gärna sett att vanliga uppgifter som t.ex. betala räkningar, ligger högre upp i hierarkin. Båda bankerna har problem med att det inte går att använda webbläsarens tillbaka-knapp på vissa sidor utan att sidan hänger sig.
- **Terminologi** - Det finns flertalet ord och termer på sidorna som inte användaren förstår och som är onödigt invecklade eller ologiska. De flesta missförstånden uppstod på Skandiabanken.
- **Effektivitet kontra lärbarhet** - Föreningssparbanken är mer lättlärd medan Skandiabanken är mer effektiv när man väl har lärt sig den då man slipper att använda dosan samt att det krävs färre antal steg för att genomföra uppgifterna.

Ovanstående punkter kan alla kopplas till att användarna är mer nöjda med sin egen Internetbank. Men detta beror inte på att just deras Internetbank är mer användbar, utan att användarna helt enkelt är vana vid och har lärt sig ett visst gränssnitt.

8.2 Vidare forskning

Det hade varit intressant att se om det går att stödja våra resultat kvantitativt samt att mäta effektiviteten genom att räkna antalet musklick och tidsåtgången vid genomförandet av uppgifterna. En annan tänkbar fortsättning hade varit att tillföra ytterligare en aspekt på vårt test genom att med teknisk utrustning följa personernas ögonrörelser. Hur de avsöker sidan innan de beslutar sig för att klicka någonstans. Vi hade dock inte tillgång till någon sådan apparatur, men detta kan vara ett tips till fortsatta studier. En av våra testpersoner följde dock med musen där hon läste, så det hade vi stor hjälp av.

9 Referenser

- Almström, Peter (2001). *Usability Inspections*. [elektronisk], tillgänglig:
<<http://www.affectus.se/artiklar/usabilityinsp/index.html> 2003-11-10> (2003-10-14)
- Andersson, Lisa och Lind, Maria (2002) *Utvärdering och jämförelse av två Internetbankers användarvänlighet*, Örebro Universitet, [elektronisk], tillgänglig:
<http://lom.oru.se/asp/Informatik/sys_ckurs/uppsats_c/documents/Internetbankersanvandarnanlighet.pdf> (2003-10-)
- Augustson, Henrik och Saether, Marie (2003) *Intelligent Plånbok – Utformning och utvärdering av verktyg för mobila banktjänster*, C-uppsats, Göteborgs Universitet, [elektronisk] tillgänglig:
<http://www.cling.gu.se/theses/tmp/cl0msaet_cl0haugu.pdf> (2003-11-02)
- Bolander, Hans (2003) *Årets Internetbank i Privata Affärer*: nr 12, Tidsam
- Bra Böcker AB (2000) *Nationalencyklopedin*, 'enkätstudie', DVD, Höganäs
- Carlell, Camilla (2000-04-14) 'Fördjupning konsument och Internet' i Finansinspektionen (red) *Internet och finansiella tjänster av*, [elektronisk], tillgänglig:
<http://www.fi.se/publikationer/rapporter/rapport2000_3.pdf> (2003-11-02)
- Carlell, Camilla (2001) *Technology in Everyday Life – A Study of Consumers and Technology in a Banking Context*. Stockholms universitet, Stockholm
- Chung, Winnie och Paynter, John (2002) *An Evaluation of Internet Banking in New Zealand*. [elektronisk], tillgänglig:
<<http://ieeexplore.ieee.org/iel5/7798/21442/00994178.pdf>> (2003-11-14)
- Cybercom (2003) *Cybercom Groups utvärdering av bankernas Internettjänster för privatpersoner, år 2003.*, [elektronisk] tillgänglig:
<http://www.cybercom.se/new_research/layout/files/Rapport_2003.pdf> (2003-11-15)
- Denscombe, Martin (2000) *Forskningshandboken - för småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*, Studentlitteratur, Lund
- Ersson, J. & Kärrander, L. (1998). *Gränssnittsdesign*, examensarbete vid Göteborgs universitet, [elektronisk], Tillgänglig:
<<http://www.handels.gu.se/epc/data/html/html/PDF/Ersson.Karrander.IA5840.pdf>> (2003-09-14)
- Faulkner, Xristine (2000) *Usability Engineering*, Mac Millan Press LTD, London
- Finansinspektionen (1999) *Bankernas betaltjänster – avgifter och information*, regeringsrapport den 21 juni, [elektronisk], tillgänglig:
<<http://www.fi.se/index.asp?x=/publikationer/Rapporterview.asp>> (2003-11-14)
- Fossum, Per (1996), *Metoder för att hitta användbarhetsproblem hos datorsystem*, SISU, Publikation 96: 20, Rapport oktober 1996, Kista

- Föreningssparbanken_a (2003) *Gör du examensarbete om Internetbanker?* [elektronisk] tillgänglig:
<<http://www.foreningssparbanken.se/sst/inf/out/infOutWww/0,,20760,00.html>> (2003-10-30)
- Föreningssparbanken_b (2003) *Bankens historia* [elektronisk] tillgänglig:
<<http://www.foreningssparbanken.se/sst/inf/out/infOutWww/0,2608,5788,00.html>> (2003-10-30)
- Föreningssparbanken_c (2003) *Snabbfakta* [elektronisk] tillgänglig:
<<http://www.foreningssparbanken.se/sst/inf/out/infOutWww/0,2608,5781,00.html>> (2003-10-30)
- Föreningssparbanken_d (2003) *Affärsidé och verksamhet* [elektronisk] tillgänglig:
<<http://www.foreningssparbanken.se/sst/inf/out/infOutWww/0,,5787,00.html>> (2003-10-30)
- Goldsborough, Ried (2001) *Waving Web Sites That Others Will Want To Use*, Academic Search Elite [elektronisk] tillgänglig:
<http://web2.epnet.com/citation.asp?tb=1&_ug=dbs+0+ln+en%2Dus+sid+27C2EC11%2D203A%2D40BA%2D88A1%2D3C8BC9B93613%40sessionmgr3%2Dsessionmgr4+6014&_us=bs+Jakob++Nielsen+db+0+ds+Jakob++Nielsen+dstb+ES+fh+0+hd+0+hs+0+or+Date+ri+KAAACBWA00019864+sm+ES+ss+SO+9BE3&cf=1&fn=1&rn=14> (2003-11-10)
- Granberg, Fredrik och Olofsson, Fredrik (2003) *Användbarheten på centrala webbplatser, ur ett användarperspektiv*, Luleå Högskola, [elektronisk], tillgänglig:
<<http://epubl.luth.se/1404-5508/2003/099/LTU-SHU-EX-03099-SE.pdf>> (2003-10-02)
- Grensund, Peter (2000-11-13) *Vi synar 10 nätbanker, hur bra är din?* [elektronisk], tillgänglig:<<http://www.aftonbladet.se/it/0008/07/bank2.html>> (2003-10-02)
- Gulliksen, Jan (1993) *Möjligheter eller problem?*, [elektronisk], tillgänglig:
<<http://www.hci.uu.se/education/dvp1/HTML-DVP1-F2/sld011.htm>> (2003-12-01)
- Gulliksen, Jan & Göransson, Bengt (2002) *Användarcentrerad systemdesig.*, Studentlitteratur, Lund
- Gustafsson, A & Andersson, M. (2002), *Befintliga webbgränssnitt - Metodramverk vid utvärdering av användarvänlighet*. Examensarbete vid Göteborg Universitet, [elektronisk], tillgänglig:<http://www.handels.gu.se/epc/archive/00001861/01/EX1_Nr_11_MA,_AG.pdf> (2003-09-14)
- Gärdenfors, Peter (2003) *Kognitionspsykologi för Människa-datorinteraktion* [elektronisk], tillgänglig:
<<http://www.hci.uu.se/courses/1md113/vt03/F2.pdf>> (2003-12-01)
- Halvarsen, Knut (1992) *Samhällsvetenskaplig metod*, Studentlitteratur, Lund
- Hom, James (1996). *The Usability Methods Toolbox*. [elektronisk], tillgänglig:
<<http://jthom.best.vwh.net/usability/>> (2003-10-05)
- Högskolan Trollhättan/Uddevalla (2003-11-24) *Människa-datorinteraktion*. [elektronisk], tillgänglig:<http://www.htu.se/extra/page/?action=page_show&id=33&module_instance=6&target=villstud&page=/utbildningar/htu_kurs.php&kursid=2335> (2003-11-24)

Hallström, Lasse (2003) *SEB växer snabbt på nätet*, [elektronisk], tillgänglig:
http://www.idg.se/ArticlePages/200306/16/20030616100317_IW/20030616100317_IW.dbp.asp <2003-12-20>

IT- kommissionen (1998) *It och nationalstaten -bakgrundsmaterial*, [elektronisk], <tillgänglig:
<http://www.itis.gov.se/studiematerial/kopia/pdf/211.pdf>> (2003-11-28)

Kindahl, Ingrid och Eklund, Andreas (2001) *Sveriges bästa Internetbank* i Internetworld nr 4

Lindström, Lena och Pettersson, Ulrika (2002) *Användbarhet på en Internetbank*, C-uppsats Luleå universitet

Lundh, Lars-Gunnar, Montgomery, Henry och Waern, Yvonne (1992) *Kognitiv psykologi*, Studentlitteratur, Lund

Markwall, Johan (2003) *Kunderna gillar sina Internetbanker* i Privata Affärer: nr 12, Tidsam

Mogul (2003-12-01) *Bättre Internetbank går inte att få* [elektronisk], tillgänglig:
<http://www.mogul.se/> <2003-12-01>

Nagosuvan, Leonard (2003) *Vad har kognitionspsykologi med MDI att göra och varför är just den grenen av psykologi så himla intressant*, Umeå universitet, [elektronisk], tillgänglig: <<http://www.cs.umu.se/~leo/kompendium.html>> 2003-11-11

Nielsen, Jakob (2001) *First role of usability? Don't listen to users* [elektronisk], tillgänglig:
<[http://useit.mondosearch.com/cgi-bin/MsmGo.exe?grab_id=6&EXTRA_ARG=&host_id=42&page_id=9437184&query=bank&hiword=bank+BANKED+BANKING+BANKS+](http://useit.mondosearch.com/cgi-bin/MsmGo.exe?grab_id=6&EXTRA_ARG=&host_id=42&page_id=9437184&query=bank&hiword=bank+BANKED+BANKING+BANKS+>)> (2003-12-02)

Nielsen, Jakob (1993) *Usability Engineering*, Academic Press

Nielsen, Jakob (1995) *Traditional Usability Test on Running System* [elektronisk], tillgänglig:
<[http://useit.mondosearch.com/cgi-bin/MsmGo.exe?grab_id=5414544&EXTRA_ARG=&host_id=2&page_id=498&query=think+aloud&hiword=THINK+ALoud+THINKING+THINKS+THINKERS+THIN+](http://useit.mondosearch.com/cgi-bin/MsmGo.exe?grab_id=5414544&EXTRA_ARG=&host_id=2&page_id=498&query=think+aloud&hiword=THINK+ALoud+THINKING+THINKS+THINKERS+THIN+>)> 2003-11-10

Nielsen, Jakob_a (2000) *Användbar webbdesign*, Liber AB, Stockholm

Nielsen, Jakob_b (2000) *Designing Web Usability*, Indiana: New Riders Publishing, Indiana

Nielsen, Jakob (2001) *First role of usability? Don't listen to users*, [elektronisk], tillgänglig:
<[http://useit.mondosearch.com/cgi-bin/MsmGo.exe?grab_id=6&EXTRA_ARG=&host_id=42&page_id=9437184&query=bank&hiword=bank+BANKED+BANKING+BANKS+](http://useit.mondosearch.com/cgi-bin/MsmGo.exe?grab_id=6&EXTRA_ARG=&host_id=42&page_id=9437184&query=bank&hiword=bank+BANKED+BANKING+BANKS+>)> (2003-12-02)

Nielsen, Jakob & Tahir, Marie (2002) *Användbara hemsidor - analys av 50 webbplatser*, Pearson Education Limited, Harlow

Norlin, Arne (1999-09-18) *Bankerna är bäst på Internet*, [elektronisk], tillgänglig:
<<http://www.aftonbladet.se/ekonomi/9909/18/bank.html>> (2003-10-02)

Norman, A. Donald (1988) *The Design of Everyday Thing*, The MIT Press, London

Perfetti, Chritine och Landesman, Lori, *Eight Is Not Enough*, User Interface Engineering, [elektronisk] tillgänglig:

<http://www.uie.com/Articles/eight_is_not_enough.htm> (2003-11-10)

Piatidis, Alexander (2003) *Brist på kundfokus i svensk e-handel*, [elektronisk] tillgänglig:

<<http://www.usabilitypartners.se/news/2003/editorial02sv.shtml>> (2003-12-01)

Reimertz, Niclas (2003-12-02) på Mogul, e-postkontakt

Preece, Jennifer (1994) *Human-Computer Interaction* Addison-Wesley, Harlow

Preece, Jennifer, Roger, Yvonne och Sharp, Helen (2002). *Interaction Design -beyond human-computer interaction* John Willey & Sons Inc, New York

Rubin, Jeffery (1994) *Handbook of Usability Testing: How to Plan, Design, and Condukt Effective Tests*. Wiley, New York

Rudblad, Johan (1999) *Svenska Internetbanker -en aktuell beskrivning av bankernas Internettjänster och en situationsanalys av deras Internetbanker*, D-uppsats, Göteborgs universitet, [elektronisk], tillgänglig:

<<http://www.handels.gu.se/epc/archive/00002496/01/johan.rudblad.IA7400.pdf>> (2003-11-28)

Skandiabanken *Affärsidé och vision*[elektronisk], tillgänglig:

<www.skandiabanken.se> (2003-12-12)

Usability Partners_a (2003-03-27) *Användbarhet: vad är det?!*, [elektronisk], tillgänglig:

<<http://www.usabilitypartners.se/news/bulletinssv.shtml>> (2003-11-02)

Usability Partners_b (2003-03-27) *Nyheter*, [elektronisk], tillgänglig:

<<http://www.usabilitypartners.se/news/bulletinssv.shtml>> (2003-11-02)

Usability Sciences Consulting (2003-11-24) *What is HCI?* [elektronisk], tillgänglig:

<<http://www.usabilitysa.co.za/hci.htm>> (2003-11-24)

Waymaker Pressrelease (2003-06-17) *Hög klass på svenska Internetbanktjänster- men utvecklingen av tjänster kräver nytänkande*, [elektronisk], tillgänglig:

<<http://www.mediarkivet.se/servlet/ma.mvc.Controller?command=ShowArticle&TABS=Y&RID=1586624771&AID=7633913&NTH=1&EXPANDED=&GROUPBY=NONE&ARTICLESPERPAGE=20&NOCACHE=1066729578327>> (2003-10-02)

Whitehand, Richard (2003-11-26) grundare av Usability Partners, intervju per telefon

Whitehand, Richard, (2002) *Det hjälpte inte att involvera användarna*, [elektronisk], tillgänglig:

<<http://www.usabilitypartners.se/news/2002/editorial03sv.shtml>> (2003-12-04)

Wistrand, Jonnie (2003) *Lättlurade kunder mejlade lösenord* i Computer Sweden 2003-11-05, IDG, Stockholm

Bilaga – Resultat av användaruppgifter

Frågor till användare 1

Kön: Kvinna

Datorvana: Mycket god

Hur länge har du haft Internetbank: 5 år

Egen bank: Skandiabanken

Hur ofta använder du Internetbanken: 2 gånger per månad

Till vad: Främst överföringar mellan egna konton och till andras konton

Skandiabanken anv. 1

A) Vad var bäst på sidan: Har man gjort det en gång så kan man det. Väldigt tydlig pg-bg-blankett.

B) Vad var sämst på sidan: Formuleringen mitt engagemang. Förstår inte vad det betyder första gången.

C) Hur tycker du att terminologin/språket var: Tydligt (4)

D) Hur lätt är det att orientera sig i menysystemet: Enkelt (4)
Motivering: ibland har de oklara ordval.

E) Typografi/färg; var texten enkel att läsa? Mycket enkelt (5)
Motivering: Kanske lite liten text om man ser dåligt.

F) Hur svårt var det att utföra uppgifterna i testet?

Uppgift 1: Enkelt (4)

Motivering: Har gjort det många gånger förut.

Uppgift 2: Mycket enkelt (5)

Motivering: Logisk väg.

Uppgift 3: Varken enkelt eller svårt (3)

Uppgift 4: Mycket enkelt (5)

Motivering: Lättillgängligt.

Uppgift 5: Enkelt (4)

Uppgift 6: Varken enkelt eller svårt (3)

Motivering: Fanns inget självklart val i menyn.

Medeltal: 4,0

Föreningssparbanken anv. 1

A) Vad var bäst på sidan: Tydlig översikt över samtliga konton.

B) Vad var sämst på sidan: Signera, vad betyder det? Krångligt med dosan hela tiden, borde rätta med en gång.

C) Hur tycker du att terminologin/språket var: Tydligt (4)

D) Hur lätt är det att orientera sig i menysystemet: Enkelt (4)
Motivering: ibland dåligt ordval.

E) Typografi/färg; var texten enkel att läsa? Enkelt (4)

F) Hur svårt var det att utföra uppgifterna i testet?

Uppgift 1: Varken enkelt eller svårt (3)

Motivering: Logiskt menyval, men krångligt med signera och registrera. Lång process.

Uppgift 2: enkelt (4)

Motivering: Saknas knapp för att komma vidare till att göra själva överföringen efter att man registrerat en ny person.

Uppgift 3: enkelt (4)

Uppgift 4: Mycket enkelt (5)

Motivering: Logisk, kort väg.

Uppgift 5: enkelt (4)

Uppgift 6: Varken enkelt eller svårt (3)

Motivering: Svårt att veta var i menyn man skulle leta.

G) Vilken bank var lättast att orientera sig på och varför: Skandiabanken:

Motivering: Det är den jag är mest van vid.

H) Övriga kommentarer och synpunkter:

Medeltal: 3,8

Våra kommentarer om användartestet 1

Skandiabanken

Uppgift 1: Allt går som smält smör.

Uppgift 2: Användaren saknar en funktion i menyn för att skapa en ny mottagare direkt. Hon måste gå in och registrera en betalning för att kunna lägga till mottagaren. Hon vill ha en tydlig knapp för att skapa ny mottagare. Hon vet inte heller om man måste fylla i streck och punkter när man skriver kontonumret. ”Jag tror att det är utan (...) testar om det fungerar.”

Uppgift 3: Går in på 'hjälp' som inte gav något. Gick in på 'kontakta oss' och 'frågor och svar'. Klickade på webbläsarens tillbaka-knapp och fick då upp en vit sida med menyn överst och ett felmeddelande, klickade på OK och fick ett nytt felmeddelande, klickade även OK på det, fortfarande vit sida, testar att klicka på 'översikt' men inget händer. En gång till på 'översikt'. Testade då att klicka framåt i webbläsaren, detta funkar och hon är inne på sidan igen efter 5 klick. Väljer 'kontakta oss' och sedan 'kundtjänst'.

Uppgift 4: Utan problem, 'översikt' och sedan mitt engagemang.

Uppgift 5: Klickar på 'understruket kontonummer' och 'betalningar' och 'kommande betalningar' ser sin räkning och klickar på papperskorgen och svarar ja på frågan om hon verkligen vill ta bort betalningen.

Uppgift 6: Hon går in på 'översikt' men hittar inget. Går in på 'banktjänster' men hittar inget där heller. Går till 'mina val' med samma resultat. Går tillbaka till 'översikt' och in på 'bank ID' inser att hon är fel och går ut till 'frågor och svar' under 'översikt'. Väljer efter lång tvekan 'banktjänster' ur hjälp-menyn och sedan 'kort'.

Sammanfattning: De flesta uppgifter löses utan problem. Användaren vill ha en tydlig knapp för att lägga till ny betalningsmottagare. Har problem med de tjänster hon inte vanligen använder.

Föreningssparbanken

Uppgift 1: Går in på 'betala/överföra' och 'Postgiro/Bankgiro-betalningar' och 'registrera betalning' letar efter mottagaren i listan, hittar den inte. Klickar på 'registrera ny mottagare' Skrev i Bg-nummer. ”Det var tydligt när det står 'Pg/Bg-nr' här där man ska skriva i det”. Hämtar mottagarnamn. För musen till 'till signera' utan att klicka. Tvekar och säger ”Undrar vad signera är för något, det vet inte jag” Tvekade mer och gick ner och läste vad som stod skrivet längre ner på sidan. Hittade inget bra utan gick upp till 'till signera' igen ”jag får väl ta den då” (uteslutningsmetoden alltså). Ser den röda texten om att hon är klar väldigt sent, tvekar alltså om hon är klar eller inte. Väljer 'registrera betalning' skriver i summa och datum och klickar 'signera' och genomför den. När sidan kommer upp där det står att hon är klar ser hon först inte den röda text som säger detta utan tvekar igen. ”Det kunde stå mycket tydligare att man är klar, den här ser ju ut som alla andra sidor, den kunde ha skilt sig mer från mängden så att man vet att man verkligen är klar.” ”Och sen är det alldeles för knökigt här, datumen på den här raden går ju in i varandra, man ser ju inte vad det står.”

Uppgift 2: Använde först den undermeny som skapas när du går in i huvudmenyn men kom fel och gick ut till huvudmenyn igen. Valde 'betala/överföra' och 'överföringar bankkonton' och 'mottagare'. Skriver i kontonummer men är osäker om hon ska skriva i streck och punkter, hon testar utan dessa och klickar på 'signera'. Kommer till en sida där det står att hon är klar och kan gå vidare till att registrera betalning men det saknas en knapp för detta så hon måste gå upp i huvudmenyn igen och gå in till 'registrera överföring'. Hon registrerar överföringen och signerar den utan problem.

Uppgift 3: Klickar på 'hjälp' och sedan 'kundtjänst' utan problem.

Uppgift 4: Det första hon gjorde var att klicka på 'till toppen' som fanns längst ner på sidan för att hon antog att den ledde till toppen eller startsidan för hela sajten och inte till toppen av sidan. Klickar på 'min sida' och sedan 'ekonomiskt översikt'.

Uppgift 5: Klickar på 'betala/överföra' och sedan på 'Postgiro/Bankgiro-betalningar' och sedan på 'aktuella'. Hon klagar där över att hon inte vet vilken räkning det är. Läser sedan förklaringen och klickar på numret och tar bort räkningen.

Uppgift 6: Går in på 'övriga tjänster' går igenom alla 3 underrubriker, reflekterar över 'bank ID' men går vidare. Tänker länge, kollar 'min sida' byter snabbt genom alla menyer tills hon kommer till 'hjälp' klickar på 'kundtjänst' kommer till en ny sida och väljer 'privat' och sedan 'kort och betaltjänster'.

Sammanfattning

Ovan med begrepp som signera. Tveksam över när man är klar med överföringarna och om man skall använda streck och punkter i kontonummer. Hittar lätt i menysystemet.

Frågor till användare 2

Kön: man

Datorvana: Mycket god

Hur länge har du haft Internetbank: 5 år

Egen bank: Skandiabanken

Hur ofta använder du Internetbanken: En gång i veckan.

Till vad: Betalar räkningar, överför pengar och håller koll på fonder och aktier.

Skandiabanken

A) Vad var bäst på sidan: Bra översikt; alla räkningar ligger på ett ställe oavsett vad det är för typ. Om man får en räkning via e-giro får man ett meddelande.

B) Vad var sämst på sidan: många olika saker trängs om utrymmet, men så kanske det måste vara.

C) Hur tycker du att terminologin/språket var: Tydligt (4)

D) Hur lätt är det att orientera sig i menysystemet: Enkelt (4)

Motivering: vore mycket enkelt om det inte varit massa information om försäkringar och sådant som man inte använder.

E) Typografi/färg; var texten enkel att läsa? Mycket enkelt (5)

Motivering: Höga kontraster och tillräckligt stora bokstäver.

F) Hur svårt var det att utföra uppgifterna i testet?

Uppgift 1: Mycket enkelt (5)

Motivering: meddelande om att önskad betalningsdag var en helgdag var bra.

Uppgift 2: Mycket enkelt (5)

Uppgift 3: Mycket enkelt (5)

Uppgift 4: Mycket enkelt (5)

Uppgift 5: Mycket enkelt (5)

Motivering: alla betalningar ligger på samma ställe, vilket ger en bra överblick.

Uppgift 6: Varken enkelt eller svårt (3)

Motivering: krångligt att man måste öppna ett nytt fönster med Skandiabanken där man inte är inloggad för att komma åt informationen.

Medeltal: 4,6

Föreningssparbanken

A) Vad var bäst på sidan: Tydlig och enkel.

B) Vad var sämst på sidan: dosan är krånglig och tar tid, det borde räcka med en inloggning.

C) Hur tycker du att terminologin/språket var: Tydligt (4)

D) Hur lätt är det att orientera sig i menysystemet: Enkelt (4)

E) Typografi/färg; var texten enkel att läsa? enkelt (4)

Motivering: Den ljusgrå färgen syns dåligt. Svart och orange syns bra

F) Hur svårt var det att utföra uppgifterna i testet?

Uppgift 1: enkelt (4)

Motivering: dosan krånglar till det men det är bra att postgironummer ger all information om betalningsmottagaren direkt. Att registrera en ny mottagare är krångligt första gången. När den väl är inlagd är det inte så krångligt. Det skall inte behövas trycka på registrera när man matat in uppgifter utan det borde gå automatiskt.

Uppgift 2: enkelt (4)

Motivering: återigen: dosan krånglar till det och man måste ange clearingsnummer som är olika från bank till bank, i övrigt går det smärtfritt.

Uppgift 3: enkelt (4)

Motivering: borde finnas direkt under dropdown-menyn under hjälp. Hittade inte dit med en gång.

Uppgift 4: Mycket enkelt (5)

Motivering: Hittar lätt eftersom man har en bra översikt och bra terminologi

Uppgift 5: enkelt (4)

Motivering: Kommande betalningar ligger på olika ställe beroende på om det är bankgiro eller postgiro, vilket är oväsentligt för användaren. De borde ligga på samma sida så man får en bättre överblick.

Uppgift 6: Varken enkelt eller svårt (3)

Motivering: Borde ligga under 'min sida' eller 'övriga tjänster'.

G) Vilken bank var lättast att orientera sig på och varför: Skandiabanken:

Motivering: Minst krånglig eftersom man inte behöver en dosa. Det är också bra att man slipper ange vad som är clearingnummer.

H) Övriga kommentarer och synpunkter:

Medeltal: 4,0

Våra kommentarer om användartest 2 Skandiabanken

Uppgift 1: Vet att man skall klicka på understryket kontonummer för att få upp val om tjänster. Klickar där på 'betalningar' och 'registrera räkning'. Får upp meddelandet om att dagen för betalningen har ändrats eftersom den angivna dagen var en helgdag.

Uppgift 2: Går direkt via 'banktjänster' klickar på 'kontonumret' och väljer 'överföringar'. Inga problem.

Uppgift 3: E-post hittas under 'kontakta oss', 'kundtjänst'.

Uppgift 4: Går direkt via 'översikt' och klickar på 'mitt engagemang'. Inga problem.

Uppgift 5: Går direkt in på 'banktjänster' och klickar på 'kontonumret', 'betalningar' och 'kommande betalningar'. Inga problem.

Uppgift 6: Går först in på 'banktjänster' och klickar på 'kort'. Ser att det var information om kort som tillhör och inte allmän information som vi var ute efter. Försöker därefter under 'banktjänster', 'kort' och ansökan om kort istället. Hittar inte den informationen han söker och löser därför problemet genom att öppna ett nytt Explorarfönster och klickar på Skandiabankens startsida när man inte är inloggad. Det tar lång tid att hitta rätt sida som finns under 'banktjänster', 'allt i ett konto', 'fakta och priser' där man får klicka på en länk till allmänna priser.

Sammanfattning: Det tar längre tid att hitta informationen som han inte vanligtvis klickar på.

Föreningssparbanken

Uppgift 1: Ser snabbt 'betala/överföra' i menyn och klickar vidare på 'postgiro/bankgiro-betalningar' utan att tveka och fortsätter att klicka på 'registrera'. Skriver in meddelande i stället för OCR och får då upp felmeddelande.

Uppgift 2: Klickar med en gång på 'betala/överföra' i menyn och klickar sedan på 'överföringar bankkonton' och sedan på 'registrera mottagare'. Märks att han inte läser allt utan bara skummar efter nyckelord som signera, registrera eller OK.

Uppgift 3: Går till 'hjälp' och väljer 'kundtjänst'. Inga problem. Hittar kundtjänst snabbt.

Uppgift 4: Går till 'min sida' och 'ekonomisk översikt'. Tycker det är en logisk plats för saldo. Allt går mycket snabbt utan tvekan.

Uppgift 5: Går till 'betala/överföra' i menyn och klickar vidare på 'postgiro/bankgiro-betalningar' och sedan 'aktuella'. Inga problem.

Uppgift 6: Gick först in på 'min sida' men hittade sedan till 'betala/överföra', 'kort' och 'översikt'. Han kom ihåg att han sett informationen tidigare och visste därför på ett ungefär vad han letade efter.

Sammanfattning: Läser inte all information, utan letar efter nyckelord som signera, registrera och OK. Har inga problem med menystrukturen och tvekar inte i sina val.

Frågor till användare 3

Kön: kvinna

Datorvana: God

Hur länge har du haft Internetbank: 3 år

Egen bank: Föreningssparbanken

Hur ofta använder du Internetbanken: 2 gånger per månad

Till vad: Betalar räkningar, kollar saldo och har fonder.

Skandiabanken

A) Vad var bäst på sidan: Tydlig

B) Vad var sämst på sidan: Att man skulle gå in via sitt kontonummer för att få reda på betalningar osv. Jobbigt om man har flera konton och vill se en översikt på aktuella betalningar.

C) Hur tycker du att terminologin/språket var: Varken tydligt eller otydligt (3)

D) Hur lätt är det att orientera sig i menysystemet: Varken enkelt eller svårt (3)

Motivering: I stort var den både väldigt enkel men lite knepig i vissa situationer som att hitta info om t ex Visakort. Den informationen borde vara lättåtkomlig, då bankerna gärna vill se att kunderna hellre använder kort än kontanter.

E) Typografi/färg; var texten enkel att läsa: Mycket enkelt (5)

Motivering: Lättläst

F) Hur svårt var det att utföra uppgifterna i testet?

Uppgift 1: Enkelt (4)

Motivering: Gick fortare än på FSB, men det var annorlunda ord och man viste inte hur man skulle fylla i kontonumret.

Uppgift 2: Enkelt (4)

Motivering: Hade velat ha lägg till nu mottagare under 'överföringar'.

Uppgift 3: Varken enkelt eller svårt (3)

Motivering: Svårt att hitta.

Uppgift 4: Enkelt (4)

Motivering: 'översikt' är logiskt, men inte 'mitt engagemang'.

Uppgift 5: Enkelt (4)

Motivering: Tydligt.

Uppgift 6: Varken enkelt eller svårt (3)

Motivering: Borde ligga högre upp.

Medeltal: 3,7

Föreningssparbanken

A) Vad var bäst på sidan: Tydlig och enkel, den har blivit bättre med tiden

B) Vad var sämst på sidan: Att man inte kan backa något steg utan att behöva logga in igen. Dosan är jobbig

C) Hur tycker du att terminologin/språket var: Tydligt (4)
Motivering: "Signera är inte bra, kanske betala istället?"

D) Hur lätt är det att orientera sig i menysystemet: Enkelt (4)

E) Typografi/färg; var texten enkel att läsa: Enkelt (4)

F) Hur svårt var det att utföra uppgifterna i testet: Varken enkelt eller svårt

Uppgift 1: Enkelt (4)

Motivering: Lätt, men bakåt-knappen funkar inte.

Uppgift 2: Varken enkelt eller svårt (3)

Motivering: Var otydligt när man var klar.

Uppgift 3: Enkelt (4)

Uppgift 4: Enkelt (4)

Motivering: Logisk väg.

Uppgift 5: Enkelt (4)

Motivering: Hade velat ha tydligare underrubrik.

Uppgift 6: Enkelt (4)

Motivering: Borde vara lättare att hitta.

Medeltal: 3,9

G) Vilken bank var lättast att orientera sig på och varför: Omöjligt att svara på under de omständigheter som var egentligen. Alltså det var första gången jag var inne på din bank, och då bara under en kort tid. Hade velat testa bankerna i en månad eller så innan man bestämde sig för att byta.

H) Övriga kommentarer och synpunkter:

Våra kommentarer om användartest 3

Skandiabanken

Uppgift 1: Går direkt på 'banktjänster' och klickar på 'understruket kontonummer' och 'betalningar' och registrera betalning'. Hon kommenterar "ange mottagarnummer" och är väldigt osäker på vad det betyder. Skriver Pg-nummer och klickar på OK får ett felmeddelande som hon klickar bort utan att läsa överhuvudtaget. Hon testar med att skriva in ett streck i Pg-numret, klickar OK och det funkar. Skriver i OCR-nummer. Klickar OK får felmeddelande som hon läser början på. Tar bort en siffra i OCR får felmeddelande igen tar bort en siffra till och det funkar. Får upp en bekräftelseruta. "är jag klar nu? Det gick ett steg fortare än på FSB" (ingen signering).

Uppgift 2: Hon känner inte igen sig i menyn. Går in på olika menyer flera gånger utan att hon kommer ihåg att hon varit där tidigare. Går mellan 'översikt' och 'banktjänster' går in på 'banktjänster' och klickar på 'understruket kontonummer' håller musen över 'överföringar' men klickar inte. "Nu har jag ingen aning" Jag förklarar uppgiften och hon klickar på 'överföringar' "Det är så jobbigt när man måste klicka här för att få upp menyn" Läser i menyn "flytta pengar" men jag ska ju lägga till en ny mottagare, "ja, ja, jag får väl börja här". Hon skriver i uppgifterna bra klickar OK får felmeddelande som hon läser om att det inte får finnas decimaler i summan. Tar bort dessa och klickar OK, Klart

Uppgift 3: Efter mycket tvekande väljer hon 'rådgivning'. Läser noga i undermenyn. Byter till 'kontakta oss' och 'frågor och svar' och letar där länge utan att hitta något. Upp till 'kontakta oss' igen och väljer 'kundtjänst'. Klart.

Uppgift 4: Väljer 'översikt' och läser igenom menyn men reagerar inte över 'mitt engagemang' går ner till 'banktjänster' 'understruket kontonummer' och 'kontoutdrag'. Hittar senare logotypen. "Det är obehagligt för man vet inte var man kommer när man klickar".

Uppgift 5: Går in på 'banktjänster' och 'understruket kontonummer' och 'betalningar' och 'kommande betalningar' Klickade på papperskorgen bredvid den aktuella räkningen, fick upp en varningsruta/fråga om hon ville ta bort räkningen. Läste inte alls utan klicka på OK väldigt snabbt.

Uppgift 6: Går in på 'översikt' byter till 'banktjänster', 'kontonummer' och 'kort' och 'kortinformation' hamnar på sida om egna kort. Går runt i menyerna en stund väljer 'kontakta oss' och 'frågor och svar' och hittar informationen. "frågor och svar känns som om man har problem, kort är en sådan viktig del av banken så den borde inte ligga under frågor och svar utan längre upp i sidan."

Sammanfattning: Läser inte felmeddelanden utan testar sig fram till rätt väg. Funkar det inte första gången så ändrar hon lite och testar tills hon lyckas. Osäker i valet av menyer, glömmer var hon precis varit inne.

Föreningssparbanken

Uppgift 1: 'Betala/överföra' och 'postgiro/bankgirobetalningar' kollar i listan för att hitta mottagaren men hittar den inte. Väljer 'registrera ny mottagare' och registrerar denne. Går in på 'postgiro/bankgirobetalningar' skriver pg-nummer och signerar. Vi frågar varför hon skriver örena när hon anger summan, "Det vet jag inte, det visar väl sig om jag gjort rätt". Signerar. Sen klickar hon på bakåt-knappen i webbläsaren och hela sidan låser sig. Efter många försök att komma in igen får vi gå till startsidan och logga in igen.

Uppgift 2: Går in på 'betala/överföra' och för musen till 'överföringar bankkonton' men klickar inte på något val. Går vidare ner till 'överföringar Postgirokonton' och klickar på överföring. Här står det att kontot inte har något postgirokonto så hon är på väg att skapa ett sådant när vi försöker förklara frågan. "OK" hon går in på 'betala/överföra' och väljer mellan 'överföringar bankkonton' och 'överföringar bankkonton'. Hon förstår inte vart hon är och går efter en förklaring från oss in på 'överföringar bankkonton'. Hon väljer 'registrera ny mottagare'. När hon ska skriva in kontonummer undrar hon om det ska vara punkter i numret. Går till 'signera'. Sen vill hon gå tillbaka till sidan hon var på innan men detta går inte då hon inte vågar använda bakåt-knappen. Hon går upp i menyn och går in igen och väljer registrera 'överföring'. Hon skriver i uppgifterna och klickar på 'registrera'. Hon tar därefter upp lappen med nästa uppgift och tror alltså att hon är klar. Vi frågar om hon är klar med uppgiften och hon säger först ja och kollar på skärmen och inser att hon inte har signerat än. Hon har inte sett eller läst den lilla röda texten på denna sida och som säger att hon har ett steg kvar. Hon klickar på signera och slutför uppgiften.

Uppgift 3: 'Hjälp' och sedan 'kundtjänst'.

Uppgift 4: 'Min sida' och 'ekonomisk översikt'

Uppgift 5: 'Betala/överföra' och 'aktuella' Hon tvekar innan hon klickar, "aktuella känns inte bra, kunde ha stått mer utförligt, till exempel aktuella betalningar." Hon tar bort räkningen.

Uppgift 6: 'Övriga tjänster' och 'bank ID' växlar mellan olika menyer men väljer 'information' under 'bank ID'. Läser i nya fönstret inser att hon är fel och stänger detta. Går runt i menyn med musen, kollar 'betala/överföra' och 'kort' och sedan 'nytt bankkort och/eller kortkredit' hamnar fel och går upp i menyn. Klickar på 'meddelanden' hamnar fel, klickar på bakåtknappen som funkar denna gång. Kollar 'spara' fel. Går in på 'betala/överföra' igen och sedan 'kort' och sedan på 'nytt bankkort och/eller kortkredit' en gång till. Går ut och läser igenom hela menyn ordentligt. Hon ger här upp sina försök. Vi uppmanar henne att fortsätta för det finns där. Går in på 'betala/överföra' igen och sedan 'kort' och väljer 'ansökan nytt e-kort' hamnar fel. Hon säger att hon kollat allt, det finns inte här. Blir uppmanad att kolla igen under 'betala/överföra' går in där och sedan 'kort' kollar på 'översikt kort' men anser att det inte finns där heller. Vi uppmanar henne att läsa vad som står på sidan. Då hittar hon länken 'för information om korten, klicka här'. Klicka här står med ljusorange färg.

Sammanfattning: Mycket klickande i menyer innan hon hittar rätt. Testar sig fram när hon inte vet. Missar viktig information på sidorna. Vågar inte använda bakåt-knappen.

Frågor till användare 4

Kön: kvinna

Datorvana: Mycket god

Hur länge har du haft Internetbank: 5 år

Egen bank: Föreningssparbanken

Hur ofta använder du Internetbanken: 5-6 gånger i månaden

Till vad: betala räkningar, flytta pengar mellan konton och kolla saldo.

Skandiabanken

A) Vad var bäst på sidan: Ren layout och rena färger. Det är ju svårt att ta till sig nytt men enkelheten, och renheten gör det lättare. Bra att man kommer in på översikten med en gång.

B) Vad var sämst på sidan: Hög inkörsport. Ologiskt menysystem.

C) Hur tycker du att terminologin/språket var: Varken tydligt eller otydligt (3)

Motivering: Tydligt i första rubrikerna men inte längre ned i underrubrikerna.

D) Hur lätt är det att orientera sig i menysystemet: Svårt (2)

Motivering: Hade velat se alternativ i underrubriker utan att behöva klicka. Man blir osäker där och vet inte om man vågar klicka.

E) Typografi/färg; var texten enkel att läsa? Mycket enkelt (5)

F) Hur svårt var det att utföra uppgifterna i testet?

Uppgift 1: Mycket svårt (1)

Motivering: Efteråt kan det tyckas logiskt med understruket kontonummer som länk, men det är inte solklart med en gång.

Uppgift 2: Enkelt (4)

Motivering: Enkelt eftersom man vid det här laget lärt sig att man skall klicka på kontonumret.

Uppgift 3: Enkelt (4)

Uppgift 4: Mycket enkelt (5)

Motivering: Lätt eftersom man lärt sig.

Uppgift 5: Mycket enkelt (5)

Motivering: Tydliga val.

Uppgift 6: Svårt (2)

Motivering: Borde ligga under allmänna banktjänster som inte bara gäller mitt konto.

Medeltal: 3,4

Föreningssparbanken

A) Vad var bäst på sidan: Enkelt att betala med steg för steg. Bra menyer, man behöver inte vara osäker.

B) Vad var sämst på sidan: Information som t.ex. om bankkort borde högre upp i hierarkin.

C) Hur tycker du att terminologin/språket var: Tydligt (4)

D) Hur lätt är det att orientera sig i menysystemet: Enkelt (4)
Motivering: Får leta sig fram. Inte självklart var man skall gå.

E) Typografi/färg; var texten enkel att läsa? Mycket enkelt (4)
Motivering: Bra kontraster

F) Hur svårt var det att utföra uppgifterna i testet?

Uppgift 1: Enkelt (4)

Motivering: Bortsett från begreppet OCR som var något nytt.

Uppgift 2: Mycket enkelt (5)

Motivering: Har gjort det förr och är därför inte rädd för att göra fel.

Uppgift 3: Varken enkelt eller svårt (3)

Motivering: Borde ligga rakt under 'övriga tjänster' eller hjälp.

Uppgift 4: Mycket enkelt (5)

Motivering: Hittade snabbt.

Uppgift 5: Varken enkelt eller svårt (3)

Motivering: Lite otydligt med begreppet aktuella, borde istället stå kommande.

Uppgift 6: Varken enkelt eller svårt (3)

Motivering: Borde stå direkt under 'övriga tjänster'.

G) Vilken bank var lättast att orientera sig på och varför: Föreningssparbanken

Motivering: Enklare för nybörjare.

H) Övriga kommentarer och synpunkter: Det är viktigt att det är tydligt. Inga viktiga finstilla meddelanden, det blir för mycket information ibland. Ska gå lätt och fort att utföra sina ärenden men ändå kännas säkert. När man går in på Internetbanken har man ett ärende att utföra och därför läser man inte nyheter.

Medeltal: 4,0

Våra kommentarer om användartest 4

Skandiabanken

Uppgift 1: Går in på 'banktjänster', kollar noga men väljer att byta till 'översikt' och kollar även den noga, går tillbaka till 'banktjänster'. Går till 'mina sidor' går till 'översikt' och in på 'mina bankcertifikat'. Går tillbaka till 'översikt' och in på 'våra tjänster'. Går in på 'banktjänster' och 'öppna nytt konto'. Hon går alltså förbi 'kontonummer', som är den rätta vägen, flera gånger utan att välja denna. "Det går inte att betala några räkningar på den här banken". Vi uppmanar henne att det vist går och att det inte är så krångligt som hon kanske tror. Då går hon till 'översikt' och 'mitt engagemang' och klickar sedan på 'kontonummer' och 'betalningar' och 'registrera betalning'. Det tar cirka 4 minuter att bara hitta till rätt sida. Hon skriver i mottagarnummer och går sedan in på 'redigera mottagarlista', men inser att det är fel. Tillbaka till sidan innan "kan jag skriva in en ny här, hur gör man?" Gör detta och kommer vidare till räkningssidan, tyckte sidan var tydlig med bilden på räkningen. "Referensnummer? Det heter inte samma här jag kanske kan använda det jag provade innan?" "eftersom den här rutan (OCR) ligger på samma ställe som på räkningen så kanske det är det. Jag provar (...) checksiffra? Är det något som behövs? Jag provar utan." Det fungerar.

Uppgift 2: Går in på 'kontonummer' (hon har ju lärt sig det tidigare) och vidare till 'överföringar' och 'flytta pengar'. Skriver i belopp och datum skriver kontonummer med streck och siffror. Klickar i 'lägg till i lista' och skriver namnet. Klickar OK och får upp ett felmeddelande som lyder 'Kontonumret kan vara max 16 tecken långt.' Hon räknar siffrorna men får det inte att stämma. Hon tar bort strecken men lämnar punkterna. Klickar på OK får upp nytt felmeddelande 'Kontonummer får endast innehålla siffror' Hon tar bort punkterna och klickar på OK. Får upp en bekräftelse och är klar.

Uppgift 3: 'Kontakta oss' och sedan 'kundtjänst', klockrent.

Uppgift 4: Går in på 'översikt' och sedan 'mitt engagemang'. (Hon har klickat där i uppgift 1.)

Uppgift 5: 'Kontonummer', 'betalningar', 'kommande betalningar'. Klickar på lilla papperskorgen. OK.

Uppgift 6: Går in på 'banktjänster' och vidare till 'om allt i ett konto' och 'fakta och priser'. Hittar priser men vi vill ha mer. Går in på 'översikt' och säger "här är något jag känner igen", går in på 'Bank ID' och vidare till 'vad är Bank ID', inser att hon är fel. Går ut till 'Bank ID' igen. Går ut till 'översikt' och in på 'våra tjänster' och klickar på 'kort & giro' i den figur som kommer upp, hamnar fel. Går in på 'banktjänster' och 'kontonummer' och vidare till 'kort' och sedan till 'ansökan om kort'. Anser att hon är klar men vi menar att det finns mer information. Läser vidare på sidan och klickar sedan på länk till villkor för kort och får upp en Pdf-fil. men allmänna villkor. (Hon hittar sedan med hjälp av oss sidan med frågor och svar om kort.)

Sammanfattning: Tar lång tid att inse att man måste klicka på kontonumret för att få upp alternativ om vad man kan göra. Därefter lär hon sig det. Har problem med vissa ordval och hur man skall fylla i kontonummer.

Föreningssparbanken

Uppgift 1: Går på 'betala/överföra', 'Postgiro/Bankgirobetalningar', 'registrera betalning' och klickar på 'registrera ny mottagare' och fyller i postgiro numret med bindestreck. Ser knappen 'hämta mottagarnamn', men tror inte den skulle hitta något namn. Tvekar, men provar ändå. Klickar därefter på 'registrera' och 'signera'. Därefter går hon åter till huvudmenyn och väljer 'betala/överföra', 'Postgiro/Bankgirobetalningar' och 'registrera betalning'. Väljer 'meddelande' istället för OCR och skriver i ett referensnummer som hon hittar på räkningen. Får felmeddelande och läser början men inte hela meddelandet. "Aktuell betalning kräver ett OCR-nummer. Kryssa för OCR och fyll i numret som du hittar på räkningen, är du osäker finns mer hjälp på hjälpsidorna som du når genom att klicka på texten "OCR" på inmatningssidan." Går tillbaka och ändrar valet till OCR (byter dock inte nummer) och får felmeddelande igen, testar att ta bort referensnumret men det funkar inte heller. Hon förstår inte vad hon ska skriva, testar med namnet på personen från räkningen men detta funkar inte heller. Denna gång läser hon hela meddelandet "Du har angivit ett felaktigt OCR-nummer. Kontrollera angivet OCR-nummer." Hon kommer fram till att hon ska skriva ett OCR-nummer men hon är osäker på vad detta är. Hittar ingen hjälp för detta. Testar att skriva organisationsnumret men detta funkar inte heller. Vi säger till henne vad som är OCR-nummer, hon skriver i detta och det funkar. Hon går till registrera och sedan signera.

Uppgift 2: In på 'betala/överföra' till 'överföringar bankkonton' och sedan till 'registrera överföring'. Hon hittar inte mottagaren i listan och går därför till 'registrera ny mottagare'. Där funderar hon på vad som är clearingnummer och provar sig fram. Skriver i kontonummer utan streck och punkter. Hon tycker det ser kort ut men provar ändå med att klicka på signera. Klickar därefter på 'till registrera överföring'. Inga problem med att fylla i resten. Klickar på 'registrera' betalningen och går till därefter till 'signera'.

Uppgift 3: Går först till 'övriga tjänster' och kollar igenom denna, går sedan till 'hjälp' och 'kundtjänst'. Tvekar dock länge innan hon klickar.

Uppgift 4: Klickar först på 'min sida' och går in på 'ekonomisk översikt'. Klockrent.

Uppgift 5: Går in på 'betala/överföra' och vidare till 'Postgiro/Bankgirobetalningar' klickar på 'historik' och där under 'översikt' inser att hon är fel. Börjar om, 'betala/överföra', till 'Postgiro/Bankgirobetalningar' och väljer 'aktuella'. På sidan läser hon förklaringen om hur man tar bort en post och klickar på pg-numret och väljer ta bort.

Uppgift 6: Användaren går in på 'övriga tjänster' funderar en stund och väljer 'Bank ID' går vidare till 'information' (hon fastnar för ordet information) läser igenom sidan och inser att hon är fel ute. Börjar om och går in på 'mina sidor' och kollar igenom. Går till 'betala/överföra', ut därifrån och in på 'spara'. In på 'betala/överföra' igen ser inte rubriken längst ner där det står kort. Ut igen och vandrar och kollar igenom menyn med musen bort till hjälp. Väljer 'övriga tjänster' och in på 'bank ID' och 'information' igen går från den nya sidan som kommer upp till 'privat' och hittar där en länk till 'kort och betalningar'. Rätt sida men inte den snabbaste vägen.

Sammanfattning

Är osäker på vad OCR-nummer och clearingnummer är. Anser att vissa ord i menyn är otillräckliga och ologiska.

Frågor till användare 5

Kön: man

Datorvana: god

Hur länge har du haft Internetbank: 3 år

Egen bank: Föreningssparbanken

Hur ofta använder du Internetbanken: Ett par gånger i månaden.

Till vad: Betalar bara räkningar.

Skandiabanken

A) Vad var bäst på sidan: Det var inget som var positivt överraskande. Om man skall säga något får det bli färgerna och tydlig design.

B) Vad var sämst på sidan: Rubriken mitt engagemang och att man måste klicka för att få fram undermenyer, det är lite konstigt tänkt.

C) Hur tycker du att terminologin/språket var: Varken tydligt eller otydligt (3)

Motivering: Konstigt här och var som t.ex. mitt engagemang och mottagarnummer som på Föreningssparbanken heter OCR-nummer. De har väl tänkt att man skall vara engagerad hos dem.

D) Hur lätt är det att orientera sig i menysystemet: Varken enkelt eller svårt (3)

Motivering: Skandiabankens menysystem skiljer sig från FSB på det sättet att man väljer från vilket konto man skall betala från först av allt. Det är mer logiskt att man först bestämmer vad man skall göra som om man hade gått till en vanlig bank. Skulle vilja ha betala räkningar och sådant som man gör ofta högre upp i hierarkin.

E) Typografi/färg; var texten enkel att läsa? Mycket enkelt (5)

Motivering: Mycket enkelt överallt, men det fanns konstiga symboler överallt som man inte förstår t.ex. under kontoutdrag.

F) Hur svårt var det att utföra uppgifterna i testet?

Uppgift 1: Varken enkelt eller svårt (3)

Motivering: Lätt att utföra betalningen när man väl hittat var den var. Däremot var det tydligt när räkningen ser ut som en pappersräkning.

Uppgift 2: Varken enkelt eller svårt (3)

Motivering: Problem med streck i kontonumret. Felmeddelande och hjälp var inte till någon nytta.

Uppgift 3: Mycket enkelt (5)

Uppgift 4: Mycket enkelt (5)

Motivering: Gick in på översikt.

Uppgift 5: Enkelt (4)

Uppgift 6: Enkelt (4)

Medeltal: 3,9

Föreningssparbanken

A) Vad var bäst på sidan: Det är inte en massa olika steg.

B) Vad var sämst på sidan: Man kan ta massa olika vägar genom menysystemet och komma till samma sak.

C) Hur tycker du att terminologin/språket var: Tydligt (4)

Motivering: Man fattar vad som står.

D) Hur lätt är det att orientera sig i menysystemet: Varken enkelt eller svårt (3)

Motivering: Man hittar, men det finns många olika vägar dit. Ibland är det ologiskt.

E) Typografi/färg; var texten enkel att läsa? Enkelt (4)

Motivering: Sitter vanligtvis vid en 17" skärm och då blir texten liten. Här var det lättare att läsa.

F) Hur svårt var det att utföra uppgifterna i testet?

Uppgift 1: Mycket enkelt (5)

Motivering: Hittade med en gång.

Uppgift 2: Varken enkelt eller svårt (3)

Motivering: Strecken i kontonumret ställer till det. Man fick ingen hjälp av varken felmeddelandet eller i hjälpen. Ljligt att det inte går att ta bort automatiskt. I efterhand tycker man att man skulle sett vad som var fel.

Uppgift 3: Mycket enkelt (5)

Motivering: Logiskt med kontakta oss.

Uppgift 4: Enkelt (4)

Motivering: Viste inte med en gång var det låg, men hittade det snabbt ändå.

Uppgift 5: Enkelt (4)

Motivering: Såg infotext. Vill du ta bort är det bara att klicka på papperskorgen.

Uppgift 6: Mycket enkelt (5)

Motivering: Det var egentligen inte logisk väg men hade sett det tidigare.

G) Vilken bank var lättast att orientera sig på: Föreningssparbanken

Motivering: Av ren vana.

H) Övriga kommentarer och synpunkter:

Medeltal: 4,1

Våra kommentarer om användartest 5

Skandiabanken

Uppgift 1: Det första användaren lägger ögonen på är rubriken 'betala räkningar med e-giro' som finns under nyheter på startsidan. Förestår ganska snart att det inte var det han var ute efter. Sedan början han leta i menyn efter var han skall gå för att betala räkningen. Han klickar först på 'banktjänster', byter till 'översikt', 'våra tjänster'. Går tillbaks till 'banktjänster' och tittar först under 'om allt i ett konto'. Han blir frustrerad när han inte hittar det och uttrycker "det här var riktigt jävla rörigt". Han tycker det verkar som om man först skulle behöva en manual från Skandiabanken. Slutligen inser han att man kan klicka på kontonumret under 'banktjänster' i menyn. Då uttrycker han "det är ju så jävla dumt så det finns inte (...) men så här ska det inte va!". Därifrån går det snabbt att hitta 'betalningar' och sedan 'registrera räkning'. Nästa fundering blir över vad mottagarnummer är får något. Saknar en förklaring. Blir även fundersam över hur kontonumret skall skrivas - med eller utan streck. Han tar med dem och det visar sig fungera. När så själva betalningsavin kommer upp blir den spontana reaktionen att det är snyggt att det ser ut som en papperskopia. Han saknar information om hur man skall fylla i datum, men även det fungerar. Konstaterar i nästa informationsruta att registreringen är klar.

Uppgift 2: Klickar på 'banktjänster' och ser till sin förtjusning att underrubriker som man tidigare varit inne på fortfarande ligger kvar. Hittar därför 'överföringar' och 'flytta pengar' rätt sida fort. Får felmeddelande "Kontonumret kan max vara 16 tecken långt". Han kommer ihåg att det var problem med strecken på Föreningssparbanken och tar därför bort strecket och kan sedan konstatera att betalningen gått igenom.

Uppgift 3: Testar först 'frågor och svar' under 'kontakta oss', men hittar snart 'kundtjänst'.

Uppgift 4: Tror först att det ligger under 'översikt', men drar slutsatsen av underrubrikerna att översikten bara gäller banken allmänt. Hittar sedan 'kontoutdrag' under 'banktjänster'. Tycker det är konstigt att saldot ligger överst på denna sida och jämfört med Föreningssparbanken där det ligger längst ned på sidan. Vi talade därefter om att man kunde nå uppgifterna på en annan sida under översikt. När han ser 'mitt engagemang' tycker han det är ännu konstigare, eftersom han tyckte 'översikt' i övrigt bara innehåller allmänna banktjänster.

Uppgift 5: Går direkt in på kontonumret under 'banktjänster', 'betalningar' och sedan 'kommande betalningar'. Inga problem, har lärt sig hur menysystemet fungerar.

Uppgift 6: När han åter går in i menysystemet tycker han nu att de tidigare valen i underrubrikerna som visas stör. När vi frågar honom om det säger han att hand första reaktion var att när man inte lärt sig hur menysystemet fungerar kan det hjälpa en då man kunde se hur man gått tidigare. Men sedan stör det bara, eftersom man inte vet vilken underrubrik som hör till vilken meny. Dessutom blir han irriterad när underrubrikerna försvinner när man hamnat lite under texten med musen. Han går in på 'banktjänster', klickar på 'kontonumret' och går vidare till 'kort' och 'ansök om kort'. Där får han endast upp en ansökan och försöker därför istället med 'kontonumret', 'kort' och 'kortinformation'. När detta inte heller ger något resultat, går han tillbaka till 'ansök om kort', under samma överbubriker som innan och klickar där på en pdf-länk.

Sammanfattning: Störst problem med att över huvud taget hitta sida där man betalar räkningar. När han väl gjort det går det snabbt. Förstår inte varför man måste klicka för att få upp underrubriker och tycker först att det är bra att tidigare besökta underrubriker ligger kvar, men

tycker sedan att man blir förvirrad. Saknar förklaringstexter hur man fyller i datum som man har på Föreningssparbanken. Förstår inte ordvalet mitt engagemang.

Föreningssparbanken

Uppgift 1: Går direkt till 'betala/överföra', 'postgiro/bankgiro-betalningar' utan att tveka och fortsätter att klicka på 'registrera'. Väl framme letar han först i listan med tidigare inlagda kontonummer för att se om den redan var inlagd. När han skrivit OCR-numret upplyser han oss om att han vanligtvis dubbelkollar siffrorna, men att han inte orkar nu. Resten går utan problem.

Uppgift 2: Tvekar först när han letar, eftersom han aldrig överfört pengar tidigare. Klickar sedan på 'betala/överföra' i menyn och klickar sedan på 'överföringar bankkonton' och går sedan in på 'mottagare' istället för 'registrera överföring' som man också kan välja. Läser sedan den 5-rader långa informationen om hur man fyller i rätt clearingnummer för olika banker. Trots detta får han ett felmeddelande, men klickar bort det innan han läst det. Testar därefter olika varianter med clearingnummer och kontonummer. Dubbelkollar kontonumret. Efter många försök läser han felmeddelandet som lyder: "du har angett ett kontonummer som har felaktigt format". Han blir inte mycket klokare på den informationen och fortsätter att testa sig fram. Han läser information igen utan resultat. Han trycker på bakåtknappen, men det fungerar inte. Han funderar desperat och klickar sedan fram hjälpen där det står hur man fyller i alla fält. Det står dock inte att man inte kan använda streck och punkter, så han får ingen hjälp där heller. Till slut får vi hjälpa honom genom att säga att han skall ändra på något i kontonumret och då förstår han att det är strecken som ställer till problem. Då tycker han självkritiskt att han borde förstått det tidigare. Han går vidare och fyller i datum, för att i nästa sekund inse att man inte behöver fylla i den rutan om det skall överföras med en gång. När han väl lagt in det nya kontonumret går han in i menyn på 'betala/överföra' och klickar sedan på 'överföringar bankkonton' och 'registrera överföring'. När överföringen är klar kommenterar han att det är lite lurigt med den rödaktiga information som dyker upp lite varstans och ibland flera på samma sida. Han konstaterar att han inte alltid läser dem.

Uppgift 3: Går direkt in på 'hjälp' och 'kundtjänst'. Inga problem.

Uppgift 4: Har redan information om konto uppe, men visar snabbt att han vanligtvis brukar gå in på 'min sida' och 'ekonomisk översikt'. Inga problem.

Uppgift 5: Klickar först på 'min sida'. Går därefter in på 'betala/överföra' och klickar vidare på 'postgiro/bankgiro-betalningar' och 'aktuella'. Tvekar något i sitt val. Han ser inte direkt hur man tar bort räkningarna, men upptäcker efter ett tag informationstexten som lyder "om du vill ändra eller ta bort en betalning under bevakning klicka på den aktuella betalningens Pg Bg. nummer". Efter att han klickat på kontonumret får han klicka på 'ta bort' två gånger.

Uppgift 6: Går först in på 'betala/överföra', 'kort' och 'översikt'. Hittar därefter en ny väg via 'betala/överföra', 'kort', 'nytt bankkort och/eller kortkredit', där man kan klicka på en länk med orange färg "läs om dessa här".

Sammanfattning: Störst problem med streck i kontonummer. Får ingen hjälp från vare sig felmeddelande eller hjälp. Läser inte felmeddelanden och sällan viktig röd information. Framgår inte heller tydligt hur man tar bort inlagda räkningar.

Frågor till användare 6

Kön: man

Datorvana: god

Hur länge har du haft Internetbank: 3 år

Egen bank: Skandiabanken

Hur ofta använder du Internetbanken: flera gånger i veckan

Till vad: Betala räkningar och ta emot inbetalningar

Skandiabanken

A) Vad var bäst på sidan: De har lyckats samla all information på ett ställe. Designen är intuitiv; man kan hitta det man letar efter.

B) Vad var sämst på sidan: Uppgifter som man gör ofta t.ex. att betala räkningar bör vara lätt åtkomligt utan man skall behöva gräva i underrubriker. Bankkort och liknande som man kopplat till kontot är gömda så man inte ser dem, man får gräva djupt för att få informationen om dem.

C) Hur tycker du att terminologin/språket var: Mycket tydligt (5)

D) Hur lätt är det att orientera sig i menysystemet: Mycket enkelt (5)

E) Typografi/färg; var texten enkel att läsa? Mycket enkelt (5)

Motivering: Höga kontraster och tillräckligt stora bokstäver.

F) Hur svårt var det att utföra uppgifterna i testet?

Uppgift 1: Mycket enkelt (5)

Motivering: Bra med en postgiroavi som liknar pappersvarianten.

Uppgift 2: Enkelt (4)

Motivering: Snabbt och enkelt.

Uppgift 3: Mycket enkelt (5)

Uppgift 4: Mycket enkelt (5)

Uppgift 5: Enkelt (4)

Motivering: Borde ligga högre upp i hierarkin för att få ett bättre betyg. Å andra förstår man att de lägger tjänster som inte används så ofta längre ned.

Uppgift 6: Enkelt (4)

Medeltal: 4,6

Föreningssparbanken

A) Vad var bäst på sidan: Kan inte komma på något positivt.

B) Vad var sämst på sidan: Dosan med alla koder som måste matas in överallt.

C) Hur tycker du att terminologin/språket var: Varken tydligt eller otydligt (3)
Motivering: svårt att hitta när de delat upp räkningar i postgiro och bankgiro.

D) Hur lätt är det att orientera sig i menysystemet: Enkelt (4)
Motivering: Saker som används frekvent som att betala räkningar ligger överst

E) Typografi/färg; var texten enkel att läsa? svårt (2)
Motivering: Den orange färgen syns dåligt.

F) Hur svårt var det att utföra uppgifterna i testet?

Uppgift 1: Varken enkelt eller svårt (3)
Motivering: svårt att lägga upp registreringar första gången. I övrigt funkar det bra.

Uppgift 2: svårt (2)
Motivering: återigen så är det krångligt att betala till någon man inte överfört pengar till tidigare, då det blir många steg.

Uppgift 3: Mycket enkelt (5)
Motivering: berodde mest på tur att det gick snabbt att hitta den.

Uppgift 4: Varken enkelt eller svårt (3)

Uppgift 5: Enkelt (4)
Motivering: Kunde vara enkelt om inte postgiro och bankgiro varit uppdelat så att man måste gå in på flera ställen för att få en överblick över kommande betalningar.

Uppgift 6: Svårt (2)
Motivering: Det var klurigt men å andra sidan använder man tjänsten sällan.

G) Vilken bank var lättast att orientera sig på och varför: Skandiabanken:
Motivering: Där räcker med en inloggning.

H) Övriga kommentarer och synpunkter: Hade velat ha möjligheten att göra personliga inställningar eller att man kunde gå in på senast använda funktioner.

Medeltal: 3,1

Våra kommentarer om användartest 6

Skandiabanken

Uppgift 1: Klickar utan att tveka på kontonumret och väljer 'betalningar', 'registrera räkning'. Märks att han gjort det många gånger förut. Har föreberett inbetalningsavin innan genom att gruppera OCR-numret tre och tre så att han lättare skall kunna skriva av det långa numret. Det hjälper dock inte utan skriver fel och får ett felmeddelande som han läser. Därefter går resten snabbt och problemfritt.

Uppgift 2: Även här går han in direkt via kontonumret till 'överföring' och 'flytta pengar'. Blir tveksam om punkter och streck skall vara med i kontonumret, men tar med dem i alla fall. Får därför upp ett felmeddelande om att kontonumret endast kan innehålla 16 tecken, men klargör inte att det är punkterna och strecken som är fel. Men eftersom användaren redan innan misstänkte att det kunde bli problem med strecken och punkterna tar han bort dessa. Men då får han istället ett felmeddelande om att det är fel kontonummer. När han klickat bort felmeddelandet har alla ifyllda uppgifter försvunnit och han får fylla i allt från början. Sedan går resten bra. Han går även i och tittar på kommande räkningar men kan inte se den räkningen han just lagt in.

Uppgift 3: Användaren uppger att han alltid ringer kundtjänst om det uppstår problem. Han letar sedan under kontakta oss och kundtjänst och hittar det snabbt.

Uppgift 4: Uppgifterna står redan på sidan han befinner sig på. Inga problem.

Uppgift 5: Han går in via kontonumret till 'betalningar' och 'kommande betalningar'. Inga problem.

Uppgift 6: Funderar om man kan hitta informationen när man är inloggad. Går sedan in på 'översikt' - 'våra tjänster' och klickar på 'kort och giro'. Där fanns lite information med en hänvisning till var man kan hitta mer information. Den stora pilen som symboliserar mer information går däremot inte att klicka på och inte heller någon annanstans. Verkar inte läsa texten om var mer info finns att tillgå. Klickar istället på 'banktjänster' och går sedan till 'hjälp' trots att, som han säger, det tar emot. Detta ger dock ingen information. Försöker istället med 'översikt' och 'mitt engagemang'. När inte heller det ger något går han in och tittar i 'hjälp' igen, och sedan åter under 'banktjänster' och 'mina val'. Till slut klickar han på kontonumret, och väljer 'kort' och 'ansökan om kort' där han ser en länk till mer information. Han tycker att det är långsökt att hitta informationen där, men förstår å andra sidan att man inte vill skylta med den informationen och drar paralleller med försäkringsbolagen som gärna inte lägger fram tydliga prisinformationer.

Sammanfattning: Krångligt med OCR-numret och streck och punkter i kontonumret. Hittar de vanliga uppgifterna med en gång men får leta efter de inte så vanliga. Felmeddelanden ger inte alltid bra information om vad som är fel, men han läser dem ändå. Tar emot att använda hjälpen.

Föreningssparbanken

Uppgift 1: Hittade snabbt 'betala/överföra'-rubriken trots att han aldrig använt tjänsten tidigare. Klickar vidare på 'postgiro/bankgiro' och 'registrera betalning'. Funderar på varför man måste veta om det är postgiro eller bankgiro. Det borde de som på Skandiabanken kunna avgöra av själva numret. Det skall inte användaren behöva bry sig om. Sedan förstår han inte vad signera innebär men har inte så många andra alternativ att välja mellan så han klickar där ändå. Uteslutningsmetoden alltså. När han ser att man måste använda dosan förstår han vad signera innebär men förstår ändå inte varför inte en inloggning med dosan skall räcka. Sedan fyller han i datumet utan att läsa exemplet under och skriver därför 03-12-29 när det skall vara 20031229. Han får då upp ett felmeddelande om att det är felaktigt datum som han läser. Då ser han också exemplet som stod under fältet. När han klickat OK kommer nästa sida upp med, som han upplever det, mycket information. Information om att man kan lägga upp en ny räkning tar upp stora delar av sidan. Det blir helt enkelt för mycket information att läsa.

Uppgift 2: Läser i menyerna och på undermenyer till 'betala överföra'. Här var det alltså inte lika tydligt var man skulle gå. Går in på 'överföringar bankkonton', trycker på bakåt-knappen i Explorer, men det går inte. Hittar därefter 'mottagare' under 'betala överföra' - 'överföringar bankkonton'. Läser om hur clearingnumret skall fyllas i. När den nya mottagaren är registrerad går han på nytt in i menyn under 'betala överföra' - 'överföringar bankkonton' och 'registrera'. Börjar leta efter datum under periodicitet, men inser att datum inte ska skrivas i detta fält. Datumet fylls denna gång i rätt. Skriver meddelande och men får felmeddelande om att det inte går att lämna meddelade till annan bank. Den informationen stod under meddelanderutan. När användaren sedan klickar på OK tror han är klar, men inser när han skummat över all informationen att man måste gå vidare ett steg till signera.

Uppgift 3: Klickar snabbt på 'min sida' - 'kontakta oss'. En ny väg som ingen annan tidigare valt.

Uppgift 4: Går direkt till 'min sida' och sedan 'ekonomisk översikt'.

Uppgift 5: Klickar på rubrik 2 och 1 innan han väljer 'betala/överföra', 'överföringar bankkonton' och 'aktuella'. Därefter hittar han fram via 'betala/överföra' 'postgiro/bankgiro' och 'aktuella'. Väl framme letar han efter ta bort eller någon papperskorg. Efter ett tag ser han informationstexten under kontouppgifterna där det står att man ska klicka där om man vill ta bort räkningen. Går även in efteråt och kontrollerar om det verkligen är borttaget.

Uppgift 6: Testar alla rubriker i menyn flera gånger, framförallt under 'min sida'. Klickar på Föreningssparbankens logga eftersom han tror att han skall komma till startsidan, men det visade sig inte vara någon länk. När inget händer klickar han på Till toppen, men där händer inget heller. Funderar på hur man kommer till startsidan. Därefter går han in under hjälp och kollar i ordlistan. Till sist går han in under 'betala/överföra' och klickar på 'kort' och 'kortbeställning' där han klickar på en länk där man kan läsa mer om kort.

Sammanfattning: Problem med terminologin som 'signera' och 'till toppen'. Upplever det som krångligt med dosan. Gillar inte uppdelningen av bankgiro/postgiro. Har problem hur man skall fylla i kontonummer och datum. Läser inte de exemplen som finns. Läser dock felmeddelanden. Är nog med att kontrollera att allt blir rätt. Har även problem med att avgöra hur långt han kommit i en process eftersom det inte står hur många steg som krävs. Menysystemet är tydligt, vilket gör att det går hyfsat fort att utföra uppgifterna.