

Forprosjektrapport

Drivhuset og kommunikasjon: Kommer budskapet klart frem

Gruppe BO20-05

Ida Christine Karlsen

Thu Trang Thi Tran

Silje Viktoria Storehjelm

20 Januar 2020

Innholdsfortegnelse

1 Introduksjon	2
1.1 Prosjektgruppen	2
1.2 Oppdragsgiver	3
1.3 Oppdraget	3
1.4 Leveranser	4
1.5 Metode	5
1.5.1 Risiko Analyse	6
1.6 Prosjektplan	10
1.6.1 Forberedelser og forskning	10
1.6.2 Utvikling	11
1.6.3 Testing	12
1.6.4 Ferdigstilling	13
1.6.5. Dokumentasjon og resterende arbeid	14
1.7 Gjennomføring	15
1.8 Testing av wireframe	16
1.8.1 Resultat av testing	16
1.8.1.1 Heuristisk evaluering	16
1.8.1.2 Kvalitativ undersøkelse	17
1.8.1.3 Kvantitativ undersøkelse	18
1.9 Vedlegg	19
1.9.1 Vedlegg A - Fullstendig GANTT diagram	19
1.9.2 Vedlegg B - Kvalitativt intervju transkribering	21
1.9.3 Vedlegg C - Kvantitativ spørreundersøkelse spørsmål og svar	26

Figurer og tabeller

Figur

1.1 GANTT oversikt pr. måned i prosjektperioden

Tabeller

1.1 Fullstendig risiko tabell

1 Introduksjon

1.1 Prosjektgruppen

Gruppen består av tre studenter fra digitale medier og design linjen. Alle i gruppen har kjennskap til de forskjellige områdene innenfor bacheloroppgaven som er valgt, samtidig som alle har minst et fagområde innenfor prosjektet de har en bredere kompetanse på. Ved at alle i gruppen har forskjellige kompetanseområder innenfor IT og har forskjellige områder de interesserer seg for har gruppen en bred kompetanse.

Gruppen har jobbet sammen i flere prosjekter, noe som gjør at alle kjenner hverandres sterke og svake sider, har et godt vennskap, har en veldig god kommunikasjon og vet hvordan de skal løse eventuelle konflikter som kunne oppstå underveis i prosjektet.

Ida Christine Karlsen:

Ida kommer fra Sarpsborg og går digitale medier og design ved Høgskolen i Østfold.

Hun har erfaring innenfor grafisk design, markedsføring og utvikling av interaktive nettsteder. Hun har også en bred kompetanse innenfor koding og wordpress.

Thu Trang Thi Tran:

Trang kommer fra Oslo og går digitale medier og design ved Høgskolen i Østfold, og har fullført alle de obligatoriske fagene for bacheloren sin. Hun har erfaring fra Prosjektledelse, med Wordpress, PHP, Javascript og grafisk design.

Hun interesserer seg for grafisk design og UX design.

Silje Viktoria Storehjelm:

Silje kommer fra Hvaler og går digitale medier og design ved Høgskolen i Østfold. Tidligere har hun en bachelor fra HiØ innen samfunn, språk og kultur. Hun har erfaring innenfor kommunikasjon, UX design, 3D modellering og webutvikling.

Hun interesserer seg for UX design, digital markedsføring og 3D modellering.

1.2 Oppdragsgiver

DRIVHUSET

Drivhuset er et svensk konsept med 15 kontorer i Norge, Sverige og Finland med over 25 års erfaring. De er den ledende medarbeiderplassen i Østfold for studenter som vil starte opp sin egen bedrift, samtidig er de et fellesskap for reklamer, gründere og grunnleggere. Målet til Drivhuset er å kunne etablere et kreativt miljø for studenter å starte opp en bedrift og kunne få utvikle seg som gründere.

Formålet til Drivhuset er å skape mer robuste unge entreprenører som kan bidra til å forme fremtiden. Med Drivhuset sin ekspertise kan de assistere i etablering og drift av et selskap. For selskaper som har blitt bekreftet en suksess i markedet har de gode partnere som kan støtte gründerne videre i utviklingen.

1.3 Oppdraget

Drivhuset Østfold tok i fjor grep for å oppgradere hjemmesiden med mer moderne farger og uttrykk. Derimot ble den ikke som de ønsket grunnet manglende web kompetanse og fokus på budskapet. De har nå utarbeidet nye wireframes med kun 4 menyvalg, og nytt tekstinnhold som er lett forståelig og tydelig. De har dermed behov for å utvikle nettsiden de har utarbeidet i Photoshop

Oppdraget fra oppdragsgiver er å redesigne hjemmesiden til Drivhuset i Østfold. Oppdraget er interessant og viktig for oppdragsgiveren for at de skal få et mer oversiktlig og presentabel nettsted der de kan få frem det budskapet de ønsker å formidle. Nettstedet skal følge bedriftens profil ved å følge retningslinjer for farger og logo. Det har blitt laget en prototype i Photoshop som gruppen kan ta et utgangspunkt i, men noe av oppsettet med bilder og tekst kunne gruppen selv fritt velge en løsning på som passer best inn i designet.

Bedriften bruker i dag WordPress CMS system, gruppen kunne velge fritt over andre typer CMS system, men valgte å fortsette med WordPress slik at arbeidsgiver selv enkelt kan holde vedlikehold på nettstedet ved senere oppdateringer.

Prosjektet kan oppsummeres på en god måte ved at det blir beskrevet i mål og delmål:

Mål: Redesigne hjemmesiden slik at det kommer klart frem hva bedriften driver med.

Delmål: Brukertest for å sikre at budskapet kommer klart frem.

Delmål: Bruke lekene farger og fontvalg for å senke terskelen for kontakt.

Dette prosjektet har som mål å få redesignet hjemmesiden til Drivhuset i Østfold slik at de kan få frem sitt budskap klart og gjøre det enklere for dem å oppdatere sitt eget nettsted.

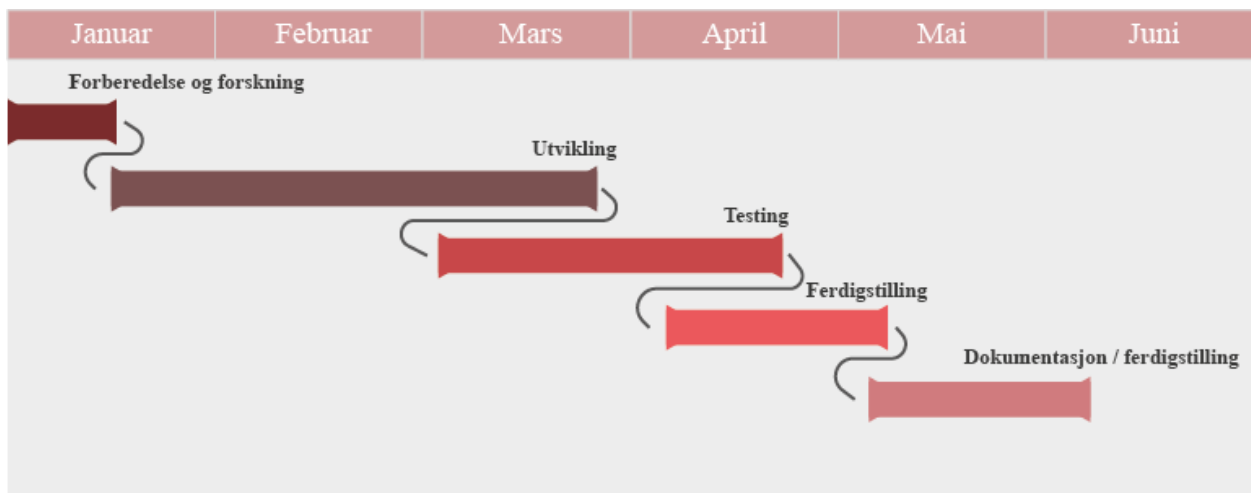
1.4 Leveranser

- Hjemmeside for prosjektet - 08.01.2020
- Forprosjektsrapport - 20.01.2020
 - Forprosjektrapporten vil gi et fullstendig bilde av hvordan prosjektet skal gjennomføres.
- Fullstendig produkt - 08.05.20
 - En satt dato når nettstedet skal være ferdig utviklet og gruppen har et fullstendig produkt som fungerer.
- Hoveddokument
 - Førsteverisjon - 09.03.2020
 - Andre versjon - 24.04.2020

- Hoveddokument - 15.05.2020
- Refleksjonsnotater - 15.05.2020
 - Individuelle rapporter som hvert gruppe medlem skal levere som vedlegg ved hoveddokumentet.
- Prosjektplakat - 29.05.2020
 - En plakat med informasjon om prosjektet, utføring og resultat.

1.5 Metode

Gruppen har valgt å bruke en agile arbeidsmetode i prosjektet for å kunne ha en mulighet til å endre og forbedre deler av prosjektet ettersom det går fremover i tid. For å holde en god oversikt over arbeidsoppgavene i prosjektet og for å ha en god kontroll over frister, er det lagd en Gantt. Alle frister gjennom hele prosjektperioden, også inkludert større milepæler, listes opp med tilhørende start- og slutt uker. Det er også lagd en risikotabell for å holde en god oversikt over hvilke risikoer prosjektet kan møte underveis i prosjektperioden.



(Figur 1.1: GANTT diagram over de ulike fasene i prosjektet)

Som vist i figur 1.1 vil prosjektet bestå av fem faser: Forberedelser og forskning, utvikling, testing, ferdigstilling og dokumentasjon og resterende arbeid. I vedlegg A vil man kunne se en utarbeiding av det fullstendige GANTT diagrammet, med alle delmål for fasene. Derimot er det

viktig å få med seg at selv om siste fase er kalt dokumentasjon og ferdigstilling, vil hele prosessen bli dokumentert i løpet av prosjektets løp, noe som blir vist i prosjektplanen.

1.5.1 Risiko Analyse

For å få en bedre oversikt over faktorer som kan sinke eller hindre prosjektets gjennomgang, har prosjektgruppen tatt for seg en risiko analyse, og fordelt risikoene inn i fire forskjellige temaer: Utvikling, design, sykdom/skade og kommunikasjon.

Disse temaene har blitt delt inn slik med tanke på de forskjellige risikoene som de innebærer, og vil være mer ryddig. Innenfor utviklingen har prosjektgruppen satt opp en av de høyeste faktorene som f.eks. at utviklingen av nettstedet kan ta lenger tid enn planlagt. Dette kan være grunnet en større nettside enn forventet, eller ett vanskeligere design. Her kan løsningen være et møte med oppdragsgiver for å bekrefte diverse faktorer de vil ha med videre i nettstedet, for så å sette opp et møte med veileder for å finne riktig tilnærming til den nye beskrivelsen prosjektgruppen skal gå ut i fra, og beregne utviklingen ut i fra tidsbegrensningen.

En annen risiko kan være kommunikasjon, enten det er med veileder og oppdragsgiver, eller om det er med testgruppen. Dersom kommunikasjonen med f.eks oppdragsgiver svikter, eller det er for mye trykk ved Drivhuset, slik at det ikke er mulighet for møter etc. vil det bli satt opp et møte med veileder, der problemstillinger som er rettet til oppdragsgiver blir diskutert med veileder, slik at utviklingstiden og prosjekttiden ikke blir straffet. For å se en fullstendig tabell av risiko, se tabell 1.1.

Utvikling

	Beskrivelse	Risiko før løsning	Skadebegrensning	Risikonivå etter løsning
1	Utviklingen	Medium	Revisjonsmøte med oppdragsgiver settes	Lav

	tar lenger tid enn forventet		opp, der man går igjennom hva som skal endres for at det skal bli nok tid, samt et møte med veileder for å klargjøre veien videre.	
2	Nettstedets struktur passer ikke inn med budskapet som skal vises	Medium	En gjennomgang med testpersonene skal settes opp, for å kunne gi en begrunnelse på hva som burde endres, for så å sette opp et møte med arbeidsgiver, for å få diskutert disse endringene.	Lav
3	Det er problemer med nettsidens sikkerhet	Medium	Et møte med oppdragsgiver skal settes opp, slik at man får diskutert diverse sikkerhetsmetoder vi kan ta i bruk, samt bruken av plugins for beskyttelse.	Lav

Design

	Beskrivelse	Risiko før løsning	Skadebegrensning	Risikonivå etter løsning
1	Arbeidsgiver er ikke enig med vårt inntrykk av designet	Medium	Følge arbeidsgiver sitt design, da det i grunnlaget kommer til "kunden har alltid rett". Men legge til dokumenterte tester som viser til brukertesting, eller som viser at brukerne ønsker noe annet.	Lav

2	Designet viser ikke frem budskapet arbeidsgiver vil presentere	Medium	Sette opp et møte med arbeidsgiver, der spørsmål om designet kan bli besvart, og revisjoner kan bli gjort i plenum via stand up møte.	Lav
3	En lite forstående og klar navigasjon er satt opp	Medium	Sett opp et møte med oppdragsgiver, der man kan sette opp en kortsorterings sesjon, slik at ett bedre og mer forståelig oppsett kan ordnes.	Lav
4	Informasjonen på nettstedet kommer ikke ordentlig frem	Lav	Sette opp et møte med arbeidsgiver, der font og størrelse kan bli gått igjennom, der man kommer til en enighet som følger reglene for universell utforming.	Lav

Skader / Sykdom

	Beskrivelse	Risiko før løsning	Skadebegrensning	Risikonivå etter løsning
1	Arbeidsgiver blir utilgjengelig pga sykdom	Høy	Hvis det varer i flere dager skal et møte settes opp med veileder, der problemstillinger skal vises frem og diskuteres, slik at man ikke mister	Lav

	eller andre eventer		progresjon.	
2	Veileder blir utilgjengelig pga. sykdom eller andre eventer	Høy	Sett opp et møte med Gunnar Misund, der diverse spørsmål kan bli besvart, og problemstillinger man har kan bli gjennomgått.	Lav
3	En i gruppen blir syk eller skadet, og kan ikke jobbe	Medium	Oppgavene personen er satt på skal fordeles likt mellom resten av gruppemedlemmene, og et møte med veileder skal settes opp for å sikre god gjennomføring.	Lav

Kommunikasjon

	Beskrivelse	Risiko før løsning	Skadebegrensning	Risikonivå etter løsning
1	Prosjektgrup pen får ikke tak i arbeidsgiver	Høy	Hvis kommunikasjonen drøyer med flere dager skal et møte settes opp med veileder, der man kommer klar med diverse problemstillinger for diskusjon, som arbeidsgiver ikke stiller seg til.	Lav
2	Uenighet mellom gruppemedle	Medium	Sette opp et møte med veileder, for å presentere de forskjellige standpunktene, slik at man kommer til en felles enighet.	Lav

	mmene			
3	Dårlig kontakt mellom gruppen og testpersoner	Medium	Sende ut mail i god tid før test av design eller nettsted starter, slik at man får planlagt metode, og få vist frem sin ide på best mulig måte.	Lav

(Tabell 1.1 Risikoanalyse tabell)

1.6 Prosjektplan

1.6.1 Forberedelser og forskning

I den første fasen er hovedmålet til gruppen å bli kjent med prosjektet, få en klarhet i hva det er arbeidsgiver ønsker og lage en plan for hvordan alt skal gjennomføres. For å finne ut av hvordan oppgaven skal løses på best mulig måte, er det satt opp ukentlige veiledningstimer med veileder.

For å få en idé om hvordan designet påvirker fremtidige gründere har gruppen hatt en heuristisk evaluering, en kvalitativ og en kvantitativ testrunde på designet fra arbeidsgiver.

Aktivitet 1: Forprosjektrapport

- Beskrivelse: Et dokument som er en introduksjon til prosjektet hvor alt blir presentert og forklart. Inneholder en plan, en risikotabell og oversikt over alt av aktiviteter.
- Varighet: 2 uker
- Bemanning: Silje Viktoria Storehjelm
- Leveranse: En rapport

Aktivitet 2: Resultat av analyser

- Beskrivelse: Analyser av brukertesting som blir gjort underveis i bacheloroppgaven.
- Varighet: 2 uker

- Bemanning: Silje Viktoria Storehjelm, Ida Christine Karlsen, Thu Trang Thi Tran.
- Leveranse: En rapport

Aktivitet 3: Risikoanalyse

- Beskrivelse: En analyse av hvilke risikoer som kan dukke opp underveis i prosjektet, hvor stor risiko de har og hvordan de kan bli løst hvis de skulle skje.
- Varighet: 2 uker
- Bemanning: Ida Christine Karlsen
- Leveranse: Rapport med tabell

Aktivitet 4: Testing av design

- Beskrivelse: Brukertesting av designet som er valgt til nettstedet.
- Varighet: 2 uker
- Bemanning: Thu Trang Thi Tran
- Leveranse: Kortfattet dokument med resultater

1.6.2 Utvikling

I andre fase starter prosjektgruppen med utvikling av nettstedet, som da vil reflektere svarene fra de kvantitative og kvalitative undersøkelsene, samt følge Drivhuset sitt ønske om et mer tydelig budskap. Gruppen vil også starte med å jobbe på hoveddokumentet for å holde prosjektet gående fremover.

Aktivitet 5: Implementering

- Beskrivelse: Starte med å bygge nettstedet som Drivhuset alltid har ønsket seg og som gjør at budskapet kommer klart frem.
- Varighet: 10 uker
- Bemanning: Ida Christine Karlsen
- Leveranse: Første versjon av nettstedet

Aktivitet 6: Første utkast av hoveddokument

- Beskrivelse: Første leveranse av hoveddokumentet.
- Varighet: 7 uker
- Bemanning: Silje Viktoria Storehjelm
- Leveranse: Første utkast av dokumentet

Aktivitet 7: Dokumentasjon

- Beskrivelse: Alt av dokumentasjon skal skrives ned, plasseres og legges inn i dokumentet på riktig sted.
- Varighet: 8 uker
- Bemanning: Thu Trang Thi Tran
- Leveranse: Dokumentasjon

1.6.3 Testing

I fase tre skal implementering av nettstedet testes, da av samme kvantitative testgruppe som tidligere. Testfasen går parallelt med utviklingsfasen ved både utvikling av første versjon av nettstedet, samt ved utvikling av hoveddokument.

Aktivitet 8: Test av nettsted

- Beskrivelse: Teste om nettstedet som er lagd gir mening, om det fungerer.
- Varighet: 2 uker
- Bemanning: Ida Christine Karlsen
- Leveranse: Rapport

Aktivitet 9: Dokumentasjon:

- Beskrivelse: Gå igjennom alt av dokumentasjon og fyll det inn i hoveddokumentet på riktig plass.
- Varighet: 9 uker
- Bemanning: Thu Trang Thi Tran

- Leveranse: Dokumentasjon

Aktivitet 10: Andre utkast av hoveddokumentet

- Beskrivelse: Andre utkast av hoveddokumentet skal skrives ferdig og leveres inn. Se at alt er med som skal med.
- Varighet: 8 uker
- Bemanning: Silje Viktoria Storehjelm
- Leveranse: Andre utkast av dokumentet

1.6.4 Ferdigstilling

I fase fire vil resultatene fra testingen bli fremvist, og gjennomgått for revidering av nettstedet, før ferdigstilling. Her vil også dokumentasjonen for nettstedet ferdigstilles, da dette har gått parallelt med de to øvre fasene.

Aktivitet 11: Ferdigstilling av nettstedet

- Beskrivelse: Gjøre ferdig hele nettstedet, sørge for at alt fungerer og legge inn de siste endringene i designet og oppsettet.
- Varighet: 5 uker
- Bemanning: Ida Christine Karlsen
- Leveranse: Fungerende nettsted

Aktivitet 12: Ferdigstilling av dokumentasjon

- Beskrivelse: Gjøre ferdig alt av dokumentasjon som skal med i dokumentene som vedlegg eller som tekst i selve dokumentet.
- Varighet: 2 uker
- Bemanning: Thu Trang Thi Tran
- Leveranse: Dokumentasjon

Aktivitet 13: Refleksjonsnotat

- Beskrivelse: Alle gruppemedlemmene skriver et refleksjonsnotat om hvordan arbeidet har gått og skriver om sin opplevelse av prosjektet.
- Varighet: 2 uker
- Bemanning: Silje Viktoria Storehjem, Ida Christine Karlsen og Thu Trang Thi Tran
- Leveranse: Kort dokumentasjon

1.6.5 Dokumentasjon og resterende arbeid

Fase fem er den avgjørende fasen for prosjektet. Her vil sluttdokumentet ferdigstilles, samt siste arbeid før beskyttelse av oppgaven starter. Det er også her man starter arbeidet med å gjøre alt klart til presentasjon og avslutning av bachelor perioden.

Aktivitet 14: Ferdigstilling av hoveddokumentet

- Beskrivelse: Hele dokumentet skal gjennomgås, gjøre endringer der det trengs og se igjennom at alt er riktig satt opp.
- Varighet: 4 uker
- Bemanning: Silje Viktoria Storehjem
- Leveranse: Dokumentet

Aktivitet 15: Plakat

- Beskrivelse: En plakat som gir en kort introduksjon til prosjektet; hva det går ut på, hva har gruppen kommet frem til.
- Varighet: 4 uker
- Bemanning: Thu Trang Thi Tran
- Leveranse: En plakat

Aktivitet 16: Utskrift

- Beskrivelse: Hele oppgaven skal fullføres og skrives ut.
- Varighet: 2 uker
- Bemanning: Ida Christine Karlsen
- Leveranse: Ferdig utskrevet dokument

Aktivitet 17: Presentasjon

- Beskrivelse: Lage en PowerPoint presentasjon av oppgaven. Gjøre alt klart til å presentere.
- Varighet: 1 uke
- Bemanning: Silje Viktoria Storehjelm, Ida Christine Karlsen og Thu Trang Thi Tran.
- Leveranse: En presentasjon om hele prosjektet.

1.7 Gjennomføring

Som nevnt tidligere skal gruppen ha en agile arbeidsmetode, for å best kunne utføre arbeidet på best mulig måte. Gruppen har valgt å bruke en agile metode for å kunne ha muligheten til å bevege seg fremover og bakover i arbeidsprosessen.

Måten resten av arbeidet skal utføres på og hvordan er i form av daglige møter, ukentlige møter med veileder og møter med arbeidsgiver underveis i prosjektet. Alle møter vil bli dokumentert med møtereferater som beskriver hva som blir diskutert, hva som må bli gjort fremover, hvor lang tid møtene tok og hvem som var deltagende på møtene. Det blir gjennomført tester jevnlig av designet og oppsettet av nettstedet som blir presentert tilbake til arbeidsgiver, sammen med oppdateringer av oppgaven, for at de skal kunne ha en oversikt underveis og for at de skal kunne se om arbeidet som er gjort reflekterer de på ønsket måte.

Gjennom et godt samarbeid mellom arbeidsgiver og prosjektgruppen ønsker gruppen at det skal være god kommunikasjon og alltid være mulighet for å kunne arbeide sammen om endringer som kommer og sammen finne løsninger på problemer som måtte dukke opp under prosjektperioden.

Gruppen har i felleskap valgt å ikke ha en prosjektleder, men heller ha åpent prosjekt hvor alle er ledere og tar alt av beslutninger sammen. Alle har et ansvar for at alle møtepunkter er tatt opp, at alle frister holdes og at timer er skrevet ned. Det er alltid et gruppemedlem som er sekretær på

møter som skriver ned hva som blir diskutert. Noen roller i gruppen er statiske, som at Ida Christine Karlsen er gruppens kontaktperson for oppdragsgiver og for veileder.

Hvert gruppemedlem har ansvaret for å skrive ned sine arbeidstimer. Alle arbeidsøkter skal dokumenteres med hva som er blitt gjort, når det ble gjort og hvor lenge arbeidsøkten varte. Møter mellom gruppen, veileder og oppdragsgiver skal også skrives ned.

Uenigheter og problemer som skulle dukke opp under prosjektperioden skal i første runde diskuteres innad i gruppen. Hvis et gruppemedlem bryter gruppekontrakten flere ganger skal veileder kontaktes og man skal finne en løsning på dette som fungerer for alle.

1.8 Testing av wireframe

For å kvalitetssikre designet ble det bestemt at wireframe som ble gitt skulle testes, den beste metoden for å gjøre det var å ta en heuristisk evaluering, en kvalitativt og en kvantitativt testing. Heuristisk evaluering har blitt utført for å finne ut hva ekspertene i fagområdet mener. For kvalitativt testing har det blitt brukt “Thinking Out Loud” metoden for å få reelle og ærlige meninger. For kvantitativ testing ble det satt opp en spørreundersøkelse som ble delt med flest mulige personer der man kunne få inn statistikk på hva de fleste mener.

1.8.1 Resultat av testing

1.8.1.1 Heuristisk evaluering

For den heuristiske evalueringen var det ekspertene som gikk gjennom wireframes til Drivhuset, for å se hva ekspertene mente fungerte på designet, hva som fungerte halvveis og hva som ikke fungerte i det hele tatt.

Alle ekspertene var enige i at farge og font valget på siden var gjennomført på en god måte uten å være forstyrrende eller for sterk. Det var noen små problemer med teksten ved at den var litt liten. Oppsettet på siden var det litt uenighet i, men det som kommer frem er at det er en rød tråd mellom sidene, men den er veldig tynn mellom gründer siden og de resterende sidene. Footeren

og menyen er ikke på samme nivå som resten av sidene, footeren er litt tynn i informasjon og menyen er mangelfull.

Det som kommer klarest frem i ekspert evalueringen er at det er vanskelig å finne informasjon, siden den er gjemt langt ned på siden. Den er ikke på steder man forventer at informasjonen skal være, et eksempel på det er “Booking”. Den er langt ned på siden, og den er bare på en side.

Ved å ta en heuristisk evaluering av wireframes kan man som utvikler og designer se hvor de største manglene er og hvordan de kan løses på best mulig måte, for å få frem bedriften best mulig og presentere deres budskap på en klar og enkel måte.

1.8.1.2 Kvalitativ undersøkelse

Ved den kvalitative undersøkelsen ble en av studentene ved HiØ i avdeling for økonomi, språk og samfunnsfag (heretter nevnt som ØSS) intervjuet av en av studentene ved prosjektgruppen. Da prosjektgruppen ønsket mer innsikt i potensielle brukeres førsteinntrykk av nettstedet, dets design etc. ble undersøkelsen holdt som et intervju, der “Thinking Out Loud” teknikken ble brukt, for å skape et mer avslappende miljø for testpersonen, samt gjøre det åpent for å fjerne følelsen av å bli testet. Dette kan gi mer ærlige og reelle svar. Intervjuet var gjennomført i et lukket miljø, der det var ingen til få forstyrrelser for testpersonen. For full transkribering av intervju, se vedlegg B.

ØSS studentens førsteinntrykk av hjemmesiden var et simplistisk og minimalistisk design, men oppdaget fort at bare ett av studiestedene var oppført ved forsiden, der studenten ønsket at begge studiesteder samt tidspunkt og dager de er ved hvert studiested. For selve arkitekturen til nettstedet ønsket ØSS studenten at booking av veiledning heller burde være satt opp som en pop up eller et alternativ til chatbot, da sidens innhold og budskap blir gjemt bort. Derimot var siden oversiktlig, men med mye informasjon, som kunne bli redusert.

For menyen var den sett på som oversiktlig, og ren, men med lite relevante linker. Her ville studenten heller ha inn linker som er representert på forsiden, slik som ressurser og veiledning, slik at mulige kunder og samarbeidspartnere kan enklere og på flere måter booke møter, samt finne frem til den informasjonen de ønsker. Ved spørsmål om studenten foretrakk en statisk navigasjonsmeny, eller en nedtrekkbar, holdt studenten seg nøytral.

Ved siden for “Gründere” var ikke ØSS studenten imponert, da studenten har en preferanse for konkret og direkte fakta, der man istedenfor kommer i møte med personlige historier om diverse bedrifter Drivhuset har og/eller fortsatt jobber med. Derimot var den konkrete oversikten av hvilke bedrifter de har samarbeidet med, som er delt inn i forskjellige temaer, interessant. Da “Gründer” siden skal skille seg ut fra resten av nettstedet, vil Drivhuset fortsatt vite om det er en sammenheng mellom alle de viste sidene, der studenten nevnte at det var en sammenheng med tanke på designet.

1.8.1.3 Kvantitativ undersøkelse

I spørreundersøkelsen kommer det frem at gjennomsnittet mener at siden “Om oss” er ganske oversiktlig, videre synes 48% av de som har svart på undersøkelsen at siden er forstyrrende med at det er mye tekst, litt rotete og mangler luft mellom elementene. Det som de fleste nevner er at det mangler telefonnummer på siden for kontakt, mer spesifikt om hva bedriften gjør og noe på en mer innovativt måte. Det er et ønske om å lage en klarere sammenheng mellom elementene. Det var ikke noe konkret svar på menyen sitt utseende, da det var 50/50 mellom statisk meny og dynamisk meny. De fleste ser en tilhørighet mellom “Om oss” og “Team” siden, det ble nevnt at at en mer sammenhengende fargebruk vil knytte sidene mer sammen. 50,5% sier at de ikke ser en sammenheng mellom “Gründer” siden og de andre sidene, det ble svart: det gjenspeiler verken i layout eller farge, viktig med dagligdagse ord slik at budskapet blir mer forståelig og får solgt budskapet.

1.9 Vedlegg

1.9.1 Vedlegg A - Fullstendig GANTT diagram

Aktiviteter	Oppstarts uke	Avslutningsuke	% Ferdigstilt	Hovedansvar
Forberedelse og forskning			0 %	
Forprosjektrapport	2	3	0 %	Silje Viktoria Storehjem
Analyser	2	3	0 %	Alle medlemmer
Risikoanalyse	2	3	0 %	Ida Christine Karlsen
Testing av design	2	3	0 %	Thu Trang Thi Tran
Utvikling			0 %	
Implementering	3	13	0 %	Ida Christine Karlsen
Første utkast av hoveddokument	3	9	0 %	Silje Viktoria Storehjem
Dokumentasjon	3	10	0 %	Thu Trang Thi Tran
Testing			0 %	
Test av nettsted	13	14	0 %	Ida Christine Karlsen
Dokumentasjon	10	18	0 %	Thu Trang Thi Tran
Andre utkast av hoveddokument	10	17	0 %	Silje Viktoria Storehjem
Ferdigstilling			0 %	
Ferdigstilling av nettsted	15	19	0 %	Ida Christine Karlsen
Ferdigstilling av dokumentasjon	18	19	0 %	Thu Trang Thi Tran
Refleksjonsnotat	18	19	0 %	Alle medlemmer
Dokumentasjon og resterende arbeid			0 %	
Ferdigstilling hoveddokument	17	20	0 %	Silje Viktoria Storehjem
Plakat	19	20	0 %	Thu Trang Thi Tran
Utskrift	19	20	0 %	Ida Christine Karlsen

1.9.2 Vedlegg B - Kvalitativt intervju transkribering

Student 1 - ØSS, 22 år

Student 1 - Fredrikstad, M413... Er dette nettsiden dere har laget?

Intervjuer - Nei, det er wireframes eller bilder da av designet dem har lyst på. Så hva er det du tenker når du ser det her?

Student 1 - Ganske greit simplistisk design... ta kontakt med oss, ja... ja, kan kanskje få med noen ressurser fra Altinn da. Okey, ganske greit direkte her ja. Men, drivhuset er jo også her da (Halden), så de burde også få begge adressene fra begge studiestedene, det burde de få inn her. Men ellers er det... logo? Hvorfor skal de ha logoen dems? Var det det du fikk spesifisert?

Intervjuer - Dette er design de har laget selv, derfor vil vi teste det ut og se hva folk synes om det, er det noe som trengs av endringer, om... nå har jeg ikke fortalt hva budskapet til bedriften er enda, det vil jeg ikke si før på slutten, for å se hva du selv synes.

Student 1 - Ja, men det er basically sånn at de har, ikke sant, at de har lyst til å gi, på en måte, at de er folka som skal guide dere da. Ehm, hamburgermenyen fungerer den? Nei, det gjør den ikke. Nå ble det mye kritikk her. Ehm, menne en annen ting er jo at ehm... fordeler og ressurser ja, hva er det da? Ehm, at du kommer... Ja book veiledning, så dette blir jo lissom i toppen da, for jeg tenker... først, du får jo se da, eller dette er det første folk ser da (scroller opp til book veiledning). Veiledning med oss... ehm, jeg tenker, at hvis du er gründer da, og der første du ser er, hei book veiledning, det er sånn der, men hva er dere? Ikke sant? Så burde heller kanskje ta å ta veiledningen... eventuelt kanskje litt senere, eller faktisk vise hva man har sånn at man tar informasjonen om dem over veiledning, book oss, og ehm... og ha de to her da (viser til informasjonsboksene og innholdet over), kan jo også egentlig fungere... for det her er egentlig ganske fine da. Også kan man bare... men en ting er atte, her blir det bare helt, dette bildet here her kan være unødvendig, det kommer an på hva de egentlig vil da, og da på en måte skal de lissom highlighte hva egentlig de forskjellige bedriftene allerede har da. Menne... det er jo sånn derre... hvis jeg som en bedrift på en måte da kommer inn så... personlig hadde ikke jeg brydd meg om hvordan bedrifter har gjort det fra før av. Det bryr jeg meg egentlig ikke om, for ehm de bedriftene på en måte, kommer jo an på, men de kan være konkurrenter ikke sant. Så jeg vil

heller at de bruker... Dette kunne heller hva vært en sånn pop up da (viser til kontakt oss skjemaet). Hvis du har det sånn at hvis du går opp på toppen da, så kan det komme en sånn chat boks ikke sant, istedenfor at det er kundeservice da så er det ta kontakt med oss, ikke sant. For da får du veldig mye av den der, at du får... du har ganske mye informasjon og du har ganske mye unødvendig informasjon da. Ehm... og det er jo sånne ting man egentlig bare kunne ha gjort mye bedre igjen da. Så halvparten av siden er vell egentlig ganske bortkastet.

Intervjuer - Men sånn som du ser på siden nå, hvor oversiktlig er den for deg? Du har jo presset på noen av punktene der, men hvis vi snakker om spesifikke ting på siden, hvor oversiktlig er den?

Student 1 - Ja det er jo utrolig simplistisk da, og en minimalistisk tilnærming, så den er jo oversiktlig, ehm men det er sånn at man klarer ikke å få direkte oversikt da, ikke sant, så da, det er ikke sånn at man ser egentlig hva faen de er om da. Sånn derre, okei, så sånn ca her da, (gått opp til toppen av png bildet), dette er jo det du ser, veiledning med oss, et lite innovativt sted for studenter, så klarer du faen ikke å se det nederste da. Du klarer så vidt å se da, så det er egentlig dårlig spacet sånn nettsiden er laget, for man klarer lissom ikke å se hva de egentlig skal gjøre da.

Intervjuer - Så det blir på en måte litt forstyrrende da eller?

Student 1 - Hmm, nei egentlig ikke, jeg bare... ikke forstyrrende på den måten der da, prøver vel å komme til sånne der buzzwords, ikke noe terminologi her. Men nei det er egentlig bare at det... det er ikke forstyrrende, bare at du bruker et par ekstra sekunder da på å faktisk finne ut hva det er og når det kommer til oppmerksomme mennesker så er det tre sekunder som teller. Så hvis du egentlig ikke har... at de ikke kan forstå hva som skjer på tre sekunder så er det bare å klikke ut igjen. Så bruker man, istedenfor et lokalt tilbud som drivhuset da, kommer man til sånn derre cloud baserte internasjonale løsninger da, som kommer med sånn spesialdesign der da, som kanskje ikke har lokasjonene eller hardware, men som er enklere og på en måte har bedre streamlined onboarding service da, hvis det er det det heter. Det man heller burde gjøre er at man tar, okey, man starter lissom med om dem her (rett under headeren), og hvis man scroller ned så er det ca., hvis man scroller ned forbi hit da (bunnen av om oss seksjonen), så popper det opp en sånn boble da som sier, hei har du lyst til å ta veiledning med oss da. For det er sånn at, du er, det er ikke vits i å prøve å få tak i folk med, igjen da, når det første er da book time med oss, men jeg

vet jo ikke hva dere kan da, ikke sant. Men ja, hvis det heller står et lite innovativt sted for studenter, vi egner oss for studentbedrifter og egne virksomheter, og vi vil ha samarbeid med deg, her er veiledning, her er kontorene, også er fordeler og ressurser her, og så bare, okey, de har jo ganske bra shit her da, så bare pling, veiledning. Så fjerner du den dritten der (mellombildet). Ehm, dette her kan bli bedre (bildene med navn under). kanskje for en student da, bare... hvis det er faktisk kjente bedrifter her da, for veldig få personer har hørt om en kjent studentbedrift, det er veldig få om det, ehm, så hvis det ikke er noen kjente studentbedrifter, så er det egentlig ikke noe vits i å ha det, for du er en student da, så kommer du inn her også står det på den listen der new, ehm sånn derre, hjemmelaget brus AS, sånn derre, hvem er de? Eksisterer de fremdeles? Kanskje man søker det opp, også gikk de konkurs for tre år siden, så bare okey kanskje jeg ikke skal velge de her ikke sant. Ehm, så heller sånn at de egentlig ikke... de burde egentlig bare ha, de burde ikke highlite noe da av det før de faktisk har en bedrift som faktisk har klart å overleve i en viss periode, og vokser i størrelse da, at man faktisk kan si at de har veldig suksessfulle bedrifter, i norsk arbeidsliv, hadde sitt utspring i drivhuset da, men det er ikke vits i å markedsføre flere små bedrifter som egentlig ingen har hørt om, eller egentlig ikke har noe påvirkning i det hele tatt da. Hvis sånn at tre, fire personer som egentlig ikke har noe å si, så er det ikke sånn, ikke sant, så hvis jeg skulle starte en bedrift så tenker jeg sånn, okey men jeg bryr meg ikke om, ikke sant, sånn derre annen selger, eller bedrift på min størrelse da, så er det ikke vits.

Intervjuer - Okey, da har jeg et annet bilde jeg vil vise deg også, dette var jo forsiden/om oss siden demmes, men før jeg fortsetter, vil du gjette på hva budskapet dems er med den nettsiden her?

Student 1 - Ehm, hva skal jeg si da, det er atte... vi er som dere, eller vi er en av dere. Ja, er det ikke det da?

Intervjuer - Skal vi se her, og her, på bilde 2, handler det mest om menyen der. Som du sa i stad så har de en hamburgermeny, så hvis du ser på den menyen her da, hva synes du om den? Er den ryddig, er den...

Student 1 - Teamet da, det er jo jævlig dårlige punkter da... blogg, på måte sånn der om oss er greit, om oss er greit, teamer er lissom sånn helt, hvorfor? Gründere er sånn... jeg bryr meg ikke om hvilke gründere dere har, dere er her for å hjelpe meg, så ressurser burde være der, ehm...

sånne interne og eksterne ressurser, direkte kanskje, ja, fordeler og sånn ved å være arbeidspartnere rett og slett da, si at drivhuset i fredrikstad og halden kommer for samarbeid med, enten det er komplett eller noe annet da, og lissom får ting litt billigere da på en måte, du har jo komplett bedrift, som tar bort moms, men en annen ting er en studentbedrift, der man kanskje kan få 10% avslag igjen da ikke sant.

Intervjuer - Hvis du tenker på de knappene, eller boksene som var på forsiden, med veiledning, ressurser og sånne ting, ville du heller ha hatt de også i menyen?

Student 1 - Ehm, de burde jo være der også, for å hoppe direkte til dem, for man kan jo ikke få, man kan jo få folk som bare hopper rett inn i menyen som leter etter ressurser da, som ikke nødvendigvis bryr seg om hvor du kommer fra, som bare vil ha en rask oversikt, ehm, men du burde også velge steder, for det er jo folk som leser igjennom også, så de boksene burde stå der også. Man kunne kanskje ha bragt frem en større sub meny da, en undermeny igjen da, eller på en måte ta den til den siden der det handler om ressurser, hva de tilbyr, hva de har og sånt, i forhold til hva du har, sånn du har oss her i Halden, du har oss i Fredrikstad, ehm ja, datamaskiner, programvare, ikke sant, veiledning, sånne ting, så det er bare å kjøre på på den måten der.

Intervjuer - Og på menyen, foretrekker du en statisk meny, eller hamburger meny?

Student 1 - Det er jo smak og behag, bokstavelig talt... Det er jo... kommer an på simplisiteten da, ehm, det man alltid kan gjøre er å som veldig mange gjør, er at man tar de mest populære alternativene i en statisk meny, også tar de mer av de andre i en undermeny. De diverse, ikke like populære alternativene. Det er jo en måte man kan gjøre det på da.

Intervjuer - Og siste her er Gründer siden til drivhuset, her ser du også den statiske menyen. Da fortsetter vi med samme som på forsiden, bare se igjennom og si akkurat hva du tenker på, så skal ikke jeg forstyrre.

Student 1 - Den metoden her er forferdelig ass, haha. Våre gründere ja, igjen hvorfor skal jeg bry meg om deres gründere da, utrolig egentlig hva folk... ah, det er sånn blogg greie, bare... hei, jeg er Tobias, jeg starta min egen pizzabedrift, eller instant pizza, der du blander ditten og datten, hahaha. Det blir nesten en sånn historie. Sånn derre, det blir sånn derre jeg, ja okey andre studenter, beste studentbedrift, fylkesmesterskap, å gud. Men, tingen er at, okey, hele greia er at det er han som har gjort dette her, ikke Drivhuset, så synes det blir rart på en måte... okey her ja,

ga mersmak ja... ja men det blir sånn derre, jeg føler at det blir sånn, kanskje jeg bare er jævelig kynisk da ikke sant, men hvorfor da hører jeg sånn derre... det blir feil optimisme da, så jeg tenker da sånn at hver sin blogg da, eller suksess historier fra tidligere folk lissom, sån derre, så lenge folk ikke har hørt om det lissom, så er det ikke noe poeng i å ha det der. Det er jo bra at han har fått suksess, men hvis en vanlig person ikke vet om det da, da er det ikke noe poeng med det da. For det er sånn derre igjen da, hvor store kan de egentlig være da? Det kan hende de er store, innenfor sitt merke da, men hvis det markedet bare er til en spesiell ting da, og de er eneste på markedet som gir det, så det blir litt feil. Så det er egentlig bare de greiene ja. Er det sånn scientology eller? Bra å vite at de støtter nye kristne kulter og sånt, haha. Du kan du quote meg på det eller? Bare spilt det her for dem. Det er jo ikke forferdelig, men jeg som person er veldig imot sånne historier på en måte da, det er sånn derre, de prøver å selge deg inn på en måte, det er jo ikke deres oppgave, hva får jeg ut av det? Hvorfor har de masse sverige ting her? De greiene på bunn er jo greit på en måte da, men ehm... hm...

Intervjuer - Men hva synes du om oppsettet på gründer siden?

Student 1 - ehm, det er på en måte innafor hvis det er det de på en måte... hvis det er det de vil gjøre, så er det innafor. Men så har du meg og andre som meg, som vil være uenig. Men det er egentlig greit oppsett på en måte da, lissom litt viktig med oppløftning. Dette klarer dere lissom, selv om det ikke er mange bedrifter som overlever.

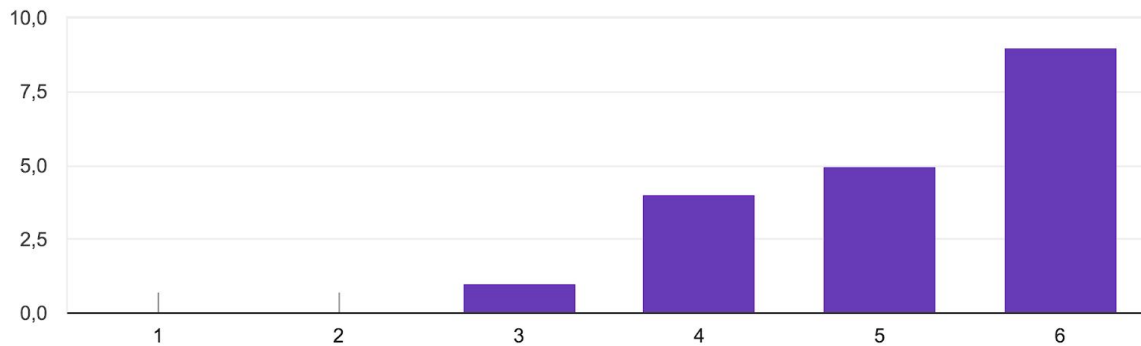
Intervjuer - Men hvis du ser på de tre sidene du har sett på nå, se på dem som en helhet. Ser du en sammenheng mellom dem på designet?

Student 1 - Ja er jo veldig simplistisk design da så ville jo tro at det er veldig enkelt å koble de.

1.9.3 Vedlegg C - Kvantitativ spørreundersøkelse spørsmål og svar

Hvor oversiktlig er nettsiden "om oss" på en skala fra 1-6.

19 svar



"Er det noe som er forstyrrende i designet?"

1. "Nedre halvdel er supercrowded. Rød tekst med mørkt bakgrunn er vanskelig å lese. Mer spacing. for å skille content slik at man ikke får så mye informasjon slengt i trynet. "
2. "Litt rotete og derfor vanskelige å finne det man leter etter"
3. " Nei"
4. "Litt svevende"
5. "Det ene store bildet imellom blokkene med kontorplass, fordeler etc og sem som jobber der er kanskje et element som tar litt for mye plass og da blir det litt unødvendig scrolling :)"
6. "Book veiledning med oss-boksen stikker veldig ut og glir ikke så godt inn i designet"
7. "Litt rart at det er 3 bilder av samme fyr kanskje "
8. "mye tekst"
9. "Nei"
10. Litt for mye informasjon, mister lysten til å finne ting"
11. "nei"
12. "Det eneste jeg tenker over som er litt forstyrrende er fargen på treet på de tre midterste bildene."

13. "Litt blandede temaer"
14. "Nei"
15. "Kanskje bildet uten relasjon til noe annet, og ""Veiledning"" og ""Fordeler"" siden de står veldig i kontrast med resten."
16. "Jeg ville skrevet i overskriften «Et lite, innovativt sted» eller droppet lite. Et lite innovativt sted taler ihvertfall mot seg selv :) og passet på at det er tre forskjellige bilder på gründerne. Generelt flere steder er det ukjente mennesker på mange av bildene. F.eks om oss er det et bilde av masse mennesker rundt et bord men dette er ikke de menneskene som står som involverte "
17. "Eh"
18. "Nei egentlig ikke"
19. "Nei"

"Er det noe du savner på nettsiden ""om oss""?"

1. " Ei"
2. "Ikke som jeg kommer på"
3. " Nei"
4. "Hva dere faktisk gjør"
5. "Ser utfyllende ut "
6. " Nei"
7. "Vanskelig å si "
8. "nei"
9. "Nei"
10. "Telefon nr "
11. "ikke egentlig nei "
12. "Kanskje enda mer info om hva de gjør."
13. "Kunne vært oppdelt i temaer "
14. "Nei"
15. "Vet ikke."
16. "Konsistens mellom bildene"

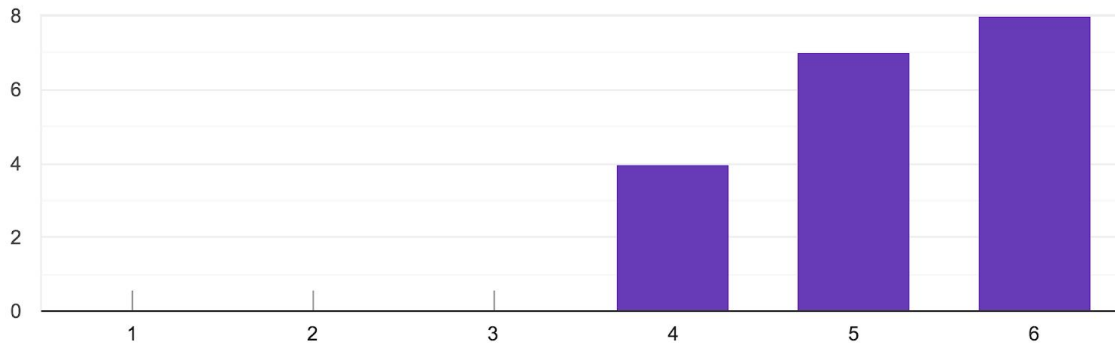
17. "Aner ikke"
18. "Nei, men kanskje et telefonnummer til ""kontoret"" hadde vært flott?"
19. "Nei"

"Er det noe i designet du ville forandret?"

1. "innholdsplasingen, tillater større spacing og derav større tekst. Gjør designet mer sammenflettet når teksten er behagelig å lese og ikke stressende mye "
2. "Endret på rekkefølgen og gjort de forskjellige elementene på siden litt likere hverandre"
3. " Nei"
4. "Kanskje en video som forteller om firmaet"
5. "Gjerne en utfyllende nav bar om ikke en mobil burger meny skal også brukes på en desktop versjon :) men jeg ser dere har planer om den på neste spørsmål ^^ "
6. "Litt lite luft mellom de feltene som er under ""vi lytter og jobber sammen med deg"" og over ""ta kontakt med oss"""
7. "Jeg ser ofte etter tlf nr, kan ikke se det her"
8. "infomatics"
9. "Nei"
10. "Ta det over 2 sider"
11. "Ser nydelig ut"
12. "Synes skriftstørrelsen på flere deler av brødteksten blir litt liten, så muligens det."
13. "Fjern bildet av dama som ser i kameraet med mannen i bakgrunnen. Hva er det godt for liksom?"
14. "Nei"
15. "Står ingenting om styret. ""Hvem vi er""-teksten står litt rart når den fyller sånn 2/3 av siden."
16. "Designet er fint"
17. "nah"
18. "Nah, ser bra ut"
19. "satt personalet øverst"

Hvor ryddig er menyen på siden "team" fra en skala 1-6.

19 svar



"Se bildene ovenfor, er det tilhørighet mellom siden ""om oss"" og ""team""?"

1. "Jup"
2. "Nei, ikke helt"
3. "Ja"
4. "Ja"
5. "God tilhørighet :)"
6. "Ja"
7. "Ja, samme bilde av hun dama og fyren kan være litt forvirrende"
8. "joa"
9. "Ja"
10. "Ja noe, mer i tråd med hverandre"
11. "Det synes jeg at det er"
12. "Ja, du ser det på fargebruken."
13. "Mener du «hvem vi er» og «styret»? Står bare floskler om hvem vi er. Burde være mer konkret informasjon om hva dere driver med"
14. "Ja"
15. "Vet ikke."
16. "Forstod ikke forskjellen? Ser bare «om oss?»"
17. "Nei"

18. "Ja, men hva med bruk av bilder av også eldre? Gir kanskje en trygghet for noen.",
19. "ja et"

"Foretrekker du menyen med hvit bakgrunn (der menyen er statisk) eller gul bakgrunn(der den kan skjules og trykkes frem etter behov)?"

1. "Hvit obv. "
2. "Gul"
3. "Gul"
4. "Den hvite"
5. "Statisk og hvit bakgrunn"
6. "Hvit bakgrunn"
7. "Statisk "
8. "ingen av fargene gul er veldig forstyrrende og hvit er kjederlig"
9. "Gul bakgrunn"
10. "Den gule menyen"
11. "Den gule er finest"
12. "Hvit bakgrunn."
13. "Hvit"
14. "Gul"
15. "Øverste meny/hovedmeny synes jeg burde være dynamisk når den blir stor nok. Om den er nokså liten kan den være statisk."
16. "Fint med uthevet men velg en farge som ikke assosieres med en kjent siden (som f.eks gulfargen til Ice)"
17. "Trykkes frem ved behov"
18. "Statisk. Lettere å holde oversikt",
19. "gul med skjuling"

"Nettsiden ""gründere"" skal skille seg ut fra sidene over men ser du en sammenheng mellom alle sidene?"

1. "Ja men ville heller tatt footer her i samme/lignende farge for å sammenflette det men fortsatt holde den enkeltst å ende "
2. "Ser en viss sammenheng"
3. "Ja"
4. "Noe uvanlig oppstilling."
5. "Gjør gjerne den allerede rosa mer samme farge som de andre sidene. "
6. "Ja"
7. "Likte den å, rste bedre"
8. "fargebruk"
9. "Ja"
10. "Mye tekst, husk at det er en side som skal brukes av flere aldersgrupper og nasjoner. Viktig med daglig dagse ord.slik at du skjønner og får solgt budskapet ."
11. "Ja"
12. "Nei, føler de to forrige sidene hang sammen. Gründer siden oppleves som noe for seg selv."
13. "Typisk sånn side jeg ikke gidder å lese på, fordi det ser ut som historiefortelling når jeg vil ha svar på det jeg lurer på"
14. "Ja"
15. "De skiller seg ut."
16. "Syns ikke den gjenspeiler verken layout eller farger. Greit at den skal skille seg ut men dere bør beholde oppsett eller farger for å knytte dem sammen. Fremstår litt rotete"
17. "Nei"
18. "nei"
19. "ja"