

Öka konverteringen med bra **UX/UI-design**

Kontakt

hello@toxic.se

010-195 90 30

toxic.se



Innehåll

Begreppsförklaring och introduktion till UX och UI-design	3
Varför är det viktigt med bra UX/UI-design?	5
6 regler att följa för att öka din konvertering	8
Tillgänglighetsanpassa och nå fram till fler	13
Checklista för en lyckad UX/UI-design	15



Vad är UX /UI–design?

UX och UI är två begrepp som är vanligt förekommande i den digitala världen. Ofta misstas dessa olika delar för att vara samma sak men det är två olika funktioner inom webbdesign. Tillsammans kompletterar de varandra och skapar bra webbdesign. För att du ska ha förståelse för resten av guiden börjar vi med att reda ut det grundläggande; vad UX och UI betyder och vad skillnaden mellan de olika funktionerna är.

User Interface

UI står för User Interface och betyder användargränssnitt på svenska. Enkelt förklarat är användargränssnittet allt som du som användare aktivt interagerar med för att använda en produkt eller tjänst. Det innefattar bland annat skärmar, tangentbord, knappar, sökfält, färger, ljud, grafik och bilder.

Bra UI innebär att vanliga element, exempelvis knappar, är så uppenbara att du – oavsett teknisk erfarenhet, ålder och bakgrund kan navigera på webbplatser, mobilapplikationer och andra smarta tekniska produkter utan att behöva tänka på själva funktionen.

User Experience

UX står för User Experience som betyder användarupplevelse och är ett väldigt brett begrepp. UX syftar på användarens helhetsupplevelse av lösningen och lägger stort fokus på att möta användaren med empati för att uppfylla deras förväntningar och känslor.

Så fort det finns något att interagera med påverkas användaren på olika sätt. Det kan vara negativt, positivt, neutralt eller en blandning där emellan. UX syftar till att skapa rätt känslor hos användaren, som interagerar med din tjänst eller produkt. Det finns en liknelse som beskriver skillnaden mellan UI och UX på ett bra sätt: UI är bordet, stolarna, tallrikarna, glaset och besticken medan UX är allt från mat till service, till omgivningen runtomkring.

Varför är det viktigt med **bra** UX/UI-design?

UX bottnar i psykologi och i gedigen research. Det handlar om att försöka förstå och förutse hur användarna kommer att känna och agera på en viss lösning. Vilka känslor har användarna? Finns det något som skapar frustration hos användaren? Erbjuder lösningen rätt verktyg för att användarna ska kunna interagera på önskat sätt? Hur vi identifierar rätt känslor och minimerar risken för frustration genom bra UX/UI-design berättar vi längre fram i den här guiden men en grundregel är att allt utgår från att nöjda användare är betydligt mer benägna att konvertera – och nöjda användare får vi genom en bra användarupplevelse. En bra användarupplevelse får vi genom att väva samman design och funktion. Designen ska vara attraktiv, inspirerande och få användaren att vilja stanna kvar. Den ska också vägleda användaren och så att användaren känner tillit och förstår hur saker fungerar. Båda delarna är viktiga för att lösningen ska vara lyckad och därmed driva konvertering.

Bra UX-design bidrar till:

- 1 Starkare tillit och högre trovärdighet.
- 2 Pengar- och tidsbesparingar (du slipper bygga om en bristande lösning).
- 3 Ökad konvertering av nya och befintliga användare.
- 4 Nöjda användare.
- 5 Ökad kundbehållning och större lojalitet.

Exempel på bristande UI

Tänk att du köper en väldigt funktionell kaffemaskin. Den är lätt att förstå och du får kaffe i toppklass varje gång. Dessvärre ser den ut som sju svåra år så du förpassar den till att stå gömd i ett köksskåp. I början känns det okej att plocka fram åbäket från köksskåpet varje gång du ska göra kaffe. Så jobbigt är det ju inte. Men efter ett tag börjar du dra dig för att plocka fram den. Det är ändå ett extra moment som tar tid och är rätt knöligt. Du ger efter och låter kaffemaskinen stå framme på bänken men varje gång du går förbi stör du dig på att den fula maskinen står där och tar plats och inte blir du särskilt inspirerad till att njuta av ditt kaffe heller eftersom du måste titta på kaffemonstret som har tagit över ditt kök.

Exempel på bristande UX

Tänk att du köper en otroligt snygg kaffemaskin. Det är en underbar designdetalj i ditt kök. Dessvärre förstår du inte hur den fungerar så du använder den inte. Eller ja, du försöker några gånger få i gång den men varje gång slutar det med att du klampar ut ur rummet, mer sugen på kaffe än någonsin – och desutom frustrerad så det står härliga till. Om du kommer rekommendera kaffemaskinen till dina vänner? Nej, aldrig i livet. Om du kommer återvända och försöka en gång till? Tja, kanske men så länge funktionaliteten är uppåt väggarna kommer du högst troligt bli lika arg och frustrerad och tids nog åker den ut genom fönstret, för kaffe, det bidrar den ändå inte med.

6 regler att följa för att öka din konvertering

Det finns många regler och standarder inom UX/UI-design som är bra att följa. Vi kommer att gå igenom sex av de viktigaste reglerna i den här guiden. Följs dessa regler har du riktigt bra förutsättningar för att göra dina användare nöjda och därigenom öka konverteringen på din lösning. Innan vi börjar vill vi bara skicka med en minnesregel som bör vara i fokus under hela arbetets gång; Du är inte användaren. När designen tas fram ska den alltid utgå från de tilltänkta användarna, inte våra egna erfarenheter och uppfattningar. Något som är självklart för dig kan verka helt oförståeligt för någon annan. Därför ska alltid designen tas fram med användaren i centrum och vi behöver också testa designen på riktiga användare. Men det återkommer vi till längre fram. Nu dyker vi in i reglerna.

1 Uppfinn inte hjulet

Det är lätt att sväva iväg och tänka att det vore kul med något helt unikt och där vill vi direkt säga stopp – uppfinn inte hjulet! Användare har olika förväntningar beroende på vad de interagerar med. Besöker du en matbutik förväntar du dig att mjölken finns på mejeriavdelningen, allt som oftast en bit in i butiken. Likadant är det inom UX/UI-design. Går du in på en e-handel letar du efter varukorgen i högra hörnet av headern, vid menyn. Söker du efter kontaktinformation letar du högst troligt i headern eller footern. Dessa mönster är viktiga att ta i beaktning när designen tas fram. Luta er tillbaka mot de standarder som redan existerar. Om en design bryter mot dessa strukturer är risken stor att användaren blir frustrerad och lämnar sidan och du går miste om nöjda kunder. Och kom ihåg, du kan fortfarande ta fram en riktigt schysst design men med en funktionalitet som användaren känner igen.

2 Var konsekvent

Designen bör vara konsekvent så att de element som används upplevs vettiga. Om du har en knapp som indikerar att den lägger markerade produkter i varukorgen i stället lägger till produkterna i en önskelista har du varit inkonsekvent med dina designelement. Ett annat exempel är om du låter det kända krysset som stänger ner exempelvis en pop-up-ruta helt plötsligt flyttas ner till vänstra hörnet. Tänk dig frustrationen som uppstår när användaren inte lyckas få bort pop-up-fönstret som tar upp en stor del av skärmen. När designen är konsekvent lär sig användarna strukturen och blir bekväma. Då minskar risken för frustration och antalet användare som avviker minskar drastiskt. Om designen i stället är inkonsekvent minskar förtroendet då användarna inte kan lita på och förstå vad de olika funktionerna gör. Användarna blir frustrerade och osäkra och lämnar sajten utan att konvertera.

Det kanske låter helt självklart att inte blanda designfunktioner på det här viset men tyvärr sker det allt för ofta och behöver därför påpekas.

3 Ha en tydlig hierarki

Innehållet på en webb, e-handel, eller systemlösning är en viktig del för att skapa ett naturligt flöde för användaren. Det innehåll som är högst upp på sidan och som tar mest plats är det som användaren kommer tro är av störst värde. Därför är det viktigt att fundera på vad användaren bör fokusera på och därefter strukturera innehållet efter vad som är viktigast. En vanlig fallgrop är att tro att allt innehåll är lika viktigt. Detta kan leda till väldigt ostrukturerade sidor som blir svåra att navigera på. Gör en tydlig priorlista och designa strukturen och innehållet därefter.

4 Varje sida ska ha ett syfte

I många sammanhang är det bra att tänka less is more – och så även här. Har du en stor mängd innehåll är det bra att ta sig en funderare och säkerställa att alla sidor verkligen har ett syfte. Se också till att namnge sidorna så att användarna förstår och förväntar sig rätt saker när de klickar på de olika elementen. Det viktiga är att inte klämma in för mycket information på alla sidor. Fyll sidan med relevant information som fyller syftet och döp sidan till något som passar innehållet.

Ett exempel på en sida med ett tydligt syfte

En användare klickar på "produkter" och möts av företagets olika produkter. Användarens förväntansbild är uppfylld. Syftet med den här sidan är att visa produkterna och sedan leda användaren till en köpfunktion.

Ett exempel på en sida som saknar tydligt syfte

En användare klickar på "produkter" och hamnar på en sida som ömsom visar produkter, ömsom kontaktuppgifter och element som berättar om verksamheten. Alla element är huller om buller och användaren kan inte få en tydlig överblick. Tilliten till hemsidan minskar och risken för frustration ökar.

5 Var tydlig

Det är viktigt att vi är tydliga när vi skriver. Detta gäller framför allt länkar, knappar, formulär och instruktioner. Använd enkla ord som är lätta att förstå, undvik dubbla negationer och branschspecifika begrepp. Kom ihåg att du inte kan vara säker på vem det är som besöker din lösning, därav behöver dina ordval vara enkla att förstå.

Exempel på knapptext:

i stället för "Utforska våra färskaste alster" skriv "Till våra senaste produkter"

Det kan upplevas som tråkigt att skriva på det här viset men just vid länkar, knappar, formulär och instruktioner behöver det vara tydligt och enkelt. Om en länk är svårläst minskar chansen att användarna klickar på den. Du kan vara mer beskrivande och uttrycka ditt företags tone-of-voice i innehållstexter.

Kom ihåg, ingen klagar på att en text är för lätt att förstå.

6 Få insikter från dina användare



Nu återkommer vi till den minnesregel som vi nämnde i början – du är inte användaren. Detta innebär alltså att du givetvis bör ha användarna i åtanke när designen tas fram. Sanningen är ju den att vi uppfattar och löser uppgifter på olika sätt och därför behöver designen vara framtagen för användarna och deras behov. Det finns olika sätt att säkerställa att en design tilltalar användaren men ett sätt är att inkludera användarna i designprocessen. Det går att involvera användarna genom att göra användarintervjuer eller samla in enkäter. Genom att få användarnas direkta perspektiv får vi insyn i vilka funktioner som är uppskattade och vilka som skapar problem. Användarna är experter i sina egna upplevelser av lösningen.

När det finns tillräckligt med material insamlat analyseras intervjuerna och enkäterna och därefter kan designen tas fram, baserat på resultaten. När det finns en designprototyp kan användarna testa – så kallade användarter. Det innebär att användarna testar designen och ser om den uppfyller önskade behov och förväntningar eller om det finns några problem som behöver åtgärdas. Efter testerna slutförts kan designen itereras utifrån resultatet.

**Vi på Toxic vet vad som krävs för att lyckas med din UX/UI-design.
Hör av dig så tar vi en kaffe och pratar vidare!**



Tillgänglighetsanpassa och nå fram till fler

Om du har läst så här långt har du med största sannolikhet förstått att UX/UI-design syftar till att göra användarna nöjda och minska eventuell frustration. Det är genom nöjda användare som vi når en ökad konvertering. Detta leder oss osökt in på tillgänglighetsanpassning och WCAG – som reglerar tillgänglighetsanpassningen för digitala lösningar. UX och tillgänglighet går hand i hand. Webbtillgänglighet handlar om att göra webben mer tillgänglig till människor – alla människor. Detta innebär att lösningarna anpassas så att även de med syn, hör, kognitiva och motoriska variationer kan använda den.

Fler tillvägagångssätt = fler nöjda användare

Tillgänglighet ger människor möjligheten att kunna lösa uppgifter på ett sätt som passar dem bäst. Detta kopplar bra ihop med UX som syftar till att inte tvinga användare att lösa problem på endast ett sätt, utan att ge möjligheten att lösa problemet genom olika tillvägagångssätt. Till exempel bör en supportside erbjuda möjlighet att både kunna mejla och ringa för att få hjälp. En person som har hörselproblem, eller som inte gillar att prata i telefon kan då mejla. Samtidigt kan en person som har synproblem, dyslexi, eller som föredrar att prata, ringa support i stället för att mejla. Genom att erbjuda flera olika alternativ gör vi flertalet användare nöjda och ökar chansen till konvertering.

Enkelhet och tydlighet är A och O

En viktig aspekt i både UX och tillgänglighet är även att göra element tydliga och enkla att använda sig utav. Vi vill inte att användarna ska behöva fundera när de är inne på en lösning. När en lösning blir otydlig eller upplevs som krånglig ökar risken för att de lämnar, därför är det viktigt att hålla element enkla och tydliga.

Tillgänglighet är ett stort ämne och vi kommer inte att dyka in i det mer i just denna guide. Om du är intresserad av att läsa mer om tillgänglighet kan du ladda ned vår guide om WCAG och tillgänglighet här.

Behöver du en tillgänglighetsanalys av din webb? Eller känner du dig vilse i tillgänglighetsdjungeln? Vi finns här för att reda ut frågetecken och hitta en väg framåt så att du når ut till fler! Hör av dig så möts vi och pratar mer

Checklista för en lyckad UX/UI-design

Som avslutning i den här guiden erbjuder vi dig en checklista som du som beställare kan använda för att checka att din digitala partner har tagit fram en riktigt bra UX/UI-design till din lösning. Checklistan kan också användas som en handbok inför en projektuppstart och som grund när ni börjar prata UX/UI-design med er digitala partner.

Behöver ni en digital partner som kan UX/UI-design och som vet vad som krävs för att öka konverteringen på er digitala lösning? Hör av dig till oss på Toxic!

✦ **Alla våra sidor har ett syfte**

Vi har kontrollerat att alla sidor som ska vara med i vår digitala lösning har ett syfte. Vi har prioriterat vad som är viktigast utefter användarens behov och har därefter strukturerat upp innehållet i en logisk ordning så att det blir tydligt för användaren. Det viktigaste innehållet först.

✦ **Vi har följt UX/UI-standarder**

Vår lösning följer UX/UI-standarder. Vi har inte svävat iväg och tagit fram en lösning "som någon aldrig har gjort". Vår lösning är enkel att förstå och användarna lär och känner snabbt igen sig i vår lösnings uppbyggnad. Våra element är konsekventa och vår hierarki är tydlig.

✦ **Vi har lyssnat på våra användare**

Vi har testat vår design innan den lanserats och vi har lagt stoltheten på hyllan och i stället lyssnat in vad våra användare haft att säga. Vi tog emot feedback, lyssnade och anpassade lösningen efter användarnas behov

✦ **Vi är sparsamma med pop-ups**

Vi har säkerställt att de pop-ups vi använder verkligen har ett syfte. Vi har kontrollerat att det är tydligt hur man stänger ner ett pop-up-fönster så att användarna inte blir irriterade och lämnar vår sida.

✦ **Vi har en tydlig UX-writing**

Vi har kontrollerat att alla våra länkar, knappar, formulär och instruktioner är tydliga och enkla att förstå. Vi har använt enkla ord, undviktt dubbla negationer och branschspecifika begrepp.

✦ **Vi har kortfattade texter på huvudsidor och ingående texter på undersidor**

Vi har strukturerat innehållet i korta sektioner med kortfattade, enkla texter. Vi har samlat mer djupgående information på undersidor som vi har länkat vidare till. Vi har gjort detta för att inte användarna ska bli överväldigade av för mycket information.

✦ **Vi har prioriterat tillgänglighetsanpassning**

Vi har säkerställt att vår digitala lösning är anpassad enligt WCAG-standard genom att erbjuda flera olika tillvägagångssätt för att ta del av informationen i vår lösning. Vi har kontrollerat våra färgsättningar och förbättrat användarupplevelsen för fler.

Lycka till med er UX/UI-design och er digitala lösning!

Behöver ni hjälp är vi bara ett klick bort!

