

# Brugervenlighed på nettet

• Guidelines • Nettekster • Hvordan din side bliver fundet i søgemaskiner

Version 1.1 september 2008.

Lena Egede Frederiksen  
Analytiker, TDC Online



## Intro - guidelines gælder alt indhold online

Guidelines er bygget baggrund af viden fra bl.a. universiteter og analyseinstitutter samt mange brugerundersøgelser afholdt af TDC Online og eksterne bureauer. De er altså **ikke** bygget op efter mavefornemmelser og holdninger!

Disse guidelines gælder alt indhold på nettet - hvad enten det er en webside med salg for øje, en selvbetjeningsløsning, en "landing page" for en kampagne eller noget helt fjerde. For mailudsendelser som f.eks. nyhedsbreve gælder især de guidelines, der står i afsnittene om links (s. 2) og om nettekster (s. 3).

Disse guidelines indeholder kun det allermest nødvendige. Selv de er fulgt kan et websted stadig have brugervenlighedsproblemer. Det vil f.eks. en brugervenlighedseksperter eller brugervenlighedstest kunne afdække.

## Skab en konsistent overordnet opbygning

En overskuelig og konsistent opbygning af et websted gør det nemt for brugeren at forstå og bruge det.

- **Vær konsistent.** Brug samme overordnede opbygning og betegnelser og funktioner på hele webstedet.
- **Brug det velkendte.** Brug velkendte funktioner, menuer og opbygning. Det er nemmest og mest behageligt at bruge websider, der opfører sig som man forventer.
- **Optimer til de vigtigste opgaver.** Find de 3-5 primære "opgaver", som brugeren skal kunne udføre på webstedet. Gør det nemt og hurtigt at udføre disse opgaver. De bør kunne gennemføres direkte fra forsiden og med så få klik som muligt.
- **Gør det muligt at starte fra alle sider** på webstedet. Måske brugeren er kommet direkte ind på en underside via Google eller et link fra en ven. Gør det nemt at forstå, hvad webstedet går ud på og komme til forsiden.
- **Giv altid navigationsmuligheder.** Brugeren skal altid have mulighed for at gå tilbage eller let lukke et vindue, der "ender blindt". Åbn **aldrig** en ny side, hvor back-knappen ikke virker og hvor der ingen links eller menuer er.
- **Brug plads effektivt**, så brugerne ikke skal scrolle eller klikke mere end nødvendigt. Undgå fyld, der ikke giver værdi såsom ligegyldig tekst eller grafik, meget tom plads og store billeder.

## Hav overskueligt indhold

Brugeren skimmer altid indhold på websider. Sørg derfor for, at siderne er overskuelige, gennemskuelige og nemme at komme videre fra.

- **Design til skærmopløsningen 1024\*768**, dvs. sørg for at alt vigtigt indhold er synligt i dette felt.
- **Man må aldrig skulle scrolle vandret.**
- **Brug så lidt lodret scroll som muligt.** Scroll kan ikke altid undgås, men minimer det.
- **På forsiden skal det være klart** hvem webstedet henvender sig til, hvad det indeholder og hvordan en nybegynder kommer i gang.
- **Fremhæv det allervigtigste** indhold på siden. Fremhæv med fed, sæt det i en boks eller skriv det i overskriften. Brug **aldrig** kursiv, understregning eller store bogstaver. Fremhæv kun det absolut vigtigste - fremhæves for meget forsvinder effekten og siden bliver bare uoverskuelig.

- **Placer det vigtigste indhold øverst, midtfor** på siden. Da brugere typisk skanner websider, ser de denne placering først.
- **Vis det, hvis siden fylder mere end en skærmfuld.** Hvis en side fylder mere end én skærmfuld, så skal det være tydeligt. Den øverste skærmfuld må altså **ikke** slutte med en vandret linje, tom plads eller lignende, der giver indtryk af, at der ikke er mere nedenunder.
- **Hav menupunkter og kategorioverskrifter, der er beskrivende** og utvetydige for brugeren. Brug **ikke** interne navne, forkortelser eller produktnavne, da de sjældent forstås af brugerne.
- **Lad sidens overskrift indeholde de samme ord som menupunktet**, der åbner siden.
- **Giv knapper navne, der forklarer deres funktion** (f.eks.: "opret bruger" eller "send mail"). Kald ikke knapper "send", "go" eller lignende intetsigende navn.
- **Lav links til hjælp** i form af letforståelige forklaringer, produktbeskrivelser og trin-for-trin vejledninger. Placer hjælpetekster præcis der, hvor brugeren oplever problemerne.
- **Undgå baggrundsbilleder under tekst** – det gør teksten svær at læse.
- **Placer ensartet indhold ensartet på hele webstedet.** Er det samme indhold på flere sider, så brug altid den samme lokation på alle sider, så kan brugerne hurtigere finde det.
- **Gentag nødvendig info.** Information skal stå der, hvor brugeren har brug for den (f.eks. forklaring til hvordan man opretter brugernavn). Kræv **ikke** at brugeren husker information fra en skærmfuld til en anden. Det hjælper også brugere, der kommer direkte ind på en side f.eks. via en søgemaskine.

## Lav brugbare links

- **Lav sigende links**, der fortæller hvad der sker, når man åbner linket. Et link skal indeholde nøgleord og give mening, uden at man læser konteksten. Lad helst link begynde med et verbum. Eksempler på gode links: [Opret brugerkonto](#), [Se priser på bredbånd](#), [Se konkurrencens vindere](#).  
**Bonusinfo:**
  - Link, der indeholder typiske søgeord, forbedrer websidens placering i søgemaskinerne.
  - Links, der ikke er sigende, er helt ubrugelige for blinde/svagtseende, der benytter skærmlæser som hjælpemiddel.
- **Gør det tydeligt, hvad der er links** - helst ved at lade alle links være blå og understregede.
- **Understreg aldrig tekst, der ikke er et link.** Kun links må ligne links!
- **Brug aldrig Klik her, her** eller lignende som linknavn. Det er ikke interessant, at man kan "klikke her" - det er interessant, hvor man kommer hen, når man gør det. Undlad ordet "her" i links, da det oftest er helt overflødigt. Skriv f.eks.: [se opskriften](#). Ikke: [se opskriften her](#).
- **Et link skal være på én linje.** Det bør ikke fylde to linjer (for så ligner det to links).
- **Gør det tydeligt, når links går til et andet websted.** Ved eksterne links skal det være tydeligt for brugeren, at hun forlader webstedet. Skriv f.eks. "Læs om Acrobat Reader på [www.adobe.com](http://www.adobe.com) (åbner i nyt vindue)". Ikke: "[Læs mere om Acrobat Reader](#)" (og så sende brugeren til [www.adobe.com](http://www.adobe.com)). Et punkt i en menu bør aldrig lede til et andet websted.
- **Åbn kun eksterne links i et nyt vindue.** Hovedreglen er, at links til andre sider på samme websted bør åbne i samme vindue, mens links til andre websteder bør åbne i nyt vindue.

## Skriv skimmevenlige nettekster

En læser online skimmer altid teksten og din tekst bliver næsten aldrig læst helt. Her er råd til, hvordan du får din læser til at se så meget som muligt.

- **Skriv det vigtige først.** Begynd med dine pointer og konklusioner. Undgå velkomsttaler, overflødige ord og indledninger.
- **Skriv kort.** Skriv korte sætninger. Skriv kun 1 budskab pr. sætning. Skriv korte afsnit. Del lange tekster op i mindre afsnit. Lav overskrifter til tekstens små afsnit.
- **Gør overskrifter informative.** Overskriften skal kort resumere tekstens eller afsnittets indhold. Undgå lokkende eller sjove overskrifter, der intet informativt indhold har.
- **Lav sigende links.** Vejled brugeren om, hvor linket fører hen. Link skal kunne identificeres af læseren uden for konteksten. Skriv ikke 'klik her', 'link' eller 'læs mere' (se afsnit om links s. 2).
- **Lav lister.** Lav punktstillinger og giv altid hver liste en overskrift. En liste bør have 3–7 punkter.
- **Hvem, hvor og hvornår skal konkretiseres.** Skriv ikke: "Vi lancerer i år", men: "TDC lancerer i 2007". Skriv ikke: "her i byen", men: "i Århus".
- **Brug forkortelser sparsomt.** Brug kun forkortelser, som brugeren kender godt. Forkortelser nedsætter læsehastigheden.
- **Brug enkle ord.** Undgå fremmedord, fagsprog, internt TDC-sprog og meget tekniske begreber.
- **Undgå passivformer.** Skriv ikke "oprettes", men "TDC opretter".
- **Skriv teksten fri af kontekst.** En tekst skal kunne forstås uden at det er nødvendigt at læse andre sider eller kende konteksten. Skriv derfor informationer, hvor brugeren har brug for dem. Ord som "derfor", "dvs.", og "endvidere" trækker læserens blik tilbage i teksten for at søge mening. Det er ikke skimmevenlig tekst, hvis brugeren skal læse bagud for at finde mening.
- **Følg TDC Onlines ordbog.** Der findes forskellige skrivemåder på mange ord. Vi har besluttet, hvordan vi skriver de ord, som vi ofte bruger online i TDC. Se: [http://tdc.dk/publish.php?dogtag=f5\\_ms\\_design\\_web\\_txt\\_ord](http://tdc.dk/publish.php?dogtag=f5_ms_design_web_txt_ord).

## Kort om formularer

- **Gør det tydeligt, hvor brugeren er i forløbet,** hvis der er flere sider.
- **Kræv så lidt indtastning som muligt.** Jo længere en formular er, jo færre brugere kommer helt igennem den.
- **Skriv hvad brugeren skal udfylde ved hvert felt.** Placer teksten tæt på det tilhørende felt.
- **Markér obligatoriske felter** med en stjerne og skriv øverst på siden: "stjernemarkerede felter skal udfyldes".

## Kort om menustrukturer

Menustruktur er afgørende for brugeren færd på ens websted. Nedenstående organisering af navigationen er den hurtigste at navigere i, viser tests.








### Den bedste menustruktur til små og middelstore websteder:

- Placer den primære navigation til venstre på siden.
- Placer sekundære og tertiære menuer sammen. Placer gerne alle tre menuer som venstremenuer.




## Bliv set i søgemaskinerne

En god placering i søgemaskiner som Google kan være afgørende for, hvor meget trafik, websiden får. Du kan gøre meget, for at forbedre din sides placering.

### Sådan får din side en god placering:

-  Websidens overskrift (H1-overskriften) skal indeholde søgeord.
-  Jo flere gange et søgeord er nævnt i en sides brødtekst jo bedre.
-  Skriv ALT-tekster på billeder og filnavne. Google ser ikke billeder som billeder, men som tekst. Navngiv derfor med relevante navne, f.eks. "TDC Bredbånd" og ikke "kampagne 1".
-  Brug søgeord i link. Skriv f.eks. "Køb TDC Samtale" eller "Læs mere om TDC Samtale" i stedet for "klik her" eller "læs her".
-  Opdater siden jævnligt. Hvis du har en side, som ikke har været opdateret meget længe, og du har en ændring, kan der gå uger eller måneder, før Google registrerer det.
-  Link gerne til andre relevante steder på webstedet. Husk at bruge sige linknavne (se afsnit om links s. 2).
-  Page title skal indeholde søgeord tidligt.

### Undgå!

-  Undgå at ændre URL'er. Det betyder, at man starter forfra i Googles system, og det kan tage måneder før man dukker frem i Google igen.  
**Ændr kun URL'en i yderste nødstilfælde!**
-  Undgå sider hvor der kun er Javascript eller Flash. Google læser Javascript og Flash som en blank side. Brug derfor kun dette, når html/css/js ikke kan præstere det samme. Det er ikke tilladt at skrive al tekst i flash-filen ud som skjult tekst i html-filen. Det ser Google som snyd.
-  Undgå døde links. Hvis Google finder døde links, vil Google se det som uprofessionelt og hvis der er for mange af dem, eller de ligger for længe, giver det ringere placeringer i Google.