DANSK DATAFORENING

EFFEKTIVE OG BRUGERVENLIGE WEB LØSNINGER – UNDGÅ FALDGRUBERNE

KONFERENCE

TID OG STED:
Tirsdag den 9. april 2002
kl. 9.00 - 16.00 i Symbion konferencecenter,
Fruebjergvej 3, 2100 København Ø

ARRANGØR:
Fagråd for systemudvikling

PROGRAMKOMITE:
Morten Osted, IBM
Aage Albrechtsen, Nordea

Konferenceafgiften dækker kaffe, buffet og dokumentationsmateriale.

Én af de kritiske succesparametrer i forbindelse med web-projekter er brugerinvolvering. Kendskabet til brugernes præferencer, forudsætninger og behov er essentielle, såfremt det skal resultere i en merværdi for afsenderen og modtageren.

Dette er lettere sagt end gjort – Konferencen går derfor i dybden med, hvorledes man undgår faldgruberne og dermed kan udvikle effektive og brugervenlige web-løsninger.

Du vil, bl.a. i case form, blive præsenteret for:

- **Hvem er den digitale bruger egentlig?**
- **Konkrete anvisninger til bruger test**
- **Aktiv brugerinvolvering skaber effektivitetsgevinster**
- **Sådan får du hele organisationen med i web-projektet**
- **Hvorledes involveres brugeren i nuværende og fremtidige ydelser?**

Konferencen afsluttes med en paneldiskussion – Her vil vi med udgangspunkt i dagens indlæg, videreudvikle de udfordringer der ligger i tilvejebringelsen af effektive og brugervenlige web-løsninger

Deltag og få opdateret din værktøjskasse indenfor usability, brugervenlighed, og processen i forbindelse med web-projekter

Målgruppen for konferencen:

Web-koordinatorer
Web-redaktører
Web-ansvarlige
Informations- og kommunikationsmedarbejdere
Projektchefer- og ledere indenfor web-området
Rådgivere indenfor PR., kommunikation og reklame

Ja, jeg tilmelder mig konferencen Effektive og brugervenlige webløsninger 9. april 2002, fra kl. 9.00 – 16.00 i Symbion konferencecenter, Fruebjergvej 3, 2100 København Ø

- ○ Jeg er medlem af Dansk Dataforening og har været det i de sidste 3 år eller mere. Konferenceafgift udgør 2.900 kr.
- ○ Jeg er medlem af Dansk Dataforening. Konferenceafgift udgør 3.400 kr.
- ○ Jeg ønsker medlemskab (som er personligt). Konferenceafgift udgør 3.400 kr., hvortil kommer kontingent frem til den 30.9.2002, 985 kr.
- ○ Jeg er ikke medlem. Konferenceafgift udgør 4.385 kr.

Computerworld er en del af medlemskabet og kontingentet er 985 kr.

TILMELDING TIL ARRANGEMENTET:

Navn .....

Stilling ..... Medlemsnr. .....

Firma .....

Adresse .....

Postnr. ..... By .....

Tlf.: ..... E-post .....

Dato: ..... Underskrift .....

TILMELDING PÅ WWW.DDF.DK

Dansk Dataforening | St. Kongensgade 59A | 1264 København K | Tlf.: 33 11 15 60
Fax: 33 93 15 80 | E-post: ddf@sek.ddf.dk | Web: www.ddf.dk

TILMELDING ER BINDENDE, EVT. AFBUD SKAL SKE SKRIFTLIGT TIL AR@SEK.DDF.DK SENEST DEN 30. MARTS

PROGRAM TIRSDAG DEN 9. APRIL 2002

8.30 REGISTRERING OG SERVERING AF KAFFE, TE OG MORGENBRØD

9.00 VELKOMST OG INDLEDNING

9.10 STRATEGISK USABILITY - MÅL OG MIDLER

THOMAS VISBY SNITKER, senior brugervenlighedskonsulent, MEDIACOM A/S

Virksomheder og organisation kan med stor fordel arbejde strategisk med, hvordan deres web aktiviteter betjenes og opleves af målgruppen. Det handler stadig om at afdække brugernes problemer i brugergrænsefladerne (fx om de KAN bruge websitet) men også om brugernes præferencer og følelser (om de VIL bruge websitet). Samtidigt om de rent faktisk bidrager til at øge organisationens/virksomhedens udbytte af websitet (om deres besøg skaber en eller anden form for værdi for afsenderen – om websitet er afsendervenligt).

Hør hvorledes man opstiller strategiske og operationelle mål for Websitet, og hvordan man tester målene. Indlægget giver konkrete anvisninger på strategisk usability med udgangspunkt i undersøgelser af bl.a. teledanmark.dk og nokia.com

10.00 BRUGERUNDERSØGELSER AF DEN DIGITALE FORBRUGER

SIMON HANSEN, direktør, STATENS INFORMATION

CASE

Statens Information kvalitetsvurderer årligt det offentliges hjemmesider, igennem Bedst på Nettet-projektet, der benchmarker og kvalitetsvurderer, indenfor kriterierne brugervenlighed, nytteværdi og åbenhed.

- ➔ Vores forestillinger om borgerne og navnlig den digitale forbruger, holder den?
- ➔ Konkrete kvalitetsvurderinger af offentlige hjemmesider, fra Bedst på Nettet projektet
- ➔ Digital kommunikation – Hvordan videreudvikles den digitale forvaltning?
- ➔ Hvordan når vi ud til »Maren i kæret«?

Simon Hansen dokumenterere sin analyse med undersøgelser fra bl.a. PLS-Rambøll og Statens Information.

11.00 KAFFE

11.15 KONKRETE ANVISNINGER TIL TEST AF BRUGERVENLIGHED

ROLF MOLICH, DIALOG DESIGN

Mange webfolk tror, at brugere er som de selv. De ved meget lidt om de mennesker, som oplever deres systemer på den anden side af skærmen. Rolf Molich gennemgår test af brugervenlighed, som er en effektiv metode til at overbevise webfolk om at deres yndlingssystem har ondt i brugervenligheden.

Du hører, hvordan du kan anvende brugertests af novicer og eksperter i din usability analyse. Du ser konkrete eksempler på »katastrofer« i brugergrænseflader, som metoden effektivt og ubarmhjertigt har afsløret. Du hører om metodens styrker og svagheder, og får kontante sammenligninger mellem denne metode og konkurrerende metoder.

12.15 FROKOST

13.15 UDGANGSPUNKT I BRUGERNE – FRA BLANKETTER TIL WEB-REGISTRERING

THORBJØRN LANGKILDE, projektleder, ERHVERVS- OG SELSKABSSTYRELSEN

CASE

Erhvervs- og Selskabsstyrelsen har bevæget sig fra at være en traditionel offentlig forvaltning til i dag at være en udviklingsorienteret netværksorganisation. I denne proces spiller digital forvaltning en stor rolle. Men hvordan er samspillet mellem organisationsændringer og digital forvaltning – hønen eller ægget? Igennem en case (Webreg) forklares, hvordan digital forvaltning i praksis påvirker såvel organisationen som omverdenen.

Hvordan blev Webreg til? Hvordan er det blevet en succes? Hvor i organisationen blev projektet forankret? Hvorledes indrog man både topledelsen og resten af organisationen i projektet? Dokumentation af hvorledes projektet har skabt direkte effektivitetsgevinster. Sidst vises der eksempler på, hvordan den digitale signatur anvendes til at tilbyde nye services på internettet.

14.15 SÅDAN OPTIMERE VI DE YDELSER FORBRUGERNE EFTERSPØRGER

MORTEN ELLEGAARD, webkoordinator, FORBRUGERINFORMATION

CASE

Hvordan ser de typiske danske forbrugere ud, og hvordan skræddersyr man elektronisk forbrugerinformation til dem? Hvordan har Forbrugerinformation segmenteret sine brugere? Hvorledes har Forbrugerinformation involveret sine bruger i nuværende og fremtidige ydelser?

Sidst i indlægget vil Forbrugerinformation komme ind på sine webaktiviteter for 2002, herunder sit nyeste TEST-univers samt etikdatabasen.

15.00 KAFFE

15.20 PANELDISKUSSION

Et panel af talere vil diskutere konferencens overordnede tema bl.a. med udgangspunkt i deltagernes spørgsmål

16.00 AFSLUTNING AF KONFERENCEN

POST

Sendes ufrankeret
Modtageren
betaler portoen

Dansk Dataforening
+++0777+++
1045 København K

Grafisk design: Brandtdesign · Tryk: Jannerup Offset a/s, Slagelse