

Kriterier för e-handel för alla

Korta versionen

Den längre versionen med goda exempel går att beställa från ETU AB, info@etu.se

Version 1

Författare:

Erika Berglund
erika.berglund@etu.se
0708 80 70 09

Stina Johansson
stina.johansson@etu.se
0708 80 70 07

ETU AB



Kriterier för e-handel för alla – korta versionen

Version 1, kriterierna är under bearbetning. Hittar du något som du vill att vi ska förtydliga får du gärna kontakta oss på ETU.

Vi på ETU AB fick genom att vi vann en tävling hos Post och Telestyrelsens innovationstävling för att kunna genomföra projektet en möjlighet att hitta kriterier för e-handel för alla.

Genom denna möjlighet har vi nu analyserat sex e-handelsplatser och utfört tester med användare på dessa. Efter att ha sammanställt testerna så har vi hittat kriterier som förbättrar möjligheten för alla att kunna handla på e-handelswebbplatser.

Kriterierna vi föreslår har självklart sin grund i den internationella WCAG-standarderna för att göra webbplatser tillgängliga för alla oavsett funktionsnedsättning eller inte. Våra rön kommer att presenteras under e-handelsdagarna i Borås torsdagen den 15 november 2012.

Följ WCAGs-riktlinjer i första hand, våra kriterier ska ses som ett komplement till dessa.

Nedan har vi listat de åtgärder som vår studie visar skulle göra e-handelsplatser väldigt mycket lättare att använda för väldigt många användare. Och därmed öka försäljningen hos företagen med e-handelsplatser. Det är viktigt att understryka att den testperson utan någon funktionsnedsättning i stort sett upplever samma svårigheter som testpersonerna med någon form av funktionsnedsättning. Det förstärker vår tes att det bästa är att göra rätt från början och bygga en e-handelsplats för alla användare.

Testade webbplatser

Dessa e-handelsplatser ingår i projektet:

- CCHobby
- Netonnet
- CDON
- Oriflame
- Brandos
- Tretti.se

Testpanel

Vi har testat dessa webbplatser med 10 testpersoner

- En synsvag med förstoringsprogram
- En rörelsehindrad som använder rullmus.
- Två dyslektiker, en med programvara för uppläsning som hjälp
- En med neuropsykologisk diagnos
- En gravt synskadad med skärmläsare och talsyntes
- En äldre
- En som inte har svenska som första språk
- En med förvärvad hjärnskada (Stroke)
- En normalanvändare

Korta kriterier

Utifrån tester med 10 användare med olika förutsättningar så har vi hittat kriterier som gör e-handelsplatsen lättare att använda för alla.

1. Generella riktlinjer

1.1 Ren layout

- Ska en ren layout
- Undvik rörligt innehåll
- Undvik inledande stora bilder.

1.2 Uppställning av information

- Skapa grupperingar av innehållet genom att använda rubriker, listor och rama in olika delar av sidan
- Skapa en naturlig väg genom sidorna exempelvis:
 - Skapa sidorna så att objekt och information kommer i rätt ordning
 - När gruppering av information görs, placera rubriken först.

1.3 Länkar

- Skapa tydligt fokus för länkar, både för den som pekar och den som tabbar sig fram på sidan.
- Skapa länkar med en tillräcklig klickbar yta.
- Det ska framgå vad som är klickbart, genom färg och understrykning eller en symbol som visar vad som är länkat.
- Tänk på att inte göra flera länkar till samma sida med olika länktexter.
- Länktextern ska tydligt visa vart länken leder.

1.4 Tydliga knappar

- Knappar ska se ut som knappar
- Texten på knappen ska vara text (inte vara en del av bilden).
- Knappen ska få ett synligt fokus när jag pekar på eller tabbar till knappen.
- Knappen ska få förändrat utseende när den väljs, trycks in.

1.5 Bilder

- Bilder som förmedlar information ska beskrivas med hjälp av alternativtexter (alt="text som beskriver bilden")
- Om bilden inte tillför någon information ska bildens alternativattribut vara tomt (alt="") eller att bilden görs till bakgrundsbild. Hjälpmiddel läser inte då upp bildens namn eller sökväg. Exempel: Om det finns en text om en produkt som beskriver produkten kan alternativtexten utelämnas
- Bilder som är klickbara så ska bildens alternativtext beskriva vart länken leder. Alternativtexten ska inte i detta läge beskriva bilden
- Om bilden är klickbar och det finns en textlänk som leder till samma målsida ska bilden och text sammanfogas till en länk.

1.6 Rubriker

- Strukturen ska finnas både visuellt och tekniskt (kodas h1-h6)
- Varje sida ska ha en huvudrubrik, där det huvudsakliga innehållet börjar
- Rubriker ska användas för att gruppera information. Det ger en möjlighet att hoppa över grupper av information
- Extra viktigt att "Varukorg" är kodad som rubrik, så att det snabbt går att hoppa dit
- Skriv begripliga rubriker. Rubriktexten ska sammanfatta vad sidan eller avsnittet handlar om.

1.7 Tydliga navigeringsmenyer

- Koda menyer i listor och nästlade listor för att informera om olika nivåer.
- Gör tydliga menyer visuellt.
Exempel: Använd symboler, indrag, streck och färger för att visa olika nivåer.
- Gör det tydligt vilken länk som är vald.

1.8 Ledtexter och artikelnamn

- Ange inte bara produktens beteckning, komplettera med vad det är för produkt.
Exempel: Andersson LPM 3.0 Art.nr: 168950
Användare har problem med att förstå att det är en trådlös mus.
- Skriv ledtexter som talar om vilken information som följer och skriv ut dem i klartext. Använd inte krångliga ord eller förkortningar.
Exempel:
 - Lägg orden Pris: framför priset

- Antal: (inte kvanitet)
- Skriv ut Längd och Höjd (inte L och H).
- Använd inte bokstavsbilder som exempelvis :- för kronor eller -> för pil.

1.9 Låt användaren avgöra när något ska utföras

- Låt användaren avgöra när något ska utföras så de aktivt väljer en länk när något ska visas eller hända
- Låt användaren göra filtreringen med aktiva val, inget ska ske automatiskt (exempelvis med hjälp av onchange).

1.10 Tabeller

- Tabeller ska användas för att presentera data
- Programmera tabellen tekniskt med html taggarna table, th (kolumnrubriker eller radrubriker) tr (tabellrader) och td (tabellceller)
- Beskriva vad kolumnrubrikerna eller radrubrikerna är rubrik över (exempelvis html scope). Det görs främst när tabellen består av både rad och kolumnrubriker
- Tabellen ska presenteras med samma antal kolumner för alla rader
- Det ska finnas kolumnrubrik (text) för varje kolumn
- Det ska visuellt framgå att det är en tabell
- Det ska vara visuella skillnader på kolumnrubriker och vanligt innehåll
- Öka läsbarheten genom varannan rad eller kolumn i tabellen har en annan bakgrundsfärg eller tydliga streck
- Placera ett innehåll, en uppgift i varje datacell.

11. Formulär

- Etiketttext till inmatningsfält ska finnas
- Formulärfält ska kopplas ihop med etikett (med hjälp av label)
- Radioknappar och kryssrutor ska helst placeras under varandra. Använd fieldset och legend för att gruppera och rubricera grupper av radioknappar och kryssrutor
- Visa med ett exempel hur inmatning ska göras exempelvis för personnummer

- Visa vad som är obligatoriska inmatningar genom att:
 - Använd symbolen * för obligatoriska fält och gör den röd.
 - Symbolen * placeras vid etiketten (ska ingå i label).
- Skriv överst på sidan eller vid inmatning (formulärfält) att "** = uppgifter som du måste mata in, obligatoriskt"
- Systemet bör vara förlåtande med inmatning, ska acceptera flera olika sätt på inmatning
- Felhantering måste göras tydlig så att användaren förstår att det har blivit fel och vad som har blivit fel och ett exempel på hur användaren gör för att göra inmatningen rätt.
 - Felhantering görs genom exempelvis text längst upp på sidan samt vid formulärfältet som har blivit fel. Viktigt att det görs tekniskt, med färg och med text
 - Funktion som underlättar inmatning ska användas exempel att adressuppgifter (bokföringsadresser) hämtas när användaren matar in personnummer.

1.12 Kodkvalitet

Välj en kodstandard och följ den:

- för uppmärkningskod - HTML
- för stilmallar – CSS.

2. Hitta en produkt

2.1 Sökning

- Gör ett tydligt sökfält
- Placera en etikett innan sökfältet som informerar att det är en sökning
- Koda formulärfält korrekt (se rubriken formulär)
- Gör en tydlig sökknapp (se rubriken knappar)
- Sökningen ska nås från alla sidor
- Erbjud förslag på produkter i sökningen
- Erbjud en förlåtande sökning, som ger förslag på andra ord vid felstavning
- Lägg in en rubriktext som visar var sökresultatet börjar exempel "Sökresultat"
- Låt det framgå hur många produkter som hittades
- Låt det framgå hur många sökresultat som visas samt vilket sökord som användaren skrev.
Exempel "Visar 10 av 234 träffar på ordet hårfön"

- Komplettera gärna sökresultatet med bild av produkten
- Användarens primära syfte med sökningen är att hitta produkter, andra val ska kunna tas bort ur resultatet, eller placeras under funna produkter
- Dela in sidan i tydliga delar med inramningar och rubriksättning eller listor (se 1.2 Uppställning av information).

2.2 Filtrering

- Placera filtreringsalternativ under varandra, eller åtminstone spaltvis, för att undvika ett rörigt intryck
- Låt användaren göra filtreringen med aktiva val, inget ska ske automatiskt (se rubriken 1.9 Låt användaren avgöra när något ska utföras)
- Ändra inte utseende på formulärelement. Använd dem som det är tänkta att användas.

3. Uppställning av produkt

3.1 Listning av flera produkter

- Gemensamt för alla olika typer av listningar är att det bör finnas möjlighet att:
 - Sortera produkterna i listan, efter exempelvis popularitet, pris, nyheter
 - Visa listan med produkter på olika sätt exempelvis radvis eller i spalter
 - Välja hur många varor som ska visas per sida
 - bläddra mellan sidor, det ska stå "Nästa" på länken som går till nästa sida. Se också till att det är bra träffyta på länkarna.
- Håll informationen så ren som möjligt, ta bort onödig information
- Gör inte flera länkar med olika länktexter till den enskilda produkten (produktsidan)
- Dela in sidan i tydliga delar med inramningar och rubriksättning (se 1.2 Uppställning av information)
- Länkad bild och länktext kan med fördel läggas i samma länktagg, när länkmålet är detsamma (se rubriken 1.5 Bilder).

3.1.1 Listning av produkter i flera spalter med bild

- Rama in varje produkt i uppräkningsraden, så att det blir tydligare vilken information som hör ihop
- Produkten bör få ett tydligt fokus när användaren pekar på eller tabbar sig fram till produkten
- Vänsterställ texten/informationen som finns under varje bild

- Lägg inte fler än tre produkter på varje rad.

3.1.2 Listning av flera produkter – radvis

Begränsa informationen till exempelvis bild, artikelnamn, pris och köpknapp. Vilken information som ska visas är beroende av vad det är för produkt.

3.1.3 Listning i tabellform

En lista med produkter kan med fördel läggas i en datatabell, men det går att lösa på andra sätt också. Om en tabell används är det viktigt att denna har lika många kolumner i alla rader och att det finns tydliga kolumnrubriker (se mer under rubriken 1.10 Tabeller).

3.2 Produktsida

- Använd produktens namn och vad det är för produkt som huvudrubrik (h1) och titel på sidan
- Erbjud bilder på produkten, gärna flera från olika håll, beroende på produkt
- Lägg den grundläggande informationen om produkten i en kortfattad information innan köpknappen
- Dela in sidan i tydliga delar med inramningar och rubriksättning (se 1.2 Uppställning av information)
- Placera relaterad information efter informationen om produkten
- Placera teknisk information i en tabell, när teknisk information finns.

4. Varukorgen

4.1 Varukorgen som visas medan användaren handlar

- Placera varukorgen till höger på webbplatsen eller eventuellt i sidhuvudet
- Visa hela varukorgen hela tiden
- Rama in varukorgen och gör en tydlig rubrik (tekniskt med h-tag)
- Gör ett urval av vad som ska visas i varukorgen, ta bort information som inte är viktig
- En länk eller knapp "Till kassan" ska finnas direkt under varukorgen
- Gör en tydlig uppställning av produkterna i varukorgen genom:
 - Särskilj produkterna från varandra genom exempelvis streck eller att varannan rad har en annan bakgrundsfärg

- Särskilj produkterna från varandra tekniskt med exempelvis rubriker, tabell eller listor
- Visa bilder på produkterna
- Funktionen för att ta bort en artikel ska vara tydlig gärna med både text och en symbol
- Skriv ledtexter till information som finns i varukorgen som exempelvis "Artikelnummer: 234567" eller "Artikelnr: 234567".
- Använd symbol för varukorgen för att underlätta för användaren
 - Komplettera texten "Varukorg" med en symbol
 - Använd samma symbol på knappen för att lägga vara i varukorg.
- Gör en tydlig återkoppling på att en produkt har lagts i varukorgen både tekniskt och visuellt. Exempel genom:
 - Användaren hamnar på en sida som informerar att produkten är lagd i varukorgen
 - Att användaren kan själv välja om han/hon vill få den informationen
 - Att det samtidigt görs en visuell återkoppling varje gång en produkt placeras i varukorgen
 - Den visuella återkopplingen måste vara tydlig genom exempelvis rörelse och färg.
- Skapa ett sätt att kunna hoppa direkt till varukorgen
 - Gör en länk i sidhuvudet som går till varukorgen
 - Gör en rubrik "Varukorg" som kodas som rubrik. Det gör att det går att hoppa till den med vissa hjälpmedel.

4.2 Varukorgen när användaren har handlat

- Gör ett urval av det som ska presenteras i varukorgen. Gör varukorgen så enkel och ren som möjligt
- Gör ett urval av det som ska presenteras i varukorgen. Gör varukorgen så enkel och ren som möjligt.

5. Genomför köp – kassan

5.1 Grundläggande om köpprocessen

- Tydlig visuell och strukturell gruppering av uppgifter som användaren ska fylla i. Exempel tydlig inramning, tydliga rubriker.
 - Det ska vara få uppgifter som användaren ska mata in inom varje område. Hellre fler olika områden är ett område med spretiga uppgifter.
- Upställning av information ska placeras under varandra.

- Tydliga knappar med text som informerar vart användaren hamnar eller vad som händer. Exempel knapptext "Slutför köp", "Skicka beställning".
- Hjälp att förstå vart användaren befinner sig i köpprocessen som exempelvis rubriker som är numrerade.
- Användaren ska få en återkoppling på att beställningen, köpet är genomförd genom exempelvis en bekräftelse.

5.2 Om köpprocessen är uppdelad på flera sidor

Tydliga steg genom köpprocessen genom exempelvis:

- Beskrivning av det finns flera steg exempel genom att visa alla steg under hela köpprocessen samt indikation vart användaren befinner sig i processen
- Visar vart användaren befinner sig exempel "Steg 2 av 4 - Kunduppgifter"
- Knappar som har text som beskriver vart användaren hamnar "Nästa – Kunduppgifter"
- Konsekvent rubriker, sidtitlar och knapptexter.

5.3 Tydlig gruppering av steg i köpprocessen

Tydlig visuell och strukturell gruppering av uppgifter som användaren ska fylla i. Exempel tydlig inramning, tydliga rubriker.

- Det ska vara få uppgifter som användaren ska mata in inom varje område. Hellre fler olika områden är ett område med spretiga uppgifter.

5.4 Registrera dig som kund

- Etiketttext till inmatningsfält ska finnas
- Visa med ett exempel hur inmatning ska göras exempel personnummer
- Formulärfält ska kodas på rätt sätt med etikett och label
- Radioknappar och kryssrutor placeras under varandra. Använd fieldset och legend för att gruppera och rubriksera grupper av radioknappar och kryssrutor
- Symbol * för obligatoriska fält bör vara röda
- Symbolen * placeras vid etiketten (ingår i label)
- Skriv överst på sidan eller vid inmatning (formulärfält) att "** = uppgifter som du måste mata in, obligatoriskt"
- Systemet bör vara förlåtande med inmatning, ska acceptera flera olika sätt på inmatning

- Felhantering måste göras tydligt så att användare förstår att det har blivit fel och vad som har blivit fel och exempel på hur användaren gör för att åtgärda
- Felhantering görs genom exempelvis text längst uppe på sidan samt vid formulärfältet som har blivit fel. Viktigt att det görs tekniskt, med färg och med text
- Funktion som underlättar inmatning ska användas exempel att adressuppgifter (bokföringsadresser) hämtas när användaren matar in personnummer.