

Visit Päijänne



Kaisa Kuraattori

Alueellasi on

32 yritystä
[Katso yrityslista](#)

146 julkaistua tuotetta
Luvut tuotetyypeittäin

[Tutki maakuntasi tarkempia lukuja](#)

5kpl

Julk. & Päiv. 12kpl



Uusia liittymispyyntöjä

3kpl

Yritystilille <Yritystilin nimi> on uusia liittymispyyntöjä käyttäjähallinnassa

matilat" lisätty

matiloja!...

etaan

aistaan joulukuussa...

nikuussa...

Uusi tuotetyyppi "Kokous- ja tapahtumatilat" lisätty

27.9.2021

Nyt DataHubiin voi lisätä kokous- ja tapahtumatiloja! Kyseiseen tuotetyyppiin sisältyvät myös mm. tilausravintolat, juhlatilat ja muut erikokoisille ryhmille tarkoitettut vuokrattavat tilat. Tilat, joissa on mahdollisuus majoittua, lisätään edelleen Majoitus-tuotetyyppiin. Uuden tuotetyypin lisäyksen myötä olemme lisänneet myös seuraavat uudet tuotekategoriat: juhlatila, tapahtumatila, auditorio ja kongressitila. Tilat, joissa on mahdollisuus majoittua, lisätään edelleen Majoitus-tuotetyyppiin.

DMO DASHBOARD

Visit Finland DataHub -palvelun etusivun käyttöliittymäsuunnittelu käyttäjälähtöisin keinoin

Lilli Koskinen
2022

**DMO dashboard
Visit Finland DataHub -palvelun
etusivun käyttöliittymäsuunnittelu
käyttäjälähtöisin keinoin**

LAB Ammattikorkeakoulu
Muotoiluinstituutti
Muotoilija (AMK)
Kokemus- ja palvelumuotoilu
Kevät 2022
Lilli Koskinen
Opinnäytetyö | 74 sivua

**DMO dashboard
User interface design of Visit
Finland DataHub's homepage
using user-oriented tools**

LAB University of Applied Sciences
Institute of Design
Bachelor of Culture and Arts
Experience and Service Design
Spring 2022
Lilli Koskinen
Bachelor's thesis | 74 pages

Ohjaajat

Ari Hautaniemi
TKI-asiantuntija
LAB Ammattikorkeakoulu
Muotoiluinstituutti

Iris Tomaszewski
Käyttäjäkokemussuunnittelija
Siili Solutions

Toimeksiantaja

Visit Finland
Business Finland

Lilli Koskinen 2022
lilli.koskinen@gmail.com

Tässä opinnäytetyössä käsitellään Visit Finlandin matkailun edistämisen tietojärjestelmän DataHub -palvelun kuraattorin puolen dashboardin käyttöliittymäsuunnittelua käyttäjälähtöisin keinoin. Työn tarkoituksena on uudistaa dashboardia luomalla siitä käytettävyydeltään helpompaa sekä selkeämpää käyttäjäryhmän avustuksella. Työn tulos on kuraattorin dashboardin näkymä, jonka suunnitteluprosessista kerron. Opinnäytetyössä esitän dashboardin muotoiluprosessin, käyttöliittymän sekä lopullisen tuotoksen.

Tavoitteena oli suunnitella ja toteuttaa helposti käytettävä sekä selkeä käyttöliittymä kohderyhmä huomioiden. Suunnittelijana minulle on tärkeää, että lopputuotos on tarpeellinen ja että se vastaa toimeksiantajan toiveita. Dashboardin käytettävyys on tärkein kriteeri suunnittelussa, mutta visuaalisuudella on myös suuri vaikutus käyttökokemuksessa, sillä se selkeyttää käyttöliittymää sekä tekee siitä houkuttelevan.

Lopullinen tuotos on näkymä dashboardista, jonka taustalla on laaja suunnittelutyö, joka sisältää mm. rautalankamalleja, fokus-ryhmähaastattelun sekä käytettävyystestauksien analyysin.

Avainsanat:

Käyttöliittymä, UX/UI-suunnittelu, Käyttäjälähtöisyys, Prototyypointi, Matkailu

Keywords:

User interface, UX/UI design, User orientation, Prototyping, Tourism

This thesis deals with the user interface design of the DataHub service's curator side dashboard using user-centric methods. Travel DataHub is a data system supporting traveling and managed by Visit Finland. The aim of the thesis was to redesign the dashboard by making it easier to use and clearer with the help of the user group. The result of this work is the curator's dashboard view based on the design process of which I will describe. In the thesis, I present the design process, the user interface and the final output of the dashboard.

My goal was to design and implement an easy to use and clear user interface for the target audience. As a designer, it is important to me that the final product is necessary and meets wishes of the client. The usability of the dashboard is the most important criteria in the design, but visuality also has a big impact on the user experience, as it structures the interface and makes it attractive.

The final output is the view of the dashboard based on extensive design work, including wireframe models, focus group interviews and analysis of usability tests.

KÄSITTEITÄ

Käyttöliittymä (user interface, UI)

Käyttöliittymän avulla ihmiset ovat vuorovaikutuksessa tietokoneen, verkkosivuston tai sovelluksen kanssa (Indeed Editorial Team 2021). Käyttöliittymäsuunnittelun tavoitteena on luoda käyttäjäystävällisiä käyttöliittymiä, joita on helppo ja miellyttävä käyttää (Interaction Design Foundation a).

Käyttöliittymäsuunnittelu (user interface design, UI design)

Käyttöliittymäsuunnittelu on prosessi, jossa rakennetaan ohjelmistojen tai tietokonelaitteiden käyttöliittymiä, joissa keskitytään ulkonäköön tai tyyliin. Käyttöliittymäsuunnittelulla tarkoitetaan graafisia käyttöliittymiä ja muita muotoja, kuten ääniohjattuja käyttöliittymiä. (Interaction Design Foundation a.)

Käyttökokemussuunnittelu (user experience design, UX design)

Käyttäjäkokemuksen (UX) suunnittelu on prosessi, jossa luodaan tuotteita, jotka tarjoavat käyttäjille mielekkäitä ja merkityksellisiä kokemuksia. Osana tätä suunnitellaan koko tuotteen hankinta- ja integrointiprosessi, mukaan lukien brändäys, muotoilu, käytettävyys ja toiminta. (Interaction Design Foundation b.)

Prototyyppi (prototype)

Prototyyppi on pohjimmiltaan simulaatio tai näyte lopullisesta tuotteesta, jota käytetään testaamiseen. Prototyypin kehittämisessä on kyse ideoiden testaamisesta ja validoinnista. (Studio by UXPin.)

Käytettävyys (usability)

Käytettävyys mittaa, kuinka hyvin käyttäjä saavuttaa määritellyn tavoitteen käyttämällä tuotetta/palvelua tehokkaasti ja sujuvasti. Käytettyä mitataan yleensä eri kehitysvaiheissa, jotta varmistetaan tuotteen/palvelun varma käytettävyys. (Interaction Design Foundation 2022 a.)

Käyttäjälähtöisyys (user-orientation)

Käyttäjälähtöisessä suunnittelussa palvelun käyttäjä otetaan mukaan suunnitteluun ottamalla huomioon hänen toiveensa ja tarpeensa suunnitteluprosessin aikana. Tällä menetelmällä suunnittelun lopputulokset on testattu käyttäjille hyödyllisiksi sekä helppokäyttöisiksi. (Crasman.)

Dashboard käyttöliittymässä (dashboard in user interface)

Dashboard on visuaalinen ilmoitusnäkyminen palveluiden tai sivustojen käyttöliittymässä. Dashboardin avulla näytetään tärkeää dataa palvelusta tai sivustosta sekä sen kautta saadaan tietää erilaisista toiminnallisuuksista. (Adjust.)

Kuraattori DataHubissa (curator in DataHub)

Kuraattori on DataHub -palvelussa yksi neljästä käyttäjäryhmästä. Kuraattori on vastuussa DataHub -palvelun kuratoinnista ja pitää huolta sinne syötetyn datan oikeellisuudesta.

KIITOS!

Kuva 1 Maisema Suomesta (Morkel 2020.)



Iris Tomaszewski / ohjaaja

Andrea Vianello / ohjaaja

DataHub projektitiimi

SIILI SOLUTIONS

Meea Tuomarmäki

Juha Jääskinen

Merja Herrala

Annakaisa Ojala

VISIT FINLAND

Ari Hautaniemi / ohjaaja

Sara Ikävalko / ohjaaja

Katariina Juurikka / opponentti

LAB / MUOTOILUINSTITUUTTI

PERHE JA TUKIJOUKOT

SISÄLTÖ

1

JOHDANTO

1.1 Aiheen ja taustan esittely	8
1.2 Tavoitteet ja rajaus	9

4

MUOTOILUPROSESSI

4.1 Suunnitteluohjurit	24
4.2 Benchmarking (vertailuanalyysi)	25
4.3 Hahmotelmat ja luonnokset	29
4.4 Rautalankamalli	32
4.5 Fokus -ryhmähaastattelu	36
4.6 Käytettävyystestaus	42
4.7 Heuristinen arviointi	49

7

LOPPUYHTEENVETO

68

2

TAUSTOITUS

2.1 Matkailu Suomessa	11
2.2 Matkailun digitalisaatio	12
2.3 Visit Finland DataHub -palvelu	13
2.4 DataHubin käyttäjäryhmät	15
2.5 DMO -kuraattori	16
2.6 Dashboard	17
2.7 Kuraattorin dashboard	18

5

KÄYTTÖLIITTYMÄN PROTOTYYPIN RAKENNE

5.1 Sivuston rakenne	54
5.2 Ylätunniste	55
5.3 Notifikaatiot	57
5.4 Liittymispyynnöt	59
5.5 Ajankohtaiset	60
5.6 Alatunniste	62

8

LÄHTEET

70

3

VERKKOSIVUJEN JA MOBIILINÄKYMIEN TEORIAA SEKÄ TYÖJÄRJESTYS

3.1 Desktop	21
3.2 Mobiili -näkyvät	21
3.3 Työssä valittu suunnittelujärjestys	22

6

PROTOTYYPIN LOPPUTULOS

6.1 Kuraattorin dashboard	64
6.2 Kuraattorin dashboardin mobiili -versio	65
6.3 Dashboardin jatko	66
6.4 Työn ohjaajan arviointi	66

JOHDANTO

- 1.1 Aiheen ja taustan esittely
- 1.2 Tavoitteet ja rajaus

JOHDANTO

1.1 AIHEEN JA TAUSTAN ESITTELY

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimi Visit Finland, joka on osa Business Finlandia ja vastaa yleisellä tasolla Suomessa tapahtuvan matkailun markkinoinnista. Visit Finlandin tarkoituksena on edistää Suomen kiinnostavuutta kansainvälisesti kestäväenä ja houkuttelevana matkakohteena sekä edesauttaa yritysten ja matkailualueiden kiinnostavuutta.

Olin työharjoittelussa osana tutkintoani Siili Solutionsilla Helsingissä syksyllä 2021. Tämän harjoittelun aikana liityin UX/UI -suunnittelijana projektiin, jossa kehitettiin Visit Finlandin DataHub -palvelua. Minun vastuualueeni asiakasprojektissa oli Datahub -palvelun dashboard -toiminnon suunnittelu ja testaus.

Tässä opinnäytetyössä esitän perusteellisesti, kuinka lopullinen kuraattorin dashboard syntyy. Kerron muotoiluprosessista, käyttöliittymän rakenteesta sekä lopullisesta tuotoksesta. Dashboard on käyttäjän etusivu sisäänkirjautuessa palveluun. Siinä näytetään palvelun kannalta tärkeää tietoa, mitä käyttäjä voi tarvita tai mitä hänen voi olla hyvä nähdä ensimmäisenä. Tarkempi dashboardin kuvaus käsitellään myöhemmin kohdassa 2.6.

Visit Finland DataHub -palvelun kehittäminen on ollut Siilin kehityksessä jo vuodesta 2019.

Lisäksi Siilin puolelta DataHub -tiimissä toimii UX -suunnittelija Iris Tomaszewski, joka toimi ohjaajanani projektissa.

DataHubin kaltainen palvelu on täysin uusi. Sen kaltaista ei toista löydy Suomesta, ja se sekä siinä oleva tieto on kehittynyt matkan varrella. Tästä syystä monet käsitteet sekä termit on luotu vain tämän palvelun käyttöön. Palveluun liittyvä tieto ja teoriatausta perustuvat aikaisemmin saatuihin tietoihin. Ne ovat koostettu DataHub -tiimin jäseniltä sekä toimeksiantajan Visit Finlandin henkilökunnalta.



DataHub
Visit Finland

Kuva 2 Visit Finland DataHubin logo (DataHub a.)

Uudistetaan Visit Finlandin DataHub -palvelun kuraattorin puolen dashboard. Luodaan siitä selkeämpi, visuaalisempi sekä lisätään toiminnallisuutta helpottamaan kuratointia.

BRIEF

1.2 TAVOITTEET JA RAJAUS

Tavoitteenani oli suunnitella helppokäyttöinen sekä toimiva käyttöliittymä. Suunnittelun apuna osallistin oikeita käyttäjiä mukaan muotoiluprosessiin, jotta kuraattoreille suunnatusta dashboardista saataisiin mahdollisimman toimiva heidän jokapäiväiseen käyttöönsä.

Käyttäjätutkimusten avulla saadaan selville ongelmat ja niihin parannusehdotuksia, joiden avulla suunnittelu tehdään käyttäjälähtöisesti. Tavoitteena oli, että dashboardin uudistuksen myötä se olisi toimivampi, selkeämpi sekä visuaalisempi.

Miten saadaan mahdollisimman käytettävä sekä ymmärrettävä dashboard?

Miten dashboardin sisällöstä saadaan kiinnostava sen käyttäjille?

TUTKIMUSKYSYMYKSET

Uudistettu dashboard tekisi palvelun käytöstä mukavampaa sekä helpottaisi kuratointia. Pysin siihen, että suunnittelulla olisi merkitystä ja se parantaisi aidosti DataHubissa kuratointityötä.

Aihe on sopivan kokoinen opinnäytetyöhön. Suunnittelu kävi läpi koko muotoiluprosessin.

Käyttäjälähtöisyys
Käyttäjien aktivointi
Miten luoda tarpeellinen dashboard?

FOKUS

TAUSTOITUS

- 2.1 Matkailu Suomessa
- 2.2 Matkailun digitalisaatio
- 2.3 Visit Finland DataHub -palvelu
- 2.4 DataHubin käyttäjäryhmät
- 2.5 DMO Kuraattori
- 2.6 Dashboard
- 2.7 Kuraattorin dashboard

TAUSTOITUS

2.1 MATKAILU SUOMESSA

Kuva 3 Tunnelma kuva Helsingin keskustasta (Haaja 2019.)



Kuva 4 "Unique road in Finland" (Lahtinen 2018.)

Koronan aikana suomalaisten keskuudessa kotimaan matkailu teki kasvua. Kotimaan matkailulla tarkoitetaan matkailua, joka tapahtuu Suomen sisällä. Pandemia esti yleisesti matkailua maailmalla, mutta kotimaan sisällä matkailu kasvoi. Suomen tilastokeskuksen mukaan kesällä 2021 yöpymiset majoitusliikkeissä olivat mittaushistorian korkeimmalla tasolla, vaikka ulkomaalaisten matkailijoiden yöpymiset romahtivat samaan aikaan. (STT 2021.)

Tulevaisuudessa Suomeen suuntautuvan matkailun markkinoinnissa kannattaa ottaa huomioon Visit Finlandin esille tuomat megatrendit. Nämä trendit ovat Suomen vahvuuksia pandemian jälkeisillä kansainvälisen matkailun markkinoilla. Nämä megatrendit ovat seuraavat:

1. Digitalisaatio ja teknologia
2. Kestävä matkailu
3. Luonto- ja ulkoilureissut (Visit Finland 2021.)

Visit Finlandin mukaan Suomi jaetaan neljään osaan, kun puhutaan matkailusta. Nämä neljä aluetta ovat pohjoisessa Lappi, idässä Järvi-Suomi, etelässä pääkaupunkiseutu sekä lännessä rannikko ja saaristo. (Visit Finland a.)

Lappia esitellään maagista kontrastia täynnä olevana alueena. Se on Suomen pohjoisin alue. Lapin alue on erittäin suosittua etenkin ulkomaalaisten keskuudessa, ja tunnetaan etenkin sen upeista lumisista maisemista sekä kauniista valoilmiöistä. Se on myös saamelaisen alkuperäiskansan kotiseutu ja paikka, jossa voi tavata joulupukin. Näiden takia Lappi on hyvin vetovoimainen alue ulkomaalaisten keskuudessa. (Visit Finland b.)

Järvi-Suomea kuvaillaan upeaksi järvien, saarten ja metsien labyrintiksi. Sen vesistöt tarjoavat oivat mahdollisuudet uimiselle, melonnalle, laivaristeilylle sekä talvisin luistelulle. (Visit Finland c.)

Pääkaupunkiseudun aluetta kuvaillaan Visit Finlandin -sivustolla temalla "kaupunkielämää käteväällä pääsyllä luontoon". Alue käsittää Helsingin, Espoon, Vantaan sekä niiden lähialueiden kaupunkeja. Alueella kiinnostavuutta herättää sen kaupunkielämä sekä lähistöllä sijaitsevat luontopolut. (Visit Finland d.)

Suomen rannikko ja saaristo lännessä on maailman suurin saaristo, joka sisältää yli 50 000 saarta Itämerellä. Alueella on monia rannikkokaupunkeja, majakoita sekä kansallispuistoja, jotka keräävät vierailijoita vuosittain. (Visit Finland e.)

2.2 MATKAILUN DIGITALISAATIO

Digitalisaatio auttaa monilla tavoin matkailua. Digitaalisen muutoksen vaikutukset koskettavat matkailuliiketoiminnan jokaista osa-aluetta, joten on järkevää tarkastella sen eri vaiheita.

Digital-coach.it -sivuston mukaan matkailijoiden matkat voidaan nykyään jakaa kolmeen eri vaiheeseen:

1. Ennakkovarausvaihe
2. Matkavaihe
3. Matkan jälkeinen vaihe

Digitaalinen transformaatio on vaikuttanut asteittain kaikkiin näihin kolmeen vaiheeseen. (Lavalle 2021.)

Suurin osa matkoihin liittyvistä varauksista tehtiin älypuhelimien kautta. Tätä tukee se, että vuonna 2018 kaikkiaan 82 prosenttia matkoista varattiin verkkosivuston tai älypuhelinsovelluksen kautta ilman ihmisen välittämää palvelua.

Matkailun mainostaminen tapahtuu myös sosiaalisessa mediassa, jossa huomion saanti voi olla suurta.

Matkan aikana moni julkaisee omalla sosiaalisen median alustalla, omalla profiililla matkasta ja matkakohteesta julkaisuja, joiden seurauksena kohde tai palvelu saa julkisuutta. (Lavalle 2021.)

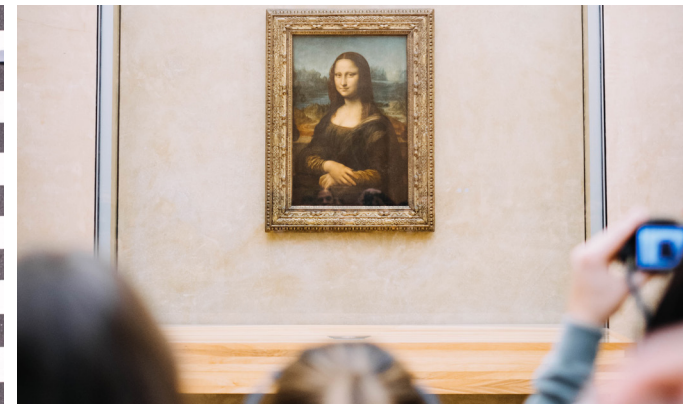
Visit Finland ennusti myös vuonna 2021, että Euroopan sisäinen matkustaminen tulee palautumaan pandemian edeltävälle tasolle nopeammin kuin Aasiaan kohdistuneiden matkojen (Visit Finland 2021).



Kuva 5 Ihmiset ja puhelimet (Worrall 2018.)



Kuva 6 Ihmiset kadulla (Iwata 2017.)



Kuva 7 Matkailun vaikutus sosiaaliseen mediaan (Dyson 2019.)

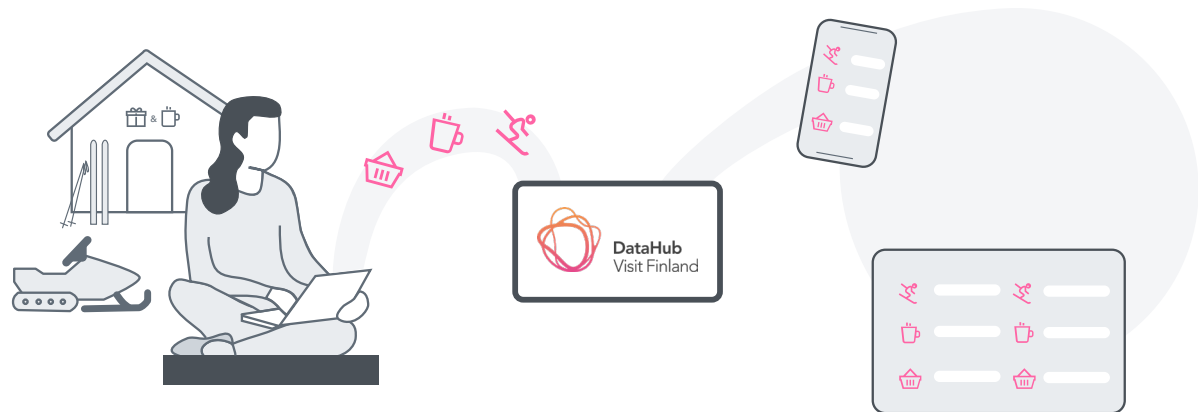
2.3 VISIT FINLAND DATAHUB -PALVELU

Visit Finland DataHub tai tuttavallisemmin DataHub on suomalainen matkailualan tietokanta, jonne matkailualan yritykset voivat luoda sekä tallentaa yrityksensä tuotteita tai palveluita (DataHub). DataHub -palvelu toimii Business Finlandin Visit Finland -palvelun alaisuudessa. Visit Finland vastaa yhdessä matkailualan kanssa ulkomailta tulevan matkailun edistämisestä Suomessa (Business Finland). Visit Finlandin visiona ja tehtävänä on osana Business Finlandia tukea Suomen matkailuelinkeinon kehitystä ja markkinoida Suomea matkailukohteena, jotta ulkomaalaiset toimijat voivat löytää Suomen ja kiinnostua siitä matkailukohteena (Business Finland 2021).

Visit Finlandin tarkoituksena edistää Suomen tunnettavuutta matkailukohteena kansainvälisesti. DataHub auttaa Visit Finlandin tavoitteessa, sillä sen tavoite on koostaa kaikki Suomen matkailudata sekä tuotetiedot yhteen ja samaan paikkaan. Kuka tahansa voi hyödyntää DataHubista saatua dataa rajapinnan kautta. Rajapinnan avulla muut toimijat voivat hyödyntää DataHubin tuottamaa dataa, ja näin suomalaisen matkailun näkyvyys leviää myös maailman kanaville. Jotta tavoite toteutuisi, yritetään DataHubiin saada kaikki Suomen matkailuyrittäjät rekisteröitymään ja tuomaan tuotteensa palveluun.

Alueorganisaatiot eli kuraattorit pitävät huolta omien alueidensa yrityksistä niin, että DataHubiin yrittäjien syöttämä data on hyvää ja inspiroivaa.

DataHub ei ole myyntikanava, sillä sieltä ei voi ostaa palveluita tai tuotteita. Sen tarkoituksena on olla informatiivinen tietokanta, jolla ei ole myynnillisiä tavoitteita. Erilaisten tuotekategorioiden kautta kerrotaan, millaisia erilaisia matkailutuotteita Suomessa on tarjolla. Näiden kategorioiden sisällä löytyy tuotteita ympäri Suomea. Niiden tarkoitus on inspiroida sekä markkinoida dataa, jonka kautta ohjataan loppukäyttäjät yritysten omille sivuille.



Kuva 8 Kuvituskuva DataHub -palvelusta (DataHub b.)

Visit Finland on yksi toimija, joka käyttää omissa julkaisukanavissaan DataHubissa tuotettua dataa. Visit Finlandin lisäksi DataHubin tuotetietoja käyttävät myös mm. Helsinki, Visit Häme, Localtys, Enter Espoo sekä Scandic. Nämä toimijat ovat jo hyödyntäneet omilla kanavillaan DataHubin dataa.

DataHubissa on neljä erilaista käyttäjäryhmää, joilla on eri tarkoituksia palvelun käyttämisessä. Loppukäyttäjät eivät selaa DataHubissa tuotteita, vaan saavat tietoa tuotteista sekä palveluista DataHubin yhteistyökumppaneiden kautta. DataHub tietokannan tavoitteena on edistää Suomen kiinnostavuutta kansainvälisesti kestävästä ja houkuttelevana matkakohteena sekä edesauttaa yritysten ja matkailualueiden kiinnostavuutta.

DataHubiin liittyneet matkailuyrittäjät hyötyvät DataHubista, sillä kaikki heidän DataHubiin luomansa palvelut ja tuotteet ovat saatavilla yhdessä paikassa. DataHubin käyttö on yrityksille ilmaista.

DataHub on merkityksellinen siinäkin mielessä, että se auttaa digitaalisaation kehitystä Suomessa.

Kuva 9 Talvinen maisema Lapista (Kuusisto 2020.)



Kuva 10 Poro vetämässä rekeä (Prins 2019.)

DataHub -palvelussa on neljä erilaista käyttäjäryhmää. Vaikka se on ilmainen palvelu, täytyy silti jokaisen käyttäjän rekisteröityä palvelussa omaan käyttäjäryhmään.

DMO, destination management organisation eli DataHub palvelun kuraattori

Kuraattori valvoo alueensa tuotteiden ja yritysten tietojen ajankohtaisuutta sekä oikeellisuutta. Hän ylläpitää ja tarkastaa DataHubissa tuotettuja tietoja.

TC, travel company, eli matkailuyrittäjä

TC:n rooli on tuottaa omia suomalaisia tuotteita sekä palveluita DataHubiin. TC:n käyttöliittymän tulee olla helppokäyttöinen ja houkutteleva.

API, application programming interface, eli ohjelmointirajapinta

API -rajapinnan kautta Visit Finlandin kanssa yhteistyötä tekevät yritykset saavat käyttöönsä DataHubin dataa ja voivat hyödyntää tätä heidän omissa markkinointikanavissaan.

VF, Visit Finland admin

Visit Finland admin vastaa kokonaisuudessaan DataHubin käytöstä palvelun sisällä.

Jokaisella käyttäjäryhmällä on omat tarpeet palvelun käytössä, joten myös toiminnallisuudet palvelussa poikkeavat hieman toisistaan. Kuraattorin puolen käyttöliittymässä on otettu huomioon alueen yritykset ja yhteydenpito myös niihin palvelun sisällä. Matkailuyrittäjän käyttöliittymässä taas palvelun helppokäyttöisyys ja houkuttelevuus on tärkeää, jotta saataisiin lisättyä tietoisuutta DataHubista ja sen hyödyllisyydestä matkailuyrittäjille. API:n tarkoituksena on näyttää selkeät ohjeet, miten ladata rajapinnan kautta DataHubin dataa. VF admin tekee kuratointityötä yhdessä alueorganisaatioiden kanssa sekä valvoo yleisesti DataHubin käyttöä.

DMO

kuraattori

TC

matkailuyrittäjä

API

rajapinta

VF

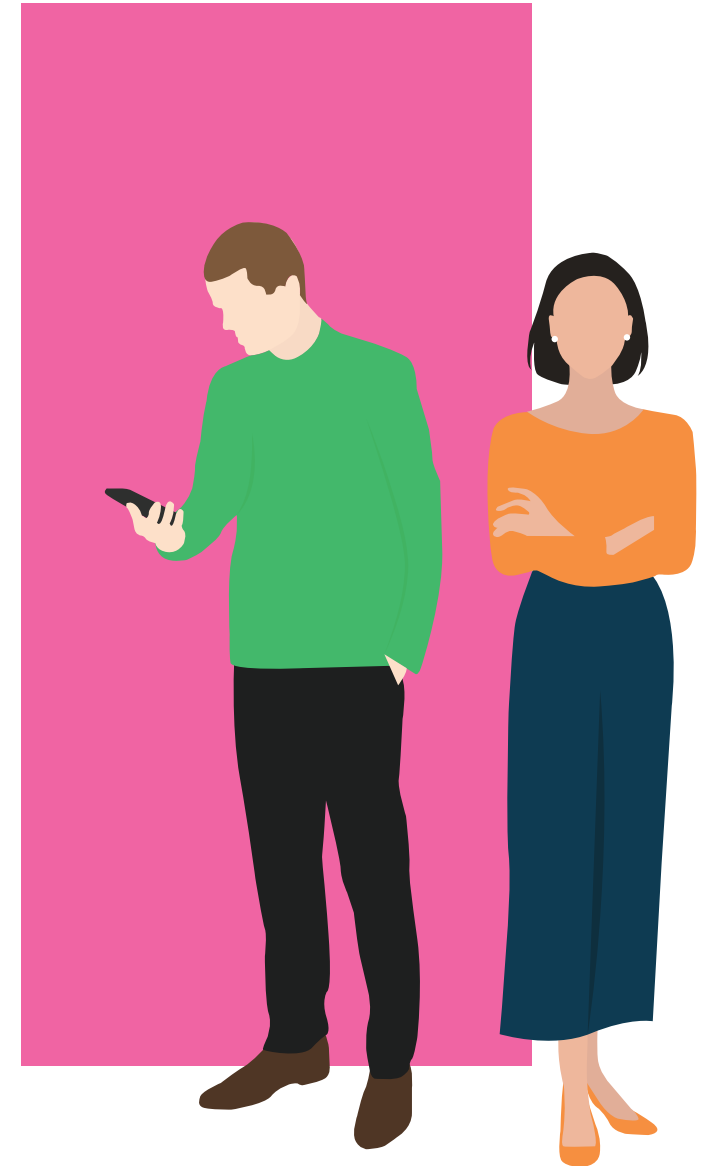
visit finland

2.5 DMO KURAATTORI

Kuraattori on yksi DataHubin neljästä käyttäjäryhmästä. Kuraattori on vastuussa DataHub -palvelun kuratoinnista ja pitää huolta sinne syötetyn datan oikeellisuudesta. Kuraattorin työtehtäviä voi verrata muista palveluista tutun moderaattorin toimenkuvaan.

Palvelun kuratointi on yhteydessä Visit Finlandin alueorganisaatioihin. Kuraattorina voi toimia Visit Finlandin työntekijä tai alueorganisaatioon kuuluva henkilö. Alueorganisaatiot ovat itsenäisiä toimijoita ja tekevät yhteistyötä Visit Finlandin kanssa. Näitä organisaatioita on ympäri Suomea erilaisilla tehtävillä, esimerkiksi Visit Päijänne on Keski-Suomen alueella toimiva alueorganisaatio. Alueorganisaatiot voivat hyödyntää DataHubin tuotetietoja omilla markkinointikanavilla ja näin lisätä oman alueensa kysyntää sekä kiinnostavuutta (DataHub). Näin jokaisella alueella on oma vastuuhenkilö, joka vastaa alueella tapahtuvasta toiminnasta sekä pitää huolta sen yrittäjistä.

Matkailuyrittäjät voivat lisätä vapaasti omia tuotteitaan DataHubiin. Tätä vapaata datan luomista pitää jonkun valvoa sekä pitää sitä ajan tasalla. Kuraattori vastaa syötetyn tiedon tarkistamisesta. Matkailuyrittäjä luo tuotteen ja lähettää sen ensin kuraattorin katselmukseen. Kuraattori julkaisee hyväksytyt tuotteet DataHubin rajapintaan. Jos tuote ei ole DataHubin mukainen, palauttaa kuraattori tuotteen takaisin sen omistajalle ja voi tarvittaessa kontaktoida yrittäjää sekä kertoa, mikä tuotteen tiedoissa on puutteellista tai korjattava, jotta se olisi hyväksyttävissä ja julkaistavissa DataHubiin.



Kuva 12 Visualisointi kuraattoreista (Kuva: Lilli Koskinen.)

2.6 DASHBOARD

Opinnäytetyöni tehtävänä oli uudistaa DataHubin kuraattorin puolen dashboardia, eli etusivua, johon sivusto vie sisäänkirjautumisen jälkeen.

Dashboard on visuaalinen ilmoitusnäkyvä, jossa esitetään nopeasti tietoa käyttäjille. Yleisesti dashboardilla näytetään tärkeää dataa palvelusta tai sivustosta sekä sen kautta saadaan tietää erilaisista toiminnallisuuksista. Dashboardin kannattaa olla kiinnostava, helppokäyttöinen sekä tarpeeksi informatiivinen herättääkseen käyttäjän huomion. (Adjust.)

Dashboard näytetään usein omalla sivullaan palvelussa ja se saa tietonsa siihen liitetystä tietokannasta. Se on usein säädettävissä valitsemalla halutut tiedot. Dashboard voi sisältää esimerkiksi kaavioita lukujen havainnollistamiseksi. Yleensä dashboardilla näytettävä data riippuu paljon siitä, mitä palvelussa tai sivustolla voi tehdä. Esimerkiksi voi olla palveluja tai sivustoja, joissa näytetään vain tilastoja ja dataa. Kun taas toisen dashboardilta löytyy palvelun tai sivuston kaikki toiminnallisuudet oikoteinä helpottamaan käyttäjää navigoinissa. (Adjust.)



Kuva 13 Malli esimerkki dashboardista (Kuva: Lilli Koskinen.)

2.7 KURAATTORIN DASHBOARD

Dashboard on DataHubin etusivu, jonne käyttäjä saapuu sisäänkirjaututtuaan. Aiempi dashboard -versio todettiin vanhentuneeksi, sillä se ei enää palvellut käyttäjiä, sekä siinä oli epäoleellista informaatiota. Siksi dashboard päätettiin uudistaa täysin uudella tavalla.

Uudistetun dashboardin tarkoituksena on esimerkiksi:

- viestiä palvelun käyttäjille tärkeää tietoa ja uutisia DataHubista
- helpottaa navigointia sivustolla
- esittää tärkeitä notifikaatioita liittyen alueen yrityksiin ja tuotteisiin
- nostaa näkyviin toimenpiteitä vaativia asioita ja ohjata niiden äärelle.

DataHubissa dashboardia ei voi personoida täysin halutulla tavalla, vaan kuraattorin roolissa olevilla alueorganisaatioilla on omat luvut, jotka kertovat alueen tiedoista. Esimerkiksi uudistetun dashboardin myötä ylätunnisteosiossa näytetään kootusti alueen yritysten sekä tuotteiden määrä kuraattorille. Tieto pysyy samana kaikille alueen kuraattoreille, joten tietoa ei tämän takia voi personoida.

Tervetuloa DataHubiin!

DataHub alueellisille matkailualan organisaatioille

Visit Finland DataHub yksinkertaistaa paikallisen matkailutiedon hallintaa ja jakamista, sekä Suomen sisäisissä kanavissa ja kampanjoissa, että muissa kansallisissa ja globaaleissa portaaleissa.

DataHubin avulla rohkaistat paikallisia yrityksiä osallistumaan ja tuet heitä heidän matkallaan.

DataHubissa tieto pysyy helposti ajan tasalla. Voit tarkastella tuotteita ja kommentoida niiden sisältöjä.

Tuotteiden kuratointi

1. Näet yritysten julkaisemat tuotteet Kuraattorityötilassa (**Uusi**).
2. Voit halutessasi pyytää tuotteen lisännyttä yritystä tekemään tietosisältöön muutoksia kortin yläreunassa napista 'Näytä kommentit'.
3. Tuote jää odottamaan yrityksen päivitystä (**Odottaa päivitystä**).
4. Kun tuote on muokattu (**Päivitetty**) muutospyyntöjen mukaisesti, voit hyväksyä sen julkaitavaksi eri kanavissa (**Julkaistu**).
5. Yritykset voivat hyväksynnän jälkeen päivittää tuotetietojaan, jolloin muokatut tuotteet näkyvät tilassa (**Julkaistu** **Päivitetty**).

Tuki

Ota tarvittaessa yhteyttä Visit Finland DataHubiin:
datahub@visitfinland.com

Yhteystiedot: datahub@visitfinland.com © VisitFinland.com 2021 [Käyttöehdot](#) [Privacy statement](#) [Accessibility](#)

Kuva 14 DataHub palvelun alkuperäinen dashboard (DataHub 2021.)

VERKKOSIVUJEN JA MOBIILINÄKYMIIEN

3.1 Desktop

3.2 Mobiili -näkömöt

3.3 Työssä valittu suunnittelujärjestys

TEORIAA
SEKÄ TYÖJÄRJESTYS

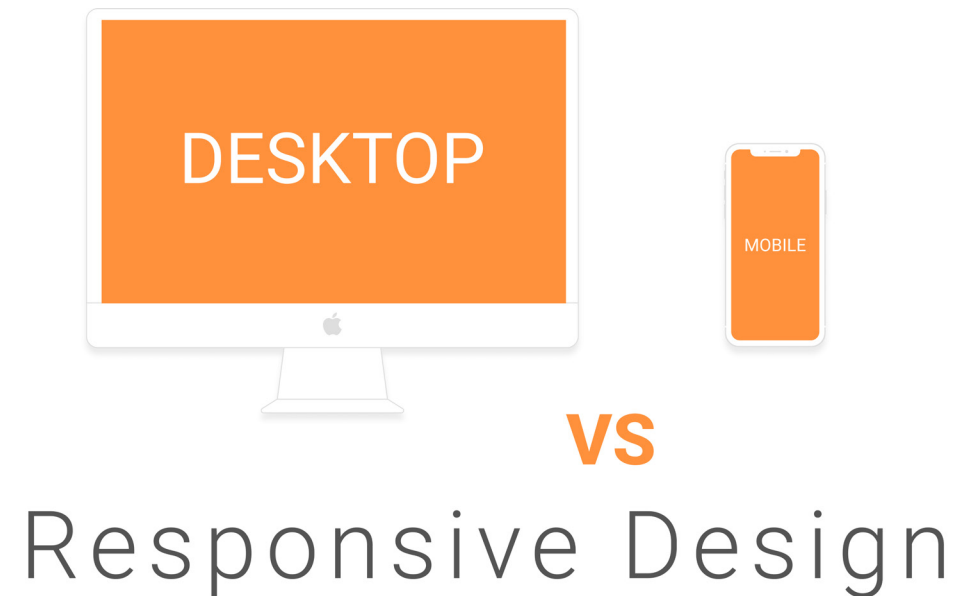
Mobiili -laitteen ja tietokoneen ruudulla tapahtuvan sivuston ruutujen selaamisella sekä suunnittelussa on eroja. Täytyy ottaa huomioon erilaisia asioita, jotta käyttökokemus saataisiin parhaaksi mahdolliseksi jokaisella ruutukoolla. Tietokoneen ruudulle ja mobiililaitteelle suunnitellun sivuston pitäisi olla toiminnoiltaan samankaltainen, eli niiden pitäisi tarjota samat ominaisuudet. Käyttöliittymätasolla ruutujen suunnittelussa on eroja sekä ulkoasuun että ohjausvirtojen osalta. (Zhang 2021.)

Responsiivinen suunnittelu on menetelmä, jolla luodaan sisältöä, joka mukautuu eri näytön kokoihin menettämättä laatuaan.

Suunnittelijat käyttävät suhteellisia yksiköitä ja mediakyselyjä taatakseen, että heidän mallinsa mukautuvat selaimen tilaan automaattisesti ja varmistavat sisällön yhdenmukaisuuden eri laitteilla. (Interaction Design Foundation c.)

DataHubin dashboardista tutkittiin Google Analyticsin avulla, miten ja millä ruuduilla käyttäjät käyttävät nyt nykyistä dashboardia.

Google Analyticsin avulla voidaan seurata sivuston kävijäliikennettä. Palvelu ei tallenna yksilöintitietoa käyttäjästä ja jakaa seurattua tietoa vain palvelun tilaajalle. Google Analytics on hyvä palvelu juuri kävijäseurannan analysointiin sekä tuottamaan lisää tietoa palvelun käytöstä sekä käyttäjistä.



Kuva 15 Visualisointi responsiivisesta suunnittelusta (Kuva: Lilli Koskinen.)

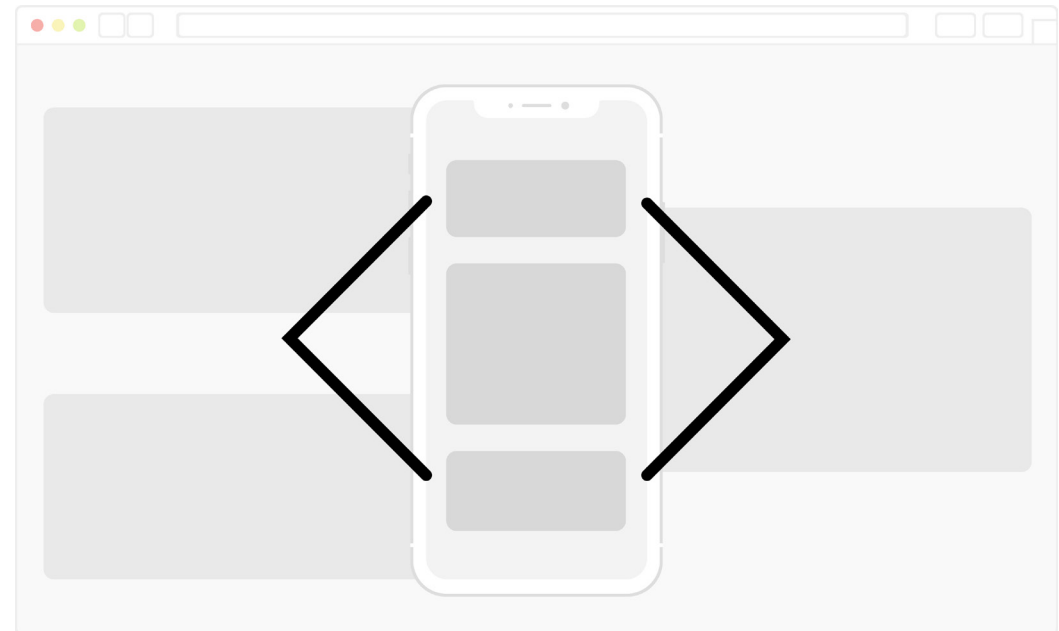
3.1 DESKTOP

Tietokoneen ruutunäkymää voi toiselta nimeltään kutsua desktopiksi. Tietokoneen ruudulle mahtuu paljon enemmän tietoa suuremman näyttötilan ansiosta kuin mobiili -laitteen näytölle, minkä takia responsiivisuutta tarvitaan etenkin mobiili -käytössä.

Desktopilla tiedot ovat usein piilossa, kun taas mobiilutuotteissa tiedot paljastuvat pystysuuntaisen vierityksen avulla. Desktopilla on suurempi koko, joka mahdollistaa tiedon kerrostamisen, taittamisen ja piilottamisen eri ulottuvuuksissa. (Zhang 2021.)

3.2 MOBIILI -NÄKYMÄT

Vieressä olevan mobiililaitteen rautalankamalliesimerkin perusteella voit nähdä, että mobiililaitteen käyttöliittymä on yleensä yksiulotteinen. Mobiililaitteella tietomäärä peittäisi koko näytön, jos desktopin kaikki tietomäärä käytettäisiin sellaisenaan. (Zhang 2021.) Tämän takia mobiililla pitää ottaa huomioon pystysuuntainen suunnittelu pystysuuntaisen vierityksen avulla.



Kuva 16 Desktopin ja mobiilin eroavaisuudet (Kuva: Lilli Koskinen.)

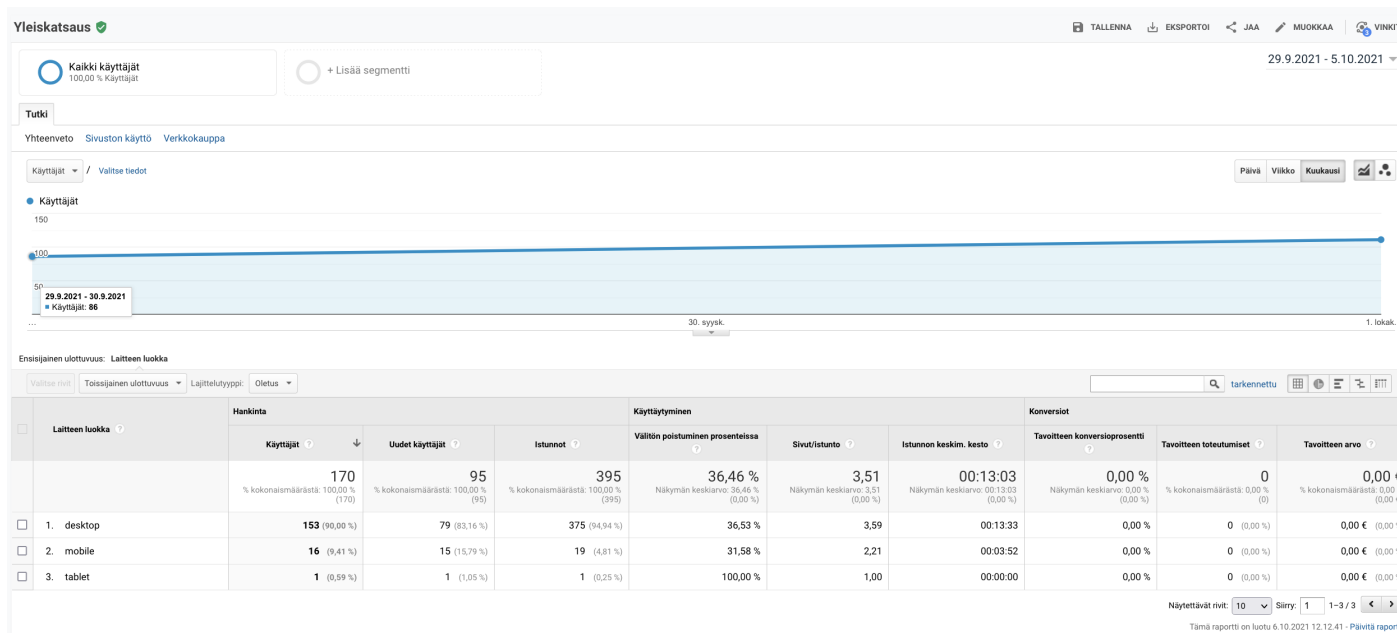
3.3 TYÖSSÄ VALITTU SUUNNITTELUJÄRJESTYS

DataHubissa kuratoijat käyttävät palvelua desktop näytöllä selkeästi enemmän kuin mobiili -laitteella. Alla olevan kuvan perusteella palvelua käytettiin mobiili -laitteella noin 10% sen kokonaiskäytöstä. 10% ei ole määrällisesti huono lukema, mutta kuratoijien käynnit palvelussa mobiili -laitteella ovat selkeästi ajaltaan lyhyempiä. Tämä voi johtua osaltaan huonosta käyttökokemuksesta mobiilissa tai siksi, että palvelua on selkeämpi käyttää yhtäaikaaisesti muiden palvelujen kanssa desktopilla.

Nykyään yleisesti suunnitellaan ”mobiili ensin” -suunnittelutyylillä, jossa tuote suunnitellaan ensin mobiililaitteille.

Tällöin näyttö hahmotellaan tai prototyypitetään ensin pienimmälle mahdolliselle näytön koolle ja verkkosovellusta (desktop) varten sitä kasvatetaan sitten vähitellen. (Unadkat 2021.)

DataHubilla suunnittelu päädyttiin kuitenkin aloittamaan desktopilta, sillä kuratoijien itse (tästä enemmän kohdassa 4.5.) sekä Google Analyticsin perusteella kuratoijat käyttävät desktopia enemmän työnsä tekemiseen.



Kuva 17 Google Analytics tilasto, jossa näytetään millä laitteilla ja minkä verran DataHub palvelua käytettiin 29.9.2021-5.10.2021 (Google Analytics 2021.)

MUOTOILUPROSESSI

- 4.1 Suunnitteluohjurit
- 4.2 Benchmarking (vertailuanalyysi)
- 4.3 Hahmotelmat ja luonnokset
- 4.4 Rautalankamalli
- 4.5 Fokus -ryhmähaastattelu
- 4.6 Käytettävyytestaus
- 4.7 Heuristinen arviointi

MUOTOILUPROSESSI

Suunnittelijan työ keskittyy ensisijaisesti ongelmanratkaisuideoiden kehittämiseen ja selittämiseen. Tuotteen ulkonäkö on vain yksi monista mahdollisista ongelmista. Suunnitteluprosessissa on tieteenalasta riippumatta seitsemän yleistä vaihetta: inspiraatio, tunnistaminen, käsitteellistäminen, tutkiminen/jalostaminen, määrittely/mallintaminen, viestintä ja tuotanto. Vaiheet eivät välttämättä ole lineaarisia, mutta niitä voidaan tarkastella näin. (Aspelund 2016, 2.)

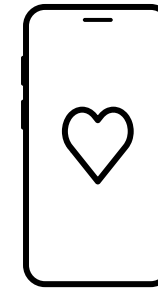
Dashboardin suunnittelu eteni muotoiluprosessin tavoin. Prosessi on esitetty seuraavaksi aikajärjestyksessä. Prosessia suunniteltiin iteratiivisen suunnitteluprosessin tavoin eli tietoa käyttäjistä ja heidän tarpeistaan saatiin koko prosessin ajan.

4.1 SUUNNITTELUOHJURIT

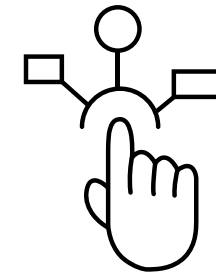
Suunnitteluohjurit ovat lausumia siitä, mitä tuotteen tai palvelun pitäisi tehdä tai olla. Ohjureiden avulla saa käsityksen siitä, miltä toteutettu ratkaisu voisi tuntua sekä mitä suunnittelulla on pyritty tekemään. (Driver 2018.)

Visuaalisuuden puolesta uudistetun dashboardin tulee olla selkeä ja kiinnostava sen käyttäjille eli kuraattoreille. Selkeys ja kiinnostavuus lisäävät käyttäjän huomiota palvelua kohtaan ja voivat helpottaa dashboardilla työskentelyä.

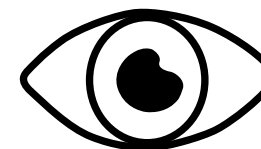
Helppokäyttöisyys ja ymmärrettävyys kuuluvat toiminnallisuus -ohjuriin. Nämä helpottavat käyttäjän navigoimista ja siten voivat myös parantaa käyttökokemusta. Hyödyllisyys voi olla ohjureista tarpeellisin ajatellen suunnittelua sekä kehitystä. Tämä ohjuri pitää sisällään dashboardin testauksen sekä tarpeellisuuden. Tarpeellisuutta on tärkeä ymmärtää suunnittelun ja kehityksen kannalta, jotta tiedetään, miksi käyttäjät tulevat käyttämään sitä. Suunnitelmaa testasin vielä myöhemminkin, jotta oli mahdollista nähdä, palveleeko dashboard käyttäjiään siinä, mihin se on tarkoitettu.



Selkeä ja kiinnostava
VISUAALISUUS



Helppokäyttöinen ja ymmärrettävä
TOIMINNALLISUUS



Testattu ja tarpeellinen
HYÖTY

4.2 BENCHMARKING (VERTAILUANALYYSI)

Benchmarking on tuotteen arviointia tai vertailua toiseen markkinoilla olevaan tuotteeseen (vertailuanalyysi). Benchmarkingin avulla voit seurata, miten tuotesuunnittelusi on kehittynyt ajan myötä ja missä se eroaa kilpailijoistasi. (Babich 2020.)

Aiempi dashboard ei palvellut tarkoituksellisesti käyttäjiä. Dashboardin sisältönä toimi tervehdys käyttäjälle sekä kuratointiohjeet, joiden avulla käyttäjä sai tietoa kuratoinnista sekä miten sitä tehdään palvelussa. Toiveena uudistuksen myötä oli saada dashboardista inspiroiva sekä palvelemaan paremmin käyttäjää sivustolla. Koska toimeksiantajalla oli selkeä kuva, mitä uudistettu dashboard tulee tarvitsemaan, oli tätä helppo lähteä tutkimaan sekä etsimään sopivia benchmarking -kohteita.

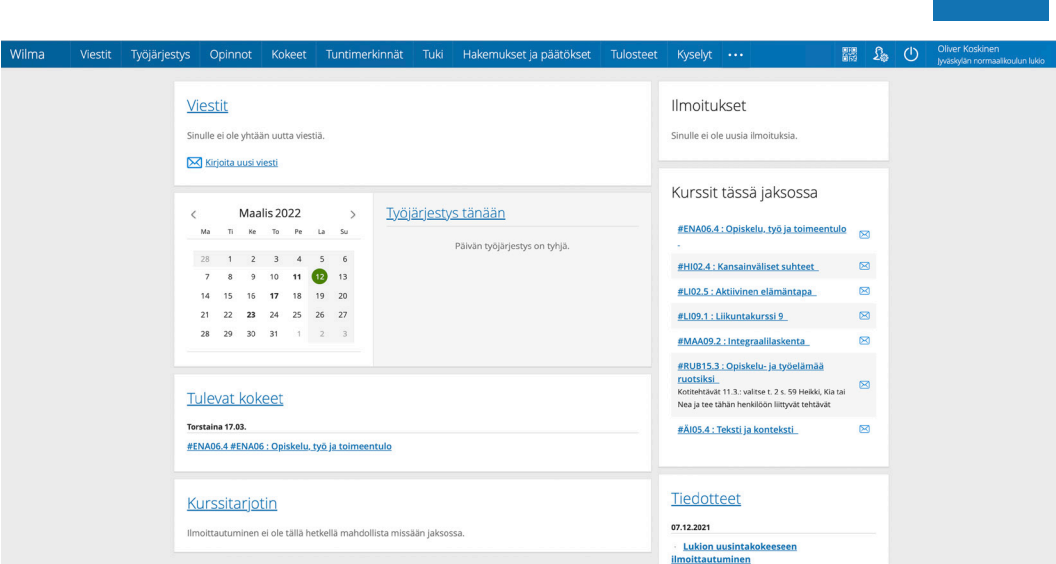
Valitut seuraavat benchmarking -kohteet olivat sopivia, koska ne olivat tarpeeksi erilaisia keskenään. Jokaisessa kohteessa on jokin tietty tärkeä kriteeri, joka haluttiin sisällyttää dashboardin suunnitelmiin. Koska sisältö oli jo tiedossa, tiedettiin, mitä lähteä etsimään. Jotkin linkitetyt benchmarking -nettisivuosoitteet ovat kirjautumisen takana, ja niihin ei välttämättä pääse käsiksi ilman rekisteröitymistä.

Wilma

Nettisivu osoite: <https://www.visma.fi/wilma/>

Wilma on sivusto, jossa jaetaan tietoja koulujen henkilökunnan, opettajien, oppilaiden/opiskelijoiden sekä vanhempien kesken. Sivustolla voi ilmoittautua koulun kursseille, lukea tiedotteita sekä muita tietoja kouluun liittyen sekä nähdä oppilaan tai opiskelijan edistymistä.

Wilma valittiin benchmarking -kohteeksi, koska sivustolla kootaan hyvin ajankohtaiset tiedotteet sekä se on jaettu hyvin osioihin. DataHubin dashboardin notifikaatioiden haluttiin myös olevan huomiota herättäviä kuten Wilmassa uudet viestit on esitetty.



Kuva 19 Opiskelijan etusivu Wilmassa (Wilma 2022.)

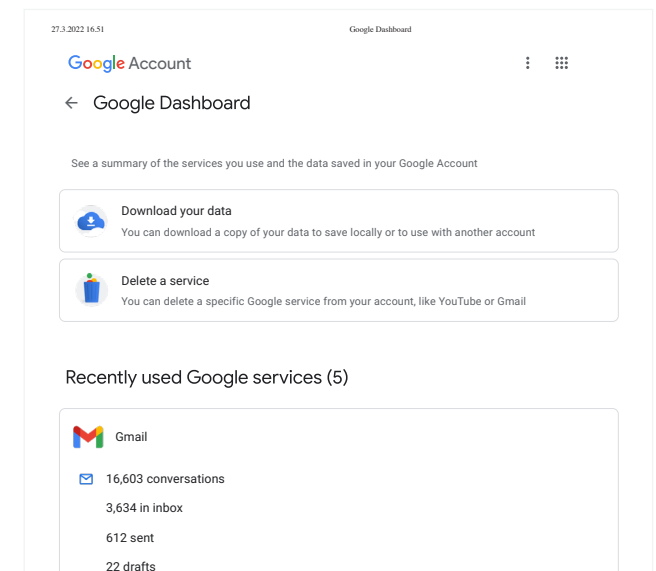
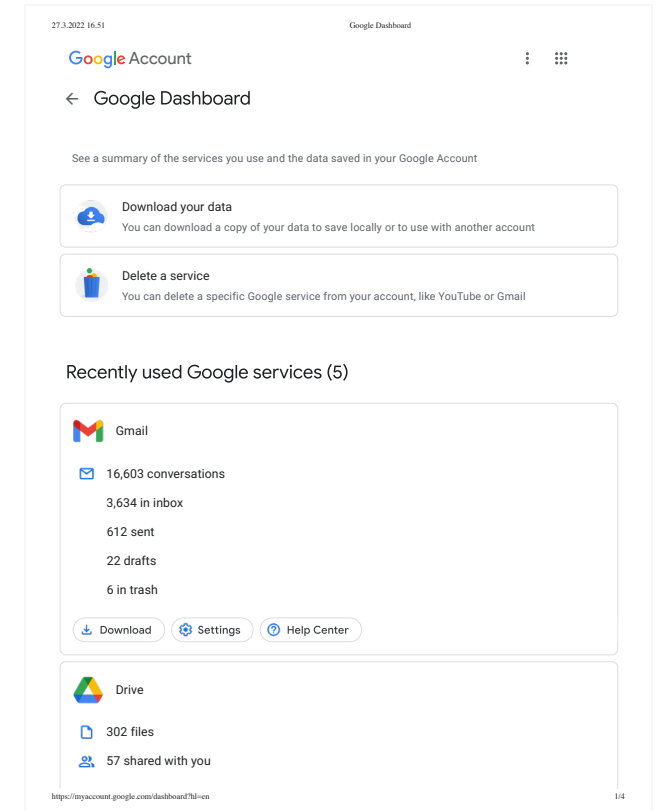
Google

Nettisivu osoite: <https://myaccount.google.com/dashboard?hl=en>

Google Account -sivusto on Googlen palveluiden kokoamispaikka. Accountin avulla käyttäjät näkevät kaikkien käyttämiensä Google -palveluiden yhteenvedon sekä ajankohtaisia muistutuksia palveluista. Accountin dashboard on hyvin suoraviivainen ja antaa käyttäjälle selkeästi sekä nopeasti informaation. Tiedot on esitetty myös hyvin visuaalisesti, mikä helpottaa ymmärtämistä. Eri palvelut on myös jaettu omiin kategorioihin, joten on helppo nähdä, mikä tieto kuuluu mihinkin palveluun.

Valitsin Google Accountin benchmarking -kohteeksi, koska siinä kerrotaan juuri tarpeeksi informaatiota sen palveluista. Tämä ominaisuus on tärkeä ottaa huomioon myös DataHubin dashboardilla, koska siitä halutaan yhtä suoraviivainen ja selkeä. Sivun osiot on myös linkitetty suoraan siihen palveluun, mistä Account jakaa tietoa. Vastaavan oikotie -ominaisuuden mukaisesti haluttiin myös dashboardilta luoda polkuja muualle palveluun.

Kuva 20 Google Analytics dashboardin aloitus (Google Account 2022a.)



Kuva 21 Google Analytics dashboardin sivun loppuosaa (Google Account 2022b.)

Peppi.lab

Nettisivu osoite: <https://opiskelija.peppi.lab.fi/group/pakki>

Peppi on sivusto, joka on käytössä yliopistoilla, ammattikorkeakouluilla ja myös toisen asteen oppilaitoksilla. Se koostaa opiskelijan tiedot yhdelle sivustolle. Sisäänkirjaututtua avautuu selkeä ja hyvin perinteisennäköinen dashboard. Pepin dashboardilla opiskelija voi löytää erilaisia ominaisuuksia, minkä avulla saa lisätietoja opintojen etenemisestä sekä näkee ajankohtaisia uutisia liittyen kouluun tai palveluun. Sivuston dashboard on jaettu seuraaviin neljään osioon:

- Opiskeluvoikeuden tiedot, joista voi nähdä opintojen omat tiedot sekä opintojen etenemisen.
- Tavoiteseurannan, josta näkee koko opintojen aikaisen taulukon, miten opinnot ovat edenneet.
- Ajankohtaiset -osion, josta voi seurata sivuston ajankohtaisia uutisia sekä tiedotteita.
- Sivuston alapuolella löytyy vielä lopuksi kootusti opiskelijan työpöydällä olevat linkit sekä oikotiet sivustolla.

Valitsin Peppi.lab -sivuston benchmarking -kohteeksi, koska Pepissä on koottu juuri sopivalla tavalla käyttäjän kaikki tarpeelliset tiedot. Sivustolla löytyy monia oikotie -mahdollisuuksia, kuten Google Accountissa, joita haluttiin myös ottaa huomioon dashboardin suunnittelussa. Peppi on myös koottu hyvin rakentavasti ja siinä dataa tukevat visuaaliset elementit. Vastaavaa suunnittelua haluttiin tuoda myös DataHubin dashboardille. Ajankohtaiset -alue on myös hyvin koostettu ja informoi käyttäjää juuri tarpeeksi.

The screenshot displays the Peppi.lab student dashboard. At the top, there is a navigation bar with icons for 'ETUSIVU', 'OMAT TIEDOT', 'OPINTONI', 'KALENTERI', 'ASIONTI PALVELUT', 'SPARK', 'OPINTOHAKU', 'PIKALINKIT', and 'OHJEET'. The user is identified as 'Lilli Koskinen'.

The main content area is divided into several sections:

- Opiskeluvoikeuden tiedot:** Shows a progress indicator for 240 credits (op) with buttons for 'HIDPS', 'Opiskeluvoikeuden tiedot', and 'Opintusuorituksesi'.
- Tavoiteseuranta:** A bar chart showing progress from November 2019 to September 2022. The legend includes 'Suoritellut' (Completed), 'Ilmoittautumiset' (Registrations), 'Oma tavoite' (Personal goal), and 'Koulun tavoite' (School goal).
- Ajankohtaiset:** A news section with a 'KÄYTTÖKATKO PEPISSÄ' (Peppi outage) notice and a 'ILMOITTAUTUMINEN OPINTOJAKSOILLE' (Registration for courses) section for the winter 2022 semester, listing dates and times for various courses.
- Anna palautetta:** A section for providing feedback, with a button 'NÄYTÄ KAIKKI OPINTOPALAUTTEET' and a status 'Ei aktiivisia kyselyitä'.

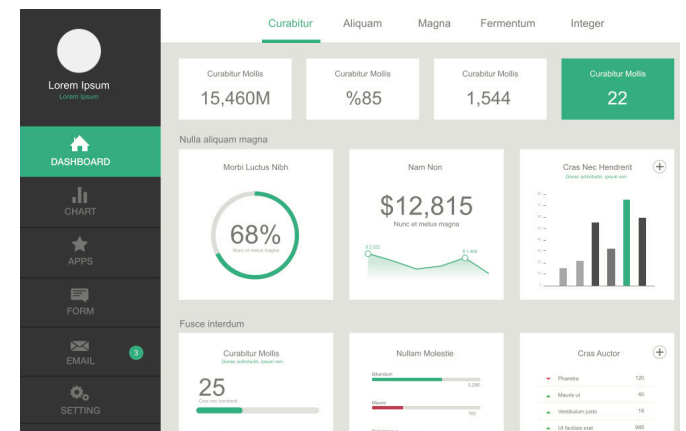
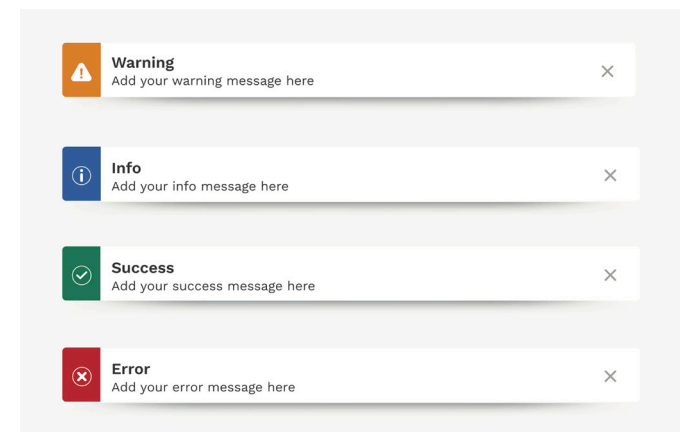
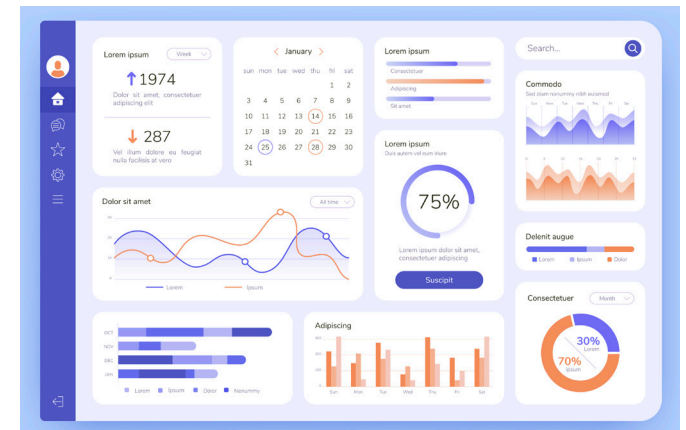
At the bottom, there is a 'Opiskelijan työpöytä' (Student desktop) section with icons for 'Opetustarjontahaku', 'TimeEdit', 'Moodle', 'ATOMI', 'eLAB', 'OS65', and 'Exam'.

Kuva 22 Peppi.lab opiskelijan etusivu (Peppi.lab 2022.)

Shutterstock

Nettisivu osoite: <https://www.shutterstock.com/>

Shutterstock on verkkosivusto, joka tarjoaa visuaalisia ideoita sekä sisältöä. Shutterstockin kautta etsin dashboardiin visuaalista inspiraatiota, miten muut suunnittelijat olivat ratkaisseet dashboardilla löytyvien elementtien visuaalisuuden haasteita. Sain monia hyviä ideoita tulevaan suunnitteluun. Valitsemieni kuvien perusteella niiden dashboard -sivujen suunnittelussa oli käytetty samanlaisia ideoita ja ne olivat hyvin selkeitä sekä yksinkertaisia, jotta jopa suuri tietomäärä sivulla pysyy helppolukuisena. Suurin anti näistä olikin pitää dashboard selkeänä ja yksinkertaisena. Dashboardin pitäisi antaa uudistuksen myötä enemmän käyttäjälle sekä helpottaa hänen työtään palvelussa.



Kuva 23 Kuvakokoelma Shutterstock -sivustolta (Shutterstock 2022.)

4.3 HAHMOTELMAT JA LUONNOKSET

Visuaalisen tunnistuksen etuna on, että se on nopea sekä luotettava tapa osoittaa käyttäjille, missä he ovat sivustolla. Esimerkiksi yksi tunnetuimmista käyttöliittymän suunnittelusäännöistä on se, että kaikkien sivuston sivujen tulisi noudattaa samaa visuaalista tyyliä, jotta käyttäjät voivat helposti tunnistaa siirtymiset sivustojen välillä. (Johnson 2014, 128.)

Hahmotelmien sekä luonnosten avulla voidaan luoda helposti ja nopeasti yksinkertaisia kuvia, joita palvelu tai tuote tarvitsee, sekä miltä se voisi näyttää.

Koska dashboard suunniteltiin jo valmiina löytyvään palveluun, täytyi suunnitelmat luoda jo valmiina löytyvän ilmeen perusteella. Työssä ei paljon visuaalista vapautta voinut käyttää. DataHub on graafiselta ilmeeltään värikäs, ja huomiota herättää sen pääväri, joka on kirkas pinkki.

Tehosteina voi käyttää vaalean sinistä, vihreää sekä oranssia. Palvelun väreistä löytyy myös harmaan perussävyt sekä valkoinen ja musta. Näiden värien avulla voi uudistettua dashboardia värittää.

Fonttina DataHubissa käytetään Avenir -fonttiperhettä. Koska tämäkin oli jo valmiiksi mietitty, oli helppo keskittyä suunnittelemaan itse dashboardia.

Tärkeimmät ominaisuudet dashboardilla tulevat kuitenkin olemaan sen toiminnallisuudet sekä käytettävyys. Toisin sanoen miten tämä palvelun uudistettu etusivu todella toimii sekä miten nämä uudet asiat helpottavat kuratointia.

Benchmarking helpotti suunnittelutyön aloitusta. Sen avulla sai lisätietoja, miten dashboard kannattaisi toteuttaa. Tietenkään kaikkea dataa ei voinut sovittaa yhteen benchmarkingin löydöksiensä kanssa, sillä DataHubin dashboard on hieman erilainen kuin yleisesti käytössä olevat dashboardit. DataHubissa ei tulisi olemaan juurikaan tilastoja näyttävää dataa, vaan esimerkiksi toimintoja, joiden avulla voi nähdä tietoja kuratointiin liittyen ja päästä myös oikaisemaan palvelun sisällä.



Kuva 24 Paperille luonnosteltuja hahmotelmia (Kuva: Lilli Koskinen.)

Otsikko ja esittelyteksti

Tervetuloa DataHubiin!
"DataHubin avulla rohkaiset paikallisia yrityksiä osallistumaan ja tuet heitä heidän matkallaan." uusi teksti

Notifikaatiot

Tuotteet jotka vaativat toimenpiteitä (lukumäärä):

- Nimi
- Alue
- Tuotetyyppi
- Tuotteen tila: Uusi, Odottaa päivitystä, Päivitetty, Julkaistu
- Aika: Kuinka kauan ollut tilassa

Tuotteidenkuratointi -ohjeistus

Uusi
Odottaa päivitystä
Päivitetty
Julkaistu

Luvut

Tällä viikolla / Tässä kuussa / Vuodessa

- x uutta tuotetta kuratoinnissa
- x julkaistua tuotetta

Uutiset

Visit Finlandin tuottamaa ajankohtaista sisältöä

- Päivämäärä
- Otsikko
- Lyhyt teksti

Yritystaulukko

- Yrityksen nimi
- Kaupunki / Kunta
- Sähköposti
- Numero
- Tuotteiden määrä
- Liittymispäivämäärä

Koska dashboardin käyttäjäryhmä on todella erityistä, ja toimeksiantaja tiesi, mitä kuraattorin dashboardilla tulisi olla, niin suunnittelu oli helppo aloittaa tästä. Edellä mainitusta johtuen käyttäjiä ei vielä tässä vaiheessa tarvinnut haastatella asiaan liittyen.

Aloitin työn tutkimalla, mitä Visit Finland haluaa dashboardilla olevan. Dashboardin sisältönä toivottiin löytyvän seuraavat: otsikko ja esittelyteksti, tuotteiden kuratointi -ohjeistus, DataHub -uutiset -osio, notifikaatioita sekä lukuja DataHubista.

Otsikko ja esittelyteksti toivottavat käyttäjän tervetulleeksi palveluun. Se oli tärkeää pitää sivustolla. Otsikko ja esittelyteksti olivat jo valmiina vanhassa dashboardissa, joten niiden sisältöä tarvitsi vain hieman tiivistää, sillä ne olivat jo tarpeeksi informatiivisia.

Kuratointiohjeistus oli valmiiksi myös jo hyvä, eikä sitä haluttu lähteä muuttamaan. Siinä kerrotaan käyttäjälle kaikki tarpeellinen tieto vaiheistetusti, miten hän voi tehdä kuratointia palvelussa. Tässä muutin hieman vain sen visuaalista ilmettä sopivaksi uudistettuun dashboardiin.

DataHub -uutiset -osio olisi aivan uusi ominaisuus palvelussa. Uutiset -osiossa löytyisi Visit Finlandin tuottamaa ajankohtaista sisältöä ja käyttäjä voisi nähdä tuoreimpia uutisia DataHubista. Osioista toivottiin löytyvän uutisen päivämäärä, otsikko sekä lyhyt teksti. Toiminnallisuutena palvelussa olisi mahdollisuus laajentaa uutinen näyttämään enemmän sisältöä.

Tuotteidenkuratointi -ohjeistus

Uusi
Odottaa päivitystä
Päivitetty
Julkaistu

Tuotteidenkuratointi -ohjeistus

- Näet yrityksen julkaisemat tuotteet Kurattorityylissä Uusi
- Voit halutessasi pyytää tuotteen lisäystä yritystä selkämääräisellä tiedotusvälikkeen muutoksi korthin yläreunassa napista "Näytä kommentit"
- Tuote jää odottamaan yrityksen päivitystä Odottaa päivitystä
- Kun tuote on muutettu Päivitetty muutospyyntöjen mukaisesti, voit hyväksyä sen julkaistavaksi eri kanavissa Julkaistu
- Yritykset voivat hyväksynnän jälkeen päivittää tuotetietojen, jolloin muutetut tuotteet näkyvät tilassa Uusi Päivitetty

Uutiset

Visit Finlandin tuottanut

- Päivämäärä
- Otsikko
- Lyhyt teksti, joka laa
- Modaali (näytön kok

KYSYMYKS:
Kuinka laajoja uutiset
Kuinka paljon niitä on
Voisiko suodattaa jos
Millaaisia suodattimia v
Voisiko etusivulla scre

Notifikaatiot

Tuotteet jotka vaativat toimenpiteitä (lukumäärä):

- Nimi
- Alue
- Tuotetyyppi
- Tuotteen tila: Uusi, Odottaa päivitystä, Päivitetty, Julkaistu
- Aika: Kuinka kauan ollut tilassa

KYSYMYKS:
Tuleeko vanhin notifikaatio ensin vai uusimmat?
vanhin ensin

Luvut

Tällä viikolla / Tässä kuussa / V

- x uutta tuotetta kuratoinnissa
- x julkaistua tuotetta

KYSYMYKS:
Kuinka suuria lukuja voi olla x

Suodata on uusia ilmoituksia tilassa: Uusi

Uusi: 25.9.2021

Car rental Kesäkuu

10 Kutsu

Rental service

Uusi: 9.9.2021

Car rental Tampere

10 Kutsu

Rental service

Tällä viikolla: Tässä kuussa: Vuodessa

Uusi tuotetta k...
Julkaistua tuotetta

Uusi tuotetta k...
Julkaistua tuotetta

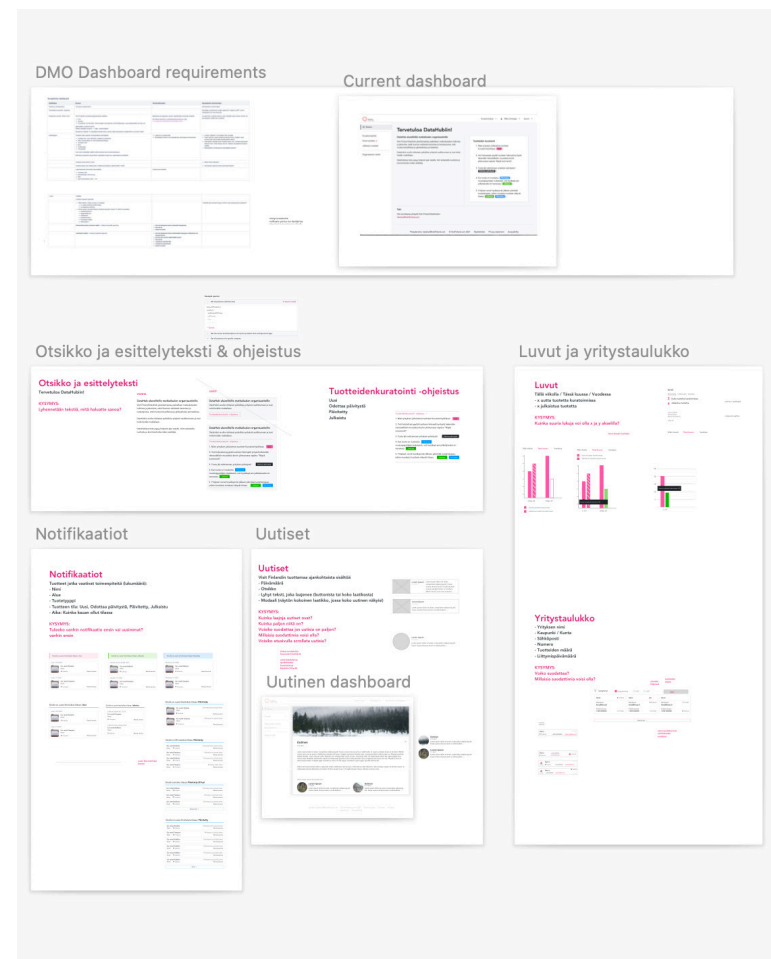
1-7-9

Notifikaatiot -osiossa käyttäjät saivat tiedon heille tärkeistä kohteista, jotka liittyisivät kuratointiin. Osiossa suunniteltiin olevan notifikaatio, jossa tuotteet vaatisivat toimenpiteitä. Notifikaatio sisältäisi lukumäärän tuotteista, nimen, alueen, tuotteen tuotetyypin, tuotteen tilan sekä ajan, kuinka kauan tuote on tarvinnut käyttäjän huomiota. Toiminnallisuutena olisi linkitys tuotekortille, jolta notifikaatio tuli. Se poistuisi, kun käyttäjä käy tekemässä toimenpiteen tuotteelle.

Dashboardilla toivottiin vielä nähtävän osio, jossa esiteltäisiin käyttäjän alueen lukuja. Tämän avulla käyttäjä saisi hieman lisätietoa alueestaan. Osiossa toivottiin löytyvän interaktiivinen alue, jossa voisi valita, mitä ajankohtaa haluaa katsastaa. Näissä näytettäisiin, miten monta uutista tuotetta olisi kuratoinnissa sekä miten monta julkaistua tuotetta olisi tullut kyseisellä viikolla, kyseisessä kuussa tai vuoden aikana.

Benchmarkingista saatujen ideoiden avulla sisällön ryhmittymistä sekä sisältöä sivustolla oli helppo miettiä.

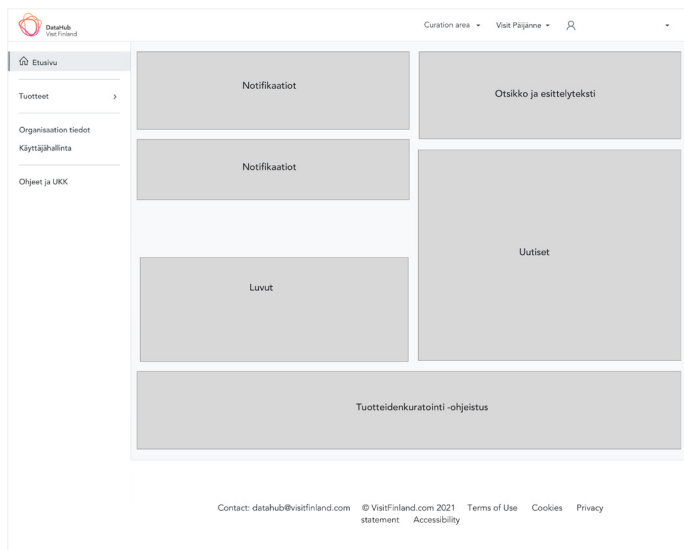
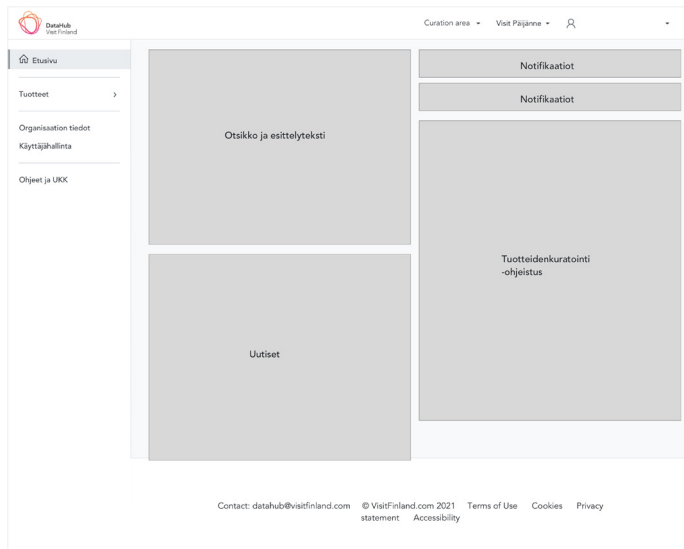
Ensimmäisten luonnostelujen sekä pohdintojen jälkeen lisättiin vielä yritystaulukko -osio, jossa käyttäjä voisi nähdä vielä tarkemmin alueensa yritykset ja niiden tiedot. Tällainen ominaisuus olisi myös aivan uusi sivustolla ja sen nähtiinkin tuovan lisäarvoa kuraattorille, mitkä yritykset ovat jo liittyneet DataHubiin. Liittyneitä yrityksiä voisi myös kontaktoida osion kautta. Osiossa toivottiinkin löytyvän yrityksen nimi, kaupunki tai kunta, sähköposti, puhelinnumero, tuotteiden määrä DataHubissa ja liittymispäivämäärä.



Kuva 27 Sketch -ohjelmalla luotuja hahmotelmia (Koskinen 2021.)

4.4 RAUTALANKAMAALLI

Kuva 28 Rautalankamalli dashboardista 1 (Koskinen 2021.)



Kuva 29 Rautalankamalli dashboardista 2 (Koskinen 2021.)

Vuorovaikutteinen rautalankamalli on menetelmä, jolla luodaan tuotteen rakenne ja kulku, jotta suunnittelijat voivat kehittää mahdollisia suunnitteluratkaisuja. Nämä hahmotelmat heijastavat käyttäjien ja yritysten tarpeita. Suunnittelijat käyttävät rautalankamalleja palveluiden tai tuotteiden prototyyppien kehittämiseen. Rautalankamallien tarkoituksena on näyttää, miten kokeelliset ratkaisut voisivat toimia käyttäjille ja miltä palvelu tai tuote näyttäisi sekä tuntuisi. (Interaction Design Foundation 2022 b.)

Rautalankamalleista tulee yksityiskohtaisempia, kun niitä tarkennetaan ja työstetään eteenpäin. Ensimmäisissä versioissa käytetään todennäköisesti vain mustavalkoisia ääriviivoja ja muotoja, jotka antavat viitteitä siitä, missä sivuston sisältö näkyy ruudulla. Näiden rautalankamallien avulla voi saada kattavan yleiskuvan koko sivustosta tai sovelluksesta. (Hamm 2014, 32.)

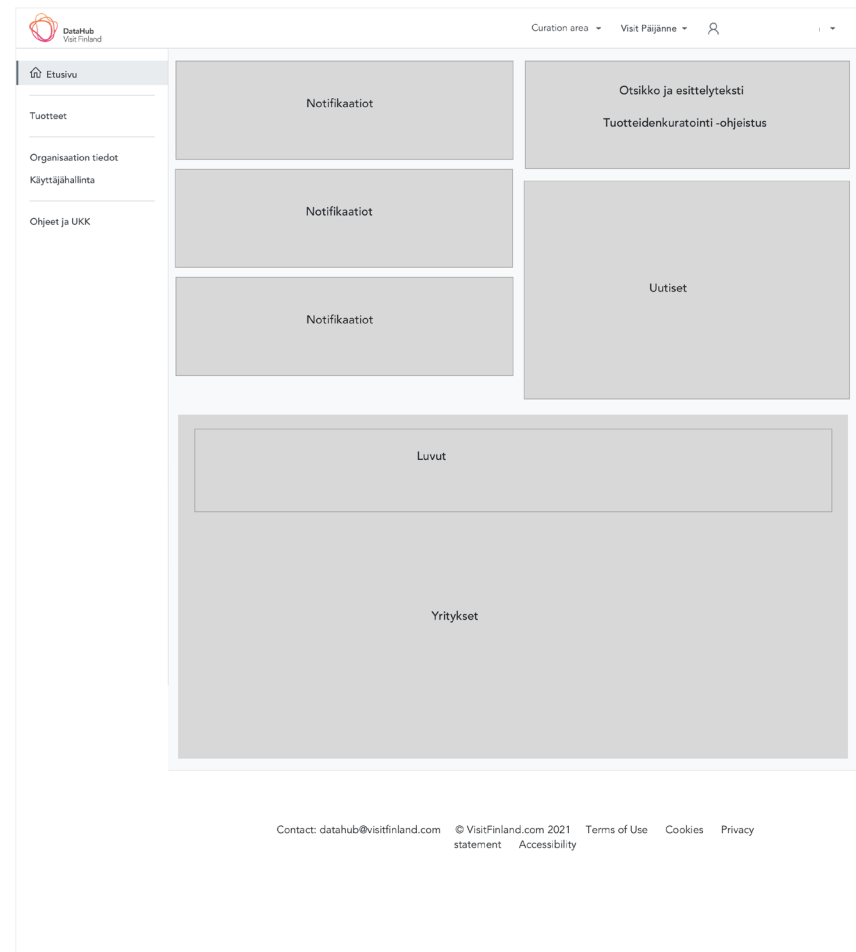
Aloitin virallisesti suunnittelun luomalla yksinkertaisia rautalankamalleja uudistetusta dashboardista. Mallien avulla pystyin hahmottamaan dashboardin sisällön asettelua ja sitä, miltä dashboard tulisi näyttämään. Mallien rakentaminen oli sujuvaa hahmotelmien sekä luonnosten luomisen jälkeen, koska sisältö oli valmiiksi mietittynä ja siihen perustuen sai helposti luotua alueita osioille.

Vieressä olevien kuvien avulla voi nähdä, minkä näköiseltä dashboard tulisi näyttämään ensimmäisten rautalankamallien perusteella. Dashboardilla tulisi kuvan mukaan olemaan hierarkiajärjestys eli tärkeimmät tiedot löytyisivät ensimmäisenä sivustolla ja ne osiot, joilla ei ole samaa arvoa tulisivat olemaan hieman alempana sivustolla. Jaoin myös sisällöt sen perusteella, mikä vaikuttaa eniten käyttäjään. Sivuston vasemmalla puolella tulisivat olemaan kuratoinnissa käytetyt osiot ja oikealla enemmän yleisesti DataHubiin liittyvät osiot.

Ensimmäisenä sivustolla herättäisi käyttäjän huomion notifikaatiot sivuston vasemmassa yläkulmassa. Notifikaatiot ovat sivuston tärkeimpiä ominaisuuksia sen toiminnallisuuden perusteella, ja ne ohjaavat käyttäjän huomiota tarvitsevien tuotteiden luokse. Notifikaatioiden alta käyttäjä näkisi alueensa lukuja.

Sivuston oikeaan ylälaitaan sijoittuisi otsikko ja esittelyteksti. Nämä toivottavat käyttäjän tervetulleeksi ja kertovat, mitä sivustolla voi tehdä. Otsikon ja esittelytekstin alla olisivat uutiset. Ne tarvitsevat hieman tilaa sisällön perusteella, joten sijoitus tähän kohtaan olisi hyvä. Alimmaisena löytyisivät vielä kuratointiohjeet, sillä näitä kuraattorit eivät välttämättä tarvitse jokapäiväisessä työskentelyssä.

Yritystaulukon suunnitelmiin lisäämisen jälkeen muutin hieman malleja huomioimaan, miten taulukko tulisi asettumaan sivustolla. Dashboardit ovat yleisesti hyvin tiiviitä ja näyttävät vain tarpeellisen tiedon käyttäjälle. Tämän takia sivuston sisältö haluttiin pitää mahdollisimman tiiviinä, joten yritystaulukon lisäämisen jälkeen sisältöjä tiivistettiin ja yhdisteltiin. Tämän jälkeen uudet osiot ovat oikealla olevan kuvan 30 mukaisesti siten, että vasemmalla ovat notifikaatiot ja oikealla puolella ovat otsikko ja esittelyteksti sekä kuratointiohjeet. Tämän osion alta löytyy edelleen uutiset -osio. Lukujen osioon yhdistettiin yritystaulukko siten, että luvut sijoittuisivat tämän osion yläpäähän ja sen alla näytettäisiin yritystaulukko. Asiakas oli tyytyväinen, miltä dashboard tulisi näyttämään uudistuksen jälkeen rautalankamallien perusteella.



Kuva 30 Lopullinen rautalankamalli, jonka pohjalta lähdettiin luomaan dashboardia (Koskinen 2021.)

DataHub
Visit Finland

Curation area | Visit Päijänne

Etusivu

- Tuotteet
- Organisaation tiedot
- Käyttäjähallinta
- Ohjeet ja UKK

Sinulla on tuotteita tilassa:

Uusi 1 kpl

- Car rental Kokkola
Hertz
Kokkola
Rental service
Päivitetty kolme päivää sitten

Julkaistu & Päivitetty 20 kpl [Näytä lisää >](#)

- Car rental Kokkola
Hertz
Kokkola
Rental service
Päivitetty kolme päivää sitten
- Car rental Tampere
Hertz
Tampere
Rental service
Päivitetty viisi päivää sitten
- Car rental Kokkola
Hertz
Kokkola
Rental service
Päivitetty kuusi päivää sitten

Päivitetty 2 kpl

- Car rental Kokkola
Hertz
Kokkola
Rental service
Päivitetty kolme päivää sitten
- Car rental Kokkola
Hertz
Kokkola
Rental service
Päivitetty kolme päivää sitten

Tervetuloa DataHubiin!

DataHubin avulla rohkaiset paikallisia yrityksiä osallistumaan ja tuet heitä heidän matkallaan.

[Tuotteidenkuratointi -ohjeistus >](#)

Ajankohtaista

- Lorem Ipsum
27.9.2021
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Fusce viverra rhoncus enim in sollicitudin...
UUSI [Lue lisää >](#)
- Lorem Ipsum
27.9.2021
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Fusce viverra rhoncus enim in sollicitudin...
UUSI [Lue lisää >](#)
- Lorem Ipsum
27.9.2021
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Fusce viverra rhoncus enim in sollicitudin...
[Lue lisää >](#)
- Lorem Ipsum
27.9.2021
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Fusce viverra rhoncus enim in sollicitudin...
[Lue lisää >](#)
- Lorem Ipsum

Visit Päijänne
Näe maakuntasi tarkempia lukuja [📄](#)

Alueellasi on **32** yritystä

Alueellasi on **146** tuotetta

Oman alueesi yritykset

Viimeksi liittyneet [-](#)

Etsi yritys [🔍](#)

Hertz Kokkola Sähköposti hertz@hertz.fi Puhelinnumero +358 000000 27.9.2021 20 Tuotetta	Hertz Kokkola Sähköposti hertz@hertz.fi Puhelinnumero +358 000000 27.9.2021 20 Tuotetta	Hertz Kokkola Sähköposti hertz@hertz.fi Puhelinnumero +358 000000 27.9.2021 20 Tuotetta	Hertz Kokkola Sähköposti hertz@hertz.fi Puhelinnumero +358 000000 27.9.2021 20 Tuotetta
---	---	---	---

[Näytä lisää](#)

Kuva 31 Rautalankamallien jälkeen syntynyt ensimmäinen versio dashboardista (Koskinen 2021.)

Rautalankamallien perusteella loin jokaiseen osioon omat hahmotelmat ja suunnitelmat erikseen enkä suoraan tiedostoon. Koin, että suunnittelua helpottaa osioiden jakaminen omiin kokonaisuuksiin ja sitten vasta yhdistämällä ne samaan tiedostoon. Huomioin vielä jokaisen osion vaatimukset ja toiveet sekä toiminnallisuudet. Hyvän taustatyön perusteella osioiden suunnittelua ja ideointia visuaalisuudesta oli helppoa lähteä miettimään.

Osioiden tietoja erottelin värien ja erilaisten visuaalisten ratkaisujen perusteella. Notifikaatioita tuli kolme palvelun kuraattorin puolen työtilan tilojen mukaisesti. Erottelin nämä alueet toisistaan värien perusteella, jotta käyttäjän olisi helppo muistaa alue ja navigoida suoraan siihen. Kun jokaisen osion suunnitelmat olivat valmiina, yhdistin ne samalle tiedostolle koostaen uudistettua dashboardia. Osioiden asetteleminen sekä sommittelu vei hetken aikaa, jotta ne saataisiin sopimaan yhteen käytettäväksi. Esimerkiksi uutiset -osio muuttui kokonaan johtuen siitä, miten se tuli sopimaan alueeseen, johon se suunniteltiin. Aluksi osiossa uutisen oli mietitty avautuvan erikseen modaaliin keskelle ruutua, jotta koko uutinen näkyisi paremmin. Asiakkaalta tuli muutos tähän, sillä tekstit eivät olisikaan kovinkaan pitkiä, joten toiveeseen luotiin ratkaisu. Uutiset -osio vaihtuikin "kommentti" -kentiksi, joista käyttäjä näkisi nopeasti ajankohtaiset uutiset.

Kuva 32 Dashboardin versio 1 (Koskinen 2021.)

Isoja muutoksia syntyi myös tässä vaiheessa, kun päätettiin, että otsikosta ja esittelytekstistä sekä kuratointiohjeista luovuttaisiin kokonaan sivustolla. Otsikkoa ja esittelytekstiä ei koettu enää ajankohtaiseksi ja niiden osion tilan voisi käyttää paremmin. Samoin kuratointiohjeet tultaisiin siirtämään toisen uudistuksen myötä omalle sivulle palvelussa.

Pienet asiat osioiden ulkoasussa muuttuivat suunnittelun edetessä, kun haluttiin lisätä tai poistaa tiettyjä asioita. Esimerkiksi lukujen visuaalinen ilme muuttui pienistä numeroista isoihin huomiota herättäviin. Toiminnallisuus ei juurikaan muuttunut, mutta ilmettä haluttiin yhdistää enemmän olemassa olevan palvelun ilmeeseen. Täten ilme yhtenäistyi, ja sen viimeisin versio sopi erittäin hyvin osioon.

Kun kaikki sivuston osiot saatiin sommiteltua yhteen, tehtiin tästä vielä erilaisia versioita, jotta nähtäisiin, mikä miellyttäisi asiakasta eniten. Erilaisten versioiden miettiminen ja rakentaminen olivat tässä työssä avainasemassa. Niiden avulla saatiin lisää tuoreita ideoita lopulliseen dashboardiin.

Kun lopullinen malli oli hyväksytty ja valmis, haluttiin vielä kokeilla toista täysin erilaista lähestymistapaa suunnitella dashboardia ja tehtiin suunnitelmaversio 2. Tämän takia luotiin vielä yksi täysin erinäköinen malli sivustosta.

Osioiden toiminnallisuudet ja osittain niiden ilmeet säilytettiin, mutta osioiden asetusta sivustolla vaihdettiin. Tätä versiota suunniteltiin yhdessä ohjaajani Iris Tomaszewskin kanssa.

Versio 2 etsi muotoaan hetken aikaa ja sen suunnittelun mukana tuli vielä yksi osio lisää dashboardille. Kuratointien notifiointien lisäksi tuli vielä liittymispyynnöt -alue, jonka avulla käyttäjä voi helposti havaita uusia liittymispyyntöjä oman organisaationsa tilille. Liittymispyyntöjä voi hallita käyttäjähallinnassa, mutta osion toivottiin herättävän käyttäjän huomiota paremmin ja hyväksymään/hylkäämään yritystilille liittymispyynnön lähettäneitä.

Versio 2 valmistuttua asiakkaalle esiteltiin molemmat versiot. Kuvasta 33 näkee, millaiseksi versio 2 lopulta muodostui. Kummastakin versiosta löydettiin hyviä sekä huonoja puolia ja versioita päätettiin katsastaa vielä yhdessä niiden, jotka tulisivat käyttämään palvelua eli kuraattorien, kanssa.

Kuva 33 Dashboardin versio 2 (Koskinen 2021.)

4.5 FOKUS -RYHMÄHAASTATTELU

Laadullisessa tutkimuksessa haastattelut ja fokus -ryhmät ovat hyvin yleisiä menetelmiä saada tietoa ihmisten kokemuksista, mielipiteistä, asenteista ja motiiveista. Fokus -ryhmät ovat ryhmähaastattelujen erityismuotoja, joissa osallistujia kannustetaan vuorovaikutukseen. Osallistujien haastattelemisen sijasta fokus -ryhmän ohjaaja kannustaa keskustelua. (NSW Government, 2021.)

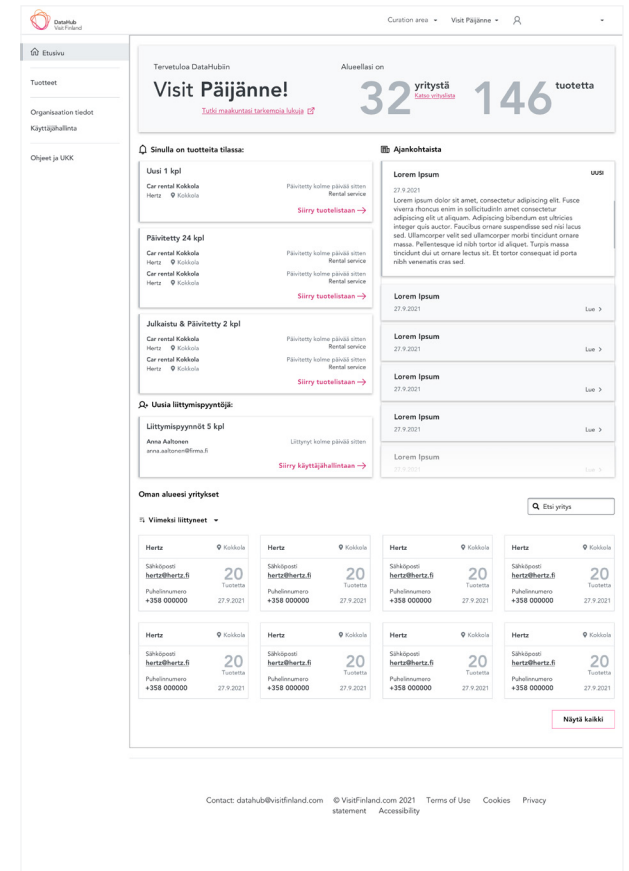
Suunnitelmien ollessa hyvällä mallilla, haluttiin tietää hieman oikeiden käyttäjien mielipiteitä malleihin liittyen. Tarkoituksena oli esittää käyttäjille kaksi versiota, jotka oli kehitelty aikaisemmassa vaiheessa. Nämä versiot esiteltiin fokus -ryhmähaastattelun muodossa. Tällaiseen haastattelumuotoon päädyttiin, sillä kohderyhmä on yhdenmukainen sekä ryhmähaastattelussa voi nousta enemmän ideoita kuraattorien kesken.

Fokus -ryhmähaastattelua varten versiota 1 muokattiin hieman vielä, jotta versioissa olisi samat sisällöt. Siihen lisättiin vielä uusi liittymispyyntö -alue sekä lisäksi lisättiin samanlainen ylätunniste -osio kuin versioon 2 tuli pienien muutoksien myötä. Mallit muutettiin myös mustavalkoisiksi, jotta käyttäjät eivät kiinnittäisi liikaa huomiota dashboardin visuaalisuuteen, vaan keskittyisivät toiminnallisuuksiin, joita eri osiot tarjoavat.

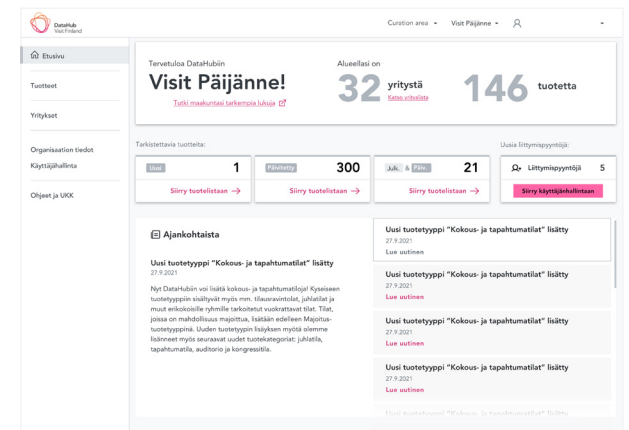
Malleista luotiin interaktiiviset prototyypit, joiden avulla voitiin haastattelussa helposti mukailla palvelua. Interaktiivisuuden takia prototyyppi oli klikattava, joten käyttäjät näkivät, miten oikea dashboard tulisi toimimaan sivustolla.

Versioissa dashboardilla tulisi olemaan neljä kategoriala. Ajankohtaiset -osiosta löytyi uusimmat uutiset sekä tiedotteet. Notifikaatioiden avulla käyttäjät saivat tiedotteita asioista, jotka ovat tärkeitä huomioida. Alueen lukujen kautta voitiin nähdä alueen yritysten sekä kaikkien tuotteiden summa. Yrityslistauksen kautta taas kuraattorit pystyivät näkemään yritykset, jotka kuuluvat hänen kuratointialueelle. Suunnitellessa haastattelua haluttiin saada myös haastateltavien kommentteja, olisiko heillä ajatuksia muusta sisällöstä, jota olisi tärkeä ottaa huomioon dashboardilla. Kuraattoreita suunniteltiin osallistamaan kysymällä, mitä toimintoja he haluaisivat näihin valmiiksi mietittyihin kategorioihin dashboardilla.

Kuva 34 Mustavalkoinen malli versio 1 (Koskinen 2021.)

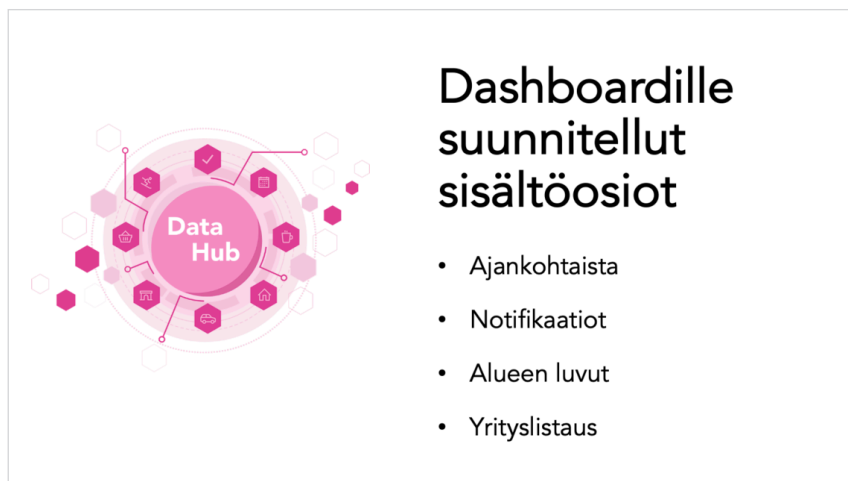


Kuva 35 Mustavalkoinen malli versio 2 (Koskinen 2021.)



Kuraattoreille lähetettiin kutsu fokus -ryhmähaastatteluun. Haastatteluun mahdollisia osallistujia kerättiin HowSpace -yhteisön kautta, jonka Visit Finland on luonut DataHubin kehittämisen avuksi. Yhteisössä on liittyneenä eri puolilla Suomea toimivia alueorganisaatioissa työskenteleviä kuraattoreita. Yhteisö toimii HowSpace -nimisellä sivustolla, jonne on luotu oma kanava DataHubille. Yhteisössä kuraattorit voivat viestiä mielipiteistään tai ongelmistaan DataHubin kehitystiimille. Myös Visit Finland voi kysyä siellä ominaisuuksista tai asioiden toimivuudesta.

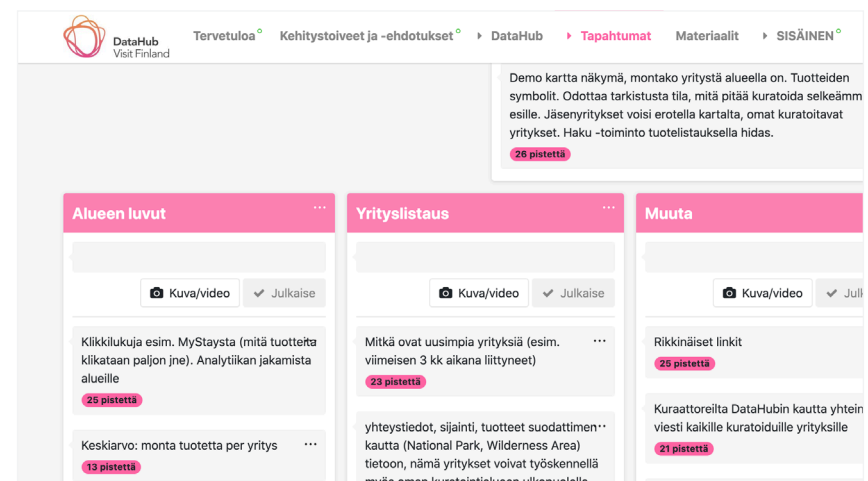
Kutsussa alustimme aihetta, jotta kuraattoreiden olisi helppo varautua aiheen käsittelyyn. Kutsussa kerroimme aiheen liittyvän kirjautuneiden käyttäjien etusivuun eli dashboardiin sekä, että tulisimme katsomaan yhdessä suunnitelmia dashboardista ja arvioidaan niitä sekä mahdollisesti ideoidaan niiden pohjalta uutta. Dashboardilla on tarkoitus näyttää mm. notifikaatioita asioista, jotka vaativat kuraattorilta toimenpiteitä ja Visit Finlandin ajankohtaisia tiedotteita liittyen DataHubiin. Ehdotimme eri aikoja kuraattoreille, joille lähetimme kutsun. 19.10.2021 klo 13:30-15:30 sai eniten ääniä ja se valittiin haastattelun ajankohdaksi.



Kuva 36 Dashboardille suunniteltujen sisältöjen esittely (HowSpace 2021a.)

Tilaisuus oli hyvin rento jo alusta alkaen. Haastattelu suoritettiin etäyhteyksillä HowSpacessa pandemian takia ympäri Suomea osallistuneiden haastateltavien vuoksi. Kuraattorit saapuivat ajallaan etäyhteyksillä, osa kotoaan ja osa työpaikalta käsin. Haastatteluun osallistui seitsemän kuratoijaa ympäri Suomea: Etelä-Suomesta, idästä sekä myös pohjoisesta Lapin seudulta. HowSpace -yhteisöön oli rakennettu valmiiksi tilaisuutta varten oma sivu, jonne kuraattorit pääsivät vasta haastattelun alussa. Kysymyksiä sekä interaktiivisia elementtejä oli luotu valmiiksi ja niiden avulla kuraattorit pystyivät äänestämään ja näin tuomaan mielipiteitään esille.

Virallisesti aloitimme tilaisuuden tervehdyksillä sekä esittelyillä. Fasilitoijina toimi Visit Finlandin puolelta kaksi työntekijää sekä Siilin puolelta myös kaksi eli työni ohjaaja Iris Tomaszewski lisäkseni. Esittelimme itsemme sekä kerroin esittelyni yhteydessä tekeväni opinnäytetyötä aiheesta ja käyttäväni tilaisuuden dataa apuna työssä anonymisti. Tämä sopi haastatteluun osallistuneille.



Kuva 37 Kuvakaappaus fokus-ryhmähaastattelusta (HowSpace 2021b.)

Fasilitoijien esittelyn jälkeen esitimme kuratoijille tilaisuuden aikataulua sekä hieman, miten HowSpace -yhteisön alusta toimii tässä tilaisuudessa. Samalla kerroimme tilaisuuden säännöistä. Halusimme myös tutustua hieman haastatteluun osallistuneisiin kuratoijiin ja pyysimme heitä esittelemään itsensä sekä alueen, jolla he toimivat. Kuratoijien esittelyn jälkeen pidimme lyhyen alkuhaastattelun, jossa halusimme kuulla jokaiselta kuratoijalta kommentin asiaan.

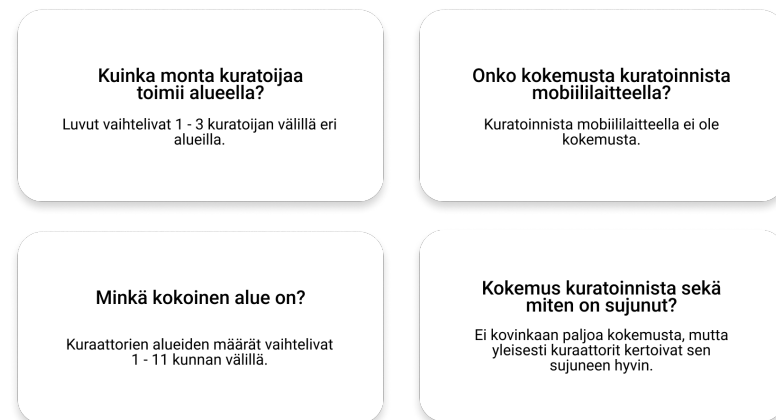
Ensimmäisenä kysyttiin kuratoijan alueen koosta eli esimerkiksi, kuinka monta kuntaa tai yritystä alue pitää sisällään. Kuvio 1 näkee haastateltavien kuratoijien alueiden koot yhteenvetona. Koot vaihtelivat paljon osan ollessa pinta-alaltaan huomattavasti suurempia.

Toisena kysymyksenä haluttiin kuulla kuratoijan kokemuksia kuratoinnista, kuinka paljon kuratoija oli haastatteluun mennessä tehnyt kuratointia alueella, sekä miten se oli sujunut. Kuvion 1 mukaisesti haastatteluun osallistuneilla kuraattoreilla ei vielä juurikaan ollut kokemusta kuratoinnista. Tämä voi johtua siitä, että DataHub oli vielä tuohon aikaan kovinkin tuore, ja matkailuyrittäjiä oli alkanut vasta liittymään sekä tuomaan tuotteitaan DataHubiin.

Haastattelussa kysyttiin myös, kuinka monta kuraattoria toimii alueella, sekä onko samalla alueella muita kuraattoriorganisaatioita, joiden kanssa alue jaetaan? Vieressä olevan kuvion mukaisesti kuratoijat hoitavat alueensa kuratointia joko yksin tai alle 3 henkilön työryhmissä yhtä poikkeusta lukuun ottamatta.

Joillain alueilla oli myös päällekkäisyyksiä muiden organisaatioiden kanssa.

Lopuksi haluttiin kuulla, millä laitteella kuraattorit hoitavat kuratointia. Erityisesti kiinnosti, käyttävätkö kuraattorit mobiililaitetta kuratoinnissa, sekä millainen on sen käyttökokemus. Tämä kysymys oli suunnittelun kannalta erittäin tärkeä, sillä halusimme kuulla itse käyttäjiltä kokemuksia liittyen mobiililaitteella tehtyyn kuratointiin. Kuraattorit eivät olleet käyttäneet tai kokeilleet ollenkaan kuratointia mobiililaitteella. Kuratoinnin vähäisyys mobiililla voi johtua näytön koon pienuudesta, joten sitä on helpompi tehdä tietokoneen ruudun kokoisella näytöllä.



Kuvio 1 Analyysi fokus -ryhmähaastattelusta tulleista alkuhaastattelun kommentista (Kuvio: Lilli Koskinen.)

Alkuhaastattelujen jälkeen siirryttiin itse tilaisuuden aiheeseen eli dashboardiin. Aluksi esiteltiin idea dashboardista suullisesti. Tähän sisältyi dashboardin idea sekä siihen suunnitellut sisältöosiot: ajankohtaiset -osio, notifikaatiot -osio, alueen luvut -osio sekä yrityslistaus. Haastattelussa haluttiin kuulla, mitä mieltä kuraattorit olivat suunnitelluista osioista näkemättä vielä suunnitteluehdotuksia. Kuraattorien ajatukset jokaisesta osiosta koottiin erikseen näkyville HowSpace -alustalle. Kun kaikki ajatukset ja ideat oli saatu koottua, saivat kuraattorit äänestää kirjattujen asioiden tärkeydestä. Pisteytetyt äänestystulokset näkyvät viereisessä kuvassa.

Kun ideat ja kommentit oli saatua kerättyä sekä äänestykset päätökseen, alettiin haastateltaville esittää tilaisuutta varten luotuja prototyyppejä. Aloitin näyttöni jaon ja esittelin ensimmäisenä version 1, joka oli luotu ensimmäisenä. Ensimmäisen version esittelyn jälkeen esitin heti perään version 2, joka oli luotu viimeisimpänä. Molempien esittelyjen jälkeen alustalle jaettiin vielä kuvat molemmista versioista havainnollistamaan sitä, miten versiot eroavat toisistaan. Esittelyjen jälkeen kuratoijia pyydettiin arvioimaan molempia versioita ja kertomaan, kumpi heidän mielestään olisi kuratoinnissa toimivampi versio tulevaisuudessa. Haastateltavilta kysyttiin valmiiksi mietittyjen kysymysten pohjalta tuntemuksia ja kommentteja suunniteltuja dashboardeja koskien.

Ajankohtaiset:

23 pistettä: Uudet kategoriat / uutuudet
20 pistettä: Kokemukset ja kuulumiset, mitä alueilla on tehty; usein kysytyt kysymykset -koonti
19 pistettä: Visit Finlandin tiedotteita
16 pistettä: Tiivis; 15-30 sekuntia aikaa lukea; uusia ominaisuuksia; mitä minun pitää huomioida

Notifikaatiot:

32 pistettä: Suodattaa, mitä tuotteita / yrityksiä on alueella kuratoitavana; nostoja tuotteista, jotka liittyvät kuratoitavalle
26 pistettä: Demo -karttanäkymä, montako yritystä alueella on; tuotteiden symbolit; odottaa tarkistusta tila, mitä pitää kuratoida, selkeämmin esille; jäsenyritykset voisi erotella kartalla omista kuratoitavista yrityksistä; haku -toiminto tuotelistauksella hidas
23 pistettä: Mitä yritykset ovat tehneet tuotteelle -ilmoitus kuraattorille
20 pistettä: Olemassa oleva / muutos -teksti hyvä; helppo nähdä, mitä tuotteelle on tehty
19 pistettä: Ei erillistä notifikaatio -aluetta, mutta tulee erikseen tuotteen kohdalle
15 pistettä: Voisiko olla karttapohjainen; viimeiset 3 kk?

Alueen luvut:

28 pistettä: Yritykset ja tuotteet kategoriittain; tuotteet, jotka ovat tällä hetkellä tai tietynä ajankohtana ostettavissa / saatavilla
27 pistettä: Toivotaan: yritysten määrää, tuotteiden yhteismäärää, esteettömät tuotteet, sertifoidut tuotteet eriteltyinä
25 pistettä: Klikkilukuja esim. MyStaysta (mitä tuotteita klikataan paljon jne.); analytiikan jakamista alueille
13 pistettä: Keskiarvo: miten monta tuotetta per yritys

Yrityslistaus:

23 pistettä: Mitkä ovat uusimpia yrityksiä (esim. viimeisen 3 kk aikana liittyneet)
19 pistettä: Yhteystiedot, sijainti, tuotteet suodattimen kautta (National Park, Wilderness Area) tietoon; nämä yritykset voivat työskennellä myös oman kuratointialueen ulkopuolella
17 pistettä: Miten monta tuotetta per yritys (yhteystiedot, sijainti)

Muuta:

30 pistettä: Missä tuotteet näkyvät (julkaisukanavat) / uudet kanavat (viimeiset kuukauden aikana)
27 pistettä: Kuratointityötila oletuksena auki; dashboardiin voi siirtyä
25 pistettä: Rikkinäiset linkit
23 pistettä: Ohjeistus
21 pistettä: Kuraattoreilta DataHubin kautta yhteinen viesti kaikille kuratoiduille yrityksille

Kuva 38 Äänestystulokset (Kuva: Lilli Koskinen.)

Mitä tulee mieleen?

Tuleeko päivityspakkoa?
Tuleeko notifikaatioita säännöllisesti päivittämisestä?

Uudet yritykset tulisi näkyä korostetusti. Visuaalisesti 2 versio kätevämpi

Yrityslistauksessa taulukko näytti selkeämmältä / helppolukuisem-malta

Mikä konsepteissa hyvää / mikä ei toimi?

Onko yrityslistauksessa yrityksen liittymispvm olennainen tuossa näkyvässä?

Notifikaatiot kirjoitettuna auki - hyvä juttu, ei tarvitse etsiä pinkkejä palluroita

Liittymispyyntö ja lukumäärät notifikaatioissa hyvä, näkee paljonko pitäisi kuratoida. Yrityslista listana (versio 2)

Notifikaatioita ei tarvita ollenkaan (pinkkiä pallura tarpeeksi)
Ajankohtaiset riittää, ei tarvita liittymispyyntöjä tai tuotteiden tiloja

Puhelinnumero tärkeä tieto

Onko toinen selkeästi parempi, miksi?

2 versio visuaalisesti

2 versio "Tykkään tosi paljon"

Yrityslistaus parempi taulukkona

2 versio parempi, yrityslistaus parempi taulukkona

Mitä siellä tulisi olla, joka nyt puuttuu?

Yrityslistaan: milloin yritys on ollut viimeksi aktiivinen

Päivämäärät selkeästi esille yrityslistaan (huomaa kun joku ole ollut aktiivinen)

Power BI raportti - tuotetyyppi-kohtaisesti omiin alueisiin kohdennettuina (näkee alueen omia lukuja)

Yritystiedoissa nettisivutiedot, viimeksi käynyt/päivittänyt

Kuvio 2 Kuraattorien kommentteja dashboardin kahdesta versiosta (Kuvio: Lilli Koskinen.)

Vasemmalla puolella olevassa kuvio 2 on esitelty tämän osion tuloksia ja kommentteja siitä, mitä kuratoijat kertoivat. Ensimmäisenä kysyttiin, mitä kuraattoreille tulee yleisesti mieleen katsellessa versioita? Vastauksena saatiin kommentti yrityslistaan liittyen, version 2 visuaalisuudesta sekä kysymys, tuleeko matkailuyrittäjien tuotteisiin liittyen päivityspakkoa.

Seuraavana kysymyksenä kysyttiin, mikä konsepteissa on hyvää sekä mikä ei toimi niissä? Kuvion mukaisesti tässä kysymyksessä tuli eniten kommentteja kuratoijilta ja hieman eriäviä mielipiteitä löytyi myös. Kommentit liittyivät yrityslistaukseen, notifikaatio -alueen tarpeellisuuteen sekä liittymispyyntö- ja ajankohtaiset -osioon. Yksi kuratoijista mainitsi myös, että puhelinnumero on tärkeä tieto.

Notifikaatio -osion tarpeellisuutta mietittiin yhdessä, sillä palvelun vasemmalle puolelle syntyy pinkki pallo, jos sivulla on jotain huomioitavaa. Joku oli sitä mieltä, että tällaista notifikaatio -osiota ei tarvittaisi ollenkaan, kun nämä pallot ovat jo tarpeeksi informatiiviset. Osan mielestä taas osio on erittäin tarpeellinen, ja sen avulla näkee selkeästi, kuinka paljon on kuratoitavana.

Kiinnostavaa oli, onko kuratoijien mielestä versio 2 selkeästi parempi. Tulokset olivat selkeitä ja yksimielisesti kuraattorit kertoivat version 2 olevan parempi. Perusteluina olivat sen visuaalisuus, selkeys sekä tämän version yritystaulukon paremmuus.

Lopuksi haluttiin vielä kysyä, oliko kuratoijilla ajatuksia jostain, mikä ei vielä ollut mukana versioissa. Kuratoijien kommentit liittyivät pitkälti yrityslistaan sekä yksi kommentti saatiin liittyen alueen lukuihin. Listaan haluttiin mukaan tieto yrityksen aktiivisuudesta päivämäärän muodossa sekä nettisivutiedot. Haastattelun lopuksi keskusteltiin vielä yleisesti DataHub -palveluun liittyen sekä kerrottiin, miten dashboardin kehitys jatkuu.

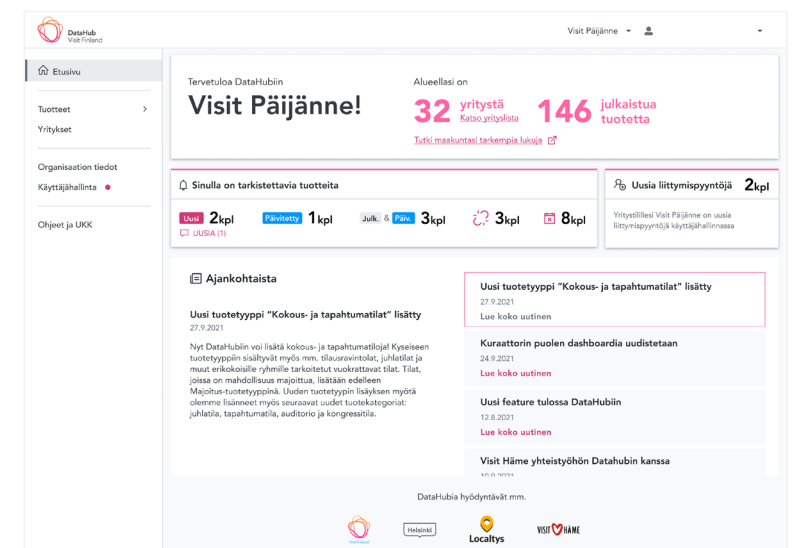
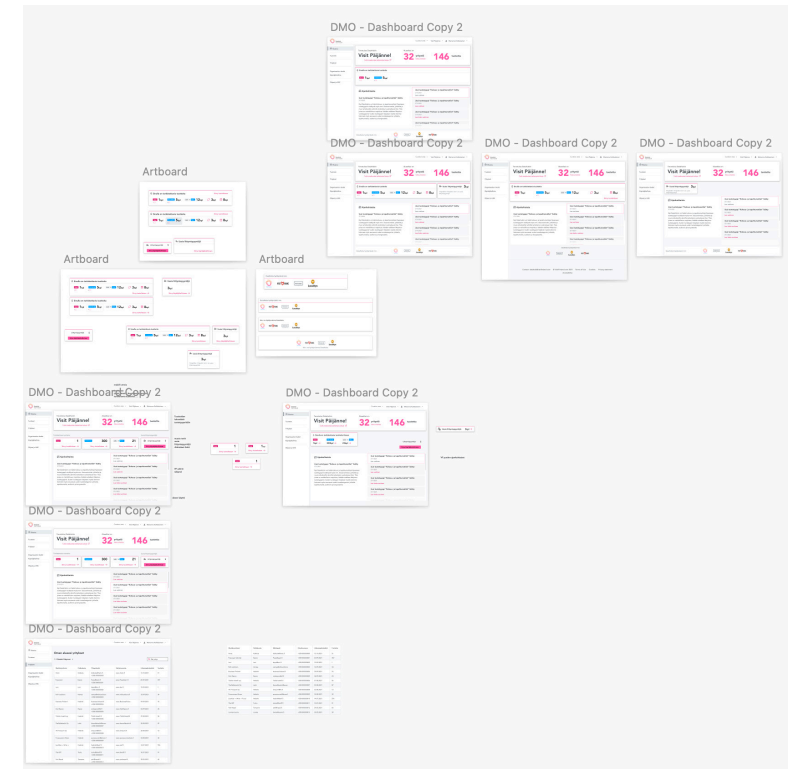
Haastattelun myötä saatujen mielipiteiden ja kommenttien perusteella suunnittelun jatkoon valittiin versio 2. Olin samaa mieltä päätöksestä, sillä koin sen tulevan palvelemaan paremmin kuraattorien tarpeita sekä se oli huomattavasti helpommin ymmärrettävissä kuin versio 1.

Jatkokehitimme versiota 2 muun muassa viimeistelemällä kaikkia osaluokkia ja tekemällä niistä hieman selkeämpiä. Esimerkiksi notifiointiosio pidettiin mukana, vaikka osio herätti eriäviä mielipiteitä kuraattorien keskuudessa. Sen koettiin silti antavan lisäarvoa ja helpottavan kuraattorin työtä luomalla oikotien juuri huomiota tarvitsevien tuotteiden luokse.

Haastattelun ja viimeistelyjen jälkeen aloitettiin mobiiliversion kehittäminen. Google Analyticsin sekä kuraattoreiden kommenttien perusteella mobiilia ei juurikaan käytetä kuratoinnissa, minkä takia tehtiin päätös, että mobiiliversion ei juurikaan tulisi eroamaan desktopin tehdystä suunnitelmasta. Mobiilista tehtäisiin responsiivinen desktopin suunnitelman mukaisesti eli kun näytön koko pienenee tai kasvaa, reagoivat elementit sovitulla tavalla. Tämä toteutuu vasta kehittämisvaiheessa, mutta suunnitelmalla on suuri vaikutus, miten se tulisi toimimaan ja miten elementit käyttäytyvät koon vaihtuessa. Jotta responsiivisuus toteutuisi ja sivusto ei kasvaisi liikaa pystysuunnassa, päädyttiin notifiointiosion aluetta supistamaan pienemmäksi ja ilmestymään vain, jos kuraattorilla olisi yleisesti huomioitavaa kuraattorin työtilassa. Liikaa aikaa ei käytetty elementtien ja osioiden muutoksiin, ja pidimme suunnitelman yhtenäisenä sekä suurimmaksi osaksi samoilla toiminnallisuuksilla kuin desktop -mallissa.

Haastattelun jälkeen lisättiin myös uusi alatunniste -osio, joka löysi paikkansa kaikkien osioiden alapuolelta. Tässä osiossa käyttäjä näkee kaikki Visit Finlandin yhteistyökumppanit, jotka hyödyntävät DataHubista saatua dataa. Eli nämä yhteistyökumppanit voivat julkaista ja mainostaa DataHubista löytyviä tuotteita markkinointikanavillaan. Oli tärkeää saada näiden toimijoiden logot mukaan luomaan läpinäkyvyyttä palvelussa.

Suunnittelun ollessa loppusuoralla loin kaikkien osioiden eri variaatioita sekä tilanteista omat kuvat, jotta dashboardin ollessa valmis kehitettäväksi, olisivat kaikki sen toiminnallisuudet tiedossa. Lopulta dashboardilta löytyisivät osioiden: ylätunniste -osio, notifiointiosio, liittymispyynnöt -osio, ajankohtaiset -osio sekä alatunniste -osio.



Kuva 40 Fokus -ryhmähaastattelun perusteella luotu valmis dashboard (Koskinen 2021.)

4.6 KÄYTETTÄVYYSTESTAUS

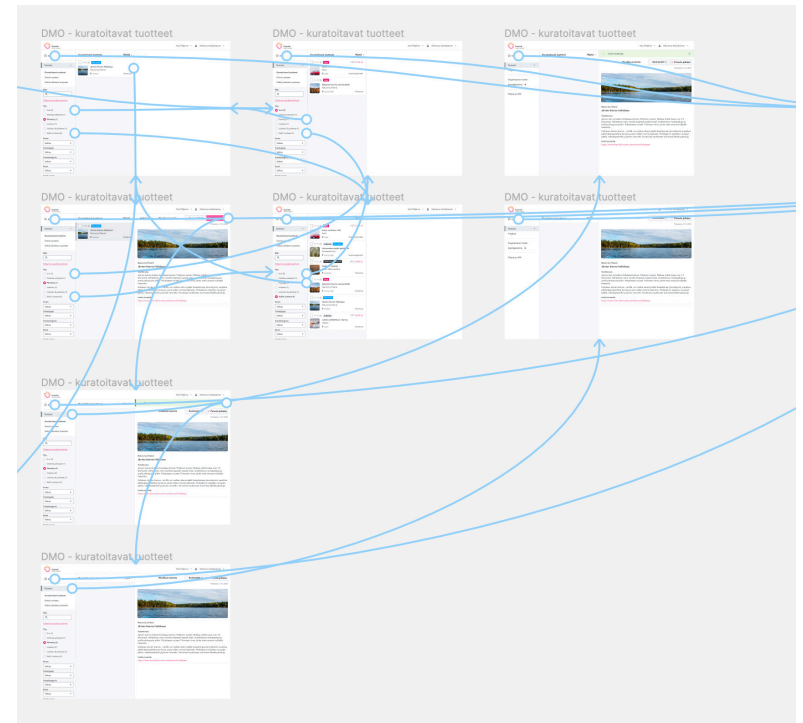
Käytettävyydestestauksen tarkoituksena on määrittää, kuinka helppoa suunnittelua on käyttää tarkkailemalla, miten käyttäjät suorittavat tehtäviä erityyppisten suunnittelujen perusteella. Prosessi toteutetaan tarkkailemalla käyttäjiä heidän suorittaessaan tehtäviä. Käytettävyydestestauksia tehdään yleisesti suunnittelun alusta sen julkaisuun asti. (Interaction Design Foundation d.)

Käyttäjätesteissä palvelun isoimmat ongelmakohdat korostuvat selkeämmin ja asiantuntijat pääsevät paremmin syventymään käyttäjän motiiveihin, tahtotilaan sekä tunnekokemuksiin (Veihtola 2019).

Dashboardin käytettävyyttä ei testattu ennen suunnittelun aloitusta, koska siinä ei ollut juurikaan toiminnallisuuksia ja se sisälsi vain tervehdyksen sekä kuratointiohjeet. Suunnittelun keskivaiheilla dashboardia esiteltiin fokus -ryhmähaastattelussa, jossa käyttäjät saivat kertoa mielipiteitään sekä kysyä senhetkisistä toiminnallisuuksista. Siksi testasimme dashboardia vasta suunnittelun valmistuttua. Jotta työ vastaisi kaikkia käyttäjälähtöisen suunnittelun kriteerejä, oli tarpeen vielä testata lopullista prototyyppiä oikeilla käyttäjillä eli kuraattoreilla.

Käytettävyydestestauksessa testiin osallistuva käyttäjä voi itse mahdollisuuksien mukaan navigoida käyttöliittymän läpi interaktiivisen prototyypin avulla. Päätin luoda interaktiivisen prototyypin Figma-nimisellä ohjelmalla. Figma ei juurikaan eroa Sketchistä, jota käytimme suunnittelussa, mutta Figan mahdollisuudet prototyypin luomisessa sekä prototyypin testaamisessa ovat paljon paremmat oman kokemukseni pohjalta. Siksi päätin siirtää suunnitelman Figmaan ja luoda interaktiivisen prototyypin siellä. Loin testaustilanteeseen tietyn polun, jonka avulla testaajat pääsisivät testaamaan koko dashboardia. Tämä tarkoittaa sitä, että jotkin asiat prototyypissä eivät toimi, sillä prototyyppi ei vastaa täysin oikeaa sivustoa, vaan siihen luodaan erilaisia toiminnallisuksia nappien tai siirtymien avulla.

Siirron sekä prototyypin luomisen aikana loin suunnitelman, mitä haluttiin testata käyttäjillä. Loin myös käsikirjoituksen, aikataulun sekä lyhyen presentaation testauksen alkuun. Siinä lyhyesti haastattelen testaajaa sekä kerron, mitä testauksessa tulee tapahtumaan. Loin testaukseen prototyypin perusteella tehtävän, joka testattavan piti suorittaa kokonaan, jotta päästäisiin loppuun asti. Tehtävä on yksinkertainen, mutta tarpeeksi haastava, sillä tämä olisi testattavan ensikosketus uudella dashboardilla liikkumisessa. Tehtävä käsittäisi kaikki uudistetun dashboardin mukana tulevat osiot sekä toiminnallisuudet.



Kuva 41 Interaktiivisen prototyypin polut (Koskinen 2021.)

Viereisestä kuvasta 42 voidaan nähdä, miten testauksen tehtävä eteni ja millaisia tehtäviä testattava teki käytettävyydestin aikana.

Prototyypin valmistuttua loin testaustilanteeseen kutsun, joka lähetettiin osalle HowSpace -yhteisön jäsenistä. Kutsussa kerrottiin, mitä on käytettävyydestaus ja mihin testaus liittyy sekä mikä on prototyypin tilanne. Kutsussa kerrottiin myös, että testaus olisi osa opinnäytetyötä ja että testauksista saatua dataa käytettäisiin anonyymisti. Kutsun avulla saatiin neljä kiinnostunutta testattavaa, joiden kanssa sovimme sopivat testauspäivät.

Testauksien fasilitoijana toimin itse, mutta Visit Finlandin puolelta oli kaksi mukana kuuntelemassa tilaisuutta. Ensimmäinen testaus oli 11.11.2021, toinen 15.11.2021, kolmas 18.11.2021 ja neljäs 19.11.2021. Kaikki testaukset suoritettiin etäyhteydellä pandemian takia. Testaustilanteet tallennettiin, jotta pystyin palaamaan jälkepäin testaukseen ja kirjaamaan testaajien huomiot sekä mahdolliset virheet.

Jokaiselle testaukselle oli varattu yhteensä tunti aikaa ja siitä itse testille 45 minuuttia. Ensin esittelimme itsemme ja kävimme läpi presentaation, jossa kysyin testattavilta kokemuksia käytettävyydestestauksesta sekä dashboardista. Molemmat aiheena olivat hieman tuntemattomia, joten selitin, miten testauksen prosessi etenisi sekä mitä tulen testaamaan. Lopuksi kerroin myös tilaisuuden ohjeistuksen sekä painotin, että en testaa testattavaa, vaan dashboardia. Pyysin myös testattavaa selittämään hänen kaikki liikkeensä testialustalla, mielipiteet sekä tuntemukset, jotta tietäisimme koko ajan, mitä testattava ajattelee ja kokee. Kerroin myös, että en pyri auttamaan häntä, ellei tulisi joku ulkopuolinen ongelma, koska testauksen ideana on testattavan selviytyminen tehtävästä itsenäisesti.

Tämä pohjautuen tutkimustulokseen, jossa todetaan, että "Ääneen ajattelu" -menetelmän avulla testattava jakaa mielipiteitään ja kokemuksiaan testauksesta vastaavien kanssa, jotta he ymmärtävät, mitä mieltä testattava on palvelusta tai tuotteesta. (Barnum 2011, 201a.)

LÄMMITTELY TEHTÄVÄ

Kerro ensin, mitä näet, miltä sivusto tuntuu sekä mitä luulet kaikkien eri asioiden tarkoittavan ja mitä niistä voisi tapahtua.

NOTIFIKAATIO

Mene kuraattorin työtilaan ja kuratoi siellä sekä julkaise päivitetty tuote. Palaa takaisin dashboardille.

Näytetään tilanne, missä päivitetty tuotteet muuttuvat Okpl

Näkykö dashboardilla jokin eri tavalla kuin äsken?

Tuote poistui, koska tuote kuratoitiin.

Mene kuraattorin työtilassa tarkastelemaan "Uusien" lukemattomia kommentteja. Miten pääset sinne eri tavoilla?

Palaa dashboardille.

UUDET LIITTYMISPYYNNÖT

Tämä on uusi toiminnallisuus. Yritystilillesi voi tulla uusia liittymispyyntöjä esimerkiksi kollegoista, jotka eivät olleet vielä liittyneet yritystilin alle. Yritystilin jäsenenä voit hyväksyä ja poistaa näitä käyttäjähallinnassa.

Hyväksy kollegan Anna Aaltosen liittymispyyntö kuraattoriksi yritystilillenne. Hylkää Raimo Heinosen, yrityksenne ulkopuolisen henkilön, liittymispyyntö. Poista entisen kollegan Jenni Helmisen käyttäjäoikeus listalta.

Palaa dashboardille.

AJANKOHTAISET

Mikä on vanhin uutinen? Lue uusin uutinen.

ALATUNNISTE

Mitä luulet "Datahubin tietoja käyttää" tarkoittavan?

YLÄTUNNISTE

Tarkastele alueesi tuotteita tuotetyypeittäin.

Mene "Yrityslistaukseen" ja etsi sieltä, kuinka monta tuotetta Punavuoren Ahvenella on.

Etsi, mistä voit löytää ohjeet.

Palaa dashboardille

Kuva 42 Käytettävyydestestauksen luotu tehtävä (Kuva: Lilli Koskinen.)

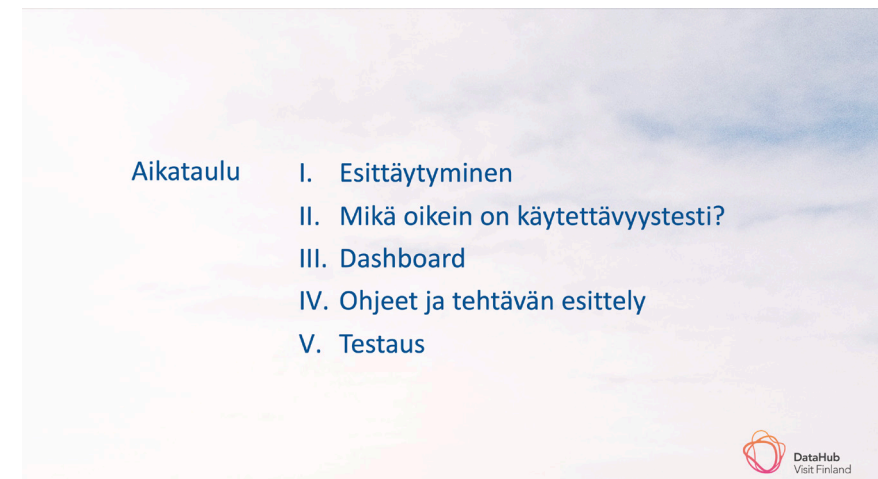
On tärkeää ymmärtää, että testauksessa keskitytään tuotteeseen, ei testin osallistajaan. Testaamme tuotetta, emme sinua, on usein toistettu sanonta. On korostettava, että osallistujan mahdolliset ongelmat ovat hyödyllisiä, kun mietitään, miten tuotetta voidaan parantaa. On hyvä myös selventää, että testauksessa ollaan yhtä lailla kiinnostuneita asioista, jotka toimivat hyvin, että myös varmistaa testattavan ilmaisevan myönteisiä sekä kielteisiä tunteita kokemuksesta. (Barnum 2011, 202b.)

Sitten aloitimme testin. Olin jakanut testattavalle linkin prototyypin ja pyysin häntä vielä jakamaan näytön, jotta näkisimme, mitä näytöllä tapahtuisi. Kaikki testattavat suorittivat tehtävän loppuun asti, mikä oli ilo nähdä. Testauksessa käytetty prototyyppi toimi hyvin.

Ensimmäiseen testiin meni noin 17 minuuttia. Tämä oli selkeästi nopein testaus. Testattava 1 teki yhteensä testin aikana kaksi virhettä, mikä oli verrattuna muihin yläpäässä virheiden osalta, mutta yleisesti ottaen alhainen luku. Testattavalla 2 kului testiin 18 minuuttia ja 30 sekuntia. Hän teki vain yhden virheen. Testattavalta 3 aikaa kului hieman kauemmin itse testin tekoon, 29 minuuttia ja 30 sekuntia. Hän teki vain yhden virheen koko testin aikana. Viimeisenä testattiin Testattava 4, jolla meni 34 minuuttia ja 30 sekuntia testin tekoon. Hän teki myös yhteensä kaksi virhettä. Jaoin testattavien huomiot sekä virheet dashboardilla löytyvien osioiden mukaisesti.

Koska työ tehtiin harjoittelujakson aikana, kuului minulle myös muita kuin opinnäytetyöhön liittyviä tehtäviä hoidettavaksi. Testauksen yhteydessä haluttiin testata myös muita alueita, jotka olivat Travel DataHubissa uusia ominaisuuksia. Testasin siis myös dashboardilta muualle siirrettyä yrityslistausta sekä ohjeita ja ukk-sivua, jonne aluksi mukana ollut kuratointiohjeistus siirrettiin. En käy näitä läpi tässä yhteenvedossa, sillä ne eivät varsinaisesti liity uudistettuun dashboardiin, joka on opinnäytetyön aihe.

Kuva 43 Käytettävyydestä käytetyn presentaation aloitusivu (Koskinen 2021.)



Kuva 44 Käytettävyydestä käytetyn presentaation sisältö (Koskinen 2021.)

Testi

Lämmittelynä testattavien piti kertoa tuntemuksia, miltä uudistettu dashboard näyttää ja tuntuu.

Kaikki testattavat tunnistivat oikein osioita ja kertoivat dashboardin näyttävän selkeältä ja yksinkertaiselta. Ainostaan yhdessä kohdassa kaikilla jäi kysymys ilmaan. Kukaan ei tunnistanut notifiikaatio -alueen sisällä olevan rikkinäisten linkkien sekä erääntyvien tuotteiden symboleja. Nämä ominaisuudet olisivat vasta myöhemmin tulossa kehitykseen ja siksi tuntemattomia. Selitin heille tämän myöhemmin testin loputtua.

Virallisesti testaus aloitettiin notifiikaatio -osiosta, jossa tehtävän mukaisesti testattavien piti ensin navigoida kuraattorin työtilaan ja hoitaa siellä kuratointia. Tässä toiveena oli, että testattavat käyttäisivät dashboardin notifiikaatio -osiota. Puolet ymmärsivät notifiikaatio -osion toiminnallisuuden ja navigoivat sen kautta työtilaan.

Kuratoinnin suoritettua heidän piti palata dashboardille ja kertoa, mikä muuttui siellä. Suurin osa testattavista huomasi notifiikaatioiden luvun muuttuneen kuratoinnin seurauksena, vain yksi ei huomannut tätä muutosta.

Seuraavaksi pyysin testattavia menemään uudestaan työtilaan suorittamaan uusia tehtäviä. Taas puolet navigoivat osion kautta.

Seuraavaksi siirryttiin testaamaan uudet liittymispyynnöt -osiota. Tässä testattavan piti navigoida käyttäjähallintaan ja ensin hyväksyä yksi sekä hylätä toinen uusi liittymispyyntö. Näiden jälkeen piti poistaa entinen käyttäjä listalta. Kaikki testattavat suorittivat osion tehtävät erinomaisesti ja kertoivat tämän olleen selkeää.



testi 1

Kristiinankaupungin elinkeinokeskus
11.11.2021



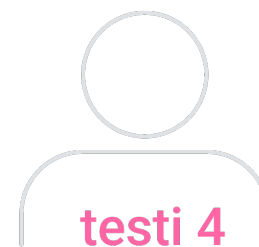
testi 2

Pudasjärvenkehitys
15.11.2021



testi 3

Visit Espoo (Enter Espoo)
18.11.2021



testi 4

Visit Tampere
19.11.2021

Kuva 45 Käytettävyytestauksen osallistajat sekä heidän kuratointialue (Kuva: Lilli Koskinen.)

Ajankohtaiset -osiossa testattavien piti etsiä sekä lukea vanhin uutinen. Tämä aiheutti hieman hankaluuksia osalla testattavista, sillä osa testattavista ei ymmärtänyt esikatselu -alueella sitä, että aluetta pystyi vierittämään ja tuomaan alapuolelta lisää sisältöä esiin. Yksi testattava ajatteli kaksois-klikkauksen avaavan koko uutisen. Myös, kun vanhin uutinen oli saatu auki, ei osa ymmärtänyt sen avautuneen uusimman uutisen tilalle, joka on valmiina auki, kun sisäänkirjautuu. Pienellä vinkillä testattavat ymmärsivät vanhimman koko uutisen avautuneen vasemmalle puolelle esikatselu -alueesta.

Vanhimman uutisen lukemisen jälkeen pyysin testattavia etsimään samalla tavalla uusimman uutisen ja lukemaan sen. Tämän tehtävän suorittaminen sujui hieman paremmin, sillä reitti oli nyt tuttu testattaville. Yksi testattava ei silti saanut vieritettyä aluetta ylös löytääkseen uusimman uutisen, mutta jatkoimme hänen kanssaan tehtävässä eteenpäin.

Alatunniste -osiossa ei tarvinnut juurikaan mitään tehtävää suorittaa, ja testattavalta kysyttiin vain, mitä hän luulee tämän osion tarkoittavan. Kaikki testattavat ymmärsivät osion tarkoituksen.

Viimeisenä testattiin ylätunniste -osio, jossa testattavan piti tarkastella prototyypin keksityn alueen tuotteita tuotetyypeittäin. Tässä eri tuotetyypit tulevat esille, kun painaa osiossa julkaistun tuotteen tekstiä. Tämä oli osalle testattavista epäselvää ja tässä syntyi pari virhetilannetta, kun kaksi testattavista painoivat yrityslistan linkkiä. Autoin heitä palaamaan tilanteeseen ja avustin hieman löytämään oikean taulukon. Jälkeenpäin testattavat kertoivat ymmärtävänsä, miten olisivat löytäneet tuotetyypit.

Notifikaatiot			
VIRHE: Yritti kuraattorin työtilassa tehdä väärän toiminnon	VIRHE: Yritti kuraattorin työtilassa tehdä väärän toiminnon	Ei huomannut Uusi -kohdan kommenttikentän hävinneen	(Ei huomioita)
Uudet liittymispyyntöt			
Ketkä kaikki ovat käyttäjähallinnassa? Ovatko he kaikki kuraattoreita?	Huomasit Uudet liittymispyyntöt notifikaation poistuneen, ei kuitenkaan muistanut missä alue oli	Ei huomannut Uudet liittymispyyntö -notifikaation hävinneen	(Ei huomioita)
Ajankohtaiset			
Oli vaikeuksia ymmärtää osion toiminnallisuutta ja alueen vieritystä. Ei nähnyt heti uutisen vaihtoa vasemmalla puolella.	Ei nähnyt heti uutisen vaihtoa vasemmalla sekä oletuksena auki ollutta uutta uutista. Yritti kaksoisklikata "Lue koko uutinen" osiota. "Odotin, että uutinen aukeaisi muualle. Sähköposteista tuttu esikatselu vasemmalla ja lue oikealla tutumpi.	(Ei huomioita)	VIRHE: Ei ymmärtänyt oikean puolen vieritystä ja ei nähnyt vanhin uutista. Ymmärsi oletuksena auki olevan uutisen olevan uusin uutinen. "Tää ei aukee", ei saanut (väärää) uutista auki. Onnistui vaihtamaan uutisen uusimpaan.
Alatunniste			
Ymmärsi, mitä datan käyttö tarkoittaa.	Linkkejä sivustoille, missä hyödynnetään DataHubia	Ymmärsi, mitä datan käyttö tarkoittaa. "Tuleeko tähän hyperlinkit?"	Ymmärsi, mitä datan käyttö tarkoittaa.
Ylätunniste			
VIRHE: meni Katso yrityslista -linkin kautta katsomaan tuotteita tuotekategoriottain. Ei ymmärtänyt mistä voi nähdä tuotekategoriat, vaikka palatessa harmaa hovering -state oli näkyvillä. Ymmärsi jälkeen päin logiikan mistä kategorian olisi voitu löytää.	"Tosi kiva" Odotti, että aukeaa muualle, ei suoraan modaalina dashboardille"	VIRHE: olisi mennyt Katso yrityslista -linkin kautta Yritykset -navigaation kautta katsomaan tuotteita tuotekategoriottain. Ymmärsi jälkeen päin logiikan mistä kategorian olisi voitu löytää ja sanoi toiminnon olevan kätevä.	VIRHE: meni Katso yrityslista -linkin kautta katsomaan tuotteita tuotekategoriottain Löysi avun kanssa kategoriat. Ymmärsi jälkeen päin logiikan mistä kategorian olisi voitu löytää. Hänen mielestä hyvä lisäys.

Kuvio 3 Käytettävyydestä kommentteja sekä huomioita testaajilta. Kuvio samassa järjestyksessä kuin testauksessa (Kuvio: Lilli Koskinen.)

Yhteenveto

Testi meni yleisesti ottaen erittäin hyvin, ja olimme Visit Finlandin kanssa tyytyväisiä siitä, miten selkeä dashboard oli myös testattavien mielestä ollut. Koska testattavien virheet ja huomiot olivat suurimmaksi osaksi samoihin asioihin liittyneitä, oli helppo miettiä, mitä pitää vielä muokata käytettävyydestin jälkeen. Ajankohtaiset -osiota piti selkeimmin muokata ja miettiä, miten se olisi käytettävämpi. Myös ylätunniste -osiossa tuotetyyppien tarkastelua piti selkeyttää ja parantaa.

Jatkosuunnitelma

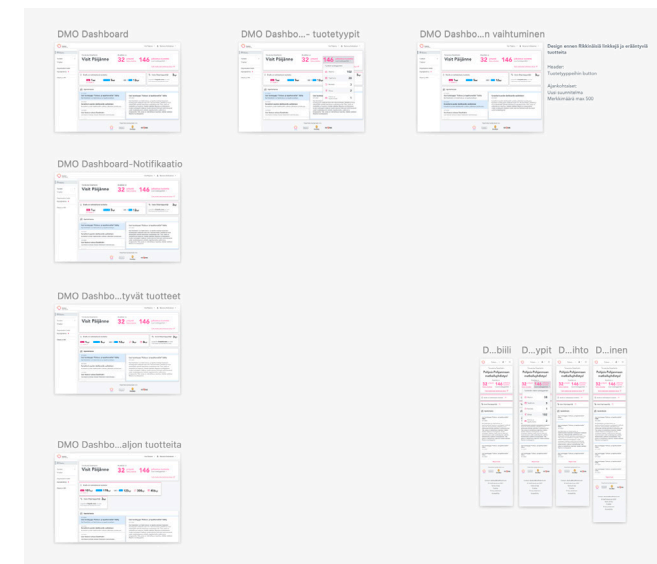
Käytettävyydestien perusteella päädyttiin selkeyttämään ylätunniste -osion tuotetyyppien tarkastelua. Tässä ratkaisu oli yksinkertainen, ja se toteutettiin lisäämällä suunnitelmassa tekstin alle dropdown -valikko, jota painamalla tulee esille tuotetyypit. Ratkaisu on selkeä ja ominaisuudesta kertominen painikkeella tuo käyttäjälle helpommin tiedon ominaisuudesta.

Lisäsimme myös painikkeen taakse leijumistehosteeseen. Leijumistehoste tarkoittaa sitä, että käyttäjän kursori on jonkin elementin päällä, mutta hän ei ole painanut siitä. Tällöin elementin taustalle tulee yleensä huomiota herättävä laatikko, tai alue ympyröityy. Leijumistehosteeseen avulla käyttäjä voi huomata elementistä tapahtuvan jotain, ja tämä voi johtaa elementin klikkaukseen. Asiakkaankin mielestä ratkaisu oli sopiva tarkoitukseen ja lisäsi osion käytettävyyttä.

Silti isoin muutos tapahtui ajankohtaiset -osiossa. Tässä löytyi testien perusteella monta hankaluutta käytettävyyden osalta. Osa hankaluuksista saattoi johtua myös prototyypistä, sillä prototyyppiin ei saa täysin samanlaista toimivuutta kuin oikealla sivustolla. Myös uuden ohjelman käyttäminen voi joskus vaatia totuttelua.

Osio kokonaisuudessaan päätettiin silti uudistaa testattavien kommenttien pohjalta. Muutimme osion alueiden paikkoja keskenään, joten muokkauksien myötä koko uutinen näkyy osion oikealla puolella ja uutisten esikatselu vasemmalla. Tässä benchmarkattiin sähköpostisovelluksia, joissa on samalla tavalla esikatselu vasemmalla ja koko viesti oikealla. Tämä tuntui selkeältä ja toimivalta muutokselta.

Kuva 46 Ajankohtaiset -osion muutos testien analyysin perusteella (Koskinen 2021.)



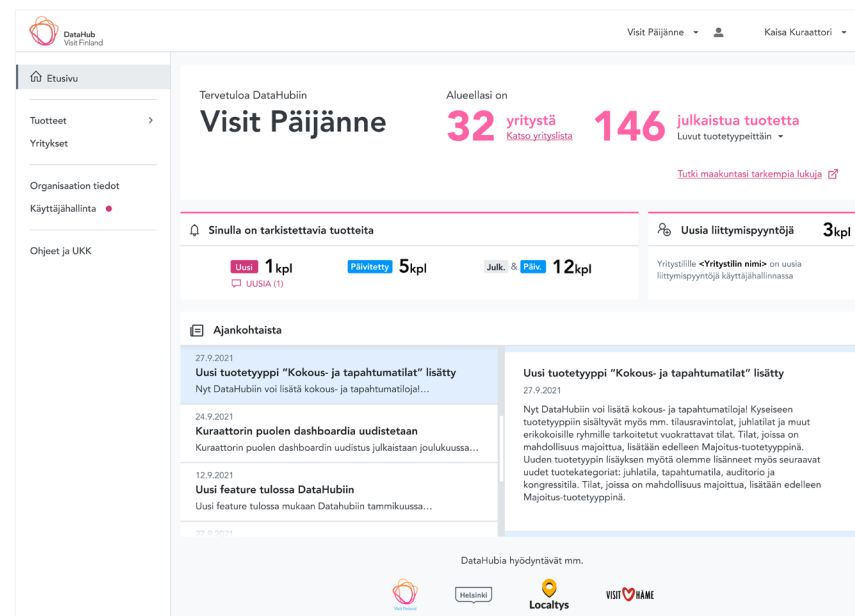
Kuva 47 Dashboardin mallien viimeistelyä (Koskinen 2021.)

Vaihdoin myös värejä hieman pehmeämmiksi, mutta tarpeeksi selkeiksi, jotta vaihdoksesta toiseen uutiseen tulisi näkyvä ja huomiota kiinnittävä. Ongelmana testauksissa oli myös se, että testattavat eivät ymmärtäneet koko uutisen ilmestyneen esikatselun viereen. Halusimme myös hieman helpottaa esikatselun ja koko uutisen yhteyttä. Ratkaisuksi kehittyi esikatselun uuden sinisen värin jatkaminen koko uutisen alueelle. Nyt tämä pieni ja yksinkertainen ratkaisu löytyy ensin esikatselusta, kun uutinen on valittuna ja väri jatkaa oikealle puolelle koko uutiseen.

Testauksessa ilmeni myös se, että esikatselualueen kaikki uutiset eivät ole näkyvillä ja ne saa esille vierittämällä aluetta. Vieritys tarkoittaa sitä, että hiirellä tai sormella, riippuen laitteesta, jota käyttää, voi ylös tai alas vetämällä saada esille uusia elementtejä. Halusimme korostaa vieritystä lisäämällä alueen ylä- ja alaosaan varjot viittaamaan siihen, että alueen ulkopuolella on lisää uutisia.

Tuloksien perusteella testattavat olivat hyvin samaa mieltä uudistetun dashboardin käytöstä ja siitä, miltä se näyttää uudistuksen myötä. Myös testattavien virheitä tuli samoissa kohdissa, joten dashboardin ongelmien löytäminen oli näin helppoa. Testauksen perusteella tiesin, mitä pitää vielä korjata lopulliseen prototyyppiin ja mikä päättyy julkaistavaksi palveluun.

Osa virheistä voi tietysti johtua myös ohjelmasta, jolla testaus tehtiin, sillä tämä on vasta interaktiivinen prototyyppi, jossa pitää hieman tuntea tämän käyttöä, jotta pystyy ymmärtämään, milloin tapahtuu mitään ohjelman sisällä.



Kuva 48 Viimeistelty kuraattorin puolen dashboard (Koskinen 2021.)

4.7 HEURISTINEN ARVIOINTI

Heuristinen arviointi tarkoittaa käyttöliittymän arviointia pienen ryhmän toimesta. Se arvioi käyttöliittymän yhteensopivuutta hyväksytyjen käytettävyyssstandardien kanssa. (Nielsen 1994.)

Arvioinnissa etsitään käyttöliittymästä mahdollisia käytettävyysoongelmia eli asioita, joissa käyttäjä voi jäädä jumiin tai kohdata ongelman, jonka takia käyttöliittymä ei ole käytettävä. Heuristisessa arvioinnissa käytetään apuna valittua heuristiikkaa eli tarkastuslistaa. Jacob Nielsenin luoma heuristiikka on ensimmäinen ja kuuluisin tarkastuslista, jonka avulla voidaan tehdä arviointi. Nielsenin luoma tarkistuslista pitää sisällään kymmenen käyttöliittymäsuunnittelun yleistä periaatetta. Nämä periaatteet ovat pikemminkin yleisiä peukalosääntöjä kuin tarkkoja käytettävyyssvaatimuksia. (Nielsen 2020.)

Nielsenin 10 heuristiikkaa

1. Järjestelmän tilan näkyvyys

Suunnittelun tulisi aina pitää käyttäjät ajan tasalla siitä, mitä tapahtuu antamalla sopivaa palautetta ajoissa.

2. Järjestelmän ja reaalimaailman välinen vastaavuus

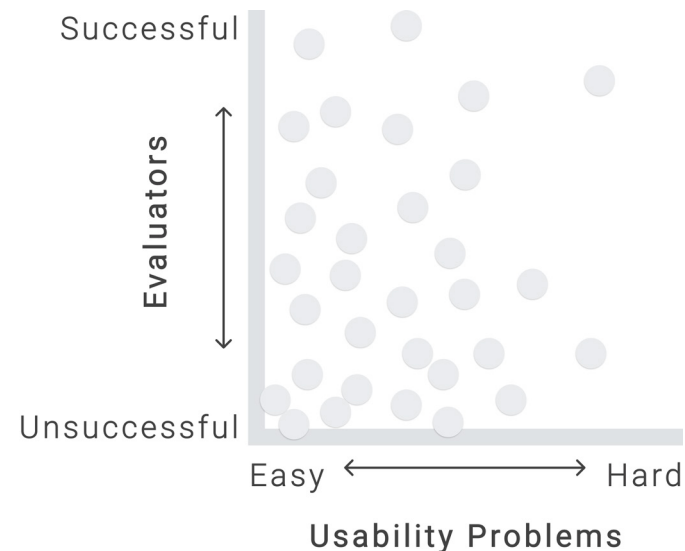
Suunnittelun tulisi kommunikoida kuluttajien kanssa kielellä, joka on heille jo ennestään tuttua. Käyttäjien on helpompi oppia ja muistaa, miten käyttöliittymää käytetään, kun siinä on ennestään tuttuja termejä, käsitteitä tai symboleja.

3. Käyttäjän valvonta ja vapaus

Käyttäjät tekevät usein virheitä tehdessään toimintoja. Itsenäisyyden ja luottamuksen tunnetta luo se, että käyttäjät voivat helposti perääntyä prosessista tai peruuttaa toiminnon.

4. Johdonmukaisuus ja standardit

Käyttäjien ei pitäisi joutua arvaamaan, mitä eri sanat, tilanteet tai toimet tarkoittavat. Käyttäjien odotukset määräytyvät aiempien kokemusten perusteella muista palveluista. Jos johdonmukaisuutta ei ylläpidetä, käyttäjien kognitiivinen taakka voi kasvaa, koska heidän on hankittava uutta tietoa.



Kuva 49 Heuristisesta arvioinnista tehty esimerkki kuvaaja (Kuva: Lilli Koskinen.)

5. Virheiden ehkäisy

Virheilmoitusten avulla voidaan ilmaista käyttäjälle tapahtuneesta virheestä, mutta itse tilannetta tulisi välttää ja ennaltaehkäistä jo suunnittelun alusta alkaen. Virhealttiit olosuhteet joko poistetaan tai ne tarkistetaan ja käyttäjille tarjotaan vahvistusvalinta ennen toimenpiteeseen sitoutumista.

6. Tunnista muistamisen sijaan

Tee kohteista, toiminnoista ja vaihtoehdoista näkyviä, jotta käyttäjän muistitakaan vähenee. Käyttäjän ei pitäisi joutua muistelemaan tietoja käyttöliittymän osiosta toiseen.

9. Auta käyttäjiä tunnistamaan ja korjaamaan virheitä

Virheilmoitukset on kirjoitettava yksinkertaisella ja ymmärrettävällä kielellä sekä niissä on ilmoitettava selkeästi ongelma ja tarjottava korjaustoimenpide. Virheilmoituksiin tulisi liittää visuaalisuutta helpottamaan niiden näkemistä ja tunnistamista.

10. Ohje ja dokumentaatio

Palvelun käyttämiseen ei tulisi tarvita ohjeita, mutta joskus voi olla tarpeen tarjota dokumentaatiota auttamaan heitä suoriutumaan tehtävistään sivustolla. (Nielsen 2020.)

7. Käytettävyyden joustavuus ja tehokkuus
Oikotiet palvelussa voivat nopeuttaa käyttäjän navigointia sivustolla. Anna käyttäjille mahdollisuus valita parhaiten sopiva tapa käyttää palvelua.

8. Minimalistinen ja esteettisesti miellyttävä muotoilu
Käyttöliittymiin ei pitäisi sisällyttää tietoa, joka on hyödytöntä tai jota käytetään harvoin. Käyttöliittymässä kaikki ylimääräinen tieto kilpailee merkityksellisen tiedon kanssa ja heikentää niiden suhteellista näkyvyyttä. Varmista, että käyttöliittymän visuaaliset osat palvelevat käyttäjän keskeisiä tavoitteita.



visibility of system status



match between system & real world



user control and freedom



consistency and standards



error prevention



recognition rather than recall



flexibility and efficiency of use



aesthetic and minimalist design



help users with errors



help and documentation

Kuva 50 Heuristikat (Kuva: Lilli Koskinen.)

Tein DataHubin kuraattorin dashboardista heuristisen arvioinnin yhdessä opponenttini Katariina Juurikan kanssa. Teimme molemmat erikseen arvioinnin käyttäen Jacob Nielsenin heuristiikkaa. Kaikkia Nielsenin tarkastuslistan heuristiikoita ei voitu soveltaa dashboardissa, mutta silti analyysi saatiin tehtyä onnistuneesti.

Lilli Koskisen oma heuristinen arviointi dashboardista:

1. Järjestelmän tilan näkyvyys

- DataHubin palvelun dashboard reagoi käyttäjän liikkeestä ja klikkauksesta tekemällä leijumistehosteita, joka kertoo käyttäjälle, että elementistä tapahtuu jotain. Käytössä palvelussa on myös näytöllä liikkuvan hiiren muuttuminen sormeksi, joka indikoi sitä, että alue on klikattavissa. Näillä keinoilla käyttäjä saa tarpeeksi tietoa tietääkseen, missä menee sekä mitä tulee tapahtumaan edetessään palvelussa.

2. Järjestelmän ja reaali maailman välinen vastaavuus

- DataHubissa käytetään selkeää käyttäjäystävällistä kieltä, sillä osioiden merkitys on ymmärrettävää. Tämä havainto tuli esille myös käytettävyydestä yhteydessä, sillä testattavat ymmärsivät jokaisen osion tarkoituksen. Ainoastaan Uudet liittymispyynnöt -osiossa, joillain testattavilla oli vaikea ymmärtää sen tarkoitusta. Siksi pieni lisäselitys on lisätty osioon, helpottamaan ymmärrystä siitä, mitä osiosta tapahtuu. - Ikonit ovat tuttuja. Kaksi notifiointi -osion ikonia olivat tuntemattomia ja tämä tuli esille myös käytettävyydestä. Tämä osittain sen takia, että ikonit ovat uusia ominaisuuksia ja ennestään tuntemattomia.

3. Käyttäjän valvonta ja vapaus

- Tätä heuristista arviointia ei voi ottaa huomioon DataHub palvelun dashboardilla, sillä se on sisäänkirjautuneen etusivu, eikä sisällä itse toiminnallisuuksia. Vain sen sisällä olevien osioiden kautta voi navigoida muualle palvelussa.

4. Johdonmukaisuus ja standardit

- Dashboardilla käytetään palvelulle sekä alalla tunnettuja elementtejä sekä termistöä. Ainoastaan liittymispyynnöt -osio voi olla uusi, mutta osiossa olevan tekstin avulla käyttäjä saa tarvitsemansa tiedon. Tämä alue ei ole käytössä monessakaan palvelussa tai sivustolla, joten siksi käyttäjän voi olla vaikea ennakkoon yhdistää sitä aiempiin kokemuksiin muista palveluista.

5. Virheiden ehkäisy

- Dashboard ei tarjoa virheilmoitusta osana dashboardin suunnittelua, koska se sisältää itsessään vain toiminnallisuuksia, joiden kautta voi navigoida muualle palvelussa.

Dashboard saa virheilmoituksen, kun palvelussa on itsessään joku häiriö. Tämä ei kuulunut dashboardin suunnitteluun. Virheilmoitukset tulevat muualla palvelussa ja niitä ei ilmoiteta dashboardilla.

6. Tunnista muistamisen sijaan

- Dashboardilla käytettävät ominaisuudet ovat tunnistettavia muualta palvelusta, sillä ne ohjaavat käyttäjän dashboardin luota palvelun eri ominaisuuksiin. Ainoastaan ajankohtaiset -osio on uusi ominaisuus, joka tulee uudistuksen myötä. Ajankohtaiset -osio on helposti käytettävä ja tuttu muista palveluista.

7. Käytettävyyden joustavuus ja tehokkuus

- Dashboard on itsessään oikotie. Sen avulla voi navigoida muualle palvelussa ja nähdä palvelun tietoja erilaisten toiminnallisuuksien ja ominaisuuksien kautta.

8. Minimalistinen ja esteettisesti miellyttävä muotoilu

- Kaikki dashboardin käyttöliittymässä on tarvittavaa ja oleellista palvelun käyttöä ajatellen. Verrattaessa suunnittelun alkua ja sitä, mihin se päättyi, ovat matkan aikana varmistuneet ne ominaisuudet, mitä dashboardilla tullaan varmasti tarvitsemaan.

9. Auttaa käyttäjiä tunnistamaan, diagnosoimaan ja korjaamaan virheitä.

- Dashboard ei tarjoa virheilmoitusta osana dashboardin suunnittelua, koska se sisältää itsessään vain toiminnallisuuksia, joiden kautta voi navigoida muualle palvelussa. DataHubilla on käytössä visuaaliset sekä selkeät notifiointit, kun palvelussa tapahtuu virhe. Virheestä ilmoitetaan erikseen suunnitellulla virheilmoituksella ja siinä on aina selkeät ja ymmärrettävät ohjeet.

10. Ohje ja dokumentaatio

- Dashboardin käyttö on itsessään yksinkertaista. Se on jaettu selkeästi eri osioihin ja niissä on omat otsikot tarkentamaan osion toiminnallisuutta. Ohjeita ei varsinaisesti ole käytössä, mutta liittymispyynnöissä käyttäjä saa lisätietoa osion toiminnallisuudesta lyhyen selityksen kautta.

Opponentti Katariina Juurikan heuristinen arviointi dashboardista:

1. Järjestelmän tilan näkyvyys

- Selkeän näköinen ja alueet kertovat käyttäjälle, mitä tehdä sekä missä mennään.

2. Järjestelmän ja reaali maailman välinen vastaavuus

- Kieli ymmärrettävää, eikä ole sanallisesti mitään sellaista, jota ei ymmärrä. Selkeä ja tietää, mitä tehdä palvelussa.

3. Käyttäjän valvonta ja vapaus

- Tätä heuristista arviointia ei voi ottaa huomioon DataHub - palvelun dashboardilla. Tietenkin turvallisinta olisi käyttäjälle saada mahdollisimman informatiivinen viesti. Esimerkiksi "ota yhteyttä järjestelmän valvojan" sekä selkeät ohjeet, miten toimia. Tällainen viesti tulee, kun järjestelmä lakkaa toimimasta tai joku muu on pielessä.

4. Johdonmukaisuus ja standardit

- En ymmärrä, mitkä ovat notifikaatio -osion kaksi viimeistä ikonia. Luulisin toisen niistä liittyvän kalenteriin. Muuten selkeä ja helposti ymmärrettävä, ja uudet ikonit ovat kuitenkin tarpeeksi selkeitä uusiksi ominaisuuksiksi.

5. Virheiden ehkäisy

- Dashboard ei tarjoa virheilmoitusta osana dashboardin suunnittelua, koska se sisältää itsessään vain toiminnallisuuksia, joiden kautta voi navigoida muualle palvelussa. Turvallisuuden tunnetta lisäksi selkeä ja helposti ymmärrettävä selitys virheestä.

6. Tunnista muistamisen sijaan

- Osiot ovat tunnistettavia ja niihin liitetyt ikonit ovat sopivia osioon.

7. Käytettävyyden joustavuus ja tehokkuus

- Dashboardin oikotiemahdollisuudet helpottavat käyttäjän navigoimista huomattavasti sivustolla. Notifikaatio -osion sisältö on todella hyvä tähän tarkoitukseen ja sen avulla on selkeää käyttää tehokkaasti palvelua. Todella hyvää ja joustavaa, ettei aina tarvitse erikseen mennä navigaation kautta.

8. Minimalistinen ja esteettisesti miellyttävä muotoilu

- Ensisilmäyksellä dashboard tuntui olevan aika raskas sekä täynnä, mutta heuristiikkoja katsellessa dashboardin kuva muuttui ja tuntui selkeämmältä. Onko uudistetun dashboardin kautta tarpeellista tarjota kokoaikaisesti navigaatio -palkkia vasemmalla nyt, kun dashboardin avulla käyttäjä voi navigoida helpommin eri tiloihin? Dashboard itsessään on simppelempi ja selkeä, etenkin ylätunnisteosio. Tarpeeksi minimalistinen ja värimaailma ei ole liian räikeä.

9. Auttaa käyttäjiä tunnistamaan, diagnosoimaan ja korjaamaan virheitä.

- Dashboard ei tarjoa virheilmoitusta osana dashboardin suunnittelua, koska se sisältää itsessään vain toiminnallisuuksia, joiden kautta voi navigoida muualle palvelussa. Kunhan virheilmoitukset ovat tarpeeksi selkeitä sekä lyhyitä ja ytimekkäitä lauseita.

10. Ohje ja dokumentaatio

- En pärjännyt ilman pientä ohjeistusta. Tämä ensisijaisesti, koska itse en voinut kokeilla palvelua kokonaisuudessaan oikealla sivustolla. Silti lähtisin tutkimaan ja etenisin loogisessa järjestyksessä, milloin en välttämättä tarvitse ohjeita. Pystyn helposti aina palaamaan dashboardille ja olla tekemättä mitään peruuttamatonta.

Yhteenvedona dashboard on myös heuristisen arvioinnin pohjalta käytettävä. Se on selkeä ja helposti ymmärrettävissä. Katariina oli tehnyt aikaisemminkin heuristisen arvioinnin, mutta erilaiselle alustalle. Aluksi hänen mielestään dashboard vaikutti sekä näytti hieman sekavalta sekä siinä tuntui olevan paljon alueita. Pienen tutustumisen jälkeen se tuntui jo paljon selkeämmältä sekä varmasti luontevammalta käyttää, jos palvelu on jo ennestään tuttu.

Mielestäni dashboard on valmis julkaistavaksi nykymuodossaan. Dashboard näyttää myös siltä, että se kuuluu osaksi palvelua ja on aivan oikean dashboardin näköinen. Toimiva ja simppelempi, kertoo Katariina arvioinnin lopuksi.

KÄYTTÖLIITTYMÄN

- 5.1 Sivuston rakenne
- 5.2 Ylätunniste
- 5.3 Notifikaatiot
- 5.4 Liittymispyynnöt
- 5.5 Ajankohtaiset
- 5.6 Alatunniste

PROTOTYYPIN RAKENNE

5.1 SIVUSTON RAKENNE

Kuraattorien dashboard eli ilmoitusnäky, josta näet seuraavat:

- alueen yritysten ja julkaistujen tuotteiden kokonaismäärän
- tarkistettavien uusien, päivitettyjen sekä julkaistujen ja päivitettyjen tuotteiden määrät
- liittymispyynnöt yrityksiltä, jotka haluavat lisätä yrityksesi omaan tiliinsä
- ajankohtaiset uutiset, DataHubin tuotetietoja hyödyntävien tahojen logot

The screenshot shows the DataHub dashboard for Visit Päijänne. The interface includes a sidebar with navigation options like 'Etusivu', 'Tuotteet', 'Yritykset', 'Organisaation tiedot', 'Käyttäjähallinta', and 'Ohjeet ja UKK'. The main content area displays 'Tervetuloa DataHubiin' and 'Alueellasi on 32 yritystä' and '146 julkaistua tuotetta'. Below this, there are sections for 'Sinulla on tarkistettavia tuotteita' (1 new, 5 updated, 12 published) and 'Uusia liittymispyyntöjä' (3 new). A 'Ajankohtaista' section contains news items about new product types and dashboard updates. The footer shows logos for Helsinki, Localtys, and Visit Home.

Labels pointing to specific parts of the dashboard:

- Notifikaatiot (Notifications) - points to the notification bell icon in the 'Sinulla on tarkistettavia tuotteita' section.
- Ylätunniste (Header) - points to the top navigation bar with the user name 'Kaisa Kuraattori'.
- Uudet liittymispyynnöt (New application requests) - points to the 'Uusia liittymispyyntöjä 3kpl' section.
- Ajankohtaiset (Up-to-date) - points to the 'Ajankohtaista' news section.
- Alatunniste (Footer) - points to the footer area containing logos for Helsinki, Localtys, and Visit Home.

Kuva 53 Dashboardin sisältö (Koskinen 2022.)

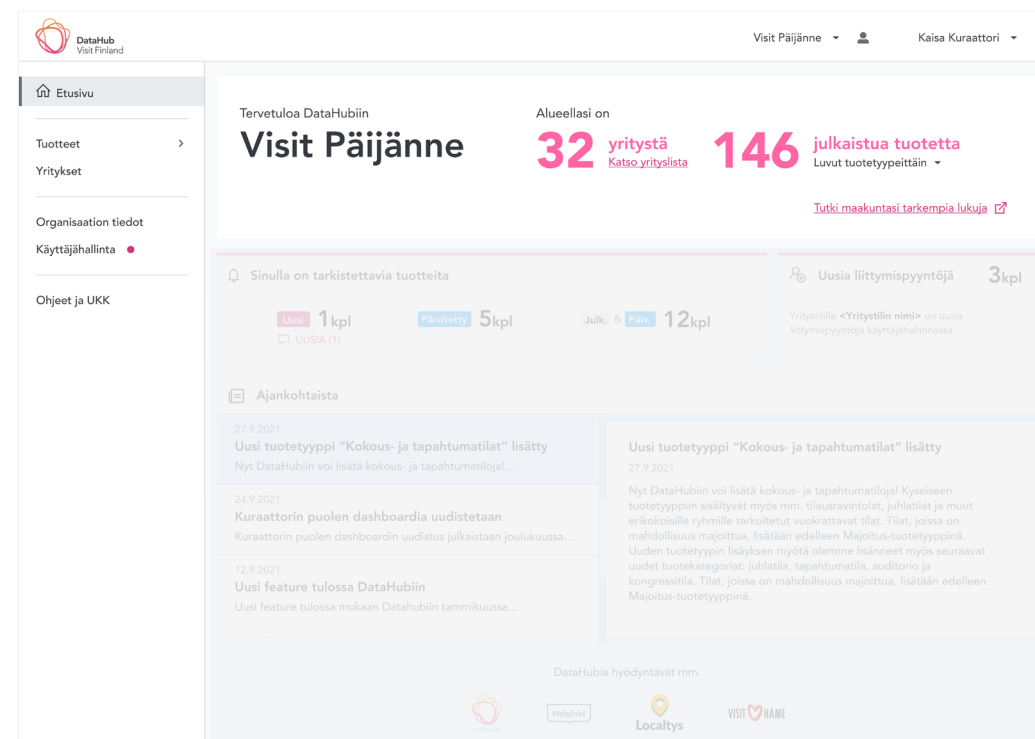
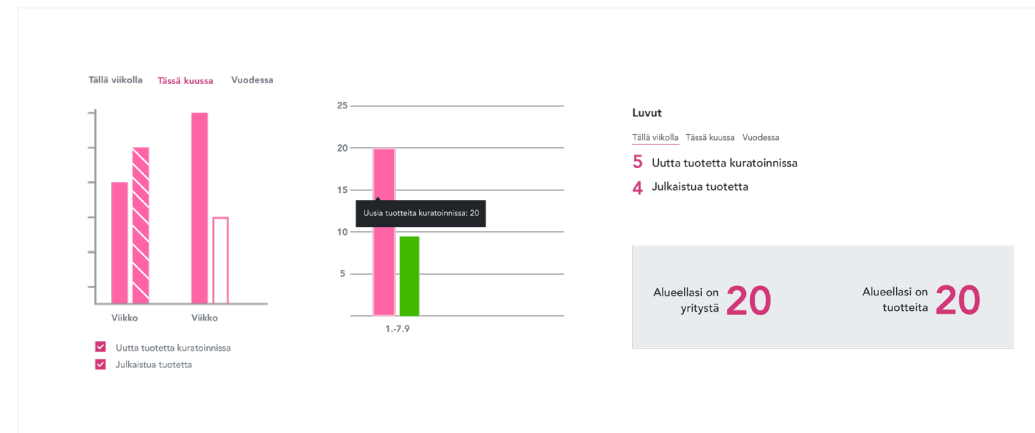
5.2 YLÄTUNNISTE

Ylätunniste on verkkosivun yläosassa näkyvä osa. Se on olennainen osa verkkosivua, sillä se on osa, jonka ihmiset näkevät ennen sivun selaamista ensimmäisten sekuntien aikana tutustuessaan sivustoon. Ylätunniste toimii eräänlaisena kutsuna käyttäjille. Tunnisteen tarkoituksena on antaa käyttäjille keskeiset tiedot digitaalisesta tuotteesta luettavaksi sekunneissa. Suunnitteluratkaisujen tulisi myös olla tarttuvia, ytimekkäitä ja muotoilun kannalta hyödyllisiä. (Tubik 2017.)

Ylätunniste -osio on sivuston ylimpänä toimiva alue. Vaikka yleisesti ylätunniste -osioksi kutsutaan myös ylimpänä sivustoilla toimivaa logoa ja navigointisivuja, niin päätimme kutsua DataHubin dashboardin ylimpänä toimivaa aluetta samalla nimellä, koska alue on helppo tunnistaa ja siinä on myös tärkeitä tietoja, joita käyttäjä voi tarvita kuratoinnin aikana.

DataHubin uudistetun dashboardin ylätunniste on huomiota herättävä, kutsuva ja sisältää oleellista tietoa sen käyttäjälle. Kuraattorin dashboardin ylätunnisteen vasemmalta puolelta löytyy tervehdys käyttäjälle sekä käyttäjän alueorganisaation nimi. Tunnisteessa oikealla puolella on käyttäjän alueen lukuja lueteltuna. Luvut kertovat alueen yritysten määrän sekä miten monta julkaistua tuotetta niillä on yhteensä. Lisäksi käyttäjä voi vielä tarkastella alueen julkaistuja tuotteita tuotetyypeittäin avaamalla sen alla olevan dropdown-valikon. Käyttäjä voi myös siirtyä toiselle sivustolle "Tutki maakuntasi tarkempia lukuja" -linkin kautta katsomaan alueen lukuja koostettuna yhteen.

Kuva 54 Ylätunnisteen aikaisempia versioita (Koskinen 2022.)



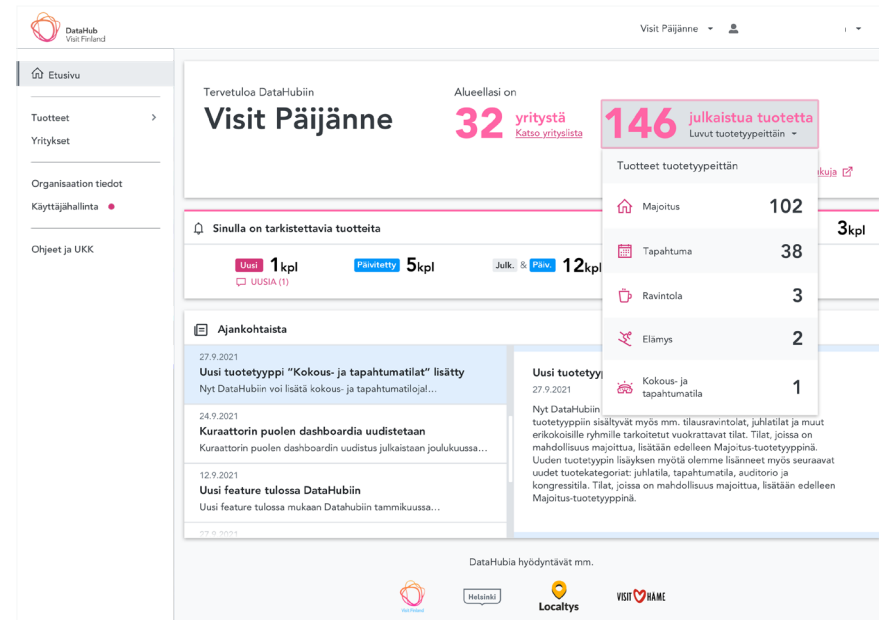
Kuva 55 Uudistettu ylätunniste dashboardilla (Koskinen 2022.)

Ylätunniste -osio oli mukana suunnittelussa jo alusta lähtien. Benchmarkkauksen sekä erinäisten hahmotelmien ja luonnostelujen jälkeen ylätunniste alkoi saada muotoaan sekä lopullista sisältöään. Edellisellä sivulla olevasta kuvasta 54 voi nähdä, miltä ylätunniste -osio näytti suunnittelun aluksi. Benchmarkingista saatujen ideoiden pohjalta osana suunnitelmia ja useassa kohdassa, joissa haluttiin jakaa käyttäjälle lukuja, olivat ne joko pylväsdiagrammeja tai piirakan muotoisilla malleilla kuvattuja. Suunnitelmien kehittyessä osio alkoi saada lopullista muotoaan ja koska lukujen määrä väheni, saimme ne hyvin suunniteltua pelkkien numeroiden muotoon. Idea tästä lähti DataHubin aloitussivun lukujen esittämisestä.

Fokus -ryhmähaastattelusta tuli myös idea kuvata alueen tuotteita tuotetyypeittäin ja tämä haluttiin lisätä mukaan osioon. Käytettävyydesteissä ilmeni ylätunniste -osion käytettävyydessä ongelmia ja ne korjattiin luomalla dropdown -valikko, jotta käyttäjän on helpompi ymmärtää lisätietojen saanti sitä klikkaamalla.

Alkujaan dashboardilla oli myös käyttäjälle tervehdys sekä lyhyt teksti, jossa kerrottiin DataHubista. Tämän poistuessa suunnittelun aikana tilan puutteen takia haluttiin käyttäjän dashboardia silti personoida hieman lyhyellä tervehdyksellä sekä korostamalla käyttäjän alueorganisaation nimeä isolla, jotta käyttäjä ymmärtää, mille DataHubin tilille hän on kirjautunut, ja dashboard alkaa tuntua omalta.

Käytettävyydestien perusteella ylätunniste -osio on hyvin toimiva ja antaa käyttäjälle alueeseen liittyen tärkeitä informaatiota, jota hänellä ei ennen uudistusta ollut saatavilla. Kuraattorin on tärkeä nähdä alueen lukuja, jotta hän pysyy kartalla, miten alueella menee.



Kuva 56 Dashboardin ylätunnisteen luvut tuotetyypeittäin auki esitettynä (Koskinen 2022).

5.3 NOTIFIKAATIOT

Notifikaation ilmoitus on jonkin asian saattamista käyttäjän tietoisuuteen. Notifikaatiot ovat ilmoituksia, joita palvelu lähettää käyttäjälle ilmoittaakseen jostakin asiasta. Käyttäjä voi lukea viestit avaamatta palvelua, ja notifikaation ensisijainen tehtävä on ilmoittaa, kun huomiota vaativa ilmoitus on saapunut. Avaamatta palvelua käyttäjä saa käsityksen siitä, mitä ilmoitus yleensä koskee sekä millaista huomiota se vaatii käyttäjältä. (CanvasFlip 2018.)

Dashboardin notifikaatio -osiossa käyttäjä saa tärkeää tietoa palvelusta ja mitä siellä on tapahtunut hänen poissa ollessa. Notifikaatio -osiossa käyttäjä saa tietoa liittyen kuratointityötilaan, jossa kuraattori tekee hänelle kohdennettua työtä. Notifikaatio -osio helpottaa kuraattorin eli käyttäjän työskentelyä tuomalla esille huomiota vaativia tuotteita palvelun eri tiloista, joissa tuotteita voi olla. Osio tarjoaa sen lisäksi oikotien juuri siihen tilaan, minne kuraattori haluaa suunnata huomionsa sekä selvittää notifikaation syyn. Notifikaatio -osion tiloja ovat seuraavat: Uusi, Päivitetty, Julkaistu & Päivitetty sekä myöhemmin mukaan tulevat uudet ominaisuudet -palvelussa rikkinäiset linkit ja eräännyvät tuotteet. Rikkinäiset linkit sekä eräännyvät tuotteet haluttiin mukaan suunnitteluun jo dashboardia suunnitellessa, koska niiden tiedettiin tulevan mukaan myöhemmin ja oli tarve liittää oikotie myös niistä dashboardille. Nämä tilat näkyvät seuraavalla sivulla kuvissa 59 sekä 60.

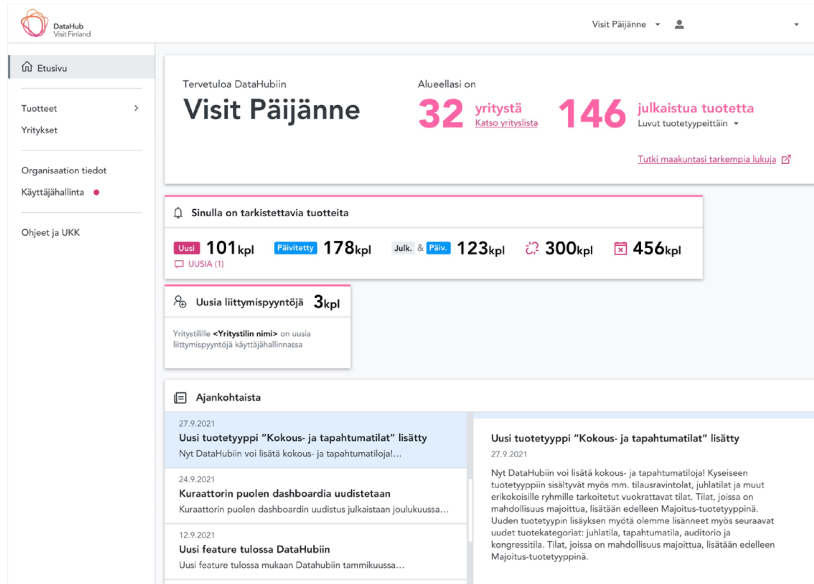
Kuva 57 Uudistetut notifikaatiot dashboardilla (Koskinen, 2022)

The screenshot shows the DataHub notification dashboard for 'Visit Päijänne'. It features a navigation menu on the left with options like 'Etusivu', 'Tuotteet', 'Yritykset', 'Organisaation tiedot', 'Käyttäjähallinta', and 'Ohjeet ja UKK'. The main content area displays a welcome message and key statistics: 32 companies and 146 published products. A summary bar shows 1 new product, 5 updated products, and 12 products to be published. Below this, there are sections for 'Ajankohtaista' (Recent) notifications, including updates to product types and new features.

Kuva 58 Notifikaatioiden aikaisempia versioita (Koskinen 2022.)

This screenshot shows an older version of the notification dashboard. It features a list of notifications for 'Uusi' (New) and 'Julkaistu' (Published) products. The 'Uusi' section shows a car rental service from Hertz in Kokkola. The 'Julkaistu' section shows a car rental service from Hertz in Tampere. A summary bar at the bottom indicates 1 new product, 3 updated products, and 8 products to be published.

Kuva 59 Dashboardin rivityminen kun notifiikaatioita on paljon (Koskinen 2022.)



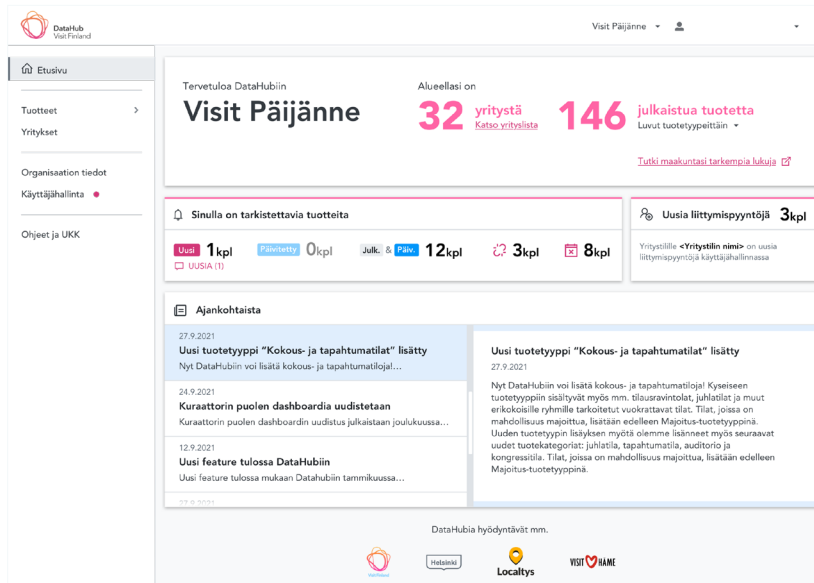
Notifiikaatiot olivat suunnittelussa myös mukana alusta lähtien ylätunnisteen tavoin. Alueen perimmäinen toiminnallisuuden ajatus ei juurikaan muuttunut suunnittelujen edetessä. Se vain muutti muotoaan, kun eri tiloja lisättiin mukaan. Alkujaan notifiikaatioiden suunnittelussa auttoi vahvasti benchmarking sekä erilaisten luonnosten hahmottelu. Päätin luoda jokaiselle tarvitulle tilalle omat "palkit", joissa voisi näkyä myös huomiota vaativien tuotteiden tuotekortti kuvalla tai ilman. Tämä suunnitelma oli pitkään mukana, kunnes version 2 suunnittelun pohjalta aluetta päätettiin kaventaa sekä fokus -ryhmähaastattelujen perusteella tärkeimmän asian käyttäjälle haluttiin kertoa, mikä on tuotteiden yhteismäärä.

Lopulta notifiikaatiot yhdistyivät samalle alueelle omina numeroinaan, ja ne erottuvat toisistaan värien sekä tilan nimen tai ikonin perusteella. Jokaisen tilan alta voi myös joskus löytyä pinkillä värillä korostettu kommentti-ikoni, joka kertoo käyttäjälle, että tilassa on myös tuotteita, joista tuotteen omistaja on halunnut viestiä kuraattorille.

Käytettävyydestien perusteella notifiikaatio -osio toimii erittäin hyvin, ja se on myös selkeä käyttää oikotienä kuratointityötilaan. Dashboardille on myös helppo palata osiota mielessä pitäen, sillä se näyttää myös reaaliaikaisesti, jos kuraattori jo hoiti jonkin tilan huomiota vaativat tuotteet. Tällöin tämän tilan notifiikaatio muuttuu hieman vaaleammaksi sekä harmaantuu. Alue on myös silloin saavutettava eli ne, jotka tarvitsevat erityistä huomiota käyttäessään palvelua sekä etenkin notifiikaatioita, saavat ja näkevät saman tiedon kuin sellainen käyttäjä, joka saavuttaisi tiedon ilman lisävastuksia.

Toiminnallisuuteen kuuluu mieltä myös tilanteita, jotka eivät välttämättä esiinny usein, mutta voivat olla mahdollisia. Notifiikaatioissa esimerkkinä tällaisesta tilanteesta voi olla se, kun käyttäjä ei ole hetken käynyt palvelussa ja huomiota vaativien tuotteiden määrä on kasvanut suureksi, mikä vaikuttaa dashboardin muihin alueisiin, kuten kuvasta 59 näkyy. Notifiikaatio -alueesta katsoen oikealla puolella olevan uudet liittymispyynnöt -osion päätettiin tällöin väistyvän tieltä, jotta osio saa kasvaa niin pitkälle kuin mahdollista. Uudet liittymispyynnöt siirtyvät ja luovat tässä tapauksessa uuden rivin notifiikaatioiden alle.

Kuva 60 Notifiikaation näkymä kun tuotteita on 0 kpl tilassa (Koskinen 2022.)



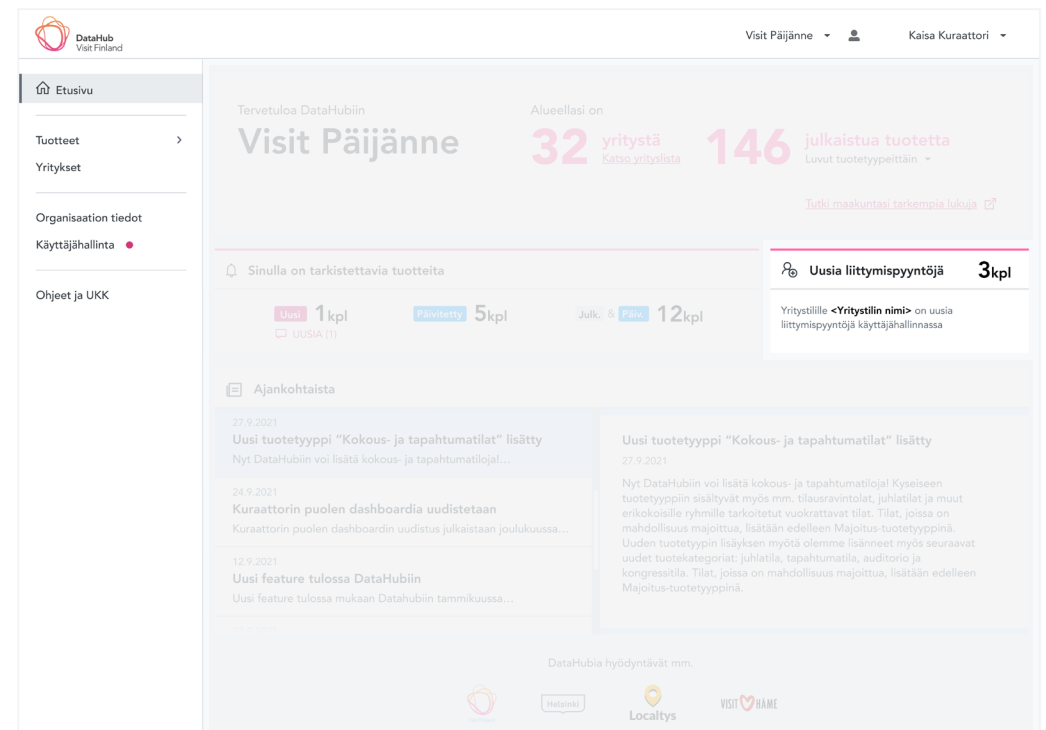
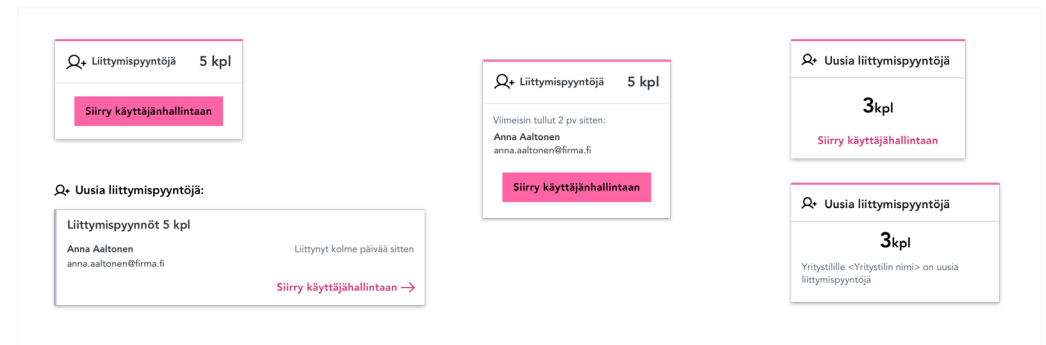
5.4 LIITTYMISPYNNÖT

Liittymispyynnöt -osio toimii samalla periaatteella kuin notifiikaatiot. Jokaiselle samaan organisaatioon kuuluvalla käyttäjälle tulee ilmoitus, kun joku uusi käyttäjä haluaa liittyä DataHubissa tilille. Osion avulla käyttäjä voi nähdä nopeasti sekä visuaalisesti, mihin tilille uusi käyttäjä haluaa liittyä sekä määrän pyynnöistä.

Liittymispyynnöt -osio ei ollut alusta alkaen suunnittelussa mukana, vaan tuli ideana notifiikaatioista jatkojalostettuna. Ideana haluttiin juuri esittää organisaation tiliin kirjautuneelle nopeasti tietoa, jos joku on lähettänyt pyynnön tilille. Osion tarkoituksena on myös nopeuttaa pyyntöjen huomioimista sekä toiminnallisuutta hyväksymisestä tai hylkäämisestä palvelun käyttäjähallinnassa. Liittymispyyntöjen suunnitelmat jatkavat samaa muotokieltä kuin notifiikaatiot. Sen takia kuvan 61 ja kuvan 62 mallit eivät näytä juurikaan eroavan toisistaan, vaikka kehitystä suunnittelun kuluessa tapahtui.

Kun toiminto on tehty, poistuu jokaisen organisaation tiliä käyttävän dashboardilta ilmoitus.

Kuva 61 Liittymispyyntöjen aikaisempia versioita (Koskinen 2022.)



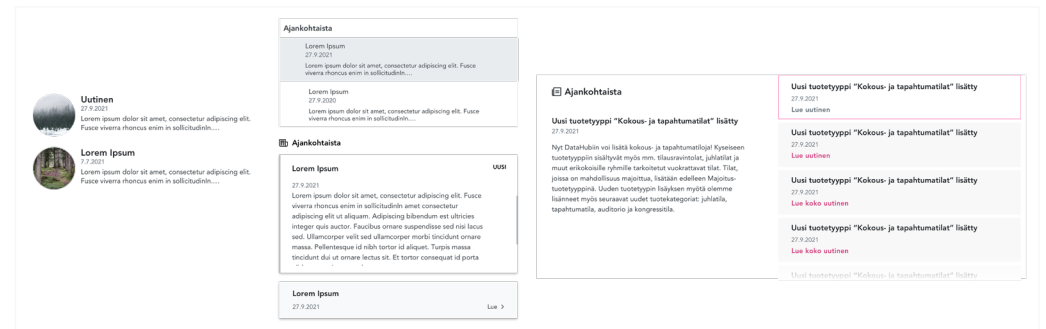
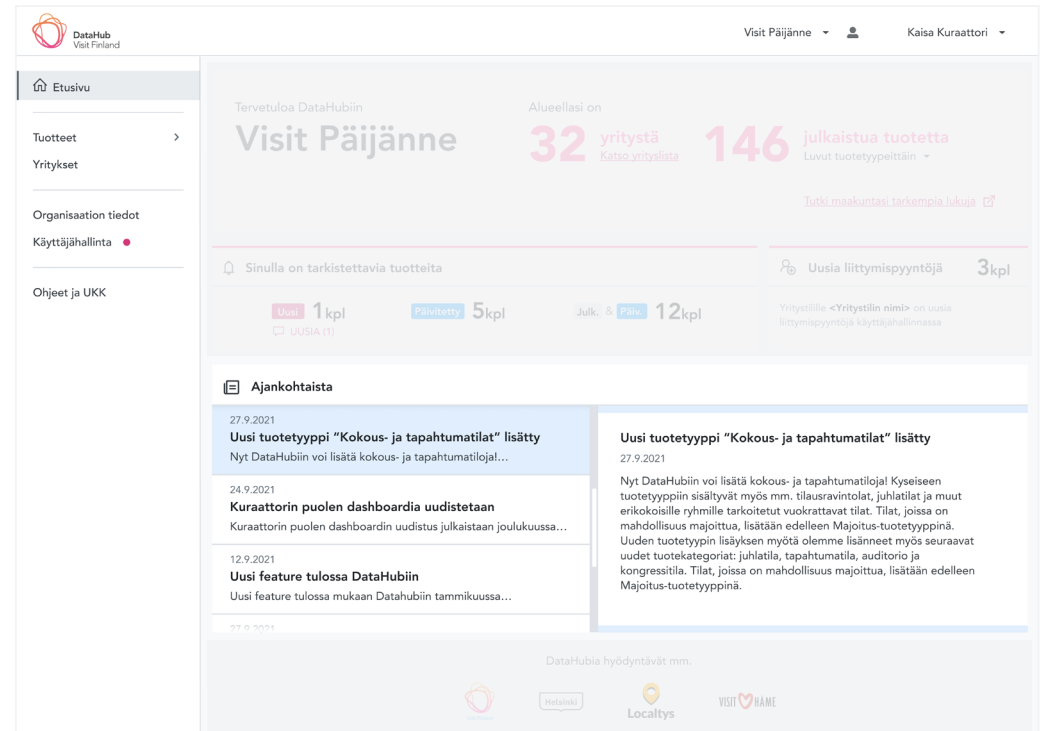
Kuva 62 Uudistettu liittymispyyntö -osio dashboardilla (Koskinen 2022.)

5.5 AJANKOHTAISET

Ajankohtaiset -osiossa voidaan tiedottaa käyttäjälle hänelle tärkeistä asioista liittyen DataHubiin. Näitä ajankohtaisia asioita tiedottaa Visit Finlandin henkilökunta omalta käyttäjäryhmältään. Osiossa voi esimerkiksi lukea uusista ominaisuuksista palvelussa sekä uutisia liittyen DataHubiin tai Visit Finlandiin. Osio koostuu kahdesta osasta: uutisen esikatselusta, joka on osion vasemmalla puolella sekä koko uutinen, joka sijaitsee luettavan osion oikealla puolella.

Näitä ajankohtaisia asioita käyttäjä voi lukea moneen kertaan palaamalla dashboardille. Kun ajankohtaisia uutisia alkaa olla monia, esikatselu -osion vanhimmat uutiset menevät piiloon käyttäjän ruudulta ja ne saa esille vierittämällä esikatselu -osiota auki alaspäin.

Kuva 63 Uudistettu ajankohtaiset -osio dashboardilla (Koskinen 2022.)

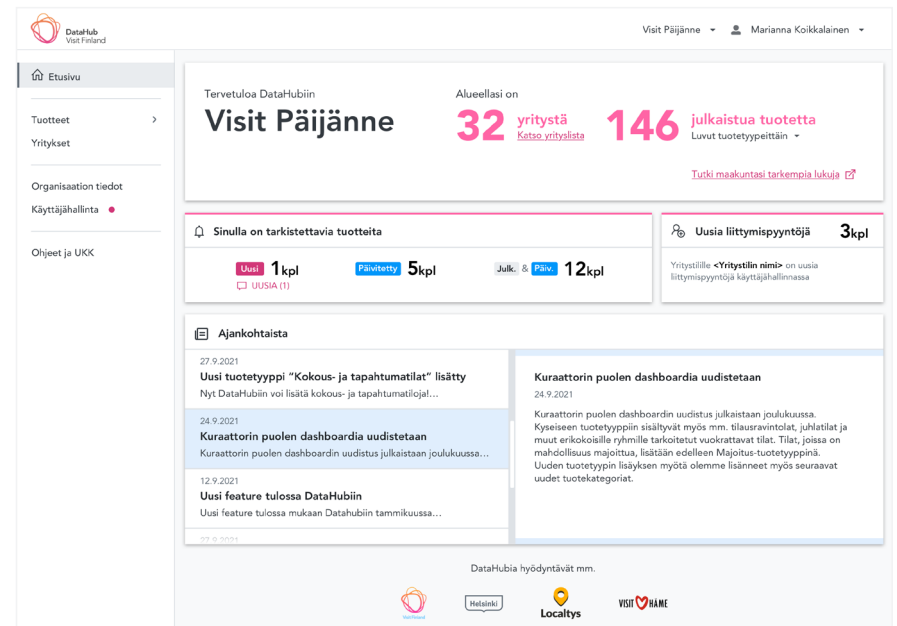


Kuva 64 Ajankohtaiset -osion aikaisempia versioita (Koskinen 2022.)

Ajankohtaiset -osio on muuttunut selkeästi eniten muihin osioihin verrattuna. Tämä voi johtua siitä, että toimeksiantajan ajatukset sekä tavoitteet muuttuivat suunnitelmien aikana osion käytöstä ja mahdollisuuksista. Haluttiin sekä järkevää että ajallisesti mahdollista muutosta osioon. Aluksi suunnitelmana oli tehdä lyhyitä esikatselumaisia uutisia, joita painamalla sai auki koko uutisen modaaliin. Tässä versiossa oli mukana myös kuvia tekemään osiosta visuaalisemman. Näin laajoille ja isoille uutisille ei ollut tarvetta, joten ehdotin enemmän kommenttimaisempaa uutisia sisältävää osiota.

Ehdottamani versio olisi yksinkertainen ja täyttäisi osion vaatimukset sekä olisi helppo kehittää. Tällaista yksinkertaista versiota lähdettiin kehittämään ensin pystysuuntaisena ja version 2 myötä se vielä muuttui vaakaan. Käytettävyydestänsä perusteella osio ei ollut kovin käytettävä ja siksi vielä osion alueet vaihdettiin toisinpäin eli tutummaksi käyttäjälle. Tämä ratkaisu toimii erittäin hyvin.

Toiminnallisuutena osiossa uusi uutinen on aina ylimpänä sekä siitä koko uutinen on auki, kun käyttäjä sisäänkirjautuu palveluun. Näin käyttäjien on helppo löytää tuorein ja ehkä lukematon uutinen. Osiossa myös väreillä on oma tehtävänsä ja ne näyttävät suuntaa käyttäjälle valinnoista. Vaaleansinisellä korostettu esikatselu alueella tarkoittaa, että tämä uutinen on valittuna. Sama sininen jatkuu myös oikealle johdattaen käyttäjän koko uutisen lukuun. Tämä valinta helpottaa uutisen lukua ja auttaa ymmärtämään alueiden yhteistyötä.



Kuva 65 Ajankohtaiset -osio toinen uutinen avattuna (Koskinen 2022.)

5.6 ALATUNNISTE

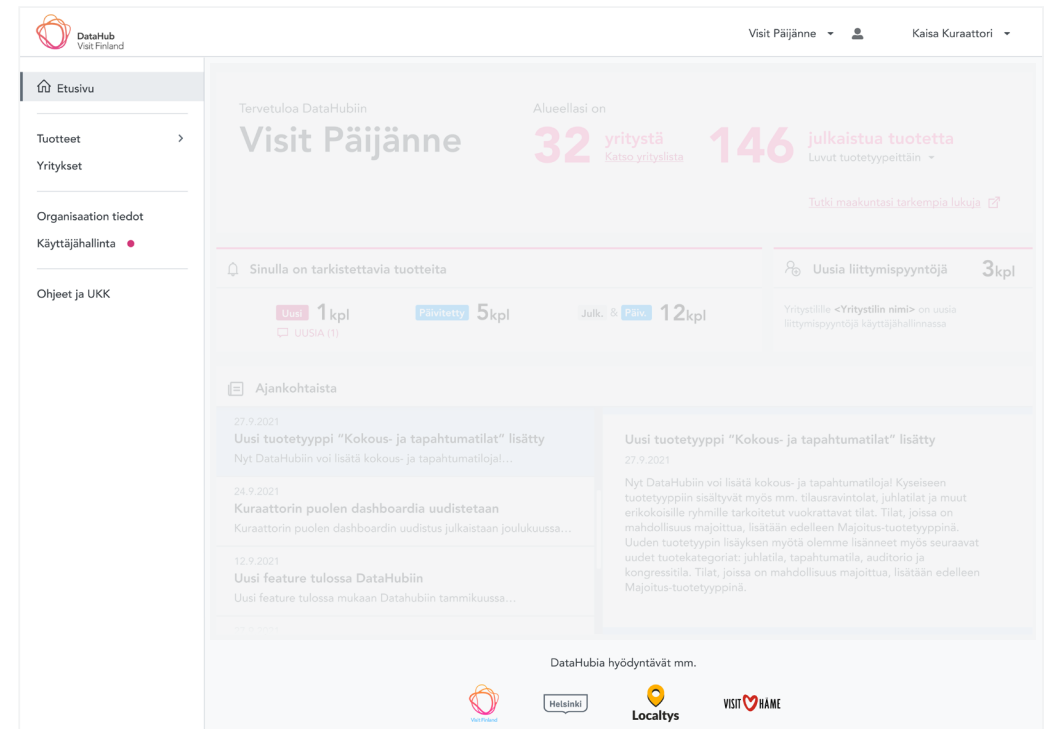
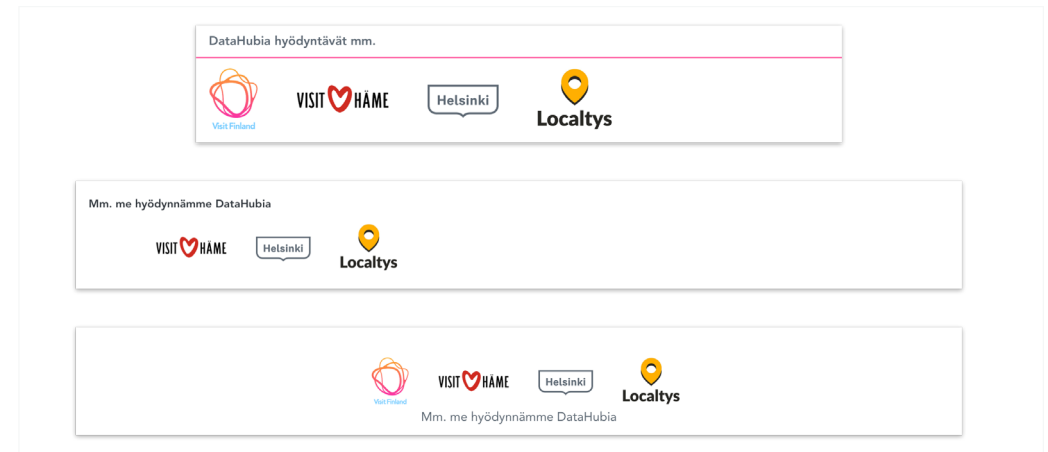
Alatunnisteet ovat verkkosivun alareunassa, pääsisällön alapuolella olevia alueita. Lähes jokaisella verkkosivulla on alatunniste, joita on monenlaisia verkkosivun sisällöstä riippuen. Sen lisäksi, että ne ovat kriittisiä sivustolle, niiden läsnäoloa aliarvioidaan usein. (Fessenden 2019.)

DataHubissa dashboardin alimpana osiona on alatunniste -osio. Osioista käyttäjä näkee niiden yritysten logoja, jotka käyttävät DataHubin dataa omilla kanavillaan. Näitä yrityksiä ovat seuraavat: Visit Finland, Helsinki, Localtys sekä Visit Häme.

Osio tuli suunnittelun mukaan loppuvaiheessa, kun tällaista tietoa oli tarve näyttää käyttäjälle. Tiedustelimme osiosta kuraattoreilta fokus -ryhmähaastattelussa, ja he olivat sitä mieltä, että olisi hyvä nähdä helposti nämä yritykset. Myös käytettävyydestä aikana jokainen käyttäjä ymmärsi alueen tarkoituksen ja olivat samaa mieltä fokus -ryhmähaastattelujen kuraattorien kanssa.

Osiossa ei ole toiminnallisuuksia ja vain tärkeää tietoa käyttäjälle, jotta DataHub on läpinäkyvä siltä osin, ketkä käyttävät sen dataa. Näin käyttäjät saavat myös helposti tiedon datan käytöstä dashboardilta.

Kuva 66 Alatunnisteen aikaisempia versioita (Koskinen 2022.)



Kuva 67 Uudistettu alatunniste dashboardilla (Koskinen 2022.)

PROTOTYYPIN

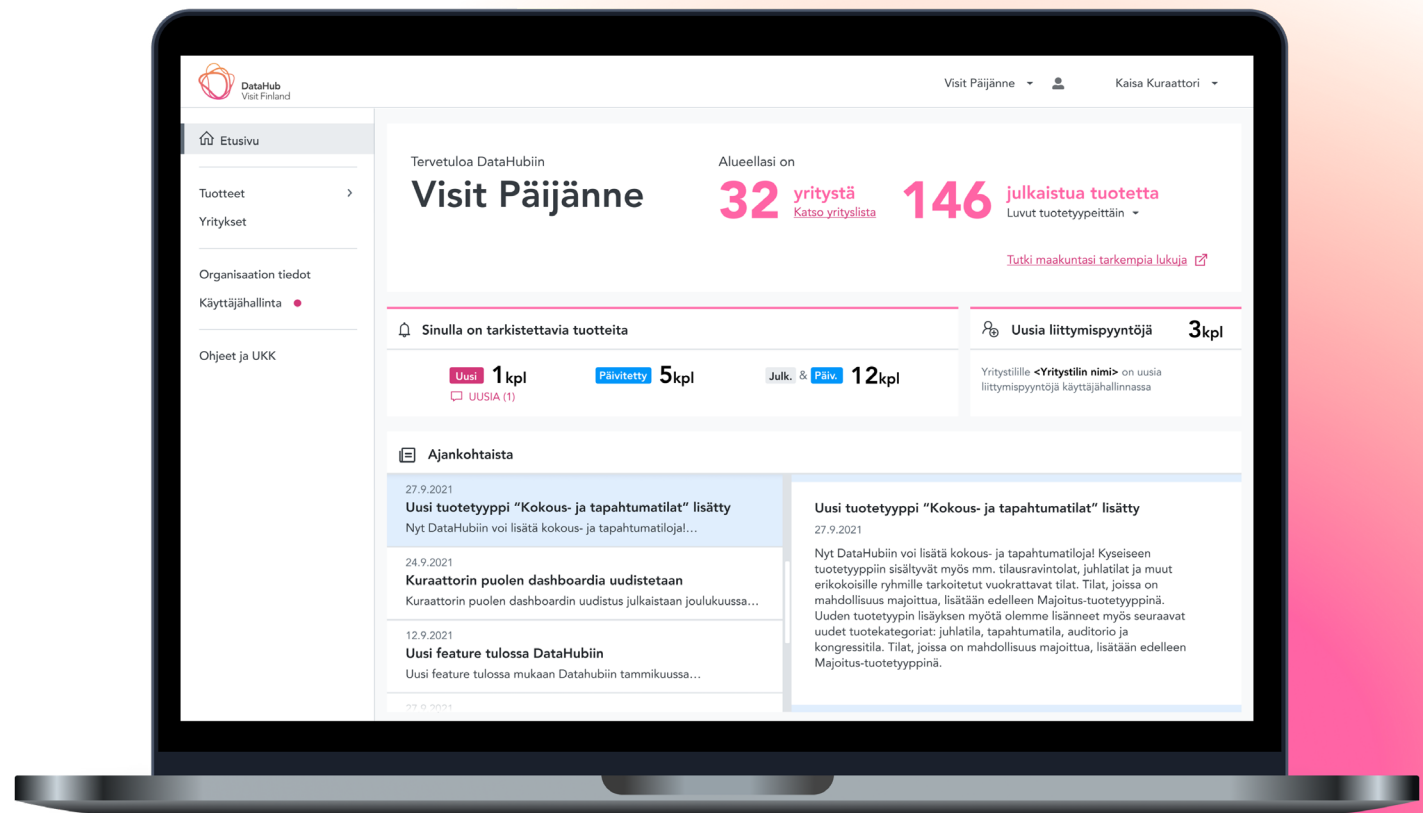
- 6.1 Kuraattorin dashboard
- 6.2 Kuraattorin dashboardin mobiili -versio
- 6.3 Dashboardin jatko
- 6.4 Työn ohjaajan arviointi

LOPPUTULOS

6.1 KURAATTORIN DASHBOARD

Kuvassa 67 on lopullinen ja viimeistelty kuva kuraattorin puolen dashboardista. Kuvan perusteella voi kuvitella, miltä dashboard näyttää tietokoneen ruudulla.

Kuva 67 Dashboardista malli desktopilla (Kuva: Lilli Koskinen.)



6.2 KURAATTORIN DASHBOARDIN MOBIILI-VERSIO



Kuraattorin dashboard suunniteltiin pääsääntöisesti desktop -näytölle, koska Google Analyticsin sekä fokus -ryhmähaastattelun perusteella moni kuraattori ei käytä palvelua mobiilissa. Teimme silti version, miltä dashboard tulisi näyttämään mobiiliin ruudulla. Mobiilissa dashboardin toiminnallisuudet eivät paljoo muutu. Ainoastaan notifikaatio -alue pieneni, ja se näyttää kokonaisuudessaan, jos jossain tilassa tarvitaan kuraattorin huomiota.

Kuva 68 Malli: dashboardista mobiililaitteilla (Kuva: Lilli Koskinen.)

6.3 DASHBOARDIN JATKO

Suunnittelun jälkeen dashboard meni prosessiin, jossa suunnitelmien perusteella luotiin koodi, jonka avulla dashboard lopulta julkaistiin DataHubiin. Kehitin nimenomaan kuraattorin puolen dashboardia, ja nyt se on valmis sekä julkaistuna DataHub tietokannassa. Oli erittäin mielenkiintoista työskennellä kehittäjiä kanssa ja luoda yhdessä palveluun toimivaa dataa.

Negatiivista palautetta kuraattoreilta ei ole saatu. Visit Finland on ollut tyytyväinen tehtyyn työhön.

Siili Solutions jatkaa yhteistyötä Visit Finlandin kanssa, ja mahdollisesti tulen itsekin jatkokehittämään dashboardia tulevaisuudessa.

6.4 TYÖN OHJAAJAN ARVIOINTI

Iris Tomaszewski

Käyttäjäkokenemussuunnittelija, Siili Solutions

Opinnäytetyö tehtiin osana Visit Finlandin DataHub-projektia, jota Siili Solutionsin kehitystiimi suunnittelee ja toteuttaa, ja jossa Lilli oli mukana työharjoittelijana. Opinnäytetyön aiheeksi valikoitui palvelun kuraattorien etusivu, joka oli jäänyt vielä sisällöltään hyvin ohueksi ja sen potentiaali välittää käyttäjille relevanttia tietoa oli hyödyntämättä. Yhteisten keskustelujen pohjalta Lilli päätyi kuvaamaan työssään tämän osion uudelleensuunnittelun prosessin käyttäjälähtöisiä menetelmiä hyödyntäen.

Lilli eteni projektissa esimerkillisesti, kuunnellen sekä asiakasta että käyttäjiä. Käyttäjälähtöisen suunnittelun menetelmien avulla hän onnistui kiteyttämään käyttäjien toiveet ja tarpeet, asettamaan näiden perusteella suunnittelutyön tavoitteet ja tämän jälkeen prototyyppien avulla validoimaan ehdotettujen ratkaisujen käytettävyyttä ja visuaalista houkuttelevuutta. Erityisesti haluan mainita käyttäjätetit, jotka Lilli itsenäisesti suunnitteli, toteutti ja analysoi, ripeästi ja tuloksellisesti. Lisäksi hän osoitti taitonsa suunnitella esteettisesti miellyttäviä ja huoliteltuja käyttöliittymiä, jotka ovat johdonmukaisesti linjassa sovelluksen muun visuaaliseen ilmeeseen kanssa.

Lilli selittää opinnäytetyössään huolella projektin jokaisen vaiheen ja tekee ratkaisut perustellen. Työssä käy hyvin ilmi työn iteratiivinen luonne eli kuinka ratkaisut muotoutuvat useiden kokeilukierrosten myötä. Hän osoittaa myös suunnittelutyön arvon, joka toteutuu siinä, kun käyttäjät huomioidaan prosessin alkuvaiheista lähtien, jolloin kehitystyön alkaessa voidaan luottaa, että toteutettava työ on tarpeellista ja toimivaksi testattua.

Ketterässä kehitystiimissä suunnittelijan tehtävä on usein toimia välittäjänä käyttäjiltä nousevien tarpeiden, asiakkaan liiketoiminnan tavoitteiden sekä teknisen kehitystiimin välillä ja sovittaa nämä näkökulmat osaksi toimivaa ratkaisua, joka lopulta on käyttäjälle tarpeellinen ja houkutteleva. Tämä opinnäytetyö kuvaa tällaisen prosessin selkeästi rajatun aiheen osalta ja onnistuu siinä erinomaisesti.

LOPPUYHTEENVETO

LOPPUYHTEENVETO

Tämä opinnäytetyö tehtiin Siili Solutionsin toimeksiantamana Visit Finlandin DataHub -palvelun kuraattorin dashboardin kehittämiseen liittyen. Toimeksiannon tehtävänä oli jatkokehittää jo olemassa olevaa dashboardia.

Työn taustaselvityksissä tutustuttiin aiempaan dashboardiin, luotiin rautalankamalleja, tehtiin käyttäjähaastatteluja sekä kokeiltiin dashboardin toimivuutta neljällä käytettävyydestillä. Jatkoon valittiin kaksi versioehdotusta, joista toinen valittiin loppusuunnitteluun Visit Finlandin toiveiden mukaisena.

Lopullinen versio testattiin ja analysoitiin ennen kehitysprosessiin päästämistä. Valittu versio on valmis ja käytössä sen oikeilla käyttäjillä, kuraattoreilla.

Suunnittelutyö vastasi muotoiluprosessia ja työn tuloksien perusteella suunnittelutyö on onnistunut. Toimeksiantaja on ollut työhön tyytyväinen.

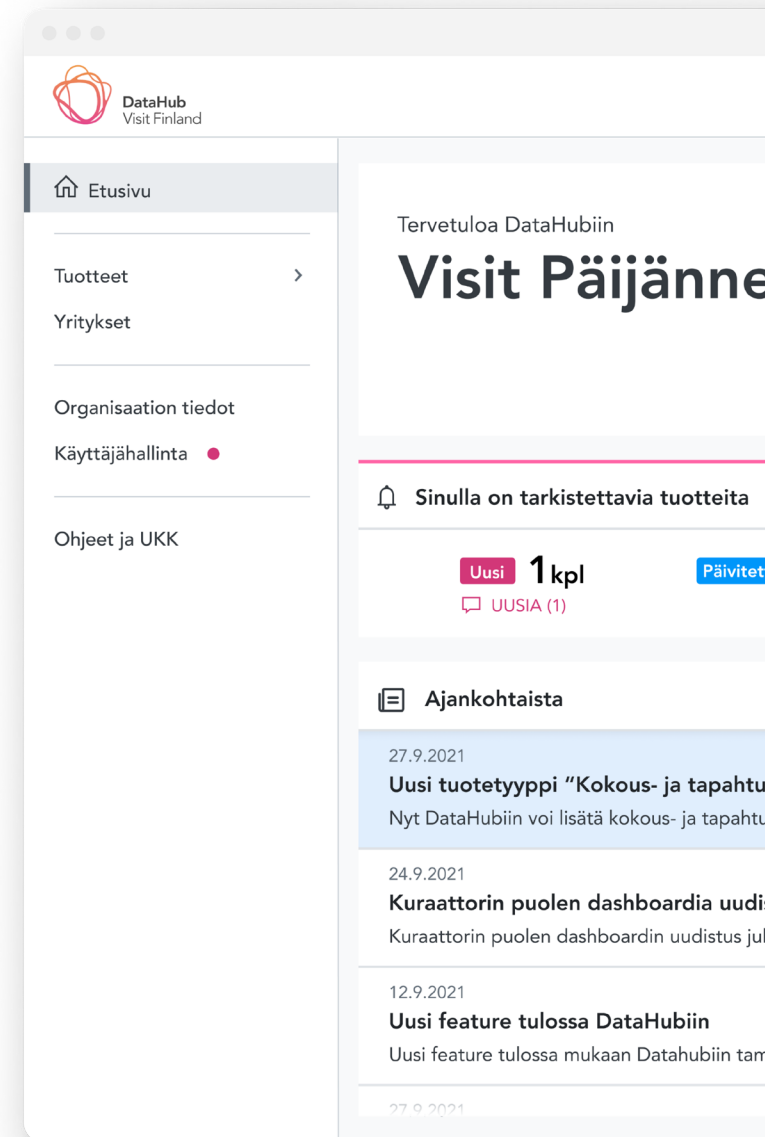
Opinnäytetyön alkuun asetin työlle tutkimuskysymyksiä, joiden avulla etenin tutkimuksessa sekä suunnittelussa. Nämä tutkimuskysymykset olivat seuraavat: Miten saadaan mahdollisimman käytettävä sekä ymmärrettävä dashboard? Miten dashboardin sisällöstä saadaan kiinnostava sen käyttäjille?

Tutkimuskysymysten tavoitteet toteutuivat ja dashboard on hyvin ymmärrettävissä, käytettävyydeltään helppo sekä sisällöltään kiinnostava. Nämä väittämät voidaan perustella pääkäyttäjien eli kuraattorien kommentteilla, jotka saatiin tietoon fokus -ryhmähaastattelussa sekä käytettävyydestätestauksissa. Myös ulkopuolisen opponentin tekemässä heuristisessa arvioinnissa uudistetun dashboardin todettiin vastaavan työn aluksi luotuihin tutkimuskysymyksiin.

Kuraattorin dashboardin rakentaminen oli minulle ensimmäinen tämänkaltaisena projektina, joten opin valtavasti uutta.

Eräs asia, joka jäi erityisesti mieleen suunnittelun jälkeen, oli yhteistyön tekeminen kehitystiimin kanssa ja suunnittelun pohjalta toimivan dashboardin rakentaminen palveluun. Oli todella mielenkiintoista nähdä, mitä tapahtuu, kun suunnittelun osuus on valmis, ja miten myös dashboardin erilaiset toiminnallisuudet tulisivat toimimaan oikeassa palvelussa. Olen todella tyytyväinen työhön.

Lopuksi haluan kiittää Visit Finlandia sekä Siili Solutionia mahdollisuudesta tutkia sekä rakentaa DataHub -palvelulle toimiva dashboard.



LÄHTEET

Kirjalliset lähteet
Sähköiset lähteet
Kuvat

LÄHTEET

KIRJALLISET LÄHTEET

Aspelund, K. 2016, 2. The design process. Kolmas painos. Lontoo: Bloomsbury.

Barnum, C. M. 2011a, 201. Usability testing essentials : ready, set-- test! Amsterdam: Morgan Kaufmann Publishers.

Barnum, C. M. 2011b, 202. Usability testing essentials : ready, set-- test! Amsterdam: Morgan Kaufmann Publishers.

Hamm, M. J. 2014, 32. Wireframing essentials : an introduction to user experience design. Birmingham: Packt Publishing.

Johnson, J. 2014, 128. Designing with the mind in mind : simple guide to understanding user interface design guidelines. Toinen painos. Boston: Elsevier.

SÄHKÖISET LÄHTEET

Adjust. What is a Dashboard?
Saatavilla: <https://www.adjust.com/glossary/dashboard/>
[Viitattu: 9.2.2022].

Babich, N., 2020. XD Ideas.
Saatavilla: <https://xd.adobe.com/ideas/process/user-testing/5-ux-benchmarking-tips-for-designers/>
[Viitattu 10.2.2022].

Business Finland. Visit Finland kehittää matkailua koko Suomessa.
Saatavilla: <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/visit-finland>
[Viitattu 3.2.2022].

Business Finland 2021. Visit Finlandin Strategia 2022-2025.
Saatavilla: <https://www.businessfinland.fi/492562/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/visit-finland-strategia-2021-2025-suomi.pdf>
[Viitattu 3.2.2022].

CanvasFlip, 2018. How To Design Notifications For Better UX.
Saatavilla: <https://uxplanet.org/how-to-design-notifications-for-better-ux-6fb0711be54d>
[Viitattu 10.3.2022].

DataHub.
Saatavilla: <https://datahub.visitfinland.com/>
[Viitattu 3.2.2022].

Driver, A. 2018. Design Drivers: What drives great design?
Saatavilla: <https://www.team-consulting.com/insights/design-drivers-what-drives-great-design/#:~:text=What%20are%20Design%20Drivers%3F,imagery%20chosen%20to%20accompany%20them>
[Viitattu 28.3.2022].

Crasman. Käyttäjälähtöinen suunnittelu.
Saatavilla: <https://www.crasman.fi/palvelut/suunnittelu/kayttajalahtoinen-suunnittelu>
[Viitattu: 7.3.2022].

Fessenden, T., 2019. Footers 101: Design Patterns and When to Use Each.
Saatavilla: <https://www.nngroup.com/articles/footers/>
[Viitattu: 10.3.2022].

Indeed Editorial Team, 2021. What Is a User Interface? (Definition, Types and Examples).
Saatavilla: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/user-interface>
[Viitattu: 7.3.2022].

Interaction Design Foundation, 2022 b.
Saatavilla: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/wireframing>
[Viitattu: 3.3.2022].

Interaction Design Foundation, 2022 a.
Saatavilla: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/usability#:~:text=Usability%20is%20a%20measure%20of,deliverable%E2%80%94to%20ensure%20maximum%20usability>
[Viitattu 7.3.2022].

Interaction Design Foundation b. User Experience (UX) Design.
Saatavilla: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/ux-design>
[Viitattu: 7.3.2022].

Interaction Design Foundation c. Responsive Design.
Saatavilla: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/responsive-design#:~:text=Responsive%20design%20is%20a%20graphic,ensure%20content%20consistency%20across%20devices>.
[Viitattu: 9.2.2022].

Interaction Design Foundation d. Usability Testing.
Saatavilla: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/usability-testing#:~:text=Usability%20testing%20is%20the%20practice,development%20until%20a%20product's%20release>
[Viitattu: 4.3.2022].

Interaction Design Foundation a. User Interface Design.
Saatavilla: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/ui-design>
[Viitattu: 7.3.2022].

Lavalle, C., 2021. Doxee.
Saatavilla: <https://www.doxee.com/blog/digital-marketing/digital-transformation-travel-industry/>
[Viitattu: 17.2.2022].

NSW Government, 2021. Interviews and focus groups.
Saatavilla: <https://education.nsw.gov.au/teaching-and-learning/professional-learning/pl-resources/evaluation-resource-hub/collecting-data/interviews-and-focus-groups>
[Viitattu 3.3.2022].

Nielsen, J., 2020. 10 Usability Heuristics for User Interface Design.
Saatavilla: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>
[Viitattu 10.2.2022].

Nielsen, J., 1994. How to Conduct a Heuristic Evaluation.
Saatavilla: <https://www.nngroup.com/articles/how-to-conduct-a-heuristic-evaluation/>
[Viitattu 10.2.2022].

STT, 2021. Yle.
Saatavilla: <https://yle.fi/uutiset/3-12072455>
[Viitattu 17.2.2022].

Studio by UXPin. What Is a Prototype: A Guide to Functional UX.
Saatavilla: <https://www.uxpin.com/studio/blog/what-is-a-prototype-a-guide-to-functional-ux/>
[Viitattu 7.3.2022].

Tubik, 2017. Best Practices for Website Header Design.
Saatavilla: <https://uxplanet.org/best-practices-for-website-header-design-e0d55bf5f1e2>
[Viitattu: 10.3.2022].

Unadkat, J., 2021. BrowserStack.
Saatavilla: <https://www.browserstack.com/guide/how-to-implement-mobile-first-design>
[Viitattu: 9.2.2022].

Veihtola, J., 2019. Dentsu.
Saatavilla: <https://www.dentsu.com/fi/fi/blogi/heuristinen-arviointi-ja-cro#top>
[Viitattu: 3.3.2022].

Visit Finland a.
Saatavilla: <https://new.visitfinland.com/en/>
[Viitattu: 17.2.2022].

Visit Finland, 2021. Future International Travel Trends 2022.
Saatavilla: <https://www.businessfinland.fi/4b0225/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/future-international-travel-trends-2022-visit-finland.pdf>
[Viitattu: 29.3.2022].

Visit Finland b. Welcome to Lapland.
Saatavilla: <https://new.visitfinland.com/en/places-to-go/lapland/>
[Viitattu: 17.2.2022].

Visit Finland c. Welcome to Lakeland.
Saatavilla: <https://new.visitfinland.com/en/places-to-go/lakeland/>
[Viitattu: 17.2.2022].

Visit Finland e. Welcome to Coast and Archipelago.
Saatavilla: <https://new.visitfinland.com/en/places-to-go/coast-and-archipelago/>
[Viitattu: 17.2.2022].

Visit Finland d. Welcome to Helsinki Region.
Saatavilla: <https://new.visitfinland.com/en/places-to-go/helsinki-region/>
[Viitattu: 17.2.2022].

Zhang, L., 2021. UX Planet.
Saatavilla: <https://uxplanet.org/desktop-vs-mobile-design-the-only-rule-you-must-know-8ac71714450a>
[Viitattu: 9.2.2022].

KUVAT

KUVA 1. Morkel, H. 2020. Viitattu 5.3.2022. Saatavilla: <https://unsplash.com/photos/Cvj4LJHJ3Q>.

KUVA 2. Visit Finland DataHub a. Viitattu 26.3.2022. Saatavilla: <https://datahub.visitfinland.com/>.

KUVA 3. Haaja, T. 2019. Viitattu 3.3.2022. Saatavilla: <https://unsplash.com/photos/I9SWvZ9sO2U>.

KUVA 4. Lahtinen, T. 2018. Unique road in Finland. Viitattu 3.3.2022.
Saatavilla: <https://unsplash.com/photos/J88r35Ac2ak>.

KUVA 5. Worrall, R. 2018. Viitattu 3.3.2022. Saatavilla: <https://unsplash.com/photos/FPt10LXK0cg>.

KUVA 6. Iwata, R. 2017. Viitattu 3.3.2022. Saatavilla: https://unsplash.com/photos/n31JPLu8_Pw.

KUVA 7. Dyson, Z. 2019. Viitattu 3.3.2022. Saatavilla: <https://unsplash.com/photos/q8sTwtqKFY>.

KUVA 8. Visit Finland DataHub b. Viitattu 10.3.2022. Saatavilla: <https://datahub.visitfinland.com/>.

KUVA 9. Kuusisto, J. 2020. Viitattu 3.3.2022. Saatavilla: https://unsplash.com/photos/MMHW_sRtpsw.

KUVA 10. Prins, J. 2019. Viitattu 3.3.2022. Saatavilla: <https://unsplash.com/photos/j1F-WyKgr28>.

KUVA 14. DataHub 2021. Viitattu 25.1.2022. Ei saatavilla.

KUVA 17. Google Analytics 2021. Viitattu 25.1.2022. Ei saatavilla.

KUVA 19. Wilma 2022. Viitattu 12.3.2022. Saatavilla: <https://jkl-norssi.inschool.fi/>.

KUVA 20. Google Account 2022a. Viitattu 12.3.2022. Saatavilla: myaccount.google.com/dashboard?hl=en.

KUVA 21. Google Account 2022b. Viitattu 12.3.2022. Saatavilla: myaccount.google.com/dashboard?hl=en.

KUVA 22. Peppi.lab 2022. Viitattu 12.3.2022. Saatavilla: www.peppi.lab.fi.

KUVA 23. Kuvakokoelma Shutterstock -sivustolta.
Tartila. Viitattu 26.3.2022. Saatavilla: <https://www.shutterstock.com/fi/image-illustration/dashboard-ui-infographic-data-graphic-chart-1910373103>.
Erdiva. Viitattu 26.3.2022. Saatavilla: <https://www.shutterstock.com/fi/image-vector/dashboard-user-admin-panel-template-design-589662791>.
PSai2108. Viitattu 26.3.2022. Saatavilla: <https://www.shutterstock.com/fi/image-vector/notification-messages-success-warning-error-info-1899073141>.

KUVA 25. Koskinen, L. 2021. Dashboardin sisältöä. Visit Finland DataHub.

KUVA 26. Koskinen, L. 2021. Dashboardin sisältöjen hahmotelmia. Visit Finland DataHub.

KUVA 27. Koskinen, L. 2021. Sketch -ohjelmalla luotuja hahmotelmia. Visit Finland DataHub.

KUVA 28. Koskinen, L. 2021. Rautalankamalli dashboardista 1. Visit Finland DataHub.

KUVA 29. Koskinen, L. 2021. Rautalankamalli dashboardista 2. Visit Finland DataHub.

KUVA 30. Koskinen, L. 2021. Lopullinen rautalankamalli, jonka pohjalta lähdettiin luomaan dashboardia. Visit Finland DataHub.

KUVA 31. Koskinen, L. 2021. Rautalankamallien jälkeen syntynyt ensimmäinen versio dashboardista. Visit Finland DataHub.

KUVA 32. Koskinen, L. 2021. Dashboardin versio 1. Visit Finland DataHub.

KUVA 33. Koskinen, L. 2021. Dashboardin versio 2. Visit Finland DataHub.

KUVA 34. Koskinen, L. 2021. Mustavalkoinen malli versio 1. Visit Finland DataHub.

KUVA 35. Koskinen, L. 2021. Mustavalkoinen malli versio 2. Visit Finland DataHub.

KUVA 36. HowSpace 2021a. Viitattu: 19.10.2021. Ei saatavilla.

KUVA 37. HowSpace 2021b. Viitattu: 19.10.2021. Ei saatavilla.

KUVA 39. Koskinen, L. 2021. Kuva versio 2 jatkosuunnittelusta. Visit Finland DataHub.

KUVA 40. Koskinen, L. 2021. Fokus-ryhmähaastattelun perusteella luotu valmis dashboard. Visit Finland DataHub.

KUVA 41. Koskinen, L. 2021. Interaktiivisen prototyypin polut. Visit Finland DataHub.

KUVA 42. Koskinen, L. 2021. Käytettävyydestäukseen luotu tehtävä. Visit Finland DataHub.

KUVA 43. Koskinen, L. 2021. Käytettävyydestäuksessa käytetyn presentaation aloitussivu. Visit Finland DataHub.

KUVA 44. Koskinen, L. 2021. Käytettävyydestäuksen kulku. Visit Finland DataHub.

KUVA 46. Koskinen, L. 2021. Ajankohtaiset -osion muutos testien analyysin perusteella. Visit Finland DataHub.

KUVA 47. Koskinen, L. 2021. Dashboardin mallien viimeistelyä. Visit Finland DataHub.

KUVA 48. Koskinen, L. 2021. Viimeistelty kuraattorin puolen dashboard. Visit Finland DataHub.

KUVA 53. Koskinen, L. 2022. Dashboardin sisältö. Visit Finland DataHub.

KUVA 54. Koskinen, L. 2022. Ylätunnisteen aikaisempia versioita. Visit Finland DataHub.

KUVA 55. Koskinen, L. 2022. Uudistettu ylätunniste dashboardilla. Visit Finland DataHub.

KUVA 56. Koskinen, L. 2022. Dashboardin ylätunnisteen luvut tuotetyypeittäin auki esitettynä. Visit Finland DataHub.

KUVA 57. Koskinen, L. 2022. Uudistetut notifikaatiot dashboardilla. Visit Finland DataHub.

KUVA 58. Koskinen, L. 2022. Notifikaatioiden aikaisempia versioita. Visit Finland DataHub.

KUVA 59. Koskinen, L. 2022. Dashboardin rivittyminen kun notifikaatioita on paljon. Visit Finland DataHub.

KUVA 60. Koskinen, L. 2022. Notifikaatioiden näkymä kun tilassa on 0 kpl. Visit Finland DataHub.

KUVA 61. Koskinen, L. 2022. Liittymispyyntöjen aikaisempia versioita. Visit Finland DataHub.

KUVA 62. Koskinen, L. 2022. Uudistettu liittymispyyntö -osio dashboardilla. Visit Finland DataHub.

KUVA 63. Koskinen, L. 2022. Uudistettu ajankohtais -osio dashboardilla. Visit Finland DataHub.

KUVA 64. Koskinen, L. 2022. Ajankohtaiset -osion aikaisempia versioita. Visit Finland DataHub.

KUVA 65. Koskinen, L. 2022. Ajankohtaiset -osio toinen uutinen avattuna. Visit Finland DataHub.

KUVA 66. Koskinen, L. 2022. Alatunnisteen aikaisempia versioita. Visit Finland DataHub.

KUVA 67. Koskinen, L. 2022. Uudistettu alatunniste dashboardilla. Visit Finland DataHub.