

# Universitat Oberta de Catalunya

Enginyeria Tècnica en Informàtica de Gestió

## Anàlisi i redisseny del site Web de CCOO del Grup Banc Sabadell. ( **CC.OO.** GRUP BANC SABADELL )

Alumne: Vicenç Garcia Soto

Consultor: Javier Darriba Fernández

Curs: 2004/05-1 (Gener)

## Dedicatòria

Dedico aquest treball a la Tresa (no és un error ortogràfic, ella l'escriu així), la meva dona, per la seva infinita paciència i pels moments perduts per que jo ho pogués dedicar a la formació.

Vull agrair també a la colla d'amics per aconseguir moments per compartir que no sempre han estat fàcils de trobar.

Manifestar el meu agraïment al personal de la secció sindical que sempre m'ha atès amb moltes ganes malgrat pertorbar-los en la seva tasca diària.

Finalment vull agrair a la meva família, tant sanguínia com política, la seva predisposició a eximir-me de tot i perdonar-ho tot en el moment que he dit la frase: 'tinc feina!'.

## Resum

Aquest projecte ha partit de un web que no està gaire utilitzat i del qual els seus propietaris tenen dubtes de invertir més temps i diners per fer-ne un redisseny fent-ne un anàlisi centrat en l'usuari.

Quan accepto el repte de dur aquest projecte endavant fixo com a fet diferenciador el clients potencials d'aquest web que tenen interessos molt diferents als usuaris d'un web on l'objectiu és una venda o els usuaris d'una aplicació empresarial específica. Aquest no tenen, o poden no senten tant, la necessitat d'accedir-hi.

Com a pla de treball s'ha plantejat els deu consells a tenir en compte al fer un nou disseny d'un lloc web publicat per Xperience Consulting [1]. En realitat queda en 9 punts sobre els que es treballarà. Aquest són: que falla; objectius de l'empresa; objectius, necessitats i expectatives dels usuaris; inventari de continguts i funcionalitats; disseny d'arquitectura de la informació; revisió de la consistència gràfica; realització de prototips; fer test d'usuaris i defineix nous indicadors.

El primers quatre punts treballats han suposat una tasca similar a les que es poden realitzar en altres treballs realitzats associats a assignatures.

Quan s'ha arribat al punt de dissenyar una arquitectura de la informació, s'ha utilitzat la tècnica del "card sorting" per tal de veure com agrupaven els continguts els nostres usuaris. Aquesta be determinada també pels escenaris que esperem que l'usuari es trobi. L'aplicació del concepte Persona per a definir quin és l'usuari clau i els escenaris associats a aquest són les peces clau a partir de les quals muntar el nou site.

Sense menysprear els altres apartats seguits en el disseny el que s'ha revelat clau ha estat el test d'usuaris. Aquests es poden fer de forma molt senzilla amb prototips i permeten detectar errors que tenen un cost de correcció molt inferior en el moment detectat que en el moment que el web ja estigui en marxa.

# Índex

Dedicatòria .....	2
Resum .....	3
Índex .....	4
1. Introducció .....	5
1.1. Justificació .....	5
1.2. Objectius .....	6
1.3. Enfocament i mètode seguit .....	6
1.4. Planificació .....	8
1.5. Productes obtinguts .....	9
1.6. Breu descripció altres capítols .....	9
2. Conèixer que falla .....	10
2.1. Què funciona i que no? .....	10
2.2. Proves amb usuaris .....	11
2.3. Que s'ha de canviar? .....	12
3. Objectius del client .....	13
3.1. Revisió dels objectius .....	13
4. Quins usuaris potencials hi ha? .....	14
4.1. Situació i distribució d'usuaris .....	14
4.2. Objectius, expectatives i necessitats dels usuaris .....	16
5. Treball de Funcionalitats i Continguts .....	19
5.1. Inventari de funcionalitats actuals .....	19
5.2. Inventari de continguts actuals .....	21
5.3. Nous continguts .....	22
5.4. Noves funcionalitats .....	23
5.5. Prioritat de funcionalitats i continguts definitius .....	24
6. Disseny de l'arquitectura de la informació .....	26
6.1. Definició de l'arbre de continguts .....	26
6.2. Escenaris d'ús .....	27
6.3. Anàlisi de processos interactius clau .....	30
7. Revisió i redefinició de la consistència gràfica .....	36
8. Realització de prototips .....	37
8.1. Pàgina Main .....	37
8.2. Gestió de títols i situació dins del Site .....	40
8.3. Navegació i gestió d'enllaços .....	41
9. Test d'usuaris .....	46
10. Definir nous indicadors .....	49
11. Conclusions .....	50
Bibliografia .....	51

## 1. Introducció

### 1.1. Justificació

El projecte suposa l'anàlisi i creació d'una nova versió del lloc web de la secció sindical de Comissions Obreres (CCOO) del Grup Banc Sabadell ( en endavant GBS ) partint d'un disseny centrat en l'usuari. El lloc web és accessible per tothom a l'adreça <http://bs.comfia.net>, encara que presenta l'opció d'accedir a espais reservats a afiliats i a delegats. En aquest moment els administradors hi accedeixen per una adreça diferent..

A partir d'aquest moment ens referirem al nostre client com la Secció Sindical o com al client.

La Secció Sindical està formada pels empleats que han estat escollits com a representants dels treballadors en eleccions sindicals més alguns que són triats per la comissió executiva de la Secció Sindical gràcies al que estableix la Llei Orgànica de Llibertat Sindical.

Aquests empleats tenen una dedicació normalment parcial de la seva jornada a la tasca sindical. Només 5 d'ells tenen una dedicació exclusiva a la Secció Sindical.

#### Dades del client

- **Nom:** Secció Sindical de CCOO del GBS
- **Seu:** Sabadell
- **Tipus d'empresa:** Secció Sindical d'un grup d'empreses
- **Empleats en el Grup:** 7.437
- **Empleats que tindrà a partir del Desembre de 2004:** aprox. 10.500
- **Afiliats:** 1.196
- **Independència:** relativa, doncs té una dependència orgànica de la matriu Sindical (CCOO) i de la federació que agrupa els empleats d'entitats financeres, assegurances i serveis administratius de CCOO, anomenada COMFIA.
- **Recursos humans:** les hores que dediquen els representants dels treballadors
- **Recursos financers:** una part de les quotes dels afiliats i material informàtic parcialment cedit pel GBS.

Les qüestions derivades d'aquestes dades i que afecten directament a aquest treball són:

- Pot haver limitacions al no ser absolutament independents
- El capital que pot dedicar al la remodelació del web no és gaire elevat.
- Els espais interactius que requereixen respostes ràpides no poden ser molt elevats per no disposar de gaire personal amb dedicació diària.

El repte diferenciat que suposa aquest projecte és doble. Per una part els objectius que pot tenir el nostre client són molt diferents dels objectius habituals dels llocs web, com podrien ser vendre productes o de similars. L'altra element interessant és poder veure que pot motivar a una audiència que no visita regularment el web, però que té les eines per accedir-hi a mà durant tota la seva jornada, doncs el necessita per la seva feina.

## **1.2. Objectius**

Estudi per a la creació una nova versió del lloc web, que millori el nivell d'ús i satisfacció de l'actual.

Proposta d'un nou format que contingui les funcions actuals que funcionen i les modificacions per a afegir o modificar les que considerin necessàries tant el nostre client com els seus usuaris. Alhora que introduir elements que facilitin la interactivitat o si més no, la sensació d'interactivitat.

Proposta d'una nova home amb agrupacions o subHomes més properes a les agrupacions que fan els usuaris del que cerquen.

## **1.3. Enfocament i mètode seguit**

El projecte té tres blocs clarament diferenciats.

El primer bloc és el que afecta al coneixement de la situació. Això suposa analitzar: del problema que volem afrontar, els objectius dels nostres clients i les necessitats i expectatives dels seus usuaris.

A més hi ha elements que hi poden tenir influència, com altres accions que realitza el client vers els usuaris o el accés i/o coneixement de l'adreça del web o fins i tot com arribar-hi a partir de la intranet corporativa del GBS.

El segon bloc comprèn el disseny del nou web. Implica definir, avaluar i prioritzar les diferents funcionalitats que ha de tenir; dissenyar l'arquitectura de la informació i revisar la consistència gràfica.

El darrer bloc és el de realització de prototips. Això implica fer tests d'aquest prototips i segons els resultats d'aquests tests modificar el determinat en el segon bloc, modificar els prototips i tornar a testejar. Implica també determinar quins indicadors necessitem per valorar el nou web i com afecta a l'arquitectura.

## 1.4. Planificació

Tasques a realitzar			Setemb		Octubre					Novembre					Desembre				Gener	
		inici set.	20	27	4	11	18	25	1	8	15	22	29	6	13	20	27	3	10	
		Setmana	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	
	Inici	Fi																		
<b>Cercar documentació</b>	<b>14-set</b>	<b>20-des</b>																		
Documentació general IHO	14-set	20-des																		
Documentació, aquest tipus de sites	20-set	15-oct																		
Documentació sobre tipus d'usuaris	4-oct	20-oct																		
<b>Fita - PAC 1</b>	<b>18-set</b>	<b>24-set</b>																		
<b>1. Coneixer que falla</b>	<b>27-set</b>	<b>10-oct</b>																		
veure que funciona i que no a partir de tests d'usuaris	27-set	8-oct																		
Anàlisi dels indicadors que hi hagi	5-oct	8-oct																		
Definició final de que falla	9-oct	10-oct																		
<b>2. Revisar objectius SS</b>	<b>11-oct</b>	<b>15-oct</b>																		
Anàlisi previ	11-oct	11-oct																		
Entrevista amb responsables	13-oct	14-oct																		
Definició final dels objectius	15-oct	15-oct																		
<b>3. Usuaris: Perfils, Necessitats, etc.</b>	<b>14-oct</b>	<b>10-nov</b>																		
Anàlisi de perfils i objectius d'aquests	14-oct	21-oct																		
Preparació enquesta i mostra d'usuaris	16-oct	18-oct																		
enviament d'enquesta	19-oct	19-oct																		
tractament de resultats	25-oct	31-oct																		
Definició final de perfils, objectius, etc.	30-oct	10-nov																		
<b>Fita - PAC 2</b>		<b>2-nov</b>																		
<b>4. Treball de Funcionalitats i continguts</b>	<b>1-nov</b>	<b>15-nov</b>																		
Inventari funcionalitats i continguts actuals	01-nov	05-nov																		
Anàlisi de noves funcionalitats	06-nov	10-nov																		
Definició de les funcionalitats i continguts definitives pel nou site	11-nov	15-nov																		
establir les prioritats d'aquestes	11-nov	15-nov																		
<b>5. Disseny de la arquitectura de la informació</b>	<b>16-nov</b>	<b>1-des</b>																		
definició de l'arbre de continguts	16-nov	21-nov																		
definició d'escenaris d'ús	22-nov	26-nov																		
anàlisi de processos interactius clau	27-nov	1-des																		
<b>6. Revisió i redefinició de la consistència gràfica</b>																				
	2-des	6-des																		
<b>Fita - PAC 3</b>		<b>9-des</b>																		
<b>7. Realització de prototips</b>	<b>09-des</b>	<b>15-des</b>																		
per mostrar:																				
navegació i gestió enllaços	9-des	12-des																		
mostra d'informació i gestió de títols	13-des	15-des																		
nou Home	9-des	15-des																		
<b>8. Test d'usuaris</b>	<b>15-des</b>	<b>22-des</b>																		
<b>9. Indicadors</b>	<b>10-des</b>	<b>21-des</b>																		
Revisar vells	10-des	15-des																		
Incorporar nous	16-des	21-des																		
<b>Fita - Entrega Final</b>	<b>4-gen</b>	<b>10-gen</b>																		



## **1.5. Productes obtinguts**

Prototips de les pàgines web realitzades a partir del treball realitzat per fer un nou disseny del web centrat en l'usuari.

## **1.6. Breu descripció d'altres capítols**

Els capítols de desenvolupament seguiran en principi els objectius específics que s'ha marcat seguint criteris d'Xperience Consulting [1], que són els següents:

1. Conèixer que falla en el web i quins indicadors usen.
  - 1.1. Anàlisi del per què falla.
2. Revisar i aclarir els objectius de la SS
3. Investigar el perfil d'usuaris i els objectius, necessitats i expectatives d'aquests
4. Treballar els continguts i funcionalitats
  - 4.1. Inventariar els continguts i funcionalitats actuals i veure quins d'aquests segueixen sent útils.
  - 4.2. Anàlisi de noves funcionalitats.
  - 4.3. Definir quins continguts i funcionalitats tindrà finalment el nou lloc web al fusionar els dos punts anteriors.
5. Dissenyar l'arquitectura de la informació a partir de l'agrupació de conceptes i categories que fan els usuaris
6. Revisió i redefinició de la consistència gràfica.
7. Realització de prototips en Visio per mostrar de forma gràfica la navegació, gestió d'enllaços, gestió de títols, com mostrem la informació i un redisseny del Home.
8. Realitzar tests d'usuaris per tal de trobar les petites deficiències. Aquests podrien ser teòrics sobre els prototips.
9. Establir nous indicadors i modificar els existents, per tal de poder millorar l'eficàcia, eficiència i satisfacció.

## **2. Conèixer que falla**

Ens interessa saber que és el que està funcionant correctament i que és el que no ho fa. Hi ha una dificultat afegida que prové del fet que els interessos dels usuaris moltes vegades són molt concrets i costen de classificar.

No es disposa de gaires dades provinents d'indicadors doncs l'únic de que es disposa és del nombre de visites. Aquest reflexa un percentatge de 600 visites mensuals. Si tenim en compte que hi ha 130 delegats i que aquest puguin fer una mitjana de 2 consultes mensuals, ens queda que només hi ha unes 350 visites al mes d'empleats no delegats.

### **2.1. Què funciona i que no?**

Després d'un primer anàlisi sense usuaris es pot veure una sèrie de punts que crec han d'afectar forçosament al ús que s'en fa.

Aquests es poden resumir en:

1. Díficil accés
2. Format de comunicació unidireccional
3. Agrupacions estranyes per a l'usuari
4. Abús dels documents en PDF
5. Altres qüestions menors

El primer punt afecta a l'accés al web. Per una banda el nom del site és bastant confús per la majoria de usuaris o potencials usuaris, doncs depèn de la federació COMFIA, que no tothom associa amb la Secció Sindical. Encara que en tots els documents en paper que s'envia als afiliats o als empleats en general sempre hi hagi el seu logotip.

Referit al mateix punt també afecta el fet que per accedir al web des de la intranet corporativa s'hagi de fer 5 "clicks" això comptant que es facin al lloc correcte, doncs els noms assignats no sempre són clars.

Pel que respecta al segon punt sembla talment que el web sigui un taulell d'anuncis on la Secció Sindical "penja" els documents per a que els usuaris el llegeixin i prou. Si afegim el fet que tots aquests documents són enviat en suport paper directament als afiliats i també als centres de treball és difícil que els usuaris vegin cap valor afegit al web.

En aquest mateix punt podem incloure que no hi ha més forma de comunicació de l'usuari vers el nostre client que per correu electrònic. I que aquest també queda una mica difús, com a acció enviar e-mail en el peu de pàgina o la mateixa acció però a la pàgina "*despatxos de la secció sindical*" al

accessible des de "nosaltres" a la barra de menús. Hi ha accions per enviar correus a 6 adreces diferents!

Pel que fa a les agrupacions les que hi ha poden ser ambigües de cara a l'usuari. Com per exemple la d'acords, que en realitat es refereix a acords Empresa-Representants sindicals. També hi ha una que és acció sindical i una altra que és salut laboral, quan en tot cas aquesta darrera estaria inclosa en la primera.

Hi ha molta informació de la que és accessible des de el web que acaba obrint un document PDF. Si s'usa de forma limitada és interessant, sempre pensant que un document PDF és bàsicament per a imprimir, sobretot si té una certa llargada.

Però que hi hagi un percentatge tant elevat en aquest format suposa que un cop l'usuari ha arribat a aquest punt ja només pot tornar enrera. O sigui creant pàgines finals totalment desaconsellades per a un lloc web.

Una altra qüestió que pot despistar als usuaris és que dins d'alguna agrupació tant hi ha enllaços dins del mateix web com a pàgines externes.

També afecten coses com la manca d'un enllaç al Home a l'esquerra de la barra de navegació, hi ha un abús de les imatges sense que aquestes aportin informació en la majoria dels casos, hi ha un banner en el Home que és de difícil lectura i afecta a qüestions externes al GBS, hi ha un enllaç que es diu altres que no se sap que pot arribar a contenir. I encara n'hi ha d'altres.

## **2.2. Proves amb usuaris**

El nombre d'usuaris amb el que s'ha provat ha estat de només cinc, però en aquest tipus d'associació és difícil trobar usuaris que tinguin interès en perdre temps en desenvolupar quelcom que no els hi és útil immediatament.

Així dos d'aquestes usuaris han estat delegats que coneixen el web, dos més són afiliats que no havien entrat al web i el darrer és un empleat no afiliat que tampoc havia entrat.

Per a que no tinguessin la sensació de pèrdua de temps i perdre l'interès dels voluntaris s'ha fet una prova curta per a tots igual. Aquesta ha estat de mitja hora amb cada un d'ells.

Per a aconseguir que cada anàlisi d'usuari durés aquests 30 minuts que havíem proposat s'ha establert uns objectius comuns de cerca i uns que depenguessin de cada individu, així com una petita entrevista final per obtenir altra informació.

S'ha demanat:

- Cercar dos documents que estan al web. Si ho han fet pel cercador, s'ha demanat que ho fessin també per les agrupacions.
- Cercar informació d'algun tema del seu interès.
- Intentar afiliar-se
- Entrevista en que s'ha demanat:
  - comentar dificultats que han tingut
  - quins tipus de dades són del seu interès?

Els resultats obtinguts mostren:

- que troben els documents, però si ho fan pel cercador a vegades s'obtenen resultats sense sentit.
- El nombre de clicks que han de pitjar per arribar al objectiu sempre és elevat. I que encara ho és més si no utilitzen el cercador.
- Les agrupacions no donen informació rellevant als usuaris no habituats ( que són els que ens interessa )
- Que l'afiliació, que podria ser un objectiu de la Secció Sindical els frustra per anar a parar al web general de CCOO i per haver d'omplir moltes dades.
- Les dades que interessin als usuaris no avesats són les que corresponen a les noves notícies que els afecten i a les anteriors que els puguin afectar en un futur.

### **2.3. Que s'ha de canviar?**

La deficiència més gran que té el web és la manca de dinamisme i sobretot la sensació per part de l'usuari de ser un repositori de documents. Per a solucionar-ho es proposaran elements com la valoració d'articles (que anomenen publicacions) i la incorporació d'espais interactius com espais de xat o altres que donin resposta a consultes d'usuari com FAQs.

També s'ha de canviar les agrupacions i crear temes dins d'aquestes. I separar clarament el que es nou del que es vell, que fins i tot es pot treure o situat en un apartat que sigui històric.

Si es fan aquests canvis a més seria interessant introduir elements que permetin situar-se dins del web com poden ser breadcrumbs i fins i tot un

mapa del web per accedir ràpidament quan no sabem d'un tema en quina agrupació està.

### **3. Objectius del client**

Els objectius del client vers el web són bàsicament aconseguir que sigui la eina de comunicació vers els empleats del GBS. O sigui bàsicament de repositori de documentació.

Encara que al crear el web anterior han creat un espai per a la realització d'enquestes. Un espai que no usa i fins i tot no és possible veure que existeix.

#### **3.1. Revisió dels objectius**

S'ha plantejat al client que la capacitat que té un espai web va molt més enllà del que proposen, cosa que ja fan en paper imprès; i que es pot modificar en aspectes de disseny i de continguts de manera que es potenciï la interactivitat amb l'usuari i també la sensació que és quelcom viu, o sigui actualitzat, que és difícil de fer entendre si hi ha dades històriques barrejades amb les noves.

Una preocupació sempre latent és el cost que té el web, tant de creació en cost monetari, com de manteniment en recursos humans a dedicar-hi diàriament.

La llista d'objectius consensuada és:

- Potenciar l'accés al web
- Crear elements que permetin major interactivitat per part de l'usuari
- Distingir entre espais propis o del propi interès de espais que poden ser d'interès però no directament vinculats a les relacions amb el GBS
- Mantenir la dualitat de llengües usades.
- Ajudar a crear imatge
- Facilitar l'afiliació

Els objectius poden semblar ambigus però n'hi que són conseqüència del mateix fet de tenir un web, com el fet de crear imatge. Una part important de la seva imatge la dona l'accessibilitat i consistència del propi web. Així mateix el explicar el per què de l'existència del client i que el diferencia de altres

ofertes que poden semblar similars també és molt fàcil de potenciar amb un web ben usat.

Pel que fa el potenciar l'accés al web és una conseqüència de pretendre que aquest sigui el canal de comunicació habitual. Crec que un disseny centrat en l'usuari ajudarà en aquesta línia, tot i que s'haurà de complementar amb elements externs al web com pot ser el no enviar algunes comunicacions en paper, o només fer-ho als afiliats; o fins i tot, enviar informacions parcials impreses que continuïn en el web.

#### **4. Quins usuaris potencials hi ha?**

Els usuaris potencialment interessats en el web del client són tots els empleats del GBS, que en aquests moments són 7.437. A més s'ha d'afegir els empleats del Banco Atlantico (BA) que són uns 3.000 més que també hi poden estar interessats ara mateix doncs en el més de Desembre ja formaran part del GBS.

Entenc que tots els empleats han d'estar interessats per el contingut del web del nostre client, doncs les circumstàncies de l'economia, el procés d'integració del BA i les possibles baixes que generarà tant d'oficines com d'empleats, les males relacions empresa-sindicats tant a nivell de patronals com específiques al GBS generen un neguit pel futur immediat en tot els empleats.

A part de nous interrogants encara no consensuats com l'ús de les noves tecnologies per part dels empleats o la conciliació de la vida laboral i familiar. Fites objectivament interessants per a qualsevol treballador per compte d'altre.

##### **4.1. Situació i distribucions dels usuaris**

Ens centrarem en els empleats del GBS, doncs són del quals la Secció Sindical té dades complertes que poden ajudar a conèixer quina situació tenen.

Hi ha unes dades que són comunes a tots els empleats.

- Tenen accés a un navegador per la seva feina i han de accedir diàriament a la intranet corporativa segons normativa del GBS. Des d'aquesta intranet està accessible el web del nostre client en 4 clics.

- Disposen de ratolí sense rodeta o amb aquesta desactivada. Ho remarquem per què aquest fet condiona molt la navegació en pàgines llargues.
- Tenen càrregues de feina elevades que fa que els hi sigui difícil dedicar-se temps a cercar dades. Afecta a que la navegació ha de ser molt intuïtiva per no fer-los desistir d'accedir o navegar pel web del client.

Altres dades que afecten als usuaris com a grup les presento en format de gràfics per a entendre algunes distribucions d'aquests que poden condicionar tant el disseny com els continguts. Els podem veure en les figures següents.

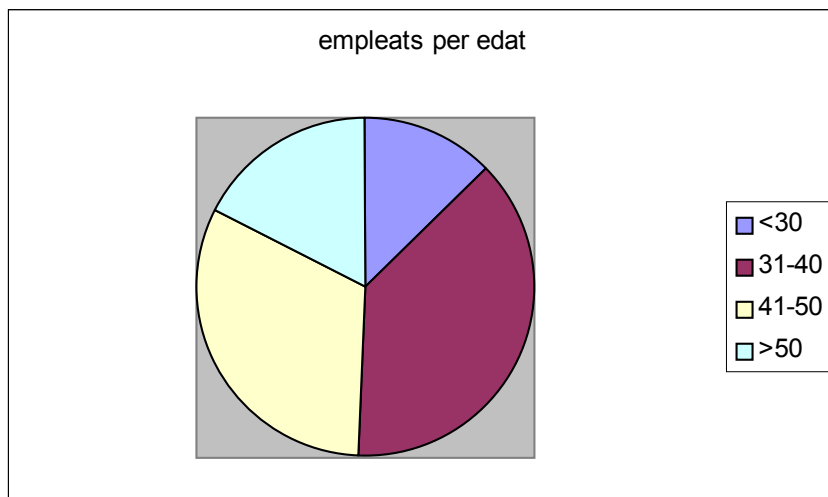


Figura 4.1.1 Empleats segons rang d'edat

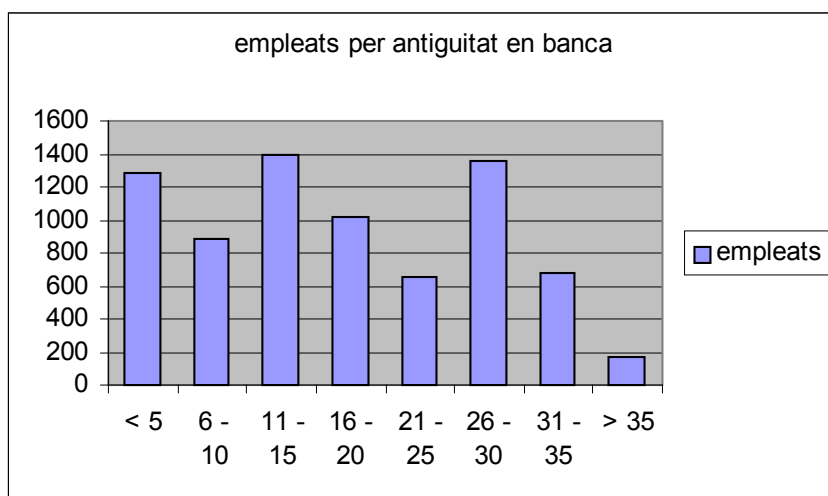


Figura 4.1.2 Empleats segons antiguitat

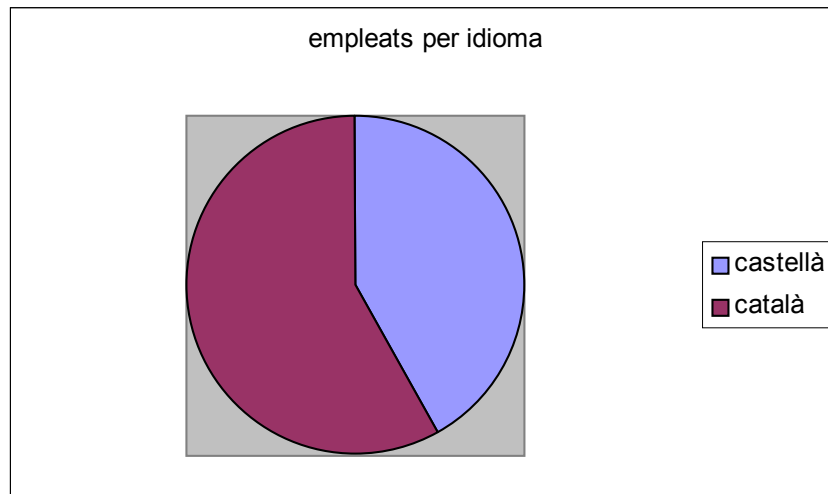


Figura 4.1.3 Empleats segons idioma

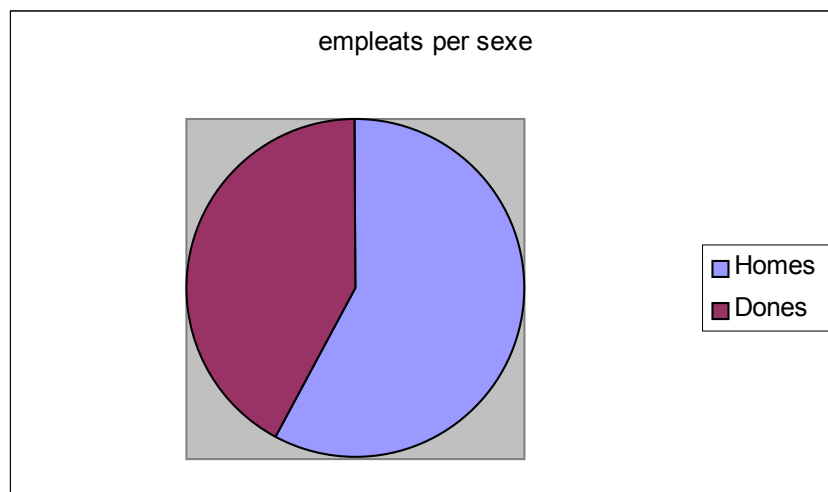


Figura 4.1.4 Empleats per sexe

## 4.2. Objectius, expectatives i necessitats dels usuaris

En el cas que els indicadors de l'actual web haguessin estat més nombrosos i ens haguessin donat informació sobre quins articles han estat oberts més vegades tindríem dades per veure quins temes són els que interessen. Però com això no ha estat així haurem de partir de l'anàlisi dels usuaris que tenim i de dades que podem obtenir de webs similars com la de [CCOO de la Caixa](#)



Hem d'entendre que l'activitat que desenvolupa el nostre client entra dins de l'ordre dels temes socials i la gent en general es mou per interessos personals. O sigui que una part del que ha de transmetre o comunicar el web és en que és útil la tasca del client per als empleats com a col·lectiu i per a l'usuari que es connecti en particular.

Per a aconseguir els objectius particulars ens serà útil les dades que tenim dels grups d'usuaris que hem vist en el punt anterior.

Una altra qüestió relacionada amb el tipus de entitat que representa el nostre client és que quan algú l'entén com un bé social és fàcil que hi vulgui col·laborar, per tant serà molt important crear els elements necessaris per facilitar aquesta actitud dels usuaris.

En general serà bàsic que les dades siguin accessibles molt ràpidament. És una constant en el nostre món i el nostre web no s'escapa d'això. En el cas que quelcom no es trobi ràpidament es deixa de cercar en aquest web, però potser no només avui si no mai més. O sigui que els usuaris esperen que tinguem el que cerquen a la distància d'un clic.

De les dades que podem esperar que els nostres usuaris cerquin haurem de tenir enllaços directes a la part calenta de la pàgina Home. Evidentment ens podem equivocar i no només això, si no que les prioritats dels usuaris canviaran amb el temps i per tant hem de fer el nostre web adaptable a aquests canvis.

De les dades obtingudes sobre la distribució dels usuaris podem esperar que tinguin interès especial:

- Els temes específics de la dona
- Temes de plans de pensions i prejubilacions
- Temes relacionats amb actuacions sobre la jornada laboral

Els usuaris esperen en general que hi hagi algun mètode per ajudar-los en la navegació. Sobretot passa amb els que hi accedeixen per primera vegada, però tenir-ho o no pot ser la diferència entre conservar l'usuari o perdre'l.

Donat que el GBS és un banc amb seu a Catalunya i més de la meitat d'usuaris usen el català per comunicar-se amb el nostre client és previsible que els usuaris vulguin que tots els documents estiguin en l'idioma que han triat.

El client ens manifesta que els usuaris tenen normalment poca implicació. Ho han vist, sobretot, per l'escassa resposta a les enquestes que han efectuat. Segons els seus anàlisis entenen que els empleats generalment tenen por

que es vegi que tenen una relació amb la secció sindical. Per això un aspecte molt importat pels potencials usuaris és poder intervenir de forma anònima.

nota: s'ha decidit eliminar l'enquesta per la informació esbiaixada que suposa aquest tipus d'obtenció d'informació.

## **5. Treball de Funcionalitats i Continguts**

S'ha focalitzat en trobar quines funcionalitats actuals són vàlides, quines modificacions s'ha de fer sobre aquestes o sobre l'accés a aquestes i trobar noves funcionalitats que ajudin a l'assoliment dels objectius del client i dels seus usuaris.

Així mateix també s'ha determinat per a les funcionalitats finals quins costos de manteniment de l'espai tenien.

### **5.1. Inventari de funcionalitats actuals**

Les funcionalitats que s'han de conservar, tenint en compte que no estan anomenades amb ordre d'importància són:

- **Cercador**

Disposar d'un cercador és bàsic per a un lloc web. Sobretot per als usuaris novells d'aquest site, doncs és de gran ajuda quan no se sap on trobar el que estem cercant.

És clar que, sobretot ha de donar els resultats esperats, sense dades sense sentit. A més hauria de permetre refinar una cerca, doncs hi ha cerques que donen un nombre molt elevat de coincidències.

- **Espai d'identificació**

El fet d'identificar-se com a usuari possibilita que els usuaris puguin accedir a espais concrets.

Això pot afectar a la forma de treball dels mateixos delegats. creant agrupacions de treball per a que un grup d'aquest tingui accés de forma conjunta a un espai compartit i per tant un espai de treball virtual. Les possibilitats en aquest camp són enormes, però llavors ja s'assemblaria a una intranet, en que l'administració informàtica és complicada.

Però sobretot és important per als usuaris. Hi ha dues qüestions realment importants. La primera és el fet d'oferir als afiliats espais, que poden ser informatius o interactius, privilegiats.

L'altra parteix de la base que quan un usuari es doni d'alta s'assigni un sobrenom (nickname), aquesta manera les intervencions que pugui fer en espais que després proposarem incloguin aquest nickname en lloc del nom o

usuari o cap altra identificador. Això garanteix l'anonimat de l'usuari, que és un dels aspectes que semblen rellevants en els seus objectius. Però a l'hora obliga a que l'usuari es registri per a poder fer intervencions.

Aquest registre es pot aprofitar en varis sentits, com demanar a l'hora de donar-se d'alta una adreça d'e-mail externa al GBS i preguntar si vol rebre informació en aquesta adreça o obligar a estar afiliat per a poder ser un usuari privilegiat. Però això dependrà de la decisió final del client.

- **Enllaços Externs**

Tenir enllaços a l'exterior del web presenta varis inconvenients. Entre els que es troben la gestió d'aquests, o sigui controlar que portin a un espai vàlid i que contingui el que volem. O la possibilitat que l'usuari vagi a l'espai de l'enllaç i ja no torni.

Aquesta funcionalitat ha d'estar limitada als espais externs que tinguin un interès per a l'assoliment d'objectius dels usuaris, i si no és pels usuaris normals ( empleats no delegats ) ha d'estar en espais més amagats.

- **Afiliació**

Una funcionalitat important és la que permet afiliar-se. Els recursos del client són directament proporcionals als afiliats que té, per tant aquesta funcionalitat és clau.

Ara mateix els enllaços que presenten aquesta opció envien a la pàgina principal del web de CCOO i s'ha d'omplir 4 formularis. Si hi afegim que no es visible quin tipus de seguretat té l'enviament de les dades que l'usuari està capturant és fàcil preveure que aquesta fàcilment no es finalitzi.

- **Contacta**

Una funcionalitat que no pot faltar en un web és l'espai per contactar amb l'empresa o associació que representa. Aquesta només és un simple enllaç a la comanda (mailto:). És molt simple i permet a l'usuari fer una consulta que sigui de caràcter més personal o només una simple consulta o suggeriment si no hi ha altres espais per fer-ho.

En el cas del nostre client és molt important per les consultes de qüestions de tipus personal.

La deficiència trobada és que hi ha a 6 adreces diferents.

## 5.2. Inventari de continguts actuals

Els continguts dependran sempre del que el client vulgui incloure-hi en el site.

Respecte a aquests continguts proposo una millora en la disposició en el web de dues maneres: que estiguin distribuïts segons els criteris dels usuaris i que estiguin clarament separats els que són nous dels que són més vells i sobretot del que suposen informació històrica. Fins i tot aquests darrers podrien estar amagats per als usuaris generals i només accessible als delegats, doncs només tenen interès de treball.

Dels continguts a mantenir amb un caràcter diferenciat jo destaco:

- **Qui som?**

En el web compren tot el que hi ha a l'espai "*nosaltres*". Considero que és important explicar qui forma part de la secció sindical, quines tasques desenvolupa, en quin marc es mou, quina són les eines o força de que disposa. En fi, tota aquesta informació que a vegades és molt desconeguda i fa que es parli d'aquests col·lectius com del dels polítics o dels caps, que sovint ningú sap que fan.

Si que s'ha de canviar els espais que l'integren per a que aquesta explicació no tingui aquest grau d'estructuració que pot ser si té el sindicat, però que difícilment interessa al nostre usuari.

I sobretot, no pot estar al primer lloc de la barra de navegació principal.

- **En què s'està treballant?**

Aquest contingut està bastant escampat i en alguns casos agrupat i en d'altres no. Les agrupacions que contenen dades en aquest sentit són "*publicacions*", "*acció sindical*" i "*salut laboral*".

Jo els reduiria a dos. Aquest haurien de contenir les **publicacions** i l'altre suposar **espais específics**.

El primer haurà de tenir agrupacions dels temes específics que estan tractats. Molts d'aquests temes seran els mateixos que hi hagi en l'apartat d'espais proposat abans i altres seran agrupacions temporals, només interessants segons la situació. I una de caràcter general que compregui temes globals.

Els espais específics contindrà altres agrupacions corresponent als continguts que es concentren en temes concrets, com el de Dona, Salut laboral, etc.

- **Acords**

crec que aquest contingut es pot prendre com a base per a crear un més interessant que es pot anomenar **Marc de Relació**. Aquest contindrà tots els marcs legals que sustenten les relacions empleat-empresa. D'aquests els acords sindicats-empresa (que són els reflexats actualment) només són el darrer graó. Doncs per sobre d'aquests en importància ascendent estan els Convenis col·lectius, l'estatut dels treballadors i la constitució.

D'aquesta manera els acords no vigents no s'haurien de mostrar i els altres apartats d'aquest espai poden portar a comentaris sobre aquests documents o al document sencer, entenent que només interessa com a document sencer el conveni vigent, doncs els altres elements són més permanents i de marcat caràcter jurídic ( o sigui, llargs i difícils de llegir).

### **5.3. Nous continguts**

Com ja he dit molta part dels continguts depenen del client i sobretot he modificat la disposició o agrupació dels existents en la manera que està indicat en l'apartat anterior.

Un element bàsic en un site que aquest podrà tenir a partir de la reestructuració proposada és un **mapa del web**. Aquest facilitarà la navegació tant o més que el cercador en el moment que la informació estigui estructurada d'una forma més propera a l'usuari.

Aquest element és simple i només necessita el manteniment quan creem un nou apartat o subapartat.

Un espai que pot ser interessant, i que proposo, és un espai de **preguntes freqüents**, per a respondre qüestions de caràcter general, que siguin consultades per més d'un usuari en un període. Té l'avantatge que les consultes no tenen per que haver-se fet per mitjà del web.

Una variant sobre els continguts que hi ha ara són els enllaços entre aquests, ara mateix molts dels continguts són finals, o sigui quan arribem a aquests estem en un carreró sense sortida i només ens queda tornar enrera. Un dels errors més tractats en aspectes de usabilitat.

Per a corregir-ho incorporo el fet que a tota pàgina que seria de contingut final s'afegeixi entre dos i cinc enllaços a continguts relacionats, de manera que l'usuari pugui continuar accedint a informació quan ha llegit un contingut. Aquests enllaços estaran al peu de la pàgina corresponent darrera del contingut i de l'aplicació per recomanar-la.

Alguns continguts i funcionalitats proposats per Ann Light [2]

## **5.4. Noves funcionalitats**

Les noves funcionalitats han de ser les que han de donar al web aquesta característica de entorn actiu que permet donar aquesta eina i que d'altres no poden.

Les proposades són les següents:

- **Valoració de documents**

Poder valorar documents o aportacions dona a l'usuari la possibilitat d'opinar sobre el contingut. I per tant mostrar el que és del seu interès o del seu desinterès. Encara que sobretot si hi està d'acord amb l'opinió que aporta el contingut valorat.

La seva utilitat prové de la senzillesa amb que l'usuari pot participar-hi, doncs la tasca que ha de fer és marcar un botó d'opció i prémer un botó per fer efectiu el vot.

A més aquesta funcionalitat ens permetrà mostrar els documents segons els més ben valorats.

- **Fòrum**

Aquests espai pot ser interessant en el cas que es compleixin una sèrie de requisits previs.

- Que hi hagi un nivell de connexió suficientment elevat.
- Disposi de moderador/dinamitzador.
- Sigui fàcilment accessible.

Suposa una tasca constant de gestió. Com eliminar intervencions inadequades, etc.

- **Alta d'usuari**

És important que us site permeti donar d'alta usuaris des d'ell mateix. En cas que els aquests no es puguin donar d'alta com a usuaris per aquest sistema i hagin de comunicar el seu interès per un altre mitjà minvarà el nombre d'usuaris que es doni d'alta. O sigui, es fonamental per a facilitar la interacció.

- **Breadcrumbs**

Incorporar-los ajuda a situar-se dins del site a l'usuari en tot moment. Això és bàsic per a que aquest es senti còmode i no es trobi mai perdut. Si afegim la possibilitat que els mateixos passos que mostra la funcionalitat permeti navegar incrementarà encara més la facilitat de navegació.

- **Consulta**

Els contactes dels usuaris vers el nostre client es produeixen fonamentalment per a realitzar consultes.

Hi ha altres funcionalitats com les del correu electrònic que poden desenvolupar aquesta tasca, però si afegim una funcionalitat específica per a la realització de consultes reforçarà la convicció en l'usuari que la seva pregunta serà resposta.

- **Mida de lletra**

Incorporar la possibilitat de canviar la mida del text. Que es pugui fer una mica més gran o com a molt posar dos mides més a part de la mida per defecte. Aquest element és fonamental quan l'usuari està utilitzant una resolució de pantalla alta i la mida de la lletra que usem està pensada per resolucions menors. Els sites normalment estan dissenyats per treballar amb resolució 800x600

## **5.5. Prioritat funcionalitats i continguts definitius**

La prioritat que tenen les noves opcions venen marcades per quatre criteris: rellevància de la seva incorporació, cost de implementació, cost de manteniment informàtic i cost de gestió de l'espai.

Seguin aquest criteri el primer que hem d'introduir són el **mapa del web** i els **breadcrumbs**. Doncs són molt importants per a que un usuari es pugui situar en tot moment en el site o tingui la màxima facilitat per situar-se. El cost és bàsicament d'implementació només tenint un cost de gestió sobre el



mapa si canvia alguna agrupació de continguts. Que a més s'hauria de millorar en la fase de tests d'usuaris al veure que no és suficientment correcte.

El poder canviar la mida del text també és molt important per a que l'usuari pugui tenir la millor visualització. Falta veure el cost d'implementació, però no té cost de manteniment.

El següent element important a implementar és la **valoració** d'aportacions. Si no es vol imposar gaires restriccions només suposa controlar una nova taula a la BBDD associada que contingui el codi de la aportació i el nombre de cada valor possible de les votacions. També es pot complicar fent afegir comentaris, o la possibilitat d'afegir-los de manera que després els podem mostrar. O fins i tot controlar per mitjà de cookies que no es voti més d'un cop al dia des de la mateixa màquina. En definitiva complicar-ho tant com es vulgui, sempre que es cregui necessari.

L'espai de preguntes freqüents tampoc suposa un cost excessiu ni pel que fa al disseny ni pel manteniment. en el fons és un nou element de contingut que només poden gestionar els administrador del web.

El espai més interactiu que podem trobar és el fòrum. En un web de les característiques que cerca el nostre client és un element bàsic de comunicació bidireccional. El seu cost de disseny ja és més elevat. Pel que fa al cost d'administració aquest va lligat al tipus d'intervenció que es vulgui fer sobre les intervencions. Dependrà de si es vol donar sempre resposta a les intervencions que siguin consultes, si es vol intervenir els continguts o manifestar que l'autor és el responsable de la publicació, etc.

També podem posar restriccions com pot ser que les aportacions estiguin limitades en el nombre de paraules posant un límit que pot ser per exemple 200. D'aquesta manera ens estalviem intervencions llargues que difícilment els usuaris llegeixen. Si a més carreguem dinàmicament la aportació més recent al Home podem dinamitzar aquest espai de forma important. La incorporació del fòrum fa molt necessari de cara al control del client que sigui un usuari registrat qui fa una aportació. D'aquesta manera té un major control sobre les aportacions interessadament esbiaixades.

Per tant la següent funcionalitat a incorporar és l'alta en línia. Per evitar errors o intrusions es poden establir controls com per exemple demanar el NIF al donar-se d'alta per evitar tenir més d'un usuari d'alta associat al mateix NIF. I fins i tot controlar que aquest NIF correspongui a un empleat. Posteriorment es pot enviar una carta en paper a l'usuari per donar la benvinguda com a usuari registrat al nostre web, d'aquesta manera evitarem la suplantació d'identitats.

## **6. Disseny de l'arquitectura de la informació**

L'arquitectura ve clarament marcada per les funcionalitats i continguts que s'ha definit en l'apartat anterior.

Però per a fer-ho s'ha treballat amb la tècnica de card sorting per a ajudar a crear les agrupacions segons els usuaris pensen. Una explicació molt entenedora del que suposa el procés es pot trobat al web [www.infodesing.com](http://www.infodesing.com)[3].

### **6.1. Definició de l'arbre de continguts**

En aquest serà molt important la nova pàgina principal doncs ha d'incorporar les aportacions més noves i els espais més rellevants en cada moment.

Sota d'aquest espai aniran els elements que corresponen a les agrupacions de continguts. Aquests seran: publicacions, espais, marc de relacions. L'arbre de continguts queda segons mostra la figura 6.1.1.

La pàgina que penja de la principal i es titula Publicacions conté enllaços a les publicacions de cada Espai, com a forma per abreujar els passos necessaris per a arribar al seu contingut que es considera de consulta habitual.

Les funcionalitats no han estat incloses dins d'aquest arbre.

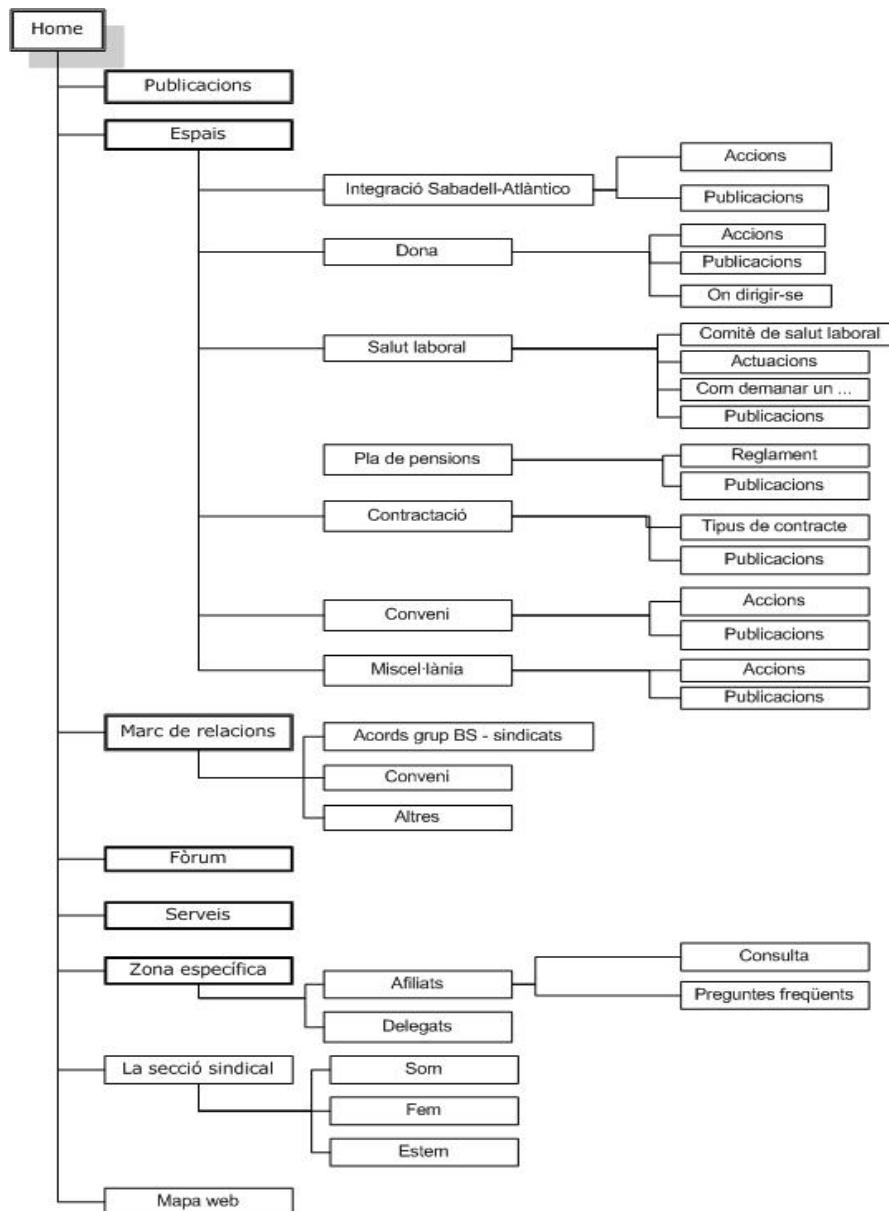


Figura 6.1.1 Arbre de continguts

## 6.2. Escenaris d'ús

Per tal de definir correctament els escenaris d'ús ens cal prèviament determinar quin és el nostre públic. La eina més àmpliament estesa per a realitzar aquesta tasta és la de Personas, creada per Alan Cooper [4]. Encara que aquesta té alguns detractors, però no els ha funcionat quan no coneixen el seu públic com el cas de George Olsen [5]. Com que en el nostre cas coneixem el públic i podem tenir contacte amb ells, podem usar perfectament

Personas. Eina que m'ha ajudat a entendre, sobretot pel que respecta a persones principals i secundàries Eduardo Manchón [6].

L'objectiu d'aplicar Personas és cercar els usuaris tals que si dissenyem el web per a aquests els altres també hi podran accedir.

Donades les dades que tenim podem dir que la nostra persona principal, que anomenarem Joan, compleix les següents característiques:

- Tant pot ser un home com una dona.
- Té més de 40 anys
- Té estudis secundaris, acabats fa molt de temps.
- fa més de 15 que treballa al Grup BS o a altres entitats bancàries.
- Usa un ordinador amb connexió a internet per treballar diàriament. però aquest no disposa de ratolí amb rodeta.
- No està interessat en els aspectes que tracte el nostre web. Pensa que els temes que l'amoïnen no tenen solució o no per part del nostre client
- No té un ordinador a casa o si el té no l'usa habitualment.
- Té una càrrega de feina tal que la seva jornada no el permet perdre molt temps navegant o cercant informació.

Aquesta persona no suposa la majoria dels usuaris, però si que inclou els aspectes que afectaran negativament a que un usuari es connecti regularment al nostre web. Jo destaco:

- poca familiaritat amb les noves tecnologies i/o saturació d'aquestes
- temps molt ajustats en la seva jornada
- té la idea el que el web subministra no és del seu interès.

Com a primera persona secundària tenim la Mercè, que:

- Té menys de 35 anys
- Té estudis universitaris.
- fa menys de 10 que treballa al Grup BS o a altres entitats bancàries.
- Usa un ordinador amb connexió a internet per treballar diàriament.
- No està molt interessada en els aspectes que tracte el nostre web, doncs pensa que moltes coses no l'afecten o sigui, les relacions empresa-empleat.
- Té ordinador a casa.
- Té una càrrega de feina tal que la seva jornada no el permet perdre molt temps navegant o cercant informació.

Una tercera persona també secundària és el Miquel, que té característiques molt semblants a en Joan, però que si que té interès manifest en el web o en webs similars.

Vist que en Joan és la nostra persona principal, serà el focus del nostre disseny. I per tant la persona sobre qui es definiran els escenaris d'ús. [6],[7]

**Primer escenari:**

Es dilluns al matí.

En Joan ha llegit un escrit del nostre client que ha rebut en paper, sembla que aquest ha estat del seu interès. Com que el document l'adreça al web per a obtenir més informació, decideix entrar-hi.

Espera que la informació complementària li sigui accessible ràpidament.

**Segon escenari:**

Dissabte al matí. Dia en que s'ha d'anar a treballar, però sobretot fer temps fins a l'hora de plegar.

Li falten 15 minuts per l'hora d'anar a esmorzar i té una tasca per començar que l'ocuparà molta més estona. Decideix entrar al web a veure que hi ha.

No cerca res concret, per tant l'ha d'atraure el que trobi a la pàgina principal.

**Tercer escenari:**

Dia 28 del mes, a les 10 del matí.

Un amic d'en Joan, que només té dos anys més que ell diu que l'han cridat per prejubilat-l'ho.

En Joan es posa una mica nerviós i vol saber, de seguida, com l'afectaria econòmicament a ell si li passes.

Entra al web del client per veure tot el que pot trobar relacionat amb prejubilacions.

**Quart escenari:**

Dimecres matí,

Davant de la incertesa laboral, en Joan ha decidit afiliar-se a un sindicat.

Entra al web amb la intenció de triar un sindicat.

### **6.3. Anàlisi de processos interactius clau**

Hi ha una sèrie de processos simples, però que són clau en el moment que van lligats a la nostra persona principal. Aquests són els relacionats amb els escenaris d'ús que hem definit. Tots aquests escenaris d'ús van lligats al fet de no haver entrat mai al web, pel que la primera impressió i el fet que pugui trobar el que busca en aquest moment serà clau per a retenir-la com a usuària.

En aquest aspecte el primer escenari és perfectament accessible des de la pàgina principal, doncs s'ha definit que en aquesta estaran visibles les cinc darreres publicacions.

El quart escenari també és perfectament assolible des de la pàgina principal. Presenta 3 enllaços per a poder-hi accedir així com un altre que intenta explicar la importància d'afiliar-se i per què decantar-se pel nostre client.

El segon escenari és molt obert i per tant molt subjectiu. Només podem esperar que les darreres publicacions o el tema que la secció sindical considera més important en aquest moment coincideixi amb els interessos d'en Joan. També li pot interessar la intervenció al fòrum que es podrà veure parcialment. Així mateix esperem que sigui prou curiós per accedir als espais, la majoria son accessibles amb un màxim de dos clics, sempre que triem correctament. Una altra acció que pot emprendre és accedir al mapa del web. Amb això es farà una idea bastant clara d'on pot accedir.

I pel que fa al segon escenari, buscar temes de prejubilacions, és l'escenari dels definits de més difícil accés. Els continguts relacionats els trobarà a l'apartat miscel·lània de Publicacions o de Espais. Un bon camí per trobar-ho serà accedir al mapa del web i una alternativa el cercador.

Hi ha varis processos que considero clau. Aquest són l'afiliació, la identificació, el registre d'un nou usuari, una intervenció en un fòrum i les consultes.

D'aquest he analitzat els tres primers. El primer per què és el més important i els altres dos per què són necessaris pels darrers. Per a fer-ho he creat els mapes de processos en Visio, segons els estàndards de diagrames de flux bàsics.

**Afiliació**

La figura 6.3.1 mostra el mapa de processos associat a aquest procés. I la figura 6.3.2 mostra la pantalla del web corresponent a la captura de dades.

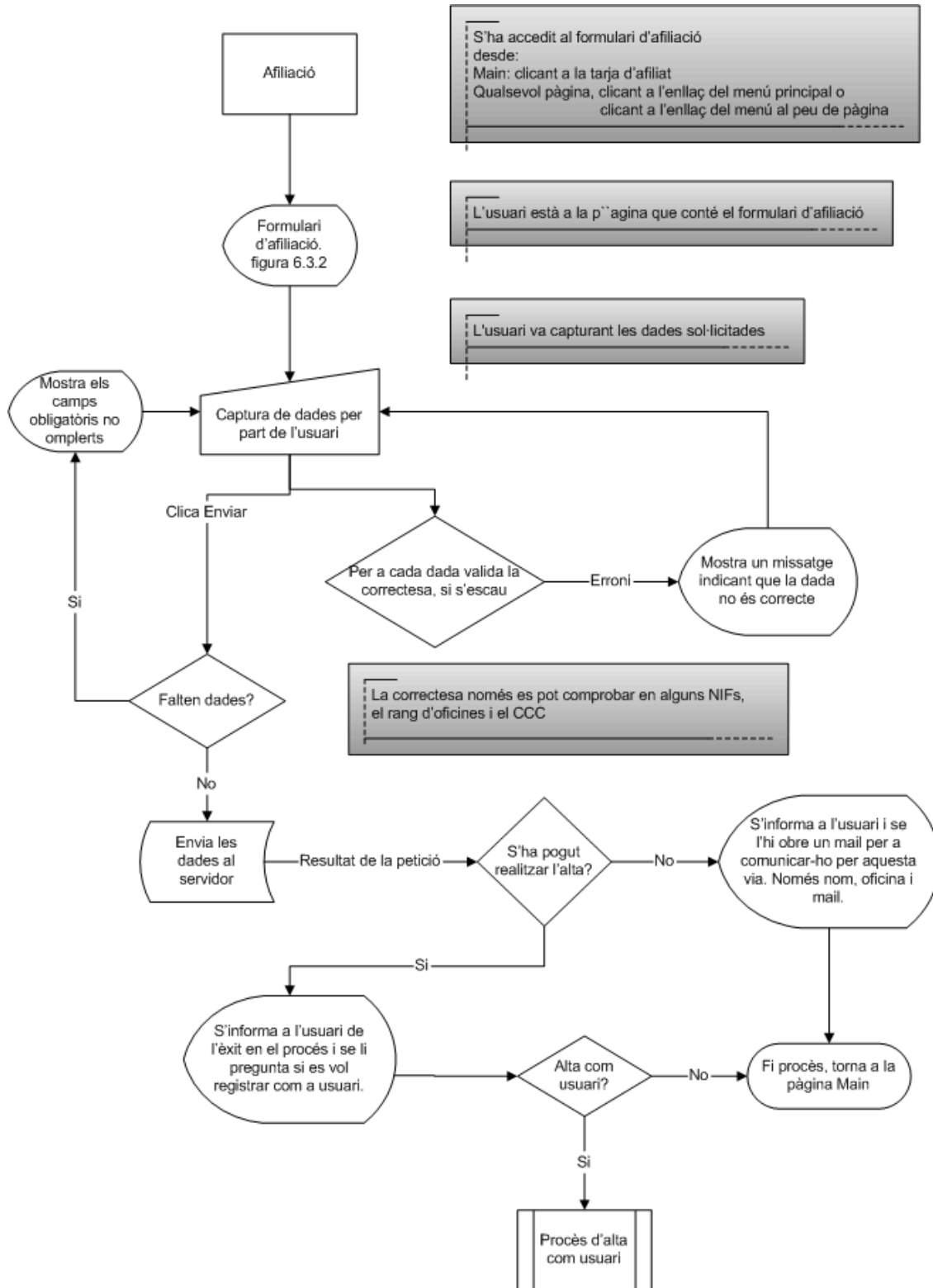


Figura 6.3.1 Mapa del procés d'afiliació

The screenshot shows the 'AFILIACIÓ' (Affiliation) registration form on the CC.00. GRUP BANC SABADELL website. The form is titled 'AFILIACIÓ' and includes a note: 'Els camps amb asterisc són obligatoris' (Fields with asterisk are mandatory). The form fields are:

- \* NIF
- \* Nom
- \* Cognoms
- Oficina
- \* E-mail
- Adreça personal
- Codi postal
- Telèfon
- \* Compte, format CCC

An 'Enviar' (Send) button is located at the bottom of the form. The website header includes the logo 'CC.00. GRUP BANC SABADELL', a search bar, and a navigation menu with items: 'Inici', 'Publicacions', 'Espais', 'Marc de relacions', 'Fòrum', 'Serveis', 'Zona específica', 'La secció sindical', and 'Afiliat'. The footer contains links: 'Registra't', 'Per què afiliar-se?', 'Afiliat', and a 'com' logo.

Figura 6.3.2 Pantalla de captura de dades per afiliar-se

El fet que la captura de dades tracti alguns errors pretén evitar la pèrdua de temps que suposa el tractament de la informació en la part del servidor per acabar donant un missatge d'error. Les petites demores suposen gran frustració en els usuaris tal i com indica Jacob Nielsen en el seu web [8]

### Alta d'usuari

El registre d'usuari parteix de la premissa que només els afiliats es poden donar d'alta com a usuari amb accés a algunes zones restringides. D'aquesta manera el que farà aquest formulari és comprovar que el NIF correspon a un afiliat i que aquest no està encara registrat com a usuari.

Demana el sobrenom ( o nickname ) per que aquest usuaris podran fer intervencions en el fòrum i fer consultes. En el fòrum, com que el signant és visible, podran triar entre signar amb el seu nom real o amb el sobrenom.

Bàsicament els errors que poden provocar un rebuig de l'alta són:

- Usuari no és afiliat, podria ser que no fos ni tan sols empleat.



- L'afiliat ja està donat d'alta com a usuari.

La figura 6.3.3 mostra el mapa del procés i la figura 6.3.4 la pantalla de captura.

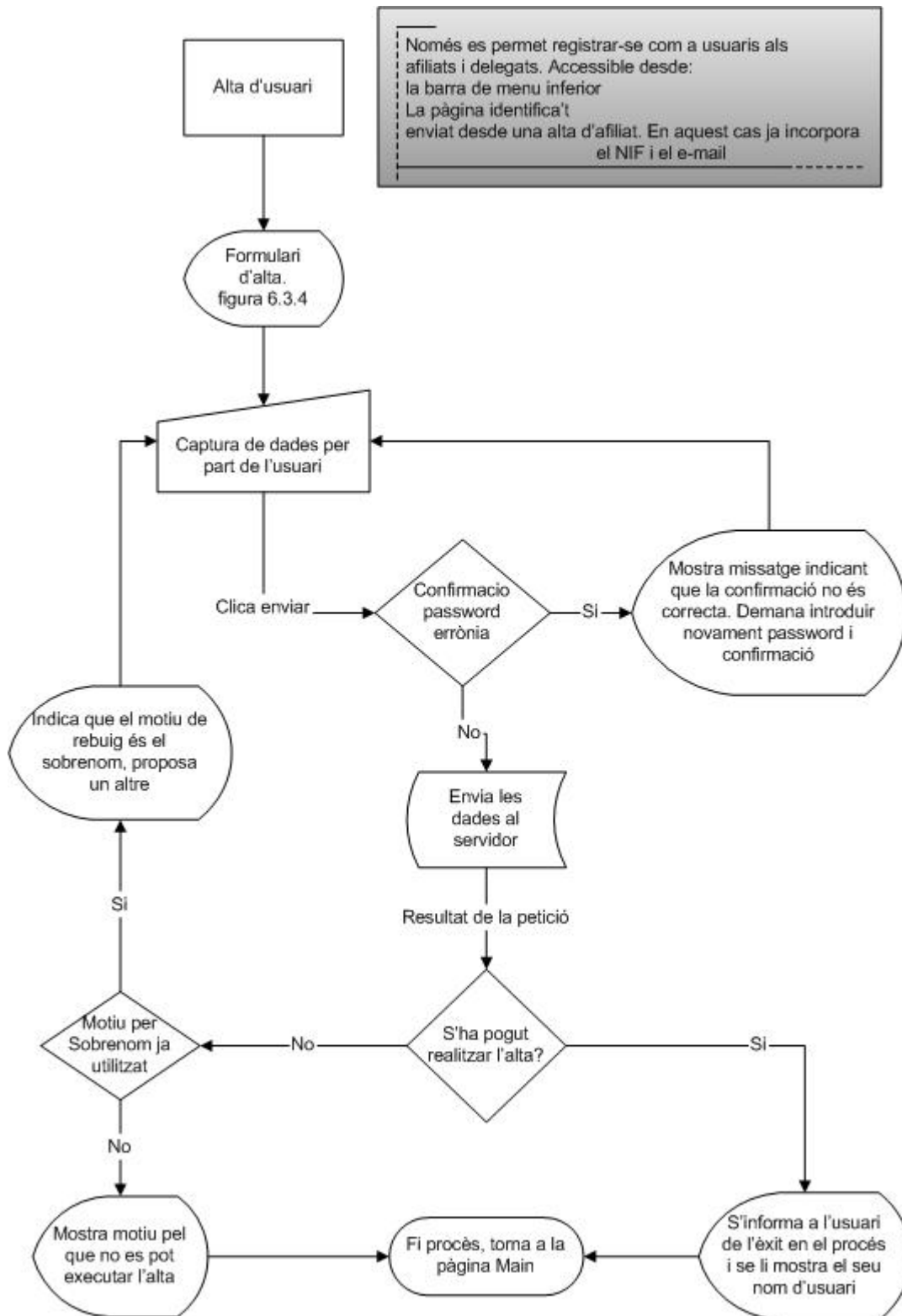


Figura 6.3.3 Mapa del procés d'alta d'usuari

**CC.00. GRUP BANC SABADELL** castellano [contacte](#) | [mapa web](#) | [identifica't](#) mida text **A** **A** **A**

[Inici](#) | [Publicacions](#) | [Espais](#) | [Marc de relacions](#) | [Fòrum](#) | [Serveis](#) | [Zona específica](#) | [La secció sindical](#) | [Afilia't](#)

[Inici](#) > [Registre d'usuari](#)

**REGISTRE D'USUARI**

Tots els camps amb asterisc són obligatoris

Per a registrar-se com a usuari s'ha de ser afiliat [Afiliar-se](#)

NIF

e-mail

Sobrenom  ?

password

confirma password

[Registra't](#) | [Per què afiliar-se?](#) | [Afilia't](#)

Figura 6.3.2 Pantalla de captura de dades per donar-se d'alta com usuari

## Identifica't

És clau per la seva transcendència dins del web, doncs condiona les intervencions, però no difereix de qualsevol procés habitual de identificació.

La figura 6.3.5 mostra el mapa del procés d'identificació i la figura 6.3.6 mostra la pantalla de captura del site.

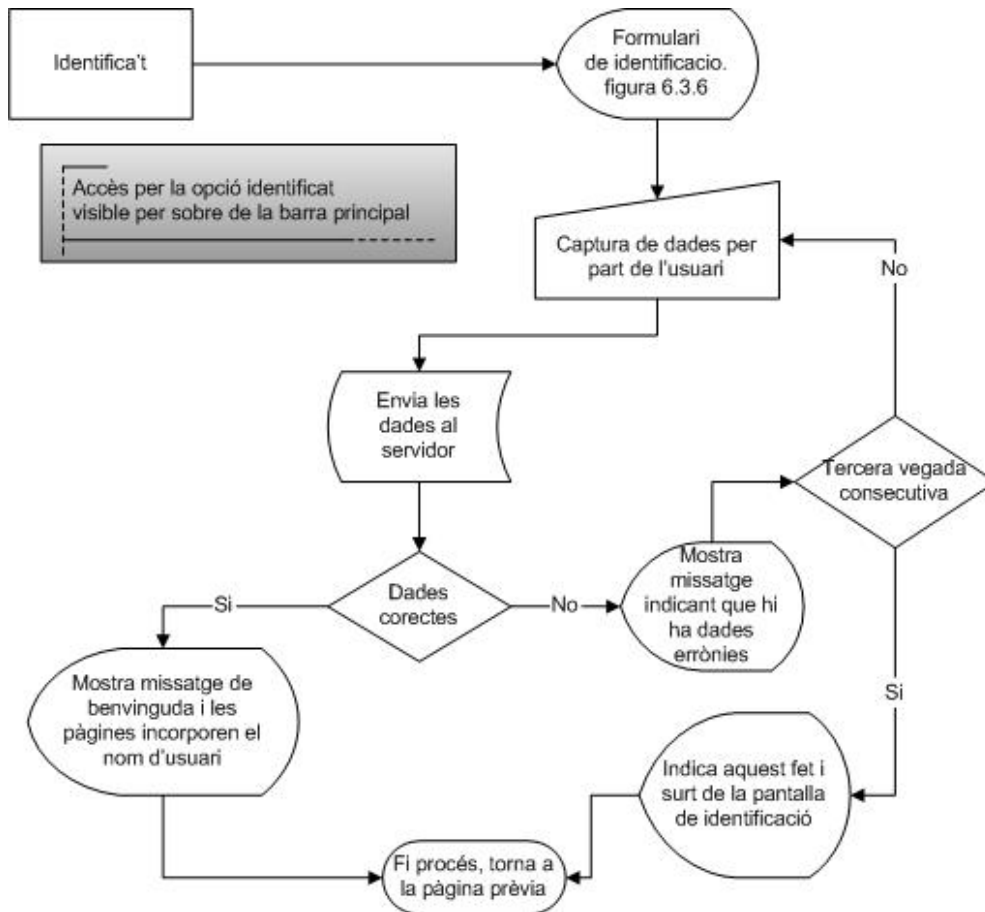


Figura 6.3.6 Mapa del procés d'identificació

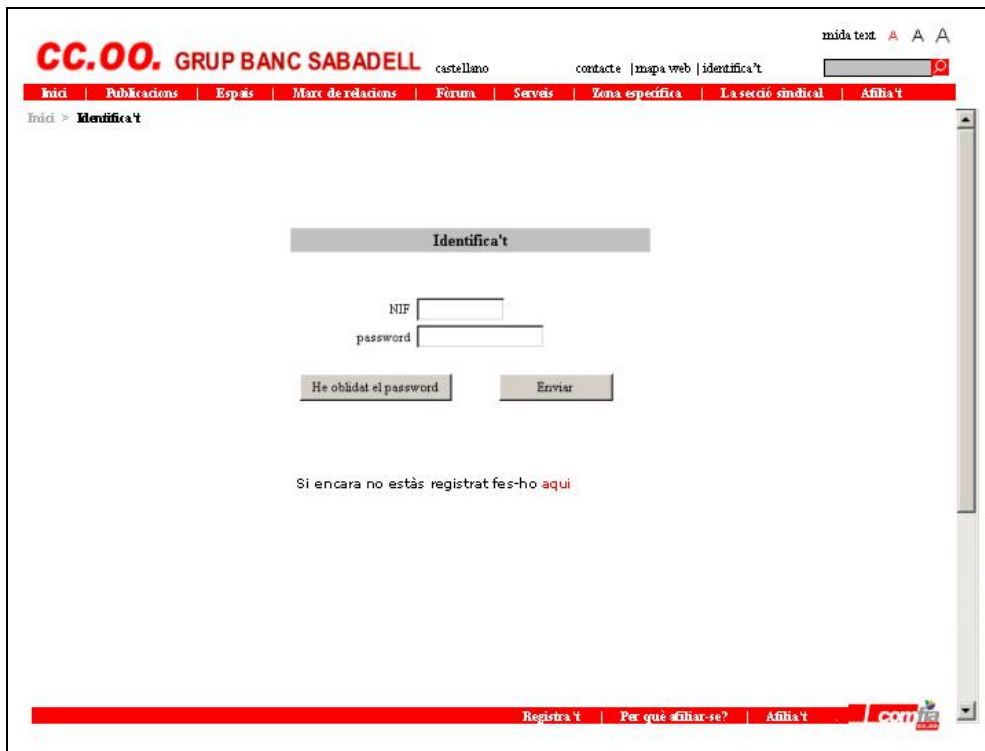




Figura 6.3.2 Pantalla de captura de dades per identificar-se

## 7. Revisió i redefinició de la consistència gràfica

Els elements que s'ha de corregir són els següents:

- Ús de la mateixa imatge per a diferents propòsits
- Deixar d'usar imatges relacionades amb publicacions si aquestes no ajuden a crear una idea clara de quin és el contingut.
- Eliminar redundàncies, com podem veure en la funcionalitat de cerca.

Les característiques que contindrà el nou site són:

- Els enllaços canvien de color al vermell, tant en menús com els altres enllaços. Això s'ha definit així per què el color de referència del client és el vermell. El fet que és un enllaç es posa de manifest en el moment que l'usuari situa el cursor damunt d'aquest, moment en que canvia de color.
- Com que moltes publicacions són bastant extenses es manté que es pugui accedir a aquestes en format pdf. Però s'afegeix un icona amb el logotip d'Adobe Acrobat per accedir a aquestes i s'incorpora un enllaç a la pàgina principal de manera que qualsevol es pugui descarregar aquest programa si no disposa d'ell.
- S'afegeix la icona  per a indicar que l'enllaç associat correspon a una publicació, article o document final.
- S'afegeix la icona  per a indicar que l'enllaç associat correspon a una altra pàgina dins del lloc web.
- Es minimitzen els espais de peu i capçalera i es deixen sempre visibles.
- El menú de la capçalera no inclou un enllaç a la pàgina principal quan ens trobem en aquesta, però sí en la resta de pàgines. Aquesta és la primera opció per l'esquerra i s'anomena "Inici"
- S'afegeix la funcionalitat breadcrumbs que estarà sempre visible, tret de quan estem a la pàgina principal
- Pel que fa als formularis, tenen el títol en lletra negra sobre fons gris. Els continguts ha de ser els mínims per a cada procés concret. S'usa el text en negre i els espais per omplir sombrejats. El botó per acabar sempre es diu "Enviar", ja que indica al client que s'està transmetent dades, pel que ja suposa una espera.

## 8. Realització de prototips

La realització de prototips pretén poder veure els problemes plantejats sobre un paper, amb el que apareixen solucions i nous problemes que també cal resoldre. En el disseny he tingut en compte el tema de la fixació de imatge que comenta la Sarah Horton [10]

El primer que s'ha fet és crear un nou Home.

### 8.1. nou Home

El prototip corresponent al nou Home es pot veure a la figura 8.1.1. De la que detallo les característiques seguidament.

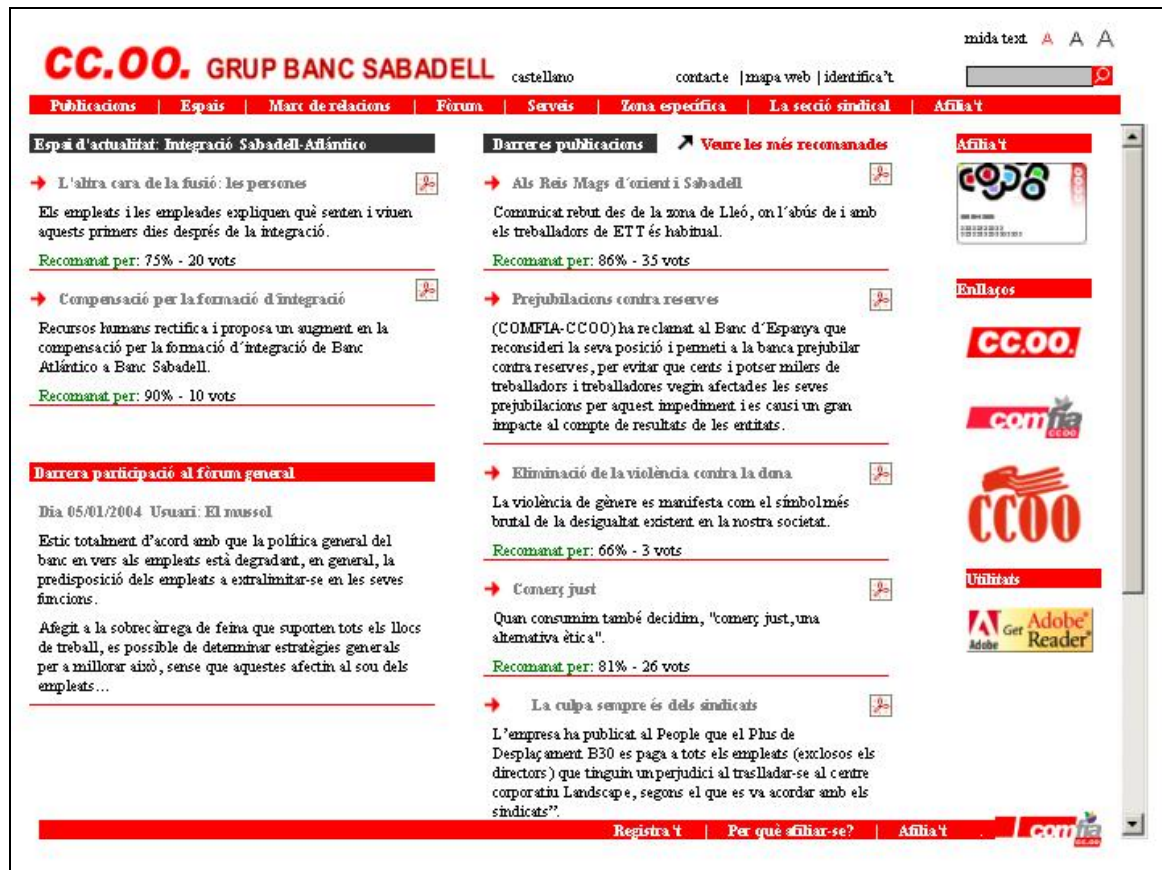


Figura 8.1.1 Prototip del nou Home del site

A la capçalera podem veure que s'incorporen les funcionalitats que s'ha definit que han d'estar sempre visibles i la barra principal que mostra els grans grups dels continguts del web. Extracte a la figura 8.1.2



Figura 8.1.2 Extracte del Main que mostra els continguts sempre visibles

S'ha reduït el títol, que no era exactament el logo, doncs no disposen d'ell, a la mínima expressió per a que segueixi indicant on ens trobem però alhora permeti afegir en aquest espai tant important les funcionalitats que volem sempre visibles. En aquest nivell tenim el canvi d'idioma, un espai per iniciar un e-mail, el mapa del web, l'espai per identificar-se, la funcionalitat de canvi de mida del text i un cercador bàsic.

En l'apartat d'enllaços que normalment podem veure a la eliminació dels enllaços que porten a elements no relacionats estrictament amb la activitat del client.

D'aquesta s'ha introduït un enllaç a la funcionalitat d'afiliació que conté un carnet del sindicat. Un element prou clarificador per entendre de que és tracta, reforçat amb un títol que també indica la funcionalitat.

Als enllaços s'ha posat els que corresponen als espais web de la jerarquia del sindicat. Tenint: la Matriu de CCOO; la federació de serveis financers i administratius i la de CCOO de Catalunya.

També s'ha afegit un enllaç per a l'obtenció de l'Acrobat Reader per una qüestió de coherència, doncs moltes publicacions estan en aquest format per la seva extensió.



Figura 8.1.3 Espai vertical dret del Home

El cos del document, reproduït a la figura 8.1.4, està dividit en 3 apartats.

L'espai superior a l'esquerra mostra l'espai de més actualitat i els darrers articles sobre aquest. En la mostra n'hi ha 2 per a deixar espai visible sense haver-se de moure per la pàgina a un altre espai.

Aquest altre espai és el que mostra la intervenció més recent al fòrum. Neix a partir d'una idea pròpia amb la intenció de potenciar el fòrum. El fet de mostrar només una intervenció té dos aspectes importants. El primer és que es crea com a element potenciador del fòrum. Encara que les intervencions al fòrum s'han definit per als usuaris registrats, la lectura és oberta. El segon



aspecte que permet aquest espai és facilitar la tasca de dinamització d'aquest fòrum.

A la part dreta de l'espai, que correspon a la part central de la pàgina hi ha el resum de les darreres publicacions ordenades per data descendent, de manera que la més nova està a dalt de tot de la pàgina. També inclou un enllaç que permet veure aquestes publicacions ordenades per les més recomanades en ordre també descendent. Aquesta funcionalitat consultarà les publicacions dins un període, que està per determinar en funció de la quantitat de publicacions.









<p><b>Espai d'actualitat: Integració Sabadell-Atlàntico</b></p> <p>→ <b>L'altra cara de la fusió: les persones</b> </p> <p>Els empleats i les empleades expliquen què senten i viuen aquests primers dies després de la integració.</p> <p><b>Recomanat per:</b> 75% - 20 vots</p> <hr/> <p>→ <b>Compensació per la formació d'integració</b> </p> <p>Recursos humans rectifica i proposa un augment en la compensació per la formació d'integració de Banc Atlàntico a Banc Sabadell.</p> <p><b>Recomanat per:</b> 90% - 10 vots</p>	<p><b>Darreres publicacions</b>  <b>Veure les més recomanades</b></p> <p>→ <b>Als Reis Mags d'orient i Sabadell</b> </p> <p>Comunicat rebut des de la zona de Lleó, on l'abús de i amb els treballadors de ETT és habitual.</p> <p><b>Recomanat per:</b> 86% - 35 vots</p> <hr/> <p>→ <b>Prejubilacions contra reserves</b> </p> <p>(COMFIA-CCOO) ha reclamat al Banc d'Espanya que reconsideri la seva posició i permeti a la banca prejubilar contra reserves, per evitar que cents i potsers milers de treballadors i treballadores vegin afectades les seves prejubilacions per aquest impediment i es causi un gran impacte al compte de resultats de les entitats.</p> <hr/> <p>→ <b>Eliminació de la violència contra la dona</b> </p> <p>La violència de gènere es manifesta com el símbol més brutal de la desigualtat existent en la nostra societat.</p> <p><b>Recomanat per:</b> 66% - 3 vots</p> <hr/> <p>→ <b>Comerç just</b> </p> <p>Quan consumim també decidim, "comerç just, una alternativa ètica".</p> <p><b>Recomanat per:</b> 81% - 26 vots</p> <hr/> <p>→ <b>La culpa sempre és dels sindicats</b> </p> <p>L'empresa ha publicat al People que el Plus de Desplaçament B30 es paga a tots els empleats (exclusos els directors) que tinguin un perjudici al traslladar-se al centre corporatiu Landscape, segons el que es va acordar amb els sindicats".</p>
<p><b>Darrera participació al fòrum general</b></p> <p><b>Dia 05/01/2004 Usuari: El mussol</b></p> <p>Estic totalment d'acord amb que la política general del banc en vers als empleats està degradant, en general, la predisposició dels empleats a extralimitar-se en les seves funcions.</p> <p>Afegit a la sobrecàrrega de feina que suporten tots els llocs de treball, es possible de determinar estratègies generals per a millorar això, sense que aquestes afectin al sou dels empleats...</p>	

Figura 8.1.4 Cos principal del Home

Finalment s'ha modificat també el peu de pàgina, que sempre serà visible i que reproduïx la figura 8.1.5

Aquesta mostra una vegada més un accés a la funcionalitat d'afiliació.

També incorpora un enllaç a una pàgina inclosa en l'apartat "La secció sindical" que explica els motius per a afiliar-se i per què fer-ho a aquest sindicat. S'ha incorporat a partir dels tests d'usuaris



Figura 8.1.5 Peu del Home, sempre visible

El darrer enllaç que conté és a la funcionalitat de registre. També incorporat després dels test d'usuaris. Fins a incorporar-ho només era accessible després d'una alta d'afiliat o accedint a l'espai de identificació, que conté un enllaç.

## 8.2. Gestió de títols i situació dins del site

Hi ha varis elements que ens indiquen que estem a la pàgina principal. Un és la no visibilitat dels breadcrumbs (1). Un segon és el fet que la barra superior no inclou enllaç a l'inici (2). I el tercer seria el format de la pàgina. Els enllaços de la part dreta vertical només estan en aquesta pàgina (3).

Això ho podem veure marcat a la mateixa pàgina principal en la figura 8.2.1

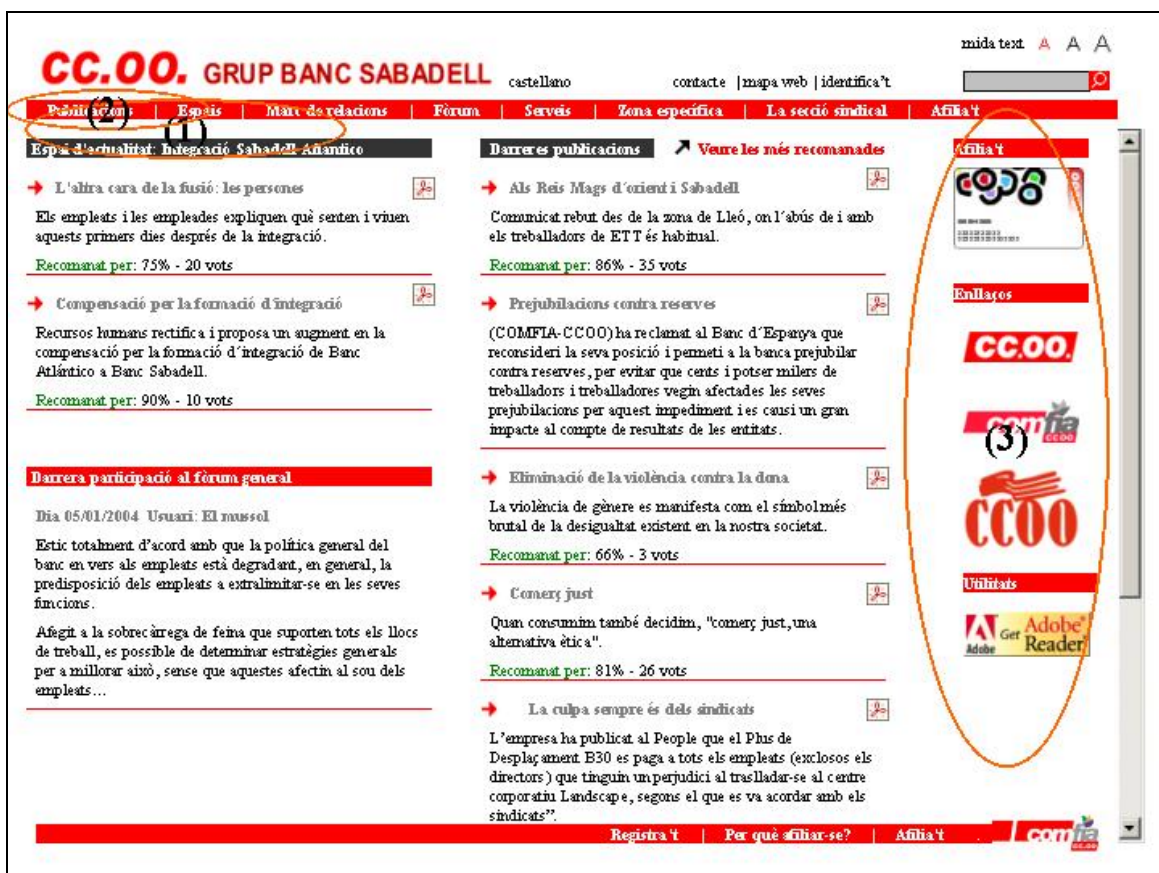


Figura 8.2.1 Espais i elements que ens mostren que estem al Home

Per a la resta de pàgines l'element que conté aquestes dues informacions són els breadcrumbs, doncs permeten situar-nos dins del web, desfer el camí



fàcilment, doncs també són enllaços i ens mostra amb negreta el títol de l'espai on estem.

Es poden veure a la figura 8.3.2, a sota de la barra principal a l'esquerra. Aquesta mostra està a les publicacions relacionades amb la Integració Sabadell-Atlàntico, que està marcat en negreta. I la part en gris ens mostra el camí fet per arribar aquí. Cada un dels passos en gris s'activa si posem el cursor a sobre.

### 8.3. Navegació i gestió d'enllaços

Els enllaços que permeten navegar s'activaran en color vermell. La figura 8.3.1. mostra els enllaços susceptibles de ser clicats amb el dit que mostren habitualment els punters quan es situen sobre un enllaç i com quedarien dos d'aquests un cop situem el cursor a sobre.

En el cas de la barra a més es desplega automàticament el contingut del següent nivell, de manera que aquest és accessible amb un sol clic.

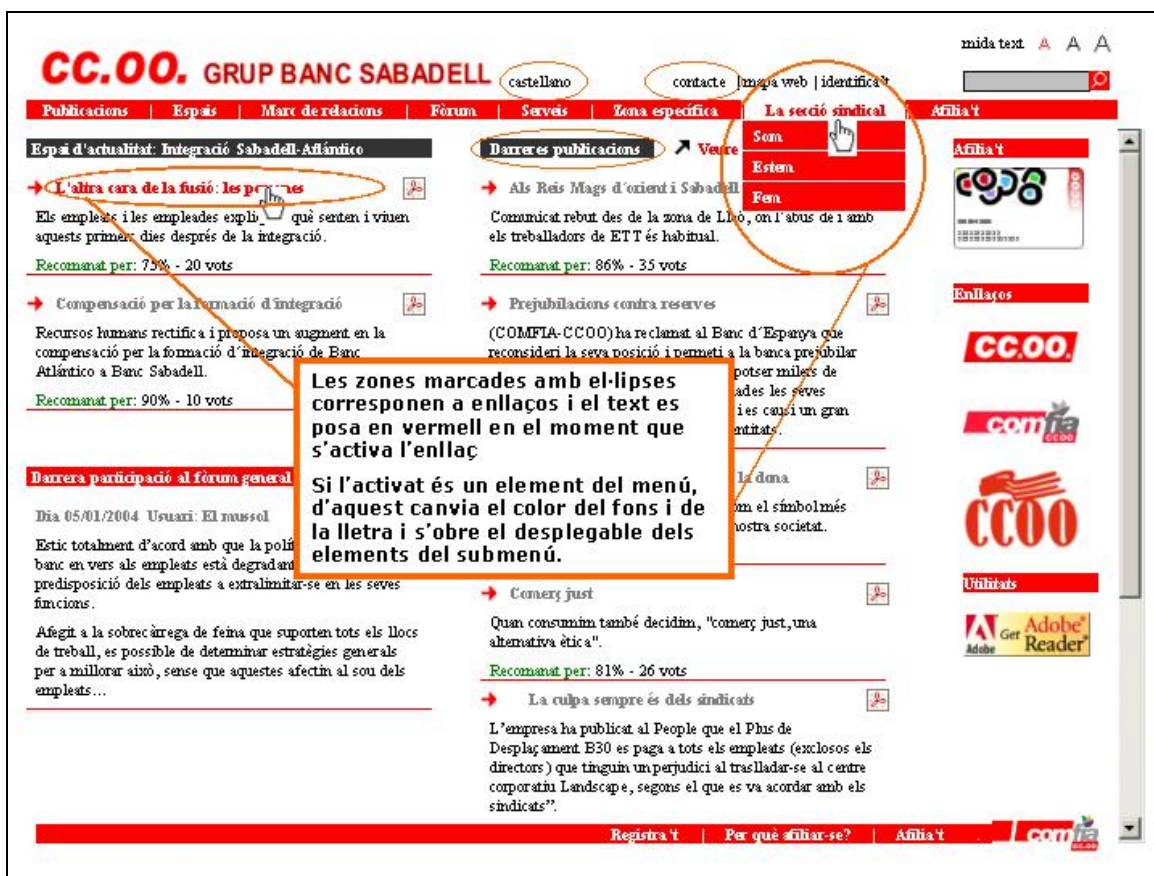


Figura 8.3.1 Mostra els elements de navegació que s'activen en el Home

Pel que fa als enllaços que no es poden veure en el Home, però si a la resta de pàgines, hi veiem per una banda l'element inici incorporar a la barra principal. Per un altra els breadcrumbs que compleixen la doble funció de situar-nos i de permetre'ns navegar. I afegim enllaços a Espais relacionats amb pàgina on estem. Tot això es mostra gràficament a la figura 8.3.2.



Figura 8.3.2 Mostra els elements de navegació que s'activen el la resta de pàgines

Pel que respecta a la navegació, hi ha una sèrie de figures que ens mostraran el contingut i el camí que s'ha fet per arribar-hi.

La figura 8.3.3 mostra la pàgina Espais. En realitat aquesta és una pàgina que es pot plantejar de suprimir, doncs en realitat voldrem accedir a algun dels espais concrets que té. La figura 8.3.4 mostra l'espai dedicat a la dona. Aquest és accessible amb un sol clic des de la pàgina principal. Però si que necessitem un nou clic per accedir a algun dels continguts específics de l'espai dona.

La figura 8.3.5 mostra el que és un article dins de la pàgina publicacions que penja de la pàgina Integració Sabadell-Atlàntico, accedint des d'Espais.

La figura 8.3.6 mostra el mateix contingut accedint des de Publicacions. El contingut és el mateix, per això no hi ha diferències en l'arbre de continguts, però es crea la pàgina Publicacions per accedir a aquestes de forma més ràpida per què es considera contingut del més consultat.

Arribar a aquest article ens costarà :1 clic si està a la pàgina principal, ja sigui per nou o per bastant nou dins de l'espai de més interès actualment; 2 clics si accedim per publicacions de Integració més l'accés a l'article; i finalment pot costar 3 si accedim per Espais.

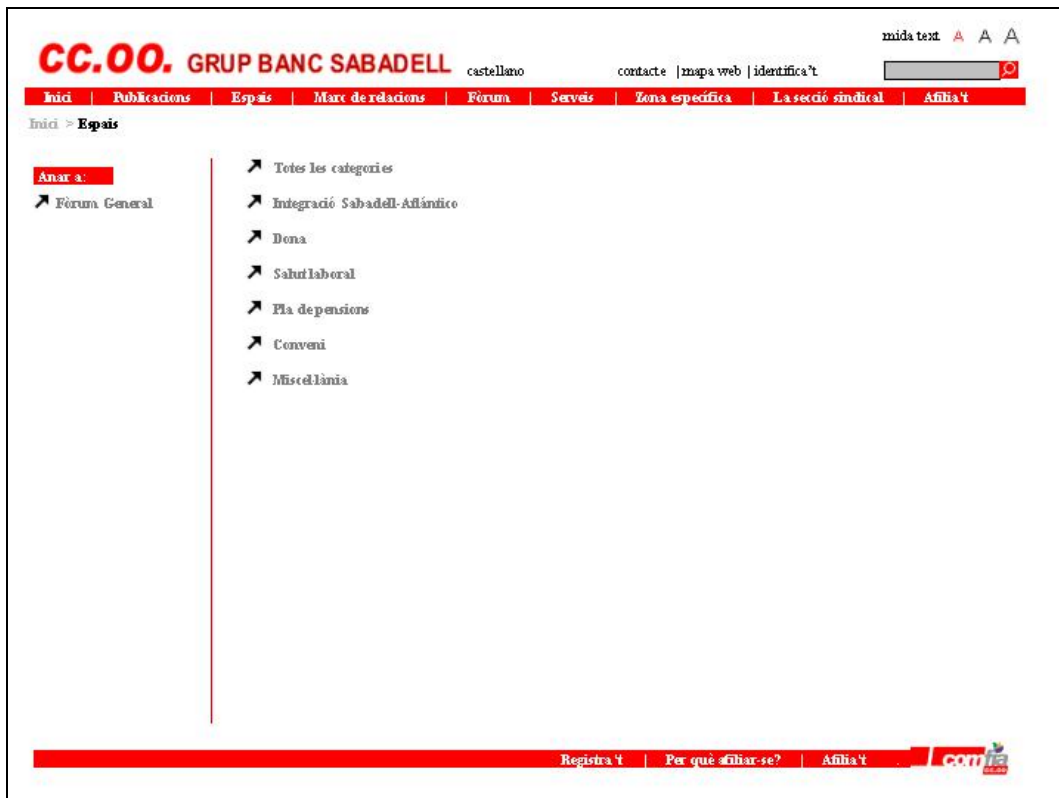


Figura 8.3.3 Pàgina Espais

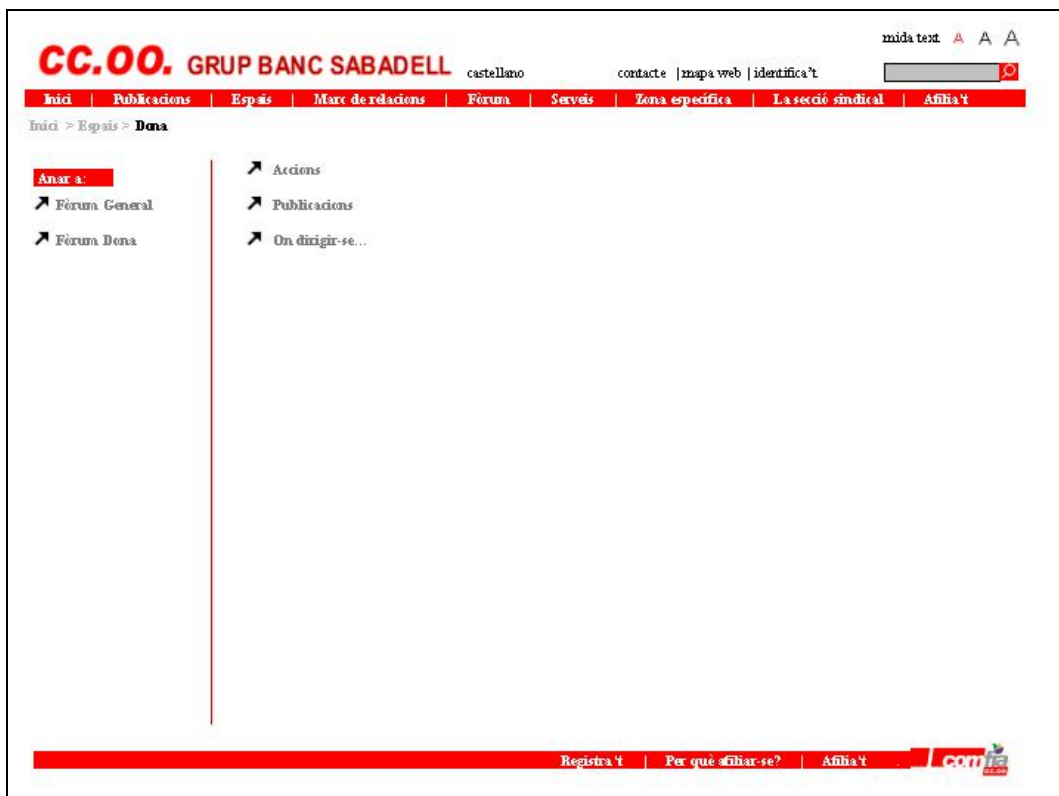


Figura 8.3.4 Pàgina Dona (dins d'Espais)

**CC.OO. GRUP BANC SABADELL** castellano contacte | mapa web | identifica't

[Inici](#) | [Publicacions](#) | [Espais](#) | [Marc de relacions](#) | [Fòrum](#) | [Serveis](#) | [Zona específica](#) | [La secció sindical](#) | [Afilia't](#)

Inici > Espais > Integració Sabadell-Atlántico > Publicacions > **L'altra cara de la fusió: les persones**

### L'altra cara de la fusió: les persones

La valoració positiva que el mercat i els alts directius d'aquesta entitat fan d'aquesta "reeixida i ràpida" fusió no té en compte les persones que la fan possible. Són danys col·laterals perfectament assumibles per l'organització. No obstant això, creiem que hauria de preocupar seriosament als dirigents d'aquesta empresa l'esgotament de la plantilla. Difícilment un col·lectiu de persones cansades i insatisfetes podrà portar a terme l'anunciat i ambiciós nou pla triennal de negoci que, entre d'altres objectius, pretén una reducció important de la ratio d'eficiència, la qual cosa implica més retallades que afectaran a la qualitat de la vida laboral personal de la plantilla.

És molt difícil publicar un escrit que resumeixi breument com és el procés de fusió Sabadell/Atlántico. Tanmateix, pensem que la millor manera de compartir la situació que viuen actualment les persones que treballen en el Grup Sabadell és publicar alguns dels escrits que la plantilla ens envia. Ho farem amb el permís dels autors i les autores i de manera anònima perquè moltes persones d'aquesta empresa tenen por dels seus gestors - per alguna cosa serà -. Tal vegada així en Josep Olliu, Juan María Nin, Juan Cruz Alcalde i la resta dels membres del Comitè Executiu entenguin per què insistim en que rebaixin la pressió laboral i compensin la plantilla amb una part dels beneficis obtinguts en aquests últims anys. Aprofitem per dir-vos que el mes d'octubre ens vam dirigir als directius abans esmentats reclamant novament una compensació extra per a tota la plantilla. La seva resposta la podeu trobar al nostre web, apartat d'acció sindical/retribució salarial...

Recomana:  gens  poc  bastant  molt

Comentari:

Documents relacionats

- [Compensació per la formació d'integració](#)
- [¿Integració o explotació?](#)
- [Formació per a la integració de Banco Atlántico](#)

Registra't | Per què afiliar-se? | Afilia't

Figura 8.3.5 Un article o publicació accedint per Espais

**CC.OO. GRUP BANC SABADELL** castellano contacte | mapa web | identifica't

[Inici](#) | [Publicacions](#) | [Espais](#) | [Marc de relacions](#) | [Fòrum](#) | [Serveis](#) | [Zona específica](#) | [La secció sindical](#) | [Afilia't](#)

Inici > Publicacions > Integració Sabadell-Atlántico > **L'altra cara de la fusió: les persones**

### L'altra cara de la fusió: les persones

La valoració positiva que el mercat i els alts directius d'aquesta entitat fan d'aquesta "reeixida i ràpida" fusió no té en compte les persones que la fan possible. Són danys col·laterals perfectament assumibles per l'organització. No obstant això, creiem que hauria de preocupar seriosament als dirigents d'aquesta empresa l'esgotament de la plantilla. Difícilment un col·lectiu de persones cansades i insatisfetes podrà portar a terme l'anunciat i ambiciós nou pla triennal de negoci que, entre d'altres objectius, pretén una reducció important de la ratio d'eficiència, la qual cosa implica més retallades que afectaran a la qualitat de la vida laboral personal de la plantilla.

És molt difícil publicar un escrit que resumeixi breument com és el procés de fusió Sabadell/Atlántico. Tanmateix, pensem que la millor manera de compartir la situació que viuen actualment les persones que treballen en el Grup Sabadell és publicar alguns dels escrits que la plantilla ens envia. Ho farem amb el permís dels autors i les autores i de manera anònima perquè moltes persones d'aquesta empresa tenen por dels seus gestors - per alguna cosa serà -. Tal vegada així en Josep Olliu, Juan María Nin, Juan Cruz Alcalde i la resta dels membres del Comitè Executiu entenguin per què insistim en que rebaixin la pressió laboral i compensin la plantilla amb una part dels beneficis obtinguts en aquests últims anys. Aprofitem per dir-vos que el mes d'octubre ens vam dirigir als directius abans esmentats reclamant novament una compensació extra per a tota la plantilla. La seva resposta la podeu trobar al nostre web, apartat d'acció sindical/retribució salarial...

Recomana:  gens  poc  bastant  molt

Comentari:

Documents relacionats

- [Compensació per la formació d'integració](#)
- [¿Integració o explotació?](#)
- [Formació per a la integració de Banco Atlántico](#)

Registra't | Per què afiliar-se? | Afilia't

Figura 8.3.6 L'article de la figura 8.3.5 accedint per Publicacions

Per acabar, fer notar que la línia un tant esbiaixada que té la figura 8.3.6 indica que hi ha un salt en el document. El peu d'aquest document conté l'espai per recomanar-ho i enllaços a continguts relacionats.

Això ha d'aportar una dinàmica a la navegació en el site de la que ara no disposa.

## 9. Test d'usuaris

La realització de test d'usuaris és un element bàsic en el disseny centrat en l'usuari.[9].

S'ha començat mesurant una sèrie de tasques. I s'ha demanat que no es fes servir el cercador, doncs depèn més de l'eina de cerca incorporada que de la nostra tasca.

Les tasques s'han mesurat en temps mesurat en segons. La idea inicial era incorporar els accessos que no porten en lloc, però aquests ja suposen una pèrdua de temps.

De forma paral·lela s'ha tingut en compte si s'ha accedit directament o no.

Per a simular un entorn més real, s'ha donat un document als usuaris que contenia algunes dades que han necessitat per realitzar algunes accions, de manera que han hagut de cercar aquestes dades. Un exemple és el nombre de compte per a afiliar-se.

Les tasques realitzades són les següents:

1. Afiliar-se
2. Cercar informació sobre el contracte de tipus 100
3. Identificar-se com a usuari, amb un usuari registrat.
4. Cercar informació sobre l'assetjament sexual a la feina
5. Cercar un document que parli sobre les revisions mèdiques
6. Donar-se d'alta com a usuari registrat
7. Cercar una definició del que fa la secció sindical
8. cercar alguna publicació que parli sobre la compensació per formació en la integració Sabadell i Atlàntico.

Els resultats han estat:

### 1. Afiliar-se

S'ha accedit al formulari de forma molt ràpida per part de tots els usuaris. Un 70% ho ha fet per la barra superior, un 20% per l'enllaç a la imatge i només un usuari ho ha fet per la barra al peu. El temps emprat de mitjana ha estat



50 segons sense desviacions importants. Considero que és un temps acceptable i que podem dir que funciona correctament.

## **2. Cercar informació sobre el contracte de tipus 100**

En aquesta tasca hi ha hagut varietat de resultats. Una gran part dels usuaris l'ha trobat correctament, però alguns d'ells han anat a l'espai de publicacions corresponent a contractació. Però només es pot accedir a partir Espais. Els que s'han equivocat de camí han trigat molt més temps a arribar a l'espai correcte. Una solució passa per canviar de nom l'espai anomenat Publicacions pel d'Articles

## **3. Identificar-se com a usuari, amb un usuari registrat.**

un 70% ha trobat l'espai a la primera i llavors només calia cercar les dades d'usuari i password que s'havien subministrat. Altres usuaris els hi ha costat accedir-hi per què buscaven un camp de text per poder introduir el codi d'usuari. Entenc que és un percentatge correcte d'accessos per un primer contacte.

## **4. Cercar informació sobre l'assetjament sexual a la feina**

En un 85% dels casos l'han trobat a la primera. Algun d'ells ha fet la ruta més llarga que passa per Espais. D'altres han anat directament per publicacions. i els que no ho han aconseguit no han relacionat directament assetjament amb Dona, que és la categoria on es troba la publicació. També és pot aplicar la mateixa solució que la segona tasca

## **5. Cercar un document que parli sobre les revisions mèdiques**

Només un 70% dels usuaris ha trobat directament la publicació. Els que no ho han trobat ha estat per no entendre el nom que té l'espai on està situada la publicació, anomenat Miscel·lània. Una part dels que ha arribat directament ha trigat bastant més temps que altres pel mateix motiu. Aquest apartat ha de canviar de nom pel d'Altres, no tant correcte lingüísticament, però més entenedor cara a l'usuari.

## **6. Donar-se d'alta com a usuari registrat**

Aquesta ha estat la tasca amb més errades i hi ha usuaris que han desistit. En el moment de fer aquest test només es podia accedir per l'espai d'identificació on et permet registrar-te si no ho estàs. La correcció que s'ha fet ha estat incorporar un enllaç al menú de la part baixa de la pantalla. Ja està incorporada en els prototips del document per la seva importància.

## **7. Cercar una definició del que fa la secció sindical**

Els usuaris han accedit correctament. El fet de tenir un accés a la barra principal ha estat fonamental. Crec que ha ajudat el fet que alguns usuaris ja han descobert el mapa del web.

### **8. cercar alguna publicació que parli sobre la compensació per formació en la integració Sabadell i Atlántico.**

Aquesta tasca s'ha posat en aquest lloc expressament per que conté un enllaç directe des de la pàgina principal. El 40% ha accedit per aquest enllaç i dels que no ho han fet molts han manifestat que ja havien entrat en la dinàmica d'usar els menús i ni s'han mirat el Home. Crec que comporta un resultat satisfactori.

S'ha mesurat la memòria, o sigui el que han retingut. En aquest s'ha preguntat quins continguts podien trobar el web i quines utilitats hi havia. Les respostes han estat molt satisfactòries recordant els aspectes usats a les tasques i d'altres que no s'han mirat com ha estat el fòrum.

També se'ls ha donat paper i llapis i se'ls ha demanat reproduir la estructura del lloc web. La tasta s'ha dut a terme amb bastant agilitat trigant una mitjana de 100 segons, amb algun cas de temps superior. La majoria dels dibuixos tenien l'estructura ben definida tret dels temes Publicacions i Espais que els usuaris han barrejat. Però és una cosa normal si tenim en compte l'espai Publicacions només és una drecera cap als articles de cada espai particular.

Finalment se'ls ha fet una enquesta per a mesurar, segons el seu punt de vista la qualitat, la facilitat d'ús, si els hi ha agradat i com els ha fet sentir. Tots en una escala de l'1 al 10, en que 1 és molt negatiu i 10 molt positiu.

Els resultats són:

- qualitat: 6,5
- facilitat d'ús: 7,5
- els ha agrada't: 6
- sentiments: 7

Tenint en compte que en escales de 1 a 10 als entrevistats els costa posar valors extrems, crec que el resultat és molt positiu. Evidentment s'ha de fer rectificacions, però crec que el test ha demostrat que anem pel bon camí.



## **10. Definició de nous indicadors**

Recordar que només partíem d'un indicador: El nombre de visites del lloc anterior.

Aquest s'obté del log que genera el servidor HTTP. Però també té moltes dades més que tractades corresponen a molts indicadors. Els indicadors que haurem de treure d'aquest log són: pàgines més visitades, visites a les pàgines de processos per veure quants d'aquests finalitzen.

Així mateix podem definir-ne més que podem explotar independentment del web, doncs com deia depenen del log.

Però també tindrem altres indicadors que no provindran d'aquest. El primer d'aquest és la recomanació dels articles que s'ha incorporat com a funcionalitat en aquesta versió. D'aquí podem obtenir dues mesures, nombre de intervencions i quines d'aquestes són positives.

Altres indicadors seran el nombre d'aportacions als espais interactius com són el fòrum i les consultes.

## **11. Conclusions**

Aquest treball va néixer per la suma de l'obligatorietat de realitzar un treball de final de carrera i per l'atraient que va resultar aquest tema en el moment de cursar Interacció Humana amb els Ordinadors, el primer semestre del curs 2003/04. Curs del qual els seus apunts he utilitzat com a punt de partida [0], però que he après va molt més enllà d'aquest.

La veritat és que el tema és tant obert, relativament nou i interessant que quan has de definir un projecte no saps per on començar.

He de reconèixer que en els primers moments estava molt desconcertat. No sabia ni quin projecte definir.

Vaig triar el de la remodelació de un espai web d'una secció sindical pel que em semblava que podia aportar de diferent en quant encarar els objectius dels usuaris. Però aplicar part dels coneixements als que he accedit en l'immens món que és internet m'ha fet comprendre que sempre és difícil fer un disseny centrat en l'usuari.

I que una vegada més, gran part de l'èxit es basa en aplicar una metodologia i fer-ho correctament. De fet, per això s'anomena enginyeria això que estem estudiant.

Només espero que serveixi com a punt de partida per a incrementar els meus coneixements en la matèria. I si pogués ajudar a altres a fer més entenedor aquesta matèria seria fantàstic.

També espero que serveixi per a modificar el lloc web estudiat, encara que s'ha afegit un nou element que pot ser afectarà i és que la secció sindical del banc Atlàntic també tenia un web i aquest és totalment diferent.

## Bibliografia

- [0] Josep M. Ganyet, format electrònic, 2003. apunts IHO de la UOC 2003.
- [1] Xperience Consulting  
[[http://www.xperienceconsulting.com/imagenesup/Pensando\\_en\\_lanzar\\_una\\_nueva\\_version\\_del\\_web.pdf](http://www.xperienceconsulting.com/imagenesup/Pensando_en_lanzar_una_nueva_version_del_web.pdf), 6/10/2004]
- [2] Ann Light, Media: Digital Web runs Lash's Thoughts on Web Footers  
[<http://www.usabilitynews.com/news/article1531.asp>, 10/11/2004]
- [3] web information and design  
[<http://www.infodesign.com.au/usabilityresources/design/cardsorting.asp>, 20/11/2004]
- [4] Alan Cooper  
[[http://www.cooper.com/content/insights/newsletters/2003\\_08/Origin\\_of\\_Personas.asp](http://www.cooper.com/content/insights/newsletters/2003_08/Origin_of_Personas.asp), 15/12/2004]  
com crear persones  
[[http://www.cooper.com/newsletters/2001\\_07/perfecting\\_your\\_personas.htm](http://www.cooper.com/newsletters/2001_07/perfecting_your_personas.htm), 15/12/2004]
- [5] George Olsen, Fent persones més problemàtic  
[[http://www.boxesandarrows.com/archives/making\\_personas\\_more\\_powerful\\_details\\_to\\_drive\\_strategic\\_and\\_tactical\\_design.php](http://www.boxesandarrows.com/archives/making_personas_more_powerful_details_to_drive_strategic_and_tactical_design.php), 27/12/2004]
- [6] Eduardo Manchón, El enfoque "persona" y los "escenarios"  
[[http://www.ainda.info/persona\\_escenarios.html](http://www.ainda.info/persona_escenarios.html), 05/01/2004]
- [7] Information & design  
[<http://www.infodesign.com.au/usabilityresources/design/scenarios.asp>, 06/01/2004]
- [8n+4] Andrew Starling, Usability and HTML forms [[http://www.ecommerce-guide.com/solutions/building/article.php/10362\\_938071](http://www.ecommerce-guide.com/solutions/building/article.php/10362_938071), 06/01/2004]
- [8] Jacob Nielsen [<http://www.useit.com/papers/responsetime.html>, 01/11/2004]
- [9] Eduardo Marchón, Test de usuarios  
[[http://www.ainda.info/test\\_usuarios.html](http://www.ainda.info/test_usuarios.html), 05/01/2004]  
Errors comuns en tests  
[[http://www.ainda.info/errores\\_evaluacion.html](http://www.ainda.info/errores_evaluacion.html), 05/01/2004]
- [10] Sarah Horton, Beauty is Only Screen Deep  
[[http://www.boxesandarrows.com/archives/beauty\\_is\\_only\\_screen\\_deep.php](http://www.boxesandarrows.com/archives/beauty_is_only_screen_deep.php), 15/11/2004]