

# Den gode webside på medarbejderservice

---

- *En best practice guide til sideansvarlige  
på medarbejderservice*

## 1. Kvalitetswebsider til gavn for brugerne

Medarbejderservice er det sted på AU's hjemmeside, hvor enhedsadministrationen stiller sine værktøjer, vejledninger og serviceydelser til rådighed for alle medarbejdere på AU. Medarbejderservice skal være et redskab, som hjælper medarbejdere med at løse en opgave. Medarbejdere anvender medarbejderservice for at få løst et konkret problem. Derefter vender de tilbage til deres arbejde. Det er hit-and-run-adfærd, og derfor skal medarbejderservice være bygget og indrettet til det.

For at imødekomme denne brug af medarbejderservice, er det hensigtsmæssigt at reducere mængden af tekst og antal af sider samtidig med, at siderne kvalificeres og optimeres. Fordelene herved er:

- Medarbejdere bruger mindre tid på at lede efter informationer og mere tid på at udføre deres arbejde.
- Søgefunktionen på medarbejderservice forbedres.
- Siderne kan lettere vedligeholdes.

Formålet med best practice for indhold og sideopbygning er:

- at skabe et fælles grundlag for prioritering af indhold
- at sikre et fokus på brugernes konkrete behov på web
- at kunne vurdere berettigelsen af specifikt indhold på web
- at skabe en større ensartethed på siderne, så brugerne ved, hvad de kan forvente
- at give webredaktørerne nogle retningslinjer til at styre websiderne med

## 2. Medarbejderservice eller medarbejderportal?

Medarbejderservice henvender sig til alle medarbejdere på AU. Udover medarbejderservice har alle enheder på AU mulighed for at have deres egen lokale medarbejderportal, som enheden kan bruge til intern kommunikation.

Som udgangspunkt skal alt administrativt indhold fra enhedsadministrationen ligge på medarbejderservice. Det gælder også fakultetsspecifikke informationer. På den måde undgår vi knopskydning af administrativt indhold, som gør det svært at vedligeholde og giver problemer i forhold til søgeresultater.

Der kan dog være undtagelser, hvor administrativ information ikke hører hjemme på medarbejderservice, men i stedet bør placeres på en lokal medarbejderportal eller en anden intern platform. Det drejer sig om informationer, som kun har interesse for medarbejdere inden for en enhed og derfor vil være "støj på linjen" i forhold til den bredere medarbejdergruppe, hvis det blev lagt på medarbejderservice. Det kunne fx være:

- Informationer om enhedsinterne forhold, som fx lokale retningslinjer for arbejdstidsregistrering, procedurebeskrivelser for lokalebestilling eller ferieindberetning eller referater fra lokale ledelsesmøder og samarbejdsudvalgsmøder mv.
- Fagligt indhold, der henvender sig snævert til fx økonomimedarbejdere i AU Økonomi og Bygninger og derfor ikke har interesse uden for vd-området.

### 3. Prioriter dit indhold

Den sideansvarliges fornemste opgave er at sørge for, at de væsentlige redskaber ikke drukner i uvæsentlige informationer. Det indebærer ofte at sige nej og fagligt forklare, *hvorfor* brugerne overhovedet besøger siden.

Hvad SKAL være på siden	Hvad skal IKKE være på siden
<p>Kort sagt: Konkret hjælp</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Redskaber</li><li>• Handling med et enkelt klik (uden at læse tre siders baggrund først)</li><li>• Kontaktpersoner eller funktionsmail, så brugerne let kan få hjælp.</li></ul>	<p>Kort sagt: Baggrundsinformationer</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Historik og afdelingspræsentationer</li><li>• Referater og sagsbehandlingsdokumenter</li><li>• "Sådan arbejder vi med xx" – sæt en kontaktperson på i stedet.</li></ul>

#### Foranalyse

Brugere, der besøger en hjemmeside, kommer ikke tilfældigt forbi. De kommer, fordi de har et behov, de skal have tilfredsstillet. De skal løse en opgave. En god hjemmeside gør det nemt for brugerne at løse deres opgaver.

Undersøgelser har vist, at brugere typisk kun bruger en lille del af hjemmesiders indhold til at få løst deres opgaver. Faktisk er det sådan, at 5 % af indholdet på en hjemmeside hjælper næsten 25 % af de besøgende med at få løst deres opgave. Man kan altså gøre 25 % af de besøgende rigtig glade, ved at gøre det nemt for dem at finde 5 % af indholdet.

Den bedste måde at hjælpe brugerne frem til det indhold, de skal bruge for at få løst deres opgaver, er ved at skabe en let adgang til det fra forsiden og de øverste niveauer af hjemmesiden. Første skridt er derfor at finde frem til, hvilke opgaver det er vigtigst at få løst for flest brugere. Disse opgaver kalder vi for "top tasks".

Der findes forskellige metoder til at finde frem til disse top tasks. Hvilke metoder, du vil anvende, afhænger af, hvor meget tid du har. Jo flere metoder, du benytter dig af, desto mere præcis viden får du om brugerne. Men det er bedre at lave en enkelt end slet ingen undersøgelse. Alle undersøgelser bør dog planlægges i samarbejde med tovholderen for din sektion på medarbejderservice, som kan rådgive dig i forhold til processen, og sørge for at den bliver koordineret med andre undersøgelser, der måtte være i støbeskeen.

Metoder til foranalyse:

- Statistik over trafik
- Søgeordsloganalyse
- Rundspørge hos nøglepersoner
- Spørgeskema til medarbejderne

#### Statistik over trafik

Statistik over antal besøgende på de enkelte sider på medarbejderservice er et godt sted at starte i forhold til at skaffe informationer om, hvilket indhold brugerne efterspørger mest. Man kan få oplysninger om webstatistik ved hjælp af Google Analytics.

## Søgeordsloganalyse

Via Google Analytics kan man ligeledes få oplysninger om, hvilke søgeord brugerne har indtastet i søgefeltet på en given side. Disse data er værdifulde i forhold til at kunne finde ud af, hvad det er for indhold, brugere leder efter og tilsyneladende har svært ved at finde på den pågældende side. En analyse af disse data kan derfor hjælpe med at vurdere, hvad brugerne efterspørger.

## Rundspørge hos nøglepersoner

Det er en god ide at supplere statistikanalyser med mere kvalitative undersøgelser. Man kan fx foretage en rundspørge hos udvalgte nøglepersoner på en eller flere enheder, som ofte ligger inde med en guldgrube af viden. Det kan være administrative medarbejdere, som sidder tæt på brugerne, og derfor ved, hvad det er, brugerne efterspørger.

Eksempler på spørgsmål, som kan stilles nøglepersonen:

- Hvad er de mest hyppige spørgsmål fra medarbejderne?
- Hvilke administrative eller praktiske opgaver fylder mest?
- Hvad er det især, der er svært for medarbejderne at finde ud af?

## Spørgeskema til medarbejderne

Sidst men ikke mindst kan man sende et spørgeskema ud til grupper af medarbejdere og få dem til at melde tilbage, hvad de har mest brug for. Dette skal dog gøres med omtanke og koordineres med den øvrige interne kommunikation, da medarbejderne har travlt, og det kan blive opfattet som generende at blive kontaktet med den slags undersøgelser.

## 4. Sådan opbygger du den gode webside

Når man opbygger sider i medarbejderservice, kan man med fordel gøre det ud fra disse principper:

### 1. Hvad er sidens formål?

Stil dig det spørgsmål, hvad brugeren skal bruge siden til? Hvis du har svært ved at svare, er siden måske ikke nødvendig. Er svaret meget omfattende, bør du måske fordele indholdet på flere sider med mindre der er tale om en forside eller oversigtsside.

### 2. Hvem henvender siden sig til?

Medarbejderservice er enhedsadministrationens værktøjer og serviceydelser til alle medarbejdere på AU. Er dit indhold til andre målgrupper, skal det ikke ligge på medarbejderservice. Henvender det sig snævert til medarbejderne i dit vicedirektørområde, bør det ligge på din medarbejderportal i stedet.

### 3. Fremhæv top tasks

Brugeren kommer på siden, fordi de skal have løst en konkret opgave. Du kan hjælpe dem på vej, ved at fremhæve redskaber og konkret hjælp til at løse de vigtigste opgaver (top tasks) på din side.

### 4. Giv login, bestil, download osv. en fremtrædende knap

Det er vigtigt, at brugerne nemt kan finde funktioner, der lægger op til handling, som fx login, bestil eller download. Du kan derfor med fordel fremhæve disse med en knap eller et banner.

### 5. Skriv kort og klart

Skriv kort og klart med fokus på, hvad brugere kan gøre. Lav aktive sætninger, skriv "du" og brug gerne bydeform. Skriv fx "Sådan installerer du en printer" eller "Download skema til lønforbedring".

## 6. Bryd vejledninger op i trin

Indeholder din side en vejledning til en arbejdsproces, kan du med fordel dele processen op i de forskellige trin, så brugeren bliver guidet igennem skridt for skridt.

## 7. Tænk i punktopstillinger

Brug gerne punktopstillinger, da de er gode til at skabe overblik. Minimer dog antallet af punkter så vidt muligt, ellers forsvinder pointen. En rettesnor kan være at gå efter max fem punkter. Hvis det ikke er muligt, kan man overveje at opdele listen i to punktopstillinger med hver sin overskrift.

## 8. Sæt kontaktoplysninger på og placer dem i højre spalte

Hvis brugeren ikke umiddelbart kan få svar på sit spørgsmål, er næste skridt at finde en person, der kan hjælpe. Sæt derfor altid kontaktoplysninger på din side og placer dem i højre kolonne, så brugeren ved, hvor han eller hun kan finde det.

## 9. Undgå at ændre url'en for siden

Det kan ske, at du vil omdøbe sidetitlen for en side, men du bør kun ændre url'en for en side, hvis det er strengt nødvendigt. Der bliver linket til siderne i medarbejderservice fra mange andre AU sider, og disse links vil gå i stykker, hvis du ændrer url'en. Dette er til stor gene både for andre redaktører og brugere.

## 10. Baggrundsinfo, historik og afdelingspræsentationer slettes så vidt muligt

De færreste brugere, der kommer til medarbejderservice, er interesseret i baggrundsinfo og historik. Hvis det i sjældne tilfælde giver mening, skal de placeres nederst, så de ikke tager fokus fra redskaberne. Afdelingspræsentationer hører hjemme under den fælles præsentation af enhedsadministrationen: <http://medarbejdere.au.dk/administration/administration/>.

## 5. Understøt dit indhold med designelementer

I typo3 er der forskellige muligheder for at bruge designelementer til at understøtte formidlingen af dit indhold. De vigtigste elementer er:

- Fokusfelt
- Folde ud/folde ind-bokse
- Knapper
- Bannere
- Kontaktbokse
- PURE-plugin
- Tabeller

[Se en oversigt over elementer](#)

### Fokusfelt

Fokusfeltet er en enkel og nem måde at lave et kreativt, grafisk element på en hjemmeside uden brug af andre billedbehandlingsprogrammer. Med et fokusfelt kan du indsætte og redigere tekst direkte oven på et billede.

Fokusfeltet fungerer især godt som stort, grafisk element øverst på en side, som fx kan bruges til at anslå et tema eller markere, at man er på en forside. Det kan dog også bruges i mindre format fx i højrekolonnen. Du kan i princippet indsætte flere fokusfelter på en side, men vær opmærksom på, at effekten aftager, jo flere der er på en side. Brug det derfor med måde. Se også muligheden for at brugere knapper og bannere.

## [Sådan indsætter du et fokusfelt](#)

### **Fold ud/fold ind-boks**

Dette element gør det muligt at komprimere indhold til overskuelige overskrifter, som brugeren selv kan folde ud og ind efter behov ved at klikke på hhv. plusset og minusset. Elementet giver brugeren mulighed for at danne sig overblik over det overordnede indhold, og herefter selv vælge hvilket mere specifikt indhold, han eller hun ønsker at kigge nærmere på.

Elementet kan indeholde både linklister og tekster. Også her gælder det om at bruge elementet med måde, da formålet med at skabe overblik over indholdet ellers går tabt. Det er fortsat en nødvendighed at prioritere og sortere i indholdet på vegne af brugerne, så siderne ikke sander til med mindre væsentlige informationer.

## [Sådan indsætter du en fold ud/fold ind-boks](#)

### **Knapper**

Farvede knapper kan bruges til at indsætte tydelige og ensartede links til indhold, som man gerne vil fremhæve. Knapperne er også gode til at markere, at det er her, man skal klikke for at udføre en handling, også kaldet "call to acting". Det kunne fx være at logge på et system eller lave en bestilling. Jo flere knapper der er, desto mindre effektivt bliver fremhævelsen af den enkelte knap. Hvis man har en bestemt opgave/handling, som det er helt central, at brugerne kan udføre, kan man derfor med fordel begrænse sig til én knap.

## [Sådan indsætter du en knap](#)

### **Bannere**

Bannerelementet er et virkemiddel i værktøjskassen, der fungerer som supplement til fokusfelt og de almindelige knapper. I modsætning til fokusfeltet fungerer hele bannerelementet nemlig som et link, hvilket vil sige, at brugeren meget nemmere opdager, at der er noget at klikke på. Og i forhold til knappen optager bannerelementet visuelt mere plads, så brugeren lettere får øje på det.

## [Sådan indsætter du et bannerelement I \(transparent tekstfelt\)](#)

## [Sådan indsætter du et bannerelement II \(fuldfarvet baggrund\)](#)

### **Kontaktbokse**

Der er lavet en særlig grafisk boks til kontaktoplysninger, som skal gøre det nemt for brugerne at finde kontaktoplysninger. Kontaktboksen er i princippet en tom lyseblå boks, som kan varieres i indhold og funktion alt efter karakteren af kontaktoplysningerne. Kontaktboksen findes i 2 varianter.

#### **Variant 1: Partneropslag**

Den første variant giver mulighed for at lægge kontaktoplysninger på partnere eller andre kontaktpersoner ind i selve kontaktelementet, så brugeren kan lave et opslag direkte inde i boksen. På den måde får brugeren kontaktoplysningerne på den side, hvor han eller hun står, og bliver ikke sendt videre til en anden side.

Denne løsning er meget brugervenlig, men indebærer til gengæld en løbende opdatering for den enkelte redaktør. Selve kontaktoplysningerne trækkes fra PURE, men det er redaktørens opgave manuelt at vedligeholde oplysningerne om, hvilke personer der skal vises. Dette gøres dog ganske enkelt ved at indsætte telefonnumre i editorfeltet i TYPO3.

## Variant 2: Dropdown

Den anden variant indeholder en dropdownfunktion. Her indsætter man en liste af links til eksisterende sider, hvor brugerne kan finde kontaktoplysninger. Det kan fx være links til kontaktoplysninger for de forskellige afdelinger i ens egen enhed. Det kan også være links til kontaktoplysninger på de fire fakulteter.

[Sådan indsætter du en kontaktboks](#)

### Visitkort (PURE plugin)

Hvis din kontaktinformation består af en enkelt person, kan du med fordel indsætte oplysningerne som et visitkort. Dette gøres ved hjælp af et element, der kan trække kontaktoplysninger fra PURE – et såkaldt PURE plugin. Når du har indsat elementet skal du blot angive, hvilke visning af kontaktoplysningerne, du vil have (visitkort), samt hvilken person, der skal fremgå af visitkortet. Så vil Typo3 trække kontaktoplysninger fra PURE, og oplysningerne vil automatisk blive opdateret, hvis der er ændringer.

[Sådan indsætter du et visitkort med PURE plugin](#)

### Tabeller

Du har mulighed for at lave designede tabeller i fire forskellige farver, hvis du har indhold, der egner sig til at blive vist i en tabel.

Bemærk dog at du ikke bør bruge en tabel til at sørge for, at dine indholdselementer bliver placeret på et bestemt sted. For det første kan du ikke være sikker på, at dine indholdselementer vil være placeret det samme sted i alle browsere, og for det andet risikerer du, at din side kommer til at se forkert ud, når browseren eller TYPO3 bliver opdateret.

Der er rig mulighed for at strukturere dit indhold på forskellige måder uden at bruge tabeller til det. Få inspiration til at strukturere din side ved hjælp af fleksible indholdselementer.

[Sådan laver du en tabel](#)

[Sådan strukturerer du din side med fleksible indholdselementer](#)

## 6. Vedligeholdelse

Den største forhindring for fremadrettet at opretholde den kvalitet, man opnår ved at optimere siderne på medarbejderservice ud fra best practice, er:

- Knopskydning af siderne
- Underminering af best practice
- Mangelfuld vedligeholdelse
- Personaleudskiftning og manglende overlevering

Det er derfor vigtigt, at du med jævne mellemrum går dine sider igennem og får rettet eller slettet det indhold, der ikke længere er gældende. Det er ligeledes vigtigt, at der er fuldt overblik over, hvem der er ansvarlig for hvilke sider på medarbejderservice, og at alle sider har en sideansvarlig, som sørger for at vedligeholde indholdet. Giv derfor besked til din tovholder, hvis du skifter arbejdsopgaver eller har fået nyt job, så der kan findes en afløser, der kan overtage opgaven som sideansvarlig efter dig.