

# Indholdsstrategiske principper

For at imødekomme både forretningsstrategiske mål samt brugerbehov implementeres følgende fem principper for indholdet på hjemmesiderne for begge fakulteter:

1. Se hver underside som en potentiel forside
2. Giv brugeren hurtigt overblik
3. Hjælp brugeren videre
4. Vis flere konkrete eksempler
5. Gør det let for brugeren at tage kontakt til den rette person

N

U

T

## Princip 1

# Se hver underside som en potentiel forside

Mange brugere lander på en underside direkte fra Google eller et link. Derfor skal hver underside kunne fungere som den første side brugeren lander på.

- **Vis hvem siden henvender sig til:** En bruger, der lander på en underside, skal hurtigt kunne fastsætte om siden er relevant for netop denne bruger.
- **Gør formålet klart:** Synliggør formålet med undersiden og giv brugeren mulighed for at vurdere om man er på en relevant side.
- **Gør forskel på det primære og sekundære mål med siden:** Et eksempel herpå kan være en side vedr. et arrangement. Her skal tilmelding være den primære handling og den sekundære kan være “Læs mere om andre arrangementer”.

N

U

T

## Princip 2

# Giv brugeren et hurtigt overblik

Brugere anvender meget kort tid på at orientere sig på en hjemmeside. Derfor skal man hurtigt kunne danne sig et overblik.

- **Anvend underoverskrifter som summary:** Brugeren skaber overblik ved blot at læse underoverskrifter. Hovedbudskaberne skal derfor kunne læses i underoverskrifterne.
- **Skriv korte sammenfatninger i starten af længere tekster:** Sammenfatninger hjælper brugeren, så denne ikke skal læse ned i en tekst, som ikke er relevant for deres formål med at besøge siden.
- **Skriv konkrete overskrifter:** Overskriften skal give et mere dækkende indtryk af hvad teksten handler om. F.eks. er overskriften “Video” ikke specielt sigende i forhold til hvad brugeren får ud af indholdet.
- **Brug punktopstillinger i opremsninger:** Punktopstillinger medvirker til at brugeren hurtigere får et overblik.

Se i øvrigt det tematiske fokus på hjemmesidernes organisationsoverblik i kapitel 4.2

N

U

T

## Princip 3

# Hjælp brugeren videre

Det skal være tydeligt for brugeren, uanset hvilket sted man lander, hvad man kan og hvordan man kan komme videre uden at miste orienteringen på hjemmesiden.

- **Opsæt krav om kvalitet og konsistens til det, der linkes videre til:** Når fakultetet leder brugeren videre til andre enheder som f.eks. institutter, er det vigtigt, at indholdet på de pågældende sider er opdateret og vedligeholdt. For at sikre den samlede kvalitetsoplevelse er det nødvendigt at opsætte krav for kvaliteten af indholdet på tværs af institutter, centre osv.
- **Vær konsekvent i brugen af betegnelser:** Sørg for at bruge de samme betegnelser, så brugeren ikke mister orienteringen og giver op.
- **Lav sammenhænge i indholdet på tværs af sider:** Sørg for at linke til videre til det, som beskrives i teksten. Hvis eksempelvis et institutter optræder i brødteksten, så indsæt et linke til instituttet direkte i teksten. Gør det så let som muligt for brugeren af finde det, der omtales.

Se i øvrigt det tematiske fokus på hjemmesidernes organisationsoverblik i kapitel 4.2

## Princip 4

# Vis flere konkrete eksempler

Supplér beskrivelser med konkrete eksempler, som demonstrerer hvilke resultater, mål og arbejdsområder fakultet har.

- **Vis konkrete resultater:** Brugeren får et bedre indtryk af fakultetet, hvis man supplerer budskabet om at fakultetet er internationalt førende med konkrete forskningsresultater, der understøtter budskabet.
- **Gå mod mindre “telling” og mere “showing”:** “Telling” og “showing” er begreber som dækker over om man fortæller eller viser eksempler. Generelt er det godt at gennemgå tekster og stille spørgsmålet: Kan vi vise (showing) dette i stedet for at fortælle det? Se et eksempel herpå på slide 29 og 30
- **Brug korte tekster med vægt på nøgleord:** Prioritér at de betydningsbærende nøgleord kommer tydeligere frem i teksten. Brug færre fyldord og flere punktummer. Her er opstilling af punktlister igen et godt greb.

N

U

T

## Princip 5

# Gør det let for brugeren at tage kontakt til den rette person

Hver gang en kontaktperson præsenteres bør det motiveres af, hvad man får ud af at kontakte personen.

- **Vis kun kontaktoplysninger med forklaring:** Der bør ikke vises kontaktoplysninger uden en forklaring på, hvad man kan (eller ikke kan) kontakte personen om. Jo flere kontaktpersoner på en side desto vigtigere bliver det at hjælpe brugeren til at vurdere, hvem der er den rigtige at tage kontakt til.
- **Den mest relevante person skal stå øverst:** Som udgangspunkt bør den mest relevante person (set fra brugerens perspektiv) stå øverst eller være tydeligst. Det er ikke nødvendigvis en dekan, der er mest relevant at tage kontakt til. Den mest relevante person vil ofte være den, som har mest overblik og tid til at tage telefonen og hjælpe brugeren videre.

N

U

T