



Slutrapport

Bäst i branschen

KONTAKTPERSON

Oscar Uribe
oscar.uribe@ungapped.com

DATUM

2018-04-05

Innehåll

Innehåll	1
Inledning	1
Allmän information	1
Sammanfattning	2
Projektet	3
Syfte & Målgrupp.....	3
Projektets mål.....	3
Redogörelse av projektresultatet	4
Viktiga insikter	10
Redogörelse av projektets genomförande	11
Projektets budget	15
Projektets arbetssätt	16
Vad händer nu?	16

Inledning

Detta dokument utgör en slutredovisning av projektet *Bäst i branschen* som genomförts inom ramen för PTS innovationstävling. Projektet har genomförts av Ungapped.

Allmän information

Företag/Organisation	Ungapped AB
Projektamn	Bäst i branschen
Författare av detta dokument:	Oscar Uribe, Ungapped AB
Projektets tidplan:	2017-01-01—2017-12-31

Sammanfattning

Ungapped är en molnbaserad tjänst för att skapa och skicka digitala nyhetsbrev, sms och enkäter. Tjänsten används för att skicka miljontals mail varje månad.

Detta projekt syftade till att ta fram ett **publiceringsverktyg för skapande av tillgängliga kampanjsajter** för individer med **dyslexi** eller **synnedläggning**.

Projektet har resulterat i ett helt nytt verktyg för att skapa kampanjsajter. Detta verktyg har försetts med ett **analys- och förbättringsverktyg** för tillgänglighet. Verktyget informerar och hjälper redaktörer att åtgärda tillgänglighetsproblem i samband med webbplatsens framtagande.

Verktyget kommer inom kort att lanseras i betaversion och 100% av användarna kommer att få tillgång till verktygen som ingående i Ungappeds grundläggande funktionalitet. Det har också utformats så att analys av tillgänglighetsaspekterna sker kontinuerligt både under redaktörens utarbetandeskede och vid publiceringstillfället.

I tester fick användarna jämföra webbsidor i ett A/B-test. I testet var innehållet identiskt i A- och B-varianten men i ena varianten hade analys- och förbättringsverktyget tillämpats. Resultaten av användartestet visade på att varianten där verktyget tillämpats också var användarnas preferens i vilket de upplevde var enklast att ta till sig.

Projektet har också resulterat i ett nytt **anpassningsverktyg** som medger att besökaren på individuell nivå kan anpassa webbsidornas utformning även i läsläget. Besökaren kan t ex anpassa kontrast, textstorlek, radavstånd och typsnittsval efter egna preferenser.

Även här visade användartesterna på att anpassningsverktyget ökade tillgängligheten genom mottagarens möjligheter att ta till sig innehållet utifrån sina egna preferenser. De införda funktionerna i anpassningsverktyget betygsattes genomgående med "Bra" eller "Mycket bra".

Utöver det nya verktyget kommer ett antal standardmallar att erbjudas i tjänsten för att uppfylla de tillgänglighetskrav som analys- och förbättringsverktyget.

Projektet har kunnat genomföras enligt plan med stöd av vald projektmodell med några mindre justeringar för referenspersonernas tillgänglighet.

Projektet har övergripande givit en ökad förståelse och insikt - hos alla inom organisationen Ungapped – om tillgänglighetsaspekter för personer med dyslexi och synnedläggning i synnerhet, men även individer med funktionshinder. Insikten och förståelsen genomsyrar nu även andra projekt/utvecklingsarbeten inom organisationen.

I påbörjad bearbetning av nya kundsegment har webbpubliceringsverktyget i Ungapped rönt stort intresse och visar också på att tillgänglighet för individer med funktionshinder har marknadspotential.

Projektet

Syfte & Målgrupp

Projektet syftade till att ta fram ett publiceringsverktyg för tillgängliga kampanjsajter som publiceras via tjänsten Ungapped. Fokus var på personer med synnedsättning eller dyslexi.

De flesta kampanjsajter inskränker idag på dessa gruppers möjligheter att på sina villkor ta del av information, budskap och erbjudanden via e-post. Man kanske anpassar den offentliga webbplatsen men tillgänglighetsaspekten är sällan en faktor när man tar fram kortlivade kampanjsajter då fokus ofta ligger på hög design- och copynivå till låg kostnad.

Kort om dyslexi

Dyslexi är en funktionsnedsättning som innebär stora svårigheter med att snabbt och säkert avkoda skrivna ord och som därför medför stora problem med läsning.

Dyslexi är ett språkligt problem kopplat till skriven text. Det är inte en synnedsättning eller intelligensnedsättning. Dyslexi innebär i första hand ett problem med att avkoda ord och därmed i andra hand ett problem att förstå textsammanhang. Avkodningsproblematiken är främst kopplad till ordens ljudstruktur.

Ca 4-8% av Sveriges befolkning eller ca ett barn i varje skolklass drabbas av dyslexi.

Kort om synnedsättning

En synnedsättning innebär svårigheter att även med glasögon och god belysning läsa tryckt text, så kallad svartskrift, eller att med synens hjälp orientera och förflytta sig.

Exakt hur många som är synskadade är oklart. Delvis är det en definitionsfråga. Socialstyrelsen räknar med 120 000. Omkring 100 000 finns inskrivna vid någon av landets syncentraler och har rätt att låna talböcker.

Synnedsättningen kan bero på brytningsfel, skador, ögonsjukdomar eller andra sjukdomar.

Några exempel på synskador är diabetessynskada, grå starr, grön starr, åldersförändring i gula fläcken och näthinneavlossning.

Projektets mål

Det primära effektmålet var att fler i målgruppen skulle kunna ta del av kampanjsajter på webben. En förutsättning för att kampanjsajterna skulle förbättras med hänsyn till målgruppens behov var att användarna av tjänsten nyttjar analysverktyget och dess korrigeringar.

För användarna av tjänsten var därför effektmålet baserat på användningsgraden av analysverktyget. 100% av användarna kommer att få analysverktyget och dess varningar.

Projektets övergripande resultatmål var att fler personer i målgruppen kan ta del av de kampanjsajter som publiceras via tjänsten.

Redogörelse av projektresultatet

Projektets ansats, för att uppfylla det primära effektmålet, var att ta fram ett webbpubliceringsverktyg för kampanjsajter där tillgänglighet är en grundsten. För detta krävdes ett analys- och förbättringsverktyg för redaktören samt ett anpassningsverktyg för mottagaren.

Djupintervjuer och prototyp tester har visat att ansatsen varit rätt. Projektet kommer att resultera i att tjänsten Ungapped inom kort förses med ett webbpubliceringsverktyg laddat med analys- och förbättringsverktyg för redaktörer.

Verktyget informerar och hjälper redaktörer att säkerställa att tillgänglighetsaspekter tas hänsyn till redan då första byggklossen dras in i webbplatsens layout. Verktyget kommer att släppas som beta i Q2 2018 för att sedan ingå som en kostnadsfri basfunktionalitet i tjänsten och kommer därför alla kunder och redaktörer tillhanda.

Projektet har även resulterat i ett anpassningsverktyg som medger att besökaren på kampanjsajterna på individuell nivå kan anpassa dess utformning; t ex kontrast, textstorlek och radavstånd.

Analys- & förbättringsverktyget lanseras under Q2 2018 i en beta version. Kunderna har redan uttryckt en stor uppskattning över att tjänsten kommer att utökas med detta verktyg för att nå ut med sitt budskap med ökad tillgänglighet. Särskilt uppskattat hos myndigheter och organisationer.

Användartesterna visade på stor uppskattning av den nya funktionaliteten i Anpassningsverktyget. Användarna som genomförde testerna gav funktionerna betygen **Mycket bra** eller **Bra** på en femgradig skala på införda funktioner.

Med verktyget kommer också standardmallar i tjänsten att lanseras som har hög tillgänglighet.

Analys- och förbättringsverktyget

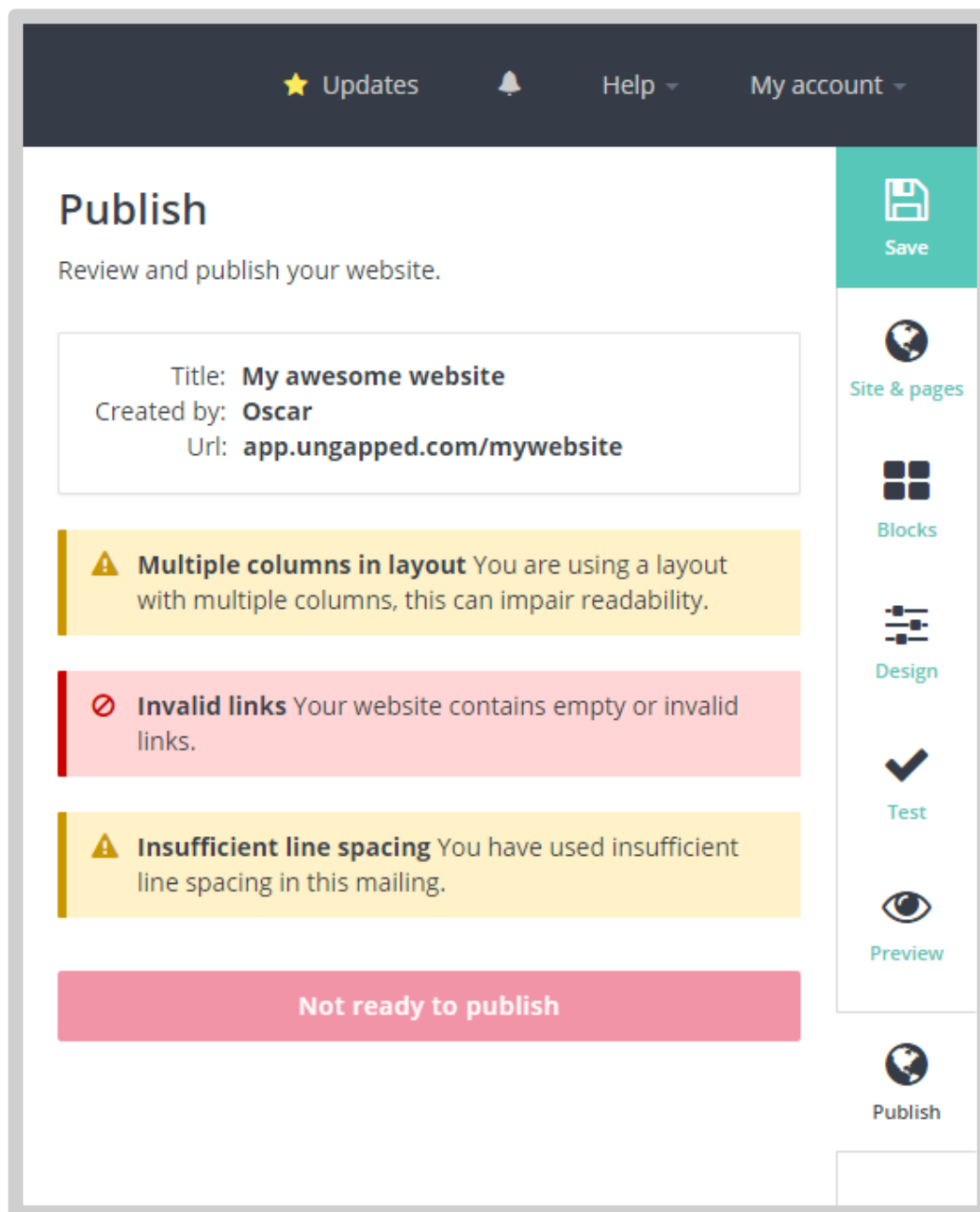
Detta verktyg omfattar en analys av kampanjsajtens innehåll där redaktören varnas om något tillgänglighetsproblem identifierats. Verktyget ger också enkla sätt för redaktören att kunna åtgärda de problem som upptäckts av analysverktyget. Nedan presenteras de varningar och åtgärder som verktyget omfattas av:

- Som Redaktör ska jag få en varning om jag använder långa textavsnitt
- Som Redaktör ska jag få en varning om jag använder en för bred layout
 - Som Redaktör ska jag enkelt kunna åtgärda layoutens bredd
- Som Redaktör ska jag få en varning om en flerspaltlayout används
- Som Redaktör ska jag få en varning om för litet typsnitt används
 - Som Redaktör ska jag enkelt kunna åtgärda typsnittsstorleken
- Som Redaktör ska jag få en varning om för litet radavstånd används
 - Som Redaktör ska jag enkelt kunna åtgärda radavståndet
- Som Redaktör ska jag få en varning om jag använder animerade bilder
- Som Redaktör ska jag få en varning om jag använder för många typsnitt

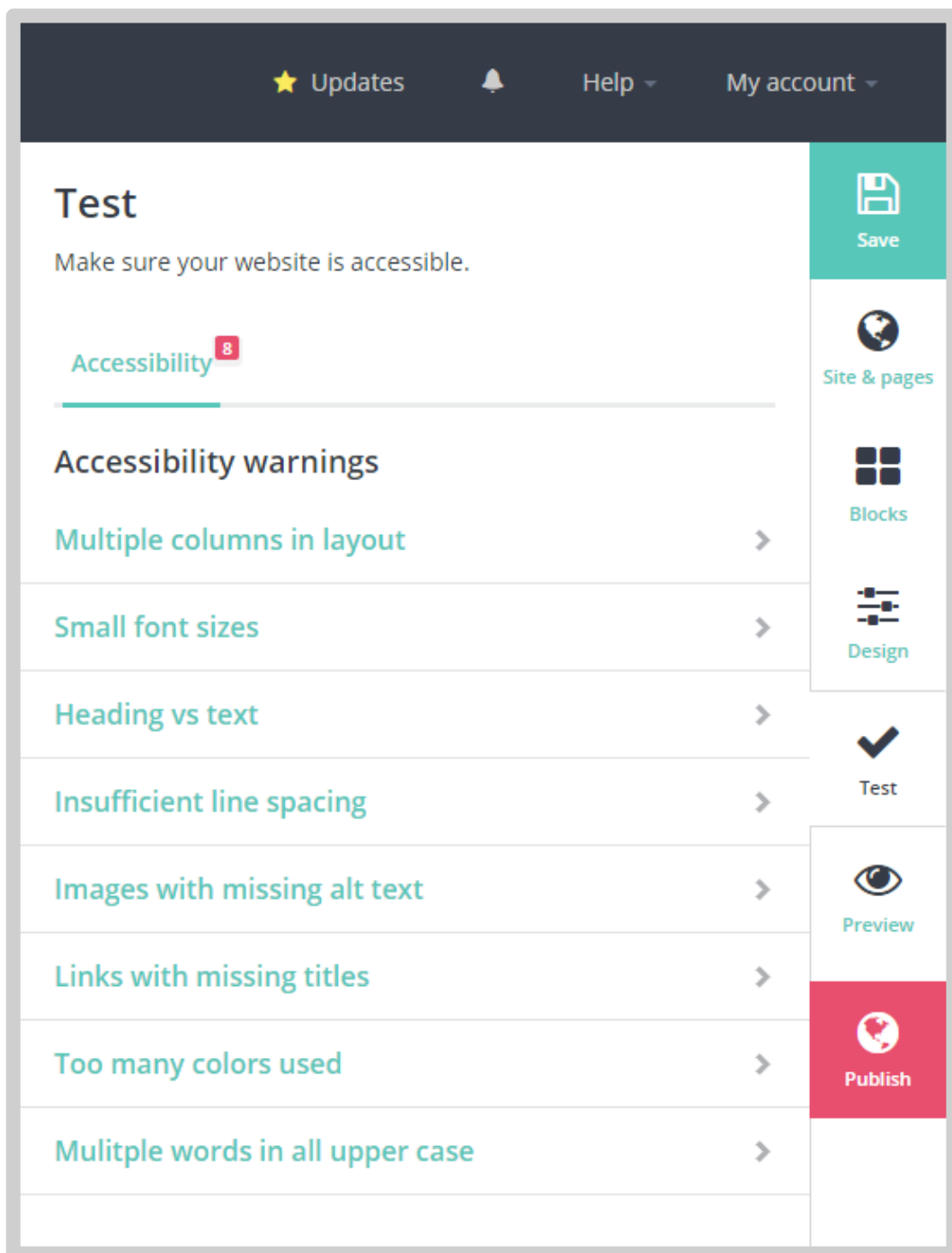
- Som Redaktör ska jag enkelt kunna åtgärda typsnittsvalen
- Som Redaktör ska jag få en varning om versaler används
- Som Redaktör ska jag få en varning om alt-texter saknas på bilder
 - Som Redaktör ska jag enkelt kunna åtgärda avsaknad av alt-texter
- Som Redaktör ska jag få en varning om det är små skillnader mellan rubrik och brödtext
 - Som Redaktör ska jag enkelt kunna åtgärda små skillnader mellan rubrik och brödtext
- Som Redaktör ska jag få en varning om många olika färger används
 - Som Redaktör ska jag enkelt kunna åtgärda färgvalen

Användargränssnittet

I nedanstående bilder visas exempel på hur dessa varningar och åtgärder presenteras i tjänsten Ungapped:



FIGUR 1 VARNINGSMEDELLENDE OM TILLGÄNGLIGHETSPROBLEM



FIGUR 2 FÖRTECKNING ÖVER IDENTIFIERADE TILLGÅNGLIGHETSPROBLEM I UTSKICKET

★ Updates 🔔 Help ▾ My account ▾

Test


Make sure your website is accessible.

Accessibility 8

Accessibility warnings

- Multiple columns in layout >
- Small font sizes >
- Heading vs text >
- Insufficient line spacing >
- Images with missing alt text ^
- Links with missing titles >
- Too many colors used >
- Multiple words in all upper case >

Your website contains images with missing descriptions, please describe them.



Save

Site & pages

Blocks

Design

Test

Preview

Publish

FIGUR 3EXEMPEL PÅ KORRIGERINGSFUNKTION FÖR ETT TILLGÄNGLIGHETSPROBLEM, I DETTA FALL AVSAKNAD AV BILDBESKRIVNING

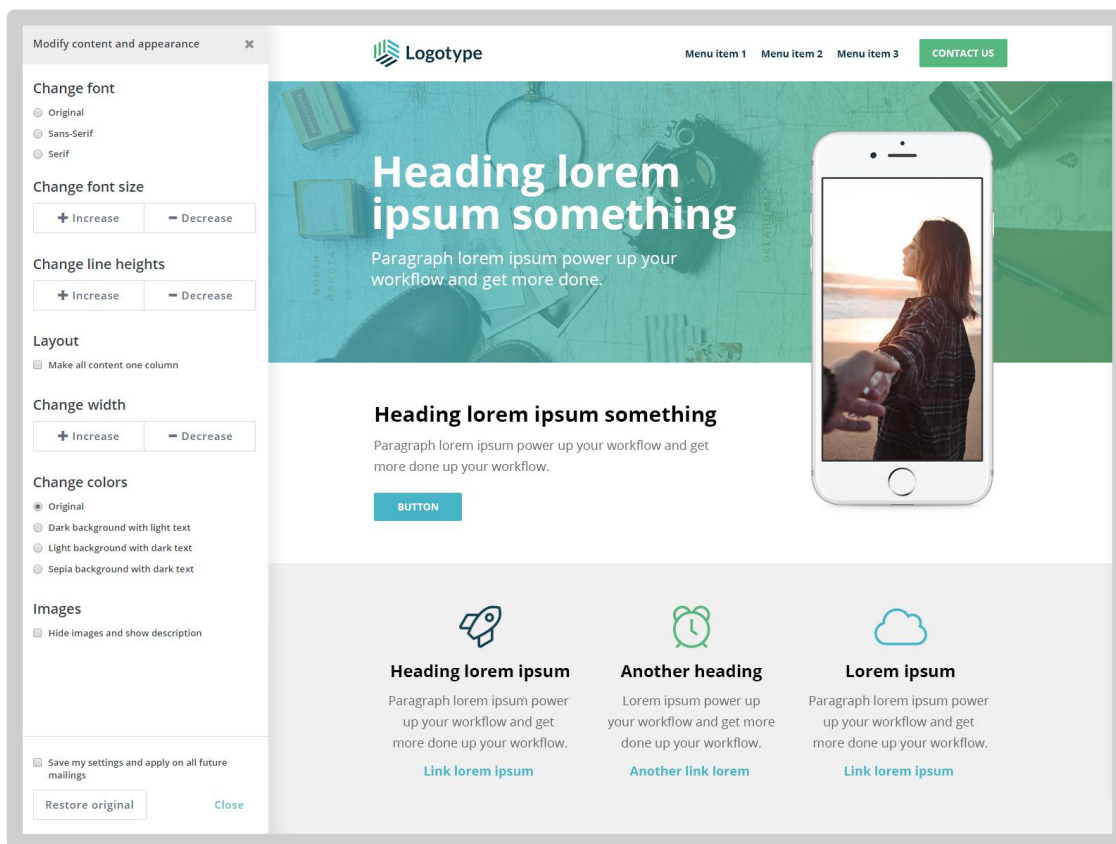
Anpassningsverktyget

Detta verktyg exponeras för besökarna av kampanjsajten. Genom verktyget kan mottagaren individuellt anpassa nyhetsbrevet efter egna preferenser. Nedan presenteras den funktionalitet som anpassningsverktyget erbjuder mottagaren:

- Som Mottagare ska jag kunna anpassa typsnittets storlek
 - Öka / Minska
- Som Mottagare ska jag kunna anpassa textens radavstånd
 - Öka / Minska
- Som Mottagare ska jag kunna välja typsnitt
 - Serif / Sans-serif
- Som Mottagare ska jag kunna anpassa bredden på Nyhetsbrevet
 - Öka / Minska
- Som Mottagare ska jag kunna välja kontrastlägen
 - Mörk bakgrund med ljus text
 - Ljus bakgrund med mörk text
 - Sepia bakgrund med mörk text
- Som Mottagare ska jag kunna välja att visa allt innehåll i en kolumn
- Som Mottagare ska jag kunna dölja bilder och visa beskrivning
- Som Mottagare ska jag kunna Spara mina val så att jag alltid får de anpassningar jag gjort i kommande utskick
- Som Mottagare återställa till originalet
- Som Mottgare dölja anpassningsverktyget

Användargränssnitt

Nedan presenteras exempel på hur anpassningsverktyget ser ut för besökaren:



FIGUR 4 ANPASSINGSVERKTYGETS PANEL MED MÖJLIGHET TILL EGNA INSTÄLLNINGAR

Tillgänglighetsanpassade standardmallar

Tillsammans med analys- och förbättringsverkyget har vi också tagit fram standardmallar som har hög tillgänglighet.

Viktiga insikter

WCAG är viktigt men inte tillräckligt

I urvalsprocessen av vilken funktionalitet som var praktiskt tillämplar kunde vi luta oss mot vår långa erfarenhet och kompetens på området. Vid flera tillfällen i den kreativa processen kunde vi konstatera att utan en standard är det svårt att garantera tillgängligheten för alla. Detta blir extra tydligt för individer som är beroende av talsynteser. Detta underströks också i våra djupintervjuer där representanterna för målgruppen återkommande hänvisade och efterlyste att vi följde standarder. Även om man för många kan tillgodose tillgängligheten utan en standard visade det här projektet hur otroligt viktigt det är att industrin och dess aktörer tillsammans med organisationer arbetar för att få till stånd en standard även för e-post. Detta särskilt med tanke på individer som är beroende av talsynteser/punktskriftsdisplayer.

Att följa WCAG är ofta inte tillräckligt. Inte alla rekommenderade anpassningar är önskade hos målgruppen. Våra ändringar är mer baserade på upplevda förbättringar än de rent tekniska.

För bred målgrupp trots allt?

Efter tidigare djupintervjuer och prototyptester från vårt förra projekt var det tydligt för oss att det rörde sig om tre kategorier av nedsättning och inte två. Dyslektiker och individer med lätt synnedsättning hade flera närliggande behov medan när vi arbetare med behov och lösningar för individer med allvarligare synnedsättning (som uteslutande använder sig av talsynteser och punktskriftsdisplayer) kunde vi konstatera att helt andra lösningar krävdes.

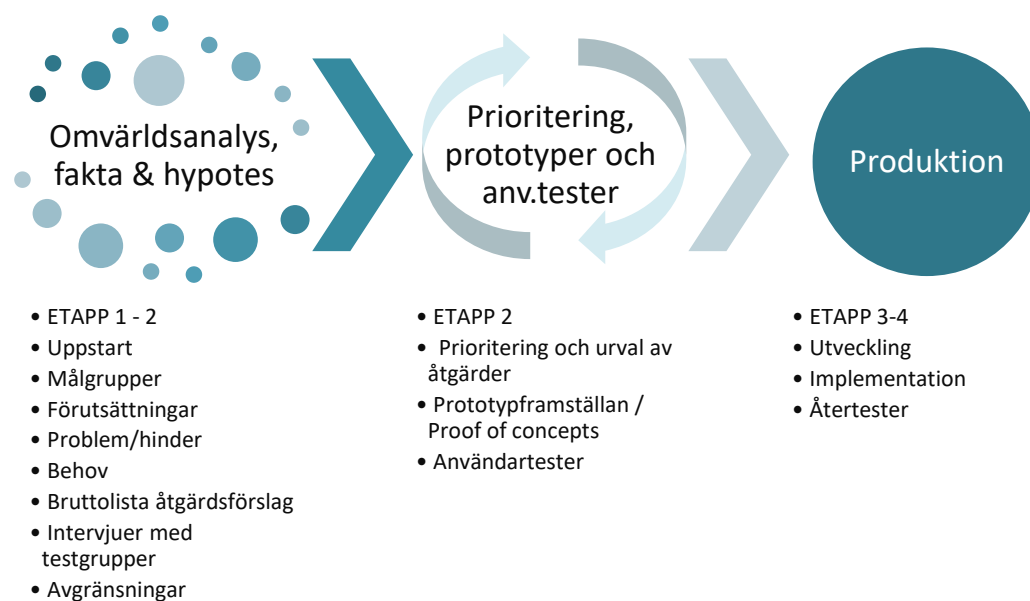
Projektet har resulterat i förbättringar som stödjer alla tre kategoriernas tillgänglighetsbehov. Prioriteringsarbetet har dock lett fram till en slutprodukt som primärt gynnar dyslektiker och individer med lätt synnedsättning.

Etablerad medvetenhet hos alla medarbetare

Projektet har resulterat i konkreta funktioner som ökar tillgängligheten för målgruppen. En följd effekt av projektet är också att det nu etablerats en medvetenhet hos alla medarbetare på Ungapped. Insikten hos varje enskild medarbetare om villkoren och förutsättningarna för individer med funktionshinder ser vi redan påverkar andra utvecklingsprojekt inom organisationen.

Redogörelse av projektets genomförande

Nedan presenteras en översiktlig bild av projektets tillvägagångssätt.



FIGUR 5 ÖVERSIKT TILLVÄGÅNGSSÄTT

Tidplan för etappernas genomförande

Etapp 1	Januari 2017
Etapp 2	Februari till maj 2017
Etapp 3	Juni till september 2017
Etapp 4	Oktober till december 2017

Projektet har kunnat genomföras enligt planen. I enskilda moment har avvikelser förekommit från den ursprungliga planen.

Nedan presenteras momenten och när de genomfördes:

Inledande behovsanalyser och intervjuer

I projektets första fas genomfördes en bredare inläsning på rapporter och studier på redan genomförda arbeten inom området.

Studierna gav värdefull insikt i vilka behov och funktionella lösningar som skulle vara aktuella att utvärdera och senare tillämpa. Arbetet sammanställdes i en rapport där samtliga i organisationen kunde ta del av studierna i en sammanfattning.

Rapporten omfattade:

- Begrepp
- Målgruppsbeskrivningar, klassificeringar och avgränsningar
- Processöversikt – delar som påverkar/påverkas kampanjsajter
- Hinder och påverkande faktorer för målgruppen
- Identifierade behov: effekter och åtgärder
- Tjänster och hjälpmedel
- Standarder och format
- Källor och fördjupning

Djupintervjuer

Med de behov som kunde identifieras i den inledande behovsanalysen påbörjades djupintervjuer med representanter för målgruppen. 12 representanter för dyslektiker och synnedsatta intervjuades.

Djupintervjuerna inleddes med en längre frågestund där den intervjuade fick berätta om sin vardag, sina förutsättningar och sedan mer specifikt om erfarenheter i relation till digitala nyhetsbrev.

I intervjuens senare del användes behovsanalysen som utgångspunkt för dels pröva relevansen i behoven men också få igång respondentens egna reflektioner kring behov, hinder och möjliga åtgärder. Djupintervjuerna resulterade ibland i konkreta åtgärdsdiskussioner och uppslag på lösningar.

Prioritering och urval av åtgärder

Djupintervjuerna formaliserades och sammanställdes för att sedan tillsammans med produktägaren värderade vilka behov som skulle prioriteras i prototyparbetet.

Värderingsgrunderna för denna prioritering utgick från följande värderingsgrunder:

- Projektets initiala avgränsningar
- Hur önskat behovet var inom respektive målgrupp
- Förväntad effekt/användbarhet
- Affärsmässighet/acceptans hos tjänstens redaktörer

Behoven gick igenom och kunde hänföras till respektive verktyg. Strävan i detta arbete var att så många behov som möjligt skulle tillgodoses redan i analys- & förbättringsverktyget vilket skulle säkerställa att tillgänglighetsaspekten redan var åtgärdad när webbplatsen publicerades.

Prototypframställan och feedback

Med den prioriterade behovslistan påbörjades sedan prototypframställningar. Ett antal olika koncept togs fram under arbetets gång för hur gränssnittet skulle utformas för såväl analys- & förbättringsverktyget som verktyget för individuell tillgänglighetsanpassning.

Produktion och interntester

I produktionskedet utvecklades de båda verktygen. Arkitektur i den befintliga tjänsten omarbetades för att kunna integrera webbsidor som en del av tjänstens basutförande – i linje med projektets målsättning.

Användartester

De slutliga användartesterna genomfördes individuellt med 5 respondenter. En förutsättning för testerna var att respondenterna inte deltagit i djupintervjuer eller som bollplank i prototyparbetet.

Användartesterna delades upp i två moment:

1. A/B-tester där respondenten fick jämföra två utskick med samma innehåll varav det ena genomgick analys- och rapporteringsverktygets åtgärder.
2. Anpassningsverktygets funktionalitet där respondenten fick bedöma verktygets funktioner

Genomförande A/B-tester

Testet genomfördes i 5 omgångar enligt nedanstående utskicksschema:

	1A	1B	2A	2B	3A	3B	4A	4B	5A	5B
Original	X			X	X		X			X
Förbättrad		X	X			X		X	X	

- Original - Webbsidan innan analys- & förbättringsverktyget applicerats.

- Förbättrad – Webbssidan efter att analys- & förbättringsverktyget hade tillämpats.

I samband med webbsida A och B fick respondenten tid att bekanta sig med innehållet samt ett antal kontrollfrågor för att verifiera att respondenten tagit till sig innehållet i utskicket.

För varje webbsida (1-5) fick sedan respondenten ge en samlad bedömning huruvida sida B var:

- Mycket lättare att ta till sig än sida A
- Något lättare att ta till sig än sida A
- Ingen skillnad
- Något svårare att ta till sig än sida A
- Mycket svårare att ta till sig än sida A

Resultat A/B-tester

A/B-testerna gav följande resultat:

Förbättrad version var	Mycket lättare än original	Något lättare att ta till sig än original	Ingen skillnad	Något svårare än original	Mycket svårare än original
Omgång 1	60%	40%	0%	0%	0%
Omgång 2	60%	20%	20%	0%	0%
Omgång 3	80%	20%	0%	0%	0%
Omgång 4	20%	40%	40%	0%	0%
Omgång 5	0%	0%	100%	0%	0%

Tester av anpassningsverktyget

För utvärdering av anpassningsverktygets funktioner tilläts respondenten välja ett av A/B-testets utskick som intresserade dem lite extra. Detta test var mer fritt i sin form där respondenten fick pröva funktionaliteten efter eget tycke innan funktionaliteten fick bedömas av respondenten.

En inledande fråga ställdes kring hur enkelt/svårt det var att identifiera tillgänglighetsfunktionen på följande skala:

- Mycket enkel att identifiera (< 5 sek)
- Enkel att identifiera (inom 30 sek)
- Svår att identifiera (30-60 sek)
- Mycket svår att identifiera (mer än 60 sekunder)

Därefter fick respondenten bedöma varje enskild funktion i anpassningsverktyget utifrån följande betygsskala:

- Mycket bra
- Bra
- Varken eller
- Dålig
- Mycket dålig

Resultat av tester av anpassningsverktyget

Användartesterna på anpassningsverktyget gav följande resultat:

Funktion	Mycket bra	Bra	Varken eller	Dålig	Mycket dålig
Ändra storlek på text	100%				
Ändra radavstånd	100%				
Visa allt i en kolumn	100%				
Ändra bredd på sidan	100%				
Ändra färg	100%				
Dölja bilder/visa beskrivning	20%	40%	40%		
Spara mina val	100%				
Återställa till original	80%	20%			
Minimera anpassningsverktyget	100%				

Lansering

Efter projektet blev har bolaget organiserats om en del vilket försenat lanseringen av funktionerna. Vi beräknar släppa hela verktyget under sommaren 2018.

Projektets budget

Projektets arbete har kunnat bedrivas inom ramen för projektets budget.

Budget och utfall:

Finansiering	Budget	Kostnader
Begärd finansiering från PTS	1 085 280	1 085 280
Egen finansiering	420 000	420 000

Summa	1 505 280	1 505 280
--------------	-----------	-----------

Projektets arbetssätt

Vårt arbetssätt har bedrivits utifrån en förenklad version av PPS-metodiken för styrning av de övergripande faserna i projektet samt en anpassning av SCRUM för prototyp och produktionsmomenten. Via stödverktyget Trello har utvecklingsarbetet prioriterats och följts upp i veckovisa avstämningar.

Parter som varit involverade under projektets gång är Iris Hjälpmedel, Insyn AB, Synskadade massörer, Institutionen för Klinisk Neurovetenskap, SRF.

Vad händer nu?

Lansering och bearbetning av marknaden

I samband med lansering kommer en bearbetning av nya kundsegment påbörjas där vi vet att kravet på tillgängliga webbsidor är hög, t.ex. offentlig sektor.

Marknadsföringsinsatser

Som stöd för bearbetningen av det nya potentiella kundsegmentet kommer marknadsföringsinsatser göras i nyhetsbrev, webbplats och sociala kanaler. Under året kommer också frukostseminarier arrangeras.

Utbildningsinsatser

Under året kommer befintliga kunder erbjudas möjlighet till utbildning och information kring tillgänglighet. Utbildningspaketet för nya kunder kommer också utökas med ett särskilt fokus på tillgänglighet och användningen av analys- & förbättringsverktyget. Manualavsnitten för det nya verktyget kommer också läggas upp i tjänstens online manual.

Förvaltning och vidareutveckling

De nya verktyget kommer nu att integreras i den ordinarie förvaltnings- och utvecklingsplanen. All mätning av användningsgrader av olika funktioner sker via Google Analytics.

Vi har under projektets gång byggt upp en backlog av behov/funktioner som vi på sikt vill förverkliga men som inte var möjliga inom projektet. Flera av dessa ser vi är aktuella att vidareutveckla och kommer då införas i den ordinarie utvecklingsplanen för tjänsten. Här kommer bearbetningen av det nya kundsegmentet kunna bidra till att påskynda en sådan utveckling.