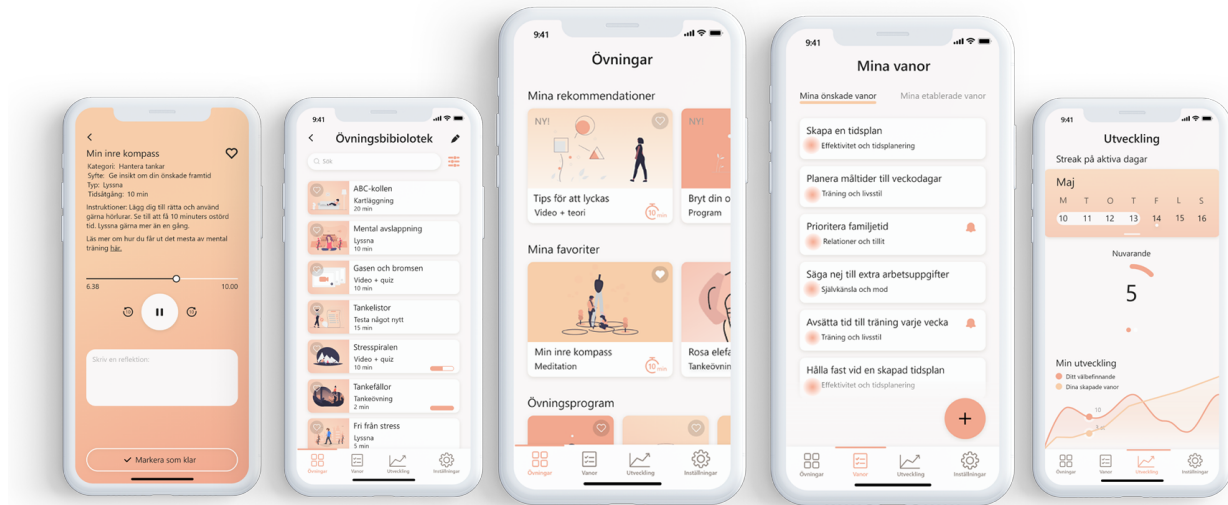




CHALMERS



Happy Habits

Design av en KBT-baserad applikation för personlig utveckling

Examensarbete inom högskoleingenjörsprogrammet Design och Produktutveckling

Rebecka Hanson
Mimmi Johansson

INSTITUTIONEN FÖR INDUSTRI OCH MATERIALVETENSKAP
CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA

Göteborg, Sverige 2021
www.chalmers.se

Happy Habits

Design av en KBT-baserad applikation för personlig utveckling

REBECKA HANSON

MIMMI JOHANSSON



CHALMERS

INSTITUTIONEN FÖR INDUSTRI- OCH MATERIALVETENSKAP

CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA

Göteborg, 2021

Happy Habits - Design av en KBT-baserad applikation för personlig utveckling
Happy Habits - Design of a CBT-based application for personal development
REBECKA HANSON , MIMMI JOHANSSON

© REBECKA HANSON, MIMMI JOHANSSON

Handledare, examinerator: Oskar Rexfelt

Examensarbete

Institutionen för industri- och materialvetenskap

Göteborg tekniska högskola

412 96 Göteborg

Telefon: +46 31-772 10 00

Omslag: Urval av appvyer på slutkonceptet Happy Habits

Tryckt av Chalmers

Göteborg, 2021

Förord

Detta är rapporten för ett examensarbete på 15 hp genomfört under våren 2021. Examensarbetet utfördes som avslutande arbete på högskoleingenjörsutbildningen Design och Produktutveckling vid Chalmers tekniska högskola.

Vi vill först tacka företaget Selfix AB som anförtrott oss denna uppgift och speciellt Annika Öhrberg och Victoria Blom som bistått med guidning och handledning.

Därefter vill vi även tacka Thure Waller, designer på designbyrån Boid för att ha bistått med sin kunskap om digital design och handlett oss i produktutvecklingen.

Vi vill även tacka Oskar Rexfelt, vår handledare och examinator från Chalmers vars handledning och kunskaper inom bland annat användarstudier har varit till stor hjälp under projektets gång.

Slutligen vill vi uttrycka ett stort tack till de som deltagit i våra intervjuer och observationer och varit en värdefull resurs för att kunna genomföra detta arbete. Även de som tagit sig tiden att svara på enkät tackas.

Göteborg, juni, 2021

Sammanfattning

Psykisk ohälsa bland unga har de senaste 30 åren ökat från 6,5 till 66 procent (Skärsäter & Mattzon, u.å). Företaget Selfix AB har ambitionen att genom deras app Happy Habits bromsa denna utveckling genom att skapa ett verktyg som preventivt erbjuder kognitiv beteendeterapi (KBT). De har som mål att göra KBT mer lättillgängligt och skapa en app för personlig utveckling och för främjande av välbefinnande. Uppdragsgivaren hade en tidig prototyp att utgå från där funktion, estetik och interaktion behövde utvärderas och vidareutvecklas.

Målet med projektet var att ta fram en interaktiv prototyp för mobila enheter vars syfte var att digitalt nyttja KBT för att hjälpa användare att förändra eller skapa nya vanor. Genom en användarcentrerad process bestående av de fyra faserna *förstå*, *specificera*, *designa* och *utvärdera* bestående av flertal metoder har ett förbättrat slutkoncept kunnat tas fram.

I den inledande fasen var förståelse för konceptet, marknaden och användarna centralt. Användarstudier i form av djupintervjuer och enkät genomfördes därför för att öka förståelse för användarens behov och krav. Med hjälp av informationen från fas ett skapades tre marknadssegment med tillhörande personer och scenarion. Sist sammanställdes användarens krav i en kravspecifikation.

Därefter påbörjades konceptualiseringen av appen där flertalet metoder användes för att bredda lösningsrymden och på så vis hitta nytänkande koncept. Inledande testades den nuvarande prototypen i syfte att upptäcka utvecklingsområden. Därefter producerades två prototyper av olika komplexitet med tillhörande användartester.

Projektet resulterade i en interaktiv prototyp som fungerar som ett KBT-baserat verktyg för personlig utveckling genom att erbjuda övningar och hjälpa användaren etablera nya vanor. Gränssnittet inkorporerar mer seriöst innehåll i en mjukare kontext, där konceptet som togs fram skiljer sig något från originalidén och ger användaren större kontroll över sitt användande.

Happy Habits - design of a CBT-based application for personal development
Rebecka Hanson & Mimmi Johansson
Chalmers university of technology

Summary

Mental illness among adolescents has increased from 6.5 to 66 percent in the past 30 years. The company Selfix AB has ambitions to slow down this development through their app Happy Habits by creating a tool that offers cognitive behavioral therapy (CBT). The goal was to make CBT more accessible, creating an app that can be used for personal development and to promote well-being.

The goal of the project is to develop an interactive prototype of an application for mobile devices whose purpose was to use digital CBT to help users change or create new habits. Through a user-centered process consisting of four phases of understanding, specifying, designing and evaluating a final concept has been developed.

In the initial understanding phase, key elements were to understand the concept, the market and the users. The user studies consisted of in-depth interviews and a questionnaire, conducted to gain a better understanding of the user requirements. Thereafter three segments with personas and scenarios were created. Finally, the user's requirements were compiled in a requirements specification.

After that, the conceptualization of the app began. Initially, the current prototype was tested in order to discover development areas. Thereafter two prototypes were produced of different complexity along with user testing of them.

The project resulted in an interactive prototype that acts as a CBT-based tool for personal development by offering exercises and helping the user establish new habits. The interface incorporates more serious content into a softer context, where the developed concept differs slightly from the original idea and gives the user more control over their use.

Key words: Cognitive Behaviour Therapy, User-Centered Design, User Study, Product Development, UX, UI, Personal Development.

Beteckningar

User experience (UX) = Användarupplevelsen av en tjänst eller produkt.

User interface (UI) = Gränssnittet på en digital design.

Low fidelity = UX-design med låg komplexitet som beskriver önskad funktion av appen.

Medium fidelity = UX-design med medelhög komplexitet som beskriver önskad funktion av appen.

High fidelity = UX-design med hög komplexitet som beskriver önskad funktion, interaktion och estetik av appen.

Kognitiv beteendeterapi (KBT) = En terapiform som går ut på att förändra tankar, känslor och beteenden som hindrar individen i sitt liv. Under behandlingen ges uppgifter och övningar som utförs på egen hand.

Tab bar = Meny placerad längst ner på sidan som uppvisar de olika sidor som finns i applikationen.

Navigation bar = Meny placerad längst upp på sidan och uppvisar de viktigaste symbolerna för applikationens navigation.

Splash screen = Grafiskt element som innefattar någon typ av bild eller logga och ofta täcker hela skärmen. Visas ofta vid uppstart av en app då förstasidan laddas.

Bottom sheet = Grafiskt element som innefattar flervalsoalternativ, dyker upp nedifrån och täcker nedersta delen av skärmen samt blockerar resterande bakomliggande interaktion.

Page controls = En uppsättning vågräta punkter som illustrerar att processen innefattar flera sidor samt vilken sida användaren står på. De indikerar även att användaren kan gå till nästa eller föregående sida.

Progressbar = En vågrät linje som fylls i för att markera hur långt in i processen användaren är.

Innehållsförteckning

Inledning	1
1.1 Bakgrund	1
1.1.1 Happy Habits nuvarande koncept	2
1.2 Syfte och mål	3
1.3 Avgränsningar	3
1.4 Frågeställningar	4
1.5 Social hållbarhet och etik	5
1.5 Designprocess och rapportens disposition	6
2. Teoretisk referensram	8
2.1 Vad är KBT?	8
2.2 Behandlingssätt av KBT idag	8
2.3 Digital KBT	9
2.4 Designriktlinjer för gränssnitt	9
3. Förstå	13
3.1 Metod och genomförande	13
3.2 Resultat och analys	19
4. Specificera	29
4.1 Metod och genomförande	29
4.2 Resultat och analys	31
5. Designa	40
5.1 Metod och genomförande	40
5.2 Resultat och analys	44
6. Presentation av slutkoncept	58
7. Utvärdera	75
7.1 Metod och genomförande	75
7.2 Resultat och analys	77
7.3 Rekommendationer för framtida utveckling och kommande användartester	82
8. Diskussion	86
8.1 Produkten Happy Habits	86
8.2 Designprocessen	88
8.3 Projektets utmaningar	89
9. Slutsats	90
Referenslista	91
Bilagor	96

1. Inledning

I det inledande avsnittet redogörs för projektets bakgrund där grundläggande information om uppdragsgivare och appen Happy Habits ges. Därefter följer rapportens syfte och mål, avgränsningar och frågeställningar. Vidare ges en bild av projektets hållbarhet och de etiska aspekter som finns att ta hänsyn till för att till sist presentera designprocessens struktur och rapportens disposition.

1.1 Bakgrund

Psykisk ohälsa är det vanligaste hälsoproblemet i Sverige med omkring 1,4 miljoner människor drabbade (Skärsäter & Mattzon, u.å). Man kan även se att fler och fler yngre mår dåligt, där hela 66 procent av personer i åldrarna 16-29 har besvär kring ängslighet, oro och ångest (Folkhälsomyndigheten, 2020). För cirka 30 år sedan låg denna siffra på ungefär 6,5 procent, vilket visar en markant ökning (Skärsäter & Mattzon, u.å). Även stress är ofta förekommande i dessa åldrar (Folkhälsomyndigheten, 2020). För att hejda utvecklingen behövs fler resurser där en viktig aspekt är att försöka stoppa problemet innan det uppkommit och därmed arbeta preventivt.

Företaget Selfix, som är uppdragsgivaren för detta projekt, har en ambition om att kognitiv beteendeterapi (KBT) ska användas med fokus på att förebygga och på så vis minska risken för framtida psykisk ohälsa. Därmed har de tagit fram en idé om en webbapplikation, kallad Happy Habits, som med hjälp av KBT-principer ska hjälpa personer etablera nya vanor för ökat välbefinnande. Appen ska tilltala en stor mängd personer, både de som aktivt söker KBT men ser även potential i användare som mår bra men vill må bättre och använder appen för personlig utveckling. Likt vanlig KBT-behandling identifierar användarna få identifiera vilka vanor de vill ändra eller skapa och därefter få övningar som hjälper användarna i detta arbete.

När projektet inleddes hade Selfix skapat en low fidelity wireframe, alltså en prototyp av låg komplexitet. För att kunna lansera en färdig produkt krävs att funktion, interaktion och estetiken av appen utvecklas. Även användartester av appen är viktiga för att undersöka användarnas behov.

1.1.1 Happy Habits nuvarande koncept

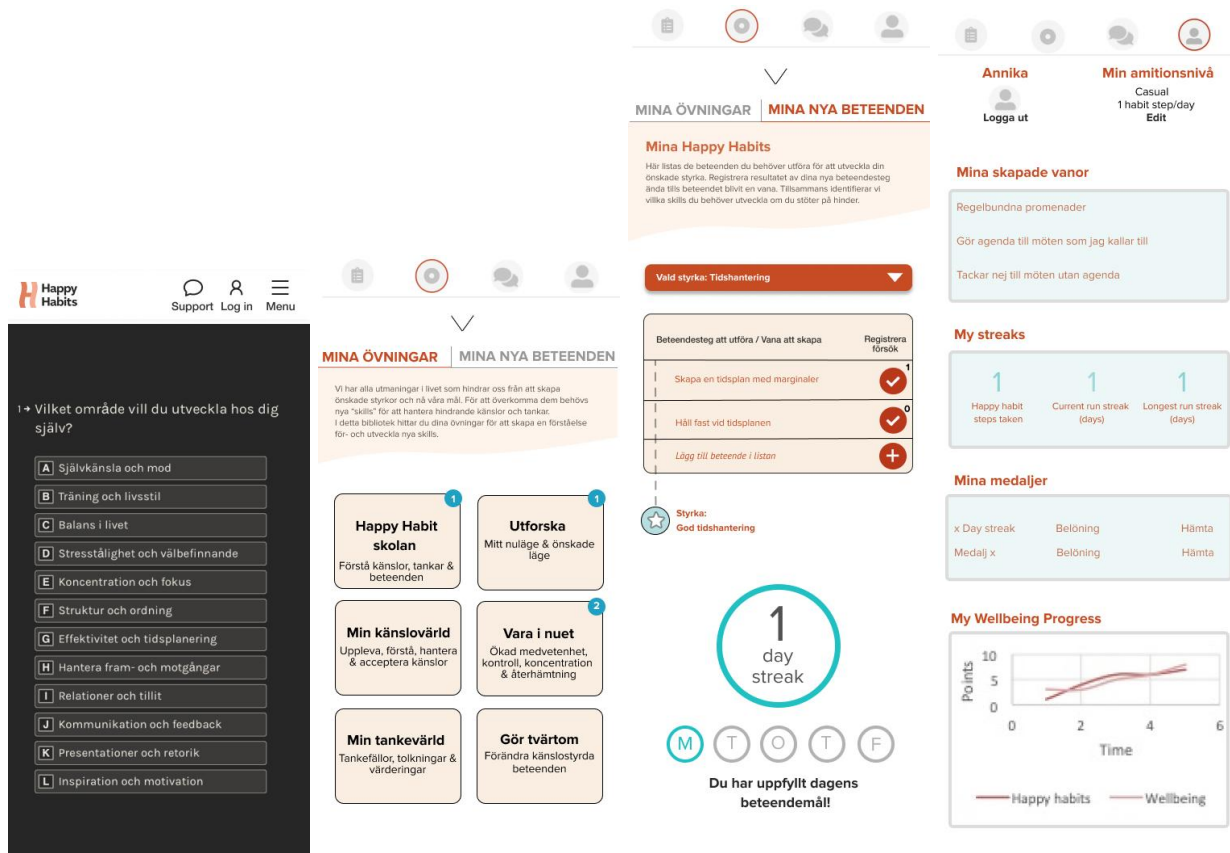
Som nämnts ovan fanns i början av projektet en enkel design av konceptet. Många delar var däremot inte färdigutvecklade och vissa sidor saknades helt.

Prototypen bestod av att användaren först anlände till ett inledande frågeformulär som fanns till för att identifiera hinder som användaren har och vilken styrka hen vill ha (se figur 1). Därefter ombads användaren att logga in med BankID och hamnade sedan på en sida uppdelad mellan övningar och beteenden. Övningssidan innefattar ett antal kategorier innehållande olika typer av övningar. Vidare på beteendesidan listades alla de önskade beteenden som definierats utifrån den styrka som valdes inledande. I prototypen kunde även försök till att utföra beteendet registreras genom en utvärdering med frågor, detta för att kunna identifiera om något gått fel och på så vis få anpassade övningar för att underlätta beteendeförändringarna. Utöver detta fanns även en chatt där användaren kan samtala med en terapeut. Till sist fanns en profilsida där samtliga skapade vanor låg listade. Även streaks, medaljer och en så kallad “wellbeing progress”-kurva var integrerade i sidan.

Figur 1

Vyer på uppdragsgivarens nuvarande prototyp:

Inledande test (bild 1), övningskategorier (bild 2), önskade vanor (bild 3) och profilsida (bild 4)



1.2 Syfte och mål

Syftet med projektet var att genom en användarcentrerad designprocess utveckla uppdragsgivarens idé på en webbapp för att främja goda vanor, detta genom att undersöka appens funktionalitet och interaktion genom att analysera användarflödet och på så vis säkerställa användarvänlighet. Därtill utreddes estetiken av appen för att skapa en tilltalande design som skulle locka användaren. Målet med arbetet var därmed att ta fram en interaktiv prototyp på en webbapplikation för mobila enheter vars syfte var att använda digital KBT för att hjälpa användarna skapa nya vanor.

1.3 Avgränsningar

Då appen byggdes som en webbapp krävdes ingen anpassning till ett specifikt operativsystem, utan appen ska kunna användas av både iOS och Android. Detta medförde inget krav på

anpassning till en specifik plattform men för att underlätta arbetet togs Apples riktlinjer i åtanke vid design.

Projektet avgränsades till framställning av prototyp på design av appen och inkluderade därmed inte någon programmeringsrelaterad aspekt eller kodning av appen.

Selfix hade identifierat en bred målgrupp för Happy Habits. Dessutom hade gruppen unga vuxna i åldrarna 18-30 identifierats som potentiella kunder. Detta ålderssegment sattes i samråd med företaget som målgrupp för projektet då de sågs som en grupp som tidigt skulle vara villiga att testa produkten. En annan anledning var att de, som nämnts ovan, är i stort behov av lösningen. Till sist ansågs åldersgruppen tillgänglig för projektmedlemmarna att nå och på så vis underlätta vid användarstudier.

Covid-19 pandemin som rådde samtidigt som arbetet genomfördes medförde avgränsningar. Den större delen av arbetet utfördes på distans, vilket tidvis medförde svårigheter vid kommunikation. Pandemin begränsade även möjligheten att få kontakt med användarna inför användarstudier. Dessutom skedde merparten av alla användartester digitalt, vilket innebar svårigheter i att tydligt observera interaktion mellan användare och produkt, samt kommunikation mellan respondent och intervjuare.

Projektet inkluderade inget fokus på att utforma övningarna i appen då detta var uppdragsgivarens experis. Även utformning av olika tester, beskrivning av KBT-relaterade uppgifter, terapuetkontakt och kostnad av appen var faktorer som lämnades till Selfix att fastställa.

Appen kan i framtiden potentiellt innefattas av patientlagen eller andra lagar om hantering av personuppgiftsdata. Ingen djupgående analys av dessa lagar gjordes utan lämnades till uppdragsgivaren att undersöka vidare. Vidare innebär detta att BankID behålls som inloggningsmetod för att möjliggöra att vid senare tillfälle kunna följa patientlagen där användarens journal smidigt kan återfinnas.

1.4 Frågeställningar

För att arbetet skulle kunna genomföras och uppnå avsett resultat formulerades ett antal frågeställningar. Dessa inkluderade att undersöka användarnas attityd till digital KBT även kallat iKBT för att få en uppfattning för vad applikationen hade för förutsättningar. Innan produkten

konstruerades behövde kraven från användarna tas fram genom olika typer av användartester. Till sist formulerades frågor kring designparametrar för att kunna identifiera viktiga aspekter. Här undersöktes bland annat hur användarflödet skulle se ut, hur appen skulle utformas för ett preventivt användande samt för att motivera till användning. Dessutom ställdes frågan hur den nuvarande designen kunde förbättras, samt hur man skulle förmedla önskad känsla med hjälp av utformning av appen.

1. *Vad har användaren för attityd till iKBT?*
2. *Vilka krav ställer användaren på appen?*
3. *Hur bör designen för appen se ut?*
 - *Hur kan den nuvarande designen förbättras?*
 - *Hur bör flödet av appen se ut?*
 - *Hur kan appen utformas för ett preventivt användande?*
 - *Hur kan appen utformas för att motivera till användande och på så vis väcka intresse men även ha återkommande användare?*
 - *Hur förmedlar man önskad känsla med hjälp av design?*

1.5 Social hållbarhet och etik

Under projektets gång beaktades den sociala hållbarheten och dess etiska aspekter. Digitalisering av KBT ökar tillgängligheten för människor som har behovet och att göra det mer lättillgänglig kan ses som ett medel för att öka social hållbarhet då det har potential att öka välbefinnande hos personer. Att använda KBT i en app kan för många vara en mindre tröskel än att söka sig till vårdcentral, vilket kan inspirera till att söka professionell hjälp om så behövs. Samtidigt kan appen verka preventivt och individer som inte anser att de är i behov av en KBT-behandling kan ändå använda appen för personlig utveckling och därigenom förebygga framtida problem. Applikationen kan alltså ha positiv effekt på personens välmående vilket i sin tur kan minska psykisk ohälsa och öka social hållbarhet i samhället.

Nackdelarna med digitalisering av KBT är emellertid att man inte får samma sociala aspekt som när man pratar med en terapeut ansikte mot ansikte. Att flytta det sociala mötet till en mobilskärm medför en minskad personlig upplevelse. Vidare kan terapi vara ett känsligt ämne vilket är viktigt att ta i beaktning under projektet, speciellt i de moment som involverar utomstående deltagare såsom vid intervjuer. Det är därför viktigt att reflektera kring frågor som ställs för att säkerställa att det inte upplevs för personligt. Det är även väsentligt att klargöra

anonymitet av de svar som ges och förtydliga att deltagarna kan avstå från att svara om så önskas.

En viktig aspekt att ta i beaktning när man kopplar en app till en terapiform är att inte ge användaren falska förhoppningar. Kopplingen till KBT kan leda till att användare går in med inställningen att appen ska leverera samma resultat som vanlig KBT. För att undvika detta är det viktigt att förtydliga appens innehåll och syfte, samt att formulera sig rätt både i appen och vid marknadsföring för att minimera risken att orsaka falska förhoppningar.

Ytterligare en utmaning med av applikationen är kombinationen mellan att motivera till användning men samtidigt inte pressa eller stressa. Denna kombination är olika känslig för olika användare, där de som exempelvis brukar appen för att lära sig hantera stress är mer känsliga, medan de som brukar appen för personlig utveckling snarare kanske hade behövt motivationen för att ha ett incitament att stanna kvar i appen. Balansgången är ett stort etiskt dilemma att avväga för att lyckas tilltala båda målgrupper.

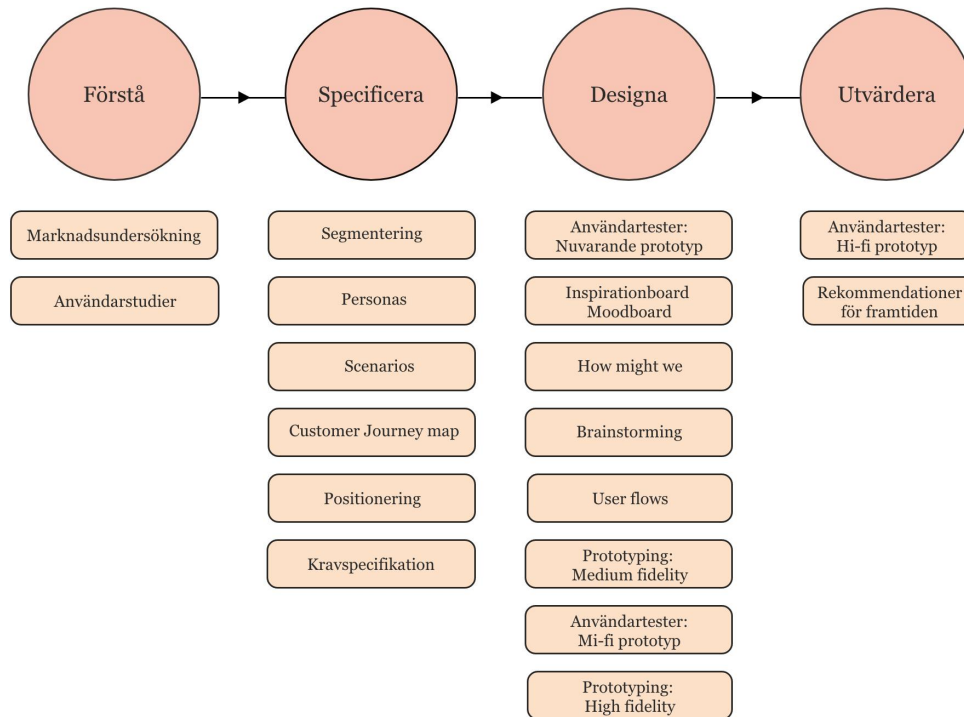
1.5 Designprocess och rapportens disposition

Som tidigare nämnt var målet med projektet att skapa en interaktiv prototyp på en applikation med syfte att öka välbefinnande hos användarna genom digital KBT. Då användarvänligheten av appen var en viktig komponent applicerades en användarcentrerad designprocess där användarens åsikt togs hänsyn till under hela arbetets gång (Magurie, 2001). Vidare har metoder passande för framtagning av en app nyttjats i projektet.

Övergripande består processen av fyra faser; *förstå*, *specificera*, *designa* och *utvärdera* (se figur 2). Dispositionen följer en fas i taget där metod och genomförande inledningsvis beskrivs och därefter resultatet från varje del redovisas. Sist presenteras slutkonceptet och utvärderingen av detta. Dessutom presenteras förslag på framtida arbeten i form av förbättringar. Rapporten inkluderar även en diskussion om resultat och process.

Figur 2

Designprocessens faser och använda metoder



2. Teoretisk referensram

I följande kapitel redogörs för vad kognitiv beteendeterapi (KBT) är, hur det används idag och vad som är viktigt för att genomföra KBT digitalt. Därefter redogörs för design riktlinjer som är av betydelse vid gränssnittsdesign som inkluderar riktlinjer för layout, typsnitt och färgval.

2.1 Vad är KBT?

NAT är en förkortning för negativa automatiska tankar (Szymanska & Palmer, 2012). Över tid kan dessa tankar resultera i psykisk ohälsa såsom depression, stress eller liknande, vilket i sin tur kan påverka den fysiska hälsan. Detta innebär därmed att känslor och tankar styr människors mående, och det är därför viktigt att observera och kunna styra dessa.

KBT är ett verktyg som kan användas för just detta, där individen får hjälp att identifiera, förstå och förändra olika beteenden och vanor. Terapiformen går ut på att skapa en förståelse för när, hur och varför dessa negativa tankar dyker upp. Därefter utvärderas om dessa tankar uppstår av en äkta anledning eller om den uppstår utan någon påtaglig orsak. Om anledningen till känslans uppkomst grundar sig i en påhittad oro, bör detta beteendemönster förändras och nya sätt att hantera situation bör etableras. Mer ingående har KBT sin utgångspunkt i tron om att alla beteenden har lärts in och därmed kan ändras genom att lära sig något nytt (Socialstyrelsen, 2019). KBT går därför ut på att ändra eller lära sig nya beteenden för bättre välbefinnande eller uppnå mål i livet (Region Stockholm, u.d).

2.2 Behandlingsätt av KBT idag

Metoder som används inom KBT utgår alltså som nämnts ovan från att man genom en kontrollerad situation försöker skapa nya beteenden och därefter utvärderar om detta resulterade i ett bättre mående (Dryden & Branch, 2011). KBT fokuserar även på problem existerande i nuet. Ett ytterligare fokus är rationalisering hos klienten, vilket innebär att undersöka anledningen till de känslor och beteenden som uppstår (Szymanska & Palmer, 2012). Vidare är exponering en central del i KBT där man gradvis utsätts för situationer som upplevs svåra för att successivt minska rädsla och ångest (Kleflom, 2010).

2.3 Digital KBT

Så kallad internet-KBT (iKBT) har spridits och tagit större plats i samhället de senaste åren (Norlund et.al, 2015). Digital KBT kan se ut på olika sätt men består ofta av regelbunden kontakt med terapeuten över chatt eller videosamtal där patienten ges hemuppgifter i form av övningar som ska genomföras mellan mötena.

Flexibiliteten som digital KBT medför där patienten kan styra den tid och energi som läggs på behandlingen är en stor fördel (Norlund et.al, 2015). Flexibiliteten möjliggör även att patienten kan arbeta med de uppgifter som ges i sin egen takt. Tillgången till en terapeut är en viktig faktor för att iKBT ska vara effektivt och flera studier visar att det är en faktor för att det ska ge likvärdig effekt med vanlig KBT (Gerhard, 2009).

Internetbaserad KBT lägger ett större ansvar på att patienten ska fullfölja behandlingen och genomföra övningarna utan större stöttning från terapeuten. Sämre personlig kontakt, brist på stöd, förvirring kring hur programmet ska användas och bristfälliga datakunskaper är utmaningar som potentiellt kan minska patientens engagemang (Grant et.al. 2019). Därför är det viktigt att försöka hålla patienten motiverad under en behandling. En effektiv metod för detta är gamification. Gamification går ut på att addera spelelement i ett annars icke-spelrelaterad kontext, vilket har visat sig vara ett bra verktyg för att motivera användare vid digital KBT (Dr Fitz, 2021). Gamification har både visat sig öka intresset hos patienterna samt givit en positiv effekt på deras välbefinnande (Muroff, 2020). Speciellt hos en yngre målgrupp har *gamification* haft visad effekt på motivation (Grant et.al. 2019). Muroff (2020) nämner också att inslag av icke KBT-metoder, såsom meditation och mindfulness, i kombination med KBT-metoder kan öka engagemanget hos användaren.

2.4 Designriktlinjer för gränssnitt

För att skapa en väldesignad app finns en stor mängd riktlinjer för funktionalitet och kvalitet som bör efterföljas. Då appen är plattformsoberoende fanns inga krav på vilka riktlinjer som behövde följas. Detta resulterade i att de vanligaste riktlinjerna, iOS, valdes som mall för att skapa en kontinuitet. Nedan presenteras de olika områden som anses viktiga att ta hänsyn till, såsom interaktion, visualitet, och arkitektur.

2.4.1 Apparkitektur

Onboarding

En onboarding är till för att ge användaren en kort introduktion av appen och lära sig hur den fungerar, samt att ge ett bra första intryck och en rolig upplevelse (Apple, 2021). Däremot förväntar sig användaren också att appen ska fungera utan direkt eftertanke eller ansträngning. Användaren bör tidigt starta igång och testa appens funktioner. Om introduktionsfilmer eller liknande behövs, bör de vara möjliga att klicka förbi. Dessutom är det viktigt att se till att appdesignen är väl utformad och intuitiv, innan det ses över om informationsvideos är nödvändiga. Krävs för mycket vägledning behöver designen ses över återigen.

Navigation

I en app kan navigation ske på olika sätt. Enligt Apple human interface guidelines (2021) är det viktigt att navigationen är enkel och att användarna alltid förstår var de är och hur de kan ta sig till önskat ställe. Oavsett uppbyggnad ska navigationen vara logisk, förutsägbar och enkel att följa. Vidare är det viktigt att innehållet går att nå fort och det bör därmed organiseras för att minimera antalet tryck som krävs. Man kan även underlätta navigation i en app genom att använda standardiserade komponenter som användarna känner igen, såsom vanliga ikoner och navigation bars.

2.4.2 Användarinteraktion

Feedback

Vid integrering av feedback, bör detta hållas diskret och inte konkurrera med det primära innehållet på skärmen (Apple, 2021). Användaren kan välja att snabbt ta del av informationen, men inte behöva vidta några direkta åtgärder eller avbryta det hen håller på med. Undvik även för många och onödiga notiser. Exponeras användarna för många aviseringar finns en risk att de tillslut lär sig att ignorera dessa och syftet försvinner. Feedback är kraftfullt, men bör nyttjas med försiktighet och endast då det verkligen behövs.

2.4.3 Visuellt design

Layout

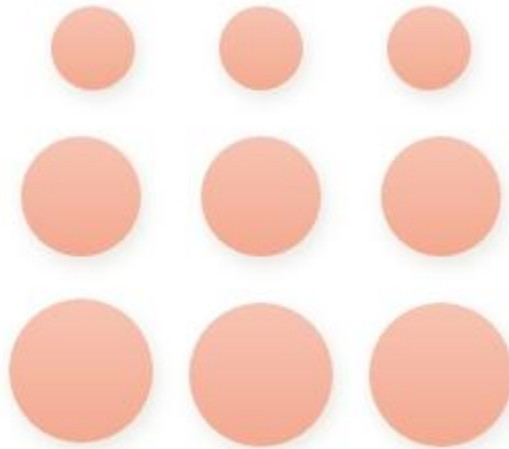
En aspekt att ta hänsyn till vid upplägg av layout är att väsentligt innehåll ska vara synligt utan att behöva zooma (Apple, 2021). Man bör även bibehålla en röd tråd genom upplägget och se till

att liknande funktioner visualiseras på samma vis. Genom att använda hierarkier i text och bilder kan man förmedla vad som är mest centralt då exempelvis en större text eller bild uppfattas som viktigare. Som en generell regel bör man placera det viktigaste innehållet högst upp på skärmen från vänster till höger. Dessutom kan man genom att linjera objekt i gränssnittet hjälpa användaren att läsa av innehållet.

Det är viktigt att ta hänsyn till hur stora knappar bör vara i användarcentrerad design (Harley, 2019). Om knapparna är för små kommer användaren ha svårare att trycka på dem. För små knappar ökar även risken för att personen trycker på fel ställe och av misstag når en annan knapp. För att säkerställa att detta undviks bör man även ta hänsyn till mellanrummen mellan knapparna och göra dessa tillräckligt stora. Enligt UX movement (2019) rekommenderas olika knappstorlekar beroende på hur det prioriteras. Minsta storleken på knappar är 42 pixlar (se figur 3), dessa benämns med lägre prioritet. Mediumstora knappar, den mest använda storleken, är 60 pixlar, och de största knapparna med högst prioritet rekommenderas vara 72 pixlar. Vidare bör knappar på 42 pixlar ha ett mellanrum på 36-48 pixlar, knappar på 60 pixlar bör ha ett mellanrum på 24-36 pixlar och de största knapparna på 72 pixlar bör ha ett mellanrum på 12-24 pixlar.

Figur 3

Knappstorlekar med rekommenderat avstånd



Färger

Färg är ett mycket användbart verktyg när det kommer till design då man genom färg kan förmedla önskad känsla (Apple, 2021). En viktig aspekt vid färgval är att kontrollera att kontrasterna fungerar väl för att inte exkludera människor med nedsatt syn eller färgblindhet.

Genom att bland annat kontrollera på sin design i olika ljus kan man få guidning i om färgvalen fungerar.

Den så kallade 60-30-10 regeln är effektiv när det kommer till färgval i gränssnittsdesign (Adelugba, 2020). Regeln hjälper att skapa välbalanserade färgkombinationer och går ut på att man använder en färg till 60% i sin design, vilket ofta är en neutral färg, kompletterar denna med 30% av en sekundär färg och resterande 10% med en accentfärg.

Olika färger signalerar olika saker och har stor påverkan på människors psykologi (McKenna, 2019). Man kan därför kommunicera mycket kring sitt varumärke endast genom sitt färgval. Happy Habits färgval går i toner av orange, gult och rosa. Orange uppfattas som kreativ, framgångsrik och entusiastisk (McKenna, 2019). Gul är en glad färg som uppfattas som upplyftande och optimistisk. Gul används vidare ofta för att förmedla en positiv känsla till användarna. Rosa uppfattas som lekfull och ger ofta ett lättsamt intryck.

Typsnitt

Genom att bruka olika storlek, färg och vikt på typsnitt kan det innehåll som är viktigt betonas (Apple, 2021). Vidare är det viktigt att vara konsekvent i användandet av typsnitt, där appen kan uppfattas som splittrad och tanklös om för många olika nyttjas. Lämpligen bör man hålla sig mellan 10-34 pixlar, där maximalt 34 pixlar bör användas på stora rubriker, och 10 pixlar på exempelvis tab bars. Vanligtvis brukar dock textstorlekar mellan 13-17 pixlar används mest frekvent.

3. Förstå

Inledande var det viktigt att förstå problemet, användarna och marknaden. Därför bestod första stadiet i projektet av att gräva djupare och genom marknadsundersökning, positionering och användarstudier få bättre förståelse för uppgiften. Initialt redogörs för metoder och genomförande av denna fas följt av dess resultat.

3.1 Metod och genomförande

Nedan redovisas metoder som användes i det första segmentet av projektet och hur dessa genomfördes.

3.1.1 Marknadsundersökning & positionering

Inledningsvis genomfördes en marknadsundersökning där potentiella konkurrenter undersöktes. Detta för att få en bättre insikt i hur marknaden ser ut och analysera konkurrenternas styrkor och svagheter för att få inspiration för framtida lösningar. En del av marknadsundersökningen bestod även av att jämföra företagen med Happy Habits för att kunna hitta en lucka på marknaden. Konkurrenterna som undersöktes var företag med appar vars syfte var att ge digital KBT eller hjälpa användaren skapa nya vanor.

Positionering är en viktig del av en marknadsanalys och innebär att medvetet positionera sitt företag på marknaden (Rudolf, 2018). Optimalt är att hitta en lucka på marknaden och fylla denna. Från undersökningen av konkurrenter kan en positionering utföras och därmed konstatera vad som särskiljer lösningen från redan existerande lösningar på marknaden. En positioneringskarta kan användas för att visualisera dessa resultat, och utformas som en tvådimensionerad graf med en y- och x-axel (Van Vliet, 2010). Dessa axlar beskriver två olika attribut som är relevanta för lösningen, exempelvis högt/lågt pris och hög/låg kvalitet. I positioneringskartan innehållande Happy Habits och dess konkurrenter fastställdes attributen om appen hade ett preventivt eller reaktivt format samt om den byggde på KBT eller inte. Från marknadsundersökningen kunde de åtta olika företagen placeras och ge en tydlig bild av hur Happy Habits kunde differentiera sig från sina konkurrenter.

3.1.2 Användarstudier

Datansamlingen bestod av användarstudier och inkluderade tio djupintervjuer samt en enkät.

Djupintervjuer

Initialt hölls djupintervjuer för att öka förståelsen för den potentiella användaren samt dess krav och önskemål. En djupintervju innebär en längre intervju där frågor ställs i syfte att komma åt kvalitativ data, samt information som kan vara mer personlig (P. Wallgren, personlig kommunikation, 31 augusti, 2020). För att komma ner på djupet nyttjades probing, det vill säga att ställa frågor som "hur", "varför" och så vidare. Inför intervjun formulerades några lärandemål för vad intervjuerna skulle få ut.

Lärandemål:

- Vem är användaren och vad har den för intressen?
- Använder användaren andra liknande appar inom hälsa och mående och vad har dessa i så fall för styrkor och svagheter?
- Vad är inställningen till ämnen som personlig utveckling och terapi?
- Vad finns för erfarenheter inom ämnet?
- Vad är inställningen till en KBT-app och vad finns det för motivatorer för användning?

Tio intervjuer, på 45-60 minuter vardera, genomfördes och berörde ämnen som beteendeförändringar, terapi och psykisk hälsa (se intervjuupplägg i bilaga 1). Intervjuerna hölls över Zoom och dokumenterades genom inspelning och anteckningar.

Intervjurespondenter med spridning på ålder, kön och sysselsättning valdes ut för att väl representera målgruppen. Även tidigare erfarenheter kring ämnet togs hänsyn till.

Intervjuobjekten bestod av tre män och sju kvinnor, alla bosatta i Göteborg eller strax utanför och varierade i åldrarna mellan 21 och 30. Fyra av respondenterna var arbetande och sex studerade. Sex personer hade tidigare testat någon form av terapi där tre hade mer erfarenhet inom KBT. De resterande fyra intervjuobjekten hade mindre kunskaper om vad KBT var, men uttryckte fortfarande intresse av terapi, personlig utveckling, hälsa och mående i stort. I figur 4 presenteras en sammanställning av ovan nämnd data.

Figur 4

Sammanställning av intervjuobjekt

Beskrivning av respondenter				
	Kön	Ålder	Sysselsättning	Erfarenhet av terapi
Respondent 1	Man	24	Student	Ingen
Respondent 2	Man	24	Student	Ingen
Respondent 3	Kvinna	28	Student	Mycket (iKBT)
Respondent 4	Kvinna	24	Student	Lite, samtalsterapi
Respondent 5	Man	25	Arbetande	Mycket (iKBT)
Respondent 6	Kvinna	30	Arbetande	Mycket, verklig och iKBT
Respondent 7	Kvinna	25	Arbetande	Ingen
Respondent 8	Kvinna	21	Student	Ingen
Respondent 9	Kvinna	30	Arbetande	Lite, samtalsterapi
Respondent 10	Kvinna	23	Student	Lite, samtalsterapi

Nedan presenteras sammansättningen av intervjuobjektens kön, ålder, sysselsättning, egenskaper och intressen för att få en tydlig bild av användaren (se figur 5). De valda färgerna återkommer även vid citat i resultatet för att tydligt skilja de olika respondenterna åt.

Figur 5

Beskrivning av respondenter från intervjuer



Enkät

Som nästa steg i användarstudierna skapades en enkät. En strukturerad enkät framställdes, vilket innefattade slutna frågor som gav svar i form av affirmation eller negation (P. Wallgren, personlig kommunikation, 31 augusti, 2020). Enkätens syfte var att få in kvantitativ data och på så vis få en bättre bild av den potentiella användaren och dess behov. Vidare användes enkäten för att validera informationen från intervjuerna. Likt för intervjuerna skapades läromål för enkäten för att guida i formuleringen av frågorna.

Lärandemål:

- Validera information från intervjuerna
- Ge ökad förståelse för den potentiella användaren

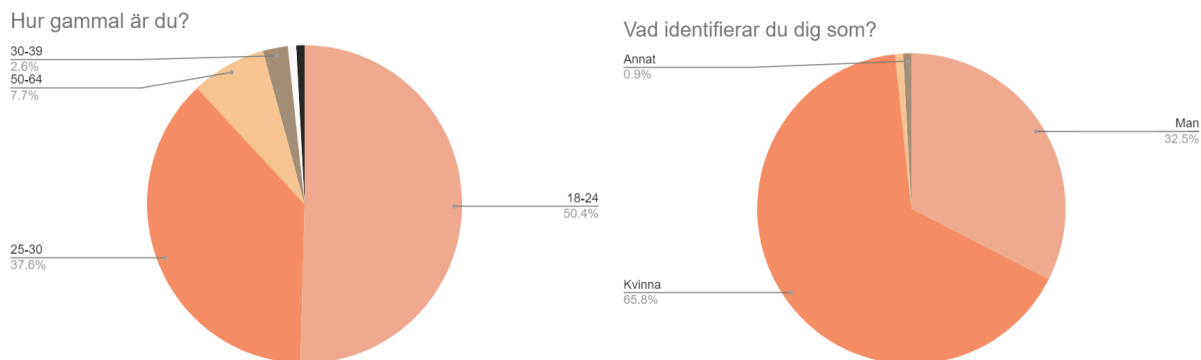
Enkäten tog ungefär tre minuter att besvara och behandlade liknande ämnen som intervjufrågorna. Den var emellertid mer fokuserad på att identifiera vilka som möjligen kunde tänka sig att använda applikationen samt dessa användares värderingar och intressen.

Enkätsvaren sorterades för att undersöka om några samband fanns. Det var exempelvis intressant att kolla på hur inställningen skiljde sig åt mellan olika kön och åldrar, vilka som var intresserade av appen och om det fanns någon gemensam faktor hos de personer som ville ha stöd av terapeuten i appen. Samtliga svar återfinns i bilaga 3.

Sammanlagt svarade 117 personer på enkäten, varav 77 stycken identifierade sig som kvinnor, 38 stycken som män, en som ickebinär och en som annat (se figur 6). Eftersom få identifierade sig som ickebinär och annat kunde inga tydliga slutsatser dras från dessa och de exkluderades därför i kommande beräkningar. På grund av att respondenterna var övervägande kvinnor angavs resultaten istället i procentandelar för att få en rättvis bild av resultatet. Åldersspannen 18-24 och 25-30 utgjorde 50% respektive 38% av de svarande (se figur 6). Eftersom de var målgruppen för projektet filterades svaren på dessa åldrarna vid senare beräkningar.

Figur 6

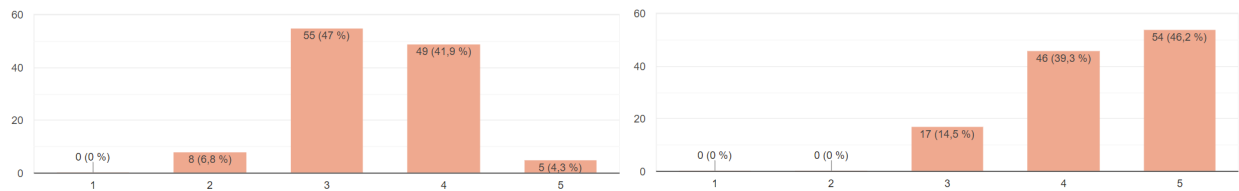
Fördelning mellan svar på frågan "Vad identifierar du dig som?" och "Hur gammal är du?"
($n = \text{svarsantal} = 117$)



Vidare var en stor majoritet av de svarande studenter (73%) och därmed en överrepresenterad grupp, vilket också togs i beaktning vid analys av resultaten. Dessutom bodde 82% av respondenterna i en storstad och vanligt förekommande fritidsintressen var att umgås med familj och vänner, träna, vara i naturen och titta på film eller serier. Målgruppen beskriver sig själva som mycket väl vana vid digitala produkter med cirka 85% som valde 4 eller 5 på skalan (1 = jag använder ingen teknik alls, 5 = jag använder digitala appar till det mesta i min vardag) (se figur 7). De är även öppna för att testa nya saker där även här över 90% valde siffran 3 eller över på skalan (1 = testar aldrig nya saker, 5 = är alltid först på bollen) (se figur 7).

Figur 7

Fördelning mellan svar på frågan "Gillar du att testa nya saker?" och "Hur digitalvan anser du dig vara?" (n=117)



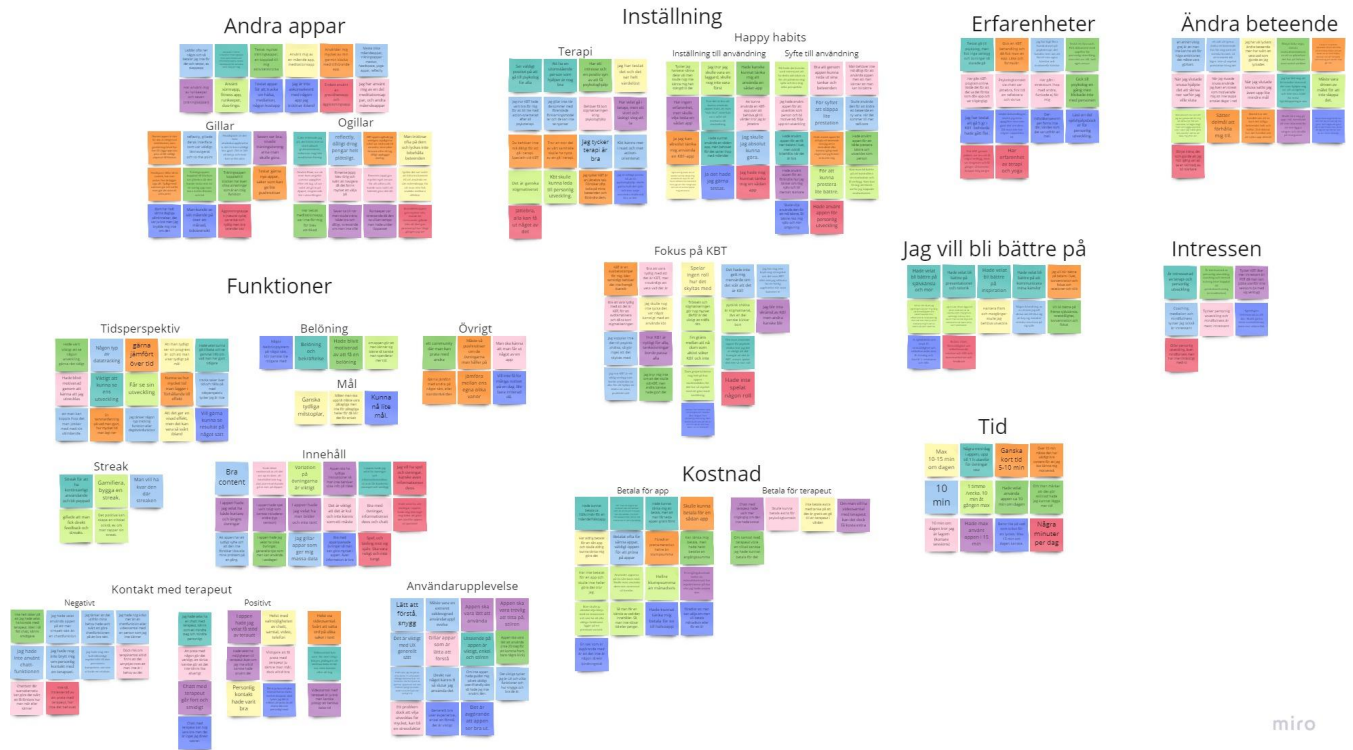
Analys av intervjuer och enkät

För att kunna analysera den kvalitativa datan från intervjuerna användes en KJ-analys (se figur 8), vilken syftar till att gruppera data efter gemensamma teman och på så vis få en övergripande uppfattning kring brukarkraven (Chalmers, u.å). Intervjuerna transkriberades därför, varpå de mest relevanta påståendena skrevs upp på post-it lappar i Miro (<https://miro.com/login/>) och sammanställdes enligt KJ-analysens principer.

Enkätens slutna svar analyserades genom ett flertal diagram för att se fördelningen mellan de olika svaren. Vidare kombinerades olika svar för att få en förståelse för hur olika typer av användare svarade på olika frågor. Vidare jämfördes dessa svar med de svar som givits i intervjuerna.

Figur 8

KJ-analys av intervjuer



3.2 Resultat och analys








De resultat som erhållits från första fasen gällande marknadsundersökning och användarstudier redovisas nedan.

3.2.1 Marknadsundersökning & positionering

Nedan följer redogörelse av de konkurrenter som identifierades i marknadsundersökningen (se figur 9). Resultatet innehåller en kort beskrivning av dem följt av dess styrkor och svagheter och avslutas med en positionering av Happy Habits på marknaden.

Figur 9

Översikt över konkurrenter

Konkurrenter							
	 Feely	 29k	 Woebot	 Remente	 mendly	 Mindler	 doktor24
Verktyg för utveckling	Bygger på KBT	Gruppsamtal	iKBT: chatt	Målsättning	iKBT: chatt	iKBT: chatt & video	iKBT: Videosamtal
Stöd av terapeut	Nej	Nej	Nej	Nej	Ja	Ja	Ja
Motiveringmetoder	-	Gemenskap	Påminnelser	Påminnelser+ se utveckling	Påminnelser	Stöd+ påminnelser	Stöd+ påminnelser
Preventiv eller reaktiv	Preventivt	Preventivt	Reaktiv	Preventivt	Reaktiv	Reaktiv	Reaktiv
Kostnad	Gratis	Gratis	Gratis	Kostar	Gratis	Kostar	Gratis
Beteende man fokuserar på	Öppet	Öppet	Nedstämdhet, depression, ångest, oro, stress,	Öppet, man väljer själv	Nedstämdhet, depression, ångest, oro, stress,	Nedstämdhet, depression, ångest, oro, stress,	Nedstämdhet, depression, ångest, oro, stress,

Mendly:

Mendly är en chattbaserad KBT-app där användaren kan få stöd från psykolog (Mendly, u.å). Appen finansieras av landsting och är därmed gratis för användaren. Vidare finns obegränsad tillgång till chatt där en psykolog svarar ett antal gånger i veckan. Eftersom kontakten endast är tillgänglig via chatt kräver detta mycket förklaringar i text. Användaren följer en behandlingsplan med regelbunden stöttning från psykolog.

Styrkor: Kostnadsfri, obegränsad tillgång, bra onboarding

Svagheter: Tidskrävande, dålig navigation i appen, ej i preventivt syfte

Woebot:

Woebot består av en automatiserad chattfunktion (Woebot, u.å). Användaren kan här skriva med en KBT-tränad chattbot och få guidning på hur man bäst kan lösa sina problem. Chattboten frågar kontinuerligt om användarens mående för att kunna identifiera exempelvis ångest och då bistå med övningar för att förbättra situationen.

Styrkor: Kostnadsfri, snabbt svar

Svagheter: Svårt att gå in på detaljer och få en personlig kontakt

Mindler:

Mindler är en app som används för att boka psykologtid via video, där användaren inom 24 timmar är garanterad en tid (Mindler, u.å). Mindler erbjuder digital KBT och tillhandahåller självhjälsprogram till deras användare där kontinuerlig kontakt med samma psykolog ges under hela behandlingen. En psykologtid kostar 100 kr och täcks av frikort. I Mindler kan man även chatta kostnadsfritt med en psykolog.

Styrkor: Personligt möte inom 24 timmar, iKBT

Svagheter: Kostar delvis, ej i preventivt syfte

Doktor24

Doktor24 är en app som liknar Mindler där användaren kan boka digitala psykologbesök via video (Doktor24, u.å). Doktor24 erbjuder kostnadsfria besök inom 30 minuter, de erbjuder också inledande kontakt via en chatt för att tydligare ringa in användarens behov innan de övergår till video. Doktor24 erbjuder digital KBT för problem såsom nedstämdhet och depression, ångest, oro, stress och sömnproblem.

Styrkor: Kostnadsfritt, snabb tillgänglighet

Svagheter: Ej i preventivt syfte, behandlar specifika problem

29K

29K är en välbefinnandeapp som bygger på gemenskap mellan användarna (29K, u.å). Användaren arbetar med en kurs inom exempelvis stress, värderingar eller liknande. Till kursen ingår även en samtalsgrupp där man delar med sig av sina erfarenheter med andra. Processen att dela med sig syftar till att hjälpa både individen själv och andra att växa. 29K är en icke vinstdrivande organisation och erbjuder denna tjänst gratis.

Styrkor: Kostnadsfritt, skapar en gemenskap

Svagheter: Risk att bli för personligt

Feely:

Feelys mål är att öka användarens mentala hälsa genom att föreslå aktiviteter som får personen att må bra (Feely, u.å). Appen använder sig av KBT-inspirerande tekniker, mäter välbefinnande och ger aktiviteter som ska öka användarens mående. Feely beskriver sig passa alla som vill få kontroll över sin hälsa.

Styrkor: Kostnadsfritt, lättsam

Svagheter: Går inte in på specifika områden

Remente:

Remente är en app för personlig utveckling som hjälper användarna identifiera vad som får dem att må bra (Remente, u.å). De erbjuder en mängd olika verktyg för att utvecklas och skapa nya vanor, exempelvis humörsdagbok, dagsplanerare och verktyg för livsbedömning. Remente har en guidad målsättning där appen agerar coach med syftet att förenkla skapandet och upprätthållandet av nya vanor. Appen erbjuder även ett utbud av artiklar och kurser.

Styrkor: Brett utbud av funktioner

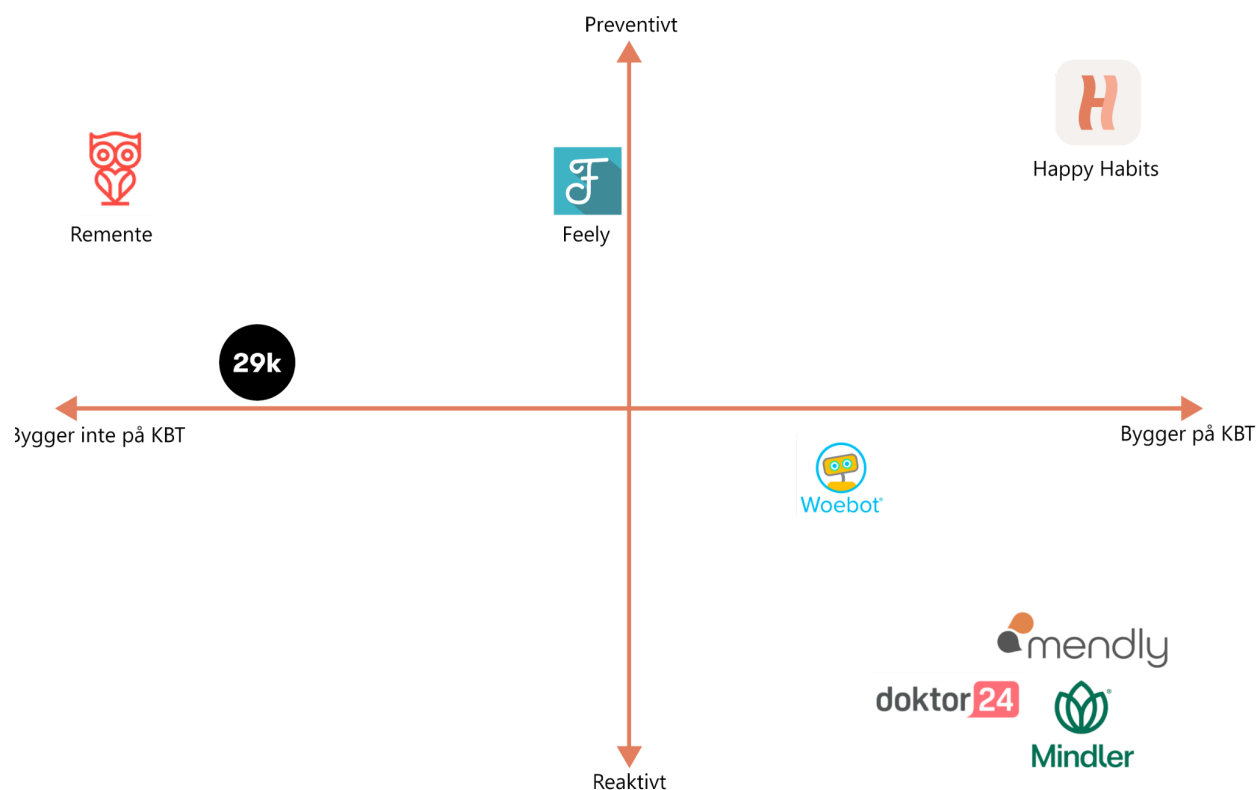
Svagheter: Kostnaden, dålig navigation i appen

Ovan nämnd information ger en tydlig inblick i var de definierade konkurrenterna befinner sig på marknaden. Vidare ges även med hjälp av ovanstående styrkor och svagheter en uppfattning om vad Happy Habits kan ta efter alternativt bör undvika. Till sist gav marknadsundersökningen en bra förståelse för var företagen hamnar på nedanstående positioneringskarta.

Positioneringskartan som presenteras nedan är uppbyggd på två olika faktorer; preventivt eller reaktivt användande placerat på y-axeln, samt bygger på KBT eller bygger inte på KBT placerat på x-axeln (se figur 10). Utifrån detta kan Happy Habits differentiera sig på marknaden genom att ha en preventiv app som bygger på KBT. Detta visar betydelsen av att utforma en applikation som jobbar preventivt med KBT vilket tas vidare in i designfasen.

Figur 10

Positioneringskarta för Happy Habits och dess konkurrenter



3.2.2 Användarstudier

Nedan redovisas resultat och analys av de intervjuer och enkäter som besvarats.

Inställning till appen

Under intervjuerna undersöktes respondenternas inställning till att använda en KBT-baserad app för beteendeförändringar, där majoriteten uttryckte en positiv inställning. Hos två av informanterna fanns en viss osäkerhet kring huruvida deras behov kunde tillfredsställas med hjälp av en app då de upplevde att det hanterade sina beteenden väl på egen hand. Emellertid var även dessa intresserade och villiga att testa.

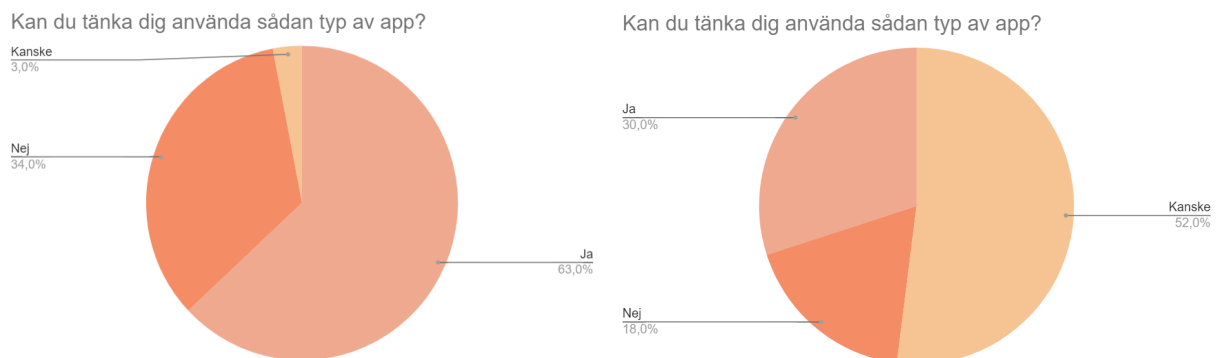
“Att kunna använda en KBT-app utan att behöva gå till vården tror jag är jättebra”

- Respondent 3

Från enkäten kunde följande resultat ges. Av kvinnorna inom målgruppen svarade 63% att de skulle kunna tänka sig använda appen, 34% att det kanske ville det och 3% att de inte var intresserade (se figur 11, bild 1). Av männen inom målgruppen svarade 30% ja, 52% kanske och 18% nej (se figur 11, bild 2). Från de som svarade nej angavs brist på intresse och ovana vid appar som anledningar. Av de som var tveksamma angavs ofta rädslan för brist på mänsklig kontakt och stöd under användning som faktorer, men trots detta var de ändå intresserade av att testa. Överlag kunde man se ett större intresse hos kvinnor i jämförelse med hos män. Vidare kunde det hos männen ses en högre andel nekande svar i åldrarna 18-24 än i åldersspannet 25-30.

Figur 11

Fördelning mellan svar hos kvinnor (bild 1) och män (bild 2) på frågan "Kan du tänka dig använda sådan typ av app?" (n=117)



Både i intervjuerna och enkäten undersöktes anledningen till varför de skulle använda sig av appen. I intervjun ställdes en öppen fråga och därmed fanns en viss spridning på svaren. För att öka eller minska prestation, hitta balans i livet eller ändra ett destruktivt beteende var några av de svar som gavs. Gemensamt uttryckte respondenterna en vilja att utvecklas som personer och lära sig mer om sig själva. I enkäten ställdes samma fråga men med svarsalternativ. Även här var att utvecklas som person den främsta anledningen till att vilja använda appen där hela 90% av respondenterna valde detta som syfte. Dessutom angavs att prestera bättre och att lära sig mer om sig själv som anledningar för användning av många.

Intervjuobjekten hade alla olika erfarenhet av terapi men uttryckte överlag en positiv inställning. Några av respondenterna lyfte det faktum att det finns en viss stigmatisering kring psykisk ohälsa och terapi. Vidare nämndes att det därför är viktigt att fundera över hur man använder begreppen i samband med appen samt hur man skyltar med begreppet KBT för att inte avskräcka

användare. Däremot ansågs det av andra respondenter som en kvalitetsstämpel som ökar trovärdigheten om det nämns att innehållet bygger på KBT. Vidare kan det finnas användare som aktivt söker efter KBT och det är då viktigt att det står med.

*“Tröskeln och stigmatiseringen gör nog mycket, därför är det viktigt att träffa rätt.
Det är en fin gräns mellan att nå dem som aktivt söker KBT och inte. “*

- Respondent 2

Sammanfattningsvis pekar resultatet från intervjuerna och enkäten i allmänhet mot att det finns en positiv inställning till att använda en app med KBT för att etablera goda vanor, men att intresset är större hos kvinnor än män. Vidare uttryckte de flesta respondenter ett intresse i personlig utveckling och därför bör appen utformas för att bistå med detta.

Funktioner och motivatorer

Gällande vilka funktioner som användaren hade sett relevanta för att finna motivation till användning gjordes en indelning av ämnen från intervjuvaren med bland annat utveckling, användarupplevelse, innehåll, kontakt med terapeut, streak, belöning och mål som olika områden. Det som flest respondenter tog upp var dock utveckling, kontakt med terapeut, innehåll och användarupplevelse.

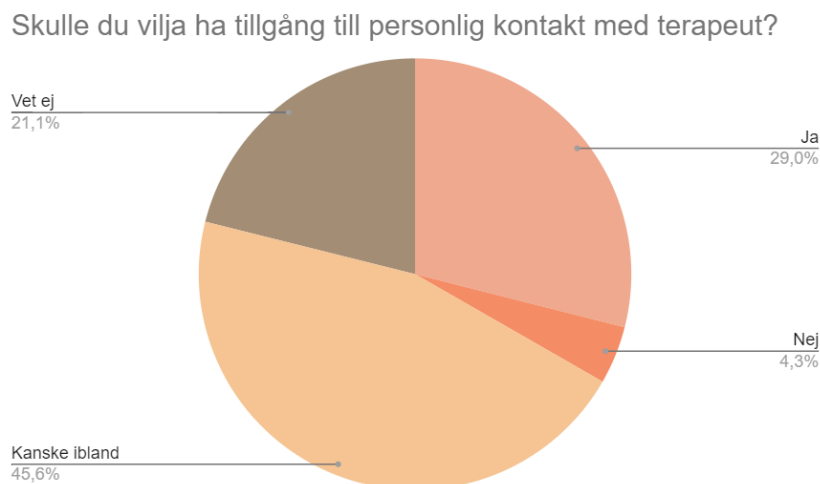
Det ansågs även värdeskapande att kunna se sin utveckling med syftet att mäta effekten applikationen givit. Från enkäten ansåg även cirka 55% detta som en relevant funktion. Även spårning av data nämndes av ett flertal som en viktig funktion, där man bör kunna gå tillbaka och se utförda övningar och liknande.

Vidare till terapeutkontakt var informanterna i intervjuerna splittrade kring om det ansågs som en bra eller dålig funktion. De flesta svarade dock att de hade velat ha tillgång till någon slags kontakt. Av de två som inte ansåg att kontakt med terapeut kändes relevant nämndes att det kan vara svårt att hitta tillit samt att applikationen hade använts i ett mer lättsamt syfte där terapeutkontakt inte kändes nödvändigt. Även svaren i enkäten skiljde sig en del, där ungefär 30% svarade att de ville ha stöd av terapeut, 45% svarade att de eventuellt skulle vilja ha stöd ibland (se figur 12). Endast en liten andel på drygt 4% svarade nej och resterande 20% var osäkra.

Figur 12.

Fördelning mellan svar på frågan

“Skulle du vilja ha tillgång till personlig kontakt med terapeut?” (n=117)



En omfattande mängd ansåg att ett stort utbud var betydelsefullt, där innehållet bör vara aktuellt och kontinuerligt uppdateras så att övningarna inte tog slut. De flesta nämnde dessutom att de ville ha olika typer av övningar i appen, samt få generella tips exempelvis genom informationsvideos. Även tydliga instruktioner var bra för att inte behöva söka information någon annanstans. Några respondenter nämnde även att de ville ha fokus på spel och tävling för att göra appen underhållande och rolig.

*“Hade blivit motiverad av att det var up to date,
att innehållet inte tog slut utan man kunde gå in mer på djupet”*

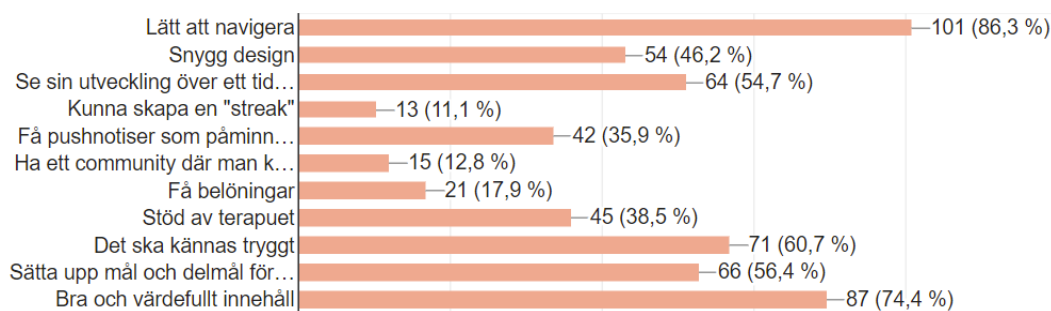
- Respondent 3

De intervjuobjekt som tog upp användarupplevelse pratade om att utseendet var en viktig komponent för helhetsintrycket. En lättanvänd applikation var mycket återkommande, där en stilren design och med enkel navigation togs upp som exempel på hur detta kunde uppnås. I enkäten gavs liknande resultat, där cirka 86% tyckte att enkel navigering var viktigt och ungefär 46% ville ha en snygg design (se figur 13). Ett ytterligare perspektiv som 61% av de svarande i enkäten berörde var att appen måste kännas trygg vid användning. Som nämnts ovan togs streak upp som något respondenterna hade uppskattat. Detta kan på så vis motivera användaren att inte vilja tappa siffran och därmed ha ett kontinuerligt användande. Däremot var det endast 11% som

kryssade i streak i enkäten. Vidare ansågs bland intervjuobjekten att någon typ av bekräftelse vore bra, bland annat genom olika typer av belöningar. Även här var svarsfrekvensen däremot relativt låg i enkäten på 18%. Till sist nämndes funktioner såsom mål, pushnotiser och olika typer av jämförelser som önskvärt att inkludera.

Figur 13

Fördelning mellan svar på frågan "Finns det något du anser vara viktigt för att du ska känna dig motiverad att använda appen?" (n=117)



"Ganska tydliga milstolpar. Målen man ska uppnå måste vara påtagliga men inte för påtagliga heller för då blir det för enkelt"

- Respondent 1

Andra applikationer

Av de svarande framgick det, både i intervju och enkät, att den mest använda hälso- eller måendeapplikationen var någon slags träningsapp, där hela 77% fyllt i detta i enkäten och 60% av uppgav någon typ av träningsapp (exempelvis Runkeeper) i intervjuerna. Vidare var det relativt förekommande att de hade testat någon slags mediations- eller mindfulnessapp (exempelvis Headspace). Detta gav en insikt i liknande koncept att inspireras av. Återkommande positiva funktioner var exempelvis tydlighet och brett innehåll. Negativa aspekterna som nämndes var oförmåga att se effekt, rörigt upplägg eller stressande notiser. Svaren gav en förståelse för vad som bör eftersträvas att inkorporera i lösningen men också vad som bör undvikas.

*“Gillar Headspace content, gillar han som pratar och hur de lägger upp allt.
Tydligt med vad man gör och varför man gör det utan att sätta press”*

- Respondent 5

Kostnad och tid

I intervjuerna undersöktes inställning till att betala en avgift för appen och även den tid som respondenterna skulle kunna tänka sig lägga på appen. De flesta intervjuobjekten kunde tänka sig att betala om de kände att appen gav dem något av värde. De uttryckte dock att de hade velat testa en gratisversion först för att prova på och därefter uppgradera till en premiumversion. Eftersom appen kräver regelbunden användning undersöktes användarens uppskattning om mängden tid som de hade kunnat lägga på appen. Det mest förekommande svaret var 10-15 minuter om dagen där respondenterna uttryckte att de även skulle kunna lägga lite kortare sessioner utanför för att genomföra övningar.

Övriga resultat

Bland de övriga områdena som togs upp under intervjuerna fanns mest värdefull data i hur och varför användarna tidigare lyckats ändra beteende. Här benämndes motivationsfaktorer till varför respondenterna tidigare lyckats skapa ett nytt beteende och bibehållit detta. Vidare nämndes bland annat att det var viktigt att kunna se en skillnad och utveckling, att kunna skriva upp anledningen till varför man utförde beteendeförändringen samt ha låga krav på användaren. Fortsatt utvärderades svaren som givits kring vad inom ämnet välbefinnande respondenterna tycker är intressant. Här gavs exempel som terapi (KBT och PDT), personlig utveckling, mental träning/mindfulness samt coaching. Det mest återkommande svaret var med stor majoritet personlig utveckling, därefter terapi och mindfulness. Dessa insikter skapade en uppfattning för vad som behövs för att i appen motivera till att utföra beteenden samt vilket fokus appen bör applicera.

*“En annan viktigt grej är att man inte kan ha allt för
höga ambitioner eller krav, det måste vara genomförbart”*

- Respondent 6

4. Specificera

I detta kapitel beskrivs fasen specificera där fokus låg på att tydligare identifiera potentiella användare genom segmentering, personas, scenarios och customer journey map. Resultaten från föregående användarstudier användes som underlag för att identifiera användarna och användarsituationen. Sist sammanställdes kraven från användare i en kravspecifikation för att ha som grund i nästkommande fas.

4.1 Metod och genomförande

I följande del redovisas för de metoder som används och genomförandet av dessa.

4.1.1 Segmentering

Segmentering av målgruppen innefattar att identifiera olika typer av användare baserat på exempelvis deras intressen och värderingar. (Shopify, u.å). Syftet med en segmentering är att förstå de olika typerna användare för att säkerställa att deras behov uppfylls. Utifrån de olika värderingar, intressen, krav och önskemål som respondenterna uttryckt från användarstudierna kunde tre olika segment skapas.

4.1.2 Personas

Personas innebär fiktiva karaktärer baserade på information från utförda användarstudier (Harley, 2015). Syftet med personas är att de ska representera olika potentiella användare för att bättre förstå dem. En persona bör vara detaljerad och beskrivas som om det vore en verklig person. Personan kan innehålla användarens mål, beteende och inställning. Under projektet skapades tre stycken personas, ett tillhörde varje identifierat segment. Grunden till projektets personas baserades på en mall från hemsidan Milanote (<https://www.milanote.com/>) som därefter justerades för att passa projektet. För att skapa en realistisk användare inkluderades aspekter som civilstatus, boendesituation och biografi. Även kategorierna mål och behov, ideal upplevelse och skavsår togs med för att upptäcka viktiga aspekter att ta hänsyn till.

4.1.3 Scenarios & Customer journey map

Med hjälp av personas kan scenarios skapas, det vill säga situationer som beskriver hur en potentiell användare interagerar med den tänkta produkten (Interaction Design Foundation, u.å). Scenarios kan ge förståelse för de behov, motivatorer och hinder som användarna har när de använder produkten. Till varje persona skapades ett användarscenario som inkluderade hela

personans interaktion med appen. De olika scenarierna utfördes i syfte att visualisera hur de olika användarna skulle använda appen och deras tankar kring den.

Customer journey map går ut på att visualisera hur användaren tar sig igenom olika steg kopplat till produkten (Gibbons, 2018). Detta kan vara hur användaren hittar produkten, hur den använder vissa funktioner och så vidare. Stegen visualiseras på en tidslinje som kombineras med andra faktorer såsom användarens känslor, tankar, agerande samt vilka möjligheter som finns för att optimera användarupplevelsen. I visualiseringen av customer journey map inkluderades alla olika faser som användaren går igenom och under varje användarfase ställdes ett antal frågor för att bättre förstå vad användaren tänker, gör och behöver i varje fas. De frågor som ställdes var: "Vad gör användaren?", "Vad är viktigt för en bra användarupplevelse?", "Vad finns det för skavsår?" och "Vad finns det för möjligheter?". Extra fokus lades kring skavsår för att upptäcka så kallade kritiska moment som kan göra att personer slutar använda produkten. Genom att identifiera dessa kan designen utformas efter de kritiska momenten och därigenom förbättra användarupplevelsen.

4.1.4 Kravspecifikation

En kravspecifikation är en sammanställning av insamlad data från kravställarna (Kravspecifikation, 2019). Denna data innefattar ofta olika krav på produkten, för att sedan i konceptfasen omvandla dessa krav till lösningar. En kravspecifikation är bra för att tydligt få en bild av allt som behövs innan designen på produkten kan utformas. Vidare är detta ett bra sätt att kommunicera arbetet till alla delaktiga parter för att undvika missuppfattning och skapa en gemensam bild.

Vid genomförandet av kravspecifikationen sammanställdes all tidigare information i form av krav och önskemål som användaren uttryckt. Detta kan vara både uttalade och outtalade krav, som framkommit vid analys av användarstudierna. Även de krav som sedan tidigare ställts från Selfix presenterades i en kravspecifikation. Dessa låg sedan till grund för produktutvecklingen och stämdes kontinuerligt av med för att säkerställa att kraven uppfylldes under processens gång.

4.2 Resultat och analys

Resultatet från metoderna beskrivna i föregående kapitel redovisas nedan.

4.2.1 Segmentering

Som nämnts ovan skapades tre olika användarsegment utifrån resultaten från användarstudierna. De identifierade segmenten redovisas i följande stycken.

Segment 1 - Medvetna självutvecklaren

Dessa personer har mycket erfarenhet, är intresserade av ämnet och vet därmed vad de vill få ut av appen. De ställer högre krav på att appen ska leverera önskad effekt och är även intresserade av personlig utveckling.

Vill ha ut av appen: En härlig användarupplevelse och värdefullt innehåll.

Segment 2 - Upptagna karriäristen

Dessa personer är relativt oerfarna på området och även mer tveksamma. De har beteenden som upplevs destruktiva som de hade behövt arbeta med men har lite svårt att ta tag i. Detta kan bero på både tidsbrist och en rädsla. Vidare vill de lära sig mer om sig själva och må bättre.

Vill ha ut av appen: En trygg och enkel upplevelse med tydlig guidning och stöd när det behövs.

Segment 3 - Livfulla utforskaren

Dessa personer är nyfikna och uppskattar att testa nya saker. De är inte så erfarna av terapi men ser det som en möjlighet att lära sig något nytt. Den livfulla utforskaren är intresserad av att utvecklas på alla plan, både att prestera bättre och utvecklas som person.

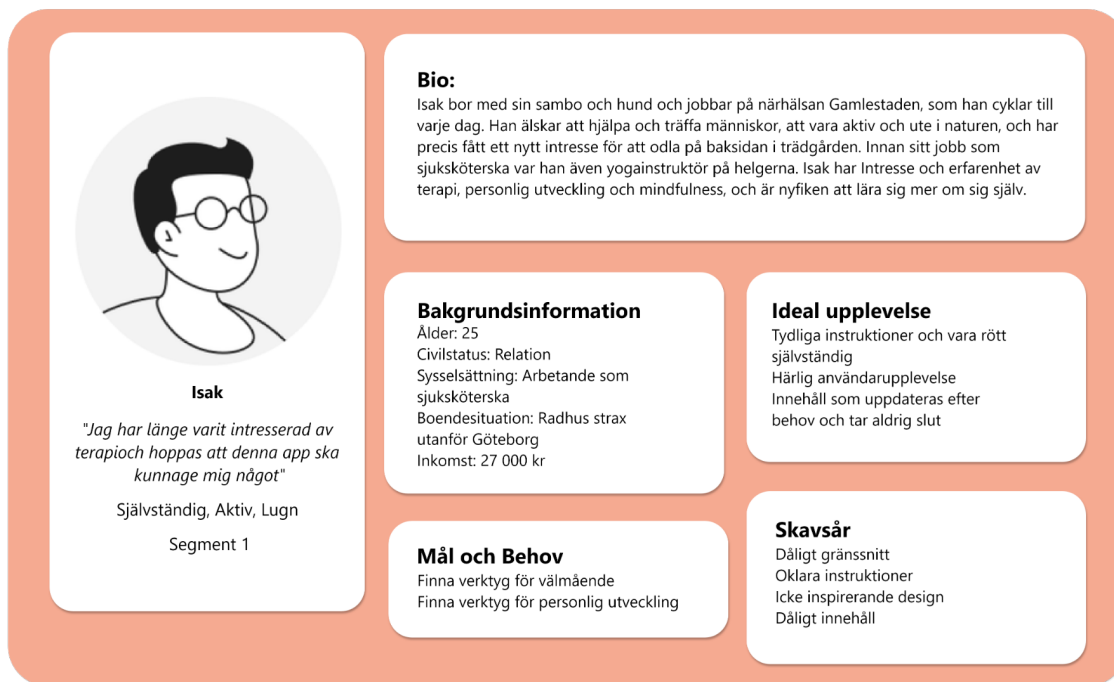
Vill ha ut av appen: En rolig och lättsam upplevelse med snygg design.

4.2.2 Personas

Utifrån de tre segmenten skapades ett persona till varje segment som motsvarar en typ av användare inom gruppen. Dessa tre personas presenteras i nedanstående figurer.

Figur 14

Persona 1



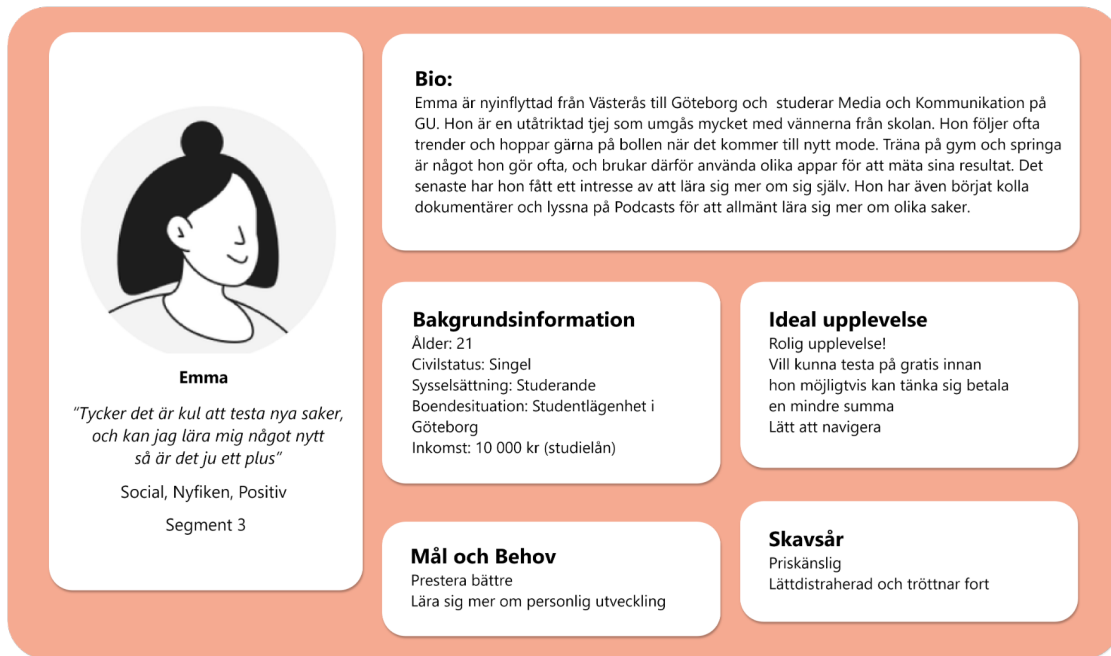
Figur 15

Persona 2



Figur 16

Persona 3



4.2.3 Scenarios & Customer journey map

Med hjälp av de olika personorna skapades tre olika scenarion för att beskriva resan från då ett intresse skapas till två månader in i användandet av applikationen. Nedan presenteras dessa tre scenarion.

Scenario för persona 1

Det är onsdag förmiddag och Isak sitter som vanligt med sin kaffemugg i den blåa soffan i sjukhusets personalrum. I höger hand håller han sin mobil och skrollar runt mellan sociala medier och olika nyhetsplattformar för att se vad som hänt det senaste dygnet. Han stannar till på en artikel som lyder *"Förändra dina vanor med KBT - testa den nylanserade appen Happy Habits"*, och öppnar av nyfikenhet artikeln och börjar läsa. Innehållet talar direkt till honom: terapi, personlig utveckling, mindfulness, förändra beteenden, allt som han redan är intresserad av. *Detta måste jag ju bara testa* tänker han. Han öppnar upp App Store och textar *"Happy Habits"*, *bra namn* tänker han. Han känner sig lockad av att testa den och klickar på nedladdningssymbolen.

Inne i appen stöter han på valet att välja område att vilja utveckla hos sig själv och frågar sig hur han ska kunna välja endast ett. Efter många om och men har han reducerat antalet till tre;

inspiration och motivation, struktur och ordning samt stresstålighet och välbefinnande. Han hoppar fram och tillbaka i selektionsprocessen för att få en tydligare bild av hur appen fungerar. Tillslut bestämmer han sig för att testa stresstålighet och välbefinnande då hans vardag varit mycket stressigt på senaste tiden. Direkt när han kommer in i appen får han en härlig känsla och börjar direkt utforska den. Han öppnar upp de olika övningskategorierna och skummar igenom de övningar som ligger föreslagna. De låter intressanta tycker han. Rasten börjar lida mot sitt slut och han stänger ner appen, sätter kaffekoppen i diskmaskinen och går ut för att fortsätta arbeta.

Senare samma dag när han kommit hem från arbetet finner han sig i soffan med telefonen. Han får syn på loggan och klickar sig in för att testa några av de övningar han hittade tidigare under dagen. Redan efter första övningen får han ett gott intryck av innehållet och klickar sig genast vidare till nästa. Ganska fort blir appen en del av hans vardag och används regelbundet. Appens notiser är till stor hjälp när han tillfälligt glömmet bort den. Han finner både övningarna och beteendefunktionerna användbara och kommer ihåg att aktivt göra sina beteenden några gånger i veckan, vilket han även rapporterar in i appen. Han uppskattar möjligheten att utvärdera hur det gick och därigenom finna fler övningar att genomföra. Den funktion han uppskattar allra mest är att kunna se sin utveckling, det gör honom motiverad att fortsätta arbeta med att etablera sin nya vana.

Två månader senare har appen blivit viktig för honom och han känner verkligen att den gjort skillnad. Stressen känns lättare att hantera och han mår överlag bättre än innan. Den tiden han spenderar varje dag är en investering för ett bättre välmående som han gärna lägger ner. Han börjar känna sig färdig med första området och har börjat fundera på vad han ska välja närmast.

Scenario för persona 2

Det är fredagkväll och Fanny sitter själv i sin lägenhet i Vasastan med ett glas rött och tittar på *Friends*. Hon önskade att hon hade orken att hitta på något, men veckans arbete har helt tömt henne på energi. Det blir nog en lugnt helg, lite städning av lägenheten och extra arbete som hon inte hunnit med. Detta stressiga tempo hon lever i får henne att fundera hur hennes liv kommer se ut om fem år. För skoj skull tar hon upp Google och skriver in "göra förändringar i livet" i sökfältet. Hon klickar på sök och får upp en app med beskrivningen "Invest 10 min a day and change your habits for good - Happy Habits", låter ju som att det är precis vad jag behöver. Hon fortsätter läsa beskrivningen. Kognitiv beteendeterapi låter lite läskigt, men det är ju bara en app så kan inte vara så farligt att ladda ner och kika.

Som ett första steg blir hon ombedd att välja ett område att utveckla. Hantera fram- och motgångar, självkänsla och mod... Nej, definitivt balans i livet. Hon känner sig fortfarande lite tveksam på om hon verkligen vill ge sig in i en terapi-app och undrar om hon kommer ha tid för det. Hennes nyfikenhet får henne dock att fortsätta med frågorna, hon vill ändå se vad det faktiskt går ut på. Väl igenom undersöker hon de olika delarna i appen, *inte så mycket känsla av terapi ändå* tänker hon. Fanny tittar igenom några olika övningar som hon hittat och känner direkt att detta verkligen kan vara nyttigt för henne. Hon bestämmer sig för att ge det ett försök.

Under närmsta tiden försöker hon hitta några minuter varje dag för att göra någon övning i appen. Något som hjälper är de där notiserna hon får lite då och då. Efter ett tag börjar hon märka att hon faktiskt har fått nya insikter om sig själv, hon har börjat reflektera mer över sina känslor, tankar och beteenden, och försöker ta kontroll över sitt liv. Trots tidsåtgången varje dag är hon helt klart mindre stressad och har hittat större glädje i livet som hon inte ens visste att hon saknade. Det har nu blivit en vana att avsätta tid varje dag för att utföra övningar eller liknande i appen.

Efter två månader är Fanny en flitig användare av Happy Habits och har redan börjat på ett nytt område: hantera fram- och motgångar. Hon ser fram emot att skapa nya beteenden och vanor. Hon har insett att hennes jobb inte är allt och att hon vill fortsätta göra förbättringar i sitt liv. Hon är glad att hon vågade ladda ner appen och orkade lägga ner denna tid på sig själv.

Scenario för persona 3

Klockan är 16.10, Emma och hennes kompisar sitter på bussen hem från en heldag i skolan. De kommer in på samtalsämnet självutveckling och en av tjejerna, Alice, nämner att hon förändrats mycket sedan hon började studera. Felicia instämmer och tipsar om en app som heter Happy Habits som hennes vän har berättat om. Den ska vara jättehäftig och hjälper en med beteendeförändringar och annat kring personlig utveckling. De hinner dock inte prata mer om ämnet, de är framme vid hållplatsen där alla de andra ska hoppa av. Kvällen efter sitter Emma i sin lägenhet och skrollar på Instagram när en reklam dyker upp. Det är ju den där appen som Felicia pratade om. Hon bestämmer sig för att ladda ner den och undersöka vad det är.

Det första hon anländer till i appen är att välja ett område hon vill utveckla hos sig själv. Då hon för några dagar sedan hade en presentation i skolan som hon var mindre nöjd med väljer hon området presentationer och retorik. Hon tar sig igenom resten av frågorna ganska fort och blir positivt överraskad över den coola designen. Efter lite navigering och lekande i appen hittar hon övningar och väljer att testa en. Det är en informationsvideo om 10 egenskaper som gör en bra

retoriker. *Wow, det där vill jag testa nästa gång jag har en presentation* tänker Emma. Hon fortsätter att ta sig igenom några övningar och går sedan och lägger sig då det blivit sent.

Emma använder appen flitigt under den närmsta veckan, men glömmer till helgen av den. På måndagen får hon en notis och påminns om att göra den där övningen hon bara kom halvvägs med. Hon går återigen in i appen och under de kommande två veckorna testar hon lite olika områden. Hon är inte längre lika frekvent i sitt användande men är fortfarande nyfiken att se vad som finns och utforskar allt hon kan hitta. Ännu en gång blir det dock ett avbrott i användandet. Det är jullov och hon blir distraherad av att umgås med släkt och vänner, äta god mat och bara ta det lugnt.

En månad senare är hon åter tillbaka i Göteborg för att starta upp plagget igen. Att vara tillbaka till rutinerna får henne att påminnas av Happy Habits och det slår henne att hon faktiskt lärt sig mycket av de övningar hon utfört. Hon kommer även på att hon verkligen vill kunna göra en grym presentation nästa redovisning och bestämmer sig därför för att lägga mer tid på området.

Customer Journey Map

Inledande i customer journey mapen ställdes frågan “Vad gör användaren?” där svaren beskrev vilka steg användaren behöver gå igenom under de olika användningsfaserna (se figur 17). Svaren gav tydligare förståelse för vilka funktioner som behöver finnas och gav ett underlag till utformandet av appen. Följande fråga “Vad behövs för en bra användarupplevelse?”, listade upp funktioner baserade på intervjuer och segment som säkerställer en bra användarupplevelse i varje stadie. Dessa kan även vara till hjälp under design av appen.

Vid frågan “Vad finns det för skavsår?” inkluderades en siffra efter de påståenden som endast gällde ett särskilt segment. Exempel på skavsår som upptäcktes var att användaren kan tycka det är läskigt att logga in i appen, att onboarding inte är intresseväckande eller att det är svårt att välja ett område att arbeta med. Frågan “Vad finns det för möjligheter?” inkluderades för att identifiera aspekter som är viktiga för att minska risken för att skavsåren uppstår där många av möjligheterna handlade om att tydlighet är viktigt för att underlätta användandet.

I kartan inkluderades även de olika segmentens känsla under de olika faserna. Några av de olika känslorna var taggad, nyfiken, uttråkad och frustrerad. Återigen separerades de olika segmenten eftersom att deras känslor kan skilja sig åt under processen. Den gröna linjen följer segment ett, den röda segment två och den blåa segment tre. För att förklara varför vissa känslor uppkommer adderas en kommentar bredvid markeringen.

4.2.4 Kravspecifikation

Resultaten från analysen av användarstudierna sammanställdes i ett antal krav i en kravspecifikation (se tabell 1). Kraven prioriterades med skalan 1-3, där tre motsvarar nödvändigt, två mer önskvärt och ett mindre önskvärt.

Tabell 1

Krav från användarstudier

Kravspecifikation från användare		
Krav	Prioritering	Anmärkning
1. Seriöst och proffsigt intryck	2	
2. Värdefullt innehåll	3	Anpassas efter användare samt uppdateras
3. Bra användarupplevelse	3	
3.1 Enkel och stilren design	3	
3.2 Lätt att navigera	3	
3.3 Lätt att förstå	3	Upplägg i appen, tydliga instruktioner och info
4. Motivera för användning	3	
5. Upplevas trygg	2	Känna förtroende för appens legitimitet
6. Ge stöttning	1	Genom uppmuntran, bekräftelse med mera
7. Upplevas icke stressande	1	
8. Intresseväckande intryck	2	

Uppdragsgivaren tillhandahöll ett dokument innehållande en beskrivning av appen med satta krav. Utifrån detta skapades ytterligare en kravspecifikation med de krav som ansågs relevanta för arbetet (se tabell 2). En kolum med eventuella tillägg för kravet inkluderades även, kallad anmärkning.

Tabell 2

Krav från Selfix

Krav	Anmärkning
1. Logga in	Med BankID
2. Genomgå en onboarding	
3. Ange eventuella hinder	I form av dåliga vanor
4. Övningssida	
4.1 Erbjud standardutbud	
4.2 Erbjud rekommenderade övningar kopplatt till hinder	
4.3 Se genomförda och påbörjade övningar	
4.4 Möjliggör att ta bort och lägga till	
5. Vanorsida	
5.1 Skapa vanor	
5.2 Kunna se vanor	
5.3 Möjliggör att ta bort och lägga till	
5.4 Registrera utförda vanor	
5.5 Utvärdera utförda vanor	
5.6 Få nya övningar från loggat försök av vana	
5.7 Kunna se etablerade vanor	
6. Profil	
6.1 Se utveckling	
6.2 Få överblick på utveckling av välbefinnande	
6.3 Lägg in personuppgifter	I syfte att personifiera användarupplevelsen
7. Inkludera gamification	I syfte att göra användaren mer engagerad
8. Mäta välbefinnande regelbundet	För att mäta utveckling
9. Designas plattformsoberoende	Webbapplikation

5. Designa

Detta kapitel innehåller beskrivning av designfasen. Först redogörs för de metoder som används i kronologisk ordning och även hur dessa genomfördes och därefter följer resultatet från alla delar.

5.1 Metod och genomförande

Nedan följer beskrivning av de metoder som användes i designfasen.

5.1.1 Användartester av nuvarande prototyp

Första steget i designprocessen innefattade användartester på den nuvarande prototypen av Happy Habits som Selfix själva tagit fram. Detta för att undersöka vilka styrkor och svagheter som existerade och vad som skulle tas vidare till nästa utvecklingsstadium. Användartesterna utfördes på tre stycken individer i åldrarna 23-27 år, varav två var kvinnor och en var man (se figur 18). Alla respondenter var studenter inom design, med avsikt att få ut extra mycket feedback då dessa besatt en del förkunskap inom ämnet. Färgerna i figuren nedan används även vid citat i resultatet för att tydligt skilja de olika respondenterna åt.

Figur 18

Beskrivning av respondenter till användartest



Studien bestod av öppna, direkta observationer. Öppen observation innebär att användaren är medveten om att den blir observerad (O. Rexfelt, personlig kommunikation, 8 september, 2020). En direkt observation innebär att iaktta det som sker framför observatören, och inte till exempel via en dator eller liknande instrument. Vid observationerna fick testpersonerna själva navigera runt i applikationen och prata öppet om det de såg. Vid behov förklarades delar om något ansågs svårt att förstå sig på. Parallellt med observationen hölls en semistrukturerad intervju där respondenterna mottog frågor angående gränssnittet, upplägget och funktionaliteten.

Användartesterna spelades in och sammanställdes med hjälp av post-it lappar till varje gränssnittsvy i verktyget Miro (se bilaga 4).

5.1.2 Inspirationboard och moodboard

För att skapa en gemensam vision för framtida arbete (En Route Workshops, 2018) skapades en inspirationboard och en moodboard. De olika boardsen hade aningen olika syften, där en moodboard syftar till att visuellt kommunicera vilken känsla appen ska förmedla samt sinnesstämningen som användaren har efter att ha brukat appen (Pumarega, 2014). En inspirationboard ligger närmare det faktiska resultatet och utseendet av appen, och används snarare som en direkt referens och inspiration inför framtagandet av produkten.

5.1.3 How might we

Metoden How might we användes för att hitta lösningar till de krav som definierats i kravspezifikationen. Detta gjordes genom att ställa frågan “Hur kan vi...?” till varje krav och på så vid utforskas olika lösningar (Design Kit, u.å). Metoden öppnar upp och skapar en bra grund för senare idégenerering. Viktigt att tänka på vid utformning av frågorna är att se till att de går att ge flera svar för varje fråga. Tillåts endast ett svar behöver frågan breddas. Däremot får frågorna inte heller vara för breda, detta för att veta var och hur man sedan ska starta sin konceptualiseringen.

5.1.4 Brainstorming: writing & sketching

Brainstorming är en vanlig kreativ idégenereringsmetod som inledningsvis används för att få en bred lösningsrymd (Interaction Design Foundation, u.å). I brainstorming eftersträvas kvantitet och stor lösningsrymd. Därmed är det viktigt att alla idéer uppmuntras, att man bygger vidare på varandras idéer och att alla medverkande har samma bild av problemet.

Writing

En brainstormingmetod som användes var brainwriting. Här brukades post-it lappar i verktyget Miro för att enkelt kunna visualisera alla idéer. Idégenereringen byggde på de ungefärliga områdena som appen skulle innehålla, vidare utgick arbetet från den tidigare utförda metoden How Might We och dess frågor samt svar.

Sketching

En ytterligare metod som nyttjades var brainsketching där idéerna visualiserades genom enkla skisser. Sketching är en effektiv metod för att generera och visualisera sina idéer samtidigt som

det är ett bra verktyg för att kommunicera sina tankar till andra (Rojas, 2020). Verktöget Miro användes för metoden där snabba skisser på olika funktioner med olika utseenden illustrerades och därefter diskuterades. Resultatet från sketchingen låg som underlag för de första medium fidelity prototyperna som skapades.

5.1.5 Användarflöden

För att säkerställa en god användarupplevelse behöver man överväga och undersöka huruvida användaren kommer att navigera genom appen. En bra metod för att göra detta är genom användarflöden (Baskanderi, 2017), där användarens rörelse i appen illustreras. Ett användarflöde visar vanligtvis navigationen genom hela applikationen men kan även brytas ner i uppgiftsflöden, där fokus ligger på navigationen kring en uppgift som utförs i appen. Flödena som togs fram innefattade processerna för en onboarding, övningssidan, och beteendesidan. Dessa flöden gav en grundläggande förståelse för appens uppbyggnad och användes som riktlinjer vid konceptframtagning.

5.1.6 Prototyping av medium fidelity prototyp

För att få en första grund att kunna nyttja vid användartester, skapades olika medium fidelity prototyper med hjälp av Adobe XD (<https://www.adobe.com/se/products/xd.html>). Medium fidelity prototyping ger möjlighet att för första gången visualisera olika lösningar (Jing, 2014). Prototypen skapades ur en iterativ process där idéerna från sketchingen i Miro tillsammans med nya idéer visualiserades. Prototyperna förklarade innehållet på en mer detaljerad nivå än tidigare där ungefärlig storlek på objekt och text, mellanrum mellan objekt samt olika symboler testades. Utformningen skapades i gråskala och med enkla verktyg och uttryck, främst i syfte att visualisera funktion snarare än estetik. Många funktioner gjordes även interaktiva för att kunna testas i kommande användartester. Vidare undersöktes olika storlekar genom att kolla på de olika vyerna i en telefon och på så vis få upp den verkliga storleken.

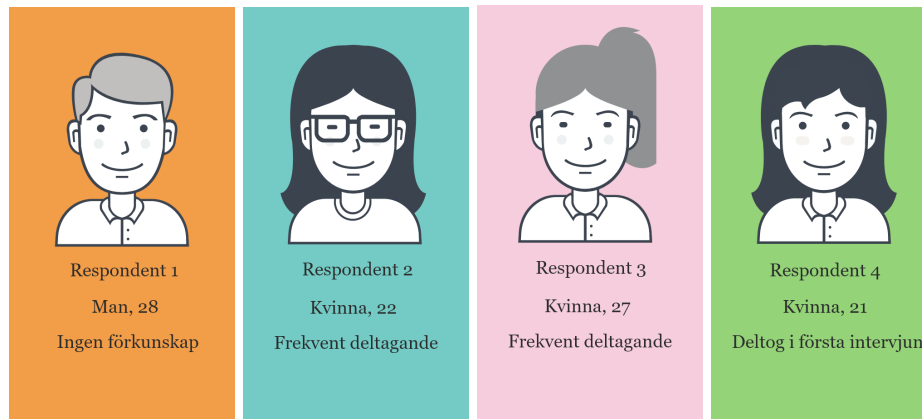
5.1.7 Användartester av medium fidelity prototyp

Vidare utfördes användartester på den framtagna medium fidelity prototypen. Dessa genomfördes på fyra olika individer mellan åldrarna 21-28, varav en var man och resterande var kvinnor (se figur 19). Två av respondenterna hade tidigare varit med på tester av den nuvarande prototypen. Den tredje personen hade tidigare varit med i användarstudierna och hade därför kunskap inom ämnet men inte appen i sig. Den fjärde och sista respondenten hade aldrig tidigare varit med i arbetet och hade därför inga förkunskaper. Dessa olika individer valdes med syfte att ha olika kunskaper om ämnet och appen och på så sätt kunna fånga upp ett bredare perspektiv.

Färgerna i figuren nedan används även vid citat i resultatet för att tydligt skilja de olika respondenterna åt.

Figur 19

Beskrivning av respondenter till användartest



Likt tidigare användartest bestod detta test av en öppen, direkt observation i kombination med en semistrukturerad intervju. Testerna gjordes via Zoom där mötet spelades in och anteckningar fördes. Fokus var att testa användarvänligheten, och gick ut på att respondenterna inledningsvis fick ta sig igenom appen och prata högt vad de tyckte och tänkte. Därefter gavs ett antal uppgifter för att se hur väl användaren förstod sig på funktionaliteten. Här fick de också möjlighet att kommentera om något upplevdes utmanade. Avslutningsvis ställdes ett antal frågor rörande helhetsintrycket men främst en del frågor kring detaljer i appen.

En stor del av appen var interaktiv. Däremot fanns vissa delar som ännu inte hade designats för interaktion. Dessutom var mycket av textinnehållet av lågt värde eller ersatt med Lorem Ipsum text och fanns främst till för att visa upplägget av hur det kan se ut. Dessa faktorer hade en viss påverkan på användartesterna och respondenternas reaktion på förståelse och interaktion, vilket är något att ta hänsyn till.

5.1.8 Prototyping high fidelity

Efter utförande och analys av användarstudier på medium fidelity prototypen påbörjades idégenereringen och utformningen av high fidelity prototypen. Även för denna process användes Adobe XD, men nu sattes tydliga former, färger, typsnitt och avstånd till skillnad från de tidigare endast svartvita vyerna. Estetiken och interaktionen sattes alltså nu i större fokus.

Idégenereringen var iterativ där många olika alternativ kring både större och mindre delar

behövde ses över innan val kunde tas. Hemsidan UsabilityHub (<https://www.usabilityhub.com>) användes för snabb feedback på designval, där användaren genom en länk kan rösta på olika alternativ. Kravspecifikation, inspirationboard och moodboard, designriktlinjer, handledning samt användartester gav tydlig hjälp och guidning för att utveckla prototypen. Likt under processen för medium fidelity prototypen användes en telefon för att kunna visualisera de verkliga storlekarna på de detaljer som utformades.

5.2 Resultat och analys

Resultatet från de metoder som redogörs för i tidigare kapiteldel redovisas i följande segment.

5.2.1 Användartester av nuvarande prototyp

En synpunkt som kom upp under användartesterna var att det upplevdes utmanande att få en överskådlig bild av appens innehåll, vilket ledde till svårigheter att navigera i appen. För att utföra en uppgift eller ta sig från ett ställe till ett annat krävdes ofta flera steg, vilket ledde till förvirring om var man befann sig. Överlag uttrycktes därmed önskan om ett enklare upplägg med kortare loop att gå igenom. För att få en bättre inblick i appens upplägg rekommenderades att inkludera en kortare onboarding vid första ankomst som beskriver dess innehåll.

“Det är så många steg hela tiden, man går från en grej till nästa och så är man bara inne i så mycket saker hela tiden, loopen blir väldigt lång”

- Respondent 3

Återkommande hos alla tre respondenter var att de upplevde att den röda tråden saknades. Ett exempel som nämndes var grafiken, där vissa bestod av animerade bilder och vissa bestod av verkliga fotografier. Samma gällde de figurer som brukades, där det bland annat kunde vara streckgubbar och verkliga bilder. Vidare ansågs det vara två skilda formspråk i det inledande frågeformuläret till skillnad från resten av appen, med olika färger och upplägg. Överlag upplevde respondenterna att valet av färger var spritt, vilket gjorde det mindre iögonfallande. Genom att inte ha en röd tråd att följa gavs inte heller ett tydligt helhetsintryck av appen. Detta kunde på så vis göra det utmanande att förstå hur allt hängde ihop.

“Lite rörigt och spretigt hur det är upplagt, vad man ska göra, vad som ingår i varje del osv, svårt att se en röd tråd”

- Respondent 2

Vidare nämnde respondenterna att konceptet för appen verkar som en rolig och spännande idé, däremot var appens innehåll och sammanhanget mellan de olika delarna svårt att förstå sig på. Det upplevdes även utmanande att särskilja övningskategorierna åt samt uppfatta vad dessa innehöll. Även vgn Mina nya beteenden saknade intuitivitet där respondenterna initialt inte förstod upplägget. Här skulle bakomliggande förklaringar för vad sidan hade för syfte, hur man använder sig av det och var beteendena kommer från kunna underlätta. Det var inte heller lätt att uppfatta hur lång tid vissa moment skulle ta att genomföra då det på många ställen saknades en definierad tidsram. De ställen som inkluderade en tidslinje uppskattades, och dessa önskades därför på fler ställen.

*“Jag förstår inte riktigt vad jag ska göra här på mina nya beteenden
och inte heller hur det hänger ihop med allt annat”*

- Respondent 1

Som nämnts ovan var appens utseende något som svarsobjekten upplevde kunde förbättras. Däribland ansågs färgval, knappar och figurer som delar med utvecklingspotential. Bland annat var många knappars storlekar för små för att kunna trycka på. I många delar av appen ansågs det även vara för mycket text som hade kunnat kortas ner eller istället förklaras med hjälp av visuella hjälpmedel, såsom figurer eller liknande. Överlag ansågs det bli aningen överväldigande emellanåt då vissa sidor innefattade många intryck i form av mycket text, men också bilder utan tydlig funktion.

Respondenterna uppskattade inslagen där man kunde se sin utveckling och inkluderandet av streak och medaljer och var något de skulle vilja se mer av. Detta för att ge ett mer levande intryck, då det i nuläget kunde upplevas något strikt.

“Mer gamification, känns mer som en vårdapp, typ 1177”

- Respondent 1

Även upplägget och syftet med vissa saker upplevdes otydligt. Bland annat undrade respondenterna varför man genomgick ett inledande formulär innan man loggat in i appen. Vidare gavs ingen direkt information om syftet bakom frågorna, vilket upplevdes förvirrande. Det var alltså på så vis även klurigt att förstå att övningarna man därefter fick var baserade på de svar man fyllt i. De skulle hellre ha velat logga in först, fått navigera i appen och därefter påbörjat processen med att välja ett område att utveckla.

“Förstod inte att det man gjorde i början skulle bestämma upplägget för appen”

- Respondent 3

Alla respondenter ställde sig positiva till inloggning med mobilt BankID där de uttryckte att det kändes tryggt. Emellertid nämndes att det är viktigt att användaren skapar ett förtroende av appen före inloggningen. Bland annat en bra design nämndes som verifikation på legitimitet. Dessutom önskades ett förtydligande om att användaren inte betalar för något vid inloggningen.

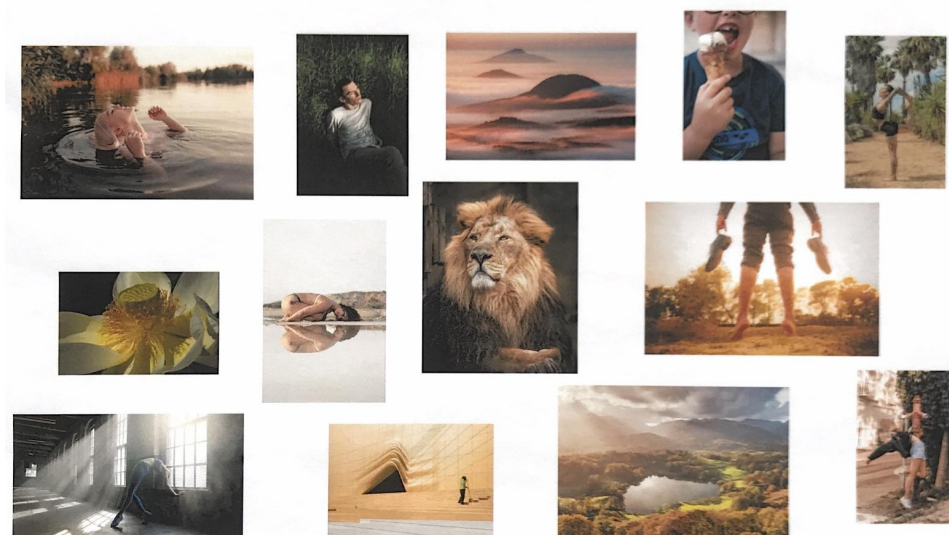
Sammanfattningsvis gav användarstudierna en bra uppfattning om vad som bör tas vidare till designfasen. Däribland innefattar att se över så att navigeringen och upplägget är enkelt att förstå. Vidare kommer arbetet fokusera på att skapa en röd tråd samt ett sammanhang mellan de olika delarna i applikationen. Utseendet kommer förbättras med väl valda färger, knappar och figurer, och anledningar till varför användaren genomför olika moment kommer att förklaras tydligt. Till sist kommer en onboarding integreras som start av appen och gamificationelement kommer fortsätta att arbetas vidare med.

5.2.2 Inspirationboard och moodboard

Moodboarden beskriver känslan som appen ska uttrycka med hjälp av sitt formspråk och upplägg, även den känsla som användaren ska känna efter användning av appen. De bilder som valdes till moodboarden hade som syfte att skapa en känsla av styrka, värme och harmoni (se figur 20). Även uttryck som framförs är frihet, lättsamhet och upplyftande.

Figur 20

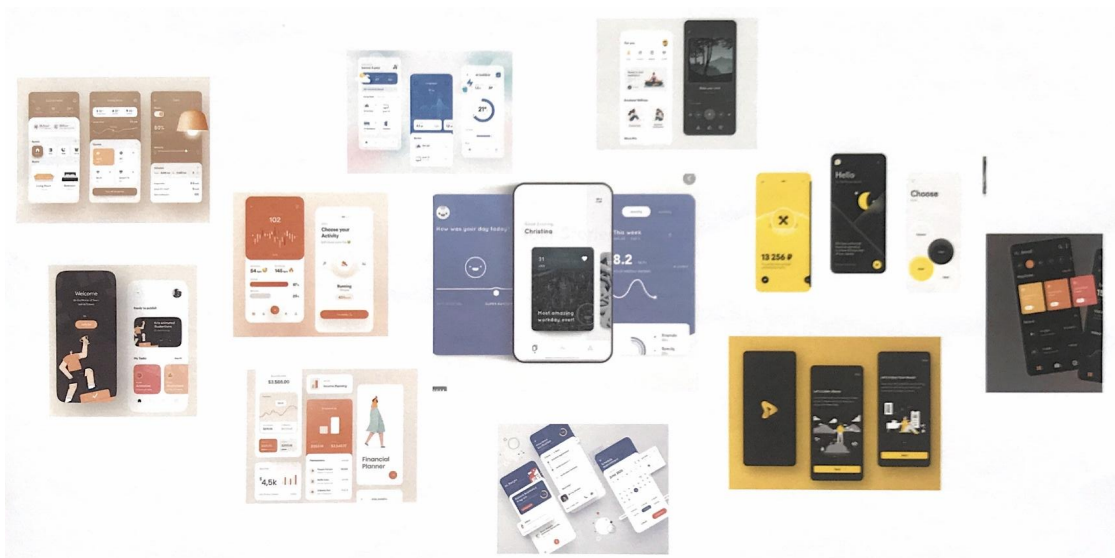
Moodboard



Gemensamt för de bilder som inkluderades i inspirationboarden är att de gestaltar uttrycken minimalistisk, mjuk och modern (se figur 21). Minimalistisk design strävar efter att uttrycka ett enkelt utseende där budskapet tydligt framgår utan distraktioner (Moran, 2015). För en minimalistisk design bör alla objekt som inte ger värde eller fyller funktion elimineras (Subhankar, 2019).

Figur 21

Inspirationboard



Moodboarden och inspirationboarden användes som riktlinjer och inspiration vid designbeslut som hjälp för att uppnå önskad känsla i appen. Slutkonceptet kunde även jämföras med orden för att bekräfta att dessa egenskaper uppnåddes.

5.2.3 How might we

Frågorna formulerades utifrån kravspecifikation och presenteras nedan.

Hur kan appen utformas för att upplevas seriös och proffsig?

Appen bör ha en välarbetad och genomtänkt design utifrån de riktlinjerna som tagits fram gällande färgval, storlekar, placering med mera. Kontinuitet i appen bör eftersträvas och språket i appen bör anpassas för målgruppen. Vidare är en viktig komponent att påpeka att appen baseras på vetenskap.

Hur kan appen utformas för en enkel navigation?

Överflödiga steg och information bör elimineras. Dessutom bör lösningen sträva efter att ha så få steg som möjligt. Återigen bör riktlinjer efterföljas för vad som är intuitivt för användaren.

Hur kan appen utformas för enkel förståelse?

En enkel navigation möjliggör även för en ökad förståelse av appens funktionalitet. Vidare skapar förklarande texter förståelse för exempelvis hur uppgifter ska utföras. Kan däremot visuella verktyg användas blir detta ännu tydligare och går fortare för användaren att greppa. Används text bör däremot fackligt språk undvikas, men också talspråk. Till sist är kontinuitet och riktlinjer även här viktiga att eftersträva.

Hur kan appen motivera till användning och få användaren att komma tillbaka?

En viktig beståndsdel för att motivera användaren att fortsätta vara kvar i appen är att visa personens utveckling. Även en mer underhållande användarupplevelse kan motivera, vilket kan uppnås genom bland annat visuella verktyg och *gamification*. Gamification är ett viktigt verktyg för att öka motivation för användaren, exempelvis olika typer av belöningar, streaks, målsättning, ett community eller liknande. Fortsättningsvis är en tilltalande design och bra innehåll essentiellt för att motivera användaren. Notiser är även ett användbart verktyg för att påminna om användning.

Hur kan appen utformas för att upplevas trygg?

Innehållet bör bygga på vetenskap för att upplevas tryggt och validerat. Vidare skapar en välarbetad design ett legitimt uttryck, extra fokus bör emellertid ligga på att uttrycka lugn genom rätt färgval, rundade former och så vidare. Även genom tydliga instruktioner upplevs appen professionell och trygg.

Hur kan appen ge stöd till användaren?

Genom att integrera uppmuntrande texter eller liknande i appen ges ett stöd till användaren. Vidare är samtal med terapeut ett bra stöd, eller att ha någon typ av community där man får interagera med andra användare. En databas med gamla svar skapar möjlighet för användaren att kunna hitta svar på sin fråga samt se att även andra har upplevt samma problem och därmed känna en gemenskap.

Hur kan appen utformas för att upplevas icke stressande?

Notiser är bra för motivation, men bör användas i lagom utsträckning för att inte upplevas som en stressfaktor. En tidsplan kan vara bra för att visualisera och planera upp framtida uppgifter, däremot bör inte heller detta överarbetas. Dessutom bör det inte ställas för höga krav på tid och energi från användaren. Som nämnts ovan underlättar även en minimalistisk, mjuk och varm design för att skapa ett lugnt uttryck.

Hur kan appen utformas för att väcka intresse?

Fokus bör ligga på en intressant onboarding. Detta kan utföras genom att använda spännande rubriker och text samt ett kort och informativt innehåll. Dessutom bör visuella verktyg och ett modern uttryck nyttjas.

Metoden How might we öppnade upp konceptualiseringen och möjliggjorde en bred lösningsrymd utan att gå in på specifika lösningar och på så vis inte låsa idégenereringen, samt utgjorde en bra grund för kommande metoder.

5.2.4 Brainstorming: Writing & Sketching

Brainwritings idéer grupperades efter område och gav därmed en indikation på vilka olika delar appen skulle innehålla. Områdena som identifierades var idéer kring inloggning, onboarding, hemsida, övningar, vanor, chatt och profil. Detta resulterade i en första idé om hur appen skulle kunna vara uppbyggd och användes som utgångspunkt i sketchingen som följer.

Brainsketchingen var mycket användbar och gav en stor lösningsrymd (se figur 22 & 23). Som utgångspunkt användes idéerna från brainwritingen vilket därefter itererades. Bland annat utseendet på sidan som innehåller övningar, beteenden, profilen och utveckling idégenererades kring. Olika upplägg på onboarding, val av område att utveckla och gamificationelement är exempel på områden som skissades på.

Steg 4: Användaren loggar in med mobilt BankID

Steg 5: Användaren anländer till övningssidan

Steg 6: Användaren fyller i de inledande frågorna som ställs/användaren hoppar över frågorna

Mina övningar

Steg 1: Användaren går till övningarna i tab baren

Steg 2: Användaren väljer en övningskategori

Steg 3: Användaren väljer en övning

Steg 4: Användaren läser övningsinstruktionerna

Steg 5: Användaren genomför övningen/användaren favoriserar övningen

Steg 6: Användaren markerar övningen som klar/går ut övningen

Mina vanor

Steg 1: Användaren går till vanorna i tab baren

Steg 2, alt 1: Användaren går in på en vana

Steg 3, alt 1: Användaren loggar ett försök att utföra ett beteende

Steg 4, alt 1: Användaren utvärderar att det gick bra och kändes bra

Steg 5: Användaren svarar på om beteendet blivit en vana

Steg 6: Användaren får en trofé för att ha skapat en ny vana

Steg 4, alt 2: Användaren utvärderar att det gick dåligt eller kändes dåligt

Steg 5: Användaren fyller i hinder

Steg 6: Användaren får övningar som hjälper att genomföra vanan

Steg 3, alt 2: Användaren tar bort vanan

Steg 2, alt 2: Användaren trycker på lägg till vana

Steg 3: Användaren väljer det område vanan berör

Steg 4: Användaren väljer den styrka vanan berör

Steg 5: Användaren väljer nya vanor från lista

Steg 6: Användaren trycker på lägg till

Sammanfattningsvis gav användarflödena en bättre förståelse för vilka vyer appen behövde inkludera och kunde användas i kommande steg då första prototypen skulle skapas.

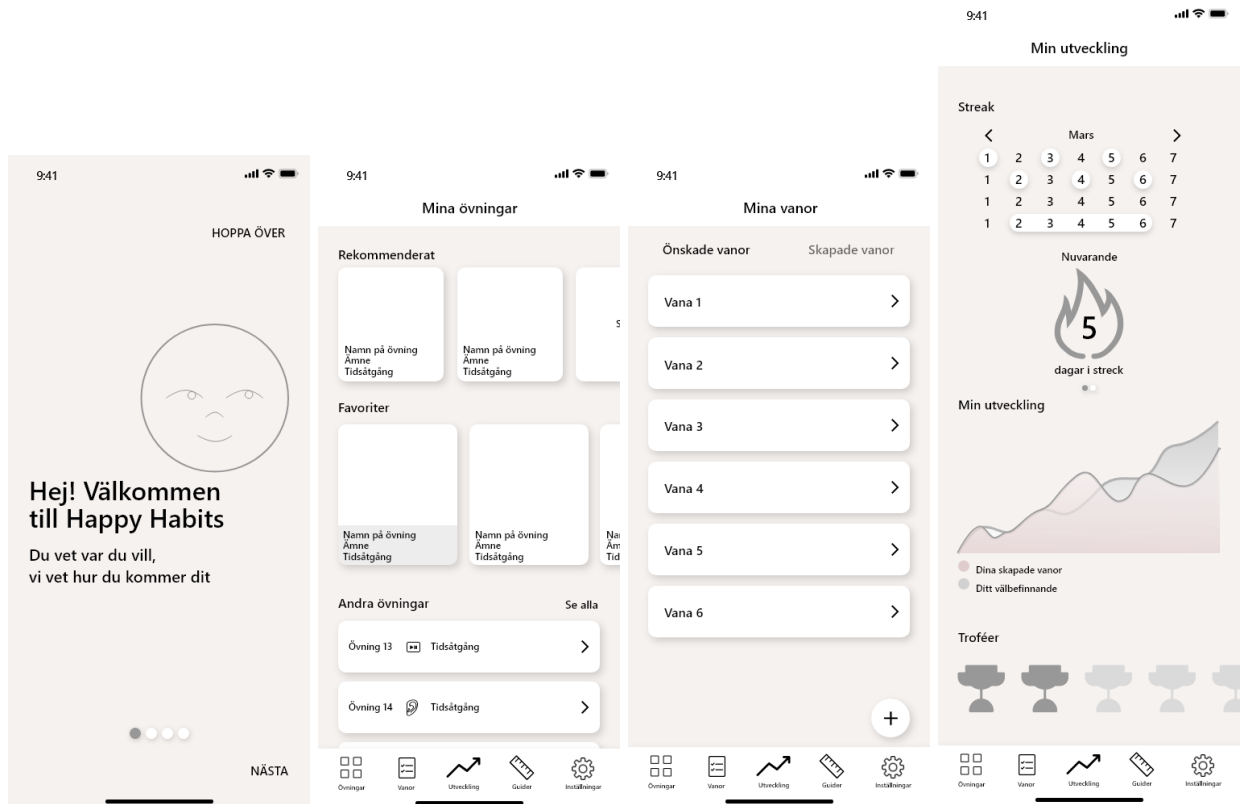
Användarflödena kunde guida processen till en början och hjälpte starta igång arbetet.

5.2.6 Prototyping medium fidelity

Nedan följer en förklaring om hur medium fidelity prototypen konstruerades (se figur 24 för ett urval eller bilaga 6 för samtliga vyer).

Figur 24

Urval av vyer på medium fidelity prototyp



När appen öppnas för första gången anländer användaren till en onboarding där en introduktion till appen och dess funktion ges. Användaren loggar därefter in med mobilt BankID och kommer till övningssidan. Innehållet i appens tab bar ändrades flertalet gånger under processens gång då nya insikter och information från uppdragsgivare infann sig. Prototypen innefattade tillslut fem ikoner beskrivande en övningssida, en beteendesida, en utvecklingssida, en sida för guider och en sida för inställningar. När användaren tagit sig igenom onboarding och hamnat på förstasidan dyker frågan upp om personen vill genomföra ett inledande test. Denna del baseras på den nuvarande prototypens frågor om de hinder användaren har, där frågorna hjälper appen att rekommendera övningar som passar användarens behov.

Överst på övningssidan finns rekommenderade övningar som alltså baseras på de tidigare nämnda frågorna. Under finns favoriter där de övningarna som användaren har gillat läggs. Nedanför favoriterna syns ett urval av övningar från övningsbiblioteket. Trycker man på “Se alla” kommer man till en sida där appens alla övningar finns och användaren kan söka på en övning eller filtrera på område.

Tab baren andra ikon från vänster innehåller beteendesidan, vars syfte är att hjälpa användaren att etablera nya vanor. Där kan användaren få en överblick av de vanor de utvecklar för tillfället och även se tidigare skapade vanor. Användaren kan dessutom lägga till nya vanor den önskar skapa genom att filtrera på olika utvecklingsområden. En viktig funktion är att användaren kan registrera om hen försökt utföra ett beteende. Om försöket inte var lyckat kommer förslag på övningar att rekommenderas för att hjälpa till att lyckas bättre. Ytterligare funktioner är att kunna sätta schemalagda notiser på sina vanor och även markera när man känner sig klar med dem.

I mitten av tab baren visualiseras ikonerna för utvecklingssidan. Denna sida finns för att användaren ska få en överblick över sin utveckling och bli motiverad. Olika gamificationelement såsom streak och att se sin utvecklingskurva baserat på välbefinnande och skapade vanor inkluderas. Dessutom finns troféer längst ner på sidan som användaren fått då den exempelvis tittat på fem videoklipp eller liknande.

Den tredje ikonerna från vänster innefattar sidan för guider. Dessa guider består av ett längre program som användaren kan välja att utföra, där olika övningar rekommenderas att utföras i en viss ordning och under en viss tid. På första sidan visualiseras de olika guiderna i form av kort, med namn på varje samt tidsåtgång. Klickar användaren in på någon av dessa dyker en beskrivning av vad guiden innehåller upp. Väljer användaren att påbörja guiden låser sig resterande och kan då inte startas förrän den påbörjade avbryts eller avslutas.

Längst till höger i tab bar finns inställningar som rymmer både profilställningar samt information kring bland annat prenumeration, frågor, användarvillkor och annat. Längst upp på sidan kan användaren välja att lägga till ett foto på sig själv, och under detta står personens förnamn.

5.2.7 Användartester av medium fidelity prototyp

Den adderade onboarding som användaren möter vid första anblick av appen uppskattades av respondenterna från användartesterna. Onboarding fylldes med preliminärt innehåll som beskrev appen i korta drag vilket ökade förståelsen. Emellertid lyftes att innehållet och formuleringarna bör förfinas för att se till att all väsentlig information är inkluderad. Av de respondenter som deltog på tidigare användartester uppskattades omstruktureringen av appens första del. Det tidigare frågeformuläret har eliminerats och istället fördelats till andra delar av appen. Det inledande testet som ersätter en del av de tidigare nämnda formuläret fick feedbacken att det behövde synas tydligare och ha ett klarare syfte.

“Hade svårt att se pop-upen med det inledande testet”

- Respondent 2

Under användartesterna gavs en del input angående upplägget på övningarna. Övningssidan ansågs enkel att förstå men önskade göras lite mer minimalistisk då den upplevdes något rörig. Emellertid var sidan för guider svår att förstå sig på och användandet av ordet guide gav inte respondenterna en tydlig förklaring av innebörden. De förstod inte heller att den var kopplad till övningarna. Förslag på att flytta guider till övningssidan och döpa om till förslagsvis övningsprogram gavs. Vidare i övningsbiblioteket önskades utökade filtreringsmöjligheter på exempelvis typ av övning och tidsåtgång.

“Vill man kanske ha guider under övningssidan istället?”

I alla fall att ikonerna ligger bredvid varandra”

- Respondent 4

Överlag hade respondenterna svårt att förstå sambandet mellan övningar och att skapa vanor samt vad appens största fokus var. Att prototypen inte innehöll fullständig text och bilder kan ha varit en bidragande faktor, men det anses trots detta väsentligt att förbättra till nästa prototyp. Dessutom lyftes förbättringspotential i processen att lägga till en ny vana, där förslag som bland annat en sökruta togs upp, samt möjligheten att kunna välja flera styrkor istället för endast en ansågs önskvärt.

“Hade kanske velat kunna välja flera områden och styrkor samtidigt, istället för att behöva lägga till i flera omgångar”

- Respondent 3

Allmänna faktorer som nämndes av intervjuobjekten var att vissa formuleringar kunde förbättras på rubriker med mera för att öka förståelsen kring innebörden. Även val av ikoner kunde ses över, där vissa ikoner i tab baren önskades ändras samt ett tillägg av ikoner överlag i appen för att få in mer grafik och visuella verktyg. Gällande utvecklingssidan uttrycktes även svårigheter att förstå vad streaken var baserad på, och att detta bör förtydligas. Det rekommenderades även att arbeta mer med hierarkier med hjälp av skuggor, typsnitt och former. Till sist önskades även tydligare indikation vid avslut av exempelvis en övning.

Framtagningen av medium fidelity prototypen och användartesterna av denna gav förståelse för vilka funktioner som uppskattades och inte. Prototypens förbättringsområden sammanställdes i en checklista som sedan beaktades i framställningen av nästkommande prototyp.

5.2.8 Prototyping high fidelity

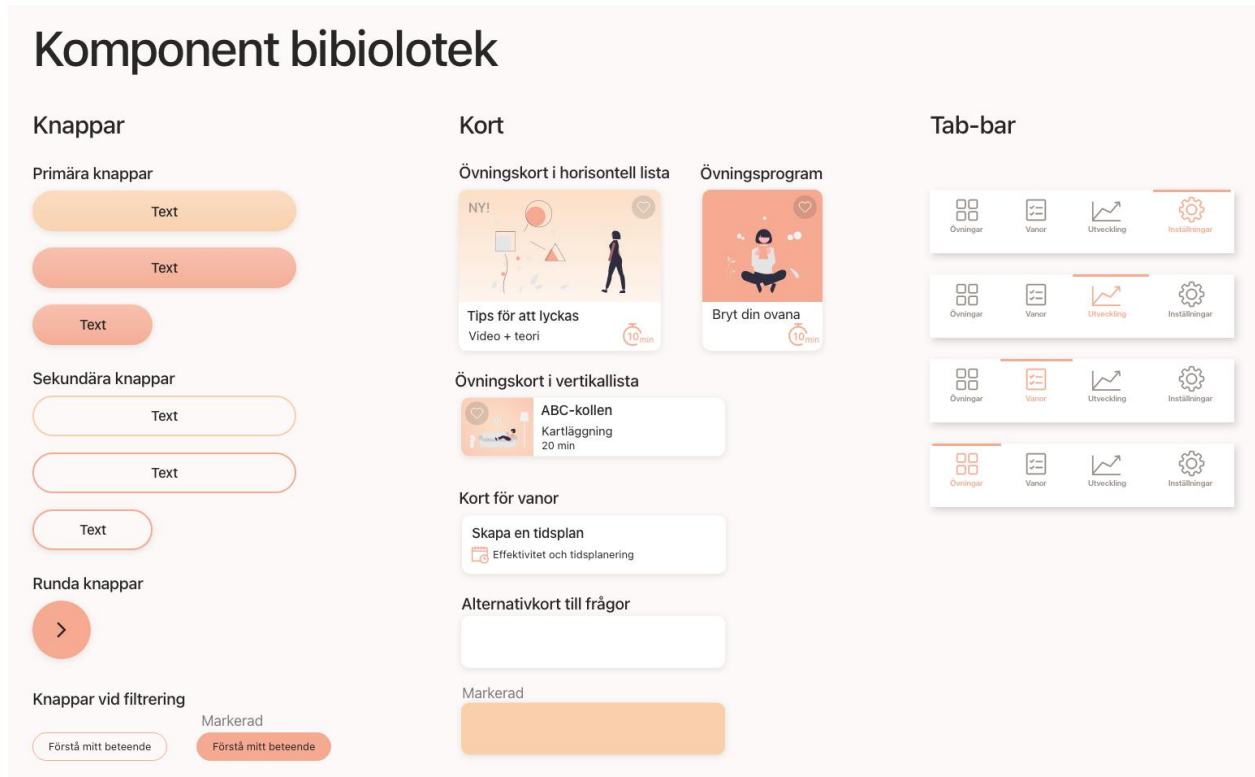
Avsnittet nedan presenterar de övergripande delarna av slutkonceptet såsom bakgrund till utseende, typsnitt och färgval. En mer detaljerad presentation av designen för slutkonceptet och dess funktioner ges i nästa kapitel.

Utseende och känsla

Den slutgiltiga prototypen inkluderade komponenter med rundade kanter för att skapa ett vänligt och modernt uttryck. Designen försökte hållas luftig och endast det som ansågs nödvändigt inkluderades på varje skärm för att eftersträva en minimalistisk app. De känslor som ovanstående moodboard förmedlade, däribland värme, lättsamhet, frihet med flera, försökte åstadkommas. En överblick av de komponenter som användes ges nedan (se figur 25).

Figur 25

Sammanställning av appens komponenter



Typsnitt och färgval

Som applikationens typsnitt användes ett grundläggande typsnitt för Apple kallat SF Pro (se figur 26). Detta valdes för att förenkla processen och istället lägga fokus på mer prioriterade detaljer. Storleken på typsnittet valdes med hjälp av de designriktlinjer som studerades inledande i projektet och varierade mellan 24 pixlar och 10 pixlar. Rubriker innefattade 24 respektive 20 pixlar och brödtext var i 17 eller 15 pixlar. Mindre typsnittsstorlekar nyttjades emellanåt på knappar och i tab baren.

Vid val av kulör i appen användes uppdragsgivarens förvalda färger där ljusa, dova toner i orangea och rosa valdes ut som de två primära färgerna. Även den svarta färgen framtagen av företaget användes för text. Dessutom lades en ljusbeige färg avsedd för bakgrund och en helt vit färg till. Två färgskalor, en i grått och en i brunt, skapades även för att få fler valmöjligheter. Den bruna skalan användes som accentfärg i gränssnittet. Gråskalan användes i syfte att skapa hierarki i text.

Figur 26

Typsnitt och färger för gränssnittet

Typsnitt

SF Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÅÄÖ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzääö

0123456789

Regular
Medium
Semibold
Bold

10 pixlar

13 pixlar

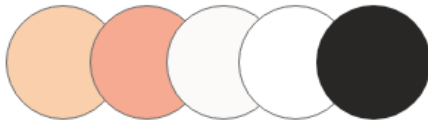
15 pixlar

17 pixlar

20 pixlar

24 pixlar

Färger



FAD0AC F5AA91 FCF9F9 FFFFFFFF 282726



534A43 FCECE4



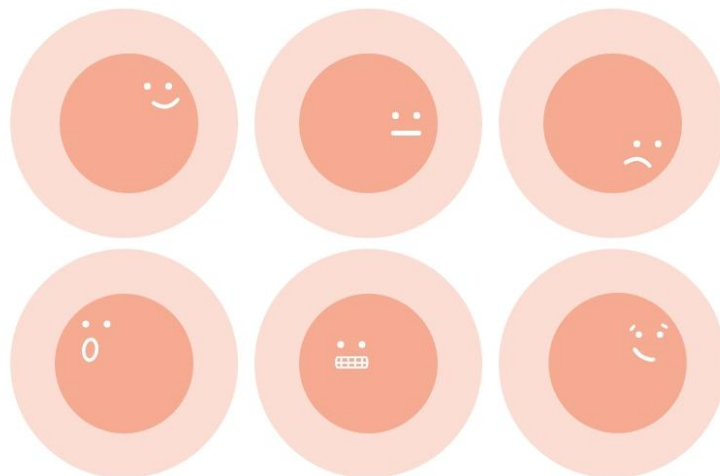
282726 FFFFFFFF

Maskot

För att skapa något slags prägel och igenkänningsfaktor till appen nyttjades en smiley som en återkommande figur i appen (se figur 27). Den användes även för att skapa ett stöd om det skulle behövas med hjälp av ett betryggande ansiktsuttryck (se maskoten i nedersta högra hörnet i figur 27). Maskoten följer även det formspråk som eftersträvas och går därför i linje med resterande delar av applikationen.

Figur 27

Maskot med olika uttryck



6. Presentation av slutkoncept

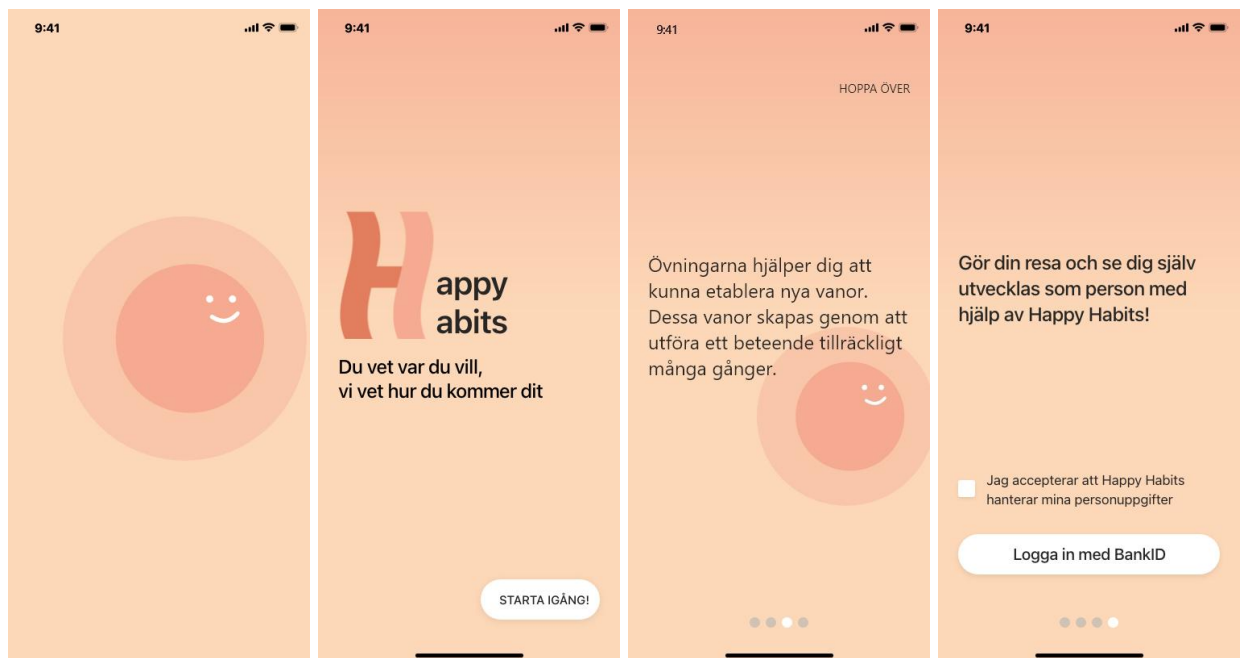
I detta kapitel presenteras utseende och funktioner på high fidelity prototypen på en mer detaljerad nivå. Kapitlet delas in i underrubriker beskrivande appens olika delar och ett urval av vyer på designen presenteras kontinuerligt.

Onboarding

Då uppstart sker dyker en splash screen upp som en första introduktion av appens känsla och uttryck (se figur 28). Därefter tar startsidan över skärmen och användaren blir uppmanad att starta igång onboarding. Denna finns till för att ge en uppfattning av känsla och innehåll i appen, och innefattar tre olika vyer med kort information om appens upplägg. Sista sidan i onboarding visar en motiverande text samt en kryssruta för att godkänna appens hantering av personuppgifter och till sist en knapp för inloggning. Under processens gång syns page controls i form av prickar längst ner på sidan, vilka indikerar att det alltid går att svepa till föregående och nästa sida och ger en uppfattning om hur många sidor som innefattas. Dessutom visas en knapp uppe i högra hörnet för att helt kunna hoppa över om så skulle önskas.

Figur 28

Ett urval av alla vyer från onboarding



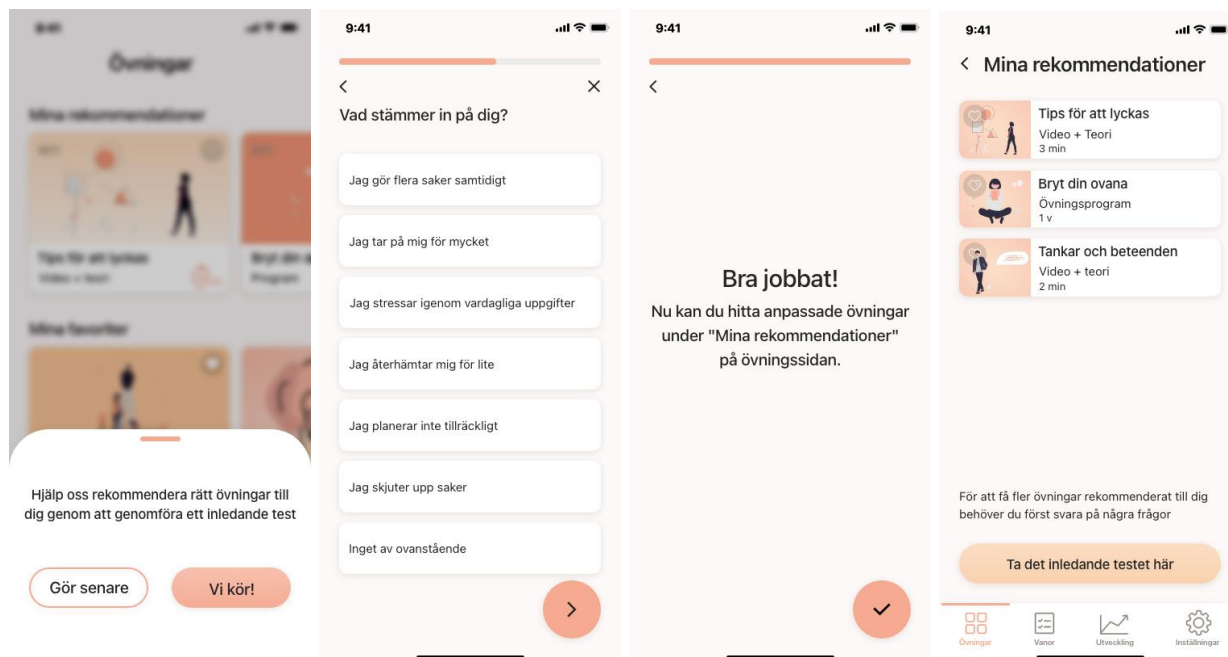
Efter onboardingen får användaren en glimt av appens övningsida, men ganska direkt dyker en bottom sheet upp på skärmen (se figur 29, bild 1). Här ges en uppmaning att fylla i ett inledande test som ska hjälpa appen att rekommendera passande övningar. Skulle användaren vilja hoppa över detta steg är det möjligt att antingen svepa ner skärmen eller klicka “Gör senare”. Ett antal basövningar kommer alltid finnas under “Mina rekommendationer”, men för övrigt kommer denna sida nu att vara tom. Som illustreras i figur 29 bild 4 kommer det istället i biblioteket för “Mina rekommendationer” finnas åtkomst till testet.

Testet kan startas antingen genom att svepa upp skärmen eller klicka på “Vi kör!”. Därefter ställs frågan “Vad stämmer in på dig?” fyra upprepande gånger där ett flertal olika svarsalternativ dyker upp. Varje alternativ som klickas på fylls i med färg för att indikera vilka som är valda, och då användaren känner sig nöjd går den vidare till nästa sida genom knappen nere i högra hörnet. Längst upp syns även en tidslinje som visar hur nära slutet av testet man är, samt en pil för att gå tillbaka och ett kryss om man skulle vilja avbryta testet. Väl genom de fyra sidorna landar användaren på en informationssida en text kring vad testet kommer användas till samt var de anpassade övningarna går att hitta.

Figur 29

Sidor som beskriver det inledande testet:

Bottomsheet där man kommer till testet (bild 1), vy från testet (bild 2), feedback efter genomförande (bild 3) och genväg till testet ifall användaren vill göra det senare (bild 4)

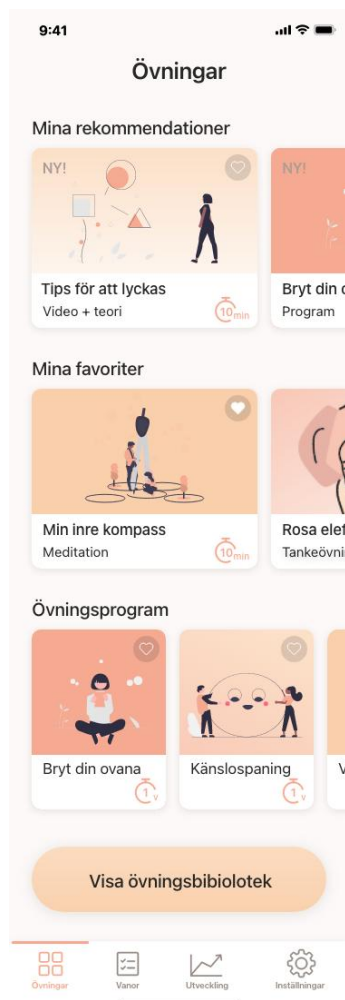


Mina övningar

Vid inträde i appen möts användaren av övnings sidan (se figur 30). Överst finns “Mina rekommendationer”, vilket innefattar övningar som rekommenderats efter det inledande testet eller vid loggning av försök, vilket förklaras mer nedan. Här valdes ett större kort innehållande en bild med en illustration som representerar övningen, dess namn, kategori den tillhör samt en ikon som indikerar tidsåtgången. Korten ligger i en horisontell lista där man genom att skrolla till höger kan se några av de övningar som ligger som rekommenderat. Sist i listan finns ett kort med texten “Se alla” som vid tryck leder användaren vidare till en sida där alla rekommenderade övningar finns samlade. På övningskorten syns texten “NY!” om övningen är nyligen tillagd i listan. Även ett hjärta illustreras i högre översta hörnet. Genom att trycka på hjärtat fylls det i och övningen favoritmarkeras.

Figur 30

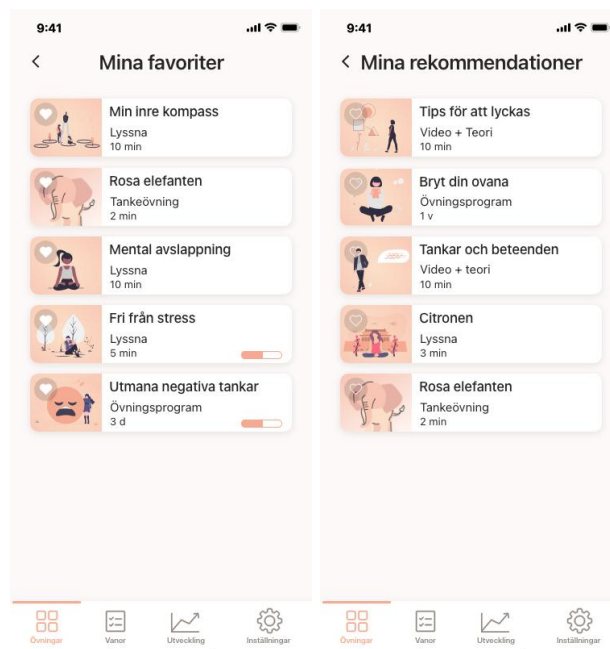
Övnings sida innehållande rekommendationer, favoriter, program och övningsbibliotek



De favoritmarkerade övningar hamnar i listan “Mina favoriter”. Likt “Mina rekommendationer” kan även denna lista skrollas horisontellt och sista kortet leder användaren vidare till en ny sida där alla favoriter hamnar. På samtliga sidor som användaren kommer till om man trycker på “Se alla” ligger övningarna i en vertikal lista och korten har här en rektangulär form (se figur 31). Däremot ryms samma information som på föregående sida med bild, namn på övning, kategori, tidsåtgång och ett hjärta som indikerar favoritmarkering.

Figur 31

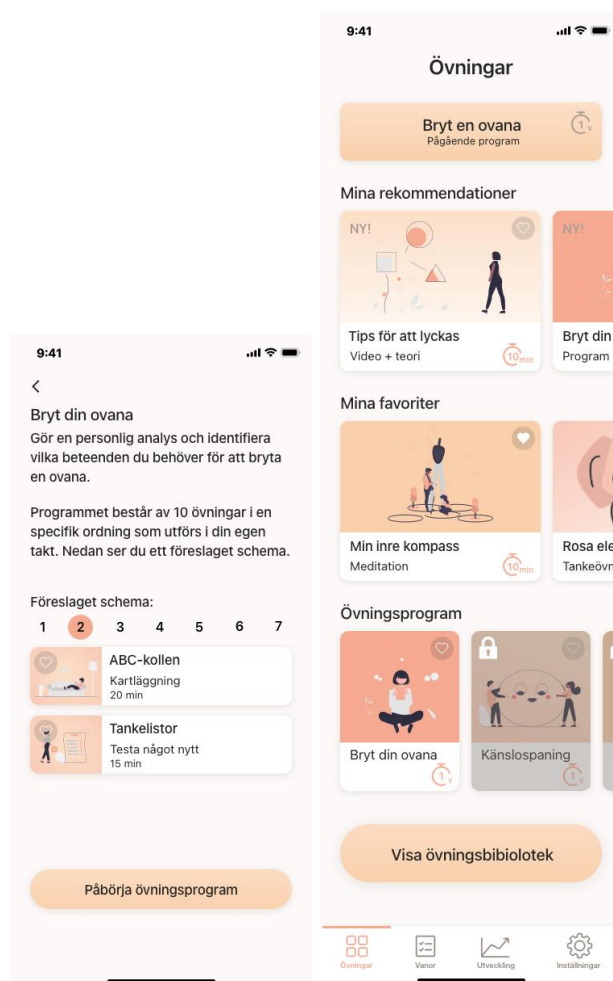
Vyer innehållande alla övningar för “Mina favoriter” (bild 1) och “Mina rekommendationer” (bild 2)



Nedanför “Mina rekommendationer” och “Mina favoriter” ligger appens övningsprogram. Programmen består färdiga paket av övningar avsedda att genomföras i en viss ordning för att uppnå önskat resultat. När användaren väljer ett program öppnas en vy där bakgrundsinformation och en överblick av dess innehåll ges (se figur 32, bild 1). Väljer användaren att påbörja programmet kommer detta prioriteras på övningssidan och hamna längst upp för lättare åtkomst (se figur 32, bild 2). Appen kan endast ha igång ett program åt gången och därför låses resterande program tills antingen programmet färdigställs alternativt avbryts.

Figur 32

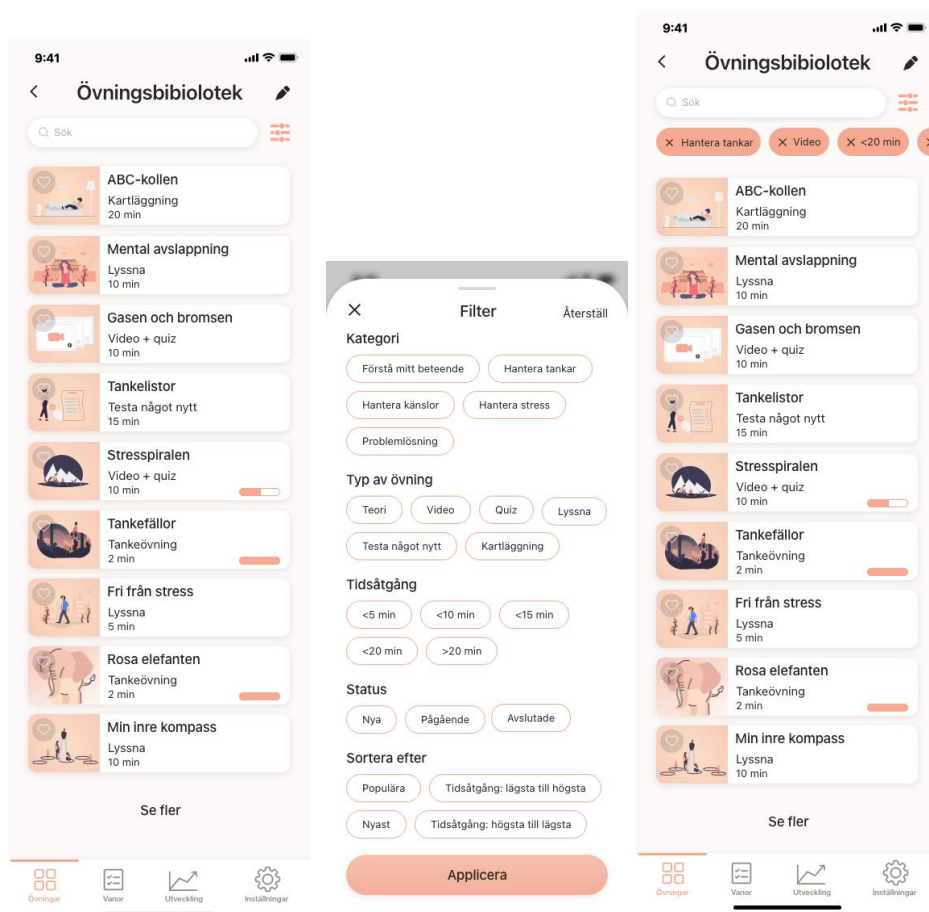
Övningsprogrammets vy (bild 1) och övningssidan med påslaget övningsprogram (bild 2)



Längst ner på förstasidan visas en knapp som tar användaren till övningsbiblioteket. I övningsbiblioteket finner användaren alla övningar tillgängliga i appen (se figur 33, bild 1). Användaren kan välja att söka efter övningar eller filtrera på olika kategorier. Genom att trycka på filter-ikonen till höger om sökfältet öppnas filtret där användaren kan markera det den önskar filtrera på. Dessa är indelade i kategori, typ av övning, tidsåtgång, status och sortera efter. En överblick av de valda filtrena ges ovanför övningarna där listan kan skrollas horisontellt (se figur 33, bild 3). Dessutom adderas ett kryss om ett filter önskas tas bort. På de övningar som är påbörjade alternativt avslutade finns en indikation på detta där en tidslinje visas som antingen halvfull eller full. Längst upp i högra hörnet på övningsbiblioteket finns även en penna som leder vidare till alla samlade reflektioner från övningarna.

Figur 33

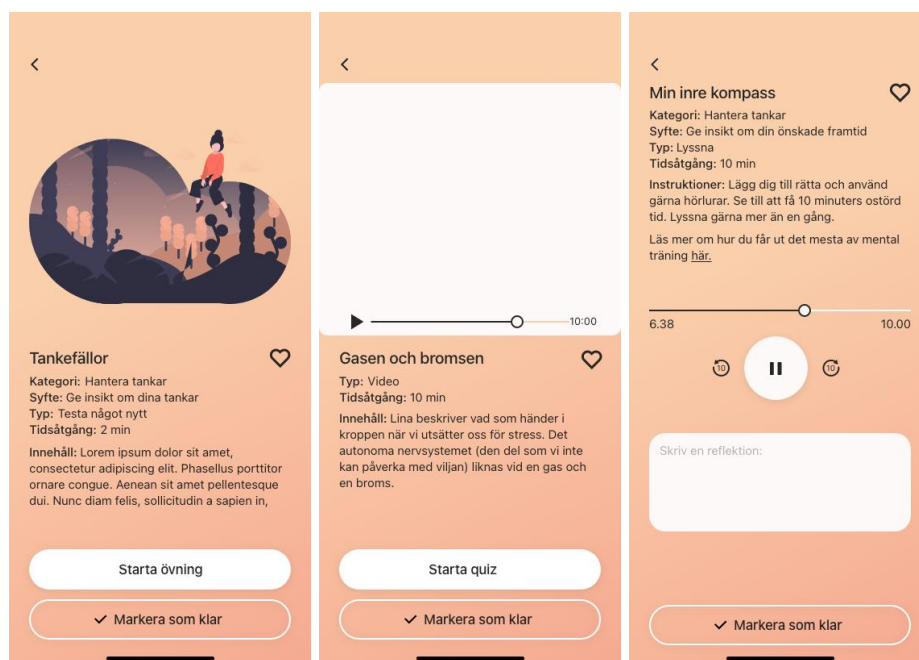
Vyer innehållande övningsbibliotek (bild 1), filter (bild 2) och övningsbibliotek med påslagna filter (bild 3)



Övningarna i appen använder sig av en färgglad gradient av primärfärgerna som bakgrund (se figur 34). Gemensamt för alla övningar är att de innehåller grundläggande information om övningen såsom typ av övning och tidsåtgång. Dessutom kan man även härifrån favoritmarkera dem samt finns möjligheten att markera övningen som klar.

Figur 34

Vyer innehållande olika typer av övningar

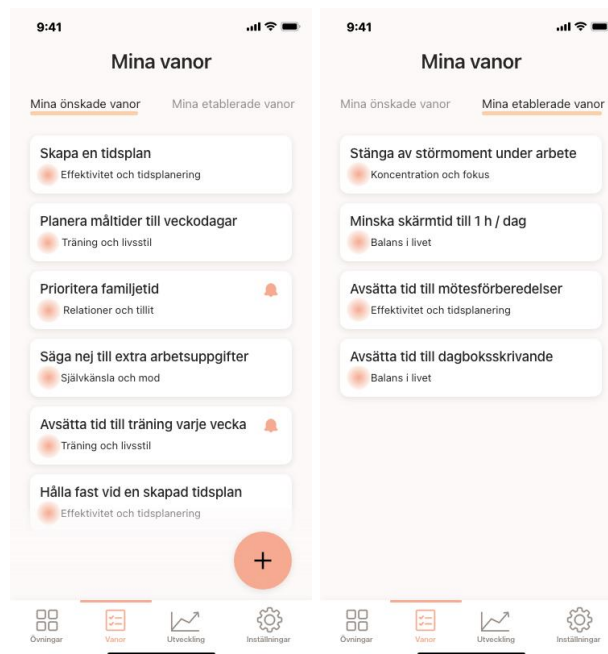


Mina vanor

Sidan “Mina vanor” är indelad i två delar; “Mina önskade vanor” och “Mina etablerade vanor” (se figur 35). Önskade vanor innebär de vanor som användaren själv lagt till att hen vill lyckas etablera i sitt liv. Etablerade vanor är alltså de vanor som användaren lyckats skapa. Till varje kort finns information om vilket område vanan tillhör och om en notis är aktiverad. Här har även ikoner på de olika områdena inkluderats för tydligare visuell feedback.

Figur 35

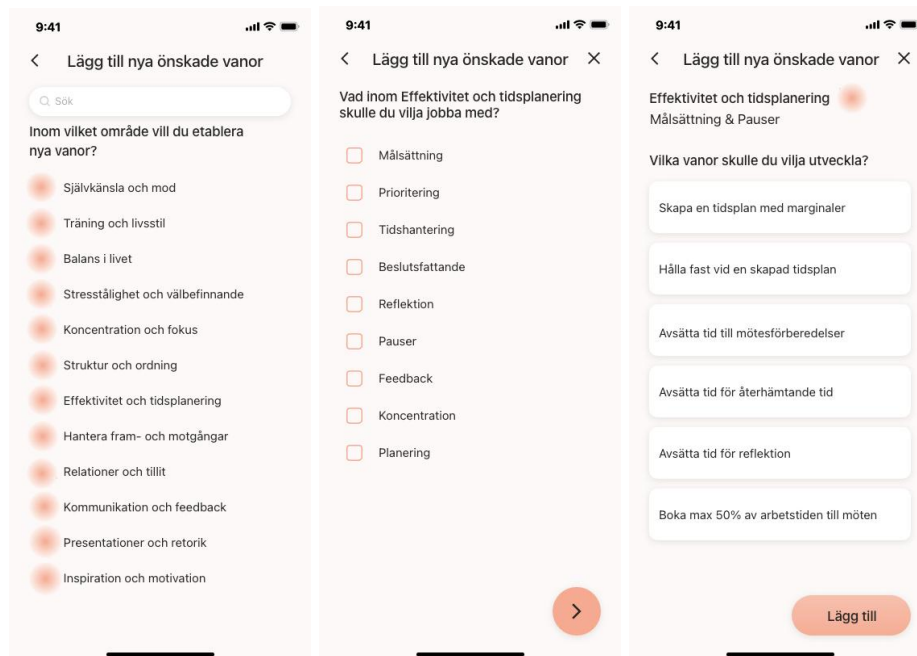
*Lista med önskade vanor (bild 1) och lista med etablerade vanor (bild 2)
(de suddade cirkelarna ersätter ikoner)*



I högra nedersta hörnet på förstasidan finns möjlighet att lägga till fler önskade vanor genom plus-ikonen. Användaren blir då först ombedd att välja inom vilket område man vill etablera nya vanor (se figur 36, bild 1). Därefter ställs frågan vad inom området man vill arbeta med för ytterligare inzoomning. Ett antal vanor föreslås sedan utifrån de val som tagits som användaren själv kan välja att lägga till ett fritt antal i “Mina önskade vanor”.

Figur 36

Sidor som beskriver processen att lägga till nya vanor (de suddade cirkelarna ersätter ikoner): Val av område (bild 1), val av delområde (bild 2) och val av vanor att lägga till i listan önskade vanor (bild 3)



Från “Mina önskade vanor” går det även att trycka på valfri vana. Personen blir då omdirigerad till en sida där kort beskrivning av vanan och hur den utförs finns (se figur 37). Här finns även möjlighet att sätta på notis för ett visst klockslag och upprepning. Det går dessutom att ta bort vanan uppe i högra hörnet om man inte längre skulle vilja arbeta med den. Om vanan skulle upplevas som etablerad kan den flyttas till “Mina etablerade vanor” genom att trycka på knappen längst ner på sidan. Till sist kan man logga ett försök av att ha utfört beteendet. Historiken av redan loggade försök presenteras även på denna sida.

Figur 37

Vyn över en vana i listan önskade vanor



Genom att klicka på knappen “Logga ett försök” dyker ett antal frågor upp på skärmen för att fastställa om det var ett lyckat försök eller inte (se figur 38). Vid frågorna kring hur försöket kändes ska användaren dra en smiley på en horisontell axel som då ändrar ansiktsuttryck mellan glad och ledsen. Om användaren varken lyckades utföra beteendet och det kändes dåligt en stund efter utförandet kommer appen ställa ytterligare frågor för att kartlägga vilket stöd (i form av rekommenderade övningar) som behövs för att lyckas bättre. Detta gäller även om personen skulle lyckats utföra beteendet men det ändå kändes dåligt, eller vice versa. Skulle endast positiva svar ges i form av att utförandet gick och kändes bra kommer istället frågan “Upplever du att du etablerat en ny vana?” att ställas, där användaren får bestämma om den känner sig klar eller vill fortsätta arbeta med vanan.

Figur 38

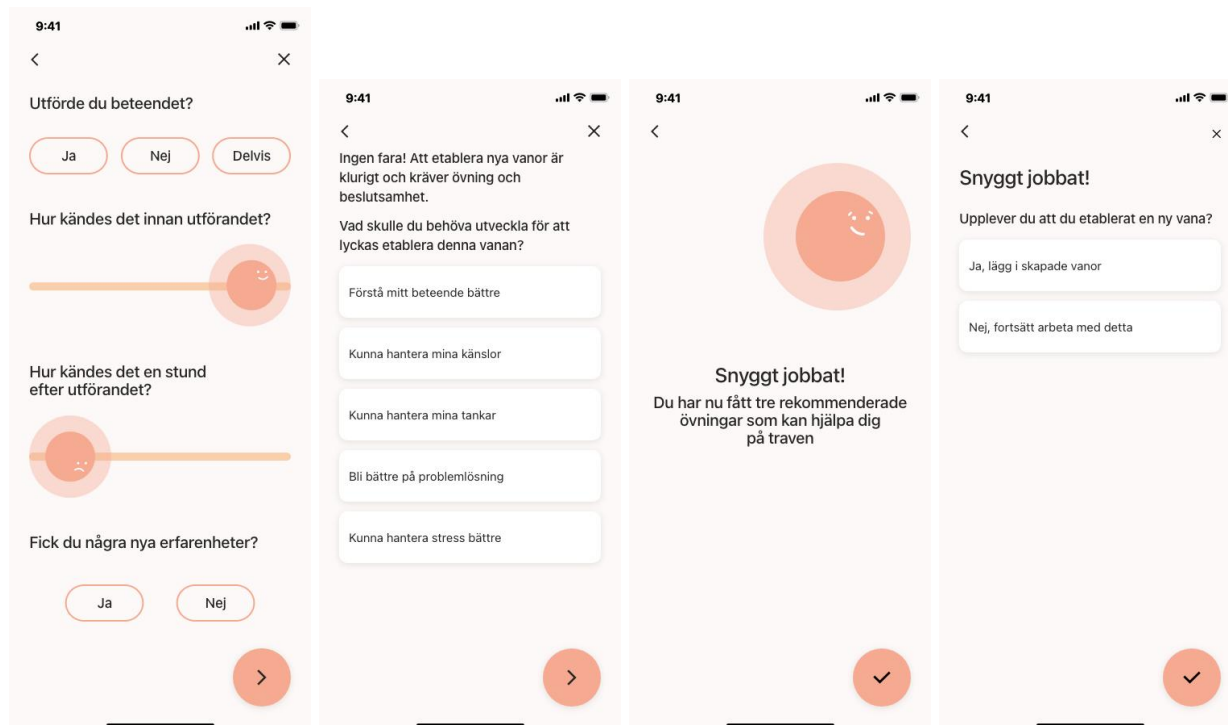
Utvärderingen av ett försök att utföra en önskad vana:

Första vyn med frågor kring hur det gick och kändes (bild 1),

vyn som användaren hamnar på om hen fyllt i att något gick eller kändes dåligt (bild 2),

vyn som dyker upp efter bild 2 (bild 3),

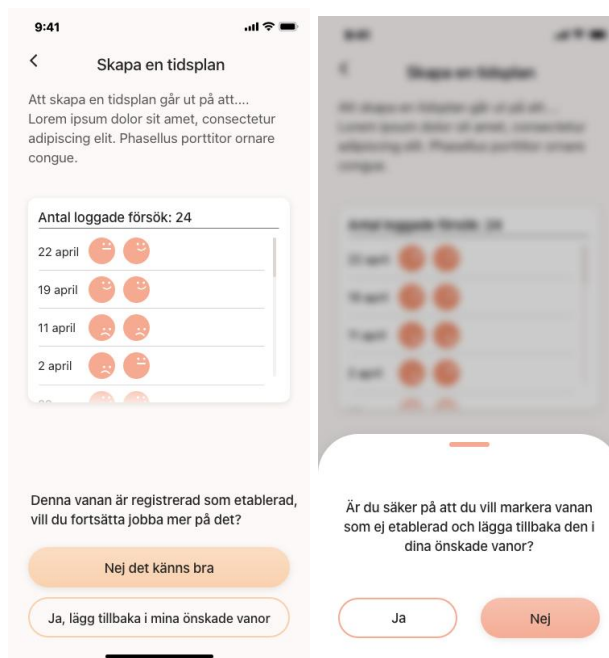
vyn som användaren hamnar på om hen fyllt i att det gick och kändes bra (bild 4)



Tillbaka på vanesidan kan man även från “Mina etablerade vanor” klicka på en valfri vana i listan. Likt sidan för en önskad vana finns här information längst upp som beskriver vanan samt en kalender över alla tidigare loggade försök (se figur 39). Längst ner på sidan informeras användaren även om att detta är en redan etablerad vana, och frågar om man ångrat sig och vill fortsätta jobba med vanan. Om personen är nöjd kan hen antingen trycka på tillbakapilen i vänstra översta hörnet, eller klicka på “Nej det känns bra” och blir då omdirigerad tillbaka till “Mina etablerade vanor”. Väljer användaren däremot att lägga tillbaka vanan i önskade vanor, dyker en bottom sheet upp i form av en kontrollfråga som säkerställer att användaren vill markera vanan som ej etablerad.

Figur 39

Möjligheten att lägga tillbaka vanor i sin önskelista



Min utveckling

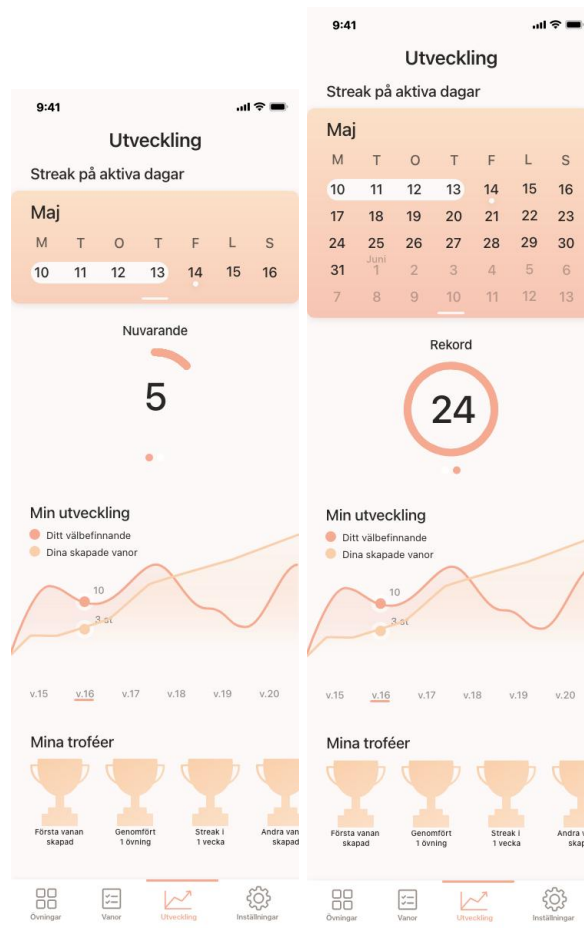
I appen inkluderas även en sida med syfte att visa användaren sin utveckling (se figur 40). Överst finns en kalender som initialt visar den nuvarande veckan. Kalendern kan öppnas upp genom att dra underkanten nedåt och visar då fler veckor. I den öppna vyn kan användaren skrolla vertikalt för att åskådliggöra tidigare eller senare veckor. Vid aktivitet i appen markeras datumet med en rund ring. Vid efterföljande aktiva dagar sammanfogas dessa ringar till en avlång ellips. Markeringen av aktiva dagar i kombination med möjligheten att se tillbaka på tidigare datum tillåter användaren att se sin historik och få en överblick kring hur mycket appen används.

Nedanför kalendern visas ens nuvarande aktiva dagar i en streak. Runt siffran finns en delvis ifylld cirkel som visar hur långt från användaren är att slå dess längsta streak. Om man sveper vänster på sin nuvarande streak byter den från nuvarande till rekord. Rekordet visar användarens längsta sammanhängande aktiva dagar. Cirkeln runt siffran kommer vid svepning animeras så att den laddas upp från det nuvarande läget till en full.

Under streaken visas "Min utveckling" där en graf med två linjer syns. Den orangea linjen illustrerar användarens antal etablerade vanor. Den rosa linjen motsvarar användarens välbefinnande som mäts i ett frågeformulär ungefär varannan vecka. Målet är att användarens välbefinnande ökar i takt med skapande av nya vanor och ger användaren konkret feedback på att appen gör skillnad i hens vardag. Den valda veckan förtydligas i grafen med cirkel där värdena syns bredvid.

Figur 40

Stängd kalender och nuvarande streak (bild 1) och öppen kalender och rekordstreak (bild 2)



I appen kommer användaren få troféer för olika utförda moment som medel för belöning. Dessa troféer går därefter att hitta längst ner på utvecklingsidan (se figur 40). De senaste erhållna troféerna ligger i en horisontell skrollista där sista objektet i listan leder användaren vidare till sidan där alla troféer finns samlade (se figur 41, bild 1). De erhållna troféerna är tydligare ifyllda medan framtida troféer är mer transparenta. Under varje trofé visas information om vilket moment den symboliserar. Vid erhållen trofé dyker en vy med trofén upp och beskrivning av belöningen (se figur 41, bild 2).

Figur 41

Överblick över alla skapade troféer (bild 1) och vy på feedbacken vid erhållen trofé (bild 2)

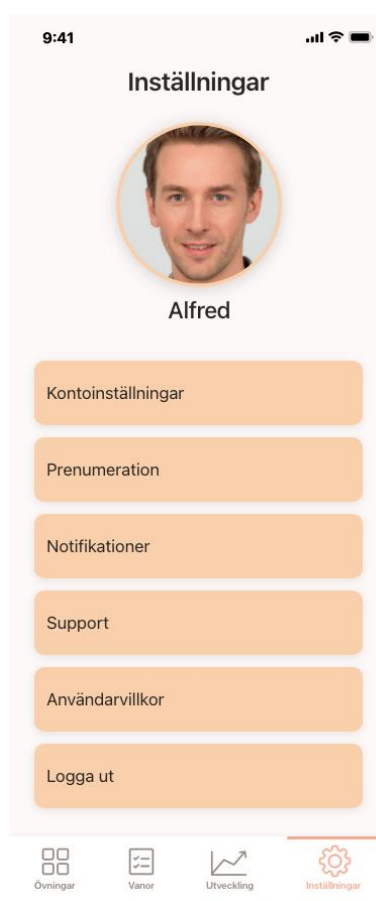


Övrigt

Under den högra ikonen ligger applikationens inställningar. Innehållet på denna sida prioriterades inte under projektet. Dock gjordes en enkel design på ungefärligt innehåll och utseende för att kunna producera en mer komplett prototyp (se figur 42). Då appen inte har någon profilsida inkluderades en profilbild och användarens namn överst på inställningssidan, detta för en mer personlig användarupplevelse. Knapparna under innehåller preliminära ämnen såsom kontoinställningar, prenumeration och notifikationer. Även support finns där bland annat FAQ (frequently asked questions) är tänkt att finnas. Sist i listan ligger användarvillkoren och en knapp för utloggning.

Figur 42

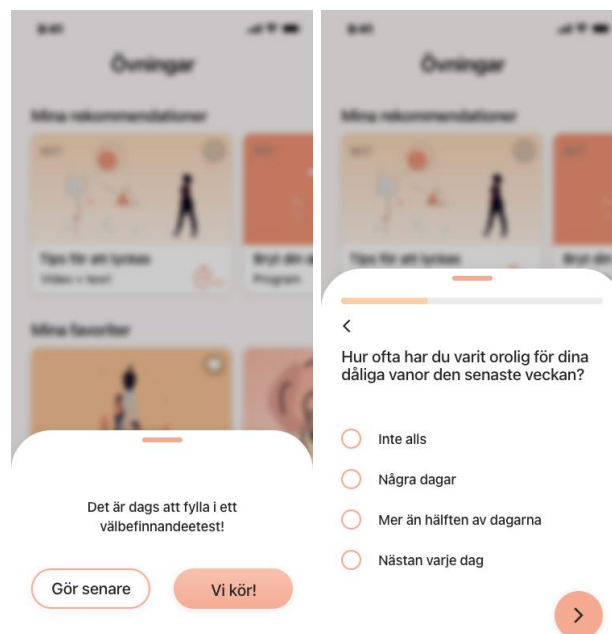
Inställningssidan



Som nämnts ovan ställs ett välbefinnande test till användaren ungefär varannan vecka. Frågorna som ställs är under utveckling av uppdragsgivaren och är därmed preliminära. För att motivera användaren att svara på frågorna var det viktigt att det skulle gå snabbt och vara enkelt att utföra. Därför används ett bottom sheet med en tidslinje för att indikera för användaren hur lång processen är (se figur 43). Ett bottom sheet som täcker halva skärmen ger användaren möjlighet att enkelt avsluta genom att klicka utanför eller dra ner arket. Användaren ges även möjligheten att gå både fram och tillbaka mellan frågorna.

Figur 43

TVå av fyra vyer från välbefinnandetestet



Den tänkta designen innehåller ytterligare några funktioner som exkluderades i den interaktiva delen av prototypen. För att underlätta och förenkla användarupplevelsen kan vissa funktioner utföras på mer än ett sätt. Ett exempel på detta är radering av önskade vanor. Som nämnt ovan kan användaren ta bort en önskad vana genom att gå in på den och trycka på papperskorgen i översta högra hörnet. Emellertid har en genväg för att radera vanor inkluderats i listan av vanor. Vid svepning till vänster visas en papperskorg som användaren kan trycka på för att ta bort vanan (se figur 44). Sveper man åt det motsatta hållet ser man istället en bock-ikon där användaren direkt kan markera vanan som etablerad. Samma genväg används även på samtliga listor för övningar. Däremot innehåller svepningen på övningar en genväg för att markera dem som klara.

Figur 44

Svepfunktion för att radera vana (de suddade cirkelarna ersätter ikoner)



7. Utvärdera

I detta kapitel redogörs utvärderingen av det framtagna konceptet. Initialt beskrivs genomförandet av användartestet som användes för utvärdering och därefter följer resultatet av detta. Sist ges rekommendationer för framtida utvecklingen och tester.

7.1 Metod och genomförande

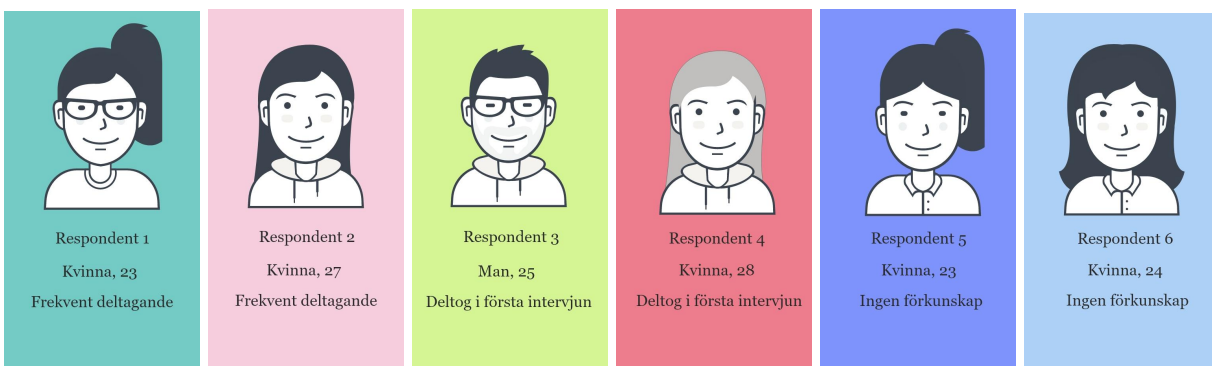
Nedan följer den metod som användes i utvärderingen och inkluderar beskrivning av respondenter, genomförande och de semantiska ordskalorna som nyttjades under testerna.

7.1.1 Användartester av slutkoncept

Upplägget på användartesterna av slutkonceptet liknade tidigare tester och genomfördes tillsammans med sex respondenter (se figur 45). Deltagarna hade olika kunskapsnivå om projektets innehåll där två stycken varit frekvent delaktiga i tidigare tester och kunde därmed tydligt kommentera förbättring av appen. Två respondenter deltog i de inledande intervjuerna i projektets första fas och hade därmed hört talas om projektets innehåll tidigare men inte sett något av konceptet. Vidare var två respondenter helt nya och hade därmed ingen förkunskap. Dessutom hade alla respondenter blandade kunskaper om KBT sedan tidigare. Denna uppdelning medförde olika synvinklar och resulterade i en heltäckande feedback av de olika delarna av appens upplägg, innehåll och design. Färgerna i figuren nedan används även vid citat i resultatet för att tydligt skilja de olika respondenterna åt.

Figur 45

Beskrivning av respondenter till användartest



Användartesterna genomfördes huvudsakligen på distans där deltagarna genom fjärrstyrning på Zoom kontrollerade appen och kunde navigera sig runt. Inledande gavs respondenterna ett scenario för att sättas in i ett mer verklighetstrogen tänkande, därefter fick de fritt kolla runt i appen och högt kommentera det de gjorde och tänkte. För att testa appens användarvänlighet blev respondenterna tilldelade olika uppgifter som gick ut på att navigera sig till specifika ställen och på så vis undersöka hur intuitivt och enkelt dessa gick att hitta.

Därefter följde ett moment där respondenterna utifrån en först positiv och därefter negativ semantisk ordskala fick ringa in de ord som bäst beskrev deras känsla och intryck av appen (figur 46). Ordskalorna användes både för att ta reda på användarens intryck och för att kunna uppskatta hur väl appen uppfyller kraven samt önskad känsla från moodboarden.

Figur 46

Positiv och negativ semantisk ordskala

Positiv ordskala		Negativ ordskala	
Förtroendeingivande		Oseriös	Ointressant
Lättsam	Rolig		Otrygg
	Lätt att förstå	Barnslig	Steril
Proffsig & seriös	Trygg		Tråkig
	Värdefullt innehåll		Komplicerad
Mjuk	Minimalistisk	Svår att förstå	Obehaglig
			Icke-motiverande
Intressant	Lätt att navigera	Konstig	
			Rörig
Stilren	Modern	Opålitlig	Ful
	Snygg		Icke-stöttande
Varm	Harmonisk	Påfrestande	Svår att navigera

Avslutningsvis följde några bredare frågor såsom “Hur skulle du förklara appens koncept för en kompis?”, “Hur passar denna appen in i din vardag?” och “Tror du att appen kan fungera effektivt för KBT och personlig utveckling?”. Frågorna användes för att utvärdera om appen är av intresse för potentiella användare och fyller den funktion som önskas.

7.2 Resultat och analys

Resultatet från utvärderingen av slutkonceptet beskrivs nedan.

7.2.1 Användartester av slutkoncept

Onboarding

Färgerna gav användaren ett lugnt och härligt första intryck och en respondent uttryckte att hen blev nyfiken på vad appen skulle innehålla. Bakgrundsinformationen i onboardingens uppskattades av alla respondenterna och gav ökat förtroende till appen. Däremot uttryckte vissa att de ofta trycker på "Hoppa över" eller mycket snabbt tar sig igenom innehållet vilket indikerar att den behöver fånga användarens intresse för att få dem att läsa. Inlogg med BankID uppfattades som förtroendeingivande, däremot påpekades att man gärna skulle vilja kunna komma in i appen och navigera innan inloggning.

"Gillar att det i onboardingen är förklarat att det är byggt på KBT och vad det är, känns förtroendeingivande. Hade dock normalt klickat på hoppa över"

- Respondent 3

Det inledande testet användaren möter efter inloggning upplevdes relativt matigt och frågorna som ställdes ansågs djupa och relativt personliga. Även antalet svarsalternativ var ibland för stort och de var något ansträngande att läsa igenom. Tidslinjen överst som indikerade hur långt det var kvar av testet uppskattades dock.

Sida för övningar

Gällande övningssidan upplevde respondenterna överlag att upplägget var enkelt att förstå och navigera i. Även här uppskattades de färger och illustrationer som visades. Den korta och tydliga informationen som gavs på korten uppskattades, men förslag om att addera vilken kategori övningen handlade om lyftes. En av svarsobjekten upplevde att det kunde vara lite svårt att få en överblick över vad sidan innefattade, då man inte kunde se så mycket i taget. Däremot upplevde flertalet att sidan hade lagom stora detaljer, och oroade sig snarare för att illustrationerna innehöll för många och små detaljer.

"Svårt att få en överblick i början på övningarna. Hade velat se mer, men hade ju då behövts mindre ikoner, så det är svårt"

- Respondent 4

Konceptet med övningsprogrammen var uppskattat, där flertalet respondenter upplevde detta som något de hade lagt mycket fokus på om de använt appen i verkligheten. En del utveckling kring konceptet krävs dock, där det bland annat kunde vara aningen svårt att hitta dem då en uppgift kring detta gavs. Detta tros bero på att namn och utseende liknade resterande övningar och därmed inte skiljde sig åt tillräckligt. Lösningar som nämndes var att byta till ett tydligare namn, alternativt förklara upplägget av programmen redan i onboarding. Vidare uppskattades att det övningsprogram som sedan var igång hamnade högst upp på sidan. Även att det tydligt illustrerades att resterande program då låstes var positivt. Ett svarsobjekt tyckte dock att det kunde uppfattas som att man behövde betala eller uppgradera sig för att låsa upp, och föredrog därför någon annan ikon än ett hänglås.

*“Lite klurigt att förstå skillnaden på övningsprogram och alla andra övningar,
så kanske förtydliga detta på något sätt”*

- Respondent 1

Vidare till övningsbiblioteket tyckte respondenterna att sidan var lätt att förstå, där filterfunktionen var extra uppskattad. Däremot gavs intrycket att reflektionsikonen (en penna) uppe i högra hörnet var till för att redigera rubriken eller liknande. Att ändra till någon annan typ av ikon skulle därför vara önskvärt. Även övningsbiblioteket önskades av en respondent ligga högre upp då det kunde vara lite svårt att hitta så långt ner på övningssidan.

Sida för vanor

Respondenterna förstod skillnaden mellan “Mina önskade vanor” och “Mina etablerade vanor” och kunde intuitivt bläddra mellan dem. Ikonerna som på korten visade område och påslagen notis uppskattades. Vidare lyftes en tanke om att kunna se en överblick av alla sina notiser någonstans. Ett av svarsobjekten förstod inte att korten gick att trycka på då det inte fanns en tydlig indikation på klickbarhet. Konceptet bakom “Logga mitt försök” var initialt inte självklart för respondenterna och förslag på omformulering eller tydligare förklaring i onboarding gavs som förslag på åtgärder. Möjligheten att se sin historik på tidigare loggade försök uppskattades men vad smileysarna innebar var inte uppenbart. I “Logga ett försök” önskades även en tidslinje och möjlighet att skriva en kort reflektion i samband med varje försök. Vidare ville en respondent ha tydligare feedback på vilka övningar som rekommenderas i slutet av “Logga ett försök” genom att visa dessa under texten som berättar att användaren fått rekommenderade övningar.

*“Känns lite förvirrad i logga ett försök, svårt att förstå ordet logga,
hade kanske behövt uttryckas på ett annat sätt”*

- Respondent 6

Processen för att lägga till nya vanor till sin lista var enklare att förstå och alla respondenter hittade enkelt tillhörande knapp. Ett förslag som togs fram av flertalet respondenter var möjligheten att själv kunna lägga till egna vanor. Vidare kunde vilka delområden som valts förtydligas med en kryssruta vid de alternativ man tryckt på.

Sida för utveckling

Utvecklingssidan ansågs av många som ett roligt koncept som hade använts av majoriteten. Den mest positivt inställda respondenten hade brukat appen med fokus på utvecklingen och därigenom fått en lättsam och lekfull upplevelse. Den mest kritiska respondenten såg risken i att utvecklingssidan kunde upplevas som prestationsinriktad för vissa användare. Speciellt kritisk var hen till utvecklingsgrafiken där mätande av välbefinnande ifrågasattes. Då streaken är uppdelad i två delar, en kalender och en siffra, kunde det vara utmanande att uppfatta att även den nedre delen visade streak. Dessutom kunde det vara besvärligt att förstå exakt vad streaken baserades på, där ett förslag framfördes att implementera en i-ikon där användaren kunde klicka för att få mer information. Till sist nämndes att kontrasten mellan de utförda och icke utförda troféerna kunde vara lite större, då det kunde vara svårt att se skillnad mellan de två.

*“Reagerade lite på att välbefinnande är svårt att mäta. Vill inte att det ska bli en press,
att man känner att man måste få kurvan att gå upp”*

- Respondent 4

Helhetsintryck

Gällande helhetsintrycket av applikationen var färgschemat och grafiken något samtliga respondenter tidigt värdesatte. Däremot ansåg en individ att färgerna kunde tolkas som normativt mer feminint och möjligen inte passar alla användare. Hen trodde att om någon söker upp appen i syfte att bli motiverad och jobba med personlig utveckling hade ett mer avskalat och inte lika mjukt uttryck varit önskvärt. Här gavs som förslag från respondenten att man hade kunnat välja mellan några redan sammansatta färgscheman för att personifiera känslan i appen. En annan respondent var inne på liknande spår, där hen påpekade att appen kunde kännas aningen barnlig i sitt färgval.

“Jag gillar färgerna men någon annan hade kanske velat ha det lite stramare, inte så mycket “fluff fluff”. Färgvalet ger mig en känsla av mindfulness och spirituellt”

- Respondent 2

Vidare presenterades några uppgifter under testets gång för att stämma av att konceptet gick att förstå. De flesta uppgifter löstes utan problematik, vilket indikerade intuitiv funktionalitet. En av respondenterna stötte dock på problem då hen hade svårt att förstå sambandet mellan övningar och vanor och vilken del som var fokus i appen. Resterande intervjuobjekt tyckte dock att sambandet mellan dessa två sidor var lättförståeligt då man använt appen en stund.

“När ni förklarar hur övningar och vanor hänger ihop, kanske jag hellre hade velat ha vanor som förstasidan då det ändå främst är det övningarna ska hjälpa dig gör”

- Respondent 4

Angående intryck av text och information framfördes att ett vänligt intryck gavs, där exempel som ett trevligt välkomnande som första bemötande, betryggande respons och liknande togs upp. Däremot berörde en annan respondent att appen kunde ge ett intryck av oäkta stöttning i vissa fall, med motivering att svaren genererades automatiskt av en dator och inte en person. Här nämndes att en chatt hade kunnat vara ett bra komplement, något som vissa andra respondenter dock motsatte då detta inte upplevdes nödvändigt för denna typ av applikation.

“Känns som att feedbacken “bra jobbat” inte är så äkta eftersom det är en dator som säger det”

- Respondent 5

Vid frågan vilket typ av företag eller organisation de trodde låg bakom appen fanns spridda tankar. Merparten tänkte att det var något typ av icke vinstdrivande företag och nämnde att de kopplade appen till wellness, yoga och liknande. Vidare påpekade flertalet att konceptet gav ett intryck av att företaget kunde vara något likt Kry men med ett mer avslappnat och inte mindre vårdrelaterat intryck.

“Tänker inte spontant att det någon terapiapp, inte direkt framtaget av något sjukhus. Känns ganska harmlös vilket jag gillar”

- Respondent 3

Alla respondenter hade en positiv inställning till att använda appen i sin vardag och såg att den skulle kunna vara användbar för dem. Övningarna och övningsprogrammen tilltalade någon

respondent mer och hjälpen att ändra vanor någon annan. Majoriteten trodde även att de skulle använda sig av båda delarna.

Semantisk ordskala

Från den positiva semantiska ordskalan fanns ett antal mer frekvent förekommande ord, såsom varm, värdefullt innehåll och trygg (se figur 47). Appens utseende med mjuka former och varma färger nämndes upprepade gånger som motivation bakom orden mjuk och varm, vilket bidrog även till ett harmoniskt uttryck. Referenserna till KBT och legitimering av BankID vid inlogg gjorde att appen kändes trygg och förtroendeingivande. Även feedback och förklaringar till appens olika delar gav förtroende. Appen upplevdes i sin helhet som lätt att förstå och navigera.

Figur 47

De mest förekommande orden ur den positiva semantiska ordskalan



Från den negativa ordskalan var orden mer spridda (se figur 48) och respondenterna refererade ofta till specifika delar av appen vid motivering av ord. Siffran som visar användarens streak nämndes återkommande som något var utmanande att förstå och även hur välbefinnandet översätts i utvecklingsgraf. Någon uttryckte även att den hade svårt att begripa sambandet mellan övningar och vanor som motivering till val av orden “svår att förstå” och “komplicerad”. Eftersom de flesta vyer var designade som om att appen hade använts ett tag kunde det vid första anblick uppfattas rörigt då det var mycket information att ta in. Däremot skulle detta troligtvis vara ett mindre problem då appen är mer tom för nya användare. En respondent uttryckte att bättre formulering av text skulle vara bra för ökad motivering. Som nämnt ovan upplevde en respondent att då appen gav uppmuntrande text kändes detta snarare icke-stöttande. Samma respondent upplevde även färgerna och illustrationerna, vilket nämnts ovan, som lite barnsliga och hade istället uppskattat något stramare grafik och möjligen andra färger.

Figur 48

De mest förekommande orden ur den negativa semantiska ordskalet



7.3 Rekommendationer för framtida utveckling och kommande användartester

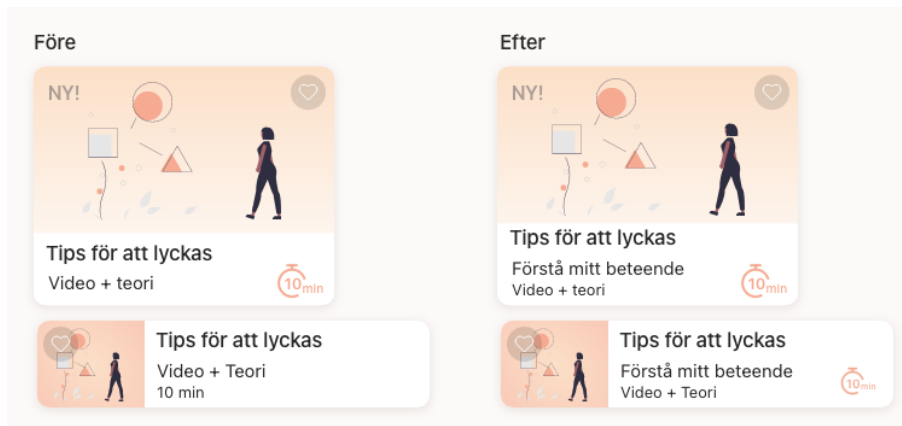
För att underlätta för framtida utveckling av applikationen sammanställs förslag nedan på förbättringar samt vad som inte varit möjligt att undersöka under projektet och bör tas vidare i nästkommande arbete.

Onboardingen behöver vidareutveckling där innehåll och formuleringar bör ses över för att säkerställa att den ger en grundläggande förståelse för appen med passande språk och beskrivningar. Begrepp i appen såsom benämningarna “Övningsprogram” eller “Logga ett försök” kan med fördel användas i onboardingen för att öka förståelsen och igenkänningsfaktorn. Ytterligare illustrationer kan även adderas för att lyfta utseendet. Då flertalet respondenter uttryckte att de troligen hade hoppat över onboarding är det viktigt att appen går att förstå sig på utan att ha läst onboarding. Inne i appen skulle man därför förslagsvis som första rekommenderad övning kunna inkludera en introduktion till Happy Habits. Alternativt skulle man kunna inkludera en informationsknapp upp i högra hörnet på de sidor där det anses vara nödvändigt så att användaren kan läsa mer om den aktuella sidan.

För att tydliggöra vilken kategori övningarna ligger inom kan detta inkluderas på korten (se figur 49). Övningens typ kan eventuellt översättas i en ikon för att reducera mängden text i korten.

Figur 49

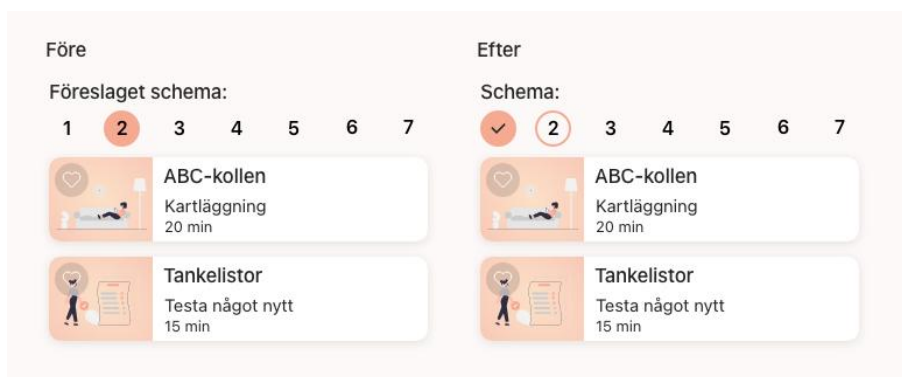
Förbättring av övningskortet där kategori är inkluderad



För att öka förståelsen för övningsprogrammen bör dessa förklaras tydligare och som nämnts ovan eventuellt inkluderas i onboarding. Upplägget på hur övningsprogram behöver förbättras och mer feedback på hur långt man kommit i övningsprogrammet behöver integreras (se figur 50). Som nämnts tidigare missuppfattades hänslåset på de låsta programmen vilket därför behöver ses över. Även information om varför de låsta programmen inte går att starta bör inkluderas.

Figur 50

Förslag på förbättring av övningsprogrammen med visuell feedback på avklarade dagar

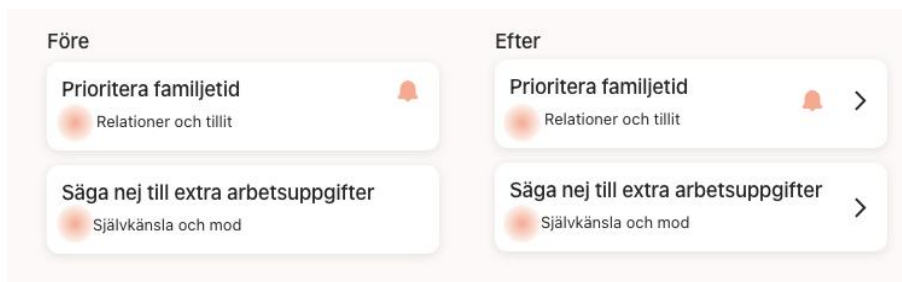


För att förtydliga att man kan trycka på de vanor man lagt till i sin lista kan en ikon i form av en pil integreras på kortet (se figur 51). Gör man detta behöver placeringen av klockikonen även ändras. Appen bör även se över möjligheten att lägga till egna vanor istället för att endast välja från en färdig lista. Vidare finns förbättringspotential på vyn då man går in i en önskad vana. Där

är det främst upplägget och innehållet av historiken som behöver utvärderas. Även att inkludera möjligheten för användaren att reflektera efter ett loggat försök kan vara en god idé.

Figur 51

*Förbättring av vanekorten med pil som indikerar klickbarhet
(de suddade cirklarna ersätter ikoner)*



På utvecklingssidan behöver följande delar förbättras. För att förtydliga vad siffran i streaken refererar till kan rubriken omformuleras och genom att addera en ljusare ring bakom den halvt ifyllda ringen ökar förståelsen för vad denne innebär (se figur 52). Vidare behöver kontrasten på prickarna nedan öka för att tydliggöra svepning mellan de två.

Figur 52

Förbättring av streaken med ny rubrik och cirkel bakom (de suddade cirklarna ersätter ikoner)



Hur välbefinnandet mäts och översätts till en siffra i grafen bör också förtydligas. Grafen i prototypen visar mätvärden varje vecka, här kan istället månader vara ett bättre alternativ då välbefinnandetestet inte besvaras varje vecka. Välbefinnandet hade då visats som ett medelvärde av tester som tagits under månaden. Åtkomst till välbefinnandetestet i anslutning till grafen kan även adderas. Slutligen kan vara en god idé att addera en i-ikon till de olika delarna eller uppe i högra hörnet av utvecklingssidan som användaren kan klicka på och få information.

Val av illustrationer, färger och typsnitt påverkar appens känsla och för att säkerställa att appens formspråk passar hela målgruppen bör ytterligare användarstudier genomföras med fokus på att undersöka föredraget uttryck. Vidare bör större användartester utföras innan lansering där bland annat användare får nyttja appen i sin vardag i några veckor. Som togs upp vid de slutgiltiga användartesterna kan även ett förbättringsförslag angående färgschema vara att ha ett antal färdiga kompositioner av färger som användaren får välja mellan och därigenom få ett användaranpassat formspråk.

Vissa delar av appen valdes att inte inkluderas i prototypen vilket innebär att dessa finns kvar att designa. Exempel på en sådan vy är igångsättning av prenumeration. Eftersom inställningssidan inte prioriterades i projektet finns även här kvar vyer att designa. Dessutom behöver exakt innehåll på inställningssidan fastställas. Vidare låg utbudet av övningar utanför projektets avgränsningar och bör därför fortsätta utvecklas.

Vidare har projektet valt att inte fokusera och arbeta kring terapeutkontakt samt val av inloggningsmetod. Frågor kring dessa har dock ställt under användartesterna för att skapa förståelse för vad som kan vara önskvärt för användarna, dock har datan inte nyttjats under designarbetet. Vid vidare arbete är detta därmed något som uppdragsgivaren behöver fortsätta utreda.

Slutligen kvarstår några rekommendationer för att förenkla potentiell programmering av Happy Habits. Genom att vid formgivning av appen applicera jämna tal vid avstånd och storlek på objekt underlättas vidareutvecklingen. Här kan färdiga rutnät, exempelvis med åtta pixlars stora rutor, med fördel användas. För att inte stöta på någon problematik kring licens och äganderätt bör även ikonerna ses över för att säkerställa att de kan användas fritt alternativt skapa egna ikoner för att undvika detta problem helt och hållet.

8. Diskussion

I detta kapitel följer diskussion om projektet. Inledningsvis diskuteras resultatet där lösningens styrkor och svagheter presenteras, därefter diskuteras designprocessen följt av det som varit mest utmanande under projektets gång.

8.1 Produkten Happy Habits

Arbetet har resulterat i en väldesignad app som erbjuder användaren en lättsam och rolig användarupplevelse. Designen har lyckats kombinera ett relativt seriöst konceptet med varmare färger, mjukare former och ledigt språk för ett lättsamt intryck. Kontinuerlig förklaring bakom genomförande av moment och begrepp bidrar till ett förtroendeingivande intryck. Vidare gör det tydliga upplägget av appen den enkel att förstå och navigera.

Utvärderingen av slutkonceptet kunde bekräfta att de krav som ställdes från användarna till stor del uppfyllts. Från den positiva semantiska ordskalan förekom orden värdefullt innehåll, trygg, lätt att navigera, lätt att förstå och stilren av flertalet respondenter, vilket bekräftade de motsvarade kraven. Även orden harmonisk, mjuk, varm och modern, som härstammade från mood- och inspirationboarden, bekräftade att önskat uttryck hade uppnåtts. Vidare sattes minimalistisk även som ett önskvärt intryck vid utformning av moodboarden, något som däremot ingen av testdeltagarna tog upp från den semantiska ordskalan. Om detta är något som eftersträvas bör det därför undersökas orsaken och åtgärder för detta.

Målet var att försöka sätta KBT i ett mer avslappnat koncept och försöka balansera dessa två delar väl. Det som ändrades från originalidén var att appens upplägg nu ger användaren egen kontroll över sitt användande. Konceptet skiljer sig därför nu mer från vanlig KBT än tidigare och jobbar i ännu större utsträckning i förebyggande syfte. En nackdel med detta är att appen potentiellt fungerar mindre effektivt för de som aktivt söker KBT och stöd för psykisk ohälsa. Vidare kan det krävas mer av användaren för att få önskad effekt då det är dess egna ansvar att genomföra övningar och kontinuerligt utföra sina önskade vanor för att få dem etablerade. Anpassningbarheten ökar dock chansen att konceptet tilltalar en större målgrupp.

Appens gamificationelement har även för- och nackdelar. Att motivera användare till att fortsätta är en av svårigheterna med iKBT där det lyfts i teorin ovan att gamification är en användbar motivator. Däremot kan gamifiering bidra till att användare uppfattar appen något oseriös om syftet till användning är att erhålla KBT. Det kan finnas personer i segment 2 som kan falla inom

denna kategori, där appens upplägg inte tillför tillräcklig vägledning och det personliga ansvaret gör det svårt för dem att fortsätta. Dessutom kan belöningar och tävling med sig själv i form av streak och utvecklingskurva upplevas för prestationsinriktat för segmentet. Det tredje segmentet, de som av nyfikenhet söker upp appen och som också uppskattar en mer lättsam och rolig användarupplevelse, kan i stor utsträckning passa lösningen. Även segment 1 med intresse för personlig utveckling tros passa konceptet.

I användartester har det varit möjligt att undersöka användarnas upplevelse kring design och interaktion. Däremot har det inte varit möjligt att mäta hur effektiv appen faktiskt är på att leverera önskat resultat. Det är svårt att avgöra om konceptet faktiskt kan leverera KBT eller hjälpa användarna att utvecklas. För att kunna ta betalt för Happy Habits är det väsentligt att den uppfyller sitt syfte och användaren känner att den ger effekt. Därför kan detta vara något man bör undersöka i ytterligare användartester. Överlag gavs en positiv inställning till appen där många nämnde att de var intresserade av att nyttja den i verkliga livet. Detta kan dock ifrågasättas då det var utmanande för användarna att begripa vad appen hade inneburit då den under testerna inte innehöll all data såsom övningar och liknande och då det är svårt att sätta sig in i en verklig situation.

Projektets valda målgrupp kan varit ytterligare en faktor som påverkat resultatet. Målgruppen som valdes var i åldrarna 18-30, men ambitionen är att appen ska användas för ett bredare åldersspann. Hur väl lösningen passar personer utanför projektets målgrupp är okänt och kan därför vara något som behöver undersökas vidare. Bland annat bör designparametrar såsom färgval och storlek på objekt beaktas i tester med en bredare målgrupp. Vidare bör sådant som kontrasten i gränssnittet analyseras för att säkerställa att den är tillräckligt hög för att inte exkludera personer med exempelvis nedsatt syn eller färgblindhet.

Vidare angående målgrupp har kvinnor varit överrepresenterade bland de som deltagit i intervjuer och tester, vilket även kan ha påverkat utfallet. Under utvärdering av slutkonceptet nämndes att designen upplevdes feminin på grund av dess färgval. Detta är även en tanke som förekommit hos gruppmedlemmarna under processens gång. Däremot antyder enkätsvaren att en större andel kvinnor är intresserade av applikationen, vilket kan motivera att försöka skapa ett uttryck och en produkt utifrån den största målgruppen. Å andra sidan kan det vara fördelaktigt att försöka hitta en balans där designen tilltalar fler användare.

Huruvida stöd från terapeut är nödvändigt är något som bör utvärderas då lösningen nu tillåter flera olika typer av användningssyften. Därför finns möjligheten att alla användare inte är i

behov av stöd medan andra möjligen skulle uppskatta det mer. I teorin i avsnitt 2.3 nämns stöd som en viktig faktor för lyckad iKBT, vilket kan vara ett argument för att detta är något som bör integreras. Emellertid har fokus skiftat något från KBT och ligger nu mer på personlig utveckling, något som kan påverka om terapuetstöd kommer vara nödvändigt.

8.2 Designprocessen

Den planerade designprocessen som sattes i början av projektet har följts och de definierade faserna hjälpte till att strukturera arbetet. Den initiala tidsplanen för momenten visade sig vara en bra representation för hur tiden kunde disponeras och har lyckats följas utan några större bekymmer. Däremot har arbetsmängden varit på gränsen för hög, skulle projektet därmed göras om skulle antalet metoder då minskats något. Tiden hade även då disponerats aningen annorlunda och frigjort tid till att exempelvis arbeta mer djupgående med intervjufrågor, analys av användarstudier, finslipa slutkonceptet med mera.

Designprocessen som har varit anpassad för gränssnittsdesign innehöll för arbetsgruppen flera tidigare okända metoder. De nya momenten, exempelvis användarflöde och konstruering av digitala prototyper har emellanåt varit utmanande att begripa men har i slutändan medfört mycket ny kunskap som kommer underlätta för framtida arbeten.

Målet med projektet var att skapa ett användarcentrerat arbete där användarnas åsikter skulle tas i beaktning, något som anses uppnått väl. Sammanlagt har fyra användarstudier genomförts med 23 intervjudeltagare och 117 enkätrespondenter där användarnas krav och feedback på design har fört projektet framåt. Detta har bidragit till flertalet iterationer då nya idéer uppkommit både från användare, projektmedlemmar, uppdragsgivare samt handledare.

Under projektets gång har det varit viktigt att försöka balansera UX och UI, det vill säga användarupplevelsen och gränssnittsdesignen. För att undersöka användarvänligheten var klickbarhet viktigt då navigation i tester var en väsentlig del för att upptäcka problem. Både medium och high fidelity prototyperna konstruerades därför interaktiva till olika grad för att kunna säkerställa god interaktion. Vidare var en stor del av projektet att leverera en förbättrad design på applikationen, där fokus lades i high fidelity prototypen. Kombinationen mellan UX och UI har resulterat i en användbar app med hög användarvänlighet och ett bra gränssnittsdesign.

8.3 Projektes utmaningar

Som grund till projektet låg en redan relativt utvecklad grundidé där uppgiften var att försöka förbättra funktionen och skapa en bättre design. Ett stort fokus i den inledande fasen låg därför på att försöka förstå originalidéen. När ett nytt koncept sedan skulle tas fram var det utmanande att frångå redan existerande lösningar och tänka i nya banor, då det gamla konceptet hade varit i fokus under så lång tid. Även att urskilja vilka funktioner som skulle bevaras och vilka som var mer anpassningsbara upplevdes svårt. Med tiden och med hjälp av nya perspektiv från testdeltagare blev denna avvägning enklare och nya idéer kunde inkluderas i lösningen.

Ett annat problem som därefter uppstod var istället utmaningen att anpassa delar från originalkonceptet med nya idéer. Exempelvis idéen om att användaren ska kunna skriva och lägga till egna vanor avfärdades då appen byggde på ett annat koncept initialt, men som nu insetts hade kunnat passa med det slutliga utfallet av appen. Vidare har de nya idéerna som presenterats från uppdragsgivaren stundvis varit utmanande att förhålla sig till och krävde lite extra ansträngning för att integrera i lösningen. Emellertid har det bidragit till en bättre slutprodukt och därmed varit av stort värde.

Under arbetets gång sattes avgränsningar för mängden arbete som skulle göras. Framst sattes gränser för vilka delar av appen som skulle utvecklas och vad som skulle utelämnas. Att hålla sig till avgränsningarna var svårare än väntat och då målet var att skapa en fungerande interaktiv prototyp producerades alla vyer som ansågs nödvändiga för att uppnå detta. I efterhand insågs dock att fler delar än planerat hade designats vilket både ökade arbetsmängden och potentiellt minskat kvaliteten på de övriga delar som annars hade kunnat läggas mer tid på. Vidare har detta även medfört att funktioner som diskuterats glömts av på grund av tidsbrist och oförmåga att ha uppsikt över allt.

9. Slutsats

Den användarcentrerade designprocessen har resulterat i en interaktiv prototyp som hjälper användaren etablera nya vanor, erbjuder ett stort utbud av övningar och fungerar som ett KBT-baserat verktyg för personlig utveckling. Appformatet avdramatiserar KBT något och är ett bra tillvägagångssätt för att introducera ämnet för första gången. Friheten att användaren själv får göra exakt det den vill i applikationen i kombination med dess värdefulla innehåll ger möjligheten att ta kontroll över sin egen utveckling.

Lösningen inkorporerar KBT i en mjuk och lättsam kontext och har stor chans att tilltala en större målgrupp. Appen kan användas av både de som behöver stöttning men också av de som redan mår bra men vill må bättre. Med Happy Habits ges nu förhoppningsvis större möjligheter att stoppa psykisk ohälsa innan den uppkommit.

Referenslista

29K. (u.å) Hämtad från: <https://29k.org/>

Adelugba, A. (2020). *How the 60-30-10 rule saved the day*. Medium. Hämtad från: <https://uxdesign.cc/how-the-60-30-10-rule-saved-the-day-934e1ee3fdd8>

Apple. (2021). *Human Interface Guidelines.iOS design Themes*. Hämtad från: <https://developer.apple.com/design/human-interface-guidelines/ios/overview/themes/>

Baskanderi, N. (2017). *UX Glossary: Task Flows, User Flows, Flowcharts and some new-ish stuff*. UX planet. Hämtad från: <https://uxplanet.org/ux-glossary-task-flows-user-flows-flowcharts-and-some-new-ish-stuff-2321044d837d>

Design Kit. (u.å). *How Might We*. Hämtad från: <https://www.designkit.org/methods/how-might-we>

Doktor24. (u.å). Hämtad från: https://doktor24.se/?gclid=CjwKCAjwqvyFBhB7EiwAER786YO5QpHZ122GlaqL2Bhaf9z8hlj3LxmeNcJSqILpgKJZkMwWOSs_zRoCxEkQAvD_BwE

Dr. Fitz, Z. (2021). *What is Gamification?* Gamify. Hämtad från: <https://www.gamify.com/what-is-gamification>

Dryden, W., & Branch, R. (2011). *The CBT Handbook*. Sage. Hämtad från: https://books.google.se/books?hl=sv&lr=&id=WzX7AwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP2&dq=What+is+CBT%3F&ots=7c4JIWfLa9&sig=wHyKhg-Q37Z8vPJirKFIRyiszDw&redir_esc=y#v=onepage&q=What%20is%20CBT%3F&f=false

En Route Workshops. (2018). *Why Mood Boards are Essential to the Design Process*. Hämtad från: <https://enrouteworkshop.com/mood-boards-essential-part-design-process/>

Feely. (u.å). Hämtad från: <http://www.feely.se/>

Folkhälsomyndigheten. (2020). *Statistik psykisk hälsa*. Hämtad från:
<https://www.folkhalsomyndigheten.se/livsvillkor-levnadsvanor/psykisk-halsa-och-suicidprevention/statistik-psykisk-halsa/>

Grant, I., Shepherd, M., Merry, N. S., Hopkins, S., Knightly, S., & Stasiak, K. (2019). *Gamifying CBT to deliver emotional health treatment to young people on smartphones*. Sciencedirect. Hämtad från: <https://doi.org/10.1016/j.invent.2019.100286>

Gerhard, A., Carlbring, P., Berger, T., Almlöv, J., & Cuijpers, P. (2009). *What makes internet therapy work?* National library of medicine. Hämtad från:
<https://doi.org/10.1080/16506070902916400>

Gibbons, S. (2018). *Journey Mapping 101*. Nielsen Norman Group. Hämtad från:
<https://www.nngroup.com/articles/journey-mapping-101/>

Harley, A. (2015). *Personas Make Users Memorable for Product Team Members*. Nielsen Norman Group. Hämtad från: <https://www.nngroup.com/articles/personas/>

Harley, A. (2019) *Touch Targets on Touchscreens*. Nielsen Norman Group. Hämtad från:
<https://www.nngroup.com/articles/touch-target-size/>

Interaction Design Foundation. (u.å). *Affinity Diagram - Learn how to cluster and bundle ideas and facts*. Hämtad från:
<https://www.interaction-design.org/literature/article/affinity-diagrams-learn-how-to-cluster-and-bundle-ideas-and-facts>

Interaction Design Foundation. (u.å) *Brainstorming*. Hämtad från:
<https://www.interaction-design.org/literature/topics/brainstorming>

Jing, T. (2014). *How to Choose the Right Prototype Fidelity for Your Digital Content*. Inkling. Hämtad från:
<https://www.inkling.com/blog/2014/10/prototype-fidelity-digital-content/>

Klefblom, J. (2010). *Kognitiv beteendeterapi (KBT)*. Psykologiguiden. Hämtad från:
<https://www.psykologiguiden.se/rad-och-fakta/fa-hjalp/olika-behandlingsmetoder/kbt>

Kravspecifikation. (2019). *Vad är en kravspecifikation?* Hämtad från:
<https://kravspecifikation.se/>

Magurie, M. (2001). *Methods to support human centered design*. ScienceDirect. Hämtad från:
<https://doi.org/10.1006/ijhc.2001.0503>

McKenna, E. (2019). *The Psychology of Colour*. Medium. Hämtad från:
<https://medium.com/@onapixelout/the-psychology-of-colour-286862ac80e6>

Mendly. (u.å). Hämtad från:
https://mendly.se/?gclid=CjwKCAjwqvyFBhB7EiwAER786dsrq8PHF7tyi-w2k-bxLJk326Ce6xDbepompsAyyGk__0rVRnZ4BoCVSMQAvD_BwE

Moran, K. (2015). *The Roots of Minimalism in Web Design*. Nielsen Norman Group. Hämtad från: <https://www.nngroup.com/articles/roots-minimalism-web-design/>

Muroff, J. (2020). *Tools of Engagement: Practical Considerations for Utilizing Technology-Based Tools in CBT Practice*. ScienceDirect. Hämtad från:
<https://doi.org/10.1016/j.cbpra.2020.01.004>

Norlund, F., Olsson, E., & Burell G. (2015). *Treatment of depression and anxiety with internet-based cognitive behavior therapy in patients with a recent myocardial infarction (U-CARE Heart): Study protocol for a randomized controlled trial*. Mendeley. Hämtad från:
<https://www.mendeley.com/catalogue/39006e16-1f59-3eaa-b151-b3e5fcedd1e5/>

Pumarega, E. (2014). *What's the difference between an Inspiration Board, a Mood Board, and a Palette?* EJP Events. Hämtad från:
<https://ejpevents.com/2014/02/11/wedding-planning-definitions-mood-board-vs-inspiration-board/>

Region Stockholm, (u.å). *Kognitiv beteendeterapi (KBT)*. Hämtad från:
<https://rehab.sll.se/vi-erbjuder/kognitiv-beteendeterapi-kbt/>

Remente. (u.å). Hämtad från: <https://www.remente.com/>

- Rojas, J. (2020). *Etch A Sketch: How to Use Sketching in User Experience Design*. Interaction Design Foundation. Hämtad från: <https://www.interaction-design.org/literature/article/etch-a-sketch-how-to-use-sketching-in-user-experience-design>
- Rudolf, C. (2018). *Vad är positionering?* Top Dog. Hämtad från: <https://topdog.nu/ordlista/vad-ar-positionering/>
- Shopify. (u.å). *What is Customer Segmentation*. Business encyclopedia. Hämtad från: <https://www.shopify.com/encyclopedia/customer-segmentation>
- Skärsäter, I., & Mattzon, P. (u.å). *Psykisk ohälsa är vanligt*. Livlinan. Hämtad från: <https://www.livlinan.org/psykisk-oh%C3%A4lsa/psykisk-oh%C3%A4lsa-och-diagnoser.html>
- Socialstyrelsen, (2019). *KBT (Kognitiv beteendeterapi)*. Hämtad från: <https://www.socialstyrelsen.se/utveckla-verksamhet/evidensbaserad-praktik/metodguiden/kbt-kognitiv-beteendeterapi/>
- Subhankar, P. (2019). *The Trend of Minimalistic Web Design*. Medium. Hämtad från: <https://medium.com/@subhoproject/the-trend-of-minimalistic-web-design-30d7a4262914>
- Szymanska, K., & Palmer, S. (2012). *Understanding CBT: Develop your own toolkit to reduce stress and increase well-being*. Kogan Page. Hämtad från: [https://chalmers.skillport.eu/skillportfe/assetSummaryPage.action?assetid=RW\\$18964: ss_book:46001#summary/BOOKS/RW\\$18964: ss_book:46001](https://chalmers.skillport.eu/skillportfe/assetSummaryPage.action?assetid=RW$18964: ss_book:46001#summary/BOOKS/RW$18964: ss_book:46001)
- Van Vliet, V. (2010). *Perceptual Map*. Toolshero. Hämtad från: <https://www.toolshero.com/marketing/perceptual-mapping-permap/>
- UX movement. (2019). *Optimal Size and Spacing for Mobile Buttons*. Hämtad från: <https://uxmovement.com/mobile/optimal-size-and-spacing-for-mobile-buttons/>
- Woebot. (u.å) Hämtad från: <https://woebothealth.com/>

Bilagor

Bilaga 1: Frågor till inledande användarstudie (intervju)

Upplägg:

Vi är två tjejer som studerar Design och produktutveckling på Chalmers och skriver just nu vårt examensarbete. Vi håller i samarbete med designbyrån Boid och företaget Selfix AB på att ta fram en prototyp till en applikation som heter Happy Habits. Happy Habits, HH, riktar sig till personer som vill använda sin mobil som ett verktyg för att etablera goda beteenden och vanor, dvs personlig utveckling genom kognitiv beteendeterapi (KBT). Applikationen erbjuder olika övningar som sedan ska utmytna i en bestående beteendeförändring, så kallade "happy habits". Programmet följer upp hur ditt välmående förändras i takt med dina nyetablerade vanor. Vi kommer därför fråga dig en del frågor om dina vanor och beteenden samt syn på psykisk hälsa och terapi. Intervjun tar ungefär 45-60 minuter, du är helt anonym och svaren kommer enbart användas som underlag till vårt arbete. Du måste inte heller svara på alla frågor om du inte kan eller vill. Är det okej om vi spelar in?

Kön:

Ålder:

Sysselsättning:

Hur ser din livssituation ut (var, hur)?

Vad gillar du att göra på fritiden?

Om du skulle beskriva dig själv med tre ord, vilka ord är det?

Gillar du att testa nya saker/tekniker? Brukar du ofta testa nya saker före dina vänner?
Generellt nej,

Använder du dig av digitala produkter/appar i din vardag? (Hur mycket, vilka, beroende, skärmtid?)

Har du någon gång använt dig av en mående/hälsoapp? (personlig utveckling, meditation, terapi) (varför inte?) (ge exempel)

I vilket syfte använder/använde du den?

Vad är det du gillat eller ogillat med apparna?

Har du betalat för någon sån här app? Hur mycket? Skulle du kunna tänka dig betala för en?

Vet du vad KBT är?

(KBT (kognitiv beteendeterapi) är en terapiform som används för att förändra tankar, känslor och beteenden som hindrar dig i ditt liv. Behandlingen går ut på att du får uppgifter och övningar som du utför på egen hand)

Vad kopplar du KBT till? (svår?)

Har du någon erfarenhet av terapi? Vad för någon? Positivt/negativt?

- Hur ser du på att få psykologhjälp?

Vad är mest intressant för dig? Terapi (ex. KBT, PDT), personlig utveckling, mental träning/mindfulness, coaching

Har du erfarenhet av någon av dessa? Utveckla

Reflekterar du mycket över dig själv (dina tankar, känslor, beteende osv)?

Har du medvetet ändrat ett beteende någon gång? Vad gjorde i så fall att du lyckades med det? (ex börja träna, lära sig något nytt, hålla tider mm)

Skulle du kunna tänka dig använda en app för att förändra beteenden, baserad på kbt-övningar? (dvs att identifiera hinder och hjälper dig överkomma dessa genom att ge övningar)

Om du skulle använda denna appen, vad tror du syftet med detta vara då? (För att prestera bättre eller för att förstå dig själv/utvecklas på ett personligt plan, lära dig om terapi)

Om du ser på dessa områdena, kan du då identifiera något du skulle vilja utveckla?

1 → Vilket område vill du utveckla hos dig själv?

- A Självkänsla och mod
- B Träning och livsstil
- C Balans i livet
- D Stresstålighet och välbefinnande
- E Koncentration och fokus
- F Struktur och ordning
- G Effektivitet och tidsplanering
- H Hantera fram- och motgångar
- I Relationer och tillit
- J Kommunikation och feedback
- K Presentationer och retorik
- L Inspiration och motivation

Vilka funktioner hade du velat ha i en sådan typ av app? (kbt-övningar, mindfulness, informationstext/video, spel, chatt med terapeut)
 Spel är alltid kul! Informationsvideos, övningar

Vad anser du om att använda en app för personlig utveckling som bygger på kbt även om du kanske inte skulle lida av psykisk ohälsa? (utveckla)

Hur stort fokus skulle du vilja att det var på kbt? Skulle du vilja att det framgår tydligt eller att det inte skyltas med

Skulle du vilja ha tillgång till personlig kontakt med terapeut? Hur skulle du vilja att denna kontakten såg ut?

Hade du kunnat tänka dig att betala extra för detta?

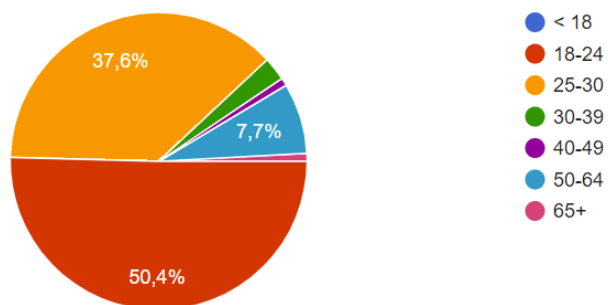
Om appen kräver regelbunden användning, hur mycket tid och energi hade du velat lägga ner? Hur ofta? Hur länge? (per vecka, hur många veckor) Vad är din maxgräns?

Kan du tänka på något som du tror är viktigt i en sån här typ av app för att du ska vara motiverad att använda/stanna kvar i den? (ge exempel om det behövs, utseendet, effekt på att det funkar osv)

Har du något att tillägga, något du tycker vi glömt fråga?

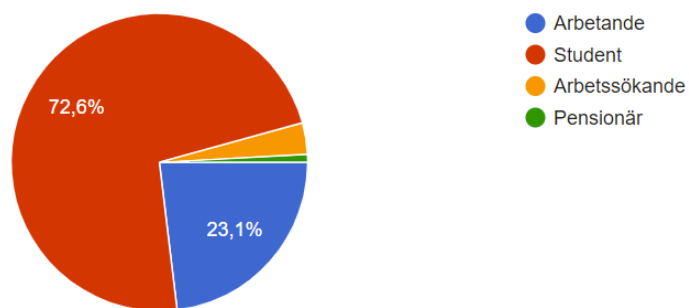
Hur gammal är du?

117 svar



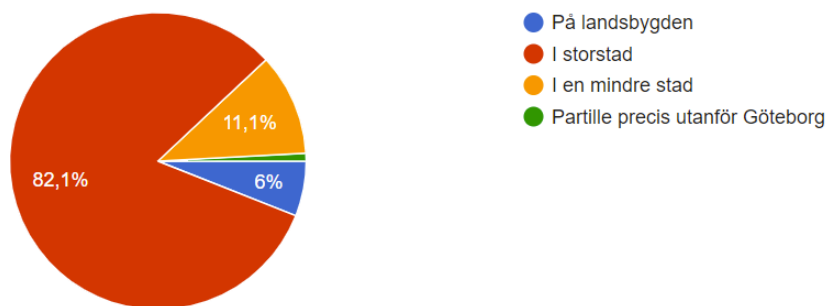
Vad är din huvudsakliga sysselsättning?

117 svar



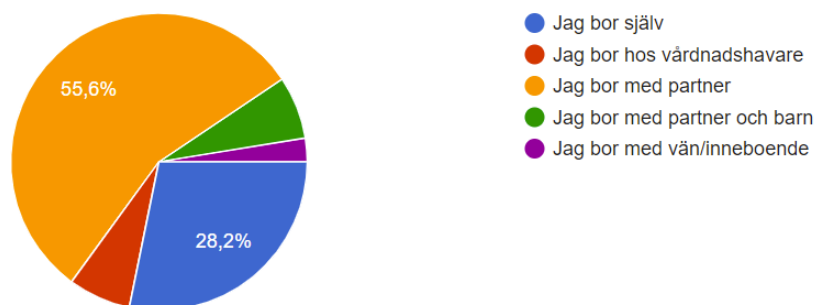
Var bor du?

117 svar



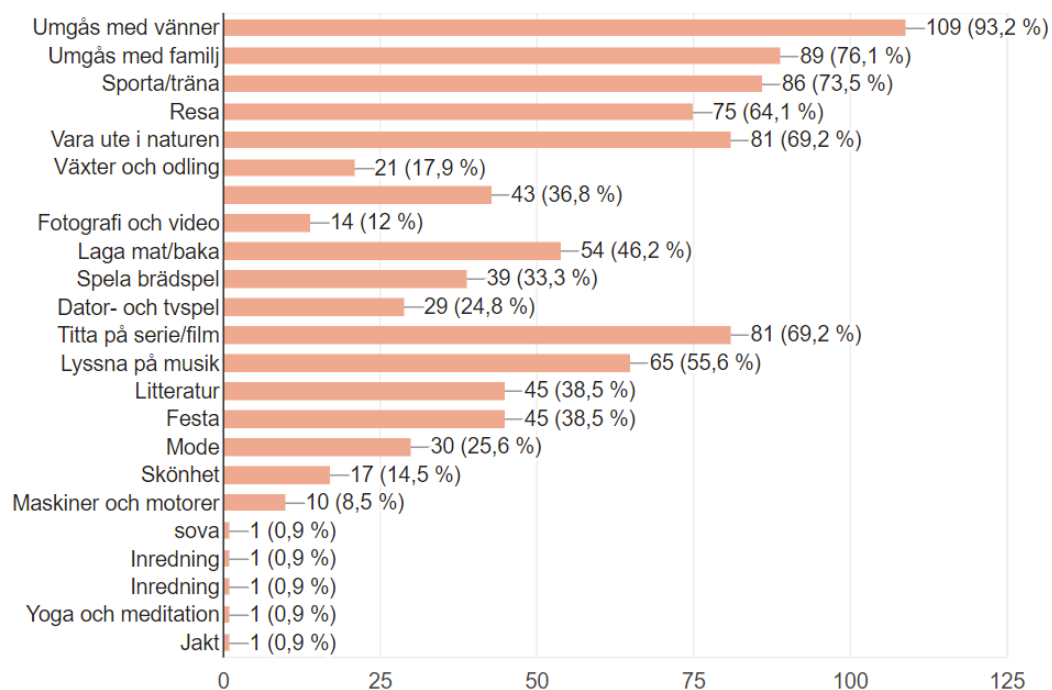
Hur ser din boendesituation ut?

117 svar



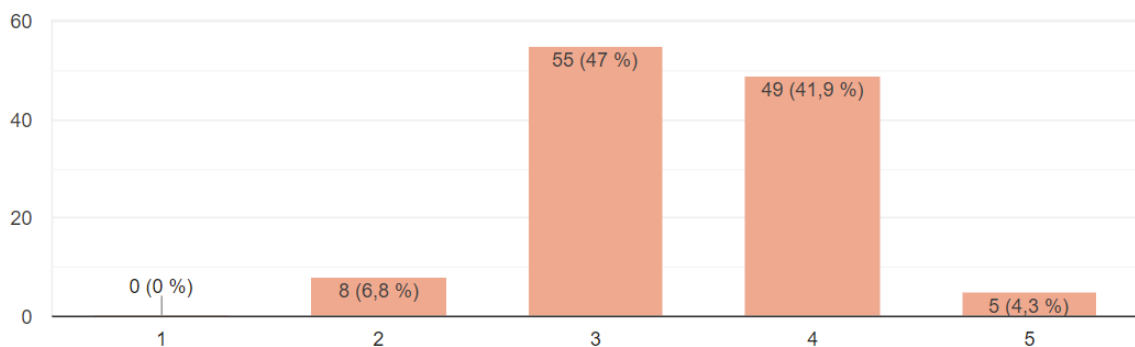
Vad har du för intressen? (flervalsoalternativ)

117 svar



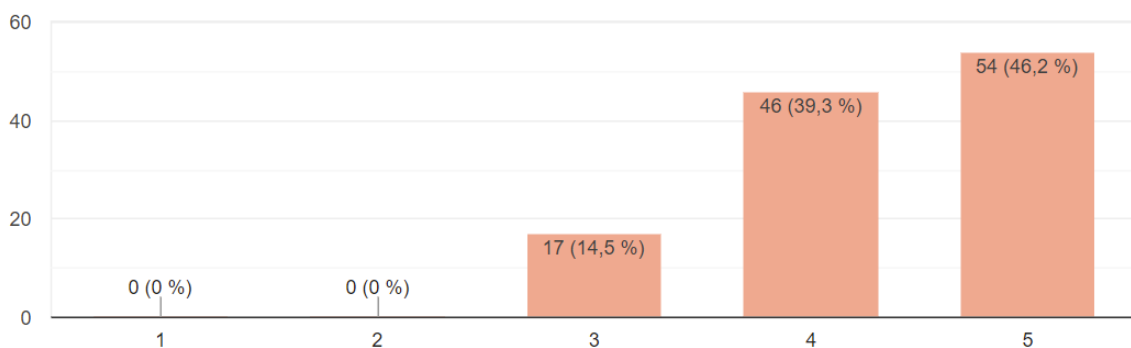
Gillar du att testa nya saker? Ex trender, teknikprylar, aktiviteter

117 svar



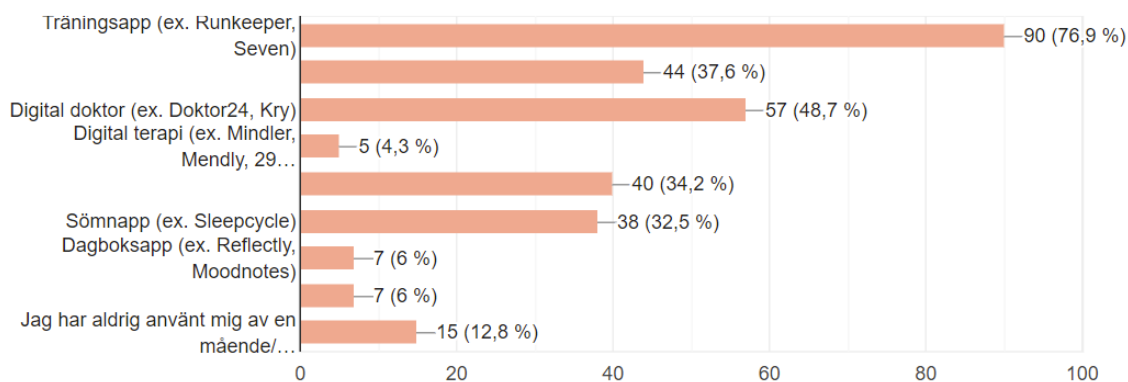
Hur digital-van anser du dig vara?

117 svar



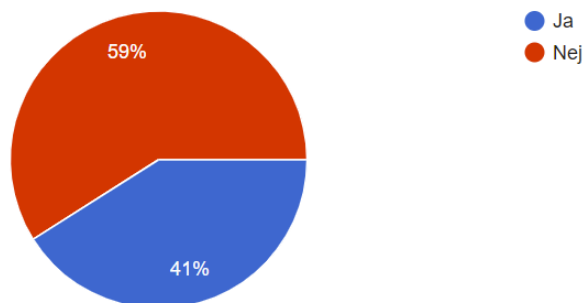
Har du någon gång använt dig av följande typer av appar? (flervalsalternativ)

117 svar



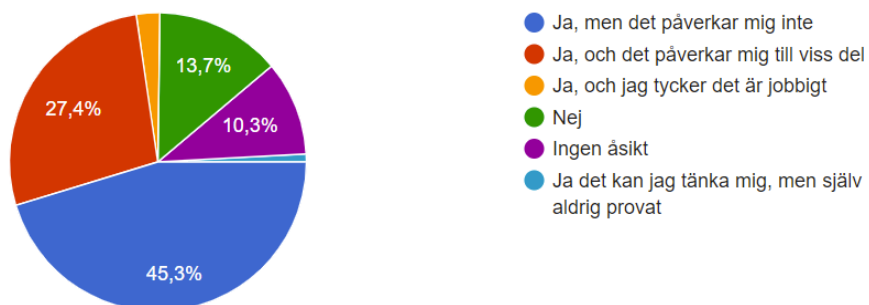
Har du någon erfarenhet av terapi?

117 svar



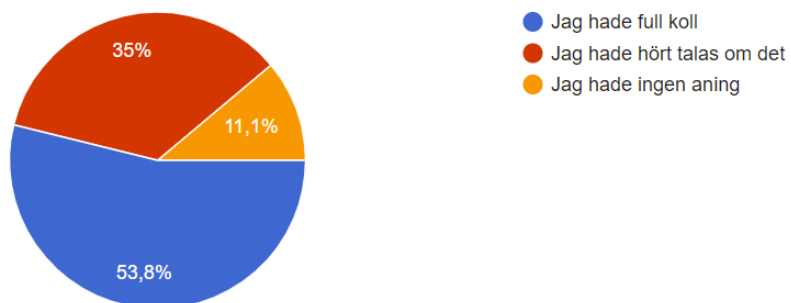
Tycker du att det finns en stigmatisering kring att gå i terapi?

117 svar



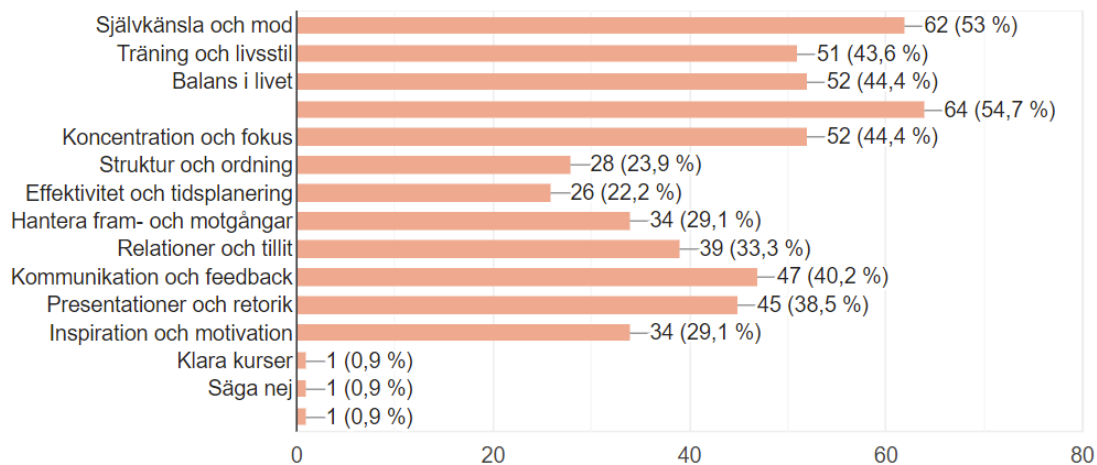
Visste du vad KBT var innan du läste texten nedan?

117 svar



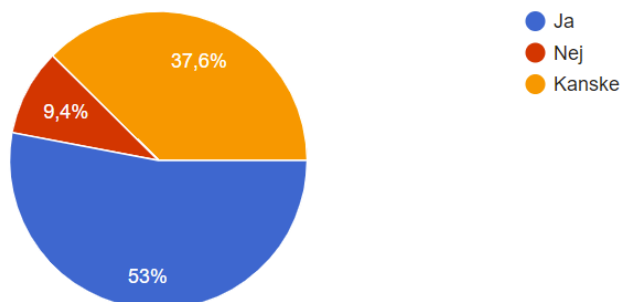
Kan du utifrån alternativen nedan identifiera något/några områden som du önskar du vore bättre på?

117 svar



Skulle du kunna tänka dig att använda en app som hjälper dig förändra beteenden som är baserat på KBT-övningar?

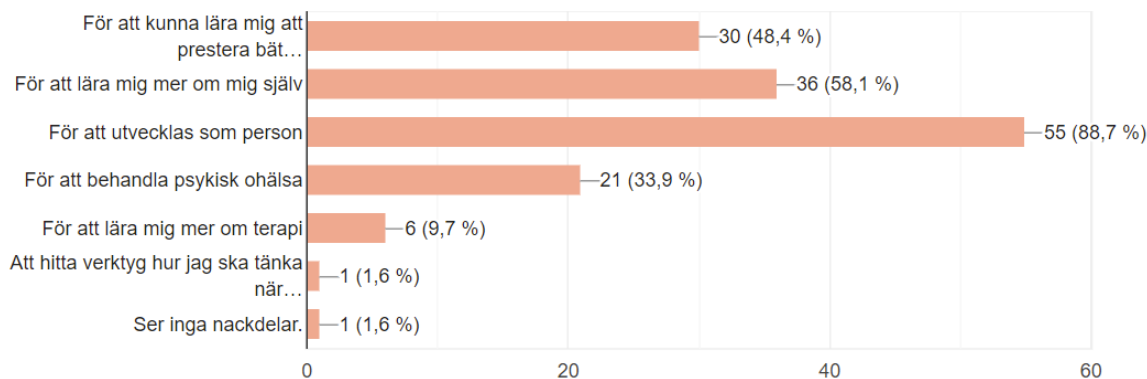
117 svar



Om ja

Varför skulle du vilja använda en sådan app? (flervalsalternativ)

62 svar



Om kanske

Vad är det som får dig att tveka?

33 svar

Finns så mpbga olika med olika nischer. Svårt att lita på att den givna appen hjälper mot just mina besvär.

Beror på om jag tycker det var något som var lätt att använda och jag fann att det hjälper mig

Vet för lite om ämnet, tror inte jag skulle söka upp denna app

Jag tänker att en app är för opersonlig och fyrkantig för att kunna anpassas till mina behov. Och om man inte lyckas att göra det som appen säger har man ingen att bolla det med och kan istället skylla på sig själv att man inte klarar det vilket gör att man mår sämre istället vilket är fel effekt. Ett stort problem med självhjälp är att allt ansvar för att må bättre ligger på en själv när det i många fall behövs stöd från omgivningen för att överkomma psykiska svårigheter.

Positivt inställd till idén, men osäker på om jag de facto skulle använda den. Troligtvis påbörjat men låtit det rinna ut i sanden

Känns spontant som att jag hellre hade velat prata med en fysisk person för den emotionella kontaktens skull.

Om nej

Varför skulle du inte vilja använda en sådan app?

9 svar

Jag använder sällan appar.

Trams

Tycker inte terapi hör hemma i app form

Det är inte motiverande att ha en app till hälsogrejer. Hade bara stängt av notiserna efter ett kort tag och sen inte öppnat den mer. Om det är något man utför i samråd med läkare/annan yrkesgrupp kanske det hade varit ett bra hjälpmedel som komplement med samtal/möten men en app på egen hand hade jag inte haft disciplin till.

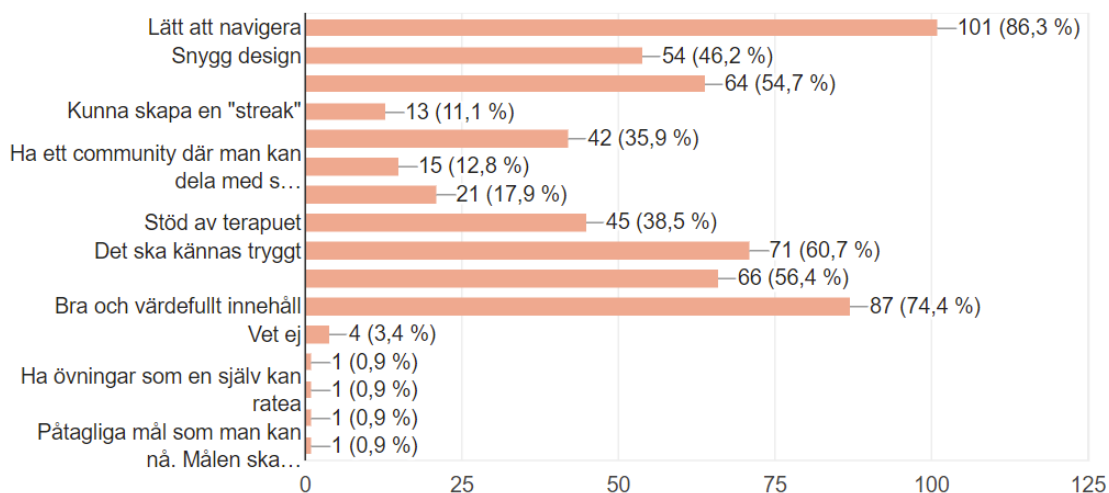
En app för mig personligen känns opersonligt, skulle hellre välja att prata med en person som är specialiserad inom området.

Känner att ett personligt bemötande är meningsfullt. Dock om appen är välbyggd kan det ju så klart förändra min åsikt

Det är inte för mig

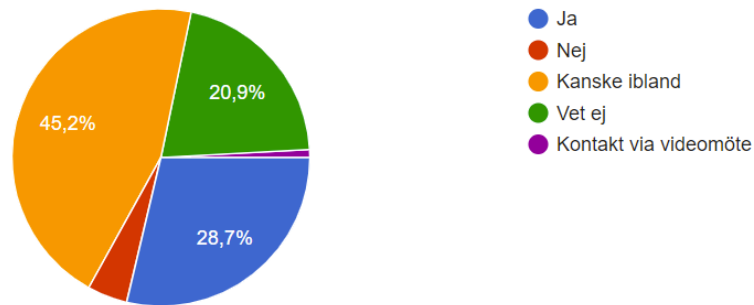
Finns det något du anser vara viktigt i appen för att du ska känna dig motiverad att använda den? (flervalsalternativ)

117 svar



Skulle du vilja ha tillgång till personlig kontakt med en terapeut via chatt i appen?

115 svar



Bilaga 4: KJ-analys av användartester från nuvarande prototyp

Användartester av nuvarande prototyp

The image displays a KJ-analysis of user tests for a mobile application prototype. It consists of several screenshots of the app's interface, each with handwritten feedback notes in colored sticky notes. The notes are organized into clusters around specific UI elements, providing a structured overview of user feedback.

Key Feedback Themes:

- Navigation and Menu:** Users noted that the menu items were not clearly visible or labeled. Suggestions included making the menu more prominent and using icons to represent different categories.
- Content Presentation:** Feedback focused on the readability of text, the size of images, and the overall layout. Some users felt that the information was too dense or that the visual hierarchy was unclear.
- Interactions and Usability:** Users commented on the ease of tapping buttons and the responsiveness of the app. Some suggested larger touch targets and clearer feedback when an action is performed.
- Search and Filtering:** The search function and filter options were a major focus. Users wanted more intuitive ways to refine their search results and better feedback when filters were applied.
- Visual Design:** Comments on the color palette, font choices, and overall aesthetic. Some users preferred a more modern or consistent look.

The sticky notes often include specific examples of what worked well or what caused confusion, along with suggestions for how to address these issues. This analysis provides a comprehensive view of user expectations and usability concerns for the current prototype.

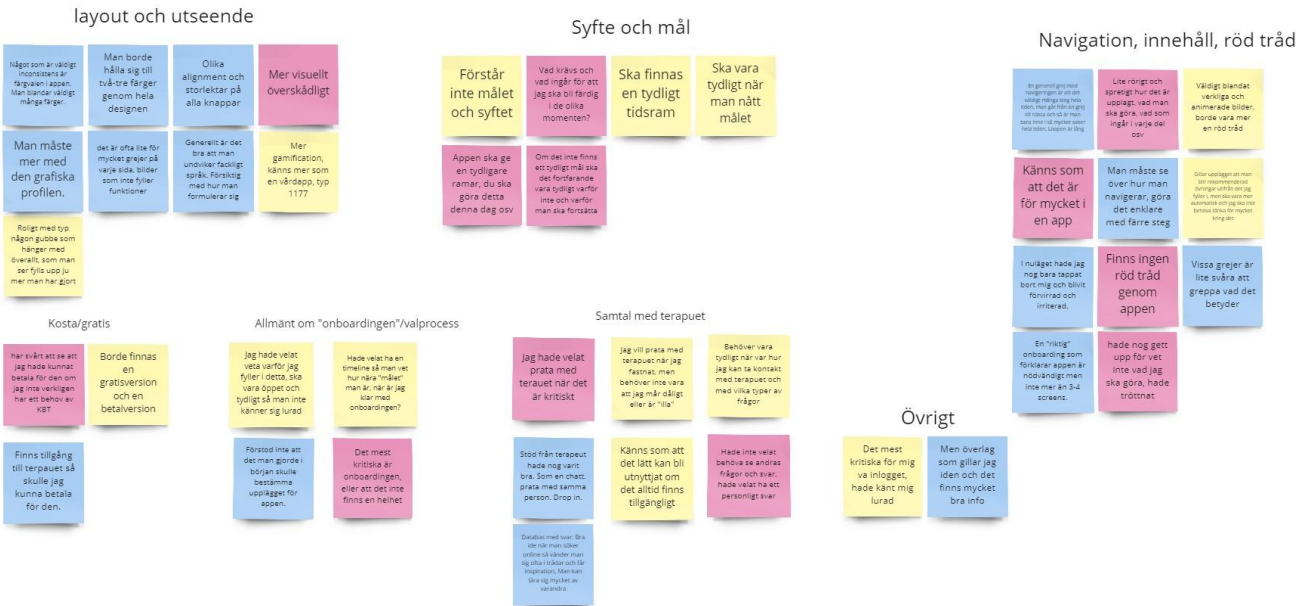
Användartester av nuvarande prototyp

The image displays a collection of screenshots from a mobile application, each annotated with user feedback notes. The screenshots include:

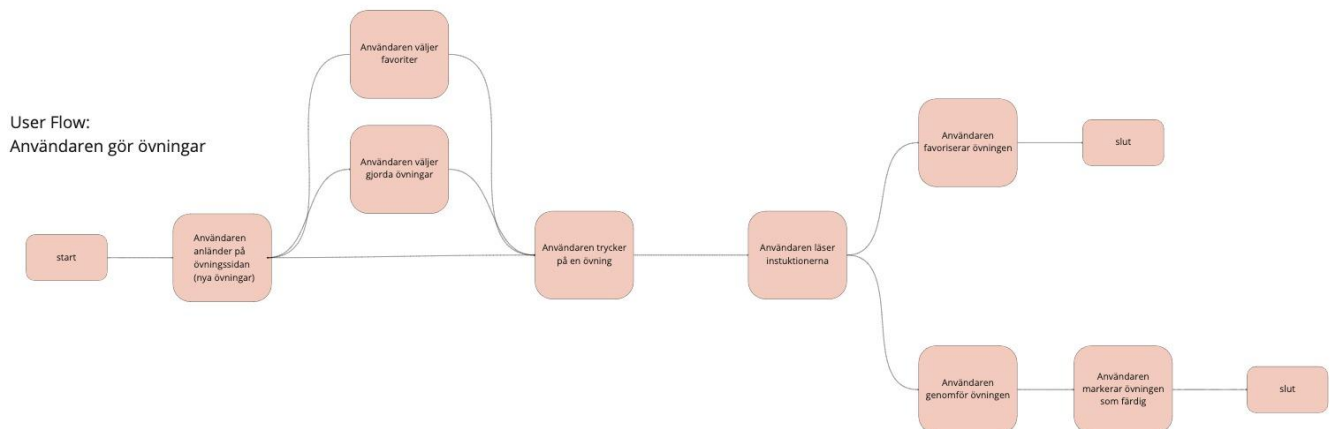
- BRA JOBBAT:** A screen showing a progress indicator with the number '2' and a 'Bra med utvärdering' (Good with evaluation) note.
- Rosa elefanten:** A screen with a pink elephant illustration and a 'Föreställ dig en rosa elefant' (Imagine a pink elephant) prompt. Feedback notes include 'Gillar detta, hade varit så mer så' (Like this, would have been even better) and 'Bra med timeline' (Good with timeline).
- Happy HABIT skolan:** A screen with a search bar and a list of items. Feedback notes include 'Ska vara ett bra sätt att visa saker' (Should be a good way to show things) and 'Ska vara ett bra sätt att visa saker' (Should be a good way to show things).
- Gasen & bronson:** A screen featuring a woman's video and a 'Starta quiz' button. Feedback notes include 'Lite oklar stilbild' (A bit unclear style) and 'Ska vara tydligt vad som är bakgrunden' (Should be clear what the background is).
- Min kompass:** A screen with a compass icon and a 'Tillbaka' (Back) button. Feedback notes include 'Bra att man gör en bedömning' (Good that you make an evaluation) and 'Svart text på blå bakgrund, håller inget' (Black text on blue background, doesn't work).

miro

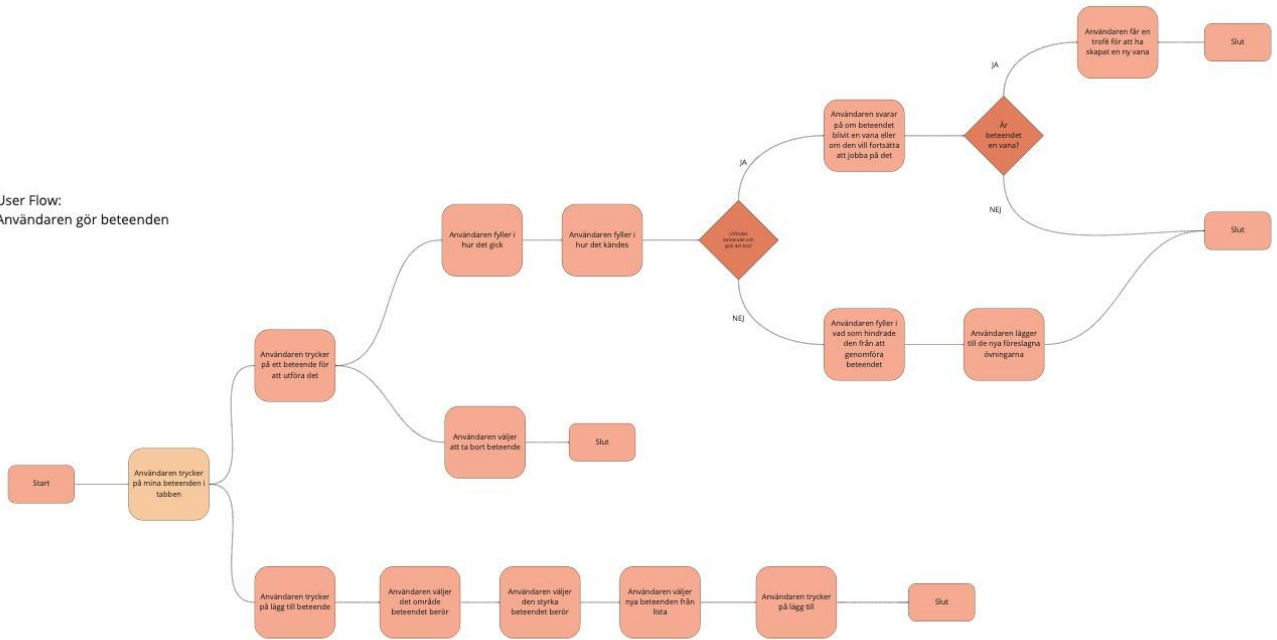
Allmänna synpunkter



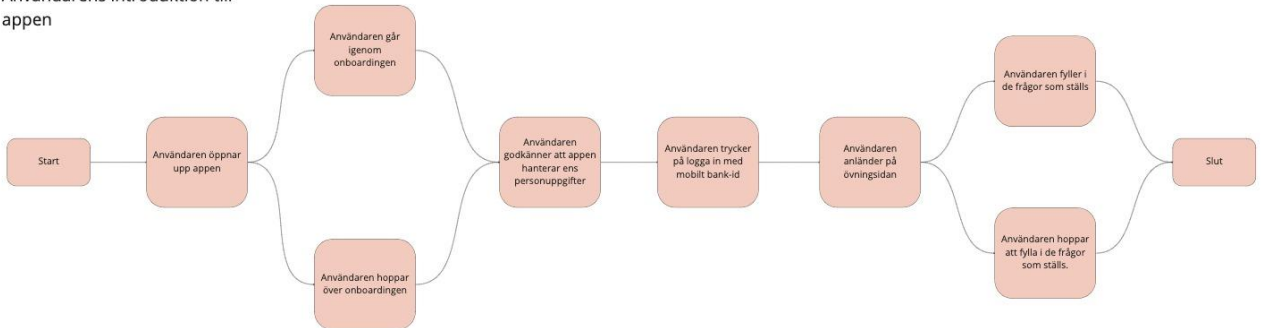
Bilaga 5: Användarflöden



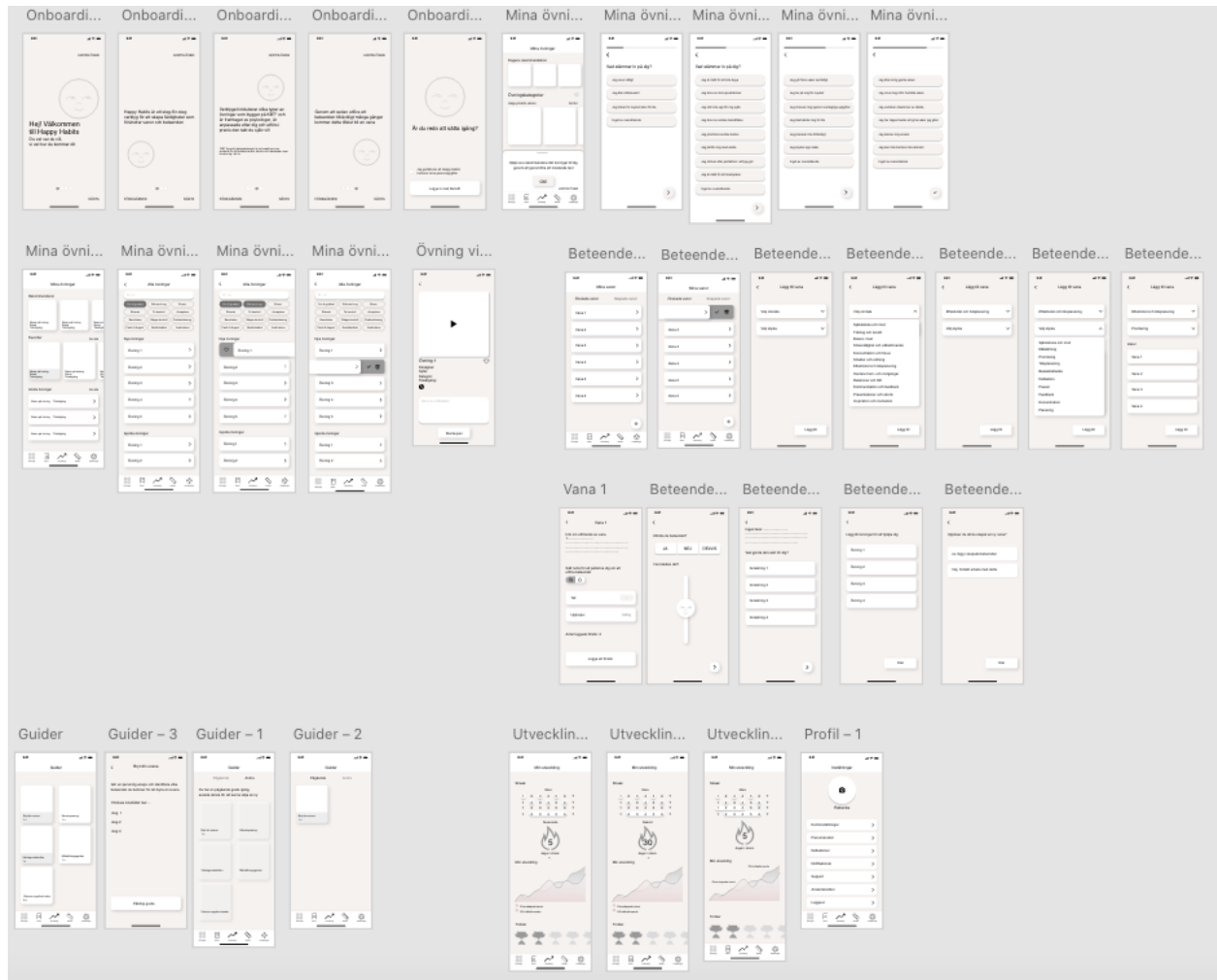
User Flow:
Användaren gör beteenden



User Flow:
Användarens introduktion till appen



Bilaga 6: Medium fidelity prototyp



Bilaga 7: Frågor till användartester Medium fidelity

Upplägg:

1. Klicka igenom appen och prata högt
2. Uppgifter:
 - Gå in och lägg till ny vana, sätt på notiser och sedan logga ett försök. Gå till sist in och se alla dina notiser efter detta
 - Gå in och se ditt streak-rekord
 - Lägg till övning 13 i favoriter & Gå in och se alla dina favoriserade övningar
 - Gör uppgift "rosa elefanten"
 - Påbörja "bryt en ovana" - guiden, se sedan vilka fler guider som finns
3. Frågor:
 - Något du hade velat ha på något att sätt?
 - Visa swipen och fråga om det känns intuitivt och bra
 - Hur hade ni velat ha de olika kategorierna i alla övningar?

- Hade ni velat att man också kan kategorisera utifrån typ av övning (ex ljudfil) och längd på övning?
- Förstod du dig på det inledande testet? Hade du velat ha rubriker till de fyra olika? Behövs "inget av ovanstående"?
- Hade du föredragit individuella notiser för varje vana eller allmänt notiser för att använda appen?
- Hade du föredragit med eller utan text i tabbar?
- Föredrar du symbol på övningar för att se vad det är för typ av övning?
- Vad tycker du om onboardingen och dess innehåll? Något som saknas?

Bilaga 8: Frågor till utvärdering High fidelity

Upplägg:

1. Scenario:
Du har fått ett tips av din kompis Susanne om appen Happy Habits. Hon har fått hjälp med att lära bli mer bekväm med att prata inför folk, och nu är du nyfiken på om det kan hjälpa dig att stressa mindre och avsätta mer tid för återhämtning i din vardag. Du har precis laddat ner appen i din telefon.
2. Öppna appen och bläddra runt, beskriv ditt första intryck, helhetsintrycket och känslan i appen.
3. Uppgifter:
 - Uppgift 1: "Du är lite osäker på var du ska börja någonstans. Försök hitta alla övningar som rekommenderas för dig"
 - Uppgift 2: "Du är sugen att kolla på en kort video, gå in i övningsbiblioteket, filtrera på video och starta igång en övning"
 - Uppgift 3: "Du vill börja arbeta på det du faktiskt laddade ner appen för (avsätta mer tid för återhämtning), lägg därför till denna som önskad vana"
 - Uppgift 4: "Förut fick du en notis för att ha fått en streak på fem dagar, gå och kolla på ditt rekord-streak"
 - Uppgift 5: "Några av vanorna i din "önskade vanor"-lista känner du att du är klar med och har skapat, flytta därför dessa till "mina etablerade vanor"
4. Frågor:
 - Vad fick du för första intryck?
 - Vilken känsla tycker du appen förmedlar?
 - Vad tycker du om utvecklingsidan? Upplever du att den ger dig något och vad?
 - Hur upplever du "uppgiftsbördan"? Känns appen lugn eller pådrivande? (uttryck harmoni + funktion pådrivande)
 - Breda frågor:
 1. Vem tror du ligger bakom appen?
 2. Be dem förklara deras uppfattning av konceptet av appen? Hur skulle du förklara det till en vän?
 3. Scenario, be de avsluta scenariot. (skulle du fortsätta använda appen?)
 4. Tror du att appen skulle passa in i din vardag och hur hade det då sett ut? I vilken mån tror du appen skulle hjälpa dig?

5. Vilket resultat vill du få och vad tror du att du hade uppnått det?
6. Vilken tid och ansträngning tror du appen kräver och vad hade du velat lägga ner?
7. Om du skulle jämföra detta med att gå i verklig KBT (till terapeut), tror du appen hade kunnat fungera som ett effektivt medel för KBT och personlig utveckling?
8. Avslutande scenario som innehåller frågan: Skulle du kunna använda appen i framtiden?



CHALMERS