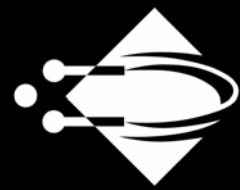


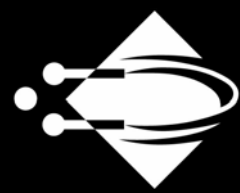
Procesmodel

Social software: Design & implementering

11. oktober

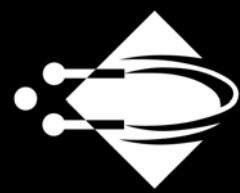


Før vi går i gang...



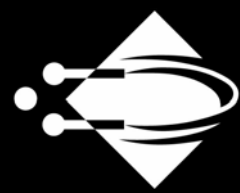
Deling af noter

Hvordan synes I, det går med det?



Selvvalgte temaer

Husk at tænke over dem til på tirsdag



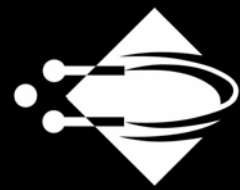
Procesmodel

Hvorfor arbejde processuelt? (15 minutter)

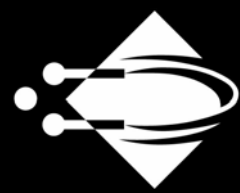
Et udgangspunkt for en proces (60 minutter)

Summeøvelse og diskussion: Styrker og svagheder ved procesmodellen (45 minutter)

Øvelser om opgaven (kl. 13-15)



Hvorfor arbejde processuelt?



Iterative processer vs. vandfaldsmodeller

Analyse



Design



Lancering



1

2

3

4

5

6



Fastlæggelse

Implementering

Drift

Analyse

Design

Lancering

1

2

3

4

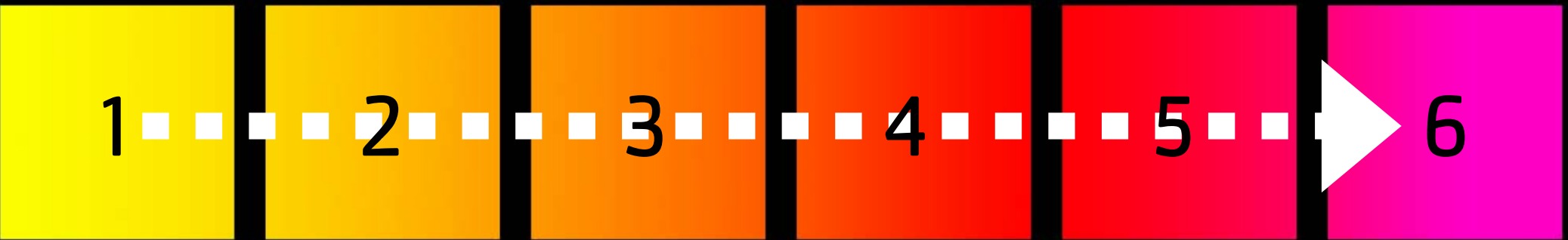
5

6

Fastlæggelse

Implementering

Drift



Analyse

Design

Lancering

1

2

3

4

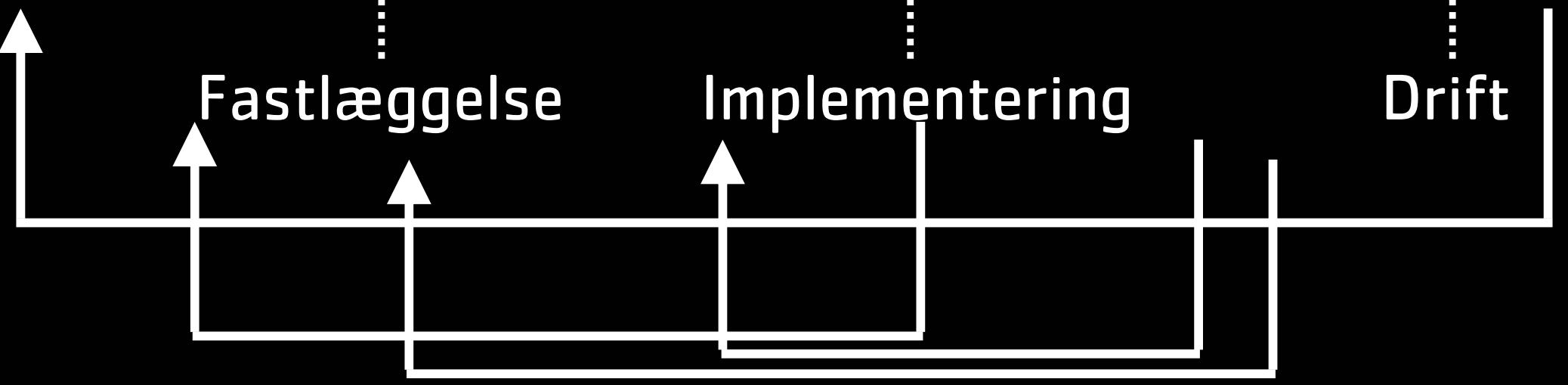
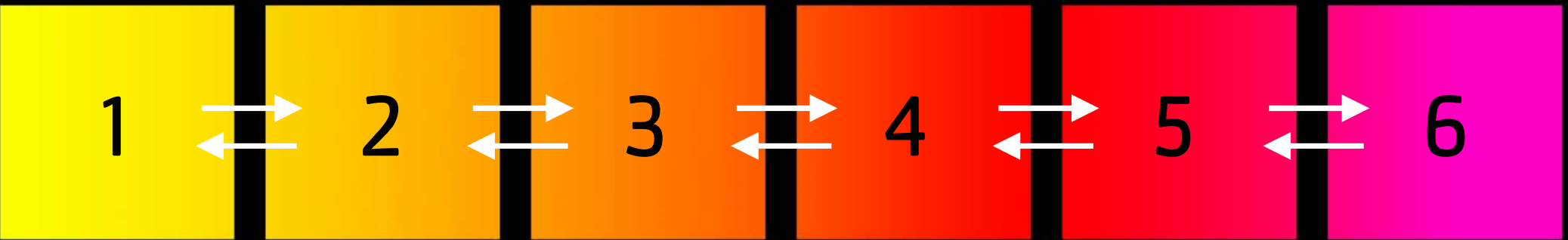
5

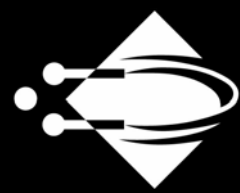
6

Fastlæggelse

Implementering

Drift



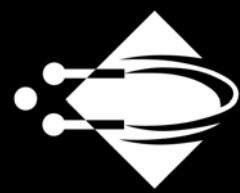


Fordele ved iterative processer

Alle kroge bliver afsøgt

En opdagelse i design-fasen kan have indflydelse på strategien

Anskueliggør, at projektet ikke bare er et projekt, men hele tiden lanceres

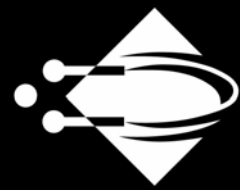


Fordele ved vandfaldsmodeller

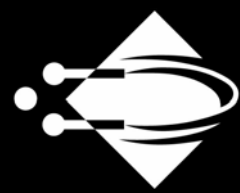
Organiserer uoverskuelige processer

Gør det nemmere at styre tidsplan og budget

Arbejder frem mod et præcist mål



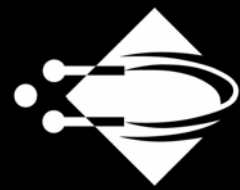
Hvorfor er web 2.0 altid i Beta?



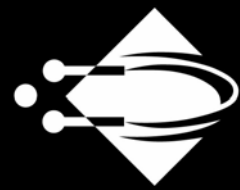
“Beta-modellen”

Prøver at tage det bedste fra iterative processer og vandfaldsmodellen – vi får noget online hurtigt og så kan vi altid tilpasse det

Stiller store krav til organiseringen



Et bud på en procesmodel for social software



Baseret på Bysteds webmodel,
der igen er baseret på bl.a. Goto

Analyse



Design



Lancering



1

2

3

4

5

6



Fastlæggelse

Implementering

Drift

1. Analyse/koncept

Målafklaring

Vision og mission

Sammenhæng med forretnings- og kommunikationsstrategi

Mål, formål, overordnede succeskriterier

Intern analyse

Organisationsanalyse – ressourcer og kultur

Sammenhæng med forretningsgange

Sammenhæng med eksisterende webunivers

Målgruppevurdering

Målgruppeanalyse, herunder relationer til organisationen

Bidragerkultur

Målgruppebeskrivelser

1. Analyse/koncept (fortsat)

Koncept

Idefase på baggrund af øvrige arbejde
Vurdering af krav til deltagerkultur og organisation

Sammenlignende analyser

Identifikation af lignende tjenester
Benchmark-analyse
Best practice-analyse
Positionering

Test af koncepter

Internt og eksternt

2. Fastlæggelse

Prioritering af koncepter og funktioner

Interaktionsdesign

Informationsarkitektur

Social usability

Deltaljeret funktionalitetsbeskrivelse -
løsningsbeskrivelse

Definition af indhold

Fastlæggelse af webpolitikker, succeskriterier

3. Design

Værdipositionering

Formidlingskoncept/kreativt koncept

Grunddesign

Design af funktioner og interaktioner

Brugervenlighed

Brugertest og tilretning

Formulering af brugerbetingsbetingelser

4. Implementering

Valg af teknisk platform

Estimering af budget, tidsplan

Montering af design

Udvikling af særlige funktioner

Tekniske sammenhænge til eksisterende løsninger

Uddannelse

Test og tilretninger

5. Lancering

Kvalitetssikring af design

Indlægning af indhold

Lanceringsplan

Udrulning

Kampagneaktiviteter

Kritisk masse

6. Drift

Løbende brugerkontakt

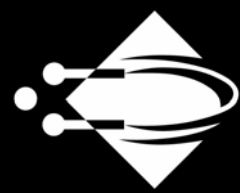
Løbende vurdering af brugerfeedback

Udvikling af nye funktioner

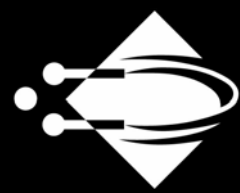
Tilpasninger og rettelser

Relanceringer og kampagneaktiviteter

Opfølgning på mål og succeskriterier



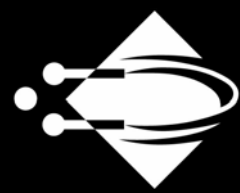
Summeøvelse (2 og 2 eller 3 og 3)



Brug 20 minutter på at diskutere følgende opgaver

1. Hvad er den største svaghed ved modellen?
2. Hvad er den største styrke ved modellen?
3. Udpeg tre aktiviteter, I savner i modellen

Tag evt. udgangspunkt i jeres projekt.



Øvelsestimer

Dem bruger vi på opgaven,
især problemformulering

Vi mødes her kl. 13