

Slutrapport projektgenomförande Funka Nu AB

Projektet är genomfört inom ramen för Post- och telestyrelsens (PTS) innovationstävling Innovation för alla.

Innehållsförteckning

FIGURFÖRTECKNING	3
TABELLFÖRTECKNING	4
1 PROJEKTSAMMANFATTNING	5
2 MÅLGRUPP OCH BEHOV	5
3 REDOGÖRELSE AV PROJEKTRESULTATET	6
3.1 BESKRIV KORTFATTAT PROJEKTETS MÅL OCH LEVERANSER	6
3.2 VIKTIGA INSIKTER	9
4 REDOGÖRELSE AV PROJEKTETS GENOMFÖRANDE	10
4.1 GENOMFÖRANDEPLAN/TIDPLAN	11
4.2 PROJEKTETS BUDGET	14
4.2.1 Kostnader för underleverantörer	15
4.3 PROJEKTETS ARBETSSÅTT	15
5 VAD HÄNDER NU?	16
BILAGA 1. MÅLGRUPPENS BEHOV OCH HINDER.....	18

Figurförteckning

FIGUR 1. SKÄRMAVBILD PÅ FUNKABUTIKENS STARTSIDA.....	6
FIGUR 2. SKÄRMAVBILD PÅ EN ÖVNINGSSIDA I FUNKABUTIKEN.	8
FIGUR 3. SKÄRMAVBILD PÅ ”LÄR DIG MER”-DELEN AV FUNKABUTIKEN.	9
FIGUR 4. SKÄRMAVBILD AV FUNKABUTIKENS WEBBSIDA FÖR HANDEDARE	11
FIGUR 5. SKÄRMAVBILD PÅ EN WEBBSIDA I FUNKABUTIKEN EFTER ATT ANVÄNDAREN HAR SVARAT RÄTT PÅ EN FRÅGA.	13
FIGUR 6. SKÄRMAVBILD PÅ FUNKABUTIKENS WEBBSIDA OM ATT BETALA MED KORT.....	16
FIGUR 7. SKÄRMAVBILD PÅ EN AV FUNKABUTIKENS WEBBSIDOR SOM VISAR ATT ANVÄNDAREN HAR KLARAT AV 6 AV 7 STEG I ÖVNINGEN OM KUNDUPPGIFTER.....	17

Tabellförteckning

TABELL 1. SAMMANSTÄLLNING AV PROJEKTETS BUDGET OCH UTFALL14

TABELL 2. SAMMANSTÄLLNING AV KOSTNADER FÖR UNDERLEVERANTÖREN FLOWERCUT15

1 Projektsammanfattning

Organisation/företag:

Funka Nu AB

Projekttitel:

Övningar för ökad färdighet med digitala betaltjänster

Projektets start- och slutdatum:

1 aug 2020 – 30 nov 2021

Kort beskrivning av projektet och dess syfte (max 200 tecken):

På Funkabutiken.se kan osäkra användare öva på att hitta, välja, beställa och betala varor på nätet i en trygg miljö. Övningar i form av ett spel med frågesport, filmer, fördjupningsinformation, ordlista och en handledarguide.

Kort beskrivning av projektets målgrupp och deras behov (max 200 tecken):

Alla som idag inte handlar på nätet eller är osäkra, obekväma eller oroliga för att handla och betala online; äldre och personer med kognitiva nedsättningar, behöver prova sig fram, repetera, få stöd och lära sig mer för att våga.

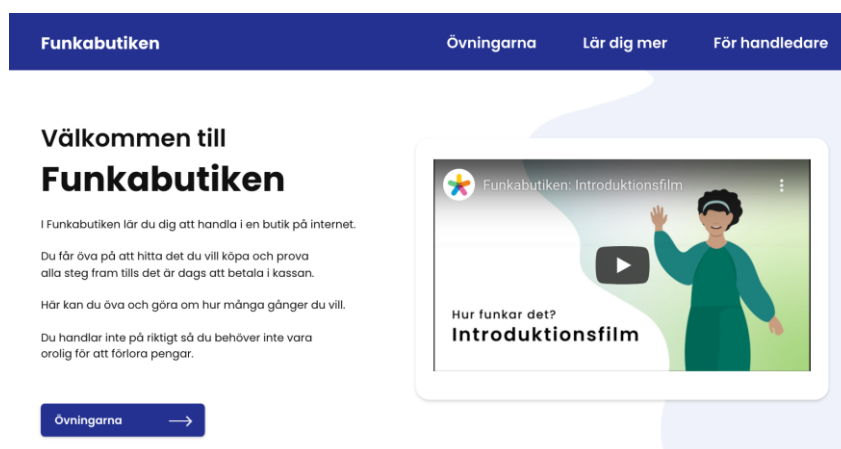
2 Målgrupp och behov

Projektet riktar sig till personer som av olika anledningar inte utnyttjar möjligheterna att använda digitala betaltjänster. Framför allt har vi fokuserat på personer med kognitiva funktionsnedsättningar, äldre och personer med situationsbaserade kognitiva besvär. Inom dessa målgrupper finns mycket stora variationer vad gäller förmågor och utmaningar, men vår förstudie och även andra undersökningar visar att gemensamt för många av dessa individer är att de känner sig osäkra, obekväma eller oroliga när de ska köpa något online. Det upplevs som svårt, krångligt eller lite obehagligt och därför är det lättare att helt avstå.

Genom att erbjuda en säker miljö där användarna kan prova olika moment flera gånger utan att det händer något (och utan att de riskerar att förlora pengar) tillmötesgår vi de önskemål och behov som vi identifierat. En kombination av

övningar på olika nivåer där användaren successivt lär sig mer för varje steg, får möjlighet att repetera hur många gånger som helst och därefter testas sina kunskaper i en frågesport tillgodoser dessa behov. För att skapa ytterligare motivation använder vi oss av spelifieringsteknik, där övningarna kombineras med en frågesport där användarna kan samla poäng. För användare som vill lära sig mer har vi tagit fram fördjupningsmaterial och filmer kring olika betal- och leveranssätt. För användare som är väldigt osäkra/nybörjare har vi kompletterat övningarna med en ordlista och förklaringar av begrepp som är bra att kunna. För att överbrygga oro ger vi information om hur man bäst handlar tryggt på nätet, i samarbete med Svenska Stölskyddsföreningen.

Den förändring som skett under projektets gång är att lagstiftning vad gäller tvåfaktorsautentisering har införts. Detta har påverkat projektets utformning eftersom vi har varit tvungna att lägga till information om detta i övningar och fördjupningsmaterial.



Figur 1. Skärmbild på Funkabutikens startsida.

3 Redogörelse av projektresultatet

3.1 Beskriv kortfattat projektets mål och leveranser

I projektet har vi utvecklat och designat en digital plattform (Funkabutiken.se) som lär ut hur man använder betaltjänster online. Utvecklingsarbetet har skett i nära samarbete med de målgrupper som identifierats; äldre, personer med kognitiva nedsättningar och personer med situationsbaserade kognitiva besvär. Totalt har

mer än 40 personer testat plattformen i olika stadier av utvecklingsprocessen och den feedback vi fått är oerhört positiv. Den yngsta testpersonen var 22 och den äldsta 89. I målgruppen äldre har testpersonerna haft varierande grad av förkunskaper, vissa äldre har även haft funktionsnedsättningar, fysiska eller kognitiva. I målgruppen personer med kognitiva nedsättningar har vi vinnlagt oss om en stor bredd och testat plattformen på personer med intellektuella funktionsnedsättningar, personer inom autism-spektrat, ADHD, stresskänslighet, koncentrationssvårigheter osv. Utöver övervakade användartester med testledare har tre dagliga verksamheter testat plattformen i grupp och återkopplat sina resultat via arbetsledarna.

En viktig del av det nära samarbetet med målgrupperna har varit den språkliga bearbetningen. Eftersom många i projektets målgrupper har svårigheter vad gäller att läsa och förstå skriftlig information har vi ägnat mycket tid till att testa och förfina varje del av texterna. En av Funkas experter på begripligt språk har gått igenom samtliga texter och dessa har även testats separat och i sitt sammanhang.

Utöver den språkiga bearbetningen har även Talande Webb implementerats för att säkerställa att även personer som saknar klientbaserade hjälpmedel kan få stöd vad gäller uppläsning, fokus/nedtoning, utformning och presentation av text vad gäller storlek och färgsättning.

Plattformen är utformad som en övningsbutik som lär ut hur det går till att handla online samtidigt som användarens säkerhet och motivation ökar. Såvitt vi vet är övningsbutiken den första i sitt slag och med tanke på den respons vi fått från både pensionärsorganisationer och dagliga verksamheter är vi säkra på att den kommer att få stor spridning och användas av många.

Baserat på resultat från användartesterna har övningarna kompletterats med fördjupningsinformation, en ordlista och handledarmaterial för att underlätta användning i grupp. Dessutom har vi skapat ett antal filmer, en lång rad illustrationer och material för demonstration av plattformen. Övningsbutiken är uppdelad i flera nivåer för att användarna ska kunna lära sig stegvis och successivt

öka svårighetsgraden. Med hjälp av spelifieringsteknik och ett mjukt designuttryck förmedlar övningsbutikens kunskap om digitala betaltjänster på ett lättligt sätt, vilket ökar användarnas motivation och självförtroende på området.

Genom de användartester som genomförts och den löpande kontakt vi haft med företrädare för målgrupperna har vi fått mycket positiva reaktioner och höga förväntningar på plattformens potential. Inte minst personal inom daglig verksamhet och seniorer som lär andra seniorer att bli mer digitala konstaterar att plattformen hjälper målgruppen att bli mer digital genom att träna upp dem att använda digitala betaltjänster på egen hand. Efter att ha genomfört övningarna upplever deltagarna större egenmakt och trygghet i användningen av digitala betaltjänster.

De allra flesta som testat övningsbutikens uppger att de antingen själva kan ha användning för den eller att de känner/känner till någon som de tror skulle vilja använda den. Tre av testpersonerna uppger att övningarna är för lätta eller inte passar dem.



Figur 2. Skärmbild på en övningssida i Funkabutiken.

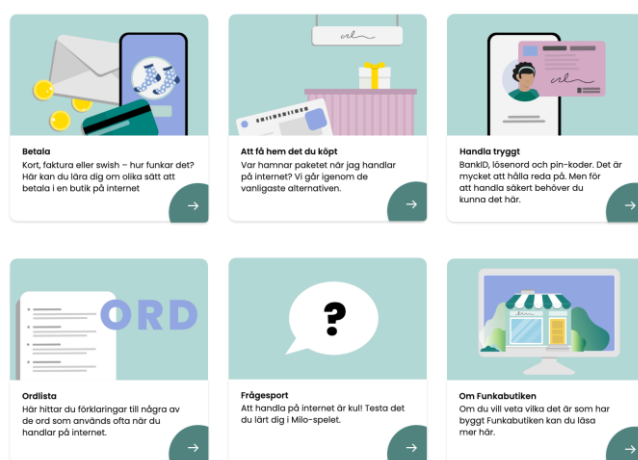
3.2 Viktiga insikter

En viktig lärdom som vi visserligen var väl medvetna om, men som accentuerats under användartesterna, är att många i målgrupperna saknar grundläggande kunskap om hur datorer och internet fungerar samt vad olika begrepp betyder. Projektet har hela tiden varit tvunget att begränsa sig vad gäller allmän IT-kunskap, som delar av målgrupperna också behöver.

En annan lärdom är att det har fungerat utmärkt att ta fram en tjänst för målgrupper med olika förutsättningar och orsaker till kognitiva funktionsnedsättningar. Projektet har bekräftat vår ingångspunkt att det finns gemensamma grundbehov av gränssnitt som är lätta att förstå och hantera över olika målgrupper. Detta är en viktig insikt som med fördel kan appliceras på andra projekt som handlar om behov inom kognitiv tillgänglighet.

En rekommendation som vi gärna delar med oss av är vikten av att ha gott om tid vid genomförande av användartester med personer som är ovana vid teknik. Framför allt när dessa på grund av pandemin genomförs online.

Samarbetet med Länsstyrelsen Skåne har fungerat väl och det har varit värdefullt att utöka vårt redan stora kontaktnät till olika intressenter med det nätverk som Länsstyrelsen byggt upp, framför allt i Skåne men även i övriga delar av landet. Det stora intresset som projektet har rönt från bankerna har i stor utsträckning baserats på de dialogmöten som Länsstyrelsen anordnar och där projektet presenterats.



Figur 3. Skärmbild på "Lär dig mer"-delen av Funkabutiken.

4 Redogörelse av projektets genomförande

Projektets genomförande har fungerat utmärkt och projektet har uppfyllt alla sina mål. Vi har inte upplevt några direkta fallgropar.

Under projekttiden har den UX-designer som var planerad att arbeta i projektet slutat och en ny UX-designer (Lisa Engström) har fått överta det ansvaret.

Personalbytet var väl planerat i god tid och har inte inneburit några problem eller fördröjningar.

Den största utmaningen har varit pandemin, vilken inneburit att alla användartester har behövt genomföras online. Eftersom projektets målgrupper är personer som inte är speciellt datorvana har detta ställt stora krav på avgränsade testscenarios och mycket support runt omkring testerna. Detta har krävt mer resurser än vad fysiska tester normalt sett gör, men det har samtidigt varit mycket lärorikt för projektgruppen.

En annan insikt var att det externa, befintliga, informations- och instruktionsmaterial kring exempelvis olika betalsätt och BankID som vi hade räknat med att kunna länka till i plattformens fördjupningsdel, inte är vare sig speciellt pedagogiskt eller tillräckligt lätt att förstå. Vår ursprungliga idé var att hellre länka till externt fördjupningsmaterial som producerats av ägare till/ansvariga för olika tjänster, än att skapa eget i projektet, eftersom det riskerar att bli inaktuellt väldigt fort. Men efter att ha kartlagt och analyserat det material som finns på internet valde vi ändå att skapa eget material, eftersom vi inte tyckte att det publika materialet höll måttet i förhållande till våra målgruppers behov.

En annan viktig lärdom är hur otroligt stort den här typen av spelifierat material med mängder av svarsalternativ blir, vilket i sin tur innebär utmaningar vid utveckling av prototyper och överföring från prototyper till html. Den stora mängden innehåll har också inneburit att arbetet med textbearbetning tagit längre tid än planerat.

Samarbetet med Länsstyrelsen Skåne har också inneburit en utökad kontaktyta och ytterligare potential för demonstration och spridning till relevanta målgrupper. Inte minst på grund av att många föreningar är lokalt eller regionalt förankrade och Länsstyrelsen finns representerad i hela landet.



Figur 4. Skärmbild av Funkabutikens webbsida för handledare

4.1 Genomförandeplan/tidplan

Projektet har till allra största del genomförts enligt plan, men två förändringar har skett:

På grund av pandemin har alla användartester genomförts online. Även möten i projektgruppen och med vår projektpartner har varit digitala. Förankring, spridning och demonstrationsevent har genomförts online. De ytterligare demonstrationsevent som på grund av planering utanför projektet genomförs veckan efter egentlig projektstart är också webbaserade. Detta har medfört att vi fått väsentligen större geografisk spridning och förmodligen nått fler personer. Resekostnaderna (budgeterade med egenfinansiering) har använts till ökade kostnader i samband med detta, vilket rapporterats i tidigare etappredovisning.

På grund av att det externa material vi planerat att hänvisa till inte visat sig vara passande för våra målgrupper har vi valt att producera eget material i stället. Detta har medfört ökade kostnader, vilket täckts dels genom omfördelning av budget från Länsstyrelsen till Funka och dels genom ökad egenfinansiering från Funkas sida. Vi har också valt att ta in en underleverantör för produktion av film som finansierats på samma sätt. Sammantaget har projektet producerat mer än ursprungligen planerat inom ramen för samma finansiering från PTS.

Under etapp 1 (augusti - september 2020) genomförde vi kompletterande intervjuer för att inhämta ytterligare användarbehov. Vi inventerade existerande betaltjänster och även de olika utbildnings- och informationsmaterial som redan finns. Vi samlade in och analyserade det material som tagits fram av Länsstyrelsen inom ramen för regeringsuppdraget kring betaltjänster som de arbetat med under flera år. Därefter sammanfattade vi samtliga krav och underlag vilket lade grunden för projektets utvecklingsarbete.

Under etapp 2 (oktober - december 2020) workshopade vi fram en kravspecifikation för plattformen tillsammans med Länsstyrelsen Skåne. Baserat på denna kravspecifikation utarbetade vi en första enkel Miro-skiss för hur de olika övningarnas alla steg, inklusive uppgifter, frågor, svarsalternativ och belöningar skulle fungera och samverka på ett pedagogiskt sätt.

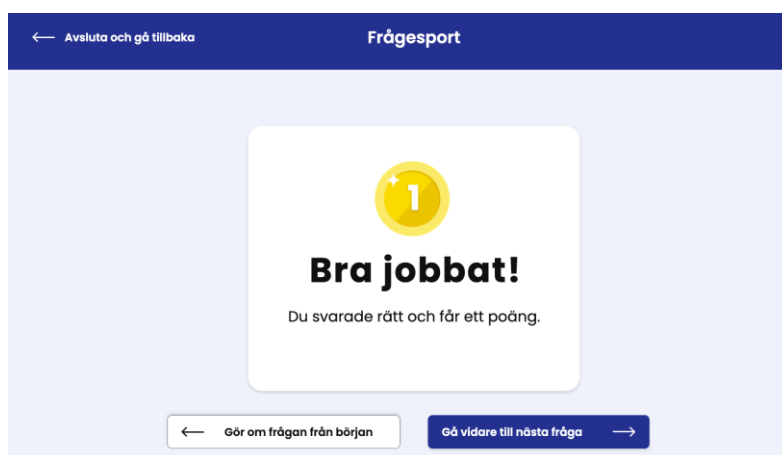
Under etapp 3 (januari - mars 2021) påbörjade vi användartesta de framtagna skisserna. Parallellt med detta började vi bearbeta texterna baserat på återkoppling från medverkande testpersoner. Skisserna förbättrades och förfinades iterativt baserat på testresultaten.

Under etapp 4 (april - juni 2021) utvecklade vi klickbara XD-prototyper och testade dessa i olika omgångar. Vi testade dels separata funktioner och objekt, dels hela flöden med breda testgrupper. Vi demonstrerade också plattformen för personal vid dagliga verksamheter, vilka därefter genomförde användartester, diskussioner och fokusgrupper med sina respektive brukare och återkopplade till oss. Utöver tester och vidareutveckling av prototypen genomförde vi ett antal dialogmöten med företrädare för målgrupperna. Parallellt med detta påbörjade vi den tekniska utvecklingen av plattformen i html och genomförde tekniska tester för att säkerställa tillgänglighet och användbarhet i de framtagna funktionerna. Slutligen tog vi fram ett första utkast till förvaltningsstrategi tillsammans med Länsstyrelsen Skåne.

Under etapp 5 (juli - september 2021) utvecklade vi plattformen och flyttade den från utvecklingsplattformen till sin slutgiltiga domän Funkabutiken.se, under

inloggningskydd och utan att lista domänen på Google. När allt material var migrerat genomförde vi ytterligare tekniska tester för att säkerställa tillgänglighet och de slutgiltiga användartesterna av allt material och samtliga flöden. Vi genomförde också fler förankringsaktiviteter, varav vissa organiserades av Länsstyrelsen Skåne.

Under etapp 6 (oktober - november 2021) tog vi fram egenproducerat fördjupningsmaterial och genomförde vi ett antal demonstrationsevent för olika användargrupper, vilka fungerade mycket bra och gav stor spridning. Vi har också fått möjlighet att genomföra två ytterligare demonstrations-event, dels för Länsstyrelsens nätverk inom ramen för ett dialogmöte den 8 december, dels som en del av Funkas serie Fredagswebbinarier den 10 december. I november undertecknade vi den slutgiltiga förvaltningsstrategin. Vi har sammanställt allt material kring återkoppling och utvärdering och skrivit slutrapporten.



Figur 5. Skärmbild på en webbsida i Funkabutiken efter att användaren har svarat rätt på en fråga.

4.2 Projektets budget

Poster	Budget		Utfall		Andel av totala kostnader (%)
	PTS finansiering	Egenfinansiering	PTS finansiering	Egenfinansiering	
Projektledning	55 000 kr	110 000 kr	55 000 kr	130 000 kr	2,8 %
Behovsfångst, inventering	126 500 kr	0 kr	126 500 kr	0 kr	6,4 %
Kartläggning	127 500 kr	0 kr	127 500 kr	0 kr	6,5 %
Analys av kravfångst och inventering	77 000 kr	0 kr	77 000 kr	0 kr	3,9 %
Kravspecifikation	49 000 kr	50 000 kr	49 000 kr	50 000 kr	2,5 %
Workshop utformning	212 000 kr	0 kr	212 000 kr	0 kr	10,8 %
Iterativ utveckling av skiss	195 000 kr	80 000 kr	195 000 kr	80 000 kr	9,9 %
Användartester	340 500 kr	0 kr	340 500 kr	0 kr	17,3 %
Tekniska tester	107 500 kr	30 000 kr	107 500 kr	30 000 kr	5,4 %
Iterativ utveckling av prototyp och slutgiltig produkt	316 000 kr	80 000 kr	316 000 kr	100 000 kr	16,1 %
Förankring	76 500 kr	0 kr	76 500 kr	0 kr	3,9 %
Förvaltningsmodell	76 500 kr	0 kr	76 500 kr	0 kr	3,9 %
Demonstration	106 800 kr	0 kr	106 800 kr	0 kr	5,4 %
Utvärdering	27 500 kr	0 kr	27 500 kr	0 kr	1,4 %
Rapportering	66 000 kr	0 kr	66 000 kr	0 kr	3,3 %
Resor	0 kr	24 000 kr	0 kr	24 000 kr	0 %
Licenser	0 kr	56 000 kr	0 kr	56 000 kr	0 %
Kostnader vid användartester	0 kr	9 000 kr	0 kr	9 000 kr	0 %
Summa	1 959 300 kr	439 000 kr	1 959 300 kr	479 000 kr	

Tabell 1. Sammanställning av projektets budget och utfall

4.2.1 Kostnader för underleverantörer

Underleverantör Flowercut

Poster	Budget	Utfall
Videoproduktion (som del av utveckling av slutgiltig produkt ovan)		13 750 kr
Summa		13 750 kr

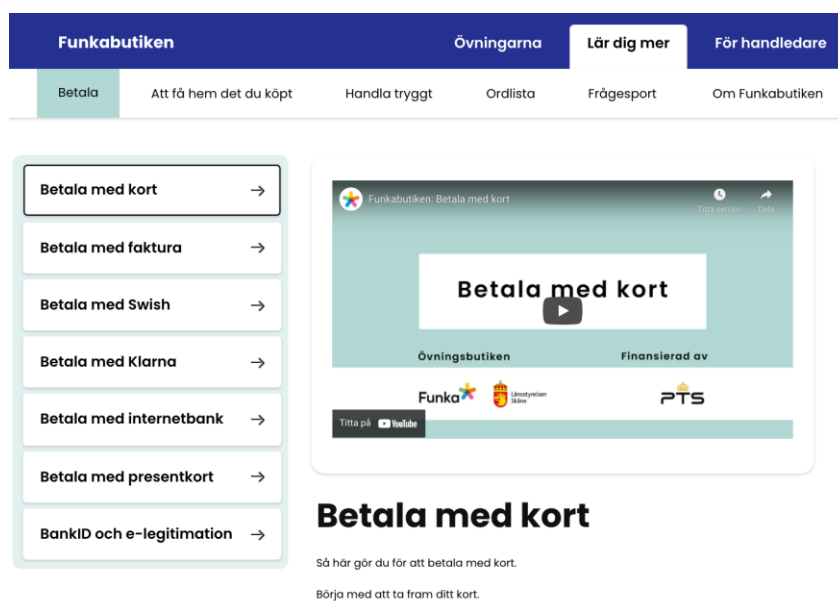
Tabell 2. Sammanställning av kostnader för underleverantören Flowercut

4.3 Projektets arbetsätt

Funkas projektgrupp har bestått av projektledning, testledare, språkexpert, utredare, interaktionsdesigner/UX-designer, ansvarig för användartester, utvecklare och tillgänglighetsexpert. Länsstyrelsen Skåne har haft två personer med lång erfarenhet av funktionshinderfrågor och länsstyrelsens arbete med betaltjänster som jobbat aktivt i alla delar av projektet. Därutöver har länsstyrelsens personal från IT, kommunikation och verksamhetsledning bidragit vid specifika arbetsuppgifter. Även medarbetare som är verksamma inom området betaltjänster och funktionsnedsättning i andra Länsstyrelser har bidragit till projektet.

Från Länsstyrelsen Skånes sida har Catharina Hellström Engström och Lisbet Smolka Ringborg medverkat aktivt genom hela projektet. De ansvarar för länsstyrelsens arbete med betaltjänster i Skåne. De har också den närmaste kontakten med målgruppen och kommer att ansvara för en del av de utåtriktade aktiviteterna och marknadsföringen av tjänsten.

Projektet har under hela projekttiden arbetat aktivt med förankring och informationsspridning till brukarorganisationer, pensionärsföreningar, dagliga verksamheter, enskilda individer med funktionsnedsättning, äldre och professionen. Genom Funkas och Länsstyrelsens olika nätverk och träffar har vi nått ut brett med förankring och information, vilket gjort att plattformen redan testats av ett stort antal personer i många olika sammanhang.



Figur 6. Skärmbild på Funkabutikens webbsida om att betala med kort.

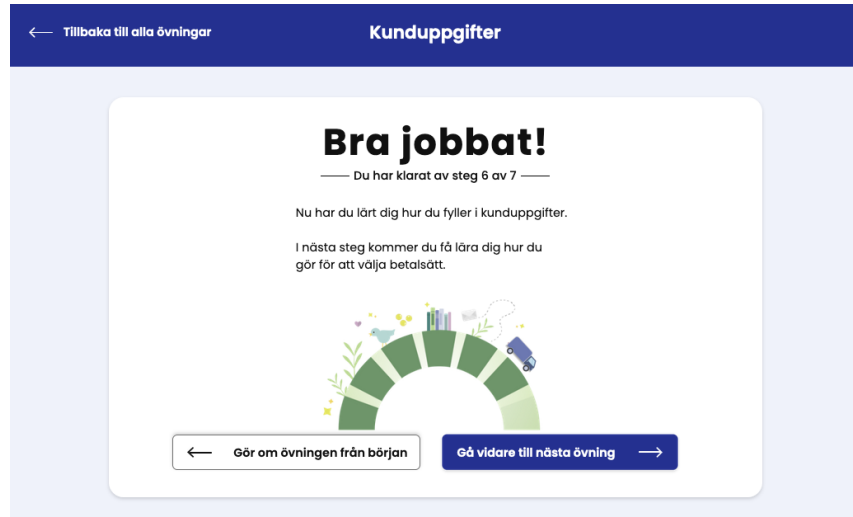
5 Vad händer nu?

Plattformen lanseras formellt vid de redan planerade spridningsevenen som genomförs i direkt anslutning till att projektet avslutas. Funka och Länsstyrelsen Skåne har arbetat fram en förvaltningsstrategi som säkerställer systemförvaltning, finansiell förvaltning, löpande uppdatering samt informationsspridning under 24 månader efter projektets slut.

Länsstyrelsen Skåne kommer inom ramen för sitt betaltjänstuppdrag fortsatt arbeta för att sprida information om plattformen och bidra till ökad användning. Funka kommer att använda plattformen i vår löpande verksamhet med olika målgrupper, och vi har goda förhoppningar om att framför allt pensionärsgupper som SeniorNet och olika dagliga verksamheter kommer att få stor användning av plattformen. Att den redan används innan den är helt färdig bådär gott för framtiden.

Plattformen är fri att använda för både självstudier och i grupp, men vi förutser att det kommer att vara betydligt lättare att nå ut med information om tjänsten till organisationer än till enskilda individer. Därför har vi fokuserat informationsspridningen till aktörer som arbetar med kunskapsöverföring på IT-området såsom studieförbund och pensionärsföreningar, men även dagliga

verksamheter och föreningar för personer med kognitiva nedsättningar. Utöver dessa målgrupper har vi sett ett stort intresse från exempelvis banker och e-handelsaktörer vad gäller att hänvisa eller direkt länka till materialet.



Figur 7. Skärmbild på en av Funkabutikens webbsidor som visar att användaren har klarat av 6 av 7 steg i övningen om kunduppgifter.

Bilaga 1. Målgruppens behov och hinder

Fyll i identifierade behov och hinder för respektive målgrupp samt vilken åtgärd ni identifierat för de olika hindren. I kolumnen

”Status” beskriver ni hur långt ni kommit i att åtgärda hindret.

Målgrupp	Identifierat behov	Identifierat hinder	Identifierad åtgärd	Status
Personer med kognitiva funktionsnedsättningar	Att bli mer självständig. Målgruppen har i varierande grad generell data-ovana, osäkerhet, svårighet att förstå sammanhang, okunskap om begrepp.	Onlinebutiker är röriga, gränssnitten komplexa, terminologin varierar.	Att kunna öva i ett enkelt gränssnitt, att kunna genomföra saker stegvis, att få okända begrepp förklarade.	Färdig: genom stegvisa övningar, tips och förklaringar får användaren lära sig att handla online i en trygg miljö. Informationen sker multimodalt med illustrationer, video och text. Svåra ord förklaras.
Äldre	Att bli motiverad att lära sig mer. Målgruppen har i varierande grad generell data-ovana, osäkerhet, oro för att bli lurad, svårighet att förstå begrepp.	Onlinebutiker är röriga, gränssnitten komplexa, terminologin varierar.	Att kunna prova på att handla i ett enkelt gränssnitt där man kan repetera, att få fördjupad information presenterad på ett enkelt sätt, att få okända begrepp förklarade.	Färdig: genom spelifieringen i övningsbutiken skapar vi motivation och nyfikenhet. Fördjupningsdelen, ordlistan och frågesporten samt de olika nivåerna gör att användare på olika nivåer lär sig i sin egen takt.

Målgrupp	Identifierat behov	Identifierat hinder	Identifierad åtgärd	Status
Övergående och situationsbaserade kognitiva besvär	Att kunna repetera för att återfå färdigheter och minnas. Målgruppen har behov av förenklade gränssnitt och att själv kunna bestämma hastighet och progression i lärandet.	Onlinebutiker är röriga, gränssnitten komplexa, terminologin varierar. Trots att det finns en bakomliggande logik blir intrycket att det kan fungera på väldigt många olika sätt.	Att i lugn och ro kunna öva och repetera samma steg flera gånger till det sitter. Att använda ett enkelt och i avskalat gränssnitt utan störande moment. Att öva stegvis på en sak i taget. Att få en påminnelse om hur det funkade och vad olika begrepp betyder.	Färdig: genom stegvisa övningar i ett enkelt gränssnitt med förklarande illustrationer kan användaren repetera varje moment efter behov. Kombinationer av text, ljud och bild gör att användaren kan välja olika format för att undvika hjärntrötthet.
Ovana/försiktiga användare	Att våra prova. Målgruppen har generell data-ovana, känner sig obekvämt och osäker, ofta finns också en oro för att bli lurad. Begrepp, objekt, sammanhang och flöde kan upplevas som ovana eller ologiska.	Onlinebutiker är röriga, gränssnitten komplexa, terminologin varierar. Trots att det finns en bakomliggande logik blir intrycket att det kan fungera på väldigt många olika sätt.	Att få tydliga instruktioner och kunna öva i lugn och ro i en enkel och trygg miljö. Att öva stegvis på en sak i taget. Att få okända begrepp förklarade och en möjlighet till fördjupad information.	Färdig: genom stegvisa övningar, tips och förklaringar får användaren lära sig att handla online i en trygg miljö. Informationen sker multimodalt med illustrationer, video och text. Svåra ord förklaras.