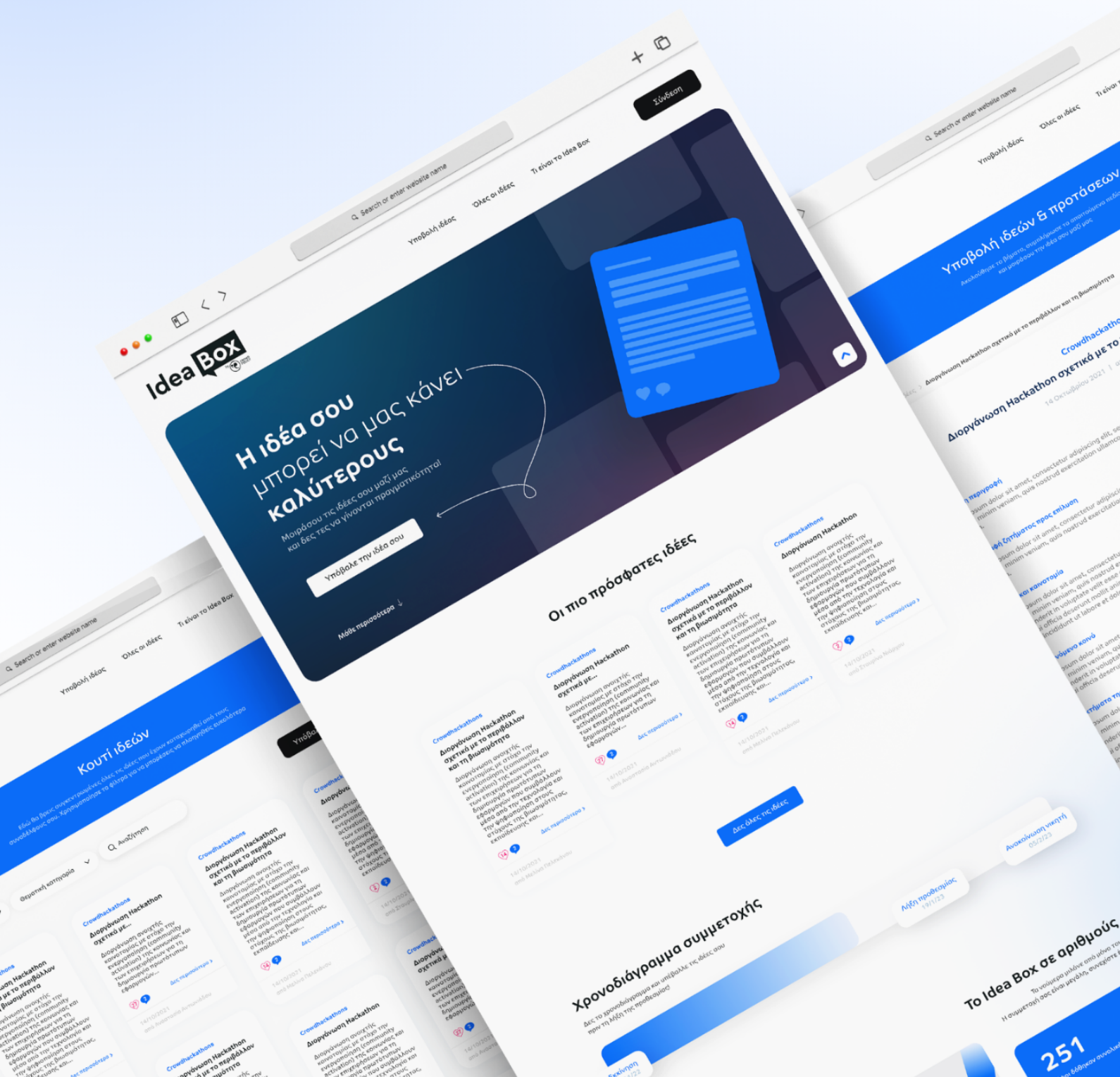


Idea Box

by  CROWD POLICY





ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΙΓΑΙΟΥ
ΤΜΗΜΑ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΑΣΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ

**Ηλεκτρονική υπηρεσία ιστού για την ενθάρρυνση της συμμετοχικής
σχεδίασης σε θέματα τεχνολογίας μεταξύ εργαζομένων και
στελεχών μιας επιχείρησης:
Μελέτη περίπτωσης για την εταιρεία Crowdpolicy.**

Διπλωματική εργασία που υπεβλήθη για τη μερική ικανοποίηση
των απαιτήσεων για την απόκτηση Διπλώματος

Κυριακή Μπατζαλή
Α.Μ.5112015073

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
Κουτσαμπάσης Παναγιώτης

ΤΡΙΜΕΛΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗ
Κουτσαμπάσης Παναγιώτης
Γαβαλάς Δαμιανός
Ρηγοπούλου Ειρήνη



UNIVERSITY OF THE AEGEAN
PRODUCT AND SYSTEM DESIGN ENGINEERING

**Online web service to encourage participatory design in matters of
technology among employees and executives of a business:
A case study for the Crowdpolicy company.**

Diploma thesis submitted in partial satisfaction of the requirements
for obtaining a Diploma

Kiriaki Batzali
A.M.5112015073

SUPERVISOR
Koutsabasis Panayiotis

THREE - MEMBER COMMITTEE
Koutsabasis Panayiotis
Gavalas Damianos
Rigopoulou Eirini

Δηλώνω υπεύθυνα ότι η διπλωματική εργασία είναι εξ' ολοκλήρου δικό μου έργο και κανένα μέρος της δεν είναι αντιγραμμένο από έντυπες ή ηλεκτρονικές πηγές, μετάφραση από ξενόγλωσσες πηγές και αναπαραγωγή από εργασίες άλλων ερευνητών ή φοιτητών. Όπου έχω βασιστεί σε ιδέες ή κείμενα άλλων, έχω προσπαθήσει με όλες μου τις δυνάμεις να το προσδιορίσω σαφώς μέσα από την καλή χρήση αναφορών ακολουθώντας την ακαδημαϊκή δεοντολογία.

Σύρος, Φεβρουάριος 2023

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς μου Χρήστο και Ευμορφία για την πολύτιμη στήριξή τους, όχι μόνο κατά τη διάρκεια εκπόνησης της διπλωματικής μου εργασίας, αλλά και καθ' όλη τη διάρκεια φοίτησής μου στο Πανεπιστήμιο.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες οφείλω επίσης, στον καθηγητή και επιβλέποντα της διπλωματικής μου εργασίας κ. Κουτσαμπάση Παναγιώτη για την καθοδήγηση, τις πολύτιμες συμβουλές και παρατηρήσεις επί της οργάνωσης, της δομής και του περιεχομένου της παρούσας εργασίας.

Θα ήθελα επίσης να ευχαριστήσω θερμά τους φίλους μου και ιδιαιτέρως τον φίλο μου Νίκο, για την κατανόηση που επέδειξαν στο δύσκολο διάστημα της εκπόνησης της διπλωματικής μου εργασίας.

Περίληψη

Η αυξημένη ευχρηστία και διαδραστικότητα των τεχνολογιών ιστού και η ανάγκη περιορισμού των μετακινήσεων των εργαζομένων λόγω των περιορισμών της πανδημίας, μεταξύ άλλων, έχουν συμβάλει στην ιδιαίτερη εξάπλωση των συστημάτων συμμετοχικού σχεδιασμού και λήψης αποφάσεων. Παραδείγματα τέτοιων συστημάτων γενικού σκοπού είναι οι πλατφόρμες συνεργασίας Miro, Trello, κ.α., τα συστήματα μηνυμάτων και συντονισμού όπως τα Slack, Discord, οι πλατφόρμες πρωτοτυποποίησης ιστού όπως το Figma, κ.α. Επιπλέον, έχει αναδειχθεί η ανάγκη υποστήριξης των εργαζομένων σε εταιρείες τεχνολογίας να συνεργάζονται συχνά με τηλεργασία να συζητούν και να λαμβάνουν αποφάσεις. Σε αυτό το πλαίσιο, ο σκοπός της διπλωματικής εργασίας είναι η σχεδίαση, υλοποίηση και αξιολόγηση μιας υπηρεσίας ιστού, όπου οι εργαζόμενοι θα έχουν τη δυνατότητα να προτείνουν ιδέες και λύσεις για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες, που θα μπορούσαν να εφαρμοστούν για τους πελάτες της, ακόμα και για τα προϊόντα που παράγει για την ίδια.

Η βασική ιδέα για την υλοποίηση της υπηρεσίας είναι αυτή του εσωτερικού διαγωνισμού καινοτομίας για την εταιρεία. Στόχος της πλατφόρμας είναι να αναδειχθούν καινοτόμες λύσεις μέσα από ένα κλίμα ομαδικότητας και συνεργασίας, όπου οι εργαζόμενοι θα έχουν την δυνατότητα να εκφράσουν την γνώμη τους και να συμβάλλουν στην βελτίωση των προϊόντων και των υπηρεσιών της εταιρείας, με έναν δημιουργικό τρόπο, που θα ενισχύσει το συλλογικό πνεύμα και θα προσφέρει επιβράβευση και αναγνώριση. Η πλατφόρμα αξιοποιείται από την εταιρεία Crowdpolicy, όπου και έχει χρησιμοποιηθεί και αξιολογηθεί με ενθαρρυντικά αποτελέσματα.

Περιεχόμενα

01. Εισαγωγή	9
1.1 Πρόλογος	9
1.2 Στόχοι	10
1.3 Δομή διπλωματικής εργασίας	10
1.3.1 Έρευνα Υποβάθρου	10
1.3.2 Έρευνα Πλαισίου	11
1.3.3 Σχεδίαση Υπηρεσίας	11
1.3.4 Αξιολόγηση	12
1.3.5 Συμπεράσματα	12
02. Έρευνα υποβάθρου	14
2.1 Συμμετοχικός σχεδιασμός (Participatory design)	14
2.1.1 Η έννοια του συμμετοχικού σχεδιασμού	14
2.1.2 Ιστορία και προέλευση του συμμετοχικού σχεδιασμού	14
2.1.3 PICTIVE: Παράδειγμα προσέγγισης συμμετοχικού σχεδιασμού	15
2.1.4 Πλεονεκτήματα συμμετοχικού σχεδιασμού	16
2.2 Πληθοπορισμός	17
2.2.1 Η έννοια του πληθοπορισμού	17
2.2.2 Εσωτερικός πληθοπορισμός	19
2.2.3 Οφέλη και προκλήσεις της χρήσης του εσωτερικού πληθοπορισμού	20
2.2.4 Το κίνητρο των συμμετεχόντων στις διαδικασίες του πληθοπορισμού	23
2.3 Καλές πρακτικές και τάσεις στις πλατφόρμες συμμετοχικότητας	24
03. Έρευνα πλαισίου	28
3.1 Μελέτη περίπτωσης - Crowdpolicy	28
3.1.1 Η εταιρεία της Crowdpolicy	28
3.1.2 Προϊόντα διαβούλευσης της Crowdpolicy	28
3.1.3 Design brief	33
3.1.4 Απευθυνόμενο κοινό	34
Αναζήτηση πλαισίου	34
Συνεντεύξεις	35
Personas	43
3.1.5 Περιορισμοί	45
3.2 Ανάλυση ανταγωνιστών	50
3.2.1 OpenIDEO	50
3.2.2 Canny.io	52
3.2.3 Wazoku	53
3.3 Σχεδιαστικές τάσεις διεπαφών χρήστη	54
3.4 Λειτουργίες ηλεκτρονικής υπηρεσίας	59
04. Σχεδίαση υπηρεσίας Idea Box	62

4.1 Διαδικασία	62
4.2 Σχεδιασμός εταιρικής ταυτότητας	62
4.2.1 Ονομασία και έμπνευση σχεδιασμού λογοτύπων	62
4.2.2 Logo ideation	63
4.2.3 Σχεδιαστική ταυτότητα Idea Box	68
4.4 Πρωτότυπο	70
4.4.1 Σχεδίαση αρχιτεκτονικής πληροφοριών	70
4.4.2 Περιορισμοί και γενικά στοιχεία σχεδίασης	71
4.4.3 Σχέδια οθονών	72
05. Αξιολόγηση	110
5.1 Σκοπός αξιολόγησης	110
5.2 Βήματα αξιολόγησης	110
5.2.1 Μέθοδος αξιολόγησης	110
5.2.2 Εργαλείο μέτρησης ευχρηστίας SUS	111
5.2.3 Καθορισμός εργασιών	112
5.2.4 Επιλογή συμμετεχόντων	112
5.2.5 Εξοπλισμός και χώρος διεξαγωγής	112
5.3 Αποτελέσματα αξιολόγησης	113
5.3.1 Ποιοτικά αποτελέσματα	113
5.3.2 Ποσοτικά αποτελέσματα SUS	114
5.4 Διορθώσεις μετά την αξιολόγηση	115
0.6 Συμπεράσματα	119
6.1 Συμπεράσματα	119
6.2 Σκέψεις για το μέλλον	119
0.7 Κατάλογος εικόνων	122
0.8 Παράρτημα	125
8.1 Αποτελέσματα ερωτηματολογίου αξιολόγησης Β' Ομάδας	125
8.2 Αποτελέσματα ερωτηματολογίου αξιολόγησης System Usability Scale (SUS)	127
0.9 Αναφορές	132

01

Εισαγωγή

01. Εισαγωγή

1.1 Πρόλογος

Η σύγχρονη κοινωνία τείνει να αλλάζει εντελώς τη νοοτροπία και τη στάση της απέναντι στην εργασία, σε πολλά σημεία της ανθρώπινης ιστορίας, αναπροσαρμόζοντας τα δεδομένα στη νέα πραγματικότητα και ανάλογα τις ανάγκες που προκύπτουν ανά τους καιρούς. Συνήθως ο μετασχηματισμός προέρχεται από την εξέλιξη της τεχνολογίας και την οικονομική ανάπτυξη, αλλά στην περίπτωση μας αξιοσημείωτο ρόλο έπαιξε η πανδημία του Covid-19, η οποία έφερε εξαιρετικά μεγάλες αλλαγές παγκοσμίως, ανοίγοντας ταυτόχρονα τις πόρτες για μια αλλαγή που θα ορίσει τις επόμενες δεκαετίες.

Μία από τις βασικότερες ανατροπές που έφερε λοιπόν η πανδημία στον τομέα του εργασιακού περιβάλλοντος, είναι αυτή του ψηφιακού μετασχηματισμού. Οι επιχειρήσεις, ανεξαρτήτως μεγέθους, αναγκάστηκαν να προσαρμοστούν γρήγορα στα μέτρα αυτο-απομόνωσης που συνέστησαν οι κυβερνήσεις παγκοσμίως. Έτσι ένα μεγάλο ποσοστό του εργαζόμενου πληθυσμού ξεκίνησε να εργάζεται από το σπίτι (το λεγόμενο πλέον WFH ή αλλιώς Work From Home) και μάλιστα, πολλοί δεν θα επιστρέψουν καθόλου στα γραφεία τους, καθώς σε πολλές περιπτώσεις αποδείχτηκε πως τα εργασιακά καθήκοντα μπορούν να πραγματοποιηθούν και εξ αποστάσεως. Αυτό βέβαια δε θα μπορούσε να έχει επιτευχθεί χωρίς την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών, των προηγμένων τηλεπικοινωνιακών δικτύων, των συνεργατικών εφαρμογών και πλατφορμών επικοινωνίας (Slack, Microsoft Teams, Zoom, Google Hangouts κ.λπ.). Η χρήση τους και η ένταξή τους στις διαδικασίες του τρόπου εργασίας καταστάθηκε απαραίτητη για τη διασφάλιση της λειτουργικότητας και της παραγωγικότητας των επιχειρήσεων και των οργανισμών. Οι πλατφόρμες μεταμόρφωσαν τον κόσμο της εργασίας, όχι μόνο αποτελώντας κόμβο συνεργασίας, αλλά και παρακολουθώντας και να οργανώνοντας τον τρόπο εργασίας (Trello, Jira κ.α.).

Η τηλεργασία, όπως προαναφέραμε, αποτέλεσε το πρώτο βήμα που υιοθετήθηκε ευρύτατα από τις πρώτες κιόλας μέρες της πρωτοφανούς κρίσης που βιώσαμε. Πέραν όμως της επιτυχούς προσομοίωσης του περιβάλλοντος του γραφείου στο σπίτι, οι διοικήσεις των επιχειρήσεων κλήθηκαν να δημιουργήσουν και να εξελίξουν καινοτόμους, δημιουργικούς και αποτελεσματικούς τρόπους (διαδικτυακά σεμινάρια με ειδικούς του κλάδου, εικονικές προκλήσεις και διαγωνισμούς, διαδικτυακά μαθήματα κ.α.), για να προσελκύσουν τους υπαλλήλους με έναν πιο υγιή τρόπο κατά τη διάρκεια αυτής της δύσκολης περιόδου. Οι δραστηριότητες αυτές είναι επωφελείς όχι μόνο για τους εργαζομένους που εργάζονται από το σπίτι, αλλά και για τις ίδιες τις επιχειρήσεις. Οι εργαζόμενοι από τη μια νιώθουν πιο δεμένοι με την εκάστοτε εταιρεία με αποτέλεσμα να είναι περισσότερο αφοσιωμένοι στους εργασιακούς τους στόχους και να είναι πιο παραγωγικοί, κατά τη διάρκεια της τηλεργασίας, ενώ οι επιχειρήσεις εξελίσσονται και αναπτύσσονται μαζί με τους εργαζομένους τους.

Ένα ακόμη πρόβλημα που κλήθηκαν να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις στα πλαίσια της προσαρμογής τους στις προκλήσεις που έφερε η πανδημία και κυριότερα η ύπαρξη φυσικής

απόστασης μεταξύ οργανισμών και εργαζομένων, ήταν το πρόβλημα της πολυπλοκότητας των θεμάτων προς επίλυση και συνεπώς της λήψης γρήγορων και ορθών αποφάσεων, με το ελάχιστο δυνατό ρίσκο. Έτσι σε συνδυασμό με την αυξημένη ευχρηστία και διαδραστικότητα των τεχνολογιών ιστού, που αναφέραμε παραπάνω, την ανάγκη περιορισμού των μετακινήσεων των εργαζομένων λόγω των περιορισμών της πανδημίας και την εύρεση βέλτιστων λύσεων και πρακτικών προς όφελος του κοινού συνόλου, έχει παρατηρηθεί σταδιακή αύξηση της συμμετοχής του κοινού στη διαδικασία λήψης αποφάσεων, και συνεπώς εξάπλωση των συστημάτων συμμετοχικού σχεδιασμού.

Λαμβάνοντας λοιπόν υπόψη τις εξελίξεις που διαδραματίζονται στο χώρο εργασίας ενόψει της πανδημίας, καθώς και την ανάγκη για ενεργή συμμετοχή των εργαζομένων και στελεχών στις διαδικασίες της επιχείρησης, και την ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ τους, κρίνεται απαραίτητο να μελετήσουμε τη σπουδαιότητα της ύπαρξης των ψηφιακών εργαλείων και πιο συγκεκριμένα εκείνων των πλατφόρμων συμμετοχικότητας. Η ύπαρξή τους διαδραματίζει μεγάλο ρόλο στα πλαίσια της εργασίας, προκειμένου να βελτιστοποιήσει την ομαδική εμπειρία αντί της ατομικής, καθώς και να ενισχύσει το αίσθημα των εργαζομένων ότι συνδημιουργούν ανταλλάσσοντας απόψεις με ανθρώπους που έχουν τον ίδιο σκοπό.

1.2 Στόχοι

Η παρούσα διπλωματική εργασία θέτει ως κεντρικό ερώτημα προς διερεύνηση την ενθάρρυνση της συμμετοχικής σχεδίασης σε θέματα τεχνολογίας μεταξύ εργαζομένων και στελεχών μιας επιχείρησης.

Οι στόχοι της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι οι εξής:

1. Η ανάδειξη της ανάγκης ύπαρξης των πλατφορμών συμμετοχικότητας στο εργασιακό περιβάλλον
2. Η ανάπτυξη λύσης για την ουσιαστική συμμετοχή των εργαζομένων και μετόχων της επιχείρησης της Crowdpolicy στην σχεδιαστική διαδικασία προϊόντων και υπηρεσιών της
3. Το παραγόμενο προϊόν να ανταποκρίνεται στην έρευνα υποβάθρου και πλαισίου που θα έχει προηγηθεί
4. Να πραγματοποιηθεί αξιολόγηση του παραγόμενου προϊόντος, με στόχο την βέλτιστη απόδοσή του

1.3 Δομή διπλωματικής εργασίας

Για τη συγγραφή της παρούσας διπλωματικής εργασίας, θα ακολουθηθεί η παρακάτω δομή:

1.3.1 Έρευνα Υποβάθρου

Στόχος του δεύτερου κεφαλαίου, αυτού της έρευνας υποβάθρου, αποτελεί η ανάλυση όλων εκείνων των στοιχείων που αποτελούν θεμέλιο για τη σχεδίαση του συστήματος. Πιο συγκεκριμένα, μέσα από μια βιβλιογραφική ανασκόπηση, που αξιοποιεί επιστημονική γνώση και ερευνητικά δεδομένα, παρουσιάζεται αρχικά η έννοια του συμμετοχικού σχεδιασμού, η ιστορία

του, μερικά βασικά του πλεονεκτήματα, καθώς και ένα παράδειγμα εφαρμογής του, με στόχο τη βαθύτερη κατανόηση της υπαρξής του. Σειρά έχει η παρουσίαση της έννοιας του πληθοπορισμού (crowdsourcing) και η σύντομη αναδρομή στην εφαρμογή του ανά τα χρόνια, με στόχο να γίνει έπειτα εμβάθυνση σε έναν πιο συγκεκριμένο τύπο, αυτόν του εσωτερικού πληθωρισμού (internal crowdsourcing), στον οποίο και δίνεται έμφαση στα οφέλη του, καθώς και στις προκλήσεις που μπορεί να χρήζουν ιδιαίτερης προσοχής. Το κεφάλαιο κλείνει με τη συγκέντρωση μερικών από τις καλύτερες πρακτικές και τάσεις που συναντώνται στις πλατφόρμες συμμετοχικότητας, αντικείμενο που θα μας απασχολήσει και θα μας φανεί χρήσιμο αναμφισβήτητα αργότερα κατά τη διαδικασία του καθορισμού προδιαγραφών.

1.3.2 Έρευνα Πλαισίου

Το τρίτο κεφάλαιο, εμβαθύνει στο περιβάλλον στο οποίο προορίζεται να χρησιμοποιηθεί το προς ανάπτυξη προϊόν. Η εμβάθυνση αυτή κρίνεται απαραίτητη, καθώς το σύστημα θα πρέπει να διαμορφωθεί ανάλογα και να ανταποκρίνεται στις συγκεκριμένες ανάγκες του περιβάλλοντος. Για να το πετύχουμε αυτό, γνωρίζουμε την εταιρεία της Crowdpolicy αρχικά μέσα από το πλαίσιο οργάνωσης και λειτουργίας της, και στη συνέχεια εξετάζοντας δύο από τις πιο επιτυχημένες πλατφόρμες ψηφιακής διακυβέρνησης και συμμετοχικότητας που έχει αναπτύξει. Έπειτα ακολουθεί ο καθορισμός του brief στο οποίο κατανοούμε τι πρόκειται να σχεδιαστεί στη συνέχεια, με βάση την έρευνα που έχει προηγηθεί. Από την έρευνα πλαισίου δε θα μπορούσε να λείπει η ανάλυση του απευθυνόμενου κοινού, καθώς με τη βοήθεια των συνεντεύξεων που διεξήχθησαν, προέκυψαν πολύ χρήσιμες πληροφορίες και δημιουργήθηκαν personas. Η επισήμανση των περιορισμών στην συνέχεια κρίνεται άκρως απαραίτητη για την αποφυγή λαθών, αργότερα κατά τη διάρκεια σχεδιασμού. Πιο συγκεκριμένα οι περιορισμοί αφορούν την εταιρική ταυτότητα της Crowdpolicy, την ομάδα υλοποίησης, την πλατφόρμα υλοποίησης Wordpress, το layout, την τυπογραφία και το responsiveness. Από την έρευνα πλαισίου δε θα μπορούσε να λείπει η ανάλυση ανταγωνιστών, κατά την οποία έχουμε τη δυνατότητα να εντοπίσουμε δυνατά σχεδιαστικά και λειτουργικά σημεία, που μπορούν να μας φανούν χρήσιμα κατά την σχεδίαση. Ακολουθούν οι σχεδιαστικές τάσεις του σχεδιασμού διεπαφών για το 2022 και έπειτα. Τέλος, με βάση όσα έχουν προηγηθεί, το κεφάλαιο κλείνει καθορίζοντας αναλυτικά τις λειτουργικές απαιτήσεις του συστήματος προς σχεδίαση, οι οποίες στη συνέχεια θα αποτελέσουν οδηγό για την ανάπτυξη της ηλεκτρονικής υπηρεσίας.

1.3.3 Σχεδίαση Υπηρεσίας

Το τέταρτο κεφάλαιο ξεκινάει με την περιγραφή της διαδικασίας που θα ακολουθηθεί κατά τη σχεδίαση. Με βάση λοιπόν τα brand guidelines της εταιρείας, που προηγήθηκαν σε προηγούμενο κεφάλαιο, καθώς και τις σημερινές σχεδιαστικές τάσεις στον τομέα των ιστοσελίδων, ολοκληρώνεται η εύρεση της ονομασίας, και ο σχεδιασμός της αισθητικής ταυτότητας της ψηφιακής υπηρεσίας, στην οποία θα βασιστεί αισθητικά το παραγόμενο προϊόν. Συνέχεια έχει η σχεδίαση της αρχιτεκτονικής πληροφορίας, η οποία έχει ως στόχο την μέγιστη δυνατή δόμηση της πληροφορίας που θα περιέχει το τελικό προϊόν. Επόμενο βήμα αποτελεί η δημιουργία του

πρώτου πρωτοτύπου της ψηφιακής υπηρεσίας, καθώς και η αναλυτική περιγραφή των λειτουργιών που παρέχει η κάθε οθόνη, ομαδοποιημένες καταλλήλως.

1.3.4 Αξιολόγηση

Αφού ολοκληρωθεί η φάση σχεδίασης του πρώτου πρωτοτύπου, ακολουθεί η αξιολόγησή του από τους τελικούς χρήστες, μία διαδικασία άκρως απαραίτητη, καθώς αποσκοπεί στον εντοπισμό τυχόν αστοχιών στη σχεδίαση του και συνεπώς στη βελτίωση της υλοποίησης. Πριν την διεξαγωγή της αξιολόγησης, καθορίζεται ο σκοπός της, ενώ στην συνέχεια ακολουθεί ο καθορισμός της μεθόδου αξιολόγησης που θα ακολουθηθεί. Στα πλαίσια της μεθόδου αξιολόγησης εντάσσεται και το ερωτηματολόγιο System Usability Scale (SUS), ένα εργαλείο το οποίο είναι υπεύθυνο για τη μέτρηση ευχρηστία του συστήματός μας. Εξίσου σημαντικά σημεία της αξιολόγησης αποτελεί η επιλογή των συμμετεχόντων, καθώς και ο καθορισμός των εργασιών που καλούνται να φέρουν εις πέρας. Τέλος, ακολουθεί η παρουσίαση των αποτελεσμάτων της αξιολόγησης τα οποία χωρίζονται σε ποιοτικά και ποσοτικά, έχοντας στη μία περίπτωση όλα τα σχόλια των συμμετεχόντων της αξιολόγησης, και στην άλλη περίπτωση τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου SUS. Τα συμπεράσματα αυτά είναι εξαιρετικά χρήσιμα καθώς είναι εκείνα τα οποία θα καθορίζουν ορισμένες από τις βελτιώσεις του προϊόντος, που θα πραγματοποιηθούν στο επόμενο κεφάλαιο, ενώ θα αποτελέσουν και βελτιώσεις για το μέλλον.

1.3.5 Συμπεράσματα

Στο πέμπτο κεφάλαιο αναφέρονται όλα τα συμπεράσματα που προκύπτουν μετά την ολοκλήρωση της υλοποίησης της διαδικτυακής υπηρεσίας, καθώς και οι προτάσεις για μελλοντική έρευνα για τη βελτίωση της. Ακολουθούν τα κεφάλαια με τον κατάλογο εικόνων, το παράρτημα, καθώς και τις αναφορές και τις πηγές που χρησιμοποιήθηκαν για την σύνταξη της παρούσας διπλωματικής εργασίας.

02

Έρευνα υποβάθρου

02. Έρευνα υποβάθρου

2.1 Συμμετοχικός σχεδιασμός (Participatory design)

2.1.1 Η έννοια του συμμετοχικού σχεδιασμού

Η συμμετοχή του κοινού στη διαδικασία λήψης αποφάσεων έχει αποδειχθεί ότι αποτελεί έναν αποτελεσματικό τρόπο απόκτησης πληροφοριών και απόψεων για την ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών. Για το λόγο αυτό κρίνεται χρήσιμο να γνωρίσουμε την έννοια του συμμετοχικού σχεδιασμού, μια έννοια σταθμό στην ιστορία της αλληλεπίδρασης ανθρώπου και υπολογιστή.

Ο συμμετοχικός ή αλλιώς ή συνεργατικός σχεδιασμός είναι μια προσέγγιση σχεδιασμού η οποία προωθεί την διεύρυνση της συμμετοχής των πολιτών στον σχεδιασμό και την διαδικασία λήψης αποφάσεων. Χρησιμοποιείται σε ένα ευρύ φάσμα ζητημάτων (έρευνα αγοράς, κοινωνικές έρευνες κ.λπ.) και από διάφορες επιστημονικές ειδικότητες (οικονομολόγους, κοινωνιολόγους, περιβαλλοντολόγους, κ.ά.), ενώ η εμπλοκή των πολιτών, είναι άμεση σε όλα τα στάδια της διαδικασίας σχεδιασμού, αλλά και στις αποφάσεις για τη μετέπειτα χρήση του, με στόχο τη διασφάλιση ότι το παραγόμενο αποτέλεσμα καλύπτει τις πολιτιστικές, συναισθηματικές, πνευματικές και πρακτικές ανάγκες τους και έχει νόημα να χρησιμοποιηθεί. Οι Maarten Pieters και Stefanie Jansen περιγράφουν τον συν-σχεδιασμό ως μέρος μιας ολοκληρωμένης διαδικασίας συν-δημιουργίας, η οποία αναφέρεται στη «διαφανή διαδικασία δημιουργίας αξίας σε συνεχή, παραγωγική συνεργασία, με τους τελικούς χρήστες να παίζουν κεντρικό ρόλο» και καλύπτει όλα τα στάδια μιας αναπτυξιακής διαδικασίας. (Pieters, Maarten; Jansen, Stefanie, 2017). Τέλος σύμφωνα με τους Muller & Kuhn, ο συμμετοχικός σχεδιασμός είναι μια δημοκρατική διαδικασία σχεδιασμού (κοινωνικών και τεχνολογικών) συστημάτων που περιλαμβάνουν ανθρώπινη εργασία, που βασίζεται στο επιχείρημα ότι οι χρήστες πρέπει να συμμετέχουν στα σχέδια που θα χρησιμοποιήσουν και ότι όλοι οι ενδιαφερόμενοι, συμπεριλαμβανομένων και ιδιαίτερα των χρηστών, έχουν ίση συμβολή στον σχεδιασμό αλληλεπιδράσεων (Muller & Kuhn, 1993).

2.1.2 Ιστορία και προέλευση του συμμετοχικού σχεδιασμού

Η ιδέα για τη συμμετοχή των χρηστών στις σχεδιαστικές διαδικασίες ρίζωσε για πρώτη φορά στην Ευρώπη ήδη από τη δεκαετία του 1960, και πιο συγκεκριμένα στη Σκανδιναβία, όπου συνδέθηκε στενά με το δημοκρατικό κίνημα στο χώρο εργασίας και αργότερα σε τροποποιημένη μορφή, στην Αγγλία. Ισχυρά εργατικά συνδικάτα, που ενήργησαν ως συνήγοροι των εργαζομένων, και μια ιστορία κοινωνικοτεχνικών προσεγγίσεων που υποστήριζαν τη σημασία της κοινωνικής διάστασης της εργασίας σε σχέση με την τεχνολογία, παρείχαν νόμιμο έδαφος σε όσους ήγειραν ανησυχίες για τον χώρο εργασίας και τις κοινωνικές επιπτώσεις των νέων τεχνολογιών (Muller, Michael J. and Sarah Kuhn, 1993).

Αυτές οι πρώιμες εκδοχές του συμμετοχικού σχεδιασμού έδωσαν έμφαση σε ένα τρόπο σχεδιασμού βασισμένο σε εργασιακές πρακτικές που λαμβάνουν χώρα στο περιβάλλον του εργαζομένου, ενώ ταυτόχρονα υποστήριξαν την ενδυνάμωση τους να «κωδικοποιήσουν την

ανάπτυξη του πληροφοριακού συστήματος και του χώρου εργασίας τους» (Clement & Besselaar, 1993). Στη βιβλιογραφία εμφανίζεται για πρώτη φορά το 1965 (Damer, S., & Hague, C., 1971).

Η έννοια του συμμετοχικού σχεδιασμού εφαρμόστηκε σε έργα όπως το UTOPIA, το FLORENCE και το DEMOS, καθώς και σε διεθνή συνέδρια όπως για παράδειγμα το Information Systems Research Seminar (IRIS), ενώ το πρώτο διεθνές συνέδριο συμμετοχικού σχεδιασμού πραγματοποιήθηκε στο Σιάτλ το 1990 και από τότε πραγματοποιούνται στις Ηνωμένες Πολιτείες κάθε δύο χρόνια. Πηγαίνοντας πίσω στη δεκαετία του 1980, το πιο δημοφιλές έργο συμμετοχικής σχεδίασης, που έδινε τη δυνατότητα στους εργαζόμενους να συμμετάσχουν στις οργανωτικές, εργασιακές πρακτικές στο χώρο εργασίας τους, ήταν το Σκανδιναβικό έργο UTOPIA (Bødker, Ehn, Kammergaard, Kyng, & Sundblad, 1987). Πιο συγκεκριμένα το έργο UTOPIA (1981–1984) είχε ως βασικό σκοπό τον σχεδιασμό πρωτοτυποποιησιμων και κατασκευάσιμων εργαλείων και περιβαλλόντων υπολογιστών, που θα μπορούσαν να ενισχύσουν τις προσπάθειες των εργαζομένων, για βελτίωση των συνθηκών εργασίας και την ποιότητα της εργασιακής τους ζωής. Το έργο αυτό κατάφερε να καταρρίψει κάθε περιορισμό για συμμετοχή των εργαζομένων, καθώς και να δημιουργήσει νέα εργαλεία και τεχνικές για την ενθάρρυνση της συμμετοχής τους στις οργανωτικές διαδικασίες, παρ'όλο που δεν κατέληξε σε ολοκληρωμένα εμπορικά προϊόντα (Ehn, 1989).

Ο συμμετοχικός σχεδιασμός έχει εφαρμοστεί ανά καιρούς με διάφορους τρόπους, με τη συμβολή του χρήστη άλλες φορές να είναι πιο περιορισμένη και άλλες να ενθαρρύνεται. Σε μερικά έργα οι εισροές των χρηστών εξετάζονται από επαγγελματίες σχεδιαστές, μια προσέγγιση που ονομάζεται συμβουλευτικός σχεδιασμός, ενώ στην αντίθετη περίπτωση η πλήρης εξουσία των χρηστών στο παραγόμενο αποτέλεσμα αποκαλείται συναινετικό σχέδιο (Mumford, 1981). Κατά τις δεκαετίες του 1970 και του 1980, μια προσέγγιση με το όνομα “Joint Application Design”, αναπτύχθηκε από την εταιρεία της IBM στις Ηνωμένες Πολιτείες και τον Καναδά (Αύγουστος 1991) και συνδύαζε τον συμβουλευτικό και συναινετικό σχεδιασμό ταυτόχρονα. Συγκρίνοντας αυτή την προσέγγιση με αυτή του συμμετοχικού σχεδιασμού, το “Joint Application Design” δίνει περισσότερη έμφαση στη δυναμική των ομάδων και τον καταϊγισμό ιδεών, αφού οι χρήστες γίνονται μέλη των ομάδων σχεδιασμού, μέχρι την ολοκλήρωση του έργου προς υλοποίηση.

Αργότερα, στις αρχές της δεκαετίας του 1990, η σκανδιναβική προσέγγιση του δημοκρατικού σχεδιασμού προσαρμόστηκε και επεκτάθηκε εντός της κοινότητας της αλληλεπίδρασης ανθρώπου - υπολογιστή (HCI) με τη μορφή του συμμετοχικού σχεδιασμού στην προσέγγιση PICTIVE. Η προσέγγιση αυτή αποτελεί την πιο γνωστή μέχρι και σήμερα έννοια στο HCI, ένα όραμα του (Muller, 1991), την οποία θα δούμε αναλυτικότερα στο επόμενο κεφάλαιο.

2.1.3 PICTIVE: Παράδειγμα προσέγγισης συμμετοχικού σχεδιασμού

Η προσέγγιση PICTIVE αφορά τον ομαδικό σχεδιασμό πρωτοτύπων με τη χρήση γραφικής ύλης, καθώς και άλλων μη τεχνολογικών εργαλείων, με στόχο την απαλλαγή των συμμετεχόντων από αισθήματα ανταγωνισμού, λόγω πιθανών διαφορετικών δεξιοτήτων και εξοικείωσης με τεχνολογικά μέσα. Στόχος της προσέγγισης αυτής είναι η συνεργασία των μελών της ομάδας, για

την εύρεση τεχνολογικών λύσεων, οι οποίες θα υποστηρίζουν τον τρόπο εργασία τους ανάλογα τις ανάγκες τους.

Η διαδικασία που ακολουθείται σύμφωνα με τη προσέγγιση PICTIVE έχει τα εξής βήματα:

1. Εισαγωγή στο υπόβαθρο και τον τρόπο σκέψης που έχει κάθε ομάδα (χρήστες και επαγγελματίες).
2. Συζήτηση των σχεδιαστικών στόχων που αφορούν το πρόβλημα προς επίλυση, με στόχο να τεθούν οι κατάλληλες βάσεις και να υπάρξει αμοιβαία κατανόηση σχετικά με την εκτέλεση του σχεδιασμού.
3. Πρόταση ιδεών από τους συμμετέχοντες με τη χρήση των εργαλείων που παρέχονται και αιτιολόγηση προτάσεων
4. Ομαδική συνεργασία συμμετεχόντων με σκοπό την πρόταση βελτιώσεων και αλλαγών και αιτιολόγηση προτάσεων.
5. Αξιολόγηση αποτελεσμάτων. Πολλές φορές η διαδικασία καταγράφεται σε βίντεο, για περαιτέρω μελέτη και αξιολόγηση. Στις περισσότερες περιπτώσεις, επιλέγεται ταυτόχρονα και η συμβουλευτική σχεδίαση, στην οποία οι χρήστες εκφράζουν τις προτάσεις τους, αλλά η τελική ευθύνη για το παραγόμενο σχέδιο, κατέχεται από τους επαγγελματίες σχεδιαστές.

Η προσέγγιση PICTIVE έχει αξιολογηθεί ανεπίσημα στα πλαίσια πολλών έργων σχεδιασμού πραγματικών προϊόντων (Muller, 1991), ενώ οι χρήστες που έχουν συμμετάσχει αναφέρουν ότι πρόκειται για μια ευχάριστη διαδικασία κατά την οποία λαμβάνουν μεγάλη ικανοποίηση να συμμετέχουν και να βλέπουν ότι οι ιδέες τους εισακούγονται και περιλαμβάνονται στο παραγόμενο αποτέλεσμα.

2.1.4 Πλεονεκτήματα συμμετοχικού σχεδιασμού

Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενο κεφάλαιο, από τη δεκαετία του 1960 και μετά παρατηρήθηκε αυξανόμενη ζήτηση για μεγαλύτερη συνεκτίμηση των απόψεων της κοινότητας στη λήψη σημαντικών αποφάσεων. Έτσι, ήδη από την πρώτη κιάλας εμφάνιση της έννοιας του συμμετοχικού σχεδιασμού, τα παραγόμενα αποτελέσματα των διαδικασιών που πραγματοποιούνταν, κατάφεραν να γίνουν αναπόσπαστα μέρη της εργασιακής ζωής των εργαζομένων και να ενσωματωθούν στον τρόπο εργασίας των επαγγελματιών σχεδιαστών, ενώ ταυτόχρονα διασφαλίστηκε η ομαλότερη προσαρμογή μεταξύ τεχνολογίας και των τρόπων που οι εργαζόμενοι θέλουν να εργάζονται.

Έτσι, πολλοί επαγγελματίες σχεδιασμού και διευθυντές άρχισαν να συνειδητοποιούν ότι οι δεξιότητες και οι εμπειρίες των εργαζομένων πρέπει να αποτελούν βασικά συστατικά για το σχεδιασμό και την οργανωτική υλοποίηση των συστημάτων υπολογιστών και της εργασίας που υποστηρίζουν, αφού χρησιμοποιώντας ένα ευρύ φάσμα βιώσιμων μεθοδολογιών και συμμετοχικών μεθόδων, ο συμμετοχικός σχεδιασμός έχει τη δυνατότητα να ενθαρρύνει τη συμμετοχή των χρηστών στις διαδικασίες σχεδιασμού και να τους εισάγει σε συστήματα βασισμένα στην τεχνολογία στα πλαίσια του περιβάλλοντος εργασίας.

Ξεκινώντας από τα βασικότερα, ο συμμετοχικός σχεδιασμός όπως έχουμε προαναφέρει αναφέρεται σε ένα αναπτυσσόμενο πεδίο έρευνας που δίνει έμφαση στο σχεδιασμό συστημάτων που είναι ανοιχτά και συνεργατικά. Εν συνεχεία, πρόκειται για ένα μέσο το οποίο ενθαρρύνει τους εργαζομένους να συμμετέχουν και να συμβάλλουν στην συνδιαμόρφωση αποτελεσμάτων από κοινού. Κατά τη διαδικασία του συμμετοχικού σχεδιασμού αναπτύσσεται ένα κοινωνικό περιβάλλον σεβασμού στη διαφορετικότητα, εμπιστοσύνης και ανοικτού διαλόγου, ενώ δραστηριοποιεί τους συμμετέχοντες να ενδιαφερθούν και να δράσουν με έναν παραγωγικό και παράλληλα ευχάριστο τρόπο. Κρίνεται σημαντικό να αναφέρουμε ότι μέσω της συλλογικής προσπάθειας και της ενεργοποίησης διαλόγου μεταξύ πολλών διαφορετικών και συχνά αντικρουόμενων απόψεων, αναπτύσσονται νέες λύσεις και διαφορετικές προοπτικές, ενώ ταυτόχρονα αναπτύσσεται η δημιουργικότητα των εμπλεκόμενων. Ένα ακόμη σημαντικό όφελος αποτελεί το γεγονός ότι τα αποτελέσματα του συμμετοχικού σχεδιασμού βασίζονται σε ολοκληρωμένη και ενημερωμένη ανάλυση των συνθηκών που επικρατούν στο πεδίο προς διερεύνηση. Η συνεργασία των συμμετεχόντων που διαθέτουν διαφορετικά γνωσιακά υπόβαθρα και εμπειρίες, καθώς και το γεγονός ότι αποτελούν τους άμεσα ενδιαφερόμενους του πεδίου το οποίο ερευνάται, εξασφαλίζει ότι η το παραγόμενο έργο θα ανταποκρίνεται σε πραγματικές ανάγκες και όχι υποθέσεις, ενώ θα μειώνεται η πιθανότητα αποτυχίας (Kensing, F., & Blomberg, J., 1998). Τέλος, μετά την ολοκλήρωση της υλοποίησης, η συμμετοχή των εμπλεκόμενων στη διαδικασία συμμετοχικού σχεδιασμού, διασφαλίζει τη βιωσιμότητα του έργου, αφού οι επωφελούμενοι αυτού ήταν οι ίδιοι με τους συμμετέχοντες στη λήψη των αποφάσεων του σχεδιασμού του, με αποτέλεσμα να νιώθουν ότι έχουν λόγο, θεμελιώδη κυριότητα και ευθύνη του παραγόμενου αποτελέσματος.

2.2 Πληθοπορισμός

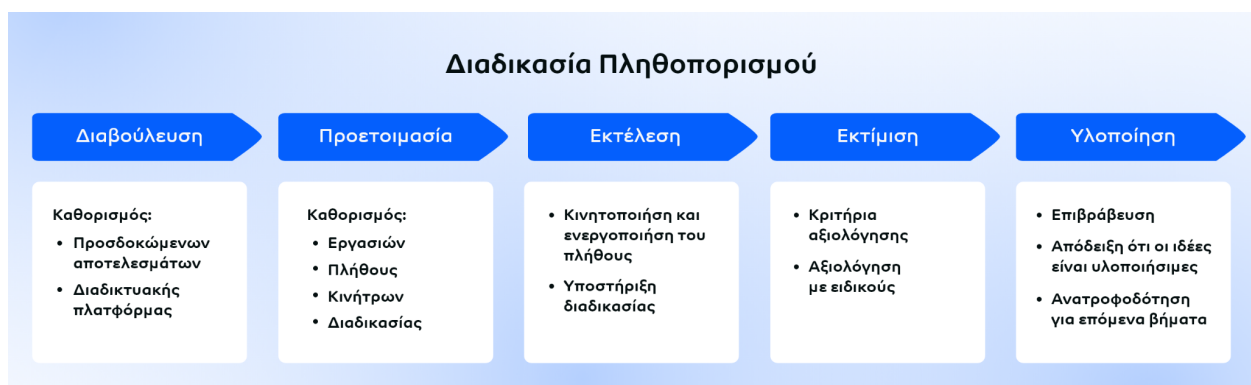
2.2.1 Η έννοια του πληθοπορισμού

Η δημοτικότητα του πληθοπορισμού (crowdsourcing) έχει αρχίσει να αυξάνεται τα τελευταία χρόνια, με σκοπό τη συλλογή ιδεών που θα χρησιμοποιηθούν για να παράξουν καινοτόμες λύσεις, ενώ παρά την ύπαρξη της εξελιγμένης τεχνολογίας πολλά προβλήματα δεν μπορούν λυθούν με τη βοήθεια αυτής και απαιτούν την ανθρώπινη επέμβαση. Πριν την εισαγωγή της έννοιας του πληθοπορισμού, και με βάση προηγούμενες προσεγγίσεις, εκείνα τα προβλήματα που έχρηζαν προς επίλυση και ήταν αδύνατο να επιλυθούν με την βοήθεια της τεχνολογίας, έστρεψαν τις εταιρείες προς την εκμετάλλευση των γνώσεων και των εμπειριών του πλήθους, αναθέτοντας τους καθήκοντα και προκλήσεις. Το γεγονός αυτό όμως οδήγησε στην αύξηση του κόστους παραγωγής, με αποτέλεσμα οι εταιρείες να αναζητούν πλέον νέα κανάλια και τρόπους που θα έδιναν λύση στα προβλήματα που τους απασχολούσαν. Έτσι, με στόχο την μείωση του κόστους παραγωγής των εταιρειών, της αποτελεσματικής χρήσης της εργασίας και των πόρων, καθώς και της αύξησης του όγκου της καινοτομίας, προτάθηκε ο πληθοπορισμός.

Ο πληθοπορισμός αποτελεί ένα μοντέλο επίλυσης προβλημάτων, ενώ πιο συγκεκριμένα σε άρθρο για το περιοδικό Wired το 2006, ο Jeff Howe όρισε τον πληθοπορισμό (crowdsourcing) ως μια

πράξη εξωτερικής ανάθεσης εργασιών, που συνήθως πραγματοποιείται από έναν υπάλληλο, σε μια απροσδιόριστη και μεγάλη ομάδα ανθρώπων ή κοινότητα (crowd), με τη μορφή ανοιχτής κλήσης (Howe, 2006). Η διαδικασία αυτή μπορεί να χρησιμοποιηθεί για τη συλλογή ιδεών από μια μεγάλη ομάδα συμμετεχόντων αντί να αξιοποιηθεί η εξειδικευμένη γνώση λίγων ειδικών (Surowiecki, 2004). Πρόκειται ουσιαστικά για ένα νέο επιχειρηματικό μοντέλο που βασίζεται στο διαδίκτυο και σχετίζεται με τη δημιουργία νέων ιδεών και καινοτομιών, την αποτελεσματική επίλυση προβλημάτων, τη μείωση του κόστους και τη συντόμευση των κύκλων ανάπτυξης προϊόντων (Brabham, 2008).

Πλέον στις μέρες μας ο πληθοπορισμός χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις για δημιουργία περιεχομένου, ανάλυση δεδομένων, δοκιμές προϊόντων και σχεδιασμό καινοτομιών, καθώς και για το διαμοιρασμό γνώσης και κουλτούρας σε μεγαλύτερης κλίμακας παραγωγή. Εκμεταλλευόμενοι τη δημοτικότητα του διαδικτύου, οι ιστοσελίδες πληθοπορισμού επιστούν έντονα την προσοχή του κοινού. Ένας ιστότοπος πληθοπορισμού αποτελείται από δύο ομάδες χρηστών, τους αιτούντες και τους συμμετέχοντες. Εκεί μια λίστα διαθέσιμων εργασιών-προβλημάτων προς επίλυση παρουσιάζονται από τους αιτούντες με τη μορφή open call, ενώ συνοδεύονται από ένα χρονικό πλαίσιο επίλυσης και κάποιου είδους ανταμοιβή. Κατά τη διάρκεια αυτής της χρονικής περιόδου οι συμμετέχοντες καλούνται να μοιραστούν τη γνώμη τους και να υποβάλουν μια ιδέα, ανταγωνίζοντας τις υπόλοιπες υποβολές. Μόλις η περίοδος αυτή ολοκληρωθεί, και αφού όλες οι προτεινόμενες λύσεις-ιδέες έχουν καταχωρηθεί, τότε το κοινό που έχει συμμετάσχει περνάει από μια διαδικασία αξιολόγησης, όπου οι πιο ενδιαφέρουσες και σημαντικές ιδέες ξεχωρίζουν και επιβραβεύονται. Πολλές φορές οι διακεκριμένες ιδέες χρησιμοποιούνται και υλοποιούνται από τους φορείς ανάθεσης του αρχικού προβλήματος. Όσον αφορά την επιβράβευση, σε μερικές περιπτώσεις οι αιτούντες της εργασίας καλούνται να παρέχουν αμοιβή σε όλους τους συμμετέχοντες στη διαδικασία, με την προϋπόθεση ότι έχουν παράξει αποτέλεσμα με βάση τις απαιτήσεις, ανεξάρτητα με το αν έχουν διακριθεί με βάση τις υπόλοιπες, ενώ άλλες φορές οι συμμετέχοντες δεν παρακινούνται από αμοιβές, αλλά συμμετέχουν με κίνητρο την διασκέδαση και την δημιουργία.



Εικόνα 1: Οι φάσεις της διαδικασίας του πληθοπορισμού (crowdsourcing) και τα αντίστοιχα σχεδιαστικά στοιχεία (Zhu, H., Sick, N., & Leker, J, 2016)

2.2.2 Εσωτερικός πληθοπορισμός

Αφού αναλύσαμε την γενικότερη έννοια του πληθοπορισμού και κάναμε μια σύντομη αναδρομή στην ύπαρξη και την εφαρμογή του ανά τα χρόνια, κρίνεται απαραίτητο να εμβαθύνουμε λίγο καλύτερα σε αυτόν και να δούμε εν συντομία μερικούς τύπους πληθοπορισμού που έχουν αναπτυχθεί.

Αρχικά το tournament-based crowdsourcing και ο συνεργατικός πληθωρισμός (collaboration based crowdsourcing), αποτελούν δύο τύπους πληθοπορισμού, που εξαρτώνται από το πως παράγονται τα αποτελέσματα των συμμετεχόντων και πιο συγκεκριμένα ανάλογα με το αν λειτουργούν συνεργατικά για να προτείνουν ιδέες ή εργάζονται ανεξάρτητα. Ίδιου είδους διαχωρισμό δέχονται και τα είδη των crowdfunding, crowdvoting και crowdcreation. Το crowdfunding, αποτελεί μια μορφή χρηματοδότησης που συνίσταται στη χρήση του κεφαλαίου πολλών ατόμων μέσω μικρών εισφορών. Στο crowdvoting οι συμμετέχοντες ψηφίζουν δημόσια για ένα συγκεκριμένο θέμα, ενώ στο crowdcreation θα πρέπει να δημιουργήσουν και να μοιραστούν πρωτότυπα, ιδέες ή ακόμα και ολόκληρα επιχειρησιακά μοντέλα.

Με βάση λοιπόν τα παραπάνω ενδεικτικά είδη πληθοπορισμού, συμπεραίνουμε ότι μπορούμε να τα κατηγοριοποιήσουμε με διάφορους τρόπους. Ένας από αυτούς είναι η κατηγοριοποίησή τους με βάση την προέλευση των προτάσεων και ιδεών, από το πλήθος που συμμετέχει σε αυτό, δηλαδή εσωτερικό πληθοπορισμό (internal crowdsourcing) και εξωτερικό πληθοπορισμό (external crowdsourcing). Στην πρώτη περίπτωση οι εργαζόμενοι μιας εταιρίας προτείνουν λύσεις στο ζήτημα που η ίδια έχει θέσει, ενώ στην δεύτερη τις λύσεις τις προτείνουν αποκλειστικά άνθρωποι που δεν είναι μέρος αυτής.

Ο εσωτερικός πληθοπορισμός μπορεί να μην είναι τόσο δημοφιλής όσο άλλα είδη πληθοπορισμού, αλλά μπορεί να φέρει εξίσου εξαιρετικά αποτελέσματα στον τομέα της καινοτομίας, χρησιμοποιώντας τις ιδέες που παρέχουν οι εργαζόμενοι στις εταιρείες. Πρόκειται λοιπόν για μια πρακτική επίλυσης επιχειρηματικών προβλημάτων, που χρησιμοποιεί ομάδες ανθρώπων που είναι μέρος μιας επιχείρησης. Οι γεωγραφικές δυσκολίες γεφυρώνονται, ενώ οι ιεραρχικές δομές ισοπεδώνονται, με την βελτίωση της αλληλεπίδρασης των εργαζομένων μιας επιχείρησης.

Το είδος αυτό του εσωτερικού πληθοπορισμού αποτελεί μέθοδο κινητοποίησης και ενίσχυσης της εσωτερικής ανταλλαγής γνώσεων, καθώς και αλληλεπίδρασης μέσα σε μια εταιρεία. Πιο συγκεκριμένα πρόκειται για μια διαδικασία που έχει σχεδιαστεί για να βοηθάει τους εργαζόμενους να ενισχύσουν την ικανότητα επίλυσης προβλημάτων, μέσω της κριτικής και διεπιστημονικής σκέψης, καθώς και να ενεργοποιήσουν τις δεξιότητες που αφορούν την συνεργασία μεταξύ των εργαζομένων, αλλά και μεταξύ της διοίκησης και των εργαζομένων, ανεξάρτητα το τμήμα και τον κλάδο που βρίσκεται ο καθένας. Οι εταιρείες με τη χρήση του εσωτερικού πληθοπορισμού έχουν τη δυνατότητα να αναπτύσουν άμεσα λύσεις, διαδικασίες και να καταλήξουν σε αποφάσεις, χρησιμοποιώντας την ήδη υπάρχουσα τεχνική και βιωματική γνώση που κατέχουν οι ίδιοι της οι εργαζόμενοι, γεγονός που τους επιτρέπει την άμεση πρόσβαση σε αυτή.

Ο εσωτερικός πληθοπορισμός λοιπόν αποτελεί μια νέα μορφή επικοινωνίας και συνεργασίας μεταξύ των εργαζομένων, η οποία μπορεί να συμβάλει στη δημιουργία μιας πιο φιλικής και ευέλικτης εταιρικής κουλτούρας, στα πλαίσια των νέων εργασιακών δεδομένων, που βασίζονται στην ψηφιοποίηση. Εμβαθύνοντας λίγο παραπάνω στα νέα εργασιακά δεδομένα, οι εταιρείες αυξάνουν όλο και περισσότερο τις απαιτήσεις για τη συμμετοχή των εργαζομένων στις διαδικασίες, χρησιμοποιώντας περισσότερα κανάλια επικοινωνίας μεταξύ τμημάτων, ώστε να μπορούν να συμβαδίζουν με τις αλλαγές των εποχών.

Συμπερασματικά, ενώ ο εξωτερικός πληθοπορισμός μπορεί να προωθεί την εξωστρέφεια και την άμεση σχέση με τους πελάτες, ο εσωτερικός πληθοπορισμός έχει ως στόχο την διοχέτευση ιδεών και εμπειρογνωμοσύνης από τους εργαζομένους στην εταιρεία. Με τον τρόπο αυτό οι επιχειρήσεις καταφέρνουν να αποκτούν ένα μεγάλο πλεονέκτημα, αυτό της δυναμικής αλληλεπίδρασης μεταξύ εργαζομένων που βρίσκονται σε διαφορετικά τμήματα, ή ακόμα και σε διαφορετικές τοποθεσίες ανά τον κόσμο, με απώτερο σκοπό την εξέλιξή τους και τη βελτίωση των υπηρεσιών τους. Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενα κεφάλαια, σε συνδυασμό με τον ερχομό της πανδημίας και την αύξηση του ποσοστού της τηλεργασίας, παρατηρήθηκε ότι πολλές εταιρείες πλέον διαθέτουν τεχνογνωσία, αλλά αδυνατούν να την διαχειριστούν κατάλληλα, λόγω της απόστασης που έχουν πλέον οι εργαζόμενοι μεταξύ τους.

Έτσι με δεδομένο ότι ο εσωτερικός πληθοπορισμός αλλάζει τον τρόπο επικοινωνίας μεταξύ των εργαζομένων των εταιρειών, ακόμη και μεταξύ διαφορετικών τμημάτων, μπορεί σε συνδυασμό με τη χρήση των ψηφιακών εργαλείων και της ήδη υπάρχουσας γνωστικής ποικιλομορφίας, να ενθαρρύνει την ψηφιακή ενσωμάτωση των εργαζομένων, καθώς και να ενισχύσει την ελευθερία για σχεδιασμό και πειραματισμό σε σχέση με τη μελλοντική οργάνωση εργασιών, οδηγώντας σε νέες πηγές καινοτομίας.

2.2.3 Οφέλη και προκλήσεις της χρήσης του εσωτερικού πληθοπορισμού

Οφέλη

Όπως είδαμε και στο προηγούμενο κεφάλαιο, στα πλαίσια της αναζήτησης βέλτιστων λύσεων σε καθημερινά προβλήματα, οι επιχειρήσεις στρέφουν την προσοχή τους και αναζητούν λύσεις ενδοεταιρικά. Εταιρείες όπως η SAP, η Infosys, η Siemens, η McKinsey & Co. η Deutsche Telekom AG και η Google Inc, έχουν αποδείξει την αξία της αξιοποίησης της γνώσης των εργαζομένων για την υποστήριξη της επίλυσης προβλημάτων και της δημιουργίας ιδεών σε ολόκληρο τον οργανισμό (Benbya και Van Alstynne, 2011). Γιατί όμως εταιρείες τόσο μεγάλου βεληνεκούς επιλέγουν το συγκεκριμένο είδος πληθοπορισμού?

Σε σύγκριση με τον εξωτερικό πληθοπορισμό, ο εσωτερικός πληθοπορισμός διαθέτει ορισμένα σημαντικά πλεονεκτήματα. Πρώτο και κυριότερο πλεονέκτημα αποτελεί η εξειδίκευση των συμμετεχόντων και η αποκλειστική γνώση που διαθέτουν για πελάτες, προϊόντα και υπηρεσίες (Henttonen et al. 2017; Malhotra et al. 2017). Σύμφωνα με τον Malhotra (2017), αυτό ονομάζεται

“τοπική γνώση”, τονίζοντας ότι οι λύσεις των εργαζομένων είναι συχνά καλύτερα προσανατολισμένες στις απαιτήσεις των πελατών, ενώ ταυτόχρονα είναι υλοποιήσιμες, γεγονός που οδηγεί στην ταχύτερη και ορθότερη εφαρμογή τους. Πολλές φορές οι εργαζόμενοι που έχουν άμεση επαφή και εμπλοκή με πολλούς τομείς στην εκάστοτε εταιρεία που διεξάγεται η διαδικασία του πληθοπορισμού, διαθέτουν βαθιά γνώση για τα είδη των αλλαγών που είναι εφικτές, δεδομένου των ποικίλων συνθηκών, αλλά και των τρεχόντων οικονομικών στοιχείων της εταιρείας. Σε αντίθεση, το εξωτερικό πλήθος μπορεί να χαρακτηρίζεται από ποικιλία πολύπλευρων γνώσεων και πελάτες που είναι πιθανόν να περιέγραφαν επιτυχώς τα αδύναμα σημεία και τις ανάγκες, αλλά αδυνατούν να προτείνουν λύσεις που μπορούν να εφαρμοστούν με ευκολία και να έχουν γρήγορο αντίκτυπο στην αγορά, αφού δε διαθέτουν την απαραίτητη εξοικείωση με τον εκάστοτε οργανισμό και το πλαίσιο στο οποίο λειτουργεί.

Όπως αναφέρει ο Howe (2008), η καλύτερη λύση είναι πιθανό να προκύψει από ομάδες που θεωρούνται ως οι λιγότερο πιθανό να λύσουν το πρόβλημα. Έτσι, οι εταιρείες, εκμεταλλευόμενες το γεγονός αυτό, μέσω των διαδικασιών πληθοπορισμού ενθαρρύνουν τους εργαζομένους τους να χρησιμοποιούν τις εμπειρίες τους και τις εξειδικευμένες γνώσεις τους, με σκοπό την ανάπτυξη ιδεών. Με τον τρόπο αυτό δημιουργείται ένα ανοιχτό κλίμα καινοτομίας, επιτρέποντας στους συμμετέχοντες να συνεργάζονται και να αποκτούν έναν πιο ενεργό ρόλο στις διαδικασίες (Scupola and Nicolajsen 2014). Ταυτόχρονα, με τη διοργάνωση τέτοιων διαδικασιών οι εταιρείες αποδεικνύουν έμπρακτα στους εργαζομένους τους ότι εκτιμούν και υπολογίζουν τις γνώσεις τους, καθώς και ότι η ίδια εξαρτάται από αυτές, αφού όπως έχουμε προαναφέρει οι λύσεις που προτείνουν φτάνουν πολλές φορές σε στάδιο υλοποίησης. Η δυνατότητα που δίνεται στους εργαζομένους να μοιράζονται τις απόψεις τους, μέσα σε κλίμα συνεργασίας, τους δημιουργεί αισθήματα ικανοποίησης και αυτοπεποίθησης, βελτιώνοντας ταυτόχρονα την απόδοσή τους και ενδυναμώνοντας το ηθικό τους, νιώθοντας μέρος του συνόλου.

Κατά τη διάρκεια της διαδικασίας ανταλλαγής απόψεων μεταξύ των συμμετεχόντων, ο εσωτερικός πληθοπορισμός έχει την τάση να αυξάνει τη ροή γνώσης, καθώς και να ενθαρρύνει την εξασφάλιση διαφάνειας μεταξύ των εργαζομένων. Η ελευθερία της έκφρασης και της διατύπωσης των σκέψεων έχει την ιδιότητα να βοηθάει τους εργαζομένους να αποκτούν επίγνωση για ευρύτερα ενδοεταιρικά ζητήματα, οδηγώντας ενδεχομένως σε πιο αφοσιωμένους υπαλλήλους (Rao 2016; Malhotra et al. 2017).

Οι εταιρείες χρησιμοποιούν τον εσωτερικό πληθοπορισμό για τη λήψη αποφάσεων όχι μόνο σχετικά με προϊόντα και υπηρεσίες που προορίζονται για τους πελάτες, αλλά και για αποφάσεις που θα ωφελήσουν την εταιρεία σε οργανωτικό επίπεδο. Εκτός από την ενθάρρυνση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που πραγματοποιείται κατά τις διαδικασίες πληθοπορισμού, οι εργαζόμενοι μπορούν να αναπτύξουν νέες επιχειρηματικές τεχνικές, αλλά και να συμμετέχουν στους διαλόγους στρατηγικής της εταιρείας.

Σε γενικότερο πλαίσιο όσον αφορά τον εξωτερικό πληθοπορισμό και τις διαδικασίες που πραγματοποιούνται σε αυτόν, τίθεται ως στόχος να είναι όσο το δυνατόν πιο απλές και

κατανοητές, καθώς και αρκετά ενδιαφέρουσες, ώστε να ενθαρρύνουν τη συμμετοχή. Στην περίπτωση αυτή όμως, και κατά τη διάρκεια διεξαγωγής ενός ανοιχτού διαγωνισμού καινοτομίας, είναι πιθανό να προκληθούν ζητήματα πνευματικής ιδιοκτησίας, όσον αφορά την κτίση των παραγόμενων ιδεών. Λαμβάνοντας υπόψιν τους συμμετέχοντες, τα συμφέροντά τους μπορεί να ζημιωθούν, έχοντας μοιραστεί με τον οργανισμό τις καινοτόμες ιδέες τους και δεν υπάρχει κάποια συμφωνία εμπιστευτικότητας με αυτόν. Συνήθως, τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας ανήκουν στον εφευρέτη της ιδέας. Αυτό σημαίνει ότι οι εταιρείες πρέπει να διασφαλίσουν ότι τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας της νικήτριας ιδέας μεταβιβάζονται σε αυτές μετά την ολοκλήρωση της πρόκλησης. Ο καλύτερος τρόπος για να γίνει αυτό είναι η σύναψη συμφωνητικού μεταξύ του οργανισμού και του δημιουργού της ιδέας. Αντίθετα, στην περίπτωση του εσωτερικού πληθοπορισμού τα ζητήματα πνευματικής ιδιοκτησίας τείνουν να είναι λιγότερο περίπλοκα, καθώς εκείνοι που παράγουν τις ιδέες είναι οι ίδιοι οι εργαζόμενοι της εταιρείας.

Ένα ακόμη πλεονέκτημα του εσωτερικού πληθοπορισμού αποτελεί το χαμηλό κόστος του. Αυτό συμβαίνει γιατί οι οργανισμοί δεν απαιτείται να μισθώσουν εξειδικευμένη ομάδα για να επιλύσουν το πρόβλημα που έχουν θέσει, καθώς το πρόβλημα ανατίθεται στους ίδιους εργαζομένους της εταιρείας. Με τον τρόπο αυτό το κόστος πραγματοποίησης των διαδικασιών μειώνεται κατά μεγάλο ποσοστό, υπολογίζοντας συνήθως τις αμοιβές για τις ιδέες που θα διακριθούν μετά τη λήξη του διαγωνισμού. Εκτός από τα χαμηλό κόστος υλοποίησης, η αύξηση των κερδών είναι συχνό φαινόμενο. Έχει παρατηρηθεί ότι εταιρείες που εντάσσουν πιο συχνά δραστηριότητες πληθοπορισμού στις διαδικασίες τους και εκμεταλλεύονται το πλεονέκτημα της αυξημένης καινοτομίας και της επιχειρηματικής κουλτούρας, έχουν αυξημένα κέρδη.

Τέλος, με την ένταξη του εσωτερικού πληθοπορισμού στις διαδικασίες ανάπτυξης προϊόντων και υπηρεσιών των επιχειρήσεων, καθώς και της αναδιαμόρφωσης οργανωτικών ζητημάτων, η μείωση χρόνου αποτελεί ένα σημαντικό πλεονέκτημα. Με τη χρήση του διαδικτύου και των τεχνολογικών εργαλείων, οι εταιρείες μπορούν να συγκεντρώνουν δεδομένα από μεγάλο αριθμό συμμετεχόντων, χωρίς γεωγραφικούς περιορισμούς, επιτυγχάνοντας έτσι τη μέγιστη δυνατή αποτελεσματικότητα.

Προκλήσεις

Αν και ο εσωτερικός πληθοπορισμός έχει γίνει δημοφιλής τα τελευταία χρόνια και όλο και περισσότερες εταιρείες το επιλέγουν, δε παύει να διαθέτει προβληματικά σημεία και προκλήσεις.

Πρώτη και βασικότερη πρόκληση αφορά τη σωστή και ολοκληρωμένη προετοιμασία και ενημέρωση του κοινού (των συμμετεχόντων) από την ομάδα συντονισμού, στα πλαίσια της σαφούς επικοινωνίας του προβλήματος και της κατανόησής του. Η διατύπωση του προβλήματος που θέτουν οι οργανισμοί αποτελεί κρίσιμο βήμα στη διαδικασία επίλυσης του, καθώς στην περίπτωση που το πρόβλημα δεν έχει καθοριστεί ορθά, η διαδικασία του πληθοπορισμού μπορεί να οδηγήσει σε ανεπιθύμητα αποτελέσματα.

Πρόκληση αποτελεί επίσης η οργάνωση της ομάδας συντονισμού. Είναι σημαντικό να υπάρχουν μέλη από πολλά πεδία και τμήματα της εταιρείας, ώστε να αναδειχθούν όλες οι οπτικές και να καλυφθούν όλοι οι διαφορετικοί άξονες. Προσοχή απαιτεί επίσης ο τρόπος σχεδιασμού της διαδικασίας, γεγονός που απαιτεί ανθρώπινους και υλικούς πόρους, διάθεση, χρόνο και τεχνογνωσία. Εκτός βέβαια από τον τρόπο σχεδιασμού, η καταγραφή, αρχειοθέτηση και οργάνωση των παραγόμενων αποτελεσμάτων από όλα τα στάδια (εργαστήρια, συνεντεύξεις κλπ) κατά τη διάρκεια της διαδικασίας, αποτελούν απαραίτητες διαδικασίες για μέγιστη αποτελεσματικότητα.

Ο εσωτερικός πληθοπορισμός βασίζεται στην εκμετάλλευση των γνώσεων και των δεξιοτήτων των εργαζομένων μιας εταιρείας για την εύρεση λύσεων. Ο περιορισμός αυτός όμως συνεπάγεται φυσικά με μικρότερο και επομένως πιο ομοιογενή αριθμό συμμετεχόντων, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε μείωση της πιθανότητας ριζικής καινοτομίας (Malhotra et al. 2017).

Μία ακόμη πρόκληση που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι συμμετέχοντες, αφορά την έννοια της ευαισθητοποίησης της ομάδας. Σύμφωνα με την έννοια αυτή, οι ομάδα συντονισμού οφείλει να γνωρίζει τις πολλές και διαφορετικές πτυχές της ομάδας και των μελών της, αλλά και του έργου που αφορά το πρόβλημα, ενώ ταυτόχρονα η ευαισθητοποίηση των μελών επιτρέπει την απόκτηση των απαιτούμενων γνώσεων που σχετίζονται με το πλαίσιο δράσης, τις διαδικασίες που πρόκειται να πραγματοποιηθούν, αλλά και την κατάσταση του έργου. Η ευαισθητοποίηση της ομάδας είναι ιδιαίτερα σημαντική, λόγω της διαφάνειας, της συμμετοχικότητας, αλλά και του υψηλού διαμοιρασμού γνώσεων μεταξύ των μελών της ομάδας. Επιπλέον, η επίγνωση του τομέα που εξειδικεύονται τα υπόλοιπα μέλη της ομάδας, που συμμετέχει στη διαδικασία πληθοπορισμού, μπορεί να ωθήσει τα μέλη του πλήθους να μάθουν το ένα από το άλλο και να ενισχύσουν τη δημιουργικότητά τους.

Τέλος, η δυσκολία στη διατήρηση της ζωντάνιας και της ελκυστικότητας της διαδικασίας καθ' όλη τη διάρκειά της, ο σεβασμός σε αντικρουόμενες απόψεις, η ανάπτυξη σχέσεων εμπιστοσύνης, διαφάνειας και ειλικρίνειας μεταξύ της ομάδας συντονιστών και συμμετεχόντων, καθώς και το ρίσκο των διαδικασιών πληθοπορισμού να χαρακτηριστούν ως πρόσθετη δραστηριότητα εκτός των εργασιακών καθηκόντων, αποτελούν μερικές ακόμη προκλήσεις που κλίνονται να αντιμετωπίσουν οι οργανισμοί που επιλέγουν να πραγματοποιήσουν μια δράση πληθοπορισμού.

2.2.4 Το κίνητρο των συμμετεχόντων στις διαδικασίες του πληθοπορισμού

Ο εσωτερικός πληθοπορισμός αποτελεί εργαλείο για την ψηφιακή συμμετοχή των εργαζομένων, δίνοντάς τους την ευκαιρία να είναι μέρος σε διαφορετικά επίπεδα και τομείς μια εταιρείας. Αυτό είναι μόνο ένα από τα πολλά κίνητρα που ενθαρρύνουν τους εργαζομένους να συμμετέχουν σε διαδικασίες πληθοπορισμού.

Με βάση την έρευνα περίπτωσης που διεξήγαγε ο (Brabham, D.C.,2008) στην υπηρεσία παροχής στοκ φωτογραφιών, μουσικής κ.α. Shutterstock, συμπέρανε ότι τα κύρια κίνητρα των

συμμετεχόντων είναι το οικονομικό όφελος και η ψυχαγωγία. Έχει επίσης επισημανθεί ότι τα οφέλη πρέπει να υπερτερούν του κόστους χρόνου και προσπάθειας.

Βασικό κίνητρο αποτελεί επίσης η ευκαιρία που δίνεται στους συμμετέχοντες να μοιραστούν τις προσωπικές τους εμπειρίες και γνώσεις, με την μορφή προτάσεων και ιδεών, προκειμένου να συμβάλλουν στη διαμόρφωση του εργασιακού περιβάλλοντος με εποικοδομητικό τρόπο. Ταυτόχρονα η δύναμη που έχουν να επηρεάσουν τις απόψεις των υπόλοιπων συμμετεχόντων με σκοπό τη δημιουργία καλύτερων προϊόντων και υπηρεσιών, επιφέρει αισθήματα ικανοποίησης.

Εν συνεχεία, ο εσωτερικός πληθοπορισμός ενθαρρύνει την αύξηση την ανάπτυξη ενός κλίματος συνεργασίας και συνέργειας μεταξύ των εργαζομένων της εταιρείας, αφού όλοι λειτουργούν ομαδικά για τον ίδιο σκοπό. Οι συμμετέχοντες με τον τρόπο αυτό αισθάνονται ότι τους εκτιμούν και ότι η προσπάθεια και ο κόπος τους αναγνωρίζονται, ενώ ταυτόχρονα βελτιώνουν τις προσωπικές τους δεξιότητες.

Τέλος, σε κοινωνικό επίπεδο, η αναζήτηση φιλιών εκμεταλλευόμενοι το χαρακτηριστικό της ομαδικότητας έχει αναγνωριστεί ως κίνητρο. Εφόσον η διαδικασίες πληθοπορισμού βασίζονται στην ιδέα ότι τα μέλη μοιράζονται κάποιο κοινό ενδιαφέρον και σκοπό, μπορεί να υποτεθεί ότι τα κοινωνικά κίνητρα είναι απαραίτητα προκειμένου να δημιουργηθεί μια βιώσιμη κοινότητα με σκοπό την επίλυση κοινών προβλημάτων.

2.3 Καλές πρακτικές και τάσεις στις πλατφόρμες συμμετοχικότητας

Τα τελευταία χρόνια αναπτύσσονται όλο και περισσότερες διαφορετικές πλατφόρμες πληθοπορισμού. Εξετάζοντας τις τάσεις και τις καλές πρακτικές, μπορούμε να μάθουμε ποια εργαλεία πληθοπορισμού θα χρησιμοποιούνται στο μέλλον και τι είδους χαρακτηριστικά θα είναι δημοφιλή.

Συχνό χαρακτηριστικό των πλατφορμών πληθοπορισμού αποτελεί και θα συνεχίσει να αποτελεί η ενσωμάτωση εργαλείων για επικοινωνία, συνεργασία και συντονισμό των συμμετεχόντων. Για παράδειγμα, η υποστήριξη της επικοινωνίας των συμμετεχόντων μέσω φόρουμ, επιτρέπει στα μέλη να κάνουν ερωτήσεις και να επικοινωνούν όλοι μεταξύ τους. Σε μερικές περιπτώσεις μάλιστα, ο συντονιστής της διαδικασίας πληθοπορισμού έχει τη δυνατότητα να απαντάει σε ερωτήσεις που τίθενται από τους συμμετέχοντες, ενώ σε άλλες περιπτώσεις υποστηρίζεται και η συνομιλία μεταξύ συντονιστών και συμμετεχόντων μέσω live chat. Ωστόσο αυτό που συναντάται πιο συχνά είναι η ανταλλαγή απόψεων και ο διαμοιρασμός υλικού μεταξύ των συμμετεχόντων, σχετικού με το πρόβλημα προς επίλυση.

Στα πλαίσια της οργάνωσης, σημαντικό χαρακτηριστικό αποτελεί η ενσωμάτωση εργαλείων για υποστήριξη των συμμετεχόντων στην παρακολούθηση των στόχων και των εργασιών τους. Με τη βοήθεια των εργαλείων αυτών, οι συμμετέχοντες μπορούν να εργάζονται σε μια μεμονωμένη εργασία τη φορά, ακόμη και σε ολόκληρα έργα, συλλογικά ή ατομικά, έχοντας μεγαλύτερο έλεγχο

στη διαχείριση των εργασιών τους. Μέχρι στιγμής οι συμμετέχοντες ενημερώνονται σχετικά με τις εργασίες τους και την κατάσταση του έργου με ειδοποιήσεις μέσω email και dashboard, αλλά οι πλατφόρμες εξακολουθούν να χρειάζονται καλύτερη υποστήριξη για συντονισμό πολλαπλών εργασιών για πολύπλοκα εταιρικά έργα.

Μία ακόμη καλή πρακτική που ακολουθείται από τις πλατφόρμες πληθοπορισμού, αφορά την ενθάρρυνση των μελών να συμμετέχουν σε διαδικασίες ανάπτυξης καινοτόμων λύσεων. Ο τρόπος που επιλέγεται κατά την πλειοψηφία των περιπτώσεων είναι να δίνεται κάποια χρηματική ή άλλου είδους ανταμοιβή στους νικητές με την ιδέα που διακρίθηκαν ανάμεσα στις υπόλοιπες, χωρίς όμως χρέωση πριν την έναρξη της συμμετοχής τους στη διαδικασία του πληθοπορισμού. Εκτός από κίνητρο για συμμετοχή, η αμοιβή χρησιμοποιείται και ως αντάλλαγμα των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας των διακεκριμένων ιδεών, που μεταβιβάζονται αυτόματα στην επιχείρηση που πραγματοποιεί τον πληθοπορισμό.

Όπως έχουμε ξανααναφέρει σε προηγούμενο κεφάλαιο, για κάθε έργο που καλείται το πλήθος να καταθέσει ιδέες για την επίλυσή του, ορίζεται ένας συντονιστής. Ο συντονιστής είναι υπεύθυνος για την επίβλεψη της τήρησης της σειράς εργασιών, καθώς και για την ανάθεση εργασιών στους συμμετέχοντες. Ουσιαστικά ο ρόλος του είναι ο χειρισμός ολόκληρης της διαδικασίας πληθοπορισμού από τον καθορισμό των προδιαγραφών του προβλήματος προς επίλυση, την εκτέλεση και τέλος την αξιολόγηση των ιδεών. Ο ρόλος αυτός είναι άκρως σημαντικός για την ορθή διεξαγωγή της διαδικασίας, απαλλαγμένης από σφάλματα και την βέλτιστη παραγωγή αποτελεσμάτων.

Σημαντικό ρόλο στα παραγόμενα αποτελέσματα των διαδικασιών πληθοπορισμού διαδραματίζει η δημιουργία των ομάδων. Όπως σε κάθε επιχειρηματικό έργο, έτσι και στα έργα που αναπτύσσονται μέσω πληθοπορισμού, η δημιουργία των ομάδων θα πρέπει να γίνεται με ιδιαίτερη προσοχή, λαμβάνοντας πάντα υπόψη τα χαρακτηριστικά της, όπως για παράδειγμα το γνωσιακό υπόβαθρο και τις εμπειρίες του κάθε μέλους της, τον ανταγωνισμό, καθώς και την αδυναμία σύνδεσης μεταξύ των μελών της ομάδας.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι για να επιτευχθεί η παροχή αποτελεσματικών περιβαλλόντων ανάπτυξης ιδεών από τα συμμετέχοντα μέλη, απαιτείται η παροχή εργαλείων και πόρων που θα φανούν χρήσιμοι κατά τη διάρκεια της διαδικασίας πληθοπορισμού. Η διαδικασία ανάπτυξης καινοτόμων ιδεών μπορεί να καταστεί πιο εύκολη για τους συμμετέχοντες, εάν διαθέτουν συγκεντρωμένους σε ένα σημείο τους απαιτούμενους πόρους, όπως για παράδειγμα, εργαλεία (εικονικά ή μη), βιβλιοθήκες, ακόμη και περιβάλλοντα δοκιμών.

Συμπερασματικά, με γνώμονα τη δημιουργία της επόμενης γενιάς πλατφορμών πληθοπορισμού οι επιχειρήσεις μπορούν να επιτύχουν εξαιρετικά αποτελέσματα ενσωματώνοντας στα σχέδιά τους τη βελτιστοποίηση του καταμερισμού εργασιών και παρακολούθησης των εργασιών, τις διαδικασίες βασισμένες στους συμμετέχοντες και την δημιουργία ομάδων με βάση τα

χαρακτηριστικά τους, καθώς και την παροχή εργαλείων για την βέλτιστη παραγωγή αποτελεσμάτων.

03

Έρευνα πλαισίου

03. Έρευνα πλαισίου

3.1 Μελέτη περίπτωσης - Crowdpolicy

3.1.1 Η εταιρεία της Crowdpolicy

Η Crowdpolicy, αποτελεί μια εταιρεία που παρέχει επιχειρηματικές λύσεις πληροφοριακών συστημάτων στο πεδίο του civictech (λύσεις για τράπεζες) και fintech (ψηφιακό μετασχηματισμό) καθώς και υπηρεσίες ανοιχτής καινοτομίας σε τομείς της οικονομίας και της κοινωνίας. Βασικός σκοπός της είναι να «γεφυρώσει το χάσμα» μεταξύ των οργανισμών και της κοινωνίας προκειμένου να συν-δημιουργηθεί το μέλλον σχεδιάζοντας, αναπτύσσοντας, χρησιμοποιώντας και εμπορευματοποιώντας προηγμένες μεθοδολογίες, τεχνολογίες, συστήματα πληροφοριών και πλατφόρμες που ενισχύουν τη συνεργασία. Μία από τις βασικότερες προϊοντικές κατηγορίες που διαθέτει η Crowdpolicy είναι αυτή των "Crowdapps". Πρόκειται ουσιαστικά για μια ολοκληρωμένη σουίτα εφαρμογών cloud για πόλεις, δήμους, περιφέρειες και τοπικές κοινότητες, οι οποίες επιτρέπουν τη συμμετοχή, την επικοινωνία, τη διαφάνεια, τη λογοδοσία, την ηλεκτρονική διακυβέρνηση, την τοπική ανάπτυξη και τον εθελοντισμό και αποτελούν βέλτιστες πρακτικές σύγχρονης διακυβέρνησης.

Πρόκειται για μία εταιρεία που απασχολεί περίπου 100 εργαζομένους, εντός και εκτός Ελλάδος και η εργασία πραγματοποιείται είτε δια ζώσης, όταν αυτό είναι εφικτό, είτε εξ αποστάσεως, είτε υβριδικά, συνδυάζοντας και την εξ αποστάσεως και διά ζώσης εργασία.

3.1.2 Προϊόντα διαβούλευσης της Crowdpolicy

Ένας από τους βασικότερους κλάδους που ασχολείται η Crowdpolicy είναι αυτός των "Crowdapps". Πρόκειται ουσιαστικά για μια ολοκληρωμένη σουίτα εφαρμογών cloud για πόλεις, δήμους, περιφέρειες και τοπικές κοινότητες, οι οποίες επιτρέπουν τη συμμετοχή, την ηλεκτρονική διακυβέρνηση, τη λογοδοσία, την επικοινωνία, την τοπική ανάπτυξη, τη διαφάνεια και τον εθελοντισμό και αποτελούν βέλτιστες πρακτικές σύγχρονης διακυβέρνησης. Στα πλαίσια των προϊόντων διακυβέρνησης η Crowdpolicy διαθέτει υπηρεσίες ψηφιακής διακυβέρνησης και συμμετοχικότητας σε πάνω από 72 φορείς του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα, εντάσσοντάς τες στο περιβάλλον των Crowdapps. Παρακάτω θα δούμε δύο από τα πιο βασικά προϊόντα της κατηγορίας των Crowdapps, τα οποία έχουν ως σκοπό να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες της τοπικής αυτοδιοίκησης με σύγχρονες, αποτελεσματικές και εξατομικευμένες μεθόδους. Στόχος είναι να ερευνήσουμε καλές πρακτικές που έχουν χρησιμοποιηθεί, καθώς και ποια είναι αυτά τα σημεία που μπορούμε να εξελίξουμε με βάση τα δεδομένα χρήσης που έχουν συλλεχθεί καθ'όλο το διάστημα που είναι σε χρήση αυτά τα προϊόντα.

Crowd Participation

Η πλατφόρμα Crowd Participation επιτρέπει την οργάνωση και την πραγματοποίηση δημόσιας διαβούλευσης για τα έργα και τις δράσεις της πόλης, του δήμου ή της περιφέρειας, σε συνδυασμό με την αξιολόγηση και προτεραιοποίηση. Απευθύνεται στα στελέχη του δήμου αλλά και στους πολίτες.

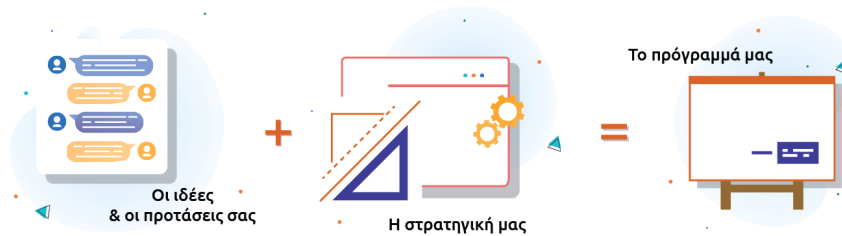
Η πλατφόρμα υποστηρίζει τα ακόλουθα:

- φιλοξενία πολλαπλών online διαβουλεύσεων
- φιλική παρουσίαση για την εύκολη συμμετοχή των πολιτών
- υποβολή σχολίων
- συλλογή προτάσεων και ιδεών από πολίτες και φορείς
- δυνατότητα ψηφοφορίας και βαθμολόγησης στις προτάσεις που έχουν υποβληθεί από τους διάφορους χρήστες

Σκοπός της πλατφόρμας, σε συνεργασία με τον δήμο είναι να προωθήσει και να ενισχύσει την συμμετοχικότητα των πολιτών και φορέων με τη λογική της από κοινού διαμόρφωσης. Η ηλεκτρονική πλατφόρμα στηρίζεται σε καινοτόμες συμμετοχικές τεχνολογίες (Crowdapps) που προωθούν την ενεργή συμμετοχή πολιτών και συλλογικών φορέων σε τοπικό επίπεδο. Η υλοποίηση της πλατφόρμας επιτρέπει τη διαμόρφωση ενός μόνιμου μηχανισμού συλλογής ανατροφοδότησης τύπου bottom-up (από τα κάτω προς τα πάνω) αλλά και αντίθετα στην περίπτωση που ο δήμος θέτει ένα θέμα προς διαβούλευση. Τέλος, πέραν των προτάσεων, η πλατφόρμα δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να σχολιάσουν τις ήδη αναρτημένες προτάσεις, με στόχο την έναρξη εποικοδομητικών διαλόγων.

Η πλατφόρμα καλεί τους πολίτες και τους επιμέρους συλλογικοί φορείς να καταθέσουν τις απόψεις τους επί των προτεινόμενων έργων και δράσεων, ή να προτείνουν τις δικές τους ιδέες και προτάσεις. Παρακάτω θα δούμε ως παράδειγμα ένα προϊόν διαβούλευσης της εταιρείας, που πραγματοποίησε για τον Δήμο Οροπεδίου Λασιθίου.

Μάθε για την πλατφόρμα διαβούλευσης του Δήμου Οροπεδίου Λασιθίου



powered by  CROWD
POLICY

Εικόνα 2: Γραφιστικό πλατφόρμας *Crowd Participation* Δήμου Οροπεδίου Λασιθίου, *Crowdpolicy*

Συμμετοχή και περιεχόμενο πλατφόρμας

Πολίτες Φορείς Χάρτης

Συνδυασμός blockchain τεχνολογίας για τις πληρωμές δημοτικών τελών

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc eu metus cursus, sodales libero facilisis, consequat augue. Nam condimentum magna at fermentum elementum. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Pellentesque id lobortis felis. Vestibulum a hendrerit nulla. Integer sed dignissim arcu.

Πανθημία και επόμενη μέρα

Like Σχόλιο Κοινοποίηση

Συνδυασμός blockchain τεχνολογίας για τις πληρωμές δημοτικών τελών

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc eu metus cursus, sodales libero facilisis, consequat augue. Nam condimentum magna at fermentum elementum. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Pellentesque id lobortis felis. Vestibulum a hendrerit nulla. Integer sed dignissim arcu.

Πανθημία και επόμενη μέρα

Like Σχόλιο Κοινοποίηση

Συνδυασμός blockchain τεχνολογίας για τις πληρωμές δημοτικών τελών

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc eu metus cursus, sodales libero facilisis, consequat augue. Nam condimentum magna at fermentum elementum. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Pellentesque id lobortis felis. Vestibulum a hendrerit nulla. Integer sed dignissim arcu.

Πανθημία και επόμενη μέρα

Like Σχόλιο Κοινοποίηση

Συνδυασμός blockchain τεχνολογίας για τις πληρωμές δημοτικών τελών

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc eu metus cursus, sodales libero facilisis, consequat augue. Nam condimentum magna at fermentum elementum. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Pellentesque id lobortis felis. Vestibulum a hendrerit nulla. Integer sed dignissim arcu.

Πανθημία και επόμενη μέρα

Like Σχόλιο Κοινοποίηση

Συνδυασμός blockchain τεχνολογίας για τις πληρωμές δημοτικών τελών

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc eu metus cursus, sodales libero facilisis, consequat augue. Nam condimentum magna at fermentum elementum. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Pellentesque id lobortis felis. Vestibulum a hendrerit nulla. Integer sed dignissim arcu.

Πανθημία και επόμενη μέρα

Like Σχόλιο Κοινοποίηση

Συνδυασμός blockchain τεχνολογίας για τις πληρωμές δημοτικών τελών




Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc eu metus cursus, sodales libero facilisis, consequat augue. Nam condimentum magna at fermentum elementum. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Pellentesque id lobortis felis. Vestibulum a hendrerit nulla. Integer sed dignissim arcu.

Πανθημία και επόμενη μέρα

Like Σχόλιο Κοινοποίηση

Όλες οι ιδέες & οι προτάσεις

Συμμετοχικότητα σε αριθμούς

5	20	6
		
Κατεθειμένες διαβουλεύσεις	Σχολιασμοί και αντιδράσεις	Ιδέες/ προτάσεις πολιτών και φορέων

Εικόνα 3: Πλατφόρμα Crowd Participation Δήμου ΟροπεδίουΛασιθίου, Crowdpolicy

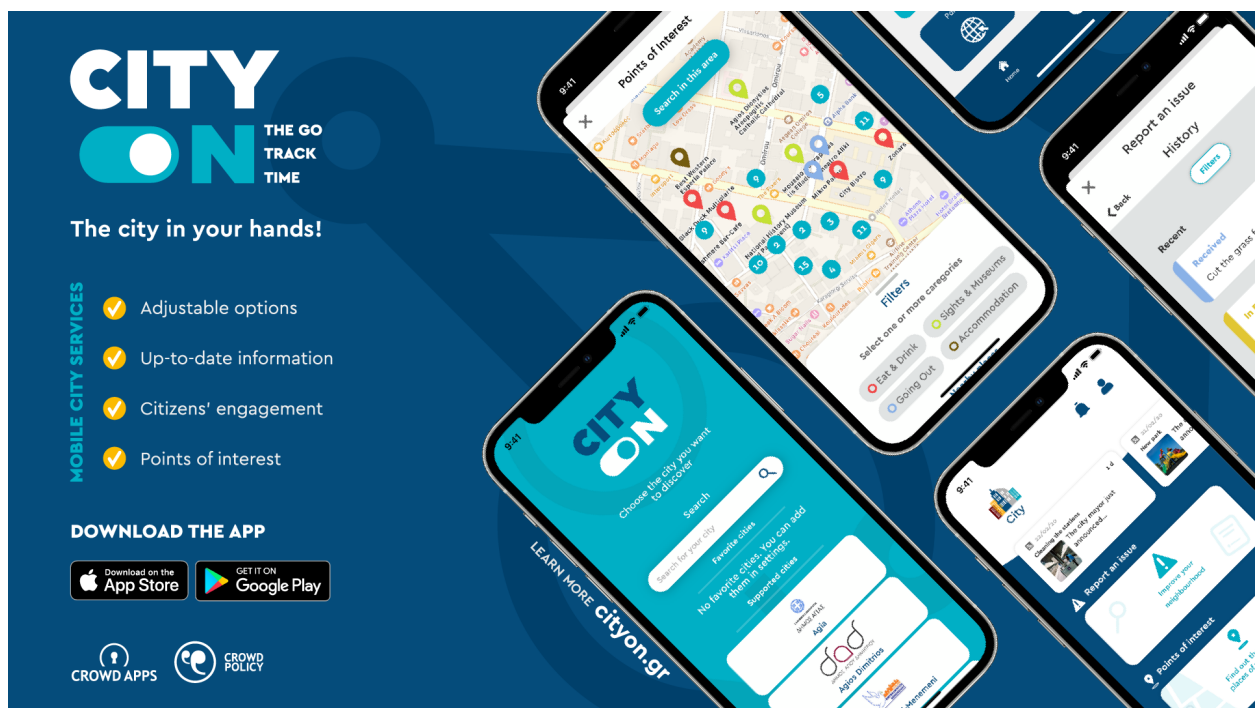
Μία καλή πρακτική που εφαρμόζεται στο παράδειγμα αυτό είναι η ενότητα της υποβολής ιδεών, στην οποία μπορούν να συμμετέχουν είτε πολίτες, είτε φορείς. Η συμμετοχή γίνεται με την μορφή σχολίων, στα οποία οι χρήστες καλούνται να περιγράψουν την ιδέα τους με έναν σύντομο τίτλο και έπειτα να την καταγράψουν αναλυτικότερα, με ένα προκαθορισμένο όριο λέξεων. Η τακτική αυτή έχει αποδειχτεί αρκετά χρήσιμη έως στιγμής αφού ο αναγνώστης, αλλά και ο διαχειριστής των ιδεών που καταθέτονται, μπορούν να διαβάσουν με ευκολία τον μεγάλο όγκο ιδεών. Εκτός από την καταγραφή της ιδέας-πρότασης, υπάρχει η δυνατότητα αντίδρασης σε κάθε μια από αυτές με τη μορφή εικονιδίων, όπως για παράδειγμα εφαρμόζεται στην πλατφόρμα κοινωνικής δικτύωσης Facebook. Με τον τρόπο αυτό οι χρήστες μπορούν να εκφράσουν την γνώμη τους με ευκολία και

αμεσότητα. Διαφορετικά μπορούν να σχολιάσουν κάτω από αυτήν. Τέλος ένα ακόμη χαρακτηριστικό που έχει αποδειχθεί χρήσιμο είναι η χρήση ετικετών (tags), οι οποίες αντιπροσωπεύουν την κατηγορία στην οποία μπορεί να εντάσσεται η κάθε πρόταση-ιδέα. Οι χρήστες καλούνται να την επιλέξουν πριν υποβάλλουν την ιδέα τους. Με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται μια κατηγοριοποίηση, η οποία όχι μόνο είναι χρήσιμη για τους χρήστες που διαβάζουν τις ιδέες, αλλά και για την παραγωγή αποτελεσμάτων και στατιστικών σχετικά με το κάθε ζήτημα, που μπορεί να φανεί χρήσιμο για την επίλυση φλέγοντων θεμάτων που αφορούν τον εκάστοτε δήμο.

City on

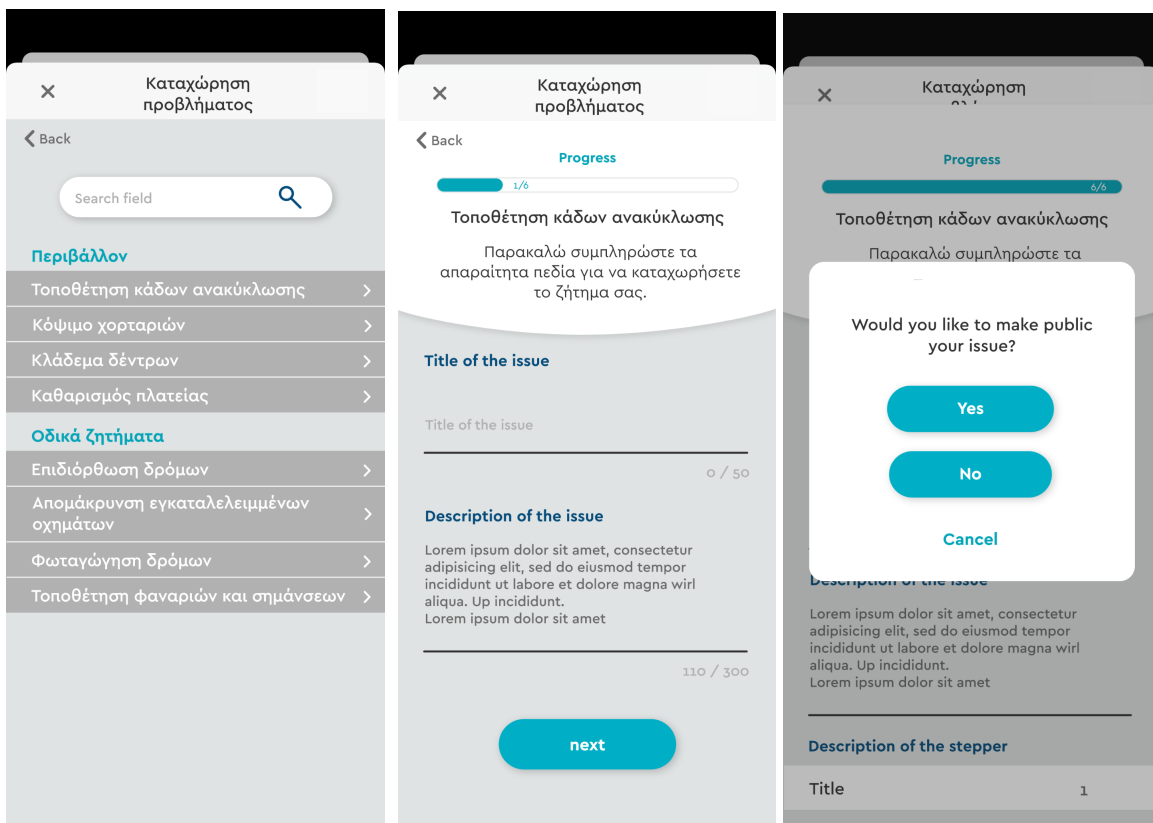
Το City On αποτελεί μια ολοκληρωμένη mobile εφαρμογή η οποία προσφέρει όλα τα απαραίτητα εργαλεία και ψηφιακές υπηρεσίες που υποστηρίζουν τους πολίτες, ενδυναμώνουν τις τοπικές κοινωνίες και προωθούν την συμμετοχικότητα.

Μέσα από την εφαρμογή οι χρήστες έχουν πρόσβαση σε μια σειρά από δυνατότητες, όπως την παροχή υπηρεσιών ηλεκτρονικής διακυβέρνησης, εξυπηρέτησης, ενημέρωσης και συμμετοχικότητας, με σκοπό τη βελτίωση της πόλης, ενημέρωση για χρήσιμες πληροφορίες, προνόμια και παροχές σχετικά με την τοπική αγορά καθώς και ανάδειξη δράσεων και σημείων ενδιαφέροντος του Δήμου. Τέλος μία ακόμη σημαντική λειτουργία του προϊόντος, αποτελεί η δυνατότητα ηλεκτρονικής υποβολής αιτήματος για την καταγραφή προβλημάτων στον εκάστοτε δήμο που ανήκει ο χρήστης.



Εικόνα 4: Mobile εφαρμογή City On, Crowdpolicy

Το προϊόν του City On αποτελεί ένα από τα πιο δημοφιλή και επιτυχημένα προϊόντα της εταιρείας και για το λόγο αυτό κρίνεται σκόπιμο να δούμε μερικές καλές πρακτικές που εφαρμόζει. Κατά τη διαδικασία καταχώρησης προβλήματος αξίζει να σημειωθεί η σαφής και διακριτή σειρά βημάτων. Η διαδικασία αυτή καθίσταται εύκολη για το χρήστη, αφού η κάθε οθόνη αποτελεί ένα βήμα, το οποίο συνοδεύεται από μια “status bar” που δείχνει σε πιο στάδιο της διαδικασίας βρίσκεται. Εξίσου σημαντικό ρόλο παίζει και το συνοδευτικό κείμενο, που εξηγεί ακριβώς τη δράση που πρέπει να κάνει ο χρήστης, μειώνοντας έτσι τις πιθανότητες λάθους. Μία ακόμη αξιοσημείωτη πρακτική είναι τα μηνύματα επιβεβαίωσης, που εμφανίζονται στον χρήστη ώστε να επιβεβαιώσουν ή να ακυρώσουν μια ενέργεια. Η πρακτική αυτή έγκειται σε μια από τις βασικότερες αρχές σχεδίασης και ευχρηστίας, την σχεδίαση ανθεκτική σε σφάλματα του D. A. Norman, κατά την οποία η σχεδίαση θα πρέπει να προβλέπει και να αντιμετωπίζει τα λάθη των χρηστών, ελαχιστοποιώντας τις συνέπειες των λανθασμένων ενεργειών, ή να παρέχει τη δυνατότητα αναίρεσης. Τέλος η επιλογή της κατηγορίας που εντάσσεται το πρόβλημα, κατά την καταχώρηση από τον χρήστη, είναι μια λειτουργία που συναντάμε και σε αυτό το προϊόν.



Εικόνα 5: Εσωτερικές οθόνες mobile εφαρμογής City On, Crowdpolicy

3.1.3 Design brief

Όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως, η ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ των πολιτών και η ανάπτυξη της συμμετοχικότητας, αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό της προϊοντικής αυτής κατηγορίας των Crowddapps, γεγονός που κρίθηκε ακόμη πιο σημαντικό κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Το ίδιο φαινόμενο παρατηρήθηκε και εσωτερικά των εταιρειών, όπου η ανάγκη για υποστήριξη των εργαζομένων να συνεργάζονται συχνά με τηλεργασία να συζητούν και να

λαμβάνουν αποφάσεις, οδήγησε στην ιδιαίτερη εξάπλωση των συστημάτων συμμετοχικού σχεδιασμού και λήψης αποφάσεων. Η ενεργή υποστήριξη της συζήτησης και συμμετοχής των εργαζομένων εντός μια επιχείρησης, καθώς και η συγκέντρωση ιδεών και προτάσεων, αποτελεί μια σύνθετη διαδικασία, αλλά και ανάγκη των εταιρειών να την εντάξουν στη φιλοσοφία τους και να την εφαρμόσουν. Η Crowdpolicy έχει σκοπό να αξιοποιήσει την τεχνολογία και να δημιουργήσει μια πλατφόρμα, όπου οι εργαζόμενοι της θα μπορούν να εκφράζουν τη γνώμη τους διαδραστικά, να προτείνουν ιδέες και λύσεις για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες, που θα μπορούσαν να εφαρμοστούν για τους πελάτες της, ακόμα και για τα προϊόντα της ίδιας. Με τον τρόπο αυτό θα επιτυγχάνεται αποτελεσματικά και άμεσα η συγκέντρωση ιδεών και προτάσεων σε ένα σημείο, ενώ ταυτόχρονα θα ενισχύεται το συλλογικό πνεύμα, το κλίμα ομαδικότητας και η συνεργασία μεταξύ των εργαζομένων.

Η παρούσα διπλωματική αξιοποιώντας την τεχνολογία των διαδικτυακών εφαρμογών, στο πεδίο του συμμετοχικού σχεδιασμού και λήψης αποφάσεων, στοχεύει στη δημιουργία μιας ηλεκτρονικής υπηρεσίας ιστού, με σκοπό την καταχώρηση, συλλογή και αξιολόγηση ιδεών, σε θέματα τεχνολογίας μεταξύ εργαζομένων και στελεχών μιας επιχείρησης. Η υπηρεσία αυτή θα λειτουργεί σαν ενιαία διαδικτυακή υπηρεσία εσωτερικού διαγωνισμού καινοτομίας για την εταιρεία, με σκοπό να είναι διαθέσιμη μέσω διαδικτύου. Στόχος της πλατφόρμας είναι να αναδειχθούν καινοτόμες λύσεις μέσα από ένα κλίμα ομαδικότητας και συνεργασίας, όπου οι εργαζόμενοι θα έχουν την δυνατότητα να εκφράσουν την γνώμη τους και να συμβάλλουν στην βελτίωση των προϊόντων και των υπηρεσιών της εταιρείας, με έναν δημιουργικό τρόπο, που θα ενισχύσει το συλλογικό πνεύμα και θα προσφέρει επιβράβευση και αναγνώριση.

3.1.4 Απευθυνόμενο κοινό

Το πλαίσιο χρήσης αποτελεί ένα από τα στοιχεία του ορισμού της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή, και η έρευνα απαιτήσεων οφείλει να το διερευνήσει. Έτσι στο κεφάλαιο αυτό θα γίνει ανάλυση του απευθυνόμενου κοινού που προορίζεται για την ψηφιακή υπηρεσία. Στόχος μας είναι μέσω της επιτόπιας έρευνας και της διεξαγωγής συνεντεύξεων να διερευνηθούν οι απαιτήσεις και οι προτιμήσεις των χρηστών σε θέματα όπως η αποτύπωση σκέψεων που αφορούν τη βελτίωση προϊόντων της εταιρείας, προτάσεις νέων καινοτόμων ιδεών ή ακόμη και πιο γενικών ζητημάτων όπως η εσωτερική οργάνωση της εταιρείας, καθώς και η άποψή τους για τις έννοιες της συμμετοχής στη διαδικασία λήψης αποφάσεων και της ελευθερίας έκφρασης. Τα αποτελέσματα θα χρησιμοποιηθούν στη συνέχεια για τη δημιουργία περσόνων.

Αναζήτηση πλαισίου

Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, η διερεύνηση του πλαισίου χρήσης και πιο συγκεκριμένα του απευθυνόμενου κοινού, κρίνεται απαραίτητο στάδιο στην ανάπτυξη συστημάτων και στην έρευνα απαιτήσεων. Το πλαίσιο χρήσης μπορεί να διερευνηθεί μέσω επιτόπιας έρευνας, η οποία περιλαμβάνει παρατήρηση και συνέντευξη από τους εμπλεκόμενους. Στην περίπτωση μας όμως θα αντιμετωπίσουμε το πλαίσιο κάπως διαφορετικά, καθώς λόγω του γεγονότος ότι εργαζόμαστε στην εταιρεία της Crowdpolicy, παρατηρώ τις δραστηριότητες των εργαζομένων σε καθημερινή

βάση με βιωματικό τρόπο, γεγονός που εξυπηρετεί την αναζήτηση πλαισίου, κατά την οποία συνδυάζεται η παρατήρηση και η ημιδομημένη συνέντευξη, ενώ ταιριάζει καλύτερα στις ανάγκες μας. Στόχος της αναζήτησης πλαισίου είναι να συλλέξουμε λεπτομερή δεδομένα για τις δραστηριότητες που πραγματοποιούνται στο πλαίσιο δράσης.

Αρχικά, οι συνεντεύξεις που θα διεξαχθούν θα αφορούν αποκλειστικά εργαζομένους και στελέχη της εταιρείας της Crowdpolicy, ενώ σε συνδυασμό με την επιτόπια παρατήρηση, σκοπός μας είναι να κατανοήσουμε όσο το δυνατόν περισσότερο σε βάθος τις πραγματικές ανάγκες και επιθυμίες των χρηστών, καθώς και να αντλήσουμε πληροφορίες σχετικές με τις πεποιθήσεις αλλά και τη συμπεριφορά τους στον εργασιακό χώρο. Για τους παραπάνω λόγους το εργαλείο της συνέντευξης, είναι απαραίτητο να χρησιμοποιηθεί ως μέθοδος έρευνας απαιτήσεων. Πιο συγκεκριμένα η ημιδομημένη συνέντευξη είναι αυτή που ταιριάζει περισσότερο στην δική μας περίπτωση, στην οποία πραγματοποιούνται ερωτήσεις που προκύπτουν κατά την διάρκεια διεξαγωγής της και εκτός των προκαθορισμένων ερωτήσεων.

Ορισμένες από τις ερωτήσεις που επιλέχθηκαν για τη διεξαγωγή της συνέντευξης, αφορούν την καινοτόμο εργασιακή συμπεριφορά, μεταξύ των εργαζομένων της Crowdpolicy, η οποία αναφέρεται στο σύνολο των ενεργειών των εργαζομένων που στοχεύουν στην ανάπτυξη, υιοθέτηση και εφαρμογή νέων ιδεών για προϊόντα, τεχνολογίες, διαδικασίες και μεθόδους παραγωγής. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη δοκιμή νέων μεθόδων ή τη χρήση νέων τεχνολογιών για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας και της επιτυχίας της επιχείρησης. (Yuan & Woodman, 2010).

Συνεντεύξεις

Πλάνο συνεντεύξεων & εξοπλισμός

Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν στα κεντρικά γραφεία της εταιρείας Crowdpolicy, ενώ ένα μικρό μέρος αυτών εξ αποστάσεως, με τη βοήθεια εργαλείων τηλεδιάσκεψης. Πριν την έναρξη των συνεντεύξεων παρουσιάστηκε στους ερωτηθέντες το θέμα, αλλά και ο σκοπός της συνέντευξης. Επισημάνθηκε ότι οι πληροφορίες που θα παρέχουν στα πλαίσια της συνέντευξης είναι εμπιστευτικές και ότι δεν θα χρησιμοποιηθεί η επωνυμία τους.

Κατά τη διάρκεια διεξαγωγής της συνέντευξης χρησιμοποιήθηκε ο εξής εξοπλισμός:

- Huawei P30 Lite: Για την ηχογράφηση των συνεντεύξεων
- Huawei Matebook D14: Για την καταγραφή σημαντικών σημείων και σχολίων

Για την επιλογή των συμμετεχόντων δε τέθηκε κάποιος περιορισμός, παρά μόνο να αποτελούν άτομα με διαφορετική θέση στην εταιρεία, καθώς και να καλυφθεί όσο το περισσότερο δυνατόν ένα μεγάλο ηλικιακό εύρος. Η βασική δομή της συνέντευξης ορίστηκε από τις παρακάτω 16 ερωτήσεις.

Ερωτήσεις

1. Ποια είναι η ηλικία σου;
2. Τι θέση έχεις στην εταιρεία;
3. Πόσο καιρό εργάζεσαι στην εταιρεία;
4. Πιστεύεις ότι η ομαδικότητα, η κοινή προσπάθεια και η επικοινωνία μεταξύ των μελών των ομάδων για την επίτευξη στόχων είναι σημαντική;
5. Θεωρείς ότι η εταιρεία προωθεί την ελευθερία έκφρασης;
6. Πόσο ικανοποιημένος/η είσαι από τη συμμετοχή σου στη διαδικασία λήψης αποφάσεων στην εταιρεία;
7. Πόσο άνετα νιώθεις να επικοινωνείς με τους ανωτέρους και τους συναδέλφους σου σε συναντήσεις, έργα ή όταν επιλύεις προβλήματα;
8. Με ποιο τρόπο νιώθεις πιο άνετα να επικοινωνείς με τους ανωτέρους και τους συναδέλφους σου σε συναντήσεις και έργα ή όταν επιλύεις προβλήματα;
9. Έχεις συχνά ιδέες για διαφορετικά θέματα που αφορούν την εταιρεία;
10. Υλοποιούνται συχνά οι καινοτόμες ιδέες που έχεις;
11. Η γνώμη σου ακούγεται και εκτιμάται από την ομάδα και τα ανώτερα στελέχη;
12. Πως θα βαθμολογούσες τη γνώση σου για το σύνολο των προϊόντων της εταιρείας;
13. Θεωρείς ότι αφιερώνεις πολύ χρόνο σε διαδικτυακές συναντήσεις για την επίλυση προβλημάτων και τη λήψη αποφάσεων;
14. Για τη βελτίωση των προϊόντων της εταιρείας θα πρέπει να παίρνει μέρος, μόνο η αντίστοιχη ομάδα έργου ή όποιος υπάλληλος της εταιρείας επιθυμεί και εκτός της ομάδας έργου; Ποια είναι η γνώμη σου;
15. Θα σε ενδιέφερε να είσαι μέρος μιας πλατφόρμας ανταλλαγής ιδεών, όπου θα μοιράζεσαι σκέψεις και ιδέες με τους συναδέλφους σου;
16. Τι αξία θα είχε για σένα μια τέτοια προσπάθεια για τη δημιουργία μιας πλατφόρμας ανταλλαγής ιδεών;

Αποτελέσματα

Ο συνολικός αριθμός συνεντευξιζόμενων ανήλθε στους 15 και καλύφθηκε ένα ηλικιακό εύρος από 22 έως 42 ετών, και κατείχαν θέσεις όπως:

- Web και full stack developers
- Product και project managers
- Marketing, software developers και design Leads
- QA testing operators and supporters
- Business developer managers
- UI/UX designers και animators
- European project managers

Ο χρόνος παραμονής τους στην εταιρεία είναι από 1 έως και 5 χρόνια, με μέσο όρο τα 2, ενώ ο τρόπος που εργάζονται είναι υβριδικός, δηλαδή ένας συνδυασμός εργασίας από το σπίτι, αλλά και από το γραφείο. Μέσος όρος της διάρκειας των συνεντεύξεων ήταν τα 20'.

Παρακάτω ακολουθούν οι απαντήσεις που έδωσαν οι συνεντευξιαζόμενοι ανά ερώτηση.

1. Οι συνεντευξιαζόμενοι υποστηρίζουν ότι η ομαδικότητα, η κοινή προσπάθεια και η επικοινωνία μεταξύ των μελών των ομάδων για την επίτευξη στόχων είναι εξαιρετικά σημαντική.

Η πλειοψηφία των συνεντευξιαζόμενων απάντησε ότι η ομαδικότητα, η κοινή προσπάθεια και η επικοινωνία μεταξύ των μελών των ομάδων είναι πολύ σημαντική και αποτελεί κύριο προαπαιτούμενο για την επίτευξη στόχων και την επιτυχία των έργων, ενώ είναι χρήσιμη όχι μόνο για τους συμμετέχοντες στην υλοποίηση ενός έργου, αλλά και τους υπεύθυνους οργάνωσής του. Ένα μέρος αυτών επισήμαναν τα ποικίλα πλεονεκτήματα που μπορεί να επιφέρει το ομαδικό κλίμα. Πιο συγκεκριμένα σχολίασαν ότι ο ανοιχτός διάλογος και η έκφραση διαφορετικών απόψεων από τους συμμετέχοντες μιας ομάδας είναι πολύ σημαντικά χαρακτηριστικά για την ομαλή λειτουργία της εταιρείας, ενώ η έλλειψή τους μπορεί να προβεί πολλές φορές καταστροφική. Επίσης η δεξιότητα της επικοινωνίας βελτιώνεται, ενώ οι συμμετέχοντες γίνονται καλύτεροι και εξελίσσονται μέσα στην ομάδα, αφού μπορούν να μαθαίνουν ο ένας από τον άλλον. Εκτός των παραπάνω, επισημάνθηκε ότι λόγω του ότι η εταιρεία αναλαμβάνει συνήθως μεγάλα έργα, απαιτείται η συνεργασία μεταξύ πολλών και διαφορετικών ατόμων με πολύπλευρη γνώση σε διαφορετικά αντικείμενα, γεγονός που καθιστά τη συλλογική προσπάθεια απαραίτητη. Μια ακόμη σημαντική επισήμανση ήταν ότι η ομαδικότητα δεν αρκεί για την επίτευξη στόχων, καθώς θα πρέπει να συνδυάζεται με την ατομική προσπάθεια και υπευθυνότητα, ώστε να επιτευχθεί το βέλτιστο δυνατό αποτέλεσμα. Προϋπόθεση βέβαια θα αποτελεί η ελεγχόμενη επέμβαση των μελών στην ομάδα.

2. Οι συνεντευξιαζόμενοι θεωρούν ότι μπορούν να εκφράζουν τις σκέψεις και τις απόψεις τους με άνεση.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των συνεντευξιαζόμενων σχετικά με την ελευθερία έκφρασης στην εταιρεία, συμφώνησε ότι η προωθείται σε ικανοποιητικό βαθμό και πως νιώθουν μεγάλη άνεση στο να εκφράζουν τις σκέψεις και τις απόψεις τους. Στα πλαίσια αυτά αναφέρθηκε η προθυμότητα των μεγαλύτερων σε ηλικία εργαζομένων, να ακούσουν τη γνώμη των μικρότερων και νεοσύστατων μελών της ομάδας, καθώς και το γεγονός ότι η δημιουργικότητα του CEO της εταιρείας εμπνέει τους εργαζόμενους να συμμετέχουν ενεργά εκφράζοντας τις σκέψεις τους, με σκοπό να εξελίσσονται στα πλαίσια του ομαδικού κλίματος.

Σε ορισμένες περιπτώσεις βέβαια επισήμαναν πως μπορεί να υπάρχει ελευθερία έκφρασης σε γενικό πλαίσιο, αλλά πολλές φορές αυτό εξαρτάται από το χρονικό διάστημα που εργάζεται ο εκάστοτε εργαζόμενος στην εταιρεία, τη θέση που κατέχει ή ακόμα και την ηλικία του. Ακόμα, η απουσία τμήματος διαχείρισης προσωπικού, δεν εξυπηρετεί στην πράξη την ελευθερία έκφρασης, καθώς τα προβλήματα που αφορούν το προσωπικό, δε μπορούν να αναφερθούν στοχευμένα σε αρμόδια άτομα που μπορούν να βοηθήσουν στην επίλυσή τους, και έτσι μερικά άτομα μπορεί να νιώθουν άνετα να επικοινωνήσουν το πρόβλημα, αλλά δε ξέρουν που να απευθυνθούν. Σχολιάστηκε επίσης το γεγονός ότι η έκφραση των σκέψεων και των ιδεών ενός εργαζομένου, δεν οδηγεί απαραίτητα στην υλοποίησή του.

3. Οι συνεντευξιαζόμενοι δεν είναι καθόλου ικανοποιημένοι από τη συμμετοχή τους στη διαδικασία λήψης αποφάσεων στην εταιρεία.

Η πλειοψηφία των συνεντευξιαζόμενων που συζήτησαν σχετικά με το ποσοστό ικανοποίησής τους στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων, απάντησαν ότι η συμμετοχή τους είναι μηδενική. Τονίζουν ότι είναι πολύ ικανοποιημένοι από την ενεργή συμμετοχή τους μόνο σε θέματα που αφορούν είτε την ομάδα που εντάσσονται, είτε τα έργα που τους έχουν ανατεθεί να εργαστούν και είναι στις αρμοδιότητές τους, είτε σε προβλήματα που τους αναθέτουν και σχετίζονται άμεσα με το αντικείμενο και την εξειδίκευσή τους. Πολλοί μάλιστα αναφέρθηκαν στους πιθανούς λόγους για τους οποίους έχουν μειωμένο ποσοστό συμμετοχής, με πρώτο και κύριο λόγο το υπερφορτωμένο πρόγραμμα, την έλλειψη χρόνου και συνεπώς την αδυναμία συμμετοχής τους σε ότι αφορά αντικείμενα εκτός των καθηκόντων τους. Ακόμη, η έλλειψη της κατάλληλης ενημέρωσης σχετικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες σε γενικότερο πλαίσιο, δυσχεραίνει την δυνατότητα των εργαζομένων για ενεργή συμμετοχή, καθώς δεν γνωρίζουν σε μεγαλύτερο βάθος πληροφορίες σχετικά με αυτά, ώστε να μοιραστούν απόψεις που θα φανούν χρήσιμες στην αντίστοιχη ομάδα έργου. Τέλος η σωστή οργάνωση των ομάδων και η μεταξύ τους συνεργασία, σε συνδυασμό με την ακατάλληλη διαχείριση των έργων, αποτελεί ένα ακόμη πρόβλημα που εμποδίζει τους εργαζομένους να συμμετέχουν σε διαδικασίες εκτός των ομάδων τους. Επισημάνθηκε επίσης από μερικούς ότι ακόμα και όταν έχουν την ευκαιρία να συμμετάσχουν, νιώθουν ότι δεν δίνεται βαρύτητα στις απόψεις τους, ενώ άλλες φορές ότι δε δίνουν βαρύτητα γενικότερα στο αντικείμενο και την εξειδίκευση που διαθέτουν και προσφέρουν τις γνώσεις τους πάνω σε αυτό.

Από την άλλη μεριά, ένα μικρότερο ποσοστό των συνεντευξιαζόμενων ανέφερε ότι είναι ικανοποιημένοι από τη συμμετοχή τους στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων, γεγονός που οφείλεται στην αυξημένη εμπλοκή τους με ποικίλα έργα, η οποία προέρχεται εν συνεχεία από μεγαλύτερη εμπειρία στην εταιρεία. Η εμπειρία αυτή ενθαρρύνει τα μέλη να συμμετέχουν πιο ενεργά, αυξάνοντάς τους την αυτοπεποίθηση για μεγαλύτερη ελευθερία έκφρασης. Αυξημένη συμμετοχή αναφέρθηκε επίσης από άτομα τα οποία διαθέτουν οργανωτικό ρόλο στην εταιρεία και έχουν τη δυνατότητα να παίρνουν μέρος σε αποφάσεις που δεν αφορούν μόνο ζητήματα της ομάδας τους, αλλά για το σύνολο της εταιρείας, όπως για παράδειγμα οργανωσιακά ζητήματα.

4. Οι συνεντευξιαζόμενοι νιώθουν άνετα να επικοινωνούν με τους ανωτέρους και τους συναδέλφους τους σε συναντήσεις και έργα και όταν επιλύουν προβλήματα.

Στην ερώτηση σχετικά με το ποσοστό άνεσης κατά την επικοινωνία με συναδέλφους η συντριπτική πλειοψηφία απάντησε ότι νιώθει πολύ μεγάλη άνεση, με την μόνη δυσκολία να αντιμετωπίζεται ανάλογα τα άτομα που θα συμμετέχουν στις συναντήσεις. Σχολιάστηκε ότι είναι φυσιολογικό να μην υπάρχει αρμονική συνεργασία μεταξύ ατόμων στα πλαίσια μιας ομάδας, λόγω των πολλών διαφορετικών χαρακτήρων ή παρεξηγήσεων που μπορεί να προκύψουν, γεγονότα που δυσκολεύουν πολλές φορές την επικοινωνία μεταξύ ατόμων. Υπήρξαν βέβαια και άτομα τα οποία αντιμετωπίζουν δυσκολία στο να συμμετέχουν σε συναντήσεις, ιδίως εκτός της ομάδας που εντάσσονται, γεγονός που μπορεί να οφείλεται στην εσωστρέφεια και την έλλειψη αυτοπεποίθησης. Επισημάνθηκε επίσης ότι αυτό μπορεί να συμβαίνει λόγω έλλειψης οικειότητας

με ορισμένους συναδέλφους που δεν έχει αναπτυχθεί εμπιστοσύνη, σε αντίθεση με την ομάδα που εντάσσεται το κάθε άτομο και η επικοινωνία είναι πολύ πιο εύκολη.

5. Οι συνεντευξιζόμενοι νιώθουν πιο άνετα να επικοινωνούν με τους ανωτέρους και τους συναδέλφους τους διά ζώσης.

Η πιο συχνή απάντηση σχετικά με τον προτιμότερο τρόπο επικοινωνίας ήταν αυτή του δια ζώσης, καθώς όπως επισημάνθηκε, προτιμάται λόγω αυξημένης αμεσότητας, οικείου κλίματος, καθώς και της μεγαλύτερης κατανόησης των θεμάτων προς επίλυση, γεγονός που η επικοινωνία μέσω μηνυμάτων δυσκολεύει.

Από την άλλη υπήρξαν και συνεντευξιζόμενοι που προτιμούν την επικοινωνία εξ αποστάσεως για ποικίλους λόγους. Ο πιο συχνός λόγος έρχεται σε αντίθεση με τον λόγο για τον οποίο άλλοι προτιμούν την επικοινωνία δια ζώσης. Πιο συγκεκριμένα προτιμάται η επικοινωνία μέσω μηνυμάτων ή κλήσης, λόγω του ότι είναι πιο απρόσωποι τρόποι και οι διαδικασίες επίλυσης προβλημάτων διαρκούν πολύ λιγότερο, απ' ό,τι σε μια συνάντηση από κοντά, με βάση την εμπειρία των συνεντευξιζόμενων. Αναφέρθηκε επίσης το γεγονός ότι η ύπαρξη πολλών καναλιών επικοινωνίας δημιουργούν σύγχυση και πως εκμεταλλευόμενοι την συνθήκη της εξ αποστάσεως εργασίας οι εργαζόμενοι επιλέγουν συγκεκριμένα την πλατφόρμα Slack, ώστε να μπορούν να συμβαδίζουν με όλους σε ένα σημείο, ενώ καταφεύγουν στην συνάντηση από κοντά μόνο όταν είναι αναγκαίο για τις ανάγκες ενός έργου.

6. Οι συνεντευξιζόμενοι δεν έχουν συχνά ιδέες για διάφορα θέματα που αφορούν την εταιρεία, λόγω έλλειψης ενημέρωσης σχετικά με ζητήματα, αλλά και υψηλού φόρτου εργασίας.

Σχετικά με τις ιδέες που αφορούν έργα ή ακόμη και γενικότερα ζητήματα που αφορούν την εταιρεία, όπως οργανωσιακά, η πλειοψηφία των συνεντευξιζόμενων απάντησε πως δεν έχει συχνά ιδέες. Πολλοί από αυτούς μάλιστα επεσήμαναν και τους λόγους για τους οποίους μπορεί να συμβαίνει αυτό, ένας εκ των οποίων είναι η έλλειψη γνώσης και ενημέρωσης σχετικά με έργα που δεν είναι μέρος των αρμοδιοτήτων τους. Ένας ακόμη συχνός λόγος είναι ο υψηλός φόρτος εργασίας, ενώ η έλλειψη κινήτρου και δημιουργικότητας αποτέλεσαν συχνές απαντήσεις.

Παρ' όλα αυτά όμως υπήρξε ένα μέρος συνεντευξιζόμενων το οποίο διαθέτει συχνά ιδέες, όχι μόνο για προϊόντα της εταιρείας, καθώς και για ζητήματα που αφορούν την οργάνωση των ομάδων και το διαμοιρασμό καθηκόντων, με απώτερο σκοπό την αύξηση της αποτελεσματικότητας της εργασίας, αλλά και την προσωπική εξέλιξη. Παρατηρήθηκε ότι εκείνα τα άτομα τα οποία διαθέτουν συχνά ιδέες, είναι άτομα τα οποία η θέση που κατέχουν τους ωθεί κατά κάποιο τρόπο να είναι δημιουργικοί, είτε επειδή είναι υπεύθυνοι ομάδων, είτε επειδή είναι υπεύθυνοι έργων και χωρίς την συμβολή τους η εταιρεία δεν θα χει την επιθυμητή εξέλιξη.

Άλλοι συνεντευξιζόμενοι από την άλλη, μπορεί να έχουν δημιουργικές ιδέες για προϊόντα και υπηρεσίες, αλλά δεν καταλήγουν στο να τις εκφράζουν, καθώς δε θέλουν να επιβαρύνουν το ήδη επιβαρυσμένο πρόγραμμα των ίδιων και των συναδέλφων τους, ή ακόμα επειδή φοβούνται την απόρριψη.

7. Οι συνεντευξιαζόμενοι υποστηρίζουν ότι οι καινοτόμες ιδέες που έχουν υλοποιούνται, αλλά αυτό εξαρτάται από διάφορους παράγοντες.

Η συντριπτική πλειοψηφία των συνεντευξιαζόμενων απάντησαν ότι οι ιδέες τους, όταν αυτές υπάρχουν, φτάνουν στο στάδιο της υλοποίησης. Αυτό βέβαια εξαρτάται από διάφορους παράγοντες, όπως το θέμα στο οποίο θα έχουν την ιδέα και αν αυτό σχετίζεται με τον τομέα ενασχόλησής τους, στο άτομο στο οποίο θα απευθυνθεί ο εργαζόμενος που έχει την ιδέα, στην πολυπλοκότητα της ιδέας και το αν αυτή απαιτεί πολλές και περίπλοκες διαδικασίες για να υλοποιηθεί, καθώς και στο αν υπάρχουν εκείνη την περίοδο πιο φλέγοντα θέματα προς επίλυση. Διαφορετικά η ιδέα ή απαιτεί μεγάλο χρονικό διάστημα για την υλοποίησή της ή δεν υλοποιείται καθόλου. Αυτές που υλοποιούνται με μεγαλύτερη ευκολία και συχνότητα είναι αυτές που εκφράζονται εντός μίας ομάδας, ή όταν πρόκειται για μια ιδέα οργάνωσης της εταιρείας.

8. Η γνώμη των συνεντευξιαζόμενων ακούγεται και εκτιμάται από την ομάδα και τα ανώτερα στελέχη.

Σχετικά με την εκτίμηση των ιδεών από τους συναδέλφους, η πλειοψηφία των συνεντευξιαζόμενων απάντησε πως η γνώμη τους εκτιμάται και βλέπουν ανταπόκριση. Ορισμένοι από αυτούς επεσήμαναν ότι μπορεί η γνώμη τους να λαμβάνεται υπ όψιν, αλλά μόνο όταν αυτή αφορά το αντικείμενο ενασχόλησής τους, ενώ σε άλλες περιπτώσεις εξαρτάται από το άτομο στο οποίο θα απευθυνθούν. Άλλοι εξέφρασαν έντονη αβεβαιότητα σχετικά με το ζήτημα και άλλοι θεώρησαν πως υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης.

9. Η γνώση των συνεντευξιαζόμενων για το σύνολο των προϊόντων της εταιρείας είναι μέτρια και γνωρίζουν επιφανειακά στοιχεία.

Στην ερώτηση σχετικά με το πόσο καλά γνωρίζουν οι εργαζόμενοι τα προϊόντα της εταιρείας, η συντριπτική πλειοψηφία απάντησε ότι θα την χαρακτήριζε μέτρια, προσθέτοντας ότι τα περισσότερα από αυτά τα γνωρίζουν επιφανειακά, γνωρίζοντας συνήθως το τι πραγματεύονται. Μερικοί από αυτούς μάλιστα επεσήμαναν και τους λόγους για τους οποίους δεν έχουν καλή επίγνωση του συνόλου των προϊόντων, ένας εκ των οποίων είναι η έλλειψη εργασιακού χρόνου για μεγαλύτερη εμβάθυνση σε αυτά, ενώ η απουσία ενημέρωσης σχετικά με την γενικότερη πορεία των έργων επιδεινώνει το πρόβλημα. Παρ'όλα αυτά όμως σχολιάστηκε το γεγονός ότι το επίπεδο γνώσης για τα προϊόντα τα οποία περιλαμβάνονται στις αρμοδιότητές τους, είναι ικανοποιητικό σε γενικές γραμμές και νιώθουν αυτοπεποίθηση με αυτά.

Από την άλλη μεριά υπήρξαν και ορισμένες απαντήσεις εργαζομένων που η γνώση τους για το σύνολο των προϊόντων είναι σε πολύ καλό επίπεδο, καθώς είτε το επιτρέπει η θέση τους να ασχολούνται με τα περισσότερα προϊόντα, είτε ενδιαφέρονται να ενημερωθούν προς δικό του όφελος και προσωπική βελτίωση, ποσοστό βέβαια πολύ χαμηλό.

10. Το μεγαλύτερο ποσοστό των συνεντευξιαζόμενων απάντησε πως αφιερώνει πολύ χρόνο σε διαδικτυακές συναντήσεις για την επίλυση προβλημάτων και τη λήψη αποφάσεων και πως συχνά δεν είναι τόσο αποδοτικές και θα μπορούσαν να έχουν διευθετηθεί με άλλο τρόπο.

Η συντριπτική πλειοψηφία των συνεντευξιαζόμενων απάντησαν ότι αφιερώνουν ένα μεγάλο ποσοστό του χρόνου τους σε διαδικτυακές συναντήσεις. Ένα μέρος αυτών είναι ικανοποιημένοι από τις συναντήσεις που συμμετέχουν, αφού είναι αποδοτικές και η ομάδα καταλήγει σε συμπεράσματα και αποτελέσματα. Κάποιοι μάλιστα σχολίασαν ότι επιδιώκουν να συμμετέχουν σε συναντήσεις που έχουν προκαθορισμένους στόχους, με σκοπό να μην αφιερώνουν πολύτιμο εργασιακό χρόνο σε άσκοπες συναντήσεις, ενώ μένουν πιο συγκεντρωμένοι στις εργασίες που επείγουν περισσότερο, αυξάνοντας έτσι την παραγωγικότητά τους. Σχολιάστηκε συχνά επίσης το γεγονός ότι ορισμένες από τις πολύωρες διαδικτυακές συναντήσεις θα μπορούσαν να έχουν διευθετηθεί με την ανταλλαγή μερικών μηνυμάτων ή e-mail.

Ένα μικρό ποσοστό από την άλλη ανέφερε ότι δεν αφιερώνει πολύ χρόνο σε συναντήσεις, αλλά όταν συμμετέχει είναι όλες αποδοτικές και έχουν λόγο ύπαρξης, με ελάχιστες εξαιρέσεις. Αξίζει να σημειωθεί ότι τα άτομα αυτά δεν έχουν κάποια οργανωτική θέση.

11. Για τη βελτίωση των προϊόντων της εταιρείας θα πρέπει να παίρνει μέρος, όχι μόνο η αντίστοιχη ομάδα έργου, αλλά και όποιος υπάλληλος της εταιρείας επιθυμεί και εκτός της ομάδας έργου, με την προϋπόθεση ότι η συμμετοχή αυτή θα είναι ελεγχόμενη και αυστηρά ορισμένη.

Στην ερώτηση αυτή, όλοι οι συνεντευξιαζόμενοι, χωρίς καμία εξαίρεση, απάντησαν πως η χρυσή τομή βρίσκεται στο συνδυασμό και των δύο, με την προϋπόθεση η συμμετοχή των υπαλλήλων εκτός ομάδας έργου να είναι ελεγχόμενη και αυστηρά ορισμένη. Πιο συγκεκριμένα η διαδικασία για τη βελτίωση ενός προϊόντος θα πρέπει να είναι χωρισμένη σε προκαθορισμένες φάσεις για την βέλτιστη διεξαγωγή αποτελεσμάτων. Πρώτο βήμα η αντίστοιχη ομάδα έργου θα επιλέγει τα άτομα εκτός ομάδας (testing groups), τα οποία θα πάρουν μέρος στο δεύτερο βήμα, αυτό της ανατροφοδότησης, κατά το οποίο θα έχουν τη δυνατότητα να συμβάλλουν ενεργά εκφράζοντας τις ιδέες και τις προτάσεις τους, σχετικά με ένα συγκεκριμένο ζήτημα προς επίλυση. Ο καθορισμός στοχευμένων ερωτημάτων στους εξωτερικούς συμμετέχοντες, καθώς και η καθοδήγησή τους αποτελούν σημαντικές ενέργειες για τη διαδικασία αυτή, αφού με τον τρόπο αυτό μπορούν να εξαχθούν πιο χρήσιμα αποτελέσματα και να αποφευχθεί η σπατάλη πολύτιμου χρόνου. Τέλος αφού συγκεντρωθούν τα δεδομένα από το προηγούμενο βήμα, θα πρέπει να φιλτραριστούν από την υπεύθυνη ομάδα έργου, με στόχο την παραγωγή χρήσιμων αποτελεσμάτων προς μελλοντική υλοποίηση. Κρίνεται σημαντικό στο τελευταίο αυτό βήμα η συμμετοχή να περιορίζεται αυστηρά στα άτομα της αντίστοιχης ομάδας έργου και όχι σε άτομα εκτός αυτής, καθώς είναι τα μόνα που κατέχουν την κατάλληλη τεχνογνωσία, ώστε να καταλήξουν σε τελικές αποφάσεις για το προϊόν.

Σχολιάστηκε επίσης το γεγονός ότι για να επιτευχθεί συλλογική βελτίωση, απαιτείται μια πιο σφαιρική αντιμετώπιση των προβλημάτων, πράγμα που με τη συμμετοχή ατόμων εκτός ομάδων έργου, αυτό επιτυγχάνεται. Πολλές φορές η εξειδίκευση σε ένα συγκεκριμένο τομέα και η καθημερινή τριβή του με αυτόν, αποτελεί περιορισμό για τη δημιουργία καινοτόμων λύσεων, ανεξάρτητα αν αυτές φτάσουν σε στάδιο υλοποίησης. Για το λόγο αυτό η γνώμη των ατόμων εκτός ομάδας είναι πολύτιμη για την αύξηση της καινοτομίας και συνεπώς την βελτίωση των προϊόντων.

12. Οι συνεντευξιαζόμενοι έδειξαν μεγάλο ενδιαφέρον στο να ήταν μέρος μιας πλατφόρμας ανταλλαγής ιδεών, όπου θα μοιράζονται σκέψεις και ιδέες με τους συναδέλφους τους.

Η πλειοψηφία των συνεντευξιαζόμενων για τη συμμετοχή σε πλατφόρμα ανταλλαγής ιδεών έδειξε μεγάλο ενδιαφέρον, σχολιάζοντας ότι τους ακούγεται πολύ ενδιαφέρον, χρήσιμο και πως αν είχαν την ευκαιρία, θα συμμετείχαν ενεργά. Μερικοί από αυτούς επεσήμαναν ότι θα συμμετείχαν με μεγαλύτερη ευχαρίστηση εάν οι απαιτούμενες διαδικασίες δεν απαιτούσαν πολύ χρόνο, καθώς και αν η συμμετοχή με σχολιασμό γινόταν με στοχευμένο τρόπο. Πιο συγκεκριμένα αναφέρθηκαν σε προκαθορισμένα ερωτήματα-προβλήματα-στόχους τα οποία θα καλούνται να σχολιάσουν και όχι πολύ γενικές κατηγορίες όπου ο καθένας θα σχολιάζει αόριστα. Η κατηγοριοποίηση των ζητημάτων θα τους βοηθούσε να μοιραστούν πιο ουσιώδεις στοχευμένες προτάσεις, με περισσότερες πιθανότητες για υλοποίηση. Συζητήθηκε επίσης το γεγονός να υπήρχαν κάποια κανάλια για τη συζήτηση συγκεκριμένων ζητημάτων ή ακόμα και δημοσκοπήσεις για ορισμένα ζητήματα. Παρόλη την οργάνωση η επιλογή του να επιλέγει κάποιος μια γενική κατηγορία και να εκφράσει την ιδέα του πάνω σε αυτή θα πρέπει να υπάρχει, ώστε να μην περιορίζουμε τη φαντασία του και την ελευθερία έκφρασής του. Τέλος σχολιάστηκε η συμβολή του ανθρώπινου παράγοντα, ο οποίος είναι απαραίτητος να συνυπάρχει με το σύστημα για την αξιολόγηση και αργότερα υλοποίηση των υποβληθέντων ιδεών.

Από την άλλη ένα μικρό μέρος των συνεντευξιαζόμενων είπαν ότι δε θα συμμετείχαν, καθώς έχουν ήδη πολύ πιεσμένο χρόνο και δε θα αφιέρωναν χρόνο σε κάτι που είναι εκτός των αρμοδιοτήτων τους. Επίσης εξέφρασαν την ανησυχία τους για το πόσο περίπλοκο και χρονοβόρο μπορεί να είναι να συμμετάσχεις σε μια τέτοια πλατφόρμα.

13. Η προσπάθεια για τη δημιουργία μιας πλατφόρμας ανταλλαγής ιδεών έχει πολλαπλά οφέλη για τον κάθε συνεντευξιαζόμενο.

Οι συνεντευξιαζόμενοι φάνηκε να δείχνουν μεγάλο ενδιαφέρον σχετικά με την πλατφόρμα, ενώ δε δίστασαν να σχολιάσουν τα οφέλη που θα μπορούσε να έχει μια τέτοια προσπάθεια, όχι μόνο σε επίπεδο εταιρείας, αλλά και σε προσωπικό. Επισημάνθηκε ότι εκτός από ένα εργαλείο που ενθαρρύνει την κοινή προσπάθεια για την επίτευξη στόχων και τη συλλογική βελτίωση, όχι μόνο της εταιρείας, αλλά και των ατόμων, αποτελεί έναν τρόπο για ενημέρωσης σχετικά με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες. Επιπλέον δίνεται η ευκαιρία στους εργαζομένους να εξελίξουν την εταιρεία και να βελτιώσουν προϊόντα και υπηρεσίες, με τις καινοτόμες ιδέες τους. Συνεπώς οι συμμετέχοντες βλέποντας ότι διαθέτουν ένα μέσο, όπου στα πλαίσια της ομαδικότητας και ενός κλίματος που όλοι θεωρούνται ίσοι, αποκτούν μεγαλύτερη αυτοπεποίθηση για τις ιδέες τους και την αξία της συμμετοχής τους σε αυτό. Ένα ποσοστό μάλιστα των συνεντευξιαζόμενων σχολίασε ότι λόγω του ότι τους είναι δύσκολο να παίρνουν το λόγο πολλές φορές σε μεγάλες συναντήσεις, παρακινούνται από τους υπόλοιπους και νιώθουν μεγαλύτερη άνεση να εκφράσουν τις σκέψεις και τις ιδέες τους. Ένα ακόμα σημαντικό πλεονέκτημα μιας τέτοιας πλατφόρμας, είναι η διευκόλυνση των νεοσύστατων μελών της ομάδας ή ακόμα και αυτών που έρχονται για λίγο χρονικό διάστημα (πρακτική άσκηση), να εκφράσουν ελεύθερα τη γνώμη τους, να ενταχθούν γρηγορότερα στο σύνολο της ομάδας και να αποκτήσουν μια καλύτερη εικόνα για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της εταιρείας. Επίσης, η χρήση της πλατφόρμας ως εργαλείο για άντληση έμπνευσης και ως

κίνητρο για προσωπική βελτίωση θίχτηκε από πολλούς, ενώ δεν παραλείφθηκε η αύξηση της κατανόησης του τρόπου σκέψης και λειτουργίας των υπόλοιπων συμμετεχόντων της πλατφόρμας, γεγονός που ενθαρρύνει τους εργαζομένους να μαθαίνουν ο ένας από τον άλλον και να εξελίσσονται σε προσωπικό, αλλά και επαγγελματικό επίπεδο.

Personas

Αφού έχουμε εξάγει τα πρώτα συμπεράσματα από το πρώτο στάδιο των συνεντεύξεων και την επιτόπια παρατήρηση, επόμενο βήμα είναι η ομαδοποίηση των χρηστών και στη συνέχεια στη δημιουργία περσόνων, για τις οποίες χρησιμοποιήθηκαν τα ακόλουθα κριτήρια:

- **Δημογραφικά:** φύλο, ηλικία, εκπαίδευση, οικογενειακή κατάσταση, εισόδημα, κλπ.
- **Ψυχογραφικά:** πεπειθήσεις, προδιαθέσεις, προτιμήσεις κλπ. σχετικά με τα ζητήματα που συζητήθηκαν στην προηγούμενη συνέντευξη
- **Οργανωσιακά:** ρόλος, καθήκοντα, επίπεδα πρόσβασης σε πληροφορία, κ.α., στο συγκεκριμένο σύστημα ανθρώπινης δραστηριότητας.

Επίσης πολύ σημαντικοί σχετικοί παράγοντες

- Η εμπειρία και η στάση των χρηστών. απέναντι στην τεχνολογία.
- Το επίπεδο γνώσης για το γενικότερο αντικείμενο του έργου.
- Οι βασικοί ρόλοι των χρηστών. (Παναγιώτης Κουτσαμπάσης, 2011)

Η ομαδοποίηση των χρηστών γίνεται συχνά με το εργαλείο των περσόνων (personas), οι οποίες είναι συνοπτικές περιγραφές ενός 'στερεότυπου' για μια ομάδα χρηστών. (Παναγιώτης Κουτσαμπάσης, 2011). Η δημιουργία τους κρίνεται απαραίτητη, καθώς εισάγουμε κατά κάποιον τρόπο "αληθινούς" ανθρώπους στη διαδικασία σχεδιασμού. Δίνοντας ένα όνομα, ένα πρόσωπο και μια ζωή στις περσόνες, οι σχεδιαστές προϊόντων μπορούν να δημιουργήσουν μια πιο άμεση επαφή μαζί τους, σαν να ήταν πραγματικοί άνθρωποι, και έτσι να εξάγουν πιο στοχευμένα συμπεράσματα που θα τους βοηθήσουν αργότερα στη διαδικασία σχεδιασμού.

UI/UX DESIGNER in Crowdpolicy

Bio

Γεια! Είμαι η Ηρώ και έχω τη θέση του UI/UX designer στην εταιρεία της Crowdpolicy. Χαίρομαι πολύ που είμαι μέρος αυτής, καθώς έχω τη δυνατότητα να εξελισσώμαι συνεχώς, ενώ το γεγονός ότι περιβάλλομαι από άτομα που είναι κοντά στην ηλικία μου, κάνει την μεταξύ μας επικοινωνία πολύ εύκολη.



Ηρώ Μπασινά

Motivations

Ποικιλία στις καθημερινές αρμοδιότητες

Επιβράβευση

Οργάνωση

Ευχάριστο εργασιακό κλίμα

Goals

Θα ήθελα να είμαι πιο ενεργή στις διαδικασίες βελτίωσης των προϊόντων και υπηρεσιών της εταιρείας. Νιώθω ότι έχω έλλειψη κινήτρου και δημιουργικότητας, πράγμα που με εμποδίζει από το να συμμετέχω.

AGE: 26

OCCUPATION: UI/UX Designer

PERSONALITY: Εξωστρεφής

TIME IN CP: 1,5 χρόνια

WORKING CONDITION: Υβριδικός

Frustrations

Με προβληματίζει το γεγονός ότι λόγω του υπερφορτωμένου καθημερινού προγράμματος, δεν έχω την δυνατότητα να εμβαθύνω και να ενημερωθώ για τα προϊόντα της εταιρείας. Για το λόγο αυτό πολλές φορές νιώθω πως δεν δημιουργώ το βέλτιστο δυνατό αποτέλεσμα, καθώς δε γνωρίζω όλα όσα πρέπει να ξέρω σχετικά.

Needs

Θα ήθελα να υπάρχει μεγαλύτερη οργάνωση, καθώς χωρίς αυτή νιώθω ότι δε μπορώ να είμαι αποδοτική. Για το λόγο αυτό προσπαθώ να συμβάλω στην βελτίωση αυτής με όποιο τρόπο μπορώ.

Εικόνα 6: Persona 1 - Ηρώ Μπασινά

Web Developer in Crowdpolicy

Bio

Γεια σας! Είμαι η Παύλος και η θέση που έχω στην εταιρεία είναι αυτή του web developer. Έχω πολλή διάθεση να δοκιμάσω νέα πράγματα και να κερδίσω όσες περισσότερες γνώσεις και εμπειρίες μπορώ. Πιστεύω ότι μπορώ να φέρω νέες ιδέες γεγονός που σφειλεται στο ότι είμαι νεοσύστατο μέλος της εταιρείας.



Παύλος Σοφρωνίου

Motivations

Νέες δεξιότητες & εκπαίδευση

Να νιώθω ότι η γνώμη του μετράει

Ενεργό μέλος της ομάδας

Κοινοί ομαδικοί στόχοι

Goals

Στόχος μου είναι να εξελιχθώ σε επαγγελματικό και προσωπικό επίπεδο, καθώς και να αρχίσω να γίνομαι μέρος περισσότερων ομάδων. Θέλω να αποδείξω ότι μπορώ οι ιδέες που έχω σαν νεοσύστατο μέλος, αξίζουν να υλοποιηθούν.

AGE: 23

OCCUPATION: Web developer

PERSONALITY: Εσωστρεφής

TIME IN CP: 2 μήνες

WORKING CONDITION: Υβριδικός

Frustrations

Πολλές φορές σκέφτομαι ότι θέλω να αρχίσω να λαμβάνω περισσότερη συμμετοχή και να είμαι πιο ενεργός στις ομαδικές συναντήσεις. Η εσωστρέφειά μου σίγουρα αποτελεί εμπόδιο, ενώ πολλές φορές σκέφτομαι αν η γνώμη μου μετράει.

Needs

Πριν έρθω στην εταιρεία με ενθουσίασε το γεγονός ότι έχει τόσα πολλά διαφορετικά προϊόντα. Πλέον, σαν νεοσύστατο μέλος δυσκολεύομαι πολύ να συμβαδίσω με τα τόσα διαφορετικά projects και ομάδες έργων, καθώς η πληροφορία είναι πολύ μεγάλη. Θα ήθελα να καταφέρω να μάθω καλύτερα τα προϊόντα.

Εικόνα 7: Persona 2 - Παύλος Σοφρωνίου

Project Manager in Crowdpolicy

Bio

Γεια! Ονομάζομαι Ορέστης και είμαι project manager στην εταιρεία. Αυτό που μου αρέσει στη θέση μου, είναι η συχνή επικοινωνία που έχω με πολλά μέλη της εταιρείας και η δυνατότητα που έχω να οργανώνω με όσο το δυνατόν καλύτερο τρόπο μπροστά τα έργα. Έχω μια εμπειρία πλέον σε αυτό, καθώς λόγω της θέσης μου έχω την ευκαιρία να τα γνωρίζω όλα σε βάθος.

AGE: 35

OCCUPATION: Project Manager

PERSONALITY: Κοινωνικός

TIME IN CP: 3 χρόνια

WORKING CONDITION: Εργασία στο γραφείο



Ορέστης Νικολάου

Motivations

Καλή συνεργασία

Ευκαιρία συμμετοχής σε εσωτερικές επαγγελματικές δραστηριότητες

Επιβράβευση

Εφαρμογή ηγετικών ικανοτήτων

Goals

Λόγω του ρόλου που έχω να οργανώνω τα project καθώς και τους συναδέλφους που εργάζονται σε αυτά, έχω ως στόχο να βελτιώνω συνεχώς την συνεργασία εντός των ομάδων.

Frustrations

Λόγω του γεγονότος ότι έχω μεγάλη εμπλοκή σε πολλά project, έχω παρατηρήσει ότι πολλές φορές μένουν στάσιμα και δεν υπάρχει μεγάλο περιθώριο βελτίωσης. Με προβληματίζει λοιπόν το γεγονός ότι δεν λαμβάνουμε πολύ υπόψιν μας τη γνώμη και τις γνώσεις ατόμων που είναι εκτός ομάδας, με σκοπό την βελτίωση των προϊόντων. Κάτι τέτοιο βέβαια είναι αρκετά ριψοκίνδυνο και η συμμετοχή τους θα πρέπει να είναι ελεγχόμενη.

Needs

Η ενασχόλησή μου με πολλά και διαφορετικά project, με οδηγεί στο να έχω ιδέες και προτάσεις για μελλοντική βελτίωση. Πολλές φορές όμως δεν υλοποιούνται λόγω άλλων προτεραιοτήτων. Θα ήθελα να υπάρξει μια βελτίωση σε αυτό και οι ιδέες μου να φτάνουν σε σημείο υλοποίησης.

Εικόνα 8: Persona 3 - Ορέστης Νικολάου

3.1.5 Περιορισμοί

Εταιρική ταυτότητα Crowdpolicy και brand manual

Η προς σχεδίαση ηλεκτρονική υπηρεσία ιστού υλοποιείται για την εταιρεία καινοτομίας Crowdpolicy. Για τον λόγο αυτό η σχεδιάσή του θα πρέπει να ακολουθεί τα πρότυπα της εταιρείας, τα οποία συμπεριλαμβάνονται στο brand manual που θα δούμε παρακάτω.

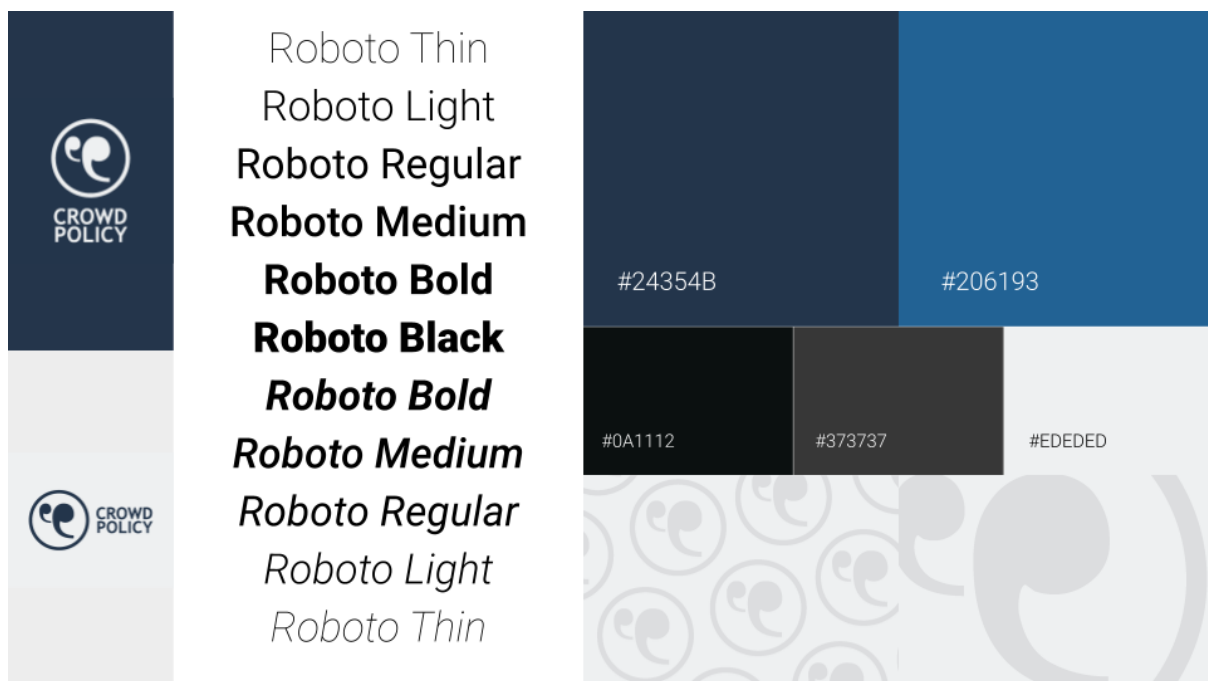
Το brand manual, αποτελεί ουσιαστικά ένα εγχειρίδιο που περιλαμβάνει τους κανόνες επικοινωνίας της εταιρικής επωνυμίας & ταυτότητας, όπως για παράδειγμα την εφαρμογή των λογοτύπων, τη χρωματική παλέτα και τη γραμματοσειρά, που χρησιμοποιεί η εταιρεία στην οπτική της ταυτότητα, με σκοπό τη διασφάλιση ότι η επωνυμία παραμένει πάντα αναγνωρίσιμη, όποιο κανάλι επικοινωνίας και αν χρησιμοποιείται. Η τήρηση των οδηγιών που παρουσιάζονται στο brand manual έχει μεγάλη σημασία, καθώς τα οπτικά στοιχεία που το αποτελούν είναι εκείνα που αντιπροσωπεύουν και συνδέονται άμεσα με τη μάρκα, με σκοπό να επικοινωνήσουν τις αξίες και τους στόχους της επωνυμίας. “Μια ισχυρή μάρκα ξεχωρίζει, επειδή καταφέρνει να έχει μια ισχυρή εικόνα την οποία αναγνωρίζουν και αποδέχονται οι καταναλωτές. Οι άνθρωποι συνδέονται με τα εμπορικά σήματα και πιστεύουν στην αξία τους” (Dinnie, 2015). Σύμφωνα με τους Abratt και Kleyn (2012), “Η σημασία της εταιρικής ταυτότητας για τις εταιρείες είναι σημαίνουσα και αυτό γιατί τις καθιστά ανταγωνιστικές, τους δίνει το περιθώριο της διαφοροποίησης, τις καθιστά αποτελεσματικές, τους δίνει προσωπικότητα και τις βοηθά να ξεχωρίζουν από τον ανταγωνισμό”.

Συνεπώς για να επιτευχθεί μια ισχυρή εταιρική ταυτότητα, θα πρέπει να χαρακτηρίζεται από εικαστική & αισθητική συνέπεια σε όλα τα κανάλια της.

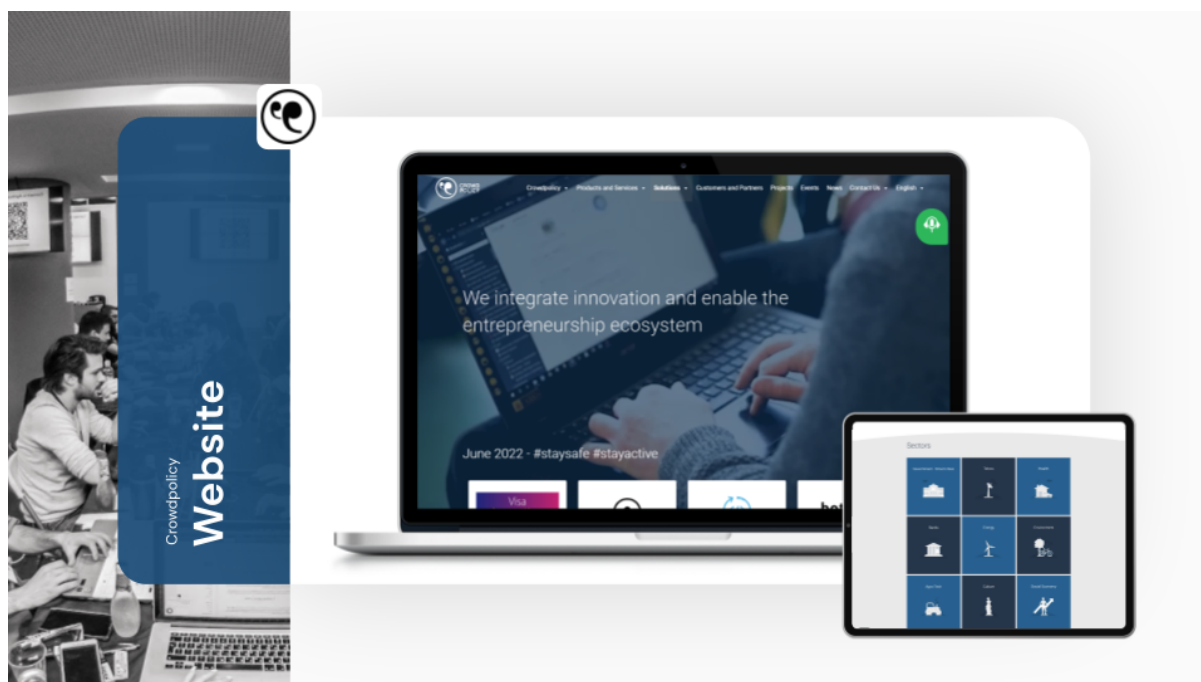
Σχεδιαστική ανάλυση

Παρακάτω θα δούμε πιο συγκεκριμένα την αισθητική κατεύθυνση της εταιρείας και τα βασικότερα σημεία της και χαρακτηριστικά της. Αρχικά είναι σημαντικό να επισημάνουμε ότι πρόκειται για μια εταιρεία με έντονο επαγγελματικό και τεχνολογικό χαρακτήρα, χαρακτηριστικά που αποτελούν τον πυρήνα της εταιρικής της ταυτότητας, ανάμεσα σε άλλα όπως, το ομαδικό πνεύμα, η επιχειρηματικότητα, η ποιότητα, η καινοτομία, η λειτουργική ακεραιότητα και η συνεχής βελτίωση.

Τα βασικά χρώματα που χρησιμοποιεί αποτελούν αποχρώσεις του μπλε, ένα χρώμα που συνδέεται με την εμπιστοσύνη, την αξιοπιστία, τη δύναμη, τη δημιουργικότητα και την τεχνολογική ανάπτυξη, ενώ ταυτόχρονα εμπνέει φιλικότητα. Η γραμματοσειρά που έχει επιλεγεί διαθέτει γεωμετρική φόρμα, συνδυάζοντας ταυτόχρονα ανοιχτές καμπύλες που εμπνέουν φιλικότητα. Συγκαταλέγεται στην οικογένεια των Serif γραμματοσειρών, οι οποίες εμπνέουν επαγγελματισμό και σοβαρότητα, ενώ δημιουργούν καλή ροή ανάγνωσης, λόγω του κατάλληλου πλάτους γραμμάτων. Τέλος όσον αφορά το λογότυπο, αποτελείται από δύο μέρη, το logomark και το λεκτικό, με κύρια χαρακτηριστικά τον απλό και φιλικό χαρακτήρα. Βασικό στοιχείο του logomark αποτελούν τα εισαγωγικά, τα οποία περικλείονται σε κύκλο, γεγονός που προσδίδει φιλική διάθεση και αίσθημα ενότητας. Χρησιμοποιείται είτε μόνο του, είτε μαζί με το λεκτικό.



Εικόνα 9: Λογότυπο, χρώματα και γραμματοσειρά που χρησιμοποιεί η Crowdpolicy



Εικόνα 10: Ιστοσελίδα Crowdfunder

Ομάδα υλοποίησης

Κατά την ανάπτυξη ενός έργου, η επικοινωνία με την ομάδα υλοποίησης είναι άκρως απαραίτητη, όχι μόνο όταν ο σχεδιασμός έχει ολοκληρωθεί, αλλά και κατά τη διάρκεια αυτού. Είναι σημαντικό η ομάδα design, που έχει αναλάβει το έργο, να γνωρίζει ποιες είναι οι προδιαγραφές και περιορισμοί όσον αφορά την προγραμματιστική ανάπτυξη του συστήματος, ενώ θα πρέπει να μπορούν όλες οι οθόνες και οι αλληλεπιδράσεις του χρήστη με το προϊόν να υλοποιούνται. Η επικοινωνία μεταξύ της ομάδας συνεπώς κρίνεται απαραίτητη για την αποφυγή απώλειας πολύτιμου χρόνου και λαθών στη πορεία της ανάπτυξης.

Wordpress

Η υλοποίηση της προς σχεδίαση ηλεκτρονικής υπηρεσίας βασίζεται στο δημοφιλές σύστημα διαχείρισης περιεχομένου ανοιχτού λογισμικού Wordpress. Το Wordpress αποτελεί ένα σύγχρονο διαδικτυακό εργαλείο, με αρθρωτή αρχιτεκτονική και υποστηρίζεται από μια μεγάλη κοινότητα χρηστών. Χαρακτηρίζεται από ευελιξία και η επεκτασιμότητα, καθώς μπορεί να προσαρμόζεται ανάλογα τις ανάγκες που προκύπτουν κατά τη δόμηση του πληροφοριακού συστήματος, επιτρέποντας τη διαχείριση και συντήρηση, ακόμα και από λιγότερο εξειδικευμένο προσωπικό. Οι επεκτάσεις, οι βελτιώσεις και οι επεμβάσεις που πραγματοποιούνται γίνονται με εύκολο και δομημένο τρόπο, χωρίς να διακόπτεται η βασική λειτουργικότητα. Η επεκτασιμότητα επιτυγχάνεται με τη χρήση προσθέτων (plugins), τα οποία επιτρέπουν στους προγραμματιστές να προσθέτουν επιπλέον λειτουργικότητες, επαναχρησιμοποιώντας βιβλιοθήκες της εφαρμογής, χωρίς να διαταράξουν στο προγραμματιστικό πυρήνα (core libraries) αυτής.

Ένα ακόμη χαρακτηριστικό του Wordpress είναι η δυνατότητα επεξεργασίας της εμφάνισης και της αισθητικής (διεπαφή) των συστημάτων, με τη χρήση θεμάτων (themes) τα οποία παρέχονται

Για την επιπλέον εξατομίκευση και επεξεργασία των θεμάτων, δίνεται η δυνατότητα χρήσης σύγχρονων διαδικτυακών τεχνολογιών, όπως η HTML, το CSS (CSS2), η Javascript (jQuery ή απλός κώδικας) και η XSLT, ενώ παρέχεται και η δυνατότητα για την ενσωμάτωση μηχανισμών και τρίτων υπηρεσιών (π.χ. embeddable video players, rss feeds κλπ).

Το Wordpress προσφέρει μια ποικιλία επιπέδων πρόσβασης χρηστών, επιτρέποντάς σας να δημιουργείτε ρόλους με μεγαλύτερες δυνατότητες από τον ρόλο του Διαχειριστή. Επιπλέον, μπορείτε να δημιουργήσετε νέους ρόλους για να εκχωρήσετε διαφορετικά δικαιώματα στους χρήστες. Το Wordpress βασίζεται σε ανοιχτές υποδομές λογισμικού (apache web server και MySQL database), καθώς και στη δημοφιλή γλώσσα προγραμματισμού PHP, η οποία υποστηρίζει μέχρι την τελευταία της έκδοση.

Layout

Οι διατάξεις που βασίζονται σε πλέγματα ρυθμίζουν το περιεχόμενο μιας ιστοσελίδας σε αριθμημένες ενότητες, στήλες και πλαίσια που είναι όλα ομοιόμορφα κατανομημένα και ευθυγραμμισμένα, γεγονός που οδηγεί σε μεγαλύτερη αναγνωσιμότητα. Παρ' όλα αυτά πολλές φορές τα πλέγματα δεν τηρούνται, αφού η πιο ελεύθερη τοποθέτηση των στοιχείων στο χώρο δημιουργεί μια πιο ευχάριστη εμπειρία χρήστη, αν χρησιμοποιηθεί σωστά αυτή η τάση. Η δημιουργία μιας ασύμμετρης διάταξης περιεχομένου χρειάζεται μεγάλη προσοχή, αφού προτεραιότητα έχει η χρηστικότητα και η προσβασιμότητα. Η τάση αυτή που αψηφά την τήρηση αυστηρών πλεγμάτων και τοποθέτησης περιεχομένου ονομάζεται "Web Design 4.0".

Τυπογραφία: Ευκρίνεια και αναγνωσιμότητα

Ένας από τους παράγοντες που επηρεάζουν την εμπειρία του χρήστη κατά την πλοήγησή του σε μία ιστοσελίδα αποτελεί η αναγνωσιμότητά της. Για τον λόγο αυτό η ορατότητα και η κατανόηση του κειμένου (ευκρίνεια) ενός ιστοτόπου είναι σημαντικά στοιχεία που θα πρέπει να λαμβάνουμε πάντα υπόψιν. Η αναγνωσιμότητα είναι ένα μέτρο για το πόσο γρήγορα μπορεί να διαβάσει κανείς ένα κείμενο και επηρεάζεται από το μέγεθος, το φόντο και το στυλ γραμματοσειράς, την αντίθεση, το χρώμα και τους χρωματικούς συνδυασμούς, αλλά και από την απόσταση και την ευθυγράμμιση του κειμένου (Visocky O' Grady, 2008). Εξίσου σημαντικό σημαντικό ρόλο αποτελεί και η δομή του περιεχομένου, το μέγεθος των προτάσεων και λοιπά. Παρακάτω θα εξεταστούν περαιτέρω μερικά χαρακτηριστικά που οδηγούν στην αύξηση της ευκρίνειας και της αναγνωσιμότητας.

1. **Μέγεθος γραμματοσειράς:** Το ελάχιστο μέγεθος των γραμματοσειρών, ώστε να μπορεί να είναι και ευανάγνωστο είναι τα 10pt.

2. **Font-face:** Χρήση της δημοφιλούς δωρεάν υπηρεσίας web fonts της Google (Google Fonts) στην οποία διατίθενται γραμματοσειρές ανοικτού κώδικα. Με τη χρήση των γραμματοσειρών αυτών εξαλείφεται το πρόβλημα της προσβασιμότητας των γραμματοσειρών.

3. **Πλάτος στήλης:** Το πλάτος της στήλης έχει επίδραση στην αναγνωσιμότητα. Σε μια στήλη που το πλάτος της είναι υπερβολικά μικρό, οι λέξεις διαβάζονται με συλλαβισμό, γεγονός που επιβραδύνει την αναγνώριση λέξεων, ενώ μια πολύ μεγάλη στήλη καθιστά δύσκολη την εύρεση

της επόμενης σειράς. Είναι εξίσου σημαντικό να επισημάνουμε ότι οι πιο σύντομες γραμμές είναι πιο κατανοητές. Συνεπώς κρίνεται απαραίτητο να γίνεται χρήση συντομότερων γραμμών στην αρχή ώστε να κεντρίζεται το ενδιαφέρον του χρήστη και στη συνέχεια να του δίνεται η επιλογή να συνεχίσει την ανάγνωση αν το επιθυμεί ανεξάρτητα από το μήκος της γραμμής. (Halpern,2014)

4. **Απόσταση χαρακτήρων - γραμμών - παραγράφων:** Η αναγνωσιμότητα μπορεί να επηρεαστεί από τις αποστάσεις αυτές γι αυτό θα πρέπει να δίνεται μεγάλη προσοχή. Πιο συγκεκριμένα, με τη σωστή επιλογή απόστασης γραμμών (leading), μπορεί να επιτευχθεί ιεραρχία στο περιεχόμενο. Με ένα μικρό leading, υπάρχει περίπτωση οι σειρές να συγκρούονται και να περιπλέκουν την αναγνώριση των λέξεων και με ένα μεγάλο να μην είναι εύκολος ο εντοπισμός της επόμενης γραμμής. Επομένως ένα μέτριο leading είναι το κατάλληλο.

5. **Ιεραρχία:** Η οπτική ιεραρχία στο διαδίκτυο επιτρέπει στους χρήστες να σαρώσει το κείμενο και να διαβάσει τα σημεία που τον ενδιαφέρουν γρηγορότερα. Ο σχεδιαστής λοιπόν έχει τη δυνατότητα να καθοδηγήσει τη διαδικασία ανάγνωσης, αποφασίζοντας με ποια σειρά θα διαβαστούν οι πληροφορίες από τον χρήστη. Ιεραρχία στη δομή περιεχομένου σημαίνει ότι κείμενα, γραφικά και εικόνες είναι ορθά οργανωμένα με τη χρήση χρώματος, της αντίθεσης και της τοποθέτησης, με σκοπό οι χρήστες να πάρουν μια γρήγορη επισκόπηση, πριν από την ολοκληρωμένη ανάγνωση.

Responsiveness

Οι χρήστες σήμερα στηρίζονται σε μεγάλο ποσοστό στις κινητές συσκευές και η πρόσβαση σε ιστοσελίδες πραγματοποιείται ως επί το πλείστον μέσω φορητών συσκευών, όπως tablet και smartphone που έχουν μικρότερο μέγεθος οθόνης. Η τάση των ανθρώπων να έχουν πρόσβαση στο Διαδίκτυο χρησιμοποιώντας σταθερούς υπολογιστές μειώνεται σε ποσοστό, και ακόμη και οι φορητοί υπολογιστές, που έχουν την ίδια διεπαφή με τους επιτραπέζιους υπολογιστές, αντικαθίστανται συχνά από tablet με προσαρτώμενα πληκτρολόγια, όπως iPad, επιφάνειες Microsoft και Android Tablets.

Το responsive design ανταποκρίνεται σε αυτήν την ανάγκη, αποτελώντας μια προσέγγιση για την ανάπτυξη ιστού στην οποία ένας ιστότοπος αναπτύσσεται ώστε να είναι εύκολος στη χρήση, με συνεπή σχεδιασμό και χαρακτηριστικά που μπορούν να φανούν σε οποιαδήποτε συσκευή, είτε είναι φορητή είτε όχι. (Firtman, 2010). Με λίγα λόγια το responsive design επιτρέπει στις ιστοσελίδες να μετατρέπουν την οπτικοποίηση του περιεχομένου τους, με βάση το μέγεθος της οθόνης στην οποία προβάλλονται, χωρίς να επηρεάζεται η αποτελεσματικότητα και η αποδοτικότητα αυτής.

Δεδομένου ότι το responsive web design είναι τόσο σημαντικό στοιχείο για το μέλλον του web, θα πρέπει να διέπεται από τις ακόλουθες αρχές:

1. Η responsive διάταξη διασφαλίζει ότι τα στοιχεία της ιστοσελίδας θα εμφανίζονται με τον ίδιο τρόπο σε κάθε οθόνη, ενώ διασφαλίζει ότι δεν θα κρυφτούν ή δεν θα αποκατασταθούν από άλλα στοιχεία, ενώ η λειτουργία τους θα παραμείνει η ίδια.

2. Το responsive web design θα πρέπει να μπορεί να αλλάζει, ανάλογα με το μέγεθος και την ανάλυση της οθόνης.

3. Όλα τα στοιχεία πρέπει να αποδίδονται χωρίς απώλεια ποιότητας.

Σε επόμενο κεφάλαιο θα δούμε πως η ανθρωποκεντρική σχεδίαση και τα Material Design Guidelines, μπορούν να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα και την αποδοτικότητα των ιστοσελίδων, σχετικά με την απόδοση του περιεχομένου σε συσκευές.

3.2 Ανάλυση ανταγωνιστών

Όσο οι επιχειρήσεις μεγαλώνουν και αναπτύσσονται, η παρακολούθηση των σχολίων και της ανατροφοδότησης των χρηστών, καθίσταται εξαιρετικά δύσκολη, ειδικά σε περιπτώσεις που οι χρήστες επισημαίνουν τις ίδιες βελτιώσεις. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να προκαλείται σύγχυση στις ομάδες έργου, να χάνονται οι προτεραιότητες βελτίωσης των προϊόντων, να αποπροσανατολίζεται η κατεύθυνση της εταιρείας προς την εξέλιξη και τέλος οι χρήστες να μένουν ανικανοποίητοι, που τα αιτήματά τους δεν εισακούγονται. Έτσι, τα τελευταία χρόνια, η δημοτικότητα του πληθοπορισμού έχει αυξηθεί και χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις ως τρόπος συλλογής ιδεών για νέες καινοτομίες και παροχής λύσεων σε υπάρχοντα προβλήματα. Για να γίνει αυτό πράξη, διάφορες πρωτοβουλίες και πλατφόρμες πληθοπορισμού έχουν δημιουργηθεί παρέχοντας νέα κανάλια και τρόπους προκειμένου οι εταιρείες να λάβουν νέες ιδέες, σχόλια και λύσεις για τη βελτίωση των προϊόντων και των υπηρεσιών τους.

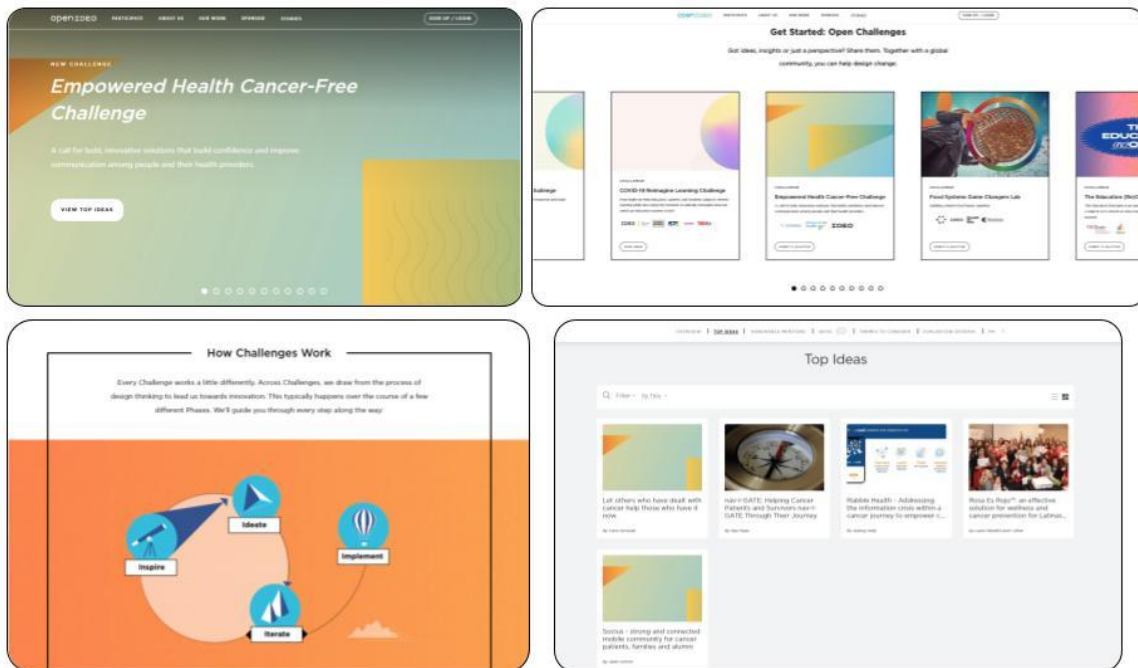
Στο κεφάλαιο αυτό θα αναλύσουμε μερικά από τα πιο δημοφιλή εργαλεία, που υποστηρίζουν την κοινωνική σχεδίαση, όπως πλατφόρμες ανατροφοδότησης πελατών (Customer feedback tools) και πλατφόρμες πληθοπορισμού, με κάθε μία από αυτές να έχει τα δικά του μοναδικά χαρακτηριστικά και οφέλη. Μεγαλύτερη βάση δόθηκε στον τρόπο με τον οποίο οι πλατφόρμες συλλέγουν δεδομένα από τους χρήστες, στις δυνατότητες που διαθέτουν και επιτρέπουν στο κοινό να αλληλεπιδρά με τις ιδέες και τέλος με ποιο τρόπο προτρέπουν το κοινό να συμμετάσχει. Θα ήταν πολύ χρήσιμο να εμβαθύνουμε αναλυτικότερα στις διαδικασίες και τα βήματα που μπορεί να ακολουθήσει ένας χρήστης των συστημάτων αυτών, ώστε να κατανοήσουμε σε βάθος τον τρόπο λειτουργίας. Στην περίπτωση αυτή όμως λόγω του γεγονότος ότι οι υπηρεσίες αυτές είναι επί πληρωμή, δεν καταφέραμε να τις χρησιμοποιήσουμε. Έτσι οι παρατηρήσεις που ακολουθούν προέκυψαν από μία γενικότερη έρευνα αυτών, από βίντεο και άρθρα που τις περιγράφουν.

3.2.1 OpenIDEO

Το [OpenIDEO](#) πρόκειται για μια ανοιχτή πλατφόρμα καινοτομίας όπου άνθρωποι από όλες τις γωνιές του κόσμου αντιμετωπίζουν συνεργατικά, μέσω προκαθορισμένων προκλήσεων, μερικά από τα πιο δύσκολα παγκόσμια ζητήματα, όπως κοινωνικά και περιβαλλοντικά. Βασίζεται στη δύναμη του ανθρωποκεντρικού σχεδιασμού, ενώ συνδυάζοντάς τη με την δύναμη των ιδεών που έχουν άνθρωποι ανά τον κόσμο, πυροδοτούν την άνθιση της καινοτομίας σε φλέγοντα ζητήματα.

Ένα από τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά της ηλεκτρονικής ανοικτής πλατφόρμας καινοτομίας του OpenIDEO είναι οι στοχευμένες προκλήσεις προς επίλυση που δίνονται στους συμμετέχοντες. Οι προκλήσεις αυτές έχουν στόχο να καθοδηγούν τους συμμετέχοντες στις φάσεις

της διαδικασίας design thinking, ώστε να καταφέρουν να δομήσουν καλύτερα τη σκέψη τους και να οδηγηθούν σε ιδέες που είναι πιθανό να υλοποιηθούν. Πολλές φορές οι προκλήσεις περιλαμβάνουν εργαλεία και εκδηλώσεις στις οποίες μπορούν να συμμετάσχουν και άλλες ευκαιρίες που μπορούν να βοηθήσουν τους συμμετέχοντες να εφαρμόσουν τις λύσεις τους. Ταυτόχρονα, η χρηματική επιβράβευση αποτελεί βασικό κίνητρο για την παραγωγή βέλτιστων αποτελεσμάτων. Ένα ακόμη δυνατό χαρακτηριστικό της πλατφόρμας είναι ότι επεκτείνει τη δύναμη του πληθοπορισμού φέρνοντας σε επαφή διαφορετικές, συνεργατικές κοινότητες που μοιράζονται γνώσεις και βασίζονται στις ιδέες πολλών για να επιταχύνουν τον αντίκτυπο.



Εικόνα 11: Πλατφόρμα καινοτομίας OpenIDEO

Θετικά χαρακτηριστικά:

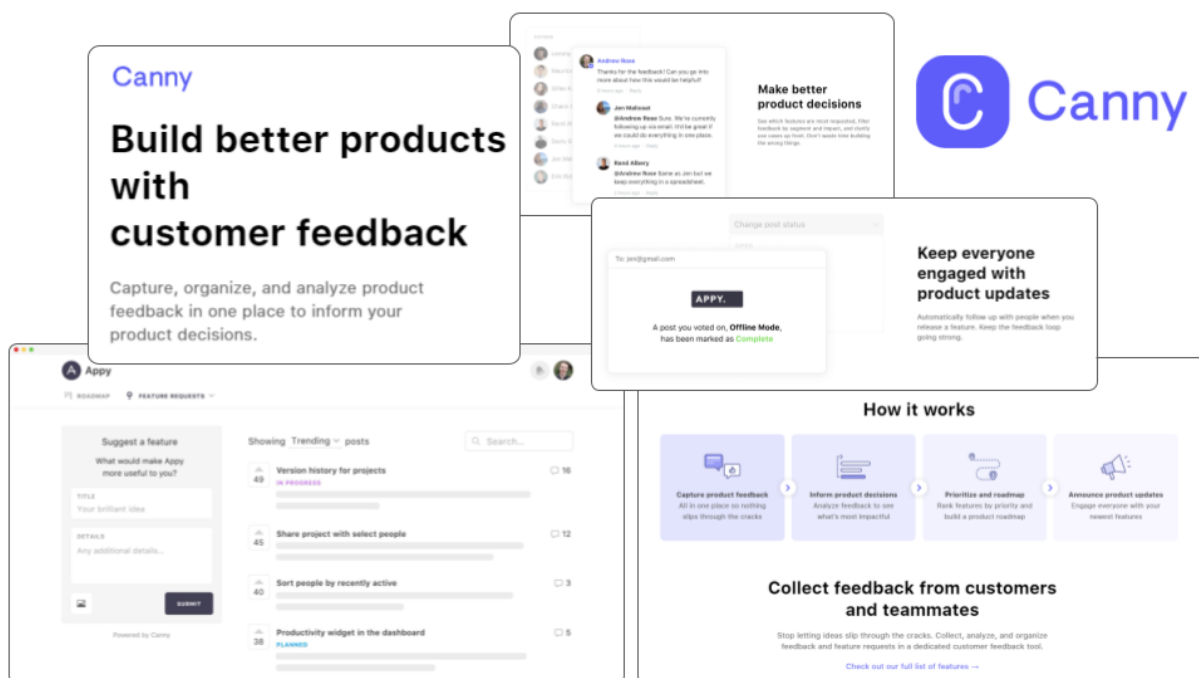
- Διαθέτει προφίλ χρήστη όπου βρίσκονται συγκεντρωμένες όλες οι ιδέες που έχει καταχωρήσει ο ίδιος και μπορεί να ανατρέξει αργότερα
- Σύντομες περιγραφές του αρχικού προλήματος προς επίλυση με παρότρυνση για δράση και ορισμένες προτροπές για την έναρξη συλλογής ιδεών
- Εσωτερική σελίδα που περιγράφει αναλυτικά την κάθε πρόκληση
- Στο στάδιο του brainstorming είναι πολύ ενδιαφέρον να δούμε τι σκέφτονται άλλοι συμμετέχοντες και πως εκφράζουν τις ιδέες τους
- Δυνατότητα φιλτραρίσματος ιδεών, ανάλογα το θέμα, το στάδιο ανάπτυξης, τον τύπο λύσης κλπ
- Η κάθε ιδέα που έχει κάποιος χρήστης δημοσιεύεται σε μια κεντρική σελίδα που όλοι έχουν πρόσβαση και μπορούν να τη διαβάσουν
- Δυνατότητα σχολιασμού και συζήτησης σε ιδέες άλλων συμμετεχόντων

- Διαθέτει προσέγγιση και εργαλεία με σκοπό να εμπνεύσουν νέους τρόπους σκέψης, να πυροδοτήσουν τη συνεργασία και τη δράση και να φέρουν κοντά ανθρώπους από όλα τα κοινωνικά στρώματα για να δημιουργήσουν πρωτοποριακές λύσεις.

3.2.2 Canny.io

Το **Canny** είναι μια πλατφόρμα ανατροφοδότησης σχολίων πελατών, αλλά και εργαζομένων, που βοηθά τις επιχειρήσεις να καταγράφουν, να αναλύουν, να ιεραρχούν και να παρακολουθούν τα σχόλιά τους, με απώτερο σκοπό τη βελτίωση των προϊόντων και των υπηρεσιών τους.

Ένα από τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά είναι η συλλογή σχολίων από πολλά διαφορετικά κανάλια (Slack, Salesforce κ.α.), οργανώνοντας με αυτόν τον τρόπο τις απαραίτητες πληροφορίες αυτόματα. Ένα εξίσου σημαντικό χαρακτηριστικό είναι η ομαδοποίηση των σχολίων ανάλογα με το πεδίο ενδιαφερόντων των ομάδων εργασίας. Με τον τρόπο αυτό οι ομάδες μπορούν να εστιάσουν αποκλειστικά σε θέματα που τους αφορούν και να φέρουν καλύτερα αποτελέσματα. Με την υπηρεσία Canny, ενθαρρύνεται η βέλτιστη δυνατή λήψη αποφάσεων για τα προϊόντα, δίνοντας βάση στην κατανόηση των πραγματικών αναγκών των χρηστών, μέσω της ορθότερης ιεράρχησης προτεραιοτήτων.



Εικόνα 12: Πλατφόρμα ανατροφοδότησης σχολίων πελατών Canny

Εκτός από την συλλογή σχολίων από τους χρήστες, η υπηρεσία υποστηρίζει και τη συλλογή ιδεών, από την ίδια την ομάδα εργασίας. Με τον τρόπο αυτό οι εταιρείες λαμβάνουν πολύτιμες πληροφορίες, που έχουν ως σκοπό την βελτίωση των προϊόντων, πριν προχωρήσουν στην εφαρμογή του.

Θετικά χαρακτηριστικά:

- Πολυκαναλική λήψη δεδομένων
- Product roadmapping
- Κατάταξη ιδεών με βάση την πιο δημοφιλή
- Ταξινόμηση ιδεών ανά πεδίο ενδιαφέροντος
- Ιδεασμός και συνεργασία

Canny streamlines your idea management process

Showing **Trending** posts

One place for all ideas

Product ideas come in through different channels from both customers and teammates. Get valuable insights by gathering all ideas in one place.

- Capture ideas at scale in a manageable way
- See a list of new features or improvements based on demand

Manage ideas from customers and teammates

Use Canny for idea management to extract insights and build better products.

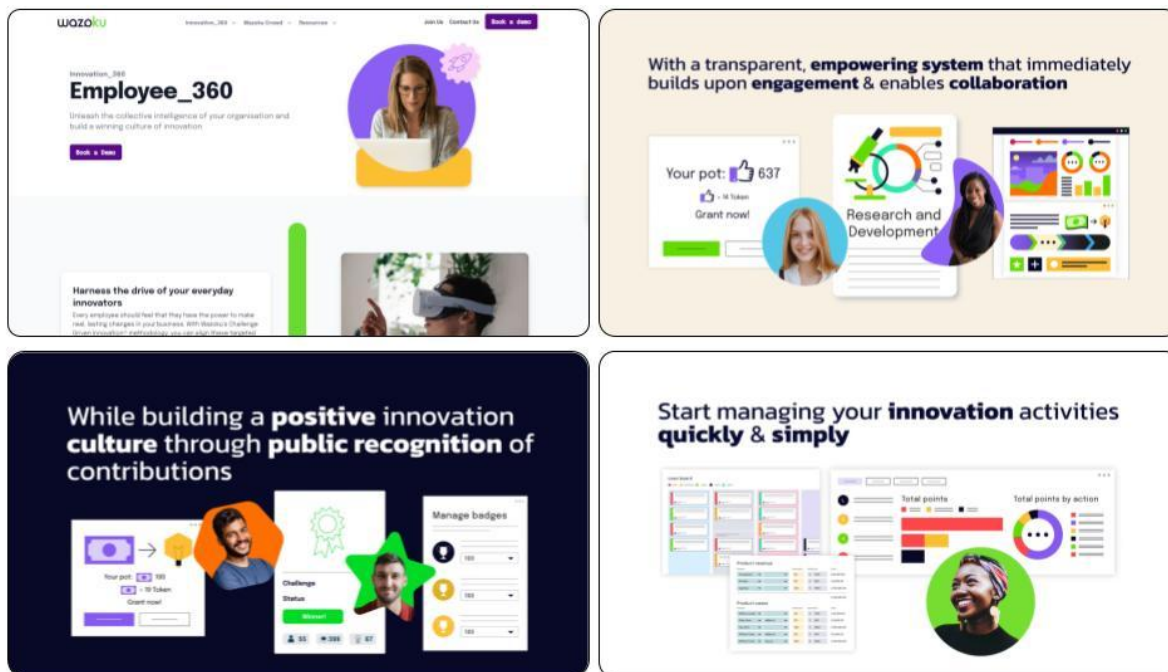
GET STARTED

Εικόνα 13: Πλατφόρμα ανατροφοδότησης σχολίων πελατών Canny

3.2.3 Wazoku

Η πλατφόρμα [Wazoku](#) αποτελεί ένα εργαλείο που βασίζεται στην συμμετοχικότητα, ενώ χρησιμοποιώντας τις καινοτόμες ιδέες του πλήθους βοηθά τις επιχειρήσεις να εξελιχθούν. Χρησιμοποιώντας το εργαλείο “Innovation_360”, η πλατφόρμα δίνει τη δυνατότητα στους οργανισμούς να επιλύουν πολύπλοκα προβλήματα, βλέποντας έτσι την πραγματική δύναμη που έχουν οι ιδέες του πλήθους. Οι προκλήσεις που καλείται το πλήθος να επιλύσει ποικίλουν, καθώς μπορεί να αφορούν σύνθετα επιχειρηματικά ζητήματα, ακόμα και κοινωνικά ή επιστημονικά. Σημαντικό πλεονέκτημα του εργαλείου Innovation_360 είναι ότι έχει τη δυνατότητα να συγκεντρώνει δραστηριότητες και δεδομένα σε ένα μέρος, διευκολύνοντας τη διαχείριση και τη δημιουργία καινοτομίας που μπορεί να υλοποιηθεί.

Το προϊόν του Innovation_360 παρέχεται εξατομικευμένο ακόμα και για ενδοεταιρική χρήση (Employee_360), κατά την οποία ενθαρρύνεται η συνεργασία μεταξύ των μελών της εταιρείας, ενώ η γνώμη τους εκτιμάται με τη βοήθεια των διαφανών διαδικασιών.



Εικόνα 14: Πλατφόρμα συμμετοχικότητας Wazoku Innovation_360

Θετικά χαρακτηριστικά:

- Πολυκαναλική λήψη δεδομένων
- Ανακάλυψη εργαζομένων με καινοτόμες ιδέες
- Επιβράβευση επικρατέστερων ιδεών
- Οργάνωση ιδεών ανά κατηγορία
- Χρήση dashboards

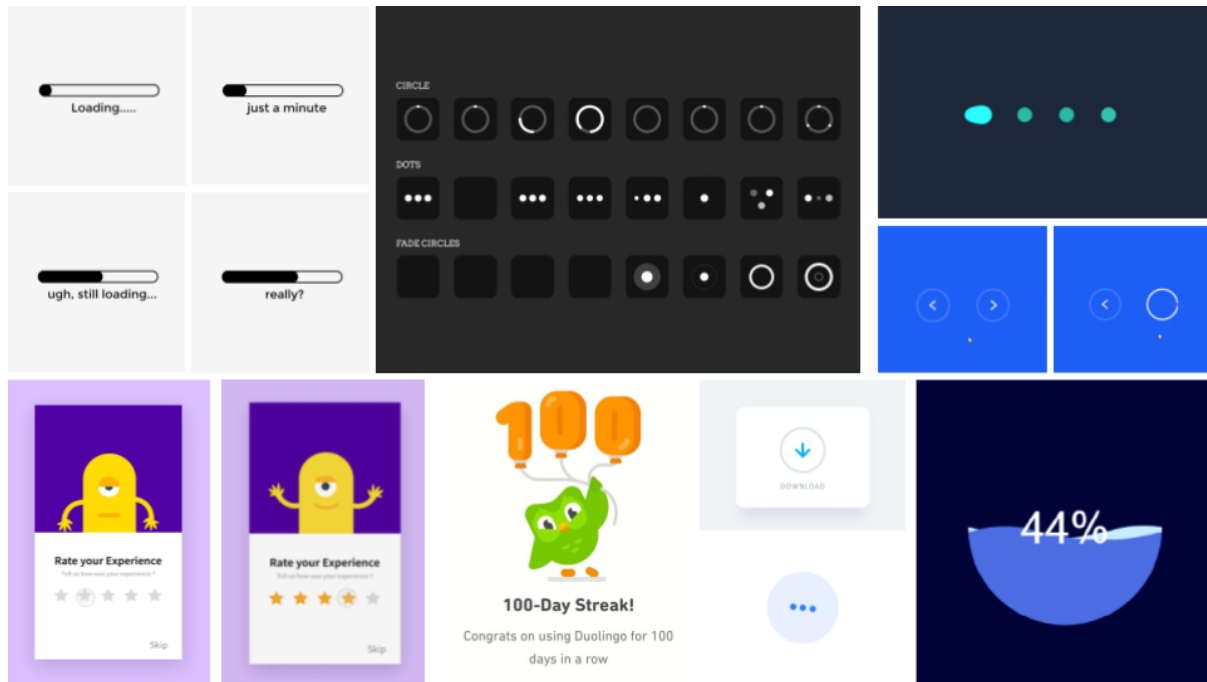
3.3 Σχεδιαστικές τάσεις διεπαφών χρήστη

Η σχεδίαση αποτελεί έναν από τους παράγοντες που επηρεάζουν την πρώτη εντύπωση του χρήστη για ένα προϊόν, ενώ βοηθά στη διαφοροποίηση, την αναγνώριση και τη δημιουργία μιας ισχυρής εικόνας μιας επωνυμίας. Δεν αρκεί όμως μόνο αυτό, καθώς για είναι επιτυχημένος ο σχεδιασμός, θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη οι ήδη υπάρχουσες απαιτήσεις χρήστη. Ο συνδυασμός τους, μπορεί να αποδώσει εξαιρετικά αποτελέσματα διεπαφών, καθώς και να βελτιώσει την εμπειρία του χρήστη. Παρακάτω παρατίθενται μερικές από τις πιο σημαντικές τάσεις στο σχεδιασμό διεπαφών για το 2022 και έπειτα.

Animations and emotional design

Το emotive interaction design, ή αλλιώς emotional design αφορά την δημιουργία εμπειριών που προκαλούν συναισθηματική απόκριση στους χρήστες. Μέσω των εμπειριών αυτών, οι χρήστες δημιουργούν μια βαθύτερη σύνδεση με το προϊόν, ενώ αποκτούν συνολικά μια πιο θετική και αξιωματική αλληλεπίδραση. Η χρήση animations έρχεται να δώσει την απάντηση, αφού δημιουργούν εμπειρίες που μοιάζουν με τις ανθρώπινες αλληλεπιδράσεις. Για παράδειγμα, το Duolingo, μια εφαρμογή εκμάθησης ξένων γλωσσών, χρησιμοποιεί χαρακτήρες που συγχαίρουν

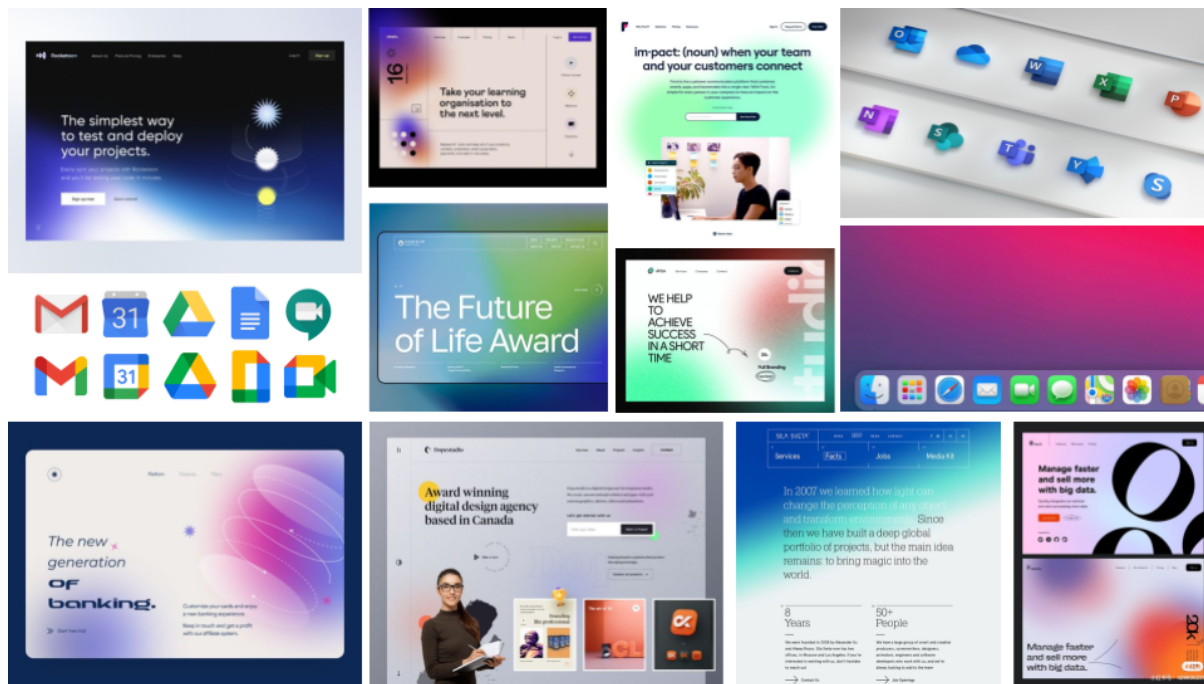
έναν χρήστη όταν τα πάει καλά και του δίνουν βραβεία ή τον υποστηρίζουν όταν δεν μπορεί να ολοκληρώσει μια πρόκληση. Η εμπειρία συνδέεται με συναισθήματα όπως ο ενθουσιασμός. Με τη χρήση κινούμενων γραφικών λοιπόν μπορεί να επιτευχθεί η βελτίωση της εμπειρίας του χρήστη. Μερικά ακόμη παραδείγματα αποτελούν οι σελίδες loading, τα hover effects και τα animated λογότυπα.



Εικόνα 15: Παραδείγματα animations (Pinterest.com)

Smooth Gradients

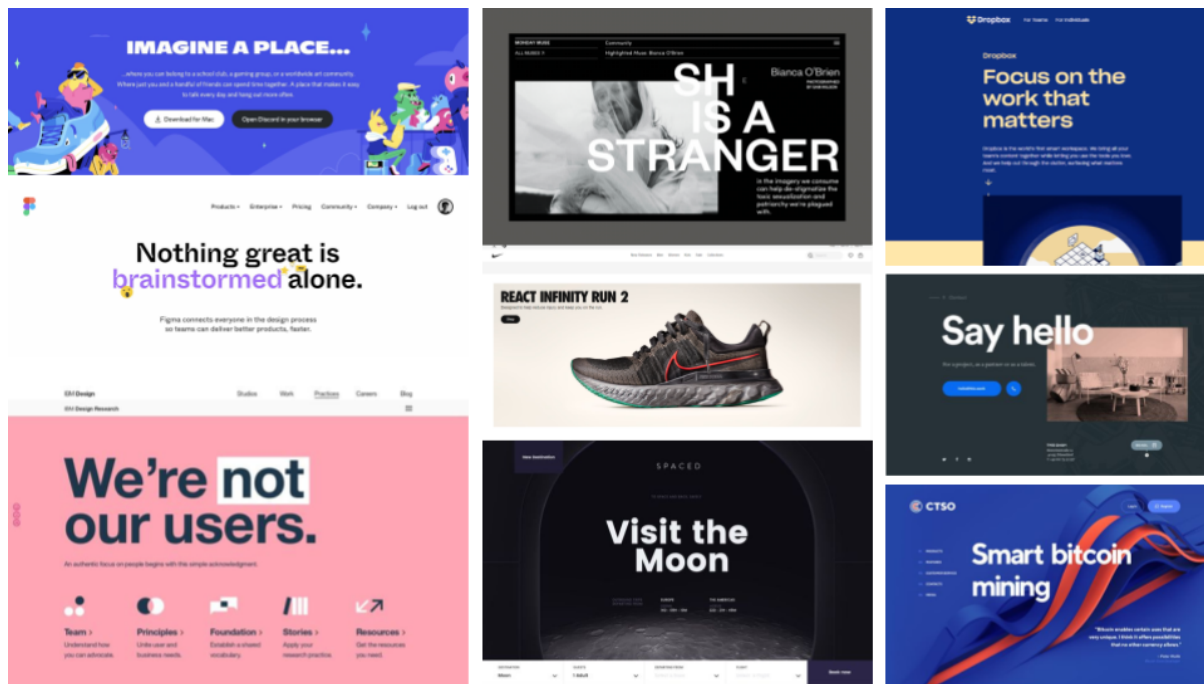
Μία από τις πιο κύριες τάσεις αποτελεί η χρήση του gradient. Συνδυάζοντας διαφορετικά χρώματα με αντιθέσεις και επιλέγοντας ελαφριές διαβαθμίσεις, το αποτέλεσμα μπορεί να είναι εντυπωσιακό, δίνοντας ωστόσο μεγαλύτερη προσοχή στις κλίσεις, αλλά και την επιλογή των χρωμάτων. Τα πολύ κορεσμένα χρώματα μπορούν πολλές φορές να παραπέμψουν σε παλαιότερες σχεδιαστικές επιλογές, που δεν χρησιμοποιούνται πλέον. Ένα καλό παράδειγμα εφαρμογής των gradients, είναι το design system της Microsoft, η νέα σχεδιαστική προσέγγιση της Apple, καθώς και ο επανασχεδιασμός στα λογότυπα των προϊόντων της Google (Gmail, Calendar, Drive, Docs και Meet).



Εικόνα 16: Παραδείγματα της σχεδιαστικής τάσης “Smooth Gradients” (Pinterest.com)

Bold typography

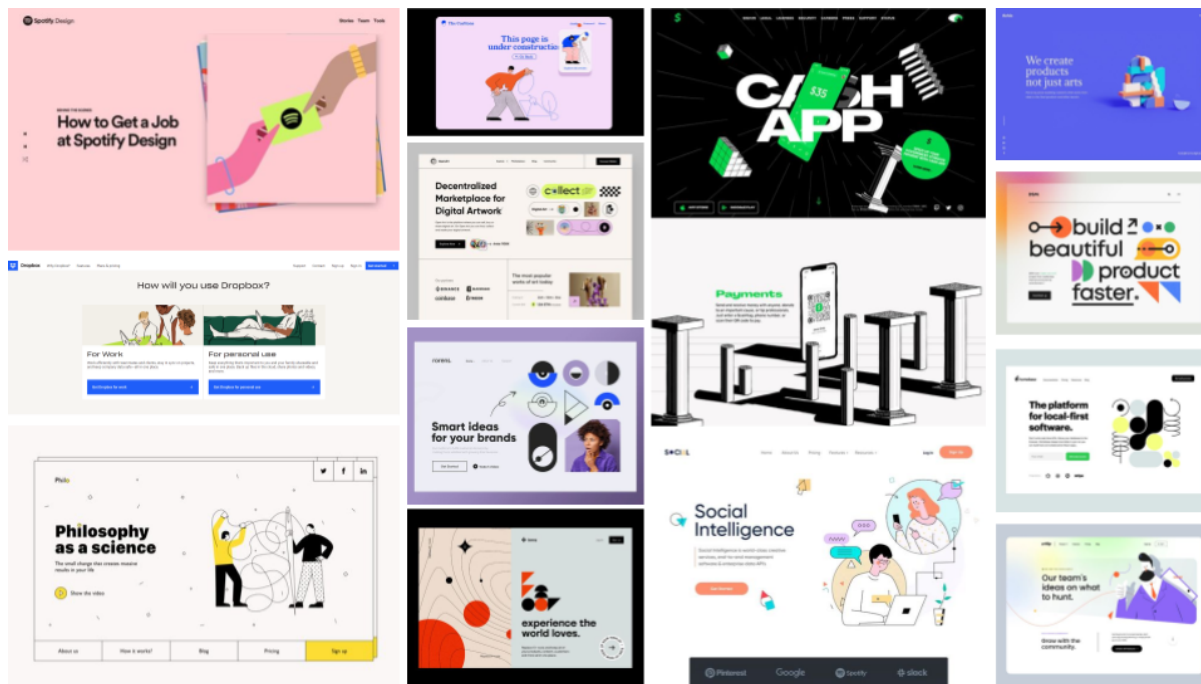
Η χρήση της τυπογραφίας αποτελεί τα τελευταία χρόνια ένα σημαντικό χαρακτηριστικό στον σχεδιασμό ιστοσελίδων. Δημοφιλείς ιστοσελίδες χρησιμοποιούν την τακτική αυτή όχι μόνο για να δώσουν έμφαση σε σημεία που θέλουν να καθοδηγήσουν τον χρήστη, αλλά και σαν αναπόσπαστο κομμάτι της συνολικής τους εταιρικής ταυτότητας. Μερικά από τα πιο χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν η Nike, η Discord και η Dropbox, χρησιμοποιώντας τες με τέτοιο τρόπο ώστε να αναπηδούν όμορφα από τον αρνητικό χώρο και να δίνουν έμφαση στα κατάλληλα σημεία, προσδίδοντας ταυτόχρονα χαρακτήρα.



Εικόνα 17: Παραδείγματα της σχεδιαστικής τάσης “Bold Typography” (Pinterest.com)

Unique illustrations

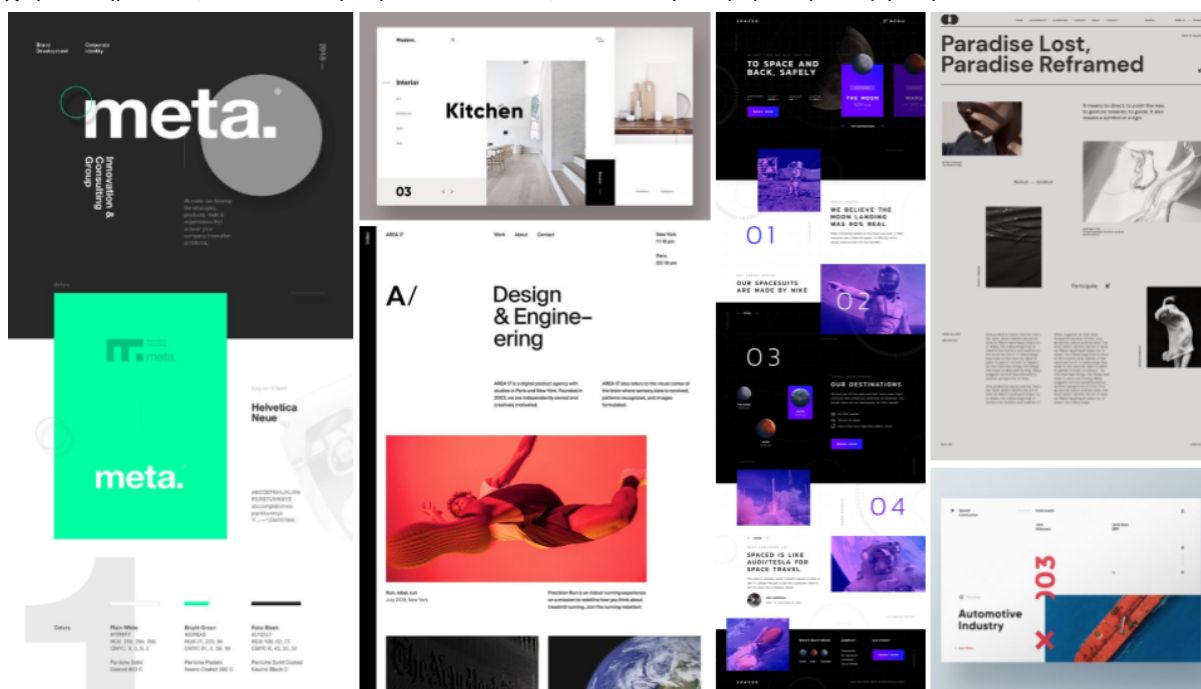
Μία ακόμα τάση στο σχεδιασμό διεπαφών είναι η χρήση illustrations, με σκοπό τη διαφοροποίηση και τη δημιουργία μοναδικών προϊόντων με προσωπικότητα. Τα illustrations μπορούν να έχουν διαφορετική αισθητική (2D, 3D ή και ζωγραφισμένα στο χέρι) και έχουν τη δυνατότητα να “ζωντανεύουν” ιστοσελίδες που είναι πιο στατικές, ειδικά όταν συνδυάζονται με σχεδίαση κίνησης. Ακόμα, η προσθήκη χαρακτήρων σε μια ψηφιακή πλατφόρμα να δημιουργήσει ενσυναίσθηση και να βελτιώσει την αφοσίωση των χρηστών. Ένα καλό παράδειγμα χρήσης των illustrations είναι η σελίδα του Dropbox, το οποίο χρησιμοποιεί με τέτοιο τρόπο τα illustrations για να οπτικοποιήσει το μήνυμά του και να δημιουργήσει συναισθήματα.



Εικόνα 18: Παραδείγματα της σχεδιαστικής τάσης “Unique Illustrations” (Pinterest.com)

Unorthodox Layouts & Web design 3.0

Η ασυμμετρία και η επικάλυψη στοιχείων είναι δύο από τα βασικότερα χαρακτηριστικά που συναντώνται στο σχεδιασμό διεπαφών, αποτελώντας τη “νέα εποχή” (Web Design 3.0). Τα πλέγματα δεν τηρούνται με τόση αυστηρότητα όπως συνηθιζόταν παλαιότερα, αφού η τοποθέτηση του περιεχομένου σε μια πιο ελεύθερη διάταξη, προσδίδει δυναμικότητα και χαρακτήρα, λόγω των απεριόριστων επιλογών που προσφέρει η ασυμμετρία.



Εικόνα 19: Παραδείγματα της σχεδιαστικής τάσης “Unorthodox Layouts & Web design 3.0” (Pinterest.com)

3.4 Λειτουργίες ηλεκτρονικής υπηρεσίας

Η ηλεκτρονική υπηρεσία Idea Box διαθέτει ένα πλήθος λειτουργικών απαιτήσεων, οι οποίες είναι οι παρακάτω:

Ιδέες

1. Να επιτρέπει την υποβολή ιδεών αποκλειστικά σε συνδεδεμένους και εγγεγραμμένους χρήστες
2. Να αποθηκεύει και να προβάλλει τις καταχωρημένες ιδέες
3. Το σύνολο των υποβληθέντων ιδεών να είναι ορατές αποκλειστικά σε συνδεδεμένους και εγγεγραμμένους χρήστες
4. Να υποστηρίζει τη δυνατότητα σχολιασμού των δημοσιευμένων ιδεών
5. Να υποστηρίζει την αξιολόγηση των ιδεών από τους χρήστες
6. Να είναι εμφανής η ημερομηνία υποβολής, ο χρήστης που την έχει υποβάλει και η ενότητα που εντάσσεται η κάθε ιδέα
7. Να υποστηρίζει την κατηγοριοποίηση ιδεών ανά θεματική κατηγορία, ανά τμήμα εργασίας εργαζομένων, ανά δημοφιλία και ανά ημερομηνία καταχώρησης
8. Να επιτρέπει την αναζήτηση ιδεών
9. Για τη δημοσίευση μιας ιδέας στην πλατφόρμα, να προαπαιτείται έγκριση του περιεχομένου από τον διαχειριστή
10. Να είναι εμφανής η αξιολόγηση που έχει λάβει η ιδέα σε όλους τους συνδεδεμένους και εγγεγραμμένους χρήστες

Υποβολή ιδέας

1. Να υποστηρίζεται η υποβολή ιδεών με τη μορφή φόρμας
2. Κατά τη διαδικασία υποβολής μιας ιδέας, ο χρήστης να μπορεί να επιλέξει την κατηγορία στην οποία ανήκει
3. Κατά τη διαδικασία υποβολής μιας ιδέας, να υπάρχει η δυνατότητα για επισύναψη αρχείου
4. Να επιτρέπεται η αποθήκευση της ιδέας ως πρόχειρο και η επεξεργασία της όταν ο χρήστης επιθυμεί
5. Πριν την υποβολή μιας ιδέας, ο χρήστης να μπορεί να ελέγξει τα πεδία που έχει συμπληρώσει
6. Κατά τη διαδικασία υποβολής μιας ιδέας να υπάρχει η δυνατότητα επιστροφής σε προηγούμενα βήματα

Σύνδεση-Εγγραφή

1. Ο χρήστης πρέπει να έχει την δυνατότητα να δημιουργήσει λογαριασμό στην ιστοσελίδα και να συνδεθεί σε αυτόν με εταιρικό e-mail για να χρησιμοποιήσει την υπηρεσία.
2. Να υποστηρίζει την αποθήκευση των στοιχείων των χρηστών με την εγγραφή τους
3. Να είναι υποχρεωτικά όλα τα πεδία συμπλήρωσης κατά την εγγραφή

Προφίλ

1. Να υπάρχει η δυνατότητα επεξεργασίας των πληροφοριών λογαριασμού (ονοματεπώνυμο / email / password)
2. Να υποστηρίζει την προβολή καταχωρημένων και αποθηκευμένων ιδεών στο προφίλ του χρήστη
3. Να υποστηρίζει την προβολή και διαγραφή όλων των αποθηκευμένων και δημοσιευμένων ιδεών σε ενότητα του προφίλ
4. Να υποστηρίζει την προβολή όλων των σχολίων που έχει κάνει ο χρήστης
5. Να υποστηρίζει την προβολή όλων των ιδεών που έχει υποστηρίξει ο χρήστης
6. Να υποστηρίζει την επεξεργασία των ιδεών που έχουν αποθηκευτεί ως πρόχειρα
7. Να υποστηρίζει την εξαγωγή ή διαγραφή προσωπικών δεδομένων του χρήστη από την πλατφόρμα
8. Να υποστηρίζει την διαγραφή λογαριασμού χρήστη

Γενικά

1. Να παρέχονται στους χρήστες ποσοτικά στατιστικά στοιχεία της πλατφόρμας
2. Να παρέχονται πληροφορίες που εξηγούν το σκοπό της πλατφόρμας
3. Ο χρήστης να λαμβάνει τα απαραίτητα προειδοποιητικά μηνύματα δράσεων για την αποφυγή σφαλμάτων
4. Να υποστηρίζει την εμφάνιση ανάλογων μηνυμάτων σε περίπτωση λάθους του χρήστη

Εκτός από τις λειτουργικές απαιτήσεις το σύστημα θα πρέπει να υποστηρίζει τις παρακάτω μη λειτουργικές απαιτήσεις:

1. Η γραμματοσειρά και το μέγεθος των κειμένων να είναι ευανάγνωστα
2. Η ιστοσελίδα πρέπει να εμφανίζει την πληροφορία σε κατάλληλη μορφή σε οποιαδήποτε πλατφόρμα χρήσης
3. Να εμπνέει εμπιστοσύνη και ομαδικότητα
4. Ο χρόνος απόκρισης του συστήματος πρέπει να είναι το πολύ τρία δευτερόλεπτα
5. Τα προσωπικά στοιχεία των χρηστών πρέπει να προστατεύονται
6. Να παρακινείται ο χρήστης να εκφράσει τις ιδέες του
7. Να καθίστανται σαφή τα βήματα υποβολής μια ιδέας
8. Να ενθαρρύνει τη συζήτηση μεταξύ των συμμετεχόντων
9. Να καθίσταται εύκολη η πλοήγηση ανάμεσα στις διάφορες οθόνες
10. Να υποστηρίζει την εξαγωγή δημοφιλών προτάσεων από το διαχειριστή της πλατφόρμας (Πρόσβαση στο διαχειριστικό εφαρμογών έχουν μόνο πιστοποιημένα στελέχη της Crowdpolicy και μέσω VPN)

04

Σχεδίαση υπηρεσίας

04. Σχεδίαση υπηρεσίας Idea Box

4.1 Διαδικασία

Η διαδικασία που ακολουθείται για την σχεδίαση της υπηρεσίας και την επίτευξη του μέγιστου δυνατού αποτελέσματος αποτελείται από πέντε βήματα.

- Πρώτο βήμα, αφού σε προηγούμενο κεφάλαιο έχουμε ορίσει σχεδιαστικές απαιτήσεις και προδιαγραφές, αποτελεί ο σχεδιασμός ταυτότητας της πλατφόρμας.
- Στη συνέχεια ακολουθεί η σχεδίαση αρχιτεκτονικής πληροφορίας, για την καλύτερη κατανόηση και οργάνωση του περιεχομένου.
- Έπειτα ακολουθεί η πρώτη φάση σχεδιασμού των οθονών, όπου περιγράφονται αναλυτικά όλες οι λειτουργίες που διαθέτει το σύστημα.
- Σειρά έχει η αξιολόγηση, η οποία έχει ως στόχο την εύρεση αστοχιών, σε θέματα εμπειρίας χρήστη ή αισθητικής.
- Με τη βοήθεια αυτής οδηγούμαστε στο πέμπτο και τελευταίο βήμα, αυτό της σχεδίασης του τελικού πρωτοτύπου.

Για την υλοποίηση των Mockup πρωτοτύπων χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα Adobe XD, ιδανικό εργαλείο σχεδίασης για γρήγορη πρωτοτυποποίηση με πληθώρα επιλογών, ενώ για το σχεδιασμό λογοτύπων και γραφικών χρησιμοποιήθηκε το πρόγραμμα Adobe Illustrator, κατάλληλο για σχεδίαση διανυσματικών γραφικών.

4.2 Σχεδιασμός εταιρικής ταυτότητας

4.2.1 Ονομασία και έμπνευση σχεδιασμού λογοτύπων

Το όνομα της προς σχεδίαση ηλεκτρονικής υπηρεσίας είναι “Idea Box”, δηλαδή “κουτί ιδεών”, πράγμα που αποτελεί βασική πηγή έμπνευσης για το σχεδιασμό του λογοτύπου. Η ιδέα μπορεί να συνδεθεί με το σύμβολο του chat bubble, το οποίο χρησιμοποιείται ευρέως από εφαρμογές επικοινωνίας, για να υποδείξουν ότι ο χρήστης πληκτρολογεί ένα μήνυμα. Στην περίπτωσή μας, το σύμβολο αυτό μπορεί να συνδεθεί εν συνεχεία με την ελευθερία της έκφρασης των χρηστών και την αποτύπωση των σκέψεων και των ιδεών τους στην πλατφόρμα, η οποία παρομοιάζεται με ένα κουτί, όπου συγκεντρώνονται όλες οι ιδέες-προτάσεις.

Ας δούμε μερικά λογότυπα που αποτέλεσαν έμπνευση για τον σχεδιασμό των προσχεδίων, με βασικά χαρακτηριστικά τη γεωμετρία, τον επαγγελματισμό και τις έντονες γωνίες. Μερικά από αυτά μάλιστα απεικονίζουν bubble chats, που θα αποτελούν σίγουρα χαρακτηριστικό των λογοτύπων.



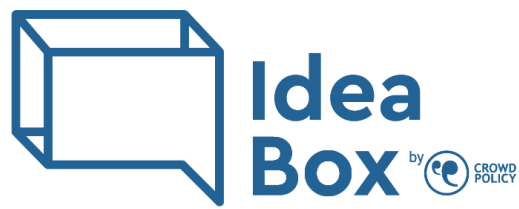
Εικόνα 20: Λογότυπα έμπνευσης (Pinterest.com)

Αφού καθορίσαμε μερικούς βασικούς στόχους για τη σχεδίαση λογοτύπων, παρακάτω θα δούμε 4 λογότυπα που δημιουργήθηκαν για την ηλεκτρονική υπηρεσία.

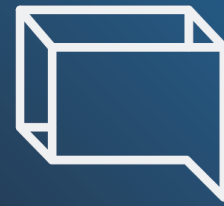
4.2.2 Logo ideation

Concept 1

Το παρόν πρωτότυπο λογοτύπου έχει ως βασικό χαρακτηριστικό την τρίτη διάσταση. Το “chat bubble” ξεπηδά στον χώρο δημιουργώντας ταυτόχρονα την αίσθηση ότι είναι κουτί. Αποτυπωμένο με γραμμές, το αποτέλεσμα είναι απλό και στιβαρό, σε συνδυασμό με την καθαρή γραμματοσειρά sans-serif.



LOGO MARK



DARK VERSION



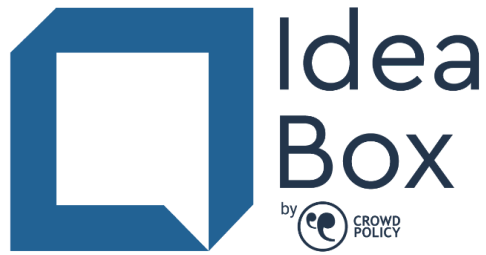
LIGHT VERSION



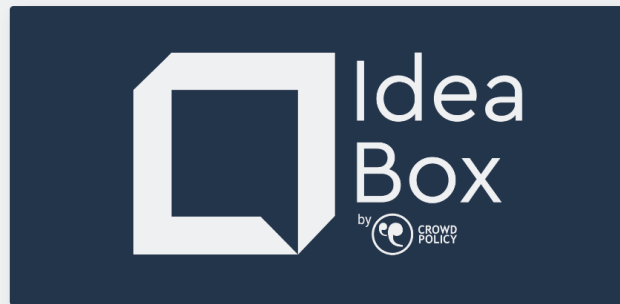
Εικόνα 21: Concept 1 - Λογότυπο για την πλατφόρμα Idea Box

Concept 2

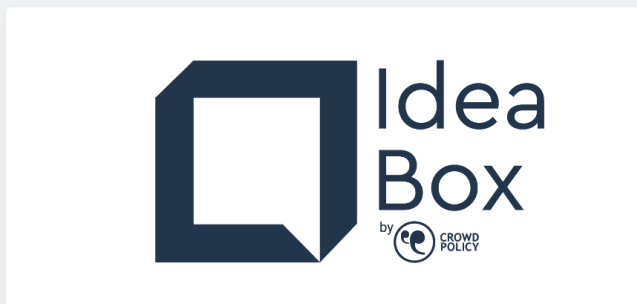
Το δεύτερο πρωτότυπο λογοτύπου δημιουργεί την ψευδαίσθηση ότι βρίσκεται στις 3 διαστάσεις, δίνοντας βάθος στο βασικό σχήμα του logomark, το οποίο δημιουργεί έναν κύβο. Και σε αυτό το πρωτότυπο δημιουργείται κενός χώρος, οποίος δημιουργείται από το σχήμα του chat bubble. Η βαρύτητα του logomark έρχεται σε αντίθεση με αυτή του λεκτικού που το συνοδεύει.



DARK VERSION



LIGHT VERSION



Εικόνα 22: Concept 2 - Λογότυπο για την πλατφόρμα Idea Box

Concept 3

Το πρωτότυπο αυτό θυμίζει ένα ανοιχτό κουτί, το οποίο συμβολίζει την ελευθερία της έκφρασης των χρηστών και την αποτύπωση των σκέψεων και των ιδεών τους, που αναφέραμε και παραπάνω. Τα chat bubbles δείχνουν προς τα μέσα, δημιουργώντας έτσι κενό χώρο, με στόχο να προτρέψουν τον χρήστη να πει την ιδέα του και να την βάλει μέσα στο εικονικό κουτί ιδεών.



Εικόνα 23: Concept 3 - Λογότυπο για την πλατφόρμα Idea Box

Concept 4 - Τελικό

Το τέταρτο και τελευταίο concept παραμένει σε μια διάσταση και χαρακτηρίζεται από αυστηρά σχήματα και έντονες γωνίες. Η διάταξη μπορεί να γίνει οριζόντια, αλλά και κάθετα, γεγονός που καθιστά εύκολη την προσαρμογή του σε πολλές εφαρμογές, ενώ η χρήση του logomark, μπορεί να αποτελέσει συνοδευτικό γραφιστικό στοιχείο για την ολοκλήρωση του branding της υπηρεσίας (πχ δημιουργία pattern).

Idea **Box**
by  CROWD
POLICY

LOGO MARK



DARK VERSION



LIGHT VERSION



Εικόνα 24: Concept 4 - Λογότυπο για την πλατφόρμα Idea Box

Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά την τυπογραφία, η γραμματοσειρά η οποία χρησιμοποιήθηκε για τις ανάγκες του λεκτικού λογοτύπου είναι η Cera Pro. Ανήκει στη οικογένεια sans-serif και βασικό της χαρακτηριστικό είναι η γεωμετρικότητα. Εμπνέει απλότητα, κομψότητα και ένα αίσθημα φιλικότητας και ζεστασιάς, παρ' όλο που πρόκειται για μια καθαρά γεωμετρική γραμματοσειρά. Αποτελεί μια καθαρή και ευανάγνωστη γραμματοσειρά και χάρη στην κομψή μορφή της αποτελεί μια εξαιρετική επιλογή για την χρήση της στο λεκτικό λογότυπο τόσο στην ελληνική όσο και στην αγγλική γλώσσα.



Cera Pro Thin
 Cera Pro Light
 Cera Pro Regular
 Cera Pro Medium
Cera Pro Bold
Cera Pro Black
Cera Pro Black
Cera Pro Bold
 Cera Pro Medium
 Cera Pro Regular
 Cera Pro Light
 Cera Pro Thin

Εικόνα 25: Γραμματοσειρά λογοτύπου πλατφόρμας Idea Box (Pinterest.com)

4.2.3 Σχεδιαστική ταυτότητα Idea Box

Μετά τον σχεδιασμό του λογοτύπου, κρίνεται απαραίτητο να δημιουργηθεί μία πιο ολοκληρωμένη αισθητική κατεύθυνση, την οποία και θα ακολουθήσει η πλατφόρμα στη συνέχεια. Σε αντίθεση με τον έντονο επαγγελματικό χαρακτήρα που εμπνέει η εταιρική ταυτότητα της Crowdpolicy, στόχος μας είναι να δημιουργήσουμε μία νέα ανανεωμένη, πιο φιλική και μοντέρνα αισθητική κατεύθυνση, ώστε να είναι πιο ευχάριστη κατά τη χρήση και να προτρέπει τους χρήστες να τη χρησιμοποιήσουν. Η δυνατότητα αυτή της δημιουργίας μιας διαφορετικής κατεύθυνσης, μας δίνεται καθώς πρόκειται ουσιαστικά για ένα προϊόν της εταιρείας, το οποίο προορίζεται για ενδοεταιρική χρήση από τους ίδιους της τους εργαζομένους. Για το λόγο αυτό βασικά χαρακτηριστικά της νέας αυτής κατεύθυνσης θα είναι η ζωντάνια, η απλότητα και η φιλική διάθεση, χωρίς βέβαια να χάνεται το επαγγελματικό ύφος.



Εικόνα 26: Λογότυπο πλατφόρμας Idea Box

Το κύριο χρώμα που θα χρησιμοποιηθεί θα είναι μία πιο έντονη απόχρωση του μπλε, σε σχέση με αυτή που χρησιμοποιείται ήδη στο brand της Crowdpolicy. Το μπλε είναι ένα χρώμα το οποίο, όπως έχουμε προαναφέρει, εμπνέει εμπιστοσύνη, αξιοπιστία, δημιουργικότητα και τεχνολογική ανάπτυξη, ενώ ταυτόχρονα συνδέεται με την φιλικότητα. Σε συνδυασμό με τις σχεδιαστικές τάσεις που είδαμε σε προηγούμενο κεφάλαιο, βασικό χαρακτηριστικό της πλατφόρμας θα αποτελεί η χρήση gradients, σε μπλε χρωματισμούς. Την εφαρμογή αυτή του μπλε χρώματος θα συνοδεύουν γκρι αποχρώσεις και μαύρο, ενώ του λευκό θα έχει κυρίαρχη παρουσία.

Typeface	Colors & gradients						
<p>Co Text Light</p> <p>Co Text Regular</p> <p>Co Text Bold</p> <p>ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789</p>	<table border="1"> <tr> <td> <p>R 4 G 95 B 253</p> <p>#045FFD</p> </td> <td> <p>R 44 G 44 B 46</p> <p>#2C2C2E</p> </td> </tr> <tr> <td> <p>Blue radial gradient</p> </td> <td> <p>Dark gradient</p> </td> </tr> <tr> <td> <p>R 248 G 248 B 250</p> <p>#F8F8FA</p> </td> <td> <p>R 225 G 226 B 228</p> <p>#E1E2E4</p> </td> </tr> </table>	<p>R 4 G 95 B 253</p> <p>#045FFD</p>	<p>R 44 G 44 B 46</p> <p>#2C2C2E</p>	<p>Blue radial gradient</p>	<p>Dark gradient</p>	<p>R 248 G 248 B 250</p> <p>#F8F8FA</p>	<p>R 225 G 226 B 228</p> <p>#E1E2E4</p>
<p>R 4 G 95 B 253</p> <p>#045FFD</p>	<p>R 44 G 44 B 46</p> <p>#2C2C2E</p>						
<p>Blue radial gradient</p>	<p>Dark gradient</p>						
<p>R 248 G 248 B 250</p> <p>#F8F8FA</p>	<p>R 225 G 226 B 228</p> <p>#E1E2E4</p>						

Εικόνα 27: Γραμματοσειρά και χρωματική παλέτα πλατφόρμας Idea Box

Όσον αφορά την τυπογραφία που θα χρησιμοποιηθεί στην πλατφόρμα, επιλέχθηκε η γραμματοσειρά “Co Text”. Πρόκειται για μια Sans Serif γραμματοσειρά η οποία χαρακτηρίζεται από τις στρογγυλεμένες άκρες της και την γεωμετρική δομή της. Είναι αρκετά ευανάγνωστη ακόμη και σε μικρότερα μεγέθη, λόγω της οργανικής φόρμας της. Λόγω αυτού, πρόκειται για μία γραμματοσειρά με άκρως φιλικό και φιλόξενο χαρακτήρα, στοιχεία που σίγουρα θέλουμε να εμπνεύσουμε με τις αισθητικές μας αποφάσεις.

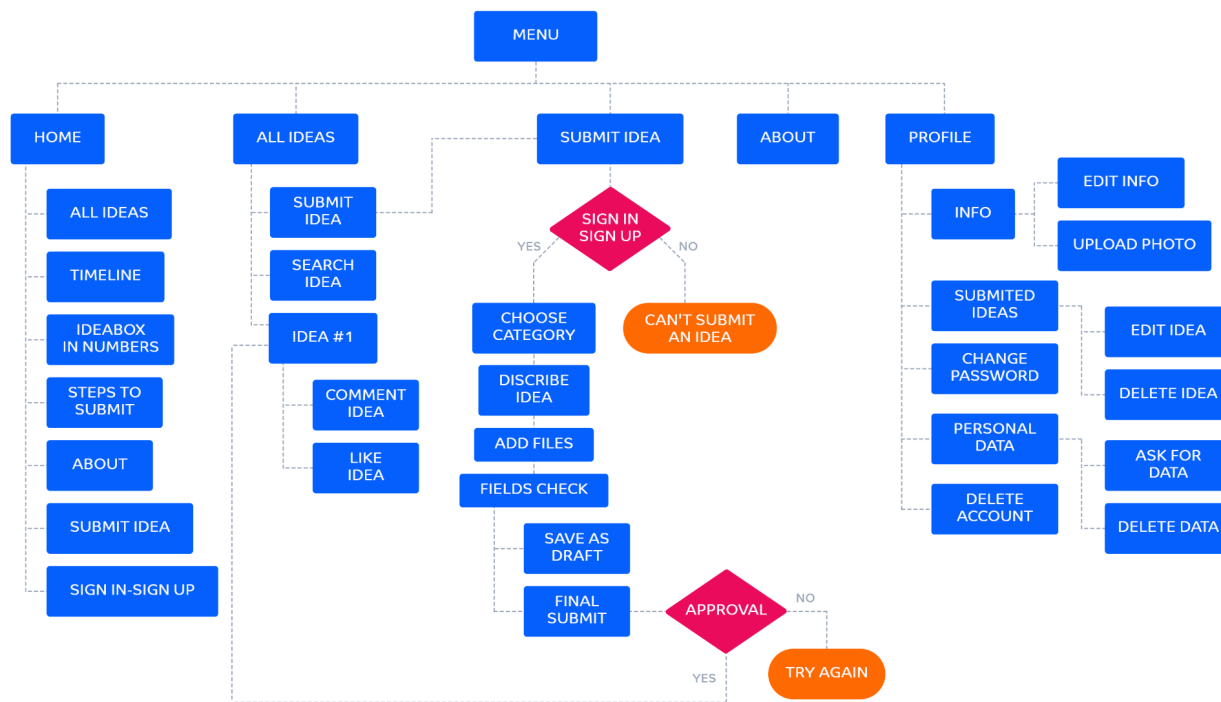
Βασικό χαρακτηριστικό της ταυτότητας της πλατφόρμας θα αποτελέσει η χρήση illustrations, καθώς προσδίδουν ζωντάνια και δημιουργούν συναισθήματα, ενώ όπως προαναφέραμε σε προηγούμενο κεφάλαιο, μπορούν να βελτιώσουν την αφοσίωση των χρηστών. Εκτός της χρήσης illustrations, τα microinteractions θα ενισχύσουν την προσπάθειά μας για τη βελτίωση εμπειρίας των χρηστών, ενώ θα χρησιμοποιηθούν πιο διακριτικά και θα τα συναντήσουμε κυρίως σε loading οθόνες και κουμπιά.

Τέλος, όσον αφορά τη διάταξη και την τοποθέτηση του περιεχομένου, σε γενικές γραμμές ακολουθήθηκε μια πιο γεωμετρική τοποθέτηση, λόγω της φύσεως της πλατφόρμας. Η διαχείριση ενός αυξημένου πλήθους πληροφορίας απαιτεί μια πιο “τακτοποιημένη” τοποθέτηση των στοιχείων, ώστε το σύστημα να είναι εύχρηστο και ευανάγνωστο. Σε ορισμένα σημεία εξάλλου, όπως στην αρχική σελίδα και σε αυτήν που περιγράφεται η πλατφόρμα, υπήρξε μεγαλύτερη ελευθερία στην τοποθέτηση του περιεχομένου, με βάση την σχεδιαστική τάση που ακολουθεί το Web Design 3.0.

4.4 Πρωτότυπο

4.4.1 Σχεδίαση αρχιτεκτονικής πληροφοριών

Ένα σημαντικό βήμα πριν τη σχεδίαση των οθονών του προϊόντος είναι η δημιουργία ενός σχεδιαγράμματος το οποίο θα περιέχει δομημένα και οργανωμένα, όλες εκείνες τις πληροφορίες που μπορεί να δει ο χρήστης, με μία ροή. Υπάρχουν διάφορες τεχνικές παρουσίασης με διάγραμμα της αρχιτεκτονικής πληροφοριών, μία εκ των οποίων είναι αυτή του διαγράμματος ροής, την οποία επιλέξαμε να χρησιμοποιήσουμε (Παναγιώτης Κουτσαμπάσης, 2011). Παρακάτω ακολουθεί το διάγραμμα ροής για την πολυμεσική εφαρμογή προς σχεδίαση.



Εικόνα 28: Διάγραμμα ροής του συστήματος Idea Box

4.4.2 Περιορισμοί και γενικά στοιχεία σχεδίασης

Παρακάτω ακολουθούν μερικοί περιορισμοί και σχεδιαστικές αποφάσεις που εφαρμόστηκαν σε όλες τις οθόνες, που αφορούν θέματα όπως η αναγνωσιμότητα των γραμματοσειρών, και ορισμένα στοιχεία που βοηθούν τον χρήστη.

Παρακάτω ακολουθεί ενδεικτικός πίνακας που αφορά τις γραμματοσειρές και τα μεγέθη που εφαρμόστηκαν στην πλατφόρμα.

Element	Font size
Hero titles	70 pt
Big titles	40pt
Small titles	20pt
Paragraph text	18pt
Secondary text	16pt
Form controls (Buttons)	22pt

Σημαντικό κομμάτι της σχεδίασης ήταν ο καθορισμός του πλέγματος μέσα στο οποίο θα τοποθετηθεί η πληροφορία. Στην περίπτωσή μας τηρήθηκε σε όλες της οθόνες το περιθώριο 105 pixel δεξιά και αριστερά, αφήνοντας ωφέλιμο χώρο 1440 pixel.

Ένα ακόμη σημαντικό στοιχείο που χρησιμοποιήθηκε για την αύξηση της ευχρηστίας του συστήματος, ήταν αυτό του κουμπιού που επαναφέρει τον χρήστη στο πάνω μέρος της σελίδας. Το κουμπί αυτό είναι ιδιαίτερα χρήσιμο, όταν η σελίδα είναι αρκετά μακροσκελής. Βρίσκεται κάτω δεξιά της οθόνης.

4.4.3 Σχέδια οθονών

Για το πρώτο πρωτότυπο σχεδιάστηκαν συνολικά 45 οθόνες με στόχο την αξιολόγησή του. Το πρωτότυπο υποστηρίζει την αλληλεπίδραση με τον χρήστη, αφού μπορεί να αλληλεπιδράσει με κουμπιά ώστε να περιηγηθεί από οθόνη σε οθόνη. Οι βασικές οθόνες που υλοποιήθηκαν αφορούν:

1. Την αρχική οθόνη
2. Τη σύνδεση και εγγραφή
3. Την υποβολή μιας ιδέας
4. Προβολή ιδεών
5. Την περιγραφή της υπηρεσίας
6. Το προφίλ του χρήστη
7. Τα μηνύματα επιβεβαίωσης και σφαλμάτων
8. Τις καταχωρημένες ιδέες
9. Την οθόνη σφάλματος 404

Μπορείτε να βρείτε το εν μέρει λειτουργικό πρωτότυπο [εδώ](#).

Αρχική οθόνη

Η αρχική οθόνη αποτελεί την έναρξη της περιήγησης του χρήστη στην πλατφόρμα του Idea Box και αποτελείται από:

- **Header:** Περιλαμβάνει το λογότυπο της πλατφόρμας, που λειτουργεί και σαν “return to homepage button”, το μενού περιήγησης με τις βασικότερες ενότητες, καθώς και το κουμπί της σύνδεσης του χρήστη στην πλατφόρμα.

- **Hero:** Περιλαμβάνει λεκτικό που περιγράφει σύντομα την χρησιμότητα της πλατφόρμας, έχοντας ταυτόχρονα τον σκοπό να προτρέψει τους χρήστες να συμμετέχουν. Η προτροπή ενισχύεται με την τοποθέτηση “call to action” κουμπιού το οποίο καλεί τους χρήστες να συμμετάσχουν με την υποβολή της ιδέας τους. Στα δεξιά έχει δημιουργηθεί γραφικό με σκοπό να κινήσει το ενδιαφέρον των χρηστών.

- **Πρόσφατες ιδέες:** Στο σημείο αυτό οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να δουν συνοπτικά μερικές από τις πιο πρόσφατες ιδέες που έχουν δημοσιευτεί από άλλους χρήστες της πλατφόρμας και να οδηγηθούν αν θέλουν και στην εσωτερική σελίδα με το σύνολο αυτών, πατώντας το κουμπί “Δες όλες τις ιδέες”. Έχουν επίσης τη δυνατότητα να αλληλεπιδράσουν με αυτές, πράγμα που θα δούμε αναλυτικότερα παρακάτω.

- **Χρονοδιάγραμμα:** Παρουσιάζεται η διαδικασία υποβολής ιδεών. Έχει ως στόχο την ενημέρωση των χρηστών σχετικά με την έναρξη της πρόκλησης που καλούνται να σχολιάσουν, τη λήξη της προθεσμίας υποβολών, την ημερομηνία ανακοίνωσης του νικητή, καθώς και σε ποιο στάδιο της διαδικασίας βρίσκονται την εκάστοτε στιγμή.

- **Στατιστικά στοιχεία:** Παρουσιάζονται οι συνολικές καταχωρημένες ιδέες, οι χρήστες που έχουν συμμετάσχει, καθώς και οι συνολικοί ψήφοι που έχουν δοθεί σε ιδέες. Με τον τρόπο αυτό οι χρήστες ενθαρρύνονται να γίνουν και αυτοί μέρος αυτής.
- **Βήματα συμμετοχής:** Ενημέρωση των χρηστών για τη διαδικασία συμμετοχής στην πλατφόρμα, με σημαντικότερο στοιχείο την ανακοίνωση του επάθλου με στόχο την ενθάρρυνση συμμετοχής.
- **Πληροφορίες για την πλατφόρμα:** Σύντομη περιγραφή του στόχου της πλατφόρμας, με κουμπί που οδηγεί σε περεταίρω πληροφορίες
- **CTA button:** Προτροπή για υποβολή ιδεών
- **Footer:** Περιέχει όλα τα απαραίτητα links

Η ιδέα σου μπορεί να μας κάνει καλύτερους

Μοιράσου τις ιδέες σου μαζί μας
και δες τις να γίνονται πραγματικότητα!

Υπόβαλε την ιδέα σου

Μάθε περισσότερα ↓

Οι πιο πρόσφατες ιδέες

Crowdhackathons

Διοργάνωση Hackathon σχετικά με το περιβάλλον και τη βιωσιμότητα

Διοργάνωση ανοιχτής καινοτομίας με στόχο την ενεργοποίηση (community activation) της κοινωνίας και των επιχειρήσεων για τη δημιουργία πρωτότυπων εφαρμογών που συμβάλλουν μέσα από την τεχνολογία και την ψηφιοποίηση στους στόχους της βιωσιμότητας, εκπαίδευσης και...

15 2 Δες περισσότερα >

14/10/2021
από Μελίνα Πελεκάνου

Botakis

Chatbot gov.gr

Δημιουργία ψηφιακού βοηθού για την πλατφόρμα gov.gr. Οι πολίτες μπορεί να χρειάζονται υποστήριξη σε ορισμένα ζητήματα, πράγμα που ο ψηφιακός βοηθός μπορεί να βοηθήσει με αυτοματοποιημένα μηνύματα.

27 2 Δες περισσότερα >

14/10/2021
από Αναστασία Αντωνιάδου

City On

Προσθήκη widget που αφορά τον καιρό της περιοχής του δημότη

Προσθήκη λειτουργίας που θα ενημερώνει τους χρήστες της εφαρμογής για τον καιρό, ανάλογα με την περιοχή τους. Μπορούμε να προοδεύουμε επιλογή να τους έρχεται ειδοποίηση για ακραία καιρικά φαινόμενα. Πιστεύω ότι είναι μια χρήσιμη λειτουργία που πολλοί χρήστες θα χρησιμοποιήσουν.

14 2 Δες περισσότερα >

14/10/2021
από Μελίνα Πελεκάνου

Γενική κατηγορία

Διοργάνωση event Crowdpolicy

Θα πρότεινα να διοργανώσουμε ένα event που θα συμμετέχουν όλοι οι εργαζόμενοι της Crowdpolicy, ώστε να μπορούμε να γνωριστούμε. Οι συνάδελφοι που εργάζονται εξ αποστάσεως είναι πολλοί και θα ήταν ωραίο να κάνουμε κάτι τέτοιο.

2 2 Δες περισσότερα >

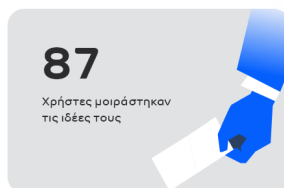
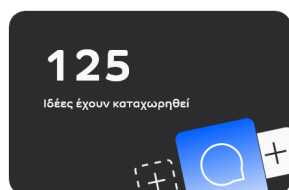
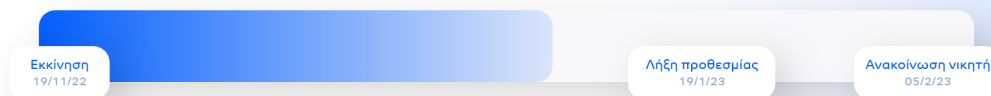
14/10/2021
από Σταυρίνα Νιάρχου

Δες όλες τις ιδέες

Εικόνα 29: Αρχική σελίδα πλατφόρμας Idea Box

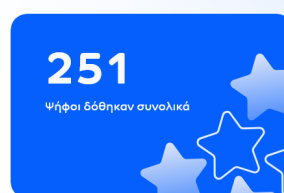
Χρονοδιάγραμμα συμμετοχής

Δες το χρονοδιάγραμμα και υπέβαλλε τις ιδέες σου πριν τη λήξη της προθεσμίας!



Το Idea Box σε αριθμούς

Τα νούμερα μιλάνε από μόνο τους!
Η συμμετοχή σας είναι μεγάλη, συνεχίστε έτσι!



Εικόνα 30: Αρχική σελίδα πλατφόρμας Idea Box

Ποια είναι τα βήματα;

Δες το χρονοδιάγραμμα και υπέβαλλε τις ιδέες σου πριν τη λήξη της προθεσμίας!



#1 Γίνετε μέλος του Idea Box

Εγγραφείτε, ώστε να μπορείτε να υποβάλλετε τη δική σας ιδέα, αλλά και να δείτε και να ψηφίσετε αυτές των συναδέλφων σας.

[Κάνε εγγραφή](#)

#2 Ενημερώσου για τις θεματικές κατηγορίες

Επιλέξτε την κατηγορία που σε εμπνέει, ώστε να σκεφτείς μια δημιουργική ιδέα.



#3 Μοιραστείτε την ιδέα σας!

Υποβάλλετε την ιδέα σας έως 05/2/23 για να συμμετάσχετε στον διαγωνισμό. Εάν έχετε εμπνευση, μπορείτε να στείλετε περισσότερες από μία ιδέες!

[Υποβολή](#)

#4 Διεκδικήστε ένα iPhone 13!

Ο διαγωνισμός θα αναδείξει δύο νικητές: ο πρώτος με βάση την απήχηση της ιδέας (ψήφο) και ο δεύτερος με βάση τη δυνατότητα υλοποίησης (όπως θα κριθεί από διοικητικά στελέχη).

Οι νικητές θα ανακοινωθούν στις 05/2/23.



Και τι είναι τελικά το Idea Box?

Ετοιμάσαμε ένα μεγάλο «κουτί» που περιμένει τις μεγάλες ιδέες των εργαζομένων της Crowdfactory! Σκεφτόμαστε, προτείνουμε και μοιραζόμαστε προτάσεις για προϊόντα, υπηρεσίες, εργαλεία, λύσεις καινοτομίας, αλλά και τρόπους για τη βελτίωση της εμπειρίας των πελατών μας. Μέσα από πνεύμα ομοδικότητας και εργασίας αναδεικνύουμε τη δημιουργικότητά μας και συμβάλλουμε με τον τρόπο μας στη βελτίωση της εταιρείας!

[Μάθε περισσότερα](#)

Θέλεις να πεις και εσύ μια ιδέα;
Μη χάνεις χρόνο! Μπορεί να τη δεις να πραγματοποιείται!

[Υπόβαλε την ιδέα σου](#)

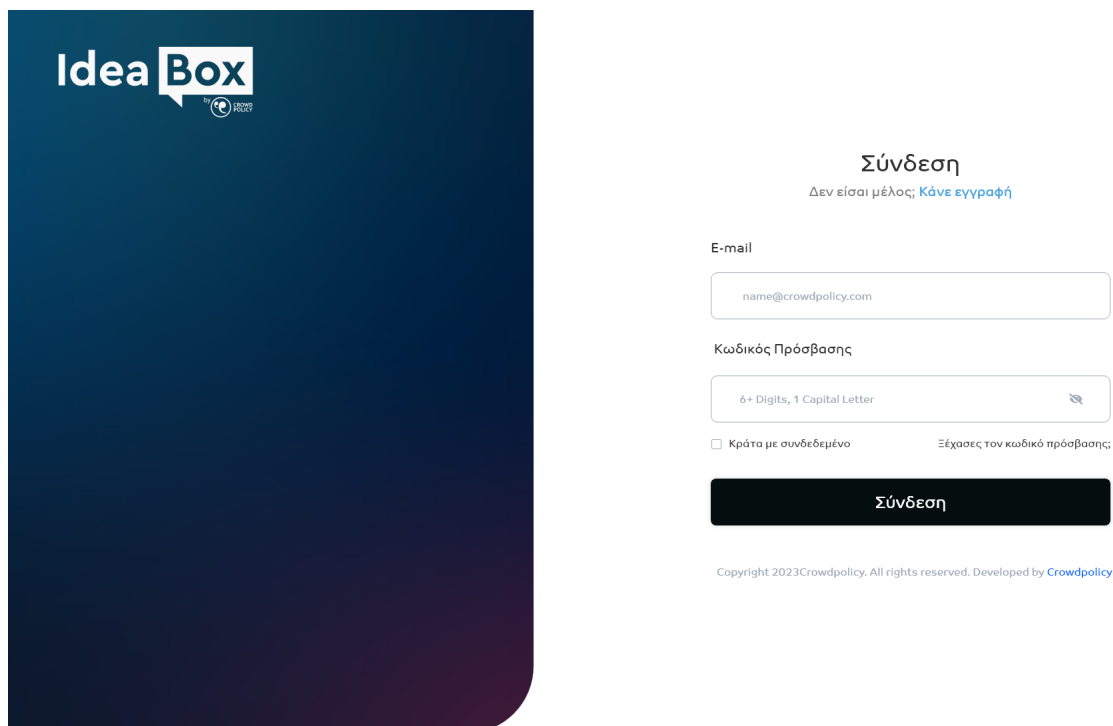
Idea Box
Υποβολή ιδέας | Ψήφος σε ιδέες | Τι είναι το Idea Box

Copyright © 2012 - 2023 Crowdfactory | Όροι Χρήσης

Εικόνα 31: Αρχική σελίδα πλατφόρμας Idea Box

Σύνδεση/Εγγραφή

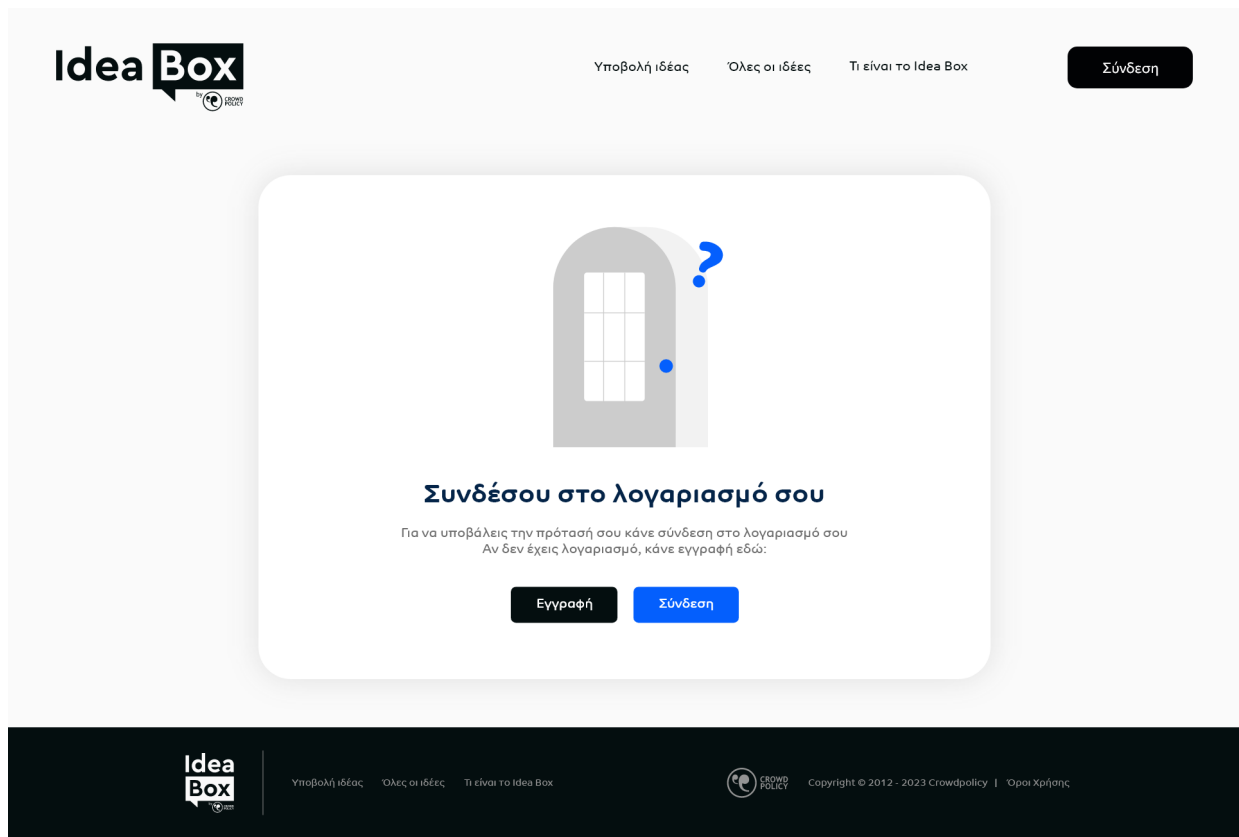
Απαραίτητη προϋπόθεση για τη συμμετοχή των χρηστών στην πλατφόρμα είναι η σύνδεσή τους ή η δημιουργία λογαριασμού. Η σύνδεση και η εγγραφή πραγματοποιούνται αποκλειστικά με το εταιρικό τους email για λόγους ασφαλείας. Ο χρήστης καλείται να συμπληρώσει όλα τα απαραίτητα πεδία, διαφορετικά εμφανίζονται μηνύματα λάθους που τον προτρέπουν να ολοκληρώσει τη διαδικασία σωστά. Αν ο χρήστης εγγράφεται πρώτη φορά στην πλατφόρμα απαιτείται η επιβεβαίωση του προφίλ, η οποία πραγματοποιείται πατώντας τον σύνδεσμο που θα λάβει στο email του. Όταν γίνει αυτό, η εγγραφή έχει ολοκληρωθεί επιτυχώς και μεταφέρεται στην αρχική σελίδα. Ο χρήστης μπορεί να μεταφερθεί από τη μία οθόνη στην άλλη με ευκολία.



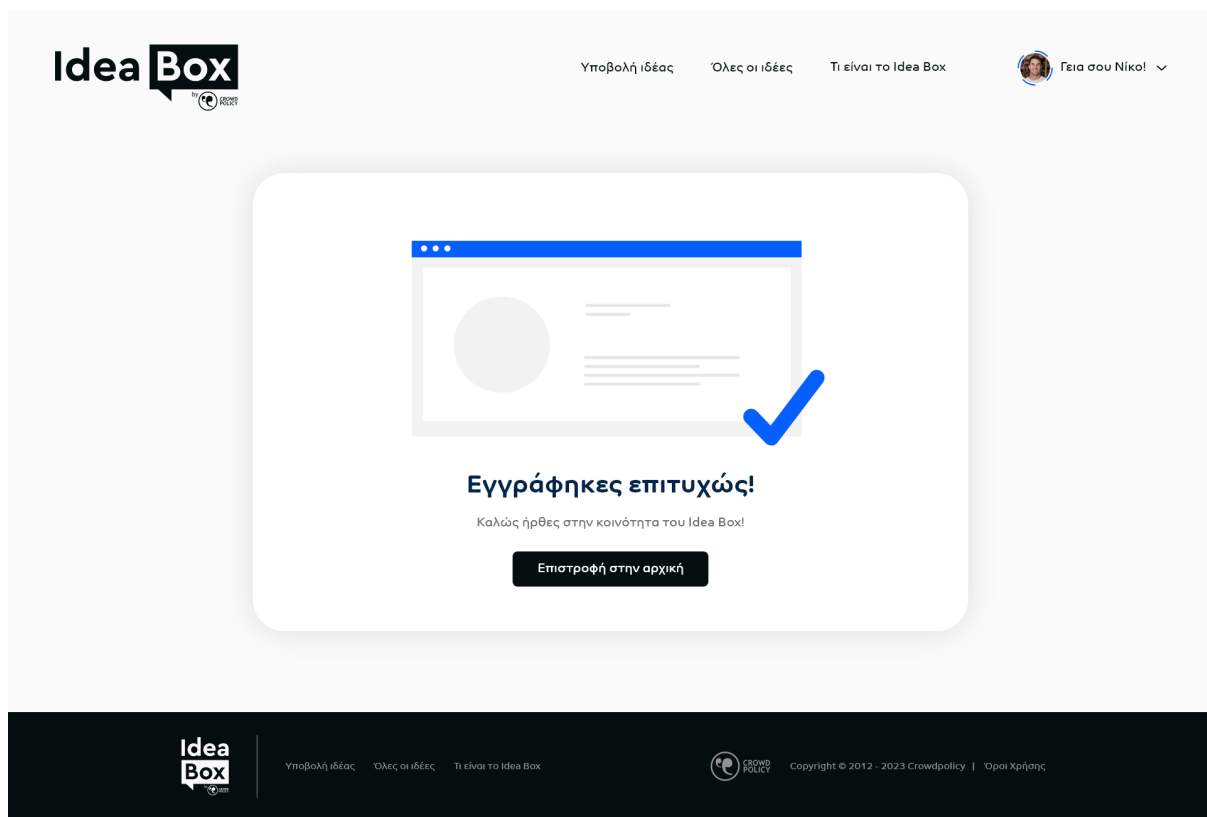
Εικόνα 32: Σελίδα σύνδεσης πλατφόρμας Idea Box

Εικόνα 33: Σελίδα εγγραφής πλατφόρμας Idea Box

Εικόνα 34: Μήνυμα επιβεβαίωσης - Επιβεβαίωση παραλαβής email για την επιβεβαίωση εγγραφής



Εικόνα 35: Μήνυμα ειδοποίησης - Απαιτείται σύνδεση ή εγγραφή



Εικόνα 36: Μήνυμα επιβεβαίωσης - Επιτυχής εγγραφή

Υποβολή ιδέας

Η υποβολή μιας ιδέας αποτελείται από 4 στάδια, στα οποία οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να επιστρέψουν στο προηγούμενο ή το επόμενο βήμα με ευκολία. Τα στάδια είναι τα παρακάτω:

1. **Επιλογή κατηγορίας:** Οι χρήστες διαλέγουν την κατηγορία για την οποία επιθυμούν να εκφράσουν μια ιδέα. Οι κατηγορίες αφορούν προϊόντα της εταιρείας ή γενικότερα προϊόντικές κατηγορίες.

2. **Καταγραφή ιδέας:** Οι χρήστες καλούνται να συμπληρώσουν τα απαραίτητα πεδία που θα περιγράψουν την ιδέα τους. Κείμενα τους καθοδηγούν για το τι θα πρέπει να γράψουν.

3. **Προσθήκη αρχείων:** Οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα (προαιρετικά) να προσθέσουν συνοδευτικά αρχεία. Σε περίπτωση που επιλέξουν να ανεβάσουν κάποιο αρχείο, θα μπορούν να το δουν και οι υπόλοιποι χρήστες, μετά την έγκριση και δημοσίευση της ιδέας. Κατά το ανέβασμα αρχείου ο χρήστης μπορεί να δει την εξέλιξη ανεβάσματος με την μπάρα προόδου, να διαγράψει ένα αρχείο σε περίπτωση λάθους, καθώς και να το κατεβάσει, για να ελέγξει αν έχει εισάγει το σωστό. Μπορεί να προσθέσει πάνω από ένα αρχείο.

4. **Προεπισκόπηση ιδέας:** Πριν την τελική υποβολή οι χρήστες ελέγχουν αν έχουν συμπληρώσει τα πεδία όπως επιθυμούν. Εάν είναι ικανοποιημένοι μπορούν να την δημοσιεύσουν άμεσα, διαφορετικά έχουν τη δυνατότητα να την αποθηκεύσουν για μελλοντική επεξεργασία. Οι ιδέες είτε αποθηκευμένες είτε καταχωρημένες συγκεντρώνονται στο προφίλ, όπου μπορούν να ανατρέξουν αργότερα.

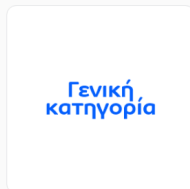
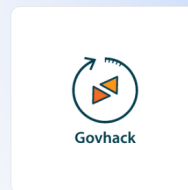
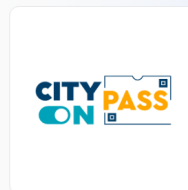
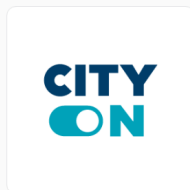
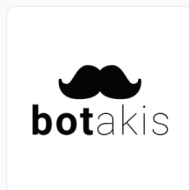
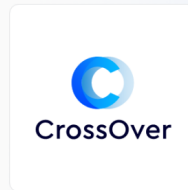
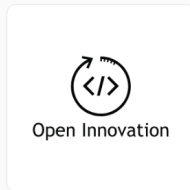
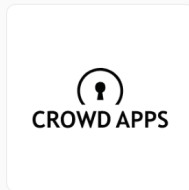
Υποβολή ιδεών & προτάσεων

Ακολουθήσε τα βήματα, συμπλήρωσε τα απαιτούμενα πεδία και μοιράσου την ιδέα σου μαζί μας



Διάλεξε κατηγορία

Πριν προχωρήσεις στην περιγραφή της ιδέας σου, διάλεξε την κατηγορία στην οποία ανήκει. Μπορείς να διαλέξεις μία κατηγορία τη φορά. Αν δεν ανήκει σε κάποια από αυτές, διάλεξε τη γενική κατηγορία.



Συνέχεια →

Εικόνα 37: Σελίδα υποβολής ιδέας - Βήμα 1 - Επιλογή κατηγορίας

Υποβολή ιδεών & προτάσεων

Ακολουθήσε τα βήματα, συμπλήρωσε τα απαιτούμενα πεδία και μοιράσου την ιδέα σου μαζί μας



Περιέγραψε την ιδέα σου

Στο βήμα αυτό μπορείς να εκφράσεις την ιδέα σου, συμπληρώνοντας τα παρακάτω πεδία.

Γενικός τίτλος

Τίτλος (100 χαρακτήρες)

Σύντομη περιγραφή

Περιγραφή (250 χαρακτήρες)

Περιγραφή ζητήματος προς επίλυση

Ποια ανάγκη της αγοράς θα καλύψει η ιδέα σας;

Ζήτημα προς επίλυση (500 χαρακτήρες)

Στόχος και καινοτομία

Πώς θα βελτιωθεί η Crowdfunder με την υλοποίηση της ιδέας σας;

Στόχος και καινοτομία

Εικόνα 38: Σελίδα υποβολής ιδέας - Βήμα 2 -Περιγραφή ιδέας

Απευθυνόμενο κοινό

Ποιοι θα ωφεληθούν από την υλοποίηση της ιδέας σας;

Απευθυνόμενο κοινό

(500 χαρακτήρες)

Πλεονεκτήματα της πρότασης

Ποιο ή ποια είναι τα στοιχεία/ πλεονεκτήματα της πρότασης που θα αποτελέσουν κίνητρο επιλογής της πρότασης από το καταναλωτικό κοινό;

Στόχος και καινοτομία

(1000 χαρακτήρες)

Συνέχεια →



Υποβολή ιδέας Όλες οι ιδέες Τι είναι το Idea Box



Copyright © 2012 - 2023 Crowdfollyc | Όροι Χρήσης

Εικόνα 39: Σελίδα υποβολής ιδέας - Βήμα 2 -Περιγραφή ιδέας


Υποβολή ιδεών & προτάσεων

Ακολουθήσε τα βήματα, συμπλήρωσε τα απαιτούμενα πεδία και μοιράσου την ιδέα σου μαζί μας










Πρόσθεσε αρχεία

Έχεις γράψει την ιδέα σου αναλυτικά, και θές να προσθέσεις υλικό για να την εμπλουτίσεις; Εδώ μπορείς να προσθέσεις ότι συνοδευτικό αρχείο θές!



Drag and drop, or [browse](#) your files

Acceptable file formats: png, jpg, ppt, pdf

	Example_file.jpg 125MB	<div style="width: 75%;"><div style="width: 75%;"></div></div> 75%	
	Example_file2.jpg 65MB	<div style="width: 61%;"><div style="width: 61%;"></div></div> 61%	
	Example_file3.pdf 386MB	<div style="width: 100%;"><div style="width: 100%;"></div></div> 100%	 

Νέο αρχείο +
Συνέχεια →

Εικόνα 40: Σελίδα υποβολής ιδέας - Βήμα 3 - Προσθήκη αρχείων

Υποβολή ιδεών & προτάσεων

Ακολουθήστε τα βήματα, συμπλήρωσε τα απαιτούμενα πεδία και μοιράσου την ιδέα σου μαζί μας



Έλεγχος πεδίων πριν την υποβολή

Πριν προχωρήσεις στην οριστική υποβολή της ιδέας σου, έλεγξε τη για μια τελευταία φορά! Αν θές να το ξανασκεφτείς μπορείς να την αποθηκεύσεις και για αργότερα

Κατηγορία ιδέας



Γενικός τίτλος

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do

Σύντομη περιγραφή

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. serunt mollit anim id est laborum.

Περιγραφή ζητήματος προς επίλυση

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. serunt mollit anim id est laborum.

Στόχος και καινοτομία

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

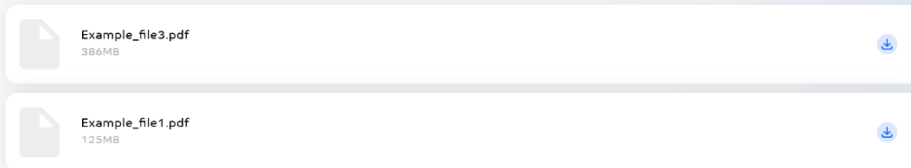
Απευθυνόμενο κοινό

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Πλεονεκτήματα της πρότασης

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Επισυναπτόμενα αρχεία



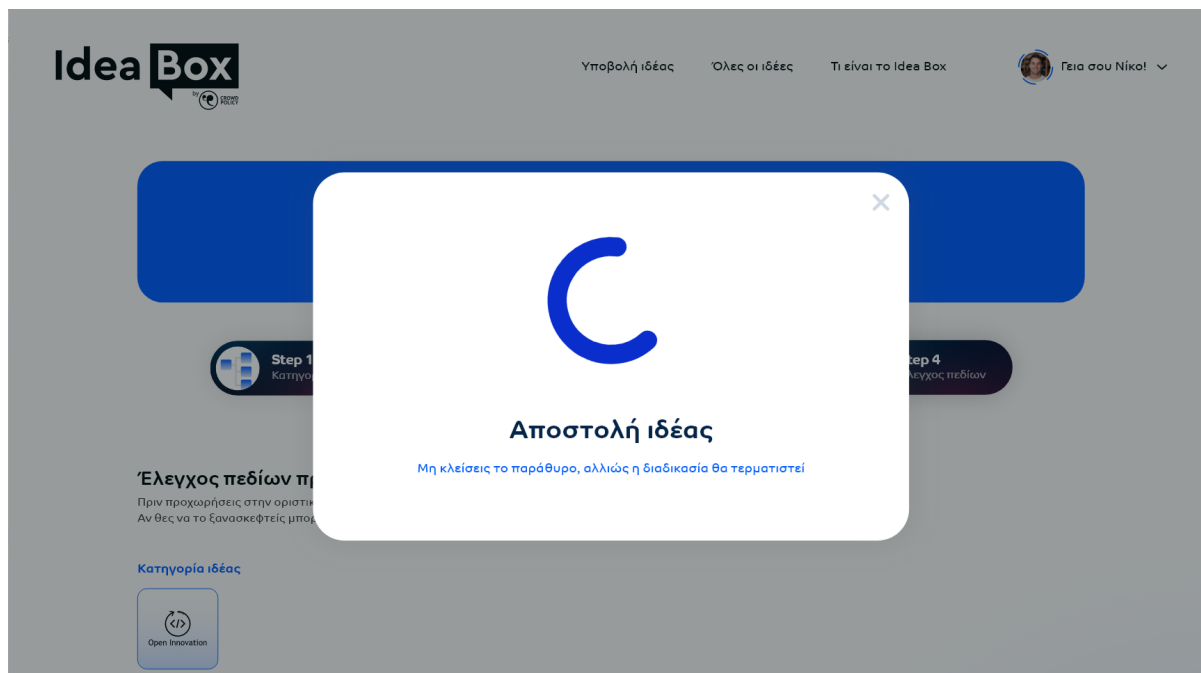
Αποδοχή όρων χρήσης

Έχω διαβάσει & αποδέχομαι τους όρους χρήσης

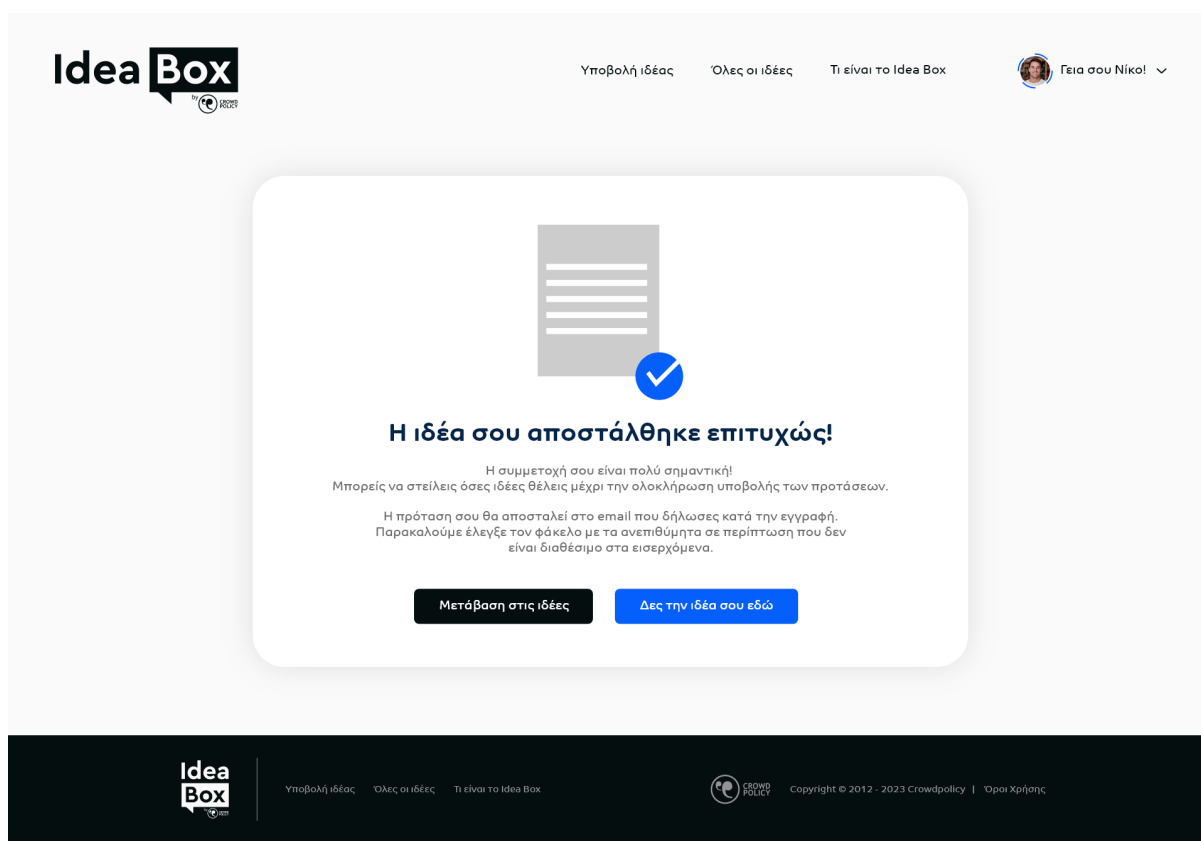
Αποθήκευση ως πρόχειρο

Αποστολή ιδέας

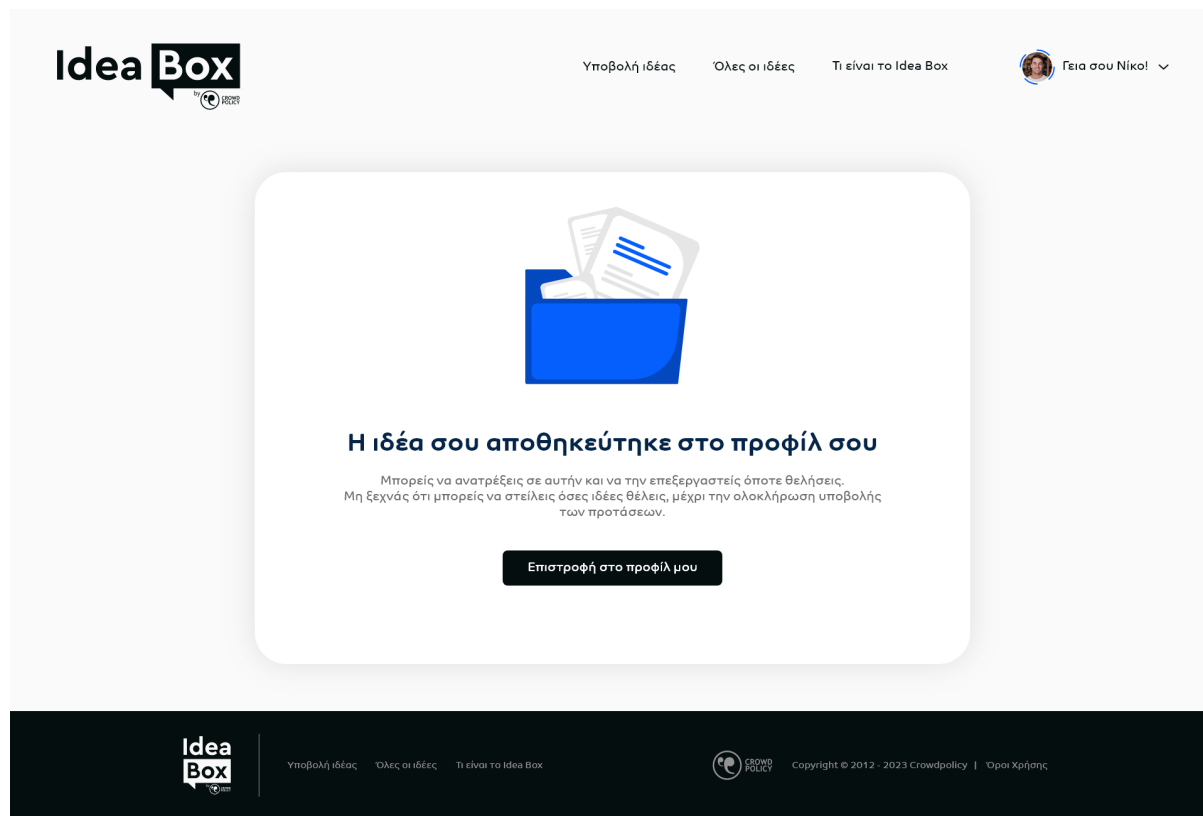
Εικόνα 41: Σελίδα υποβολής ιδέας - Βήμα 4, Έλεγχος πεδίων πριν την υποβολή



Εικόνα 42: Μήνυμα ειδοποίησης - Loading αποστολής ιδέας



Εικόνα 43: Μήνυμα επιβεβαίωσης - Επιτυχής αποστολή ιδέας



Εικόνα 44: Μήνυμα επιβεβαίωσης - Επιτυχής αποθήκευση ιδέας στο προφίλ χρήστη

Συλλογή ιδεών

Οι χρήστες μπορούν να βρουν όλες τις υποβληθείσες ιδέες σε ένα σημείο, με την προϋπόθεση να έχουν εγγραφεί ή συνδεθεί στο προφίλ τους. Έχουν τη δυνατότητα να τις ταξινομήσουν ανά ημερομηνία υποβολής, δημοτικότητα, θεματική κατηγορία, και τμήμα εργασίας που ανήκει ο χρήστης που υπέβαλε την κάθε μια. Εκτός από το φιλτράρισμα, μπορούν να αναζητήσουν αυτό που επιθυμούν πληκτρολογώντας στο διαθέσιμο πεδίο αναζήτησης. Για κάθε μία από τις ιδέες οι χρήστες μπορούν να δουν:

- Την θεματική κατηγορία στην οποία ανήκει η ιδέα
- Τον γενικό τίτλο της ιδέας και τη σύντομη περιγραφή της
- Την ημερομηνία υποβολής της ιδέας
- Τον χρήστη που έχει υποβάλλει την κάθε ιδέα
- Τη στήριξη που έχει κάθε ιδέα. Οι χρήστες μπορούν να υποστηρίξουν την ιδέα που επιθυμούν πατώντας την καρδούλα
- Τον αριθμό σχολίων. Οι χρήστες μπορούν να σχολιάσουν την ιδέα που επιθυμούν πατώντας το εικονίδιο του σχολίου

Στην αρχή και το τέλος της σελίδας υπάρχουν κουμπιά προτροπής για την υποβολή νέων ιδεών από τους χρήστες, τα οποία οδηγούν στη φόρμα υποβολής.

Κουτί Ιδεών

Εδώ θα βρεις συγκεντρωμένες όλες τις ιδέες που έχουν καταχωρηθεί από τους συναδέλφους σου. Χρησιμοποίησε τα φίλτρα για να μπορέσεις να πλοηγηθείς ευκολότερα

Ταξινόμηση ανά

Θεματική κατηγορία

Αναζήτηση

Υπόβαλε την ιδέα σου

Crowdhackathons

Διοργάνωση Hackathon σχετικά με το περιβάλλον και τη βιωσιμότητα

Διοργάνωση ανοιχτής καινοτομίας με στόχο την ενεργοποίηση (community activation) της κοινωνίας και των επιχειρήσεων για τη δημιουργία πρωτότυπων εφαρμογών που συμβάλλουν μέσα από την τεχνολογία και την ψηφιοποίηση στους στόχους της βιωσιμότητας, εκπαίδευσης και...

Δες περισσότερα >

14/10/2021
από Μελίνα Πελεκάνου

Botakis

Chatbot gov.gr

Δημιουργία ψηφιακού βοηθού για την πλατφόρμα gov.gr. Οι πολίτες μπορεί να χρειάζονται υποστήριξη σε ορισμένα ζητήματα, πράγμα που ο ψηφιακός βοηθός μπορεί να βοηθήσει με αυτοματοποιημένα μηνύματα.

Δες περισσότερα >

14/10/2021
από Αναστασία Αντωνιάδου

Crowdhackathons

Διοργάνωση Hackathon σχετικά με το περιβάλλον και τη βιωσιμότητα

Διοργάνωση ανοιχτής καινοτομίας με στόχο την ενεργοποίηση (community activation) της κοινωνίας και των επιχειρήσεων για τη δημιουργία πρωτότυπων εφαρμογών που συμβάλλουν μέσα από την τεχνολογία και την ψηφιοποίηση στους στόχους της βιωσιμότητας, εκπαίδευσης και...

Δες περισσότερα >

14/10/2021
από Μελίνα Πελεκάνου

Γενική κατηγορία

Διοργάνωση event Crowdpolicy

Θα πρότεινα να διοργανώσουμε ένα event που θα συμμετέχουν όλοι οι εργαζόμενοι της Crowdpolicy, ώστε να μπορέσουμε να γνωριστούμε. Οι συνάδελφοι που εργάζονται εξ αποστάσεως είναι πολλοί και θα ήταν ωραίο να κάνουμε κάτι τέτοιο.

Δες περισσότερα >

14/10/2021
από Σταυρίνα Νιάρχου

Botakis

Chatbot gov.gr

Δημιουργία ψηφιακού βοηθού για την πλατφόρμα gov.gr. Οι πολίτες μπορεί να χρειάζονται υποστήριξη σε ορισμένα ζητήματα, πράγμα που ο ψηφιακός βοηθός μπορεί να βοηθήσει με αυτοματοποιημένα μηνύματα.

Δες περισσότερα >

14/10/2021
από Αναστασία Αντωνιάδου

Crowdhackathons

Διοργάνωση Hackathon σχετικά με το περιβάλλον και τη βιωσιμότητα

Διοργάνωση ανοιχτής καινοτομίας με στόχο την ενεργοποίηση (community activation) της κοινωνίας και των επιχειρήσεων για τη δημιουργία πρωτότυπων εφαρμογών που συμβάλλουν μέσα από την τεχνολογία και την ψηφιοποίηση στους στόχους της βιωσιμότητας, εκπαίδευσης και...

Δες περισσότερα >

14/10/2021
από Μελίνα Πελεκάνου

Γενική κατηγορία

Διοργάνωση event Crowdpolicy

Θα πρότεινα να διοργανώσουμε ένα event που θα συμμετέχουν όλοι οι εργαζόμενοι της Crowdpolicy, ώστε να μπορέσουμε να γνωριστούμε. Οι συνάδελφοι που εργάζονται εξ αποστάσεως είναι πολλοί και θα ήταν ωραίο να κάνουμε κάτι τέτοιο.

Δες περισσότερα >

14/10/2021
από Σταυρίνα Νιάρχου

Botakis

Chatbot gov.gr

Δημιουργία ψηφιακού βοηθού για την πλατφόρμα gov.gr. Οι πολίτες μπορεί να χρειάζονται υποστήριξη σε ορισμένα ζητήματα, πράγμα που ο ψηφιακός βοηθός μπορεί να βοηθήσει με αυτοματοποιημένα μηνύματα.

Δες περισσότερα >

14/10/2021
από Αναστασία Αντωνιάδου

Γενική κατηγορία

Διοργάνωση event Crowdpolicy

Θα πρότεινα να διοργανώσουμε ένα event που θα συμμετέχουν όλοι οι εργαζόμενοι της Crowdpolicy, ώστε να μπορέσουμε να γνωριστούμε. Οι συνάδελφοι που εργάζονται εξ αποστάσεως είναι πολλοί και θα ήταν ωραίο να κάνουμε κάτι τέτοιο.

Δες περισσότερα >

14/10/2021
από Σταυρίνα Νιάρχου

Botakis

Chatbot gov.gr

Δημιουργία ψηφιακού βοηθού για την πλατφόρμα gov.gr. Οι πολίτες μπορεί να χρειάζονται υποστήριξη σε ορισμένα ζητήματα, πράγμα που ο ψηφιακός βοηθός μπορεί να βοηθήσει με αυτοματοποιημένα μηνύματα.

Δες περισσότερα >

14/10/2021
από Αναστασία Αντωνιάδου

Crowdhackathons

Διοργάνωση Hackathon σχετικά με το περιβάλλον και τη βιωσιμότητα

Διοργάνωση ανοιχτής καινοτομίας με στόχο την ενεργοποίηση (community activation) της κοινωνίας και των επιχειρήσεων για τη δημιουργία πρωτότυπων εφαρμογών που συμβάλλουν μέσα από την τεχνολογία και την ψηφιοποίηση στους στόχους της βιωσιμότητας, εκπαίδευσης και...

Δες περισσότερα >

14/10/2021
από Μελίνα Πελεκάνου

Crowdhackathons

Διοργάνωση Hackathon σχετικά με το περιβάλλον και τη βιωσιμότητα

Διοργάνωση ανοιχτής καινοτομίας με στόχο την ενεργοποίηση (community activation) της κοινωνίας και των επιχειρήσεων για τη δημιουργία πρωτότυπων εφαρμογών που συμβάλλουν μέσα από την τεχνολογία και την ψηφιοποίηση στους στόχους της βιωσιμότητας, εκπαίδευσης και...

Δες περισσότερα >

14/10/2021
από Μελίνα Πελεκάνου

Θέλεις να πεις και εσύ μια ιδέα;

Μη χάνεις χρόνο! Μπορεί να τη δεις να πραγματοποιείται!

Υπόβαλε την ιδέα σου

Εικόνα 45: Σελίδα συλλογής καταχωρημένων ιδεών

Προβολή ιδέας

Οι χρήστες σε αυτή τη σελίδα μπορούν να διαβάσουν αναλυτικά την ιδέα που έχουν επιλέξει. Πιο συγκεκριμένα μπορούν:

- Να κατεβάσουν στον υπολογιστή τους τα επισυναπτόμενα αρχεία (εάν υπάρχουν)
- Να στηρίξουν την ιδέα πατώντας την καρδούλα
- Να σχολιάσουν επώνυμα κάτω από αυτή και να συζητήσουν με άλλους χρήστες. Μπορούν επίσης να υποστηρίξουν ένα σχόλιο, όχι όμως για να ξεχωρίσει ανάμεσα στις ιδέες και να βραβευτεί
- Να δουν μερικές ακόμα ιδέες στο τέλος της σελίδας και να επιστρέψουν στη λίστα με όλες τις ιδέες εάν επιθυμούν

Υποβολή ιδεών & προτάσεων

Ακολουθήσε τα βήματα, συμπλήρωσε τα απαιτούμενα πεδία και μοιράσου την ιδέα σου μαζί μας

Αρχική > Όλες οι ιδέες > Διοργάνωση Hackathon σχετικά με το περιβάλλον και τη βιωσιμότητα

Crowdhackathons

Διοργάνωση Hackathon σχετικά με το περιβάλλον και τη βιωσιμότητα

14 Οκτωβρίου 2021 | από Μελίνα Πελεκάνου

Σύντομη περιγραφή

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. serunt mollit anim id est laborum.

Περιγραφή ζητήματος προς επίλυση

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. serunt mollit anim id est laborum.

Στόχος και καινοτομία

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.

Απευθυνόμενο κοινό

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit

Πλεονεκτήματα της πρότασης

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Επισυναπτόμενα αρχεία



Example_file3.pdf
386MB



Example_file1.pdf
125MB




Στήριξε την ιδέα 14




Εικόνα 46: Σελίδα καταχωρημένης ιδέας χρήστη


Πες τη γνώμη σου σχετικά με την ιδέα

Εδώ θα μπορείς να δεις τα σχόλια των συναδέλφων σου για την ιδέα, να σχολιάσεις σε αυτά, αλλά να ξεκινήσεις και μια δική σου συζήτηση!


 **Lorem ipsum dolor sit amet**
14 Οκτωβρίου 2021 | από Μελίνα Πελεκάνου


Διοργάνωση ανοιχτής καινοτομίας με στόχο την ενεργοποίηση (community activation) της κοινωνίας και των επιχειρήσεων για τη δημιουργία πρωτότυπων εφαρμογών που συμβάλλουν μέσα από την τεχνολογία και την ψηφιοποίηση στους στόχους της βιωσιμότητας, εκπαίδευσης και της επιχειρηματικότητας

 14 likes  2 σχόλια 


 14 Οκτωβρίου 2021 | από Αναστασία Αντωνιάδου


Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore


 14 likes

 14 Οκτωβρίου 2021 | από Σταυρίνα Νιάρχου

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam


 14 likes



 Πληκτρολόγησε το σχόλιό σου

 Σχολίασε



Ξεκίνα μια συζήτηση

 Πληκτρολόγησε το σχόλιό σου



 Ακύρω  Σχολίασε

Δείτε κι άλλες ιδέες

Crowdhackathons

Διοργάνωση Hackathon σχετικά με το περιβάλλον και τη βιωσιμότητα

Διοργάνωση ανοιχτής καινοτομίας με στόχο την ενεργοποίηση (community activation) της κοινωνίας και των επιχειρήσεων για τη δημιουργία πρωτότυπων εφαρμογών που συμβάλλουν μέσα από την τεχνολογία και την ψηφιοποίηση στους στόχους της βιωσιμότητας, εκπαίδευσης και...



 14  2 [Δες περισσότερα >](#)

14/10/2021
από Μελίνα Πελεκάνου

Crowdhackathons

Διοργάνωση Hackathon σχετικά με...

Διοργάνωση ανοιχτής καινοτομίας με στόχο την ενεργοποίηση (community activation) της κοινωνίας και των επιχειρήσεων για τη δημιουργία πρωτότυπων εφαρμογών...



 14  2 [Δες περισσότερα >](#)

14/10/2021
από Αναστασία Αντωνιάδου

Crowdhackathons

Διοργάνωση Hackathon σχετικά με το περιβάλλον και τη βιωσιμότητα

Διοργάνωση ανοιχτής καινοτομίας με στόχο την ενεργοποίηση (community activation) της κοινωνίας και των επιχειρήσεων για τη δημιουργία πρωτότυπων εφαρμογών που συμβάλλουν μέσα από την τεχνολογία και την ψηφιοποίηση στους στόχους της βιωσιμότητας, εκπαίδευσης και...



 14  2 [Δες περισσότερα >](#)

14/10/2021
από Μελίνα Πελεκάνου

Crowdhackathons

Διοργάνωση Hackathon σχετικά με το περιβάλλον και τη βιωσιμότητα

Διοργάνωση ανοιχτής καινοτομίας με στόχο την ενεργοποίηση (community activation) της κοινωνίας και των επιχειρήσεων για τη δημιουργία πρωτότυπων εφαρμογών που συμβάλλουν μέσα από την τεχνολογία και την ψηφιοποίηση στους στόχους της βιωσιμότητας, εκπαίδευσης και...

 14  2 [Δες περισσότερα >](#)

14/10/2021
από Σταυρίνα Νιάρχου

[Δες όλες τις ιδέες](#)

Εικόνα 47: Σελίδα καταχωρημένης ιδέας χρήστη (συνέχεια)

Σχετικά με

Η σελίδα αυτή έχει ως στόχο την πλήρη ενημέρωση των χρηστών σχετικά με τους στόχους της πλατφόρμας, καθώς και τις διαδικασίες που πρέπει να ακολουθήσουν για την χρήση του. Αρχικά παρουσιάζεται η πλατφόρμα με ένα σύντομο κείμενο και ένα συνοδευτικό προϊοντικό βίντεο για πιο διαδραστική ενημέρωση. Στη συνέχεια ακολουθούν στατιστικά στοιχεία που αφορούν την πλατφόρμα και φανερώνουν την απήχησή της, ενώ παρακάτω βρίσκουμε την προθεσμία υποβολής ιδεών, καθώς και το έπαθλο του νικητή. Τέλος βρίσκουμε μερικά σχόλια που έχουν κάνει οι ίδιοι οι χρήστες για την πλατφόρμα, με στόχο την έμφαση της ομαδικότητας και της συλογικότητας.

Idea Box

Υποβολή ιδέας Όλες οι ιδέες Τι είναι το Idea Box Γεια σου Νικό!

Τι είναι το Idea Box

Ενημερώσου σχετικά με το Idea Box. Μάθε για τις δυνατότητές του και γίνε και συ ενεργό μέλος της μεγάλης αυτής ομάδας

Μοιραζόμαστε τις ιδέες μας με το νέο εργαλείο Idea Box

Πίσω από κάθε αλλαγή, πίσω από κάθε πρόοδο, βρίσκονται άνθρωποι με ιδέες που μας φέρνουν ένα βήμα πιο κοντά στο μέλλον!

Σε αυτό το πλαίσιο δημιουργήσαμε το δικό μας ηλεκτρονικό κουτί ιδεών, το Idea Box, ώστε να μοιραζόμαστε τις ιδέες μας, αλλά και να υποστηρίζουμε όλες όσες μας αρέσουν με ένα like!

125 Ιδέες έχουν καταχωρηθεί

87 Χρήστες μοιράστηκαν τις ιδέες τους

251 Ψήφοι δόθηκαν συνολικά

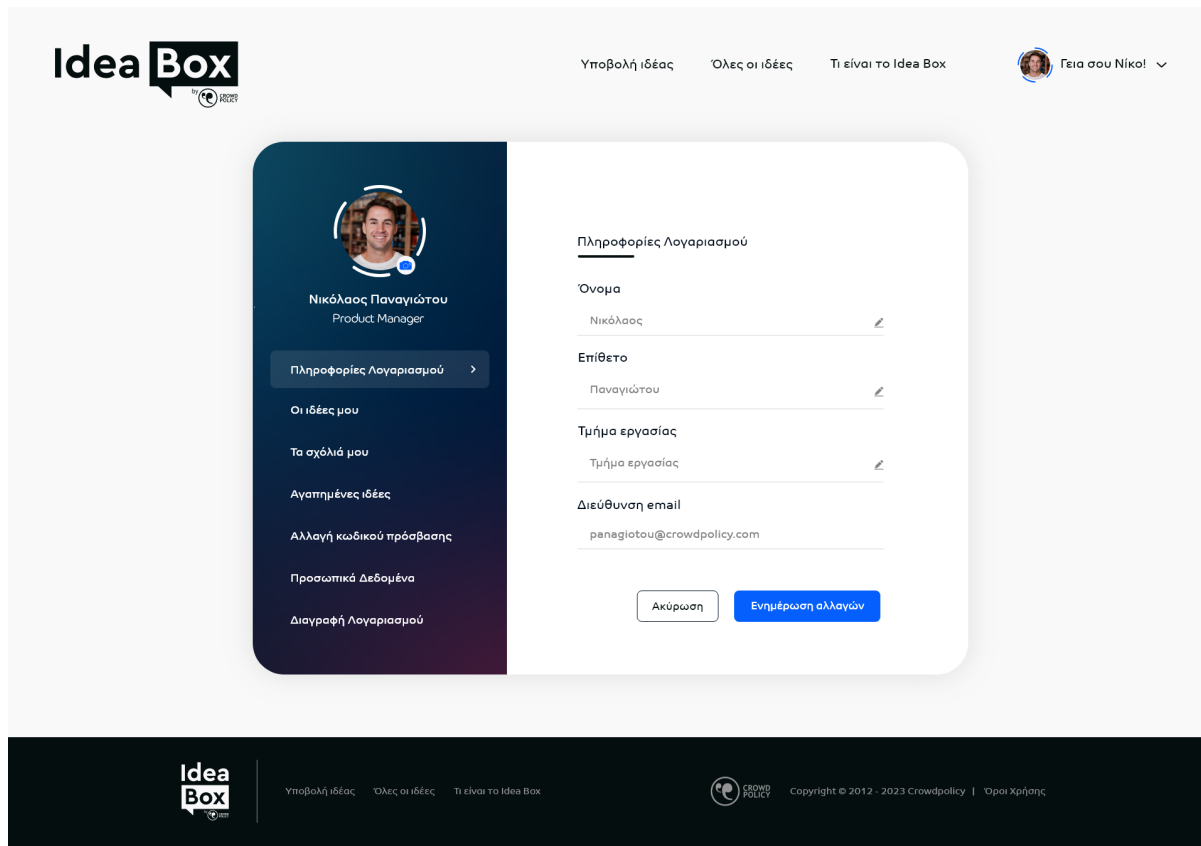
Εικόνα 48: Σελίδα πληροφοριών σχετικά με την πλατφόρμα Idea Box



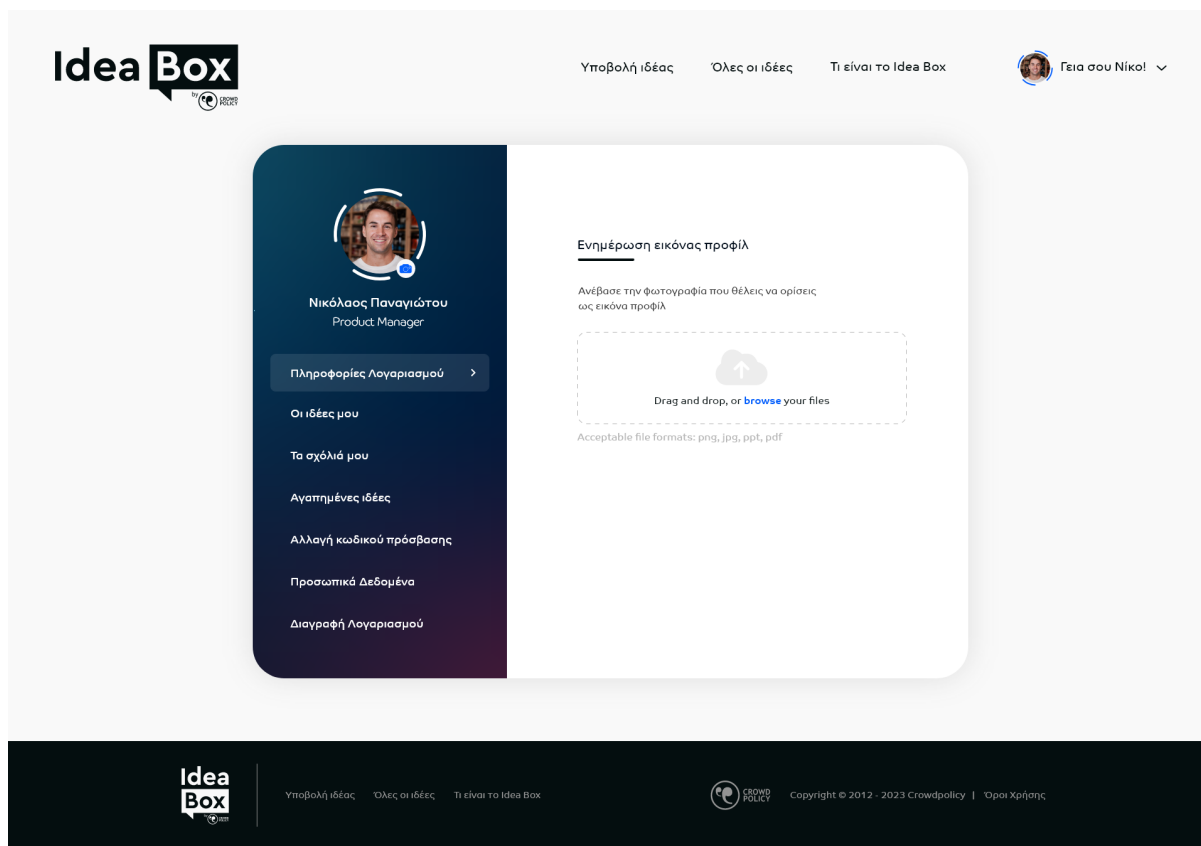
Εικόνα 49: Σελίδα πληροφοριών σχετικά με την πλατφόρμα Idea Box

Προφίλ - Πληροφορίες Λογαριασμού

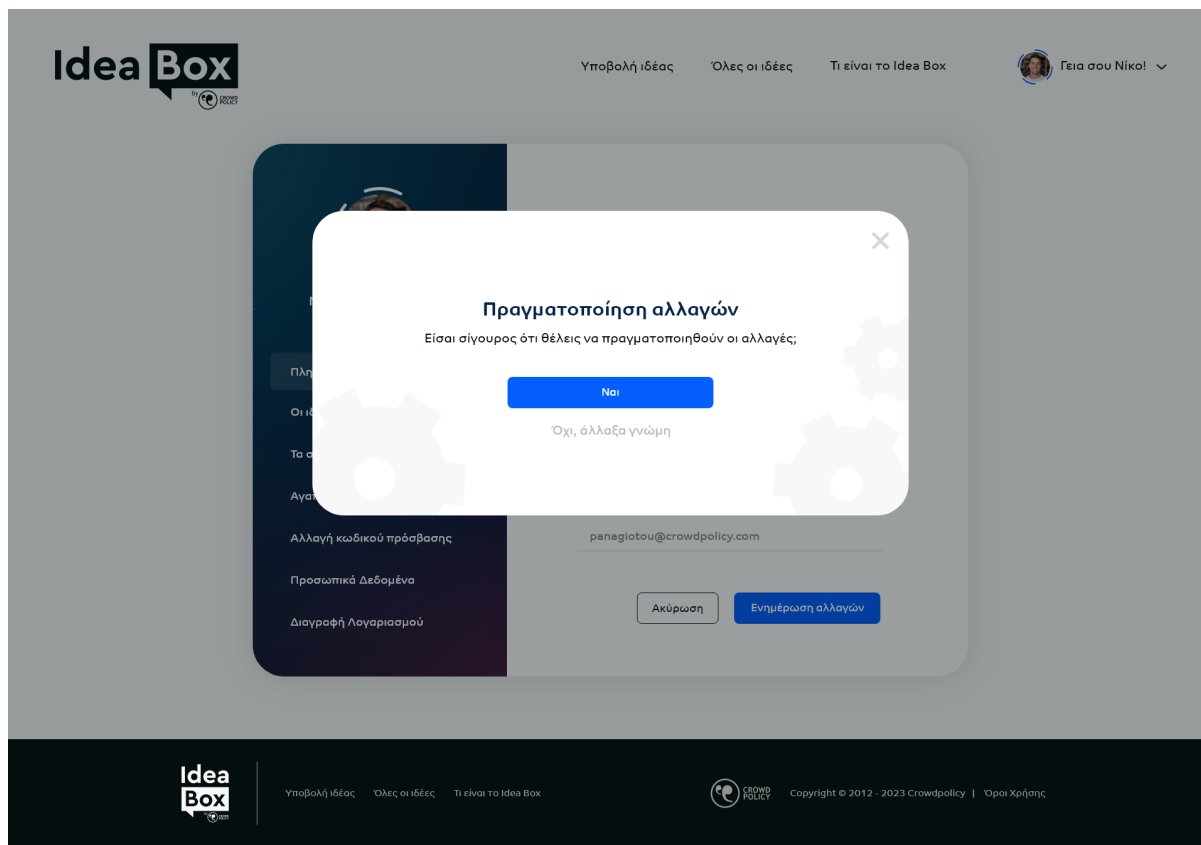
Το προφίλ χρήστη αποτελείται από 7 υποσελίδες, οι οποίες βρίσκονται σταθερά στα αριστερά της οθόνης, καθιστώντας άμεση την πλοήγηση από τη μία στην άλλη. Ο χρήστης μπορεί να επισκεφτεί το προφίλ του γρήγορα και εύκολα, βρίσκοντάς το πάντα πάνω δεξιά της οθόνης. Στην ενότητα των πληροφοριών ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να επεξεργαστεί τα προσωπικά του στοιχεία (όνομα, επώνυμο, τμήμα εργασίας και διεύθυνση email), πατώντας το εικονίδιο μολύβι. Μπορεί επίσης να προσθέσει εικόνα προφίλ. Για κάθε δράση που πραγματοποιεί εμφανίζονται και οι κατάλληλες ειδοποιήσεις επιβεβαίωσης για την αποφυγή λαθών, ενώ μηνύματα ενημερώνουν τον χρήστη για την κατάσταση της δράσης του.



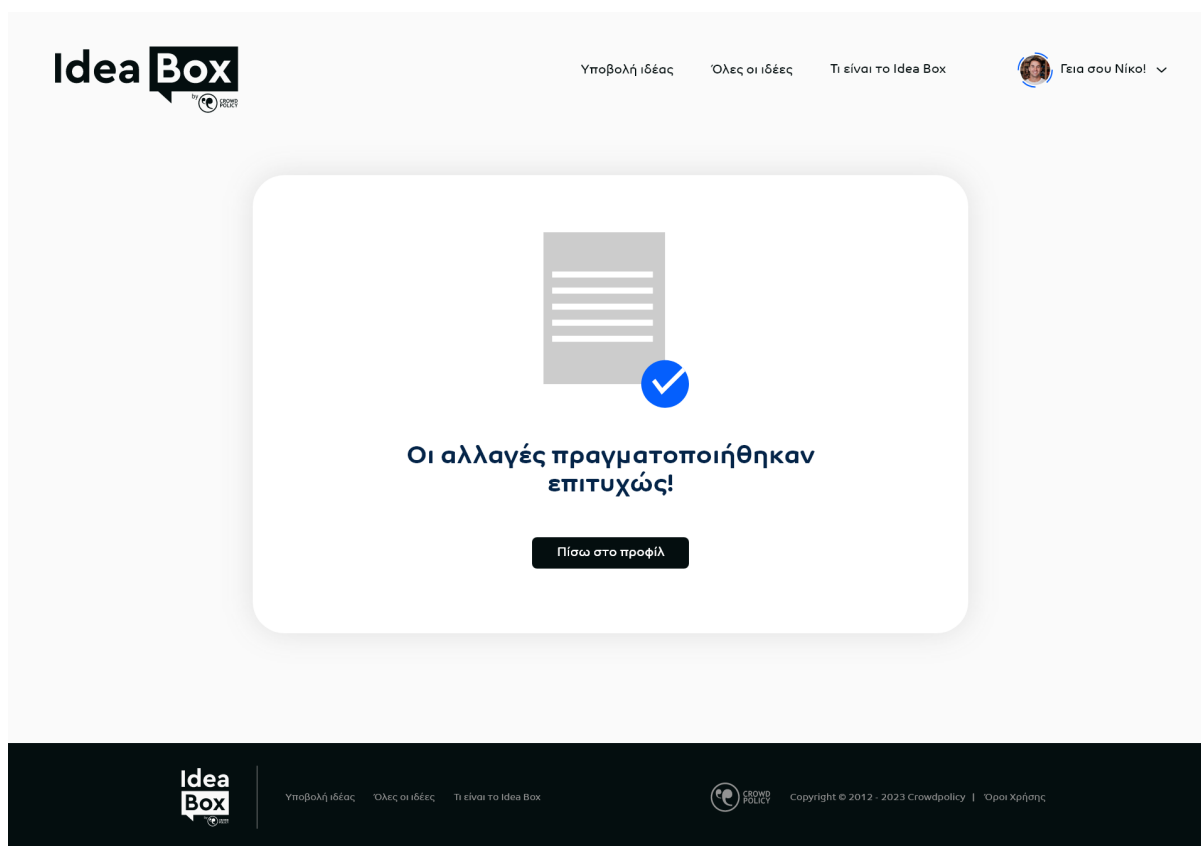
Εικόνα 50: Προφίλ χρήστη - Πληροφορίες λογαριασμού



Εικόνα 51: Προφίλ χρήστη - Ενημέρωση εικόνας προφίλ



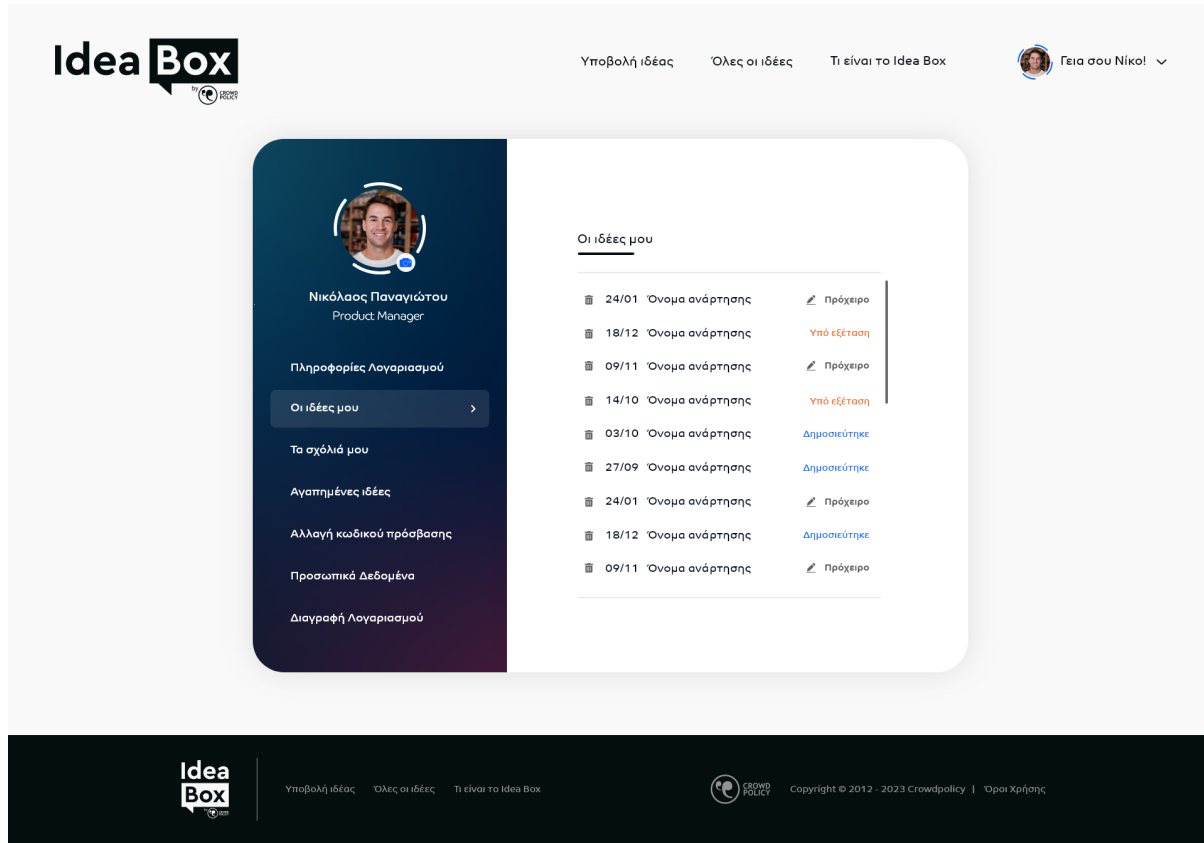
Εικόνα 52: Προφίλ χρήστη - Μήνυμα ειδοποίησης - Πραγματοποίηση αλλαγών



Εικόνα 53: Μήνυμα επιβεβαίωσης - Επιτυχής πραγματοποίηση αλλαγών

Προφίλ - Οι ιδέες μου

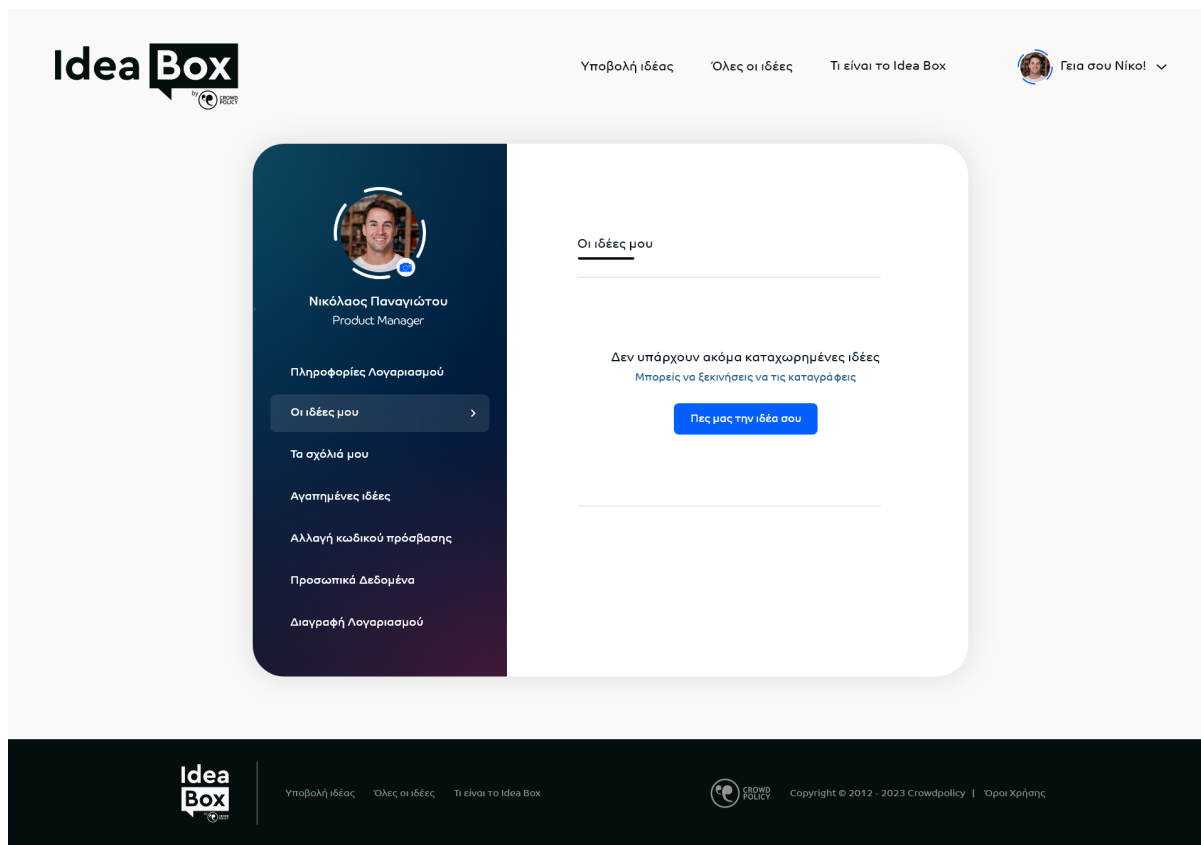
Στην υποσελίδα των ιδεών ο χρήστης μπορεί να βρει όλες τις ιδέες που έχει υποβάλει με την ημερομηνία υποβολής τους. Μπορεί επίσης να μεταφερθεί άμεσα σε αυτές αν το επιθυμεί. Έχει τη δυνατότητα να τις διαγράψει, ενώ μπορεί να δει την κατάσταση της ιδέας (πρόχειρο, υπό εξέταση, δημοσιευμένη). Στην περίπτωση που κάποια ιδέα είναι σε πρόχειρο, έχει τη δυνατότητα να την επεξεργαστεί όποτε επιθυμεί. Στην περίπτωση που δεν έχει δημοσιεύσει ακόμα κάποια ιδέα, εμφανίζεται ανάλογο λεκτικό, και τον προτρέπει να υποβάλλει.



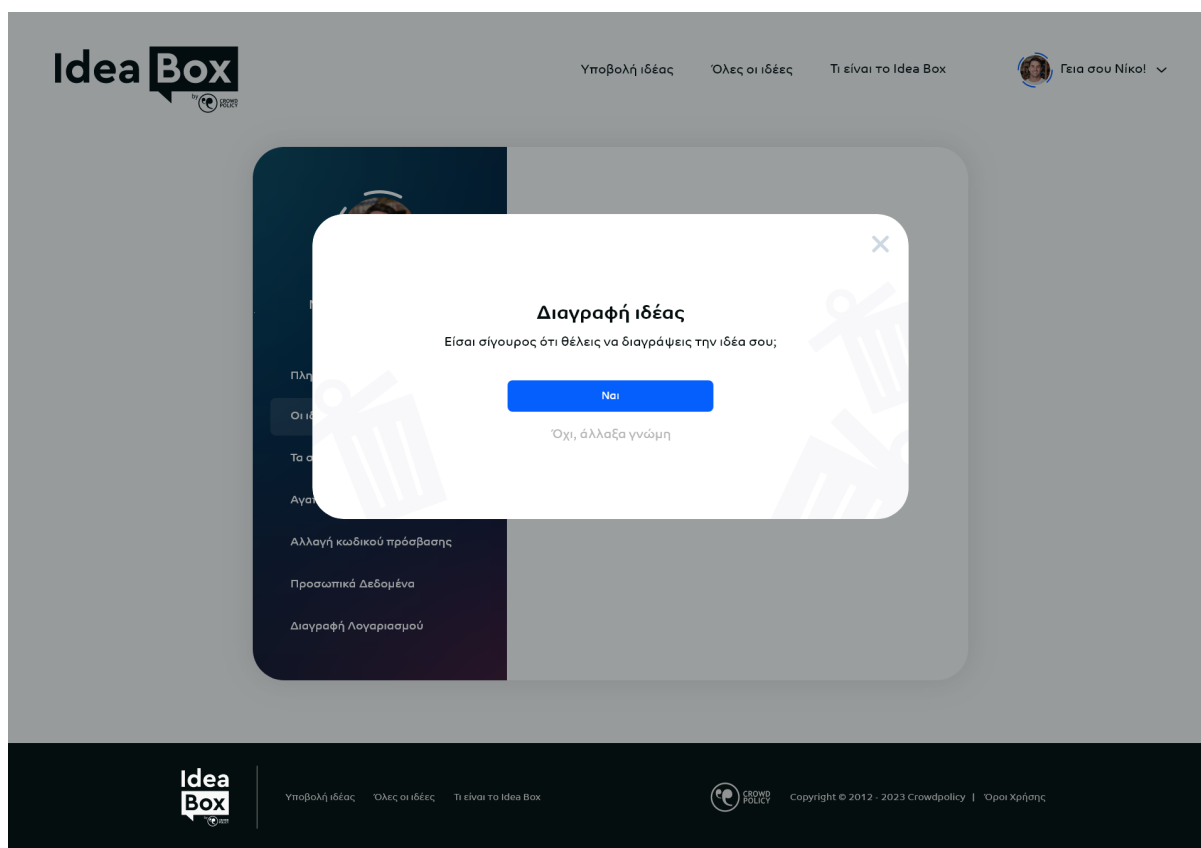
The screenshot shows the user profile page for 'Nikolaos Panagiotou' (Product Manager) on the IdeaBox platform. The page is divided into a left sidebar and a main content area. The sidebar contains navigation options: 'Οι ιδέες μου' (selected), 'Τα σχόλιά μου', 'Αγαπημένες ιδέες', 'Αλλαγή κωδικού πρόσβασης', 'Προσωπικά Δεδομένα', and 'Διαγραφή Λογαριασμού'. The main content area displays a list of ideas under the heading 'Οι ιδέες μου'. Each idea entry includes a date, the name of the idea, and its current status.

Ημερομηνία	Όνομα ανάρτησης	Κατάσταση
24/01	Όνομα ανάρτησης	Πρόχειρο
18/12	Όνομα ανάρτησης	Υπό εξέταση
09/11	Όνομα ανάρτησης	Πρόχειρο
14/10	Όνομα ανάρτησης	Υπό εξέταση
03/10	Όνομα ανάρτησης	Δημοσιεύτηκε
27/09	Όνομα ανάρτησης	Δημοσιεύτηκε
24/01	Όνομα ανάρτησης	Πρόχειρο
18/12	Όνομα ανάρτησης	Δημοσιεύτηκε
09/11	Όνομα ανάρτησης	Πρόχειρο

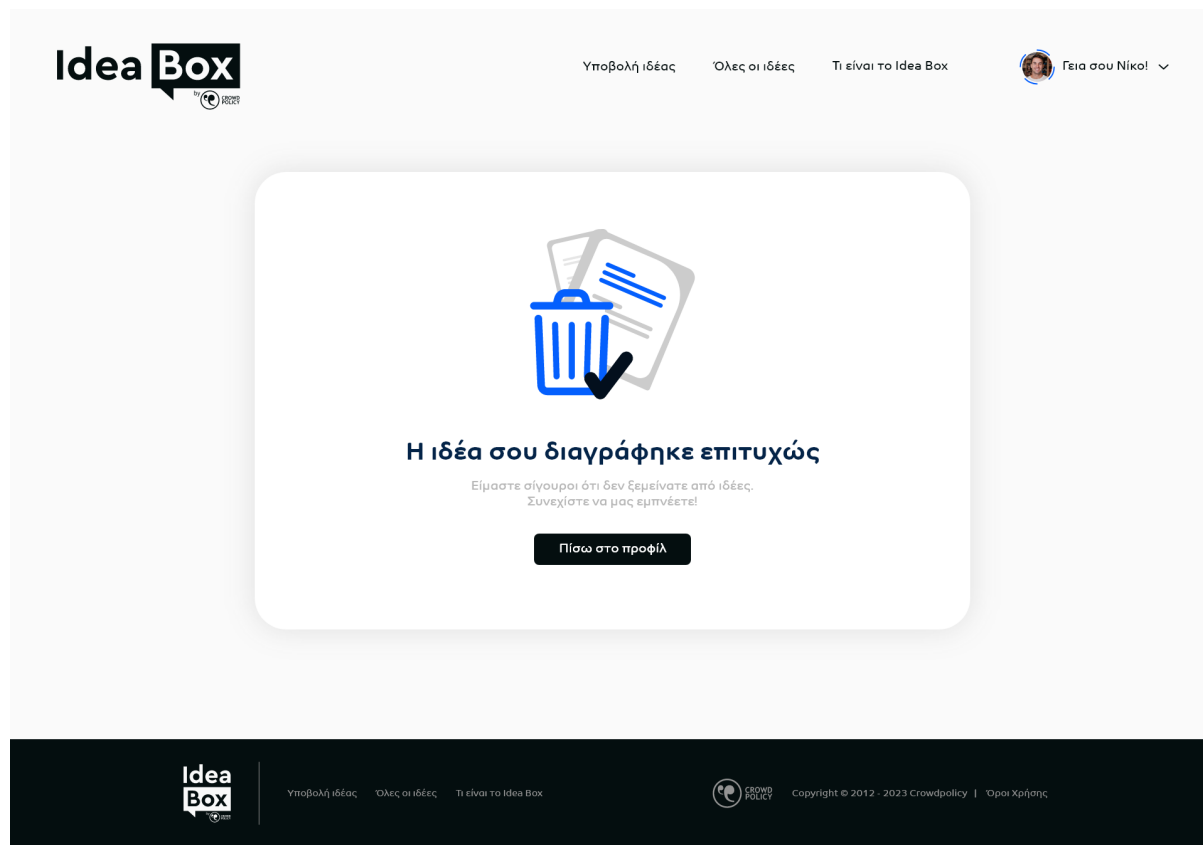
Εικόνα 54: Προφίλ χρήστη - Οι ιδέες μου



Εικόνα 55: Προφίλ χρήστη - Οι ιδέες μου - Δεν υπάρχουν καταχωρημένες ιδέες



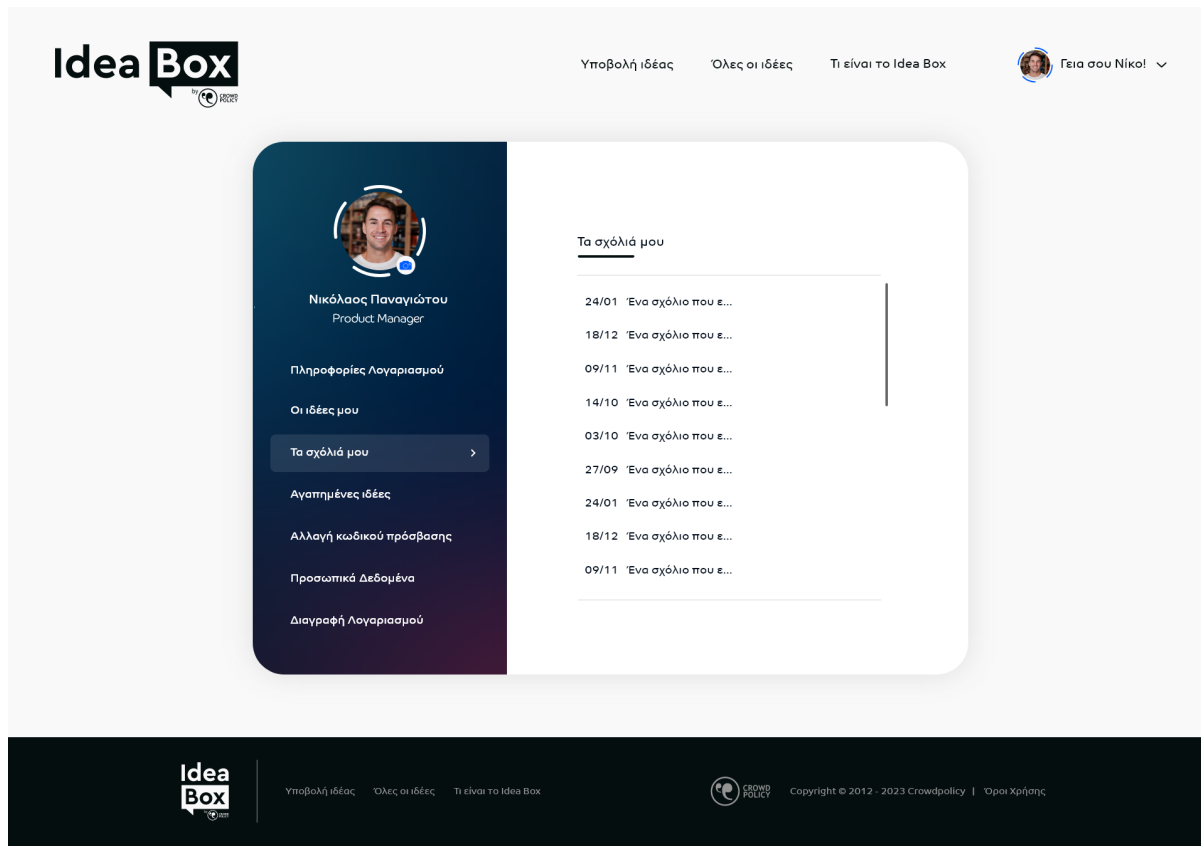
Εικόνα 56: Μήνυμα ειδοποίησης - Διαγραφή ιδέας



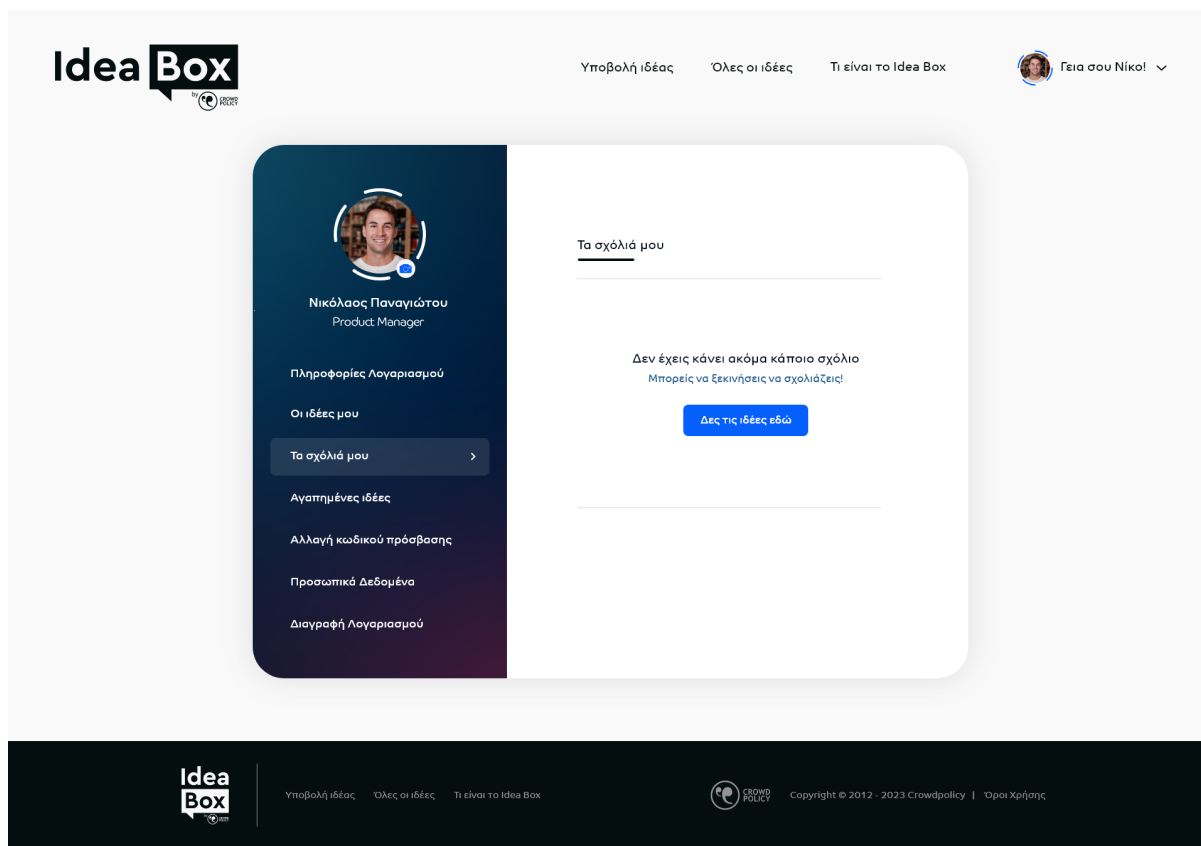
Εικόνα 57: Μήνυμα επιβεβαίωσης - Επιτυχής διαγραφή ιδέας

Προφίλ - Τα σχόλιά μου

Στην υποσελίδα των σχολίων βρίσκονται όλα τα σχόλια τα οποία έχει κάνει ο χρήστης σε άλλες ιδέες και η ημερομηνία που τα υπέβαλε. Στην περίπτωση που δεν έχει κάνει ακόμα κάποιο σχόλιο, εμφανίζεται ανάλογο λεκτικό, και τον προτρέπει να δει τις υποβληθείσες ιδέες και να σχολιάσει.



Εικόνα 58: Προφίλ χρήστη - Τα σχόλιά μου



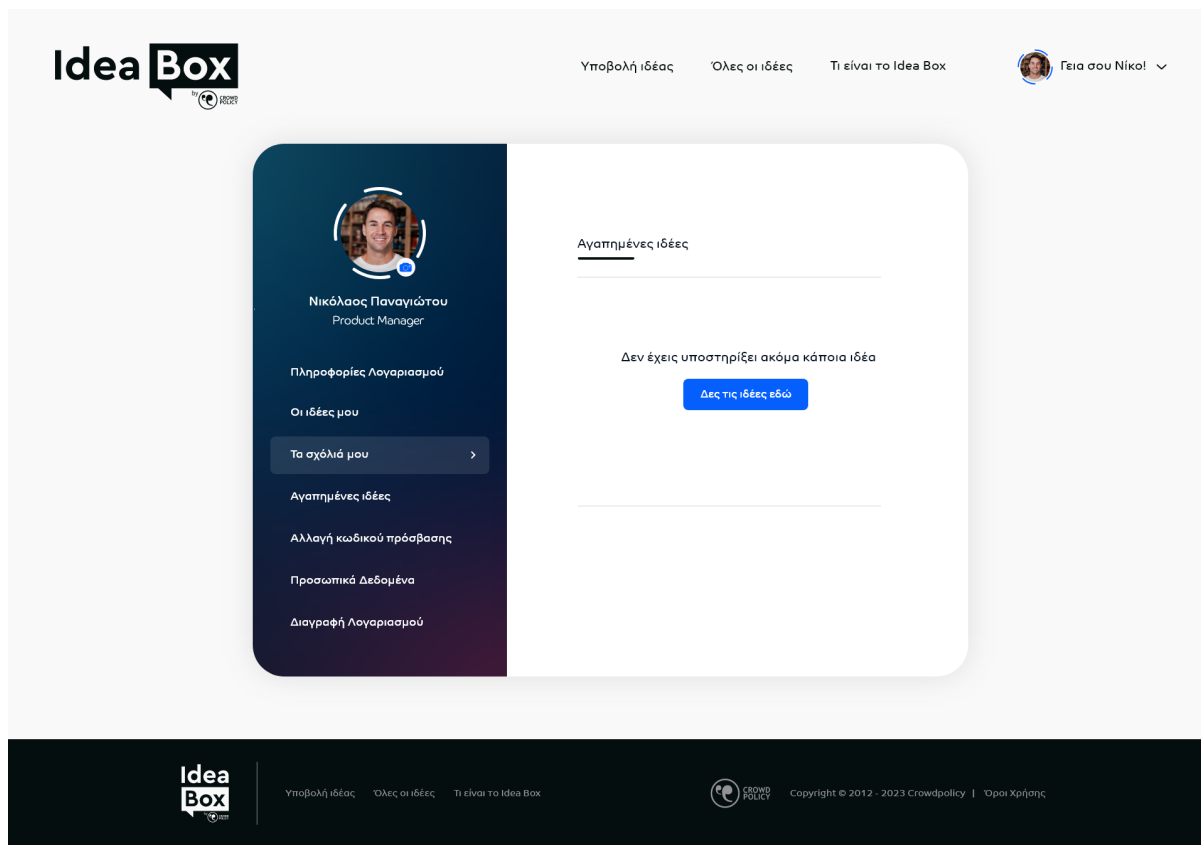
Εικόνα 59: Προφίλ χρήστη - Τα σχόλιά μου - Δεν υπάρχουν καταχωρημένα σχόλια

Προφίλ - Αγαπημένες ιδέες

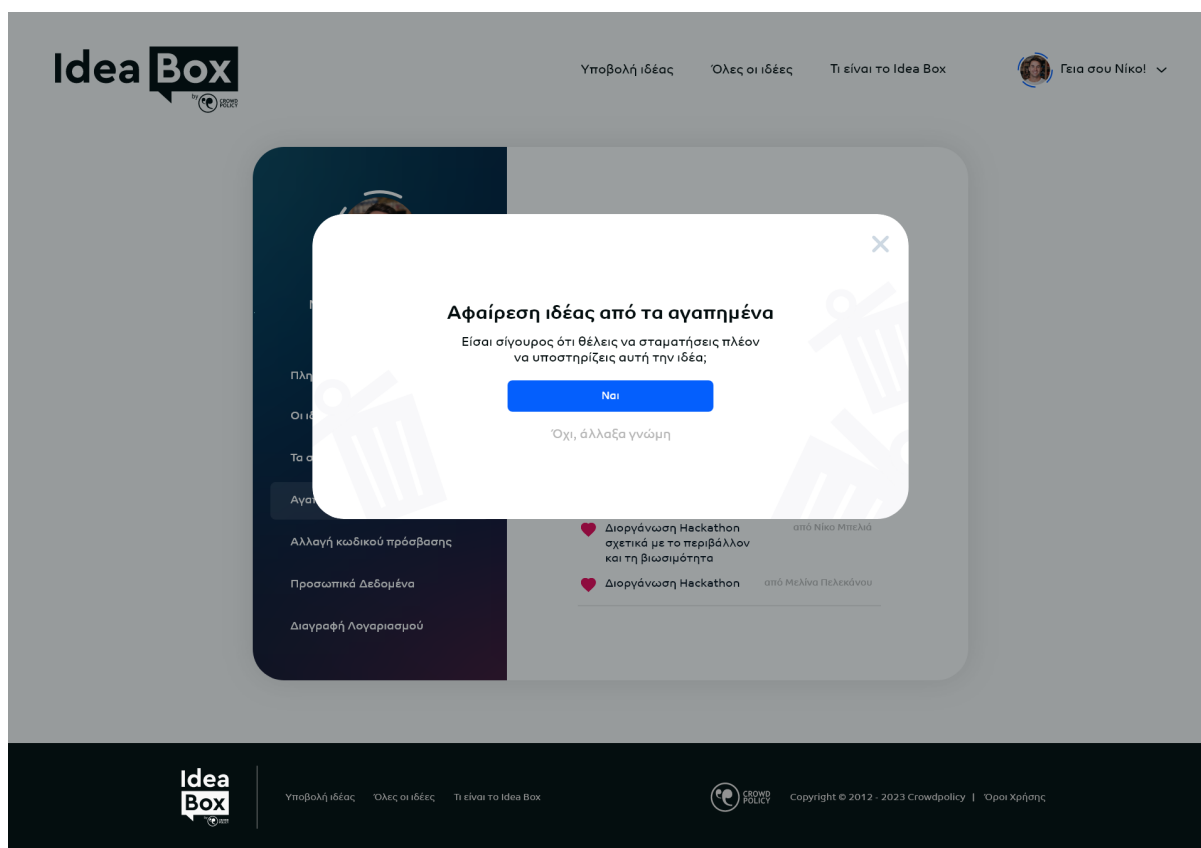
Στην υποσελίδα αγαπημένες ιδέες του προφίλ ο χρήστης βρίσκει όλες εκείνες τις ιδέες που έχει υποστηρίξει. Αν το επιθυμεί μπορεί να αφαιρέσει κάποια ιδέα από τη λίστα του, αφαιρώντας με αυτόν τον τρόπο την ψήφο υποστήριξης που έχει δώσει. Για την κάθε ιδέα είναι εμφανής ο τίτλος και ο χρήστης που την έχει υποβάλει. Στην περίπτωση που δεν έχει υποστηρίξει ακόμα κάποια, εμφανίζεται ανάλογο λεκτικό, και τον προτρέπει να δει τις υποβληθείσες ιδέες και να τις υποστηρίξει.

The screenshot displays the user profile page for 'Nikolaos Panagiotou' (Product Manager) on the IdeaBox platform. The page is divided into a dark blue sidebar on the left and a white main content area on the right. The sidebar contains navigation options: 'Πληροφορίες Λογαριασμού', 'Οι ιδέες μου', 'Τα σκόλιά μου', 'Αγαπημένες ιδέες' (highlighted), 'Αλλαγή κωδικού πρόσβασης', 'Προσωπικά Δεδομένα', and 'Διαγραφή Λογαριασμού'. The main content area features a header with navigation links: 'Υποβολή ιδέας', 'Όλες οι ιδέες', 'Τι είναι το Idea Box', and a user profile icon with the text 'Γεια σου Νικό!'. Below the header, the section 'Αγαπημένες ιδέες' lists six favorite ideas, each with a red heart icon and the text 'Διοργάνωση Hackathon σχετικά με το περιβάλλον και τη βιωσιμότητα'. The ideas are attributed to: Σταυρίνα Νιάρχου, Μελίνα Πελεκάνου, Νικό Μπελιά, Βασιλική Χρυσοχοϊδη, Νικό Μπελιά, and Μελίνα Πελεκάνου. The footer contains the IdeaBox logo, navigation links, the Crowdfunder logo, and copyright information: 'Copyright © 2012 - 2023 Crowdfunder | Όροι Χρήσης'.

Εικόνα 60: Προφίλ χρήστη - Αγαπημένες ιδέες



Εικόνα 61: Προφίλ χρήστη - Αγαπημένες ιδέες - Δεν υπάρχουν αγαπημένες ιδέες



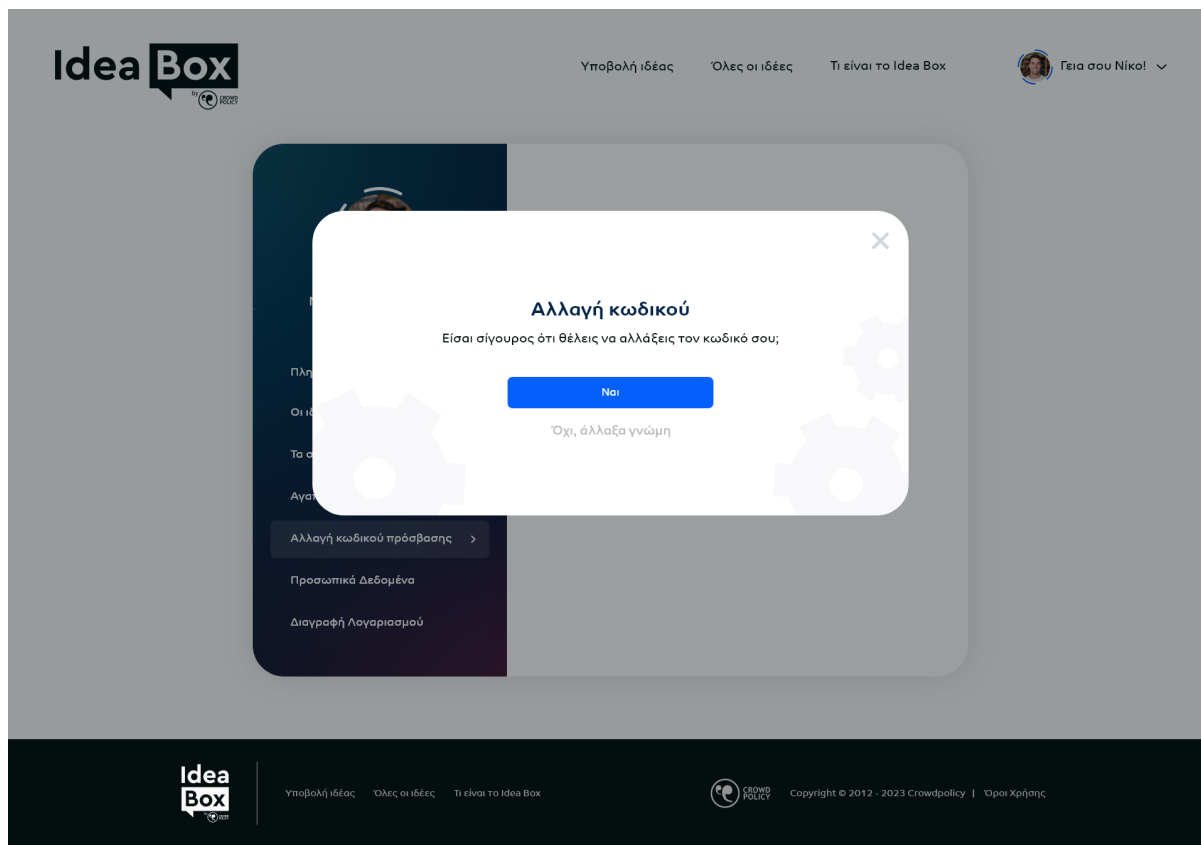
Εικόνα 62: Μήνυμα ειδοποίησης - Αφαίρεση ιδέας από αγαπημένα

Προφίλ - Αλλαγή κωδικού πρόσβασης

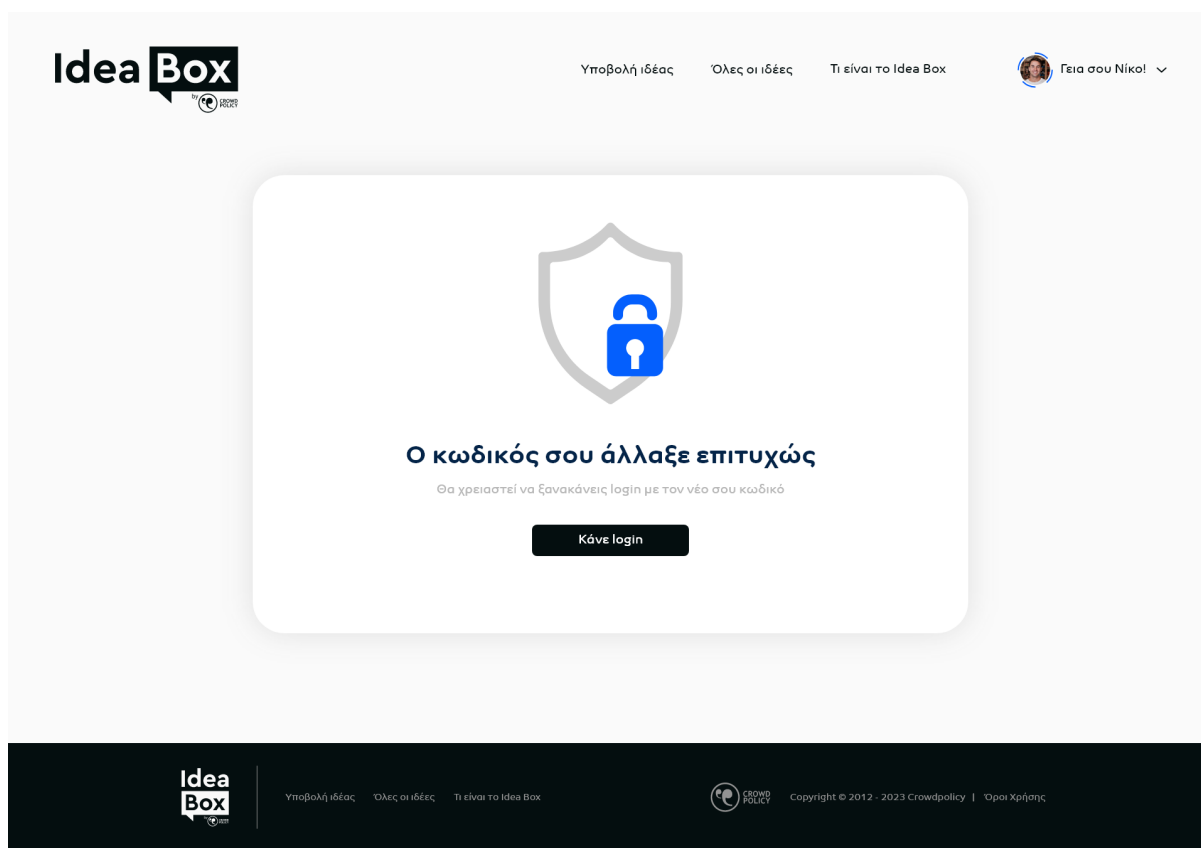
Στην υποσελίδα αυτή ο χρήστης μπορεί να αλλάξει τον κωδικό πρόσβασής του στην πλατφόρμα, εισάγοντας αρχικά τον τρέχον κωδικό, έπειτα τον νέο σύμφωνα με τις οδηγίες, και τέλος επαληθευοντάς τον συμπληρώνοντας το τελευταίο πεδίο. Όταν η διαδικασία ολοκληρωθεί επιτυχώς, απαιτείται εκ νέου σύνδεση με τον νέο κωδικό.

The screenshot displays the user profile page for 'Nikolaos Panagiotou, Product Manager'. The page is divided into a dark blue sidebar on the left and a white main content area on the right. The sidebar contains a profile picture, name, title, and a list of navigation options: 'Πληροφορίες Λογαριασμού', 'Οι ιδέες μου', 'Τα σχόλιά μου', 'Αγαπημένες ιδέες', 'Αλλαγή κωδικού πρόσβασης' (highlighted with a right arrow), 'Προσωπικά Δεδομένα', and 'Διαγραφή Λογαριασμού'. The main content area is titled 'Αλλαγή κωδικού πρόσβασης' and contains the following sections: 'Τρέχον Κωδικός' with a text input field and the instruction 'Πληκρολογήστε τον τρέχον κωδικό', 'Νέος Κωδικός' with a text input field and a progress indicator (a blue bar) and the instruction 'Πρέπει να περιέχει τουλάχιστον 8 χαρακτήρες και συνδυασμό κεφαλαίων και αριθμών.', and 'Επαλήθευση Νέου Κωδικού' with a text input field and the instruction 'Επαλήθευση'. A blue button labeled 'Ενημέρωση αλλαγών' is positioned below the 'Επαλήθευση' field. The footer of the page includes the Idea Box logo, navigation links, the Crowdfunder logo, and copyright information: 'Copyright © 2012 - 2023 Crowdfunder | Όροι Χρήσης'.

Εικόνα 63: Προφίλ χρήστη - Αλλαγή κωδικού πρόσβασης



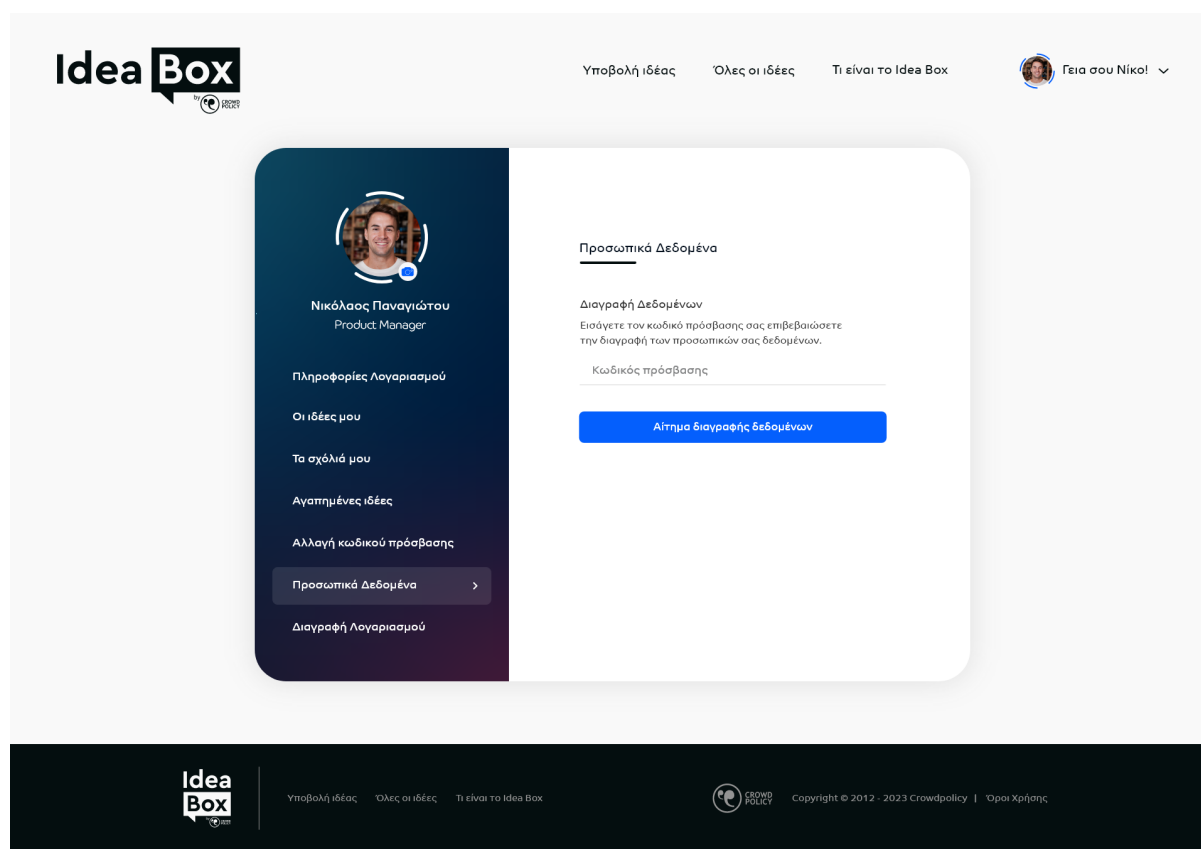
Εικόνα 64: Μήνυμα ειδοποίησης - Αλλαγή κωδικού



Εικόνα 65: Μήνυμα επιβεβαίωσης - Επιτυχής αλλαγή κωδικού

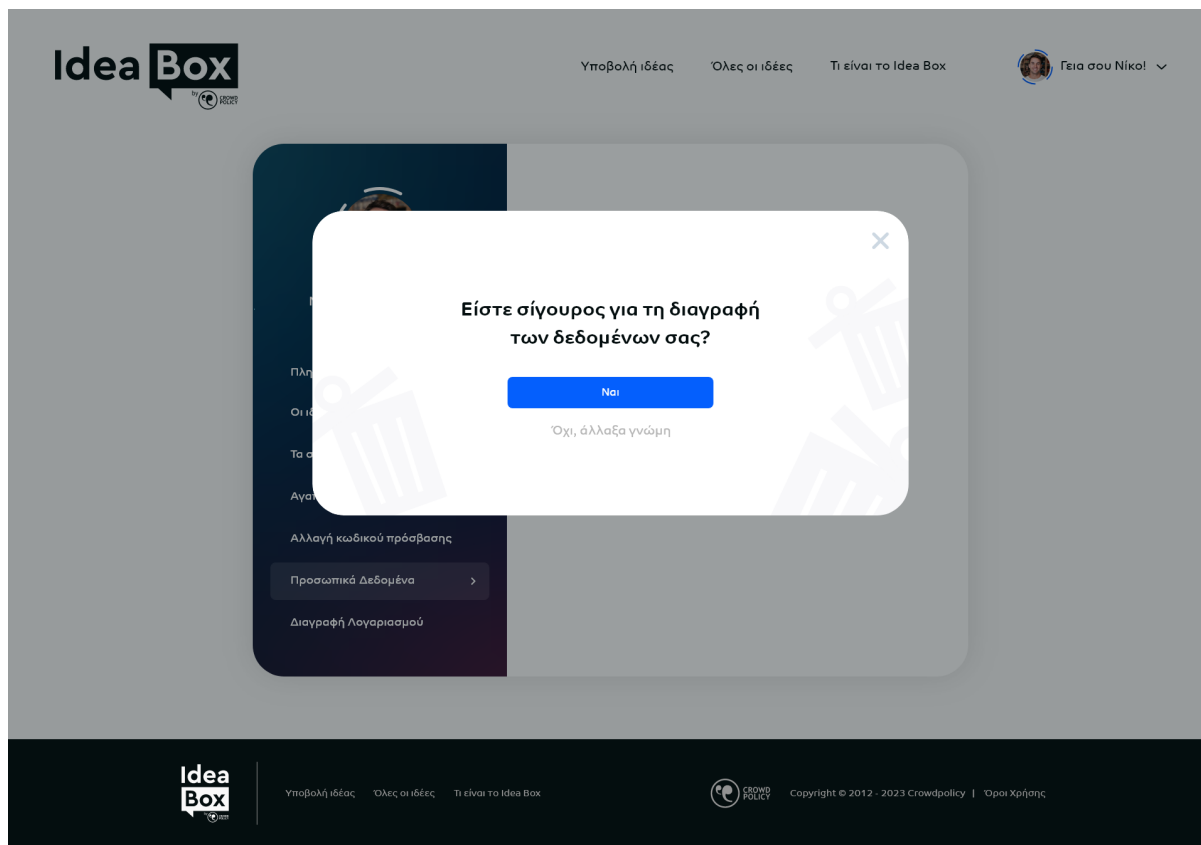
Προφίλ - Προσωπικά δεδομένα

Στην υποσελίδα με τα προσωπικά δεδομένα ο χρήστης μπορεί να ζητήσει τη διαγραφή τους αν το επιθυμεί. Αυτό σημαίνει ότι θα χάσεις τις ιδέες που έχει καταχωρήσει, την απήχηση που έχεις ως στιγμής, καθώς και τις ψήφους που έχει δώσει.

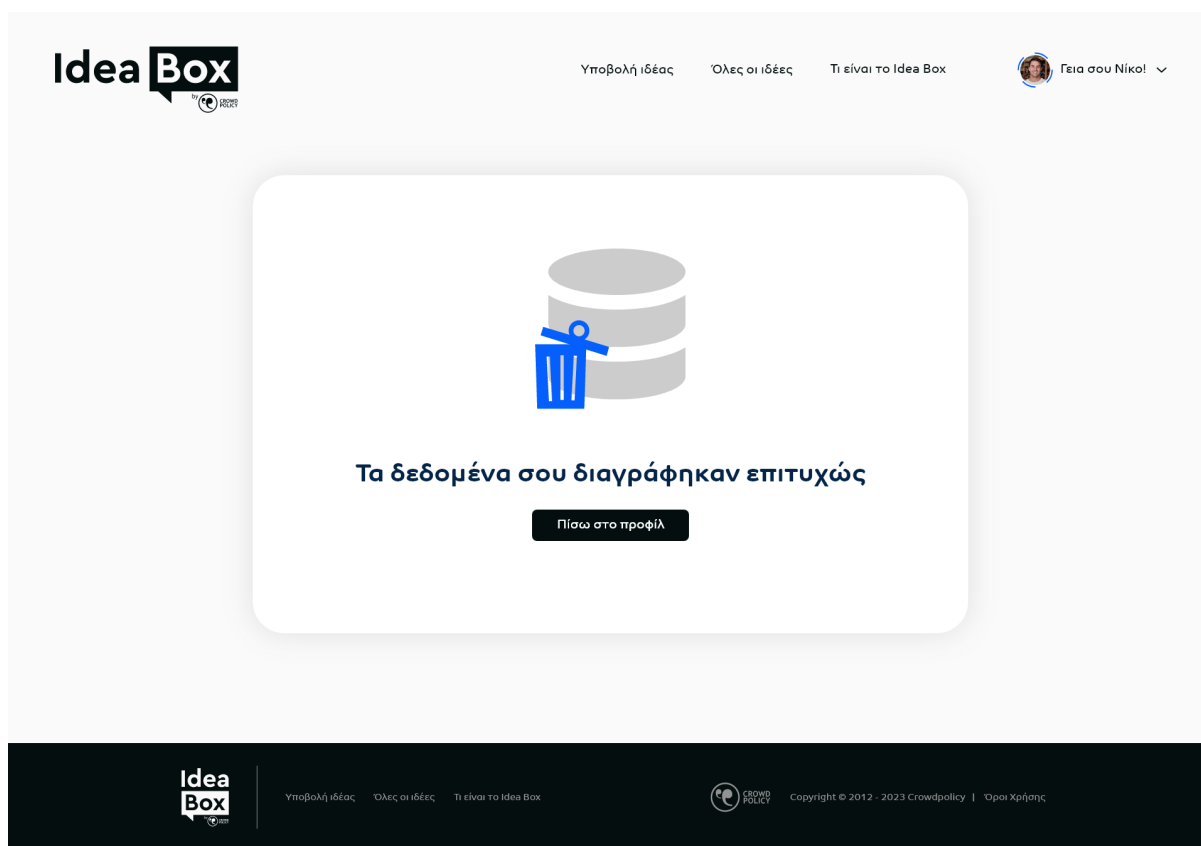


The screenshot displays the user profile page for 'Nikolaos Panagiotou' (Product Manager) on the Idea Box platform. The page is divided into a dark blue sidebar on the left and a white main content area on the right. The sidebar contains a profile picture, name, title, and a list of navigation options: 'Πληροφορίες Λογαριασμού', 'Οι ιδέες μου', 'Τα σχόλιά μου', 'Αγαπημένες ιδέες', 'Αλλαγή κωδικού πρόσβασης', 'Προσωπικά Δεδομένα' (highlighted with a right arrow), and 'Διαγραφή Λογαριασμού'. The main content area features the 'Προσωπικά Δεδομένα' (Personal Data) section, which includes a 'Διαγραφή Δεδομένων' (Delete Data) button. Below this, there is a text prompt: 'Εισάγετε τον κωδικό πρόσβασης σας επιβεβαιώστε την διαγραφή των προσωπικών σας δεδομένων.' and a 'Κωδικός πρόσβασης' (Access Code) input field. A blue button labeled 'Αίτημα διαγραφής δεδομένων' (Request data deletion) is positioned below the input field. The footer of the page contains the Idea Box logo, navigation links, a 'CROWD POLICY' logo, and copyright information: 'Copyright © 2012 - 2023 Crowdpollicy | Όροι Χρήσης'.

Εικόνα 66: Προφίλ χρήστη - Προσωπικά δεδομένα



Εικόνα 67: Μήνυμα ειδοποίησης - Διαγραφή δεδομένων



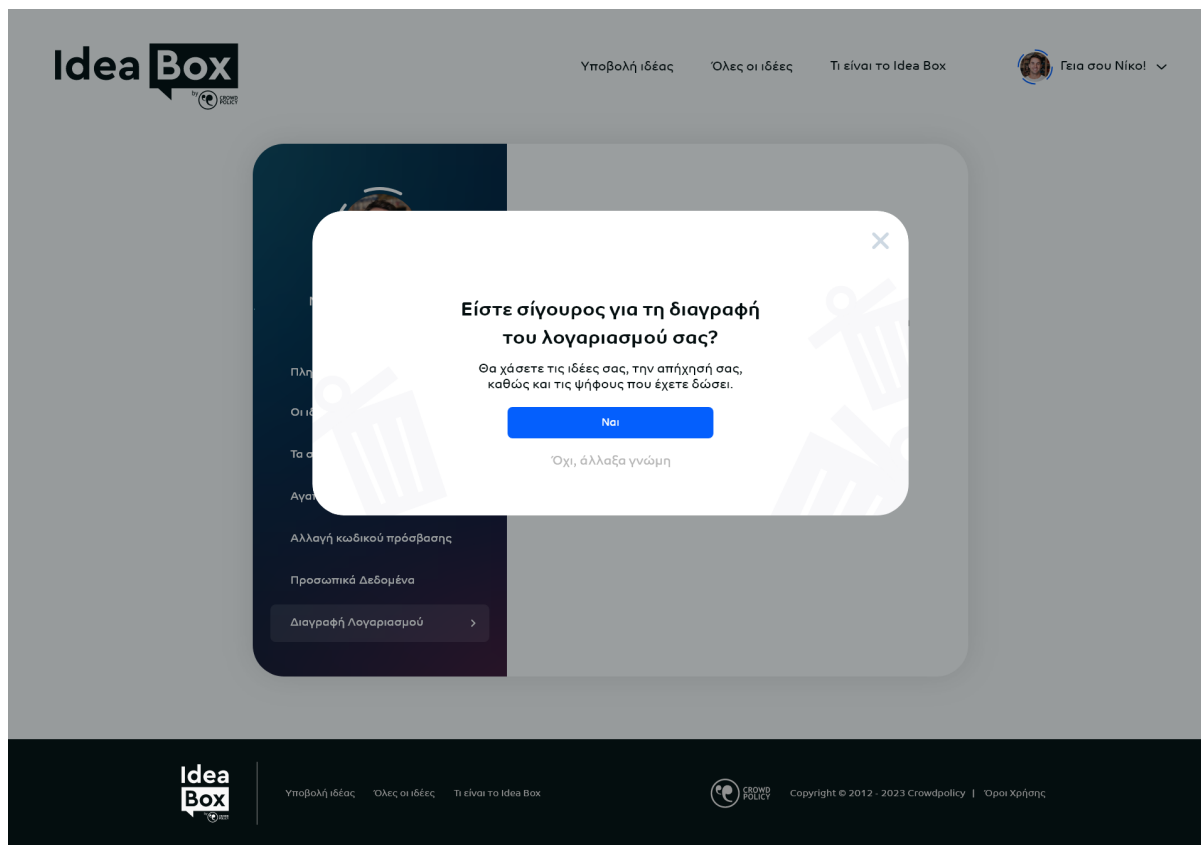
Εικόνα 68: Μήνυμα επιβεβαίωσης - Επιτυχής διαγραφή δεδομένων

Προφίλ - Διαγραφή λογαριασμού

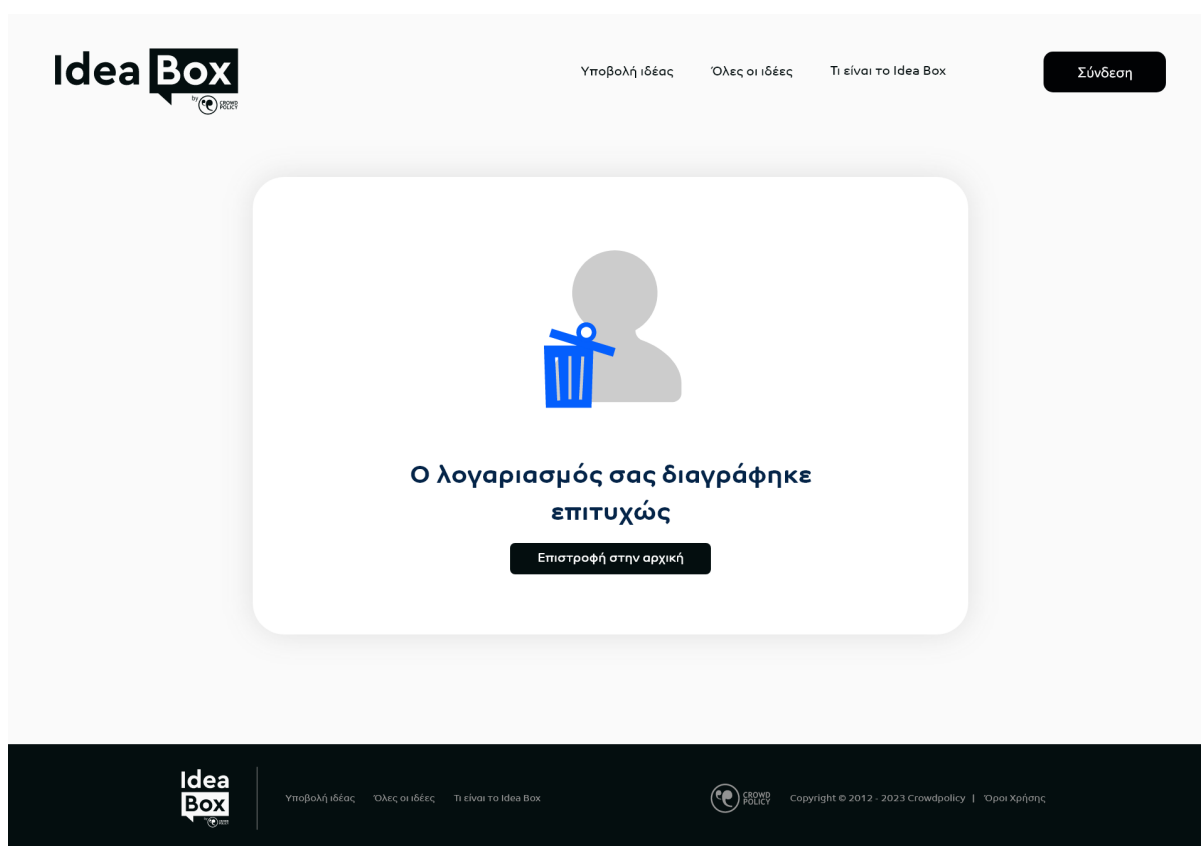
Στην υποσελίδα της διαγραφής λογαριασμού ο χρήστης μπορεί να διαγράψει το λογαριασμό του. Η διαγραφή λογαριασμού σημαίνει όχι μόνο διαγραφή του προφίλ, αλλά και όλων των δεδομένων που το συνοδεύουν.

The screenshot displays the user profile page for 'Nikolaos Panagiotou' (Product Manager) on the Idea Box platform. The page is divided into a dark blue sidebar on the left and a white main content area on the right. The sidebar contains a profile picture, the user's name and title, and a list of navigation options: 'Πληροφορίες Λογαριασμού', 'Οι ιδέες μου', 'Τα σχόλιά μου', 'Αγαπημένες ιδέες', 'Αλλαγή κωδικού πρόσβασης', 'Προσωπικά Δεδομένα', and 'Διαγραφή Λογαριασμού'. The main content area is titled 'Διαγραφή Λογαριασμού' and contains the following text: 'Διαγραφή Λογαριασμού', 'Εισάγετε τον κωδικό πρόσβασης σας επιβεβαιώστε την διαγραφή του λογαριασμού σας', and a text input field for the password. A blue button labeled 'Διαγραφή Λογαριασμού' is positioned below the input field. The top navigation bar includes the Idea Box logo, links for 'Υποβολή ιδέας', 'Όλες οι ιδέες', 'Τι είναι το Idea Box', and a user profile icon with the name 'Γεια σου Νικό!'. The footer contains the Idea Box logo, the same navigation links, the Crowdfunder logo, and copyright information: 'Copyright © 2012 - 2023 Crowdfunder | Όροι Χρήσης'.

Εικόνα 69: Προφίλ χρήστη - Διαγραφή λογαριασμού



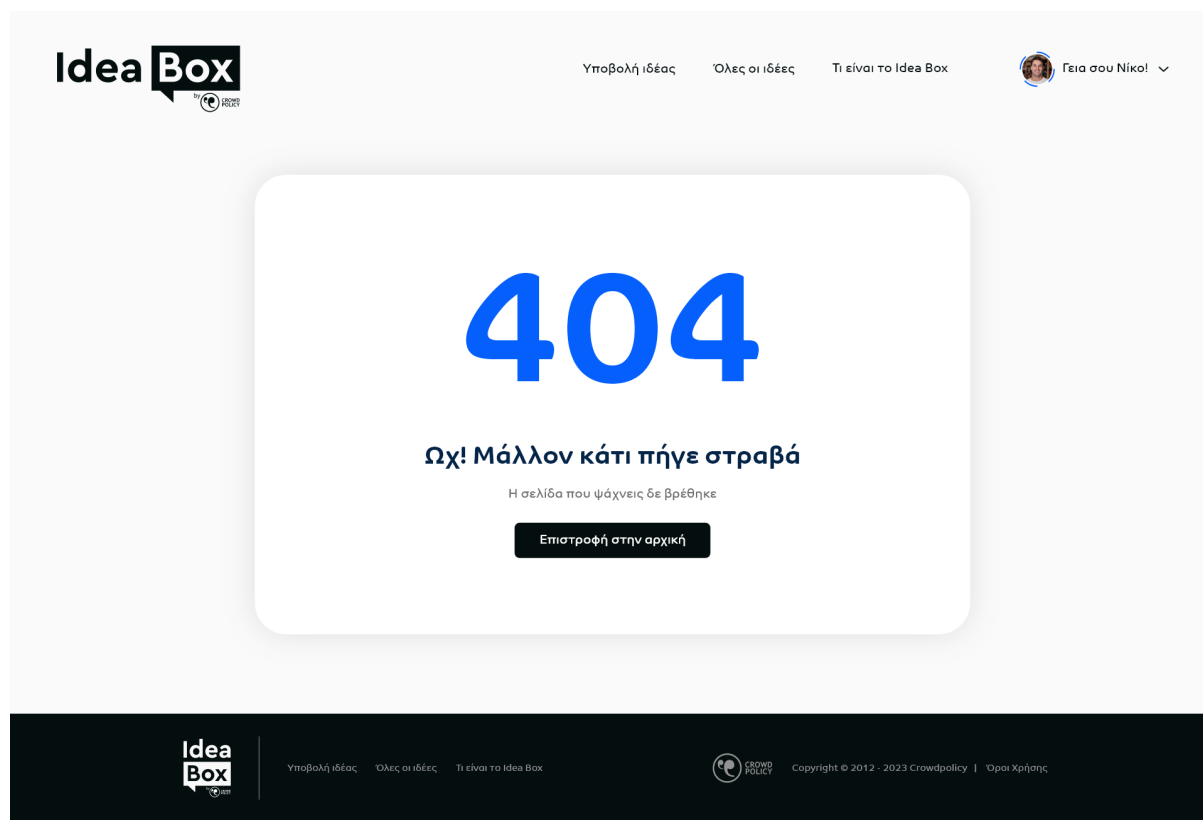
Εικόνα 70: Μήνυμα ειδοποίησης - Διαγραφή λογαριασμού



Εικόνα 71: Μήνυμα επιβεβαίωσης - Επιτυχής διαγραφή λογαριασμού

Οθόνη σφάλματος 404

Η σελίδα σφάλματος 404, πρόκειται ουσιαστικά για μια σελίδα που εμφανίζεται σε μια ιστοσελίδα, όταν ένα πρόγραμμα περιήγησης ζητά μια σελίδα, αλλά αυτή δεν υπάρχει. Υπάρχει περίπτωση είτε να έχει μετακινηθεί, ή διαγραφεί από τον διακομιστή.



Εικόνα 72: Σελίδα σφάλματος 404

05

Αξιολόγηση

05. Αξιολόγηση

Μετά την ολοκλήρωση της σχεδίασης του πρωτοτύπου, ακολουθεί το στάδιο της αξιολόγησης. Η αξιολόγηση αποτελεί το τελευταίο στάδιο της διπλωματικής, έχοντας ως στόχο τον εντοπισμό αδύναμων σημείων που χρήζουν επιπλέον μελέτη.

5.1 Σκοπός αξιολόγησης

Όπως έχουμε προαναφέρει, οι στόχοι της ανάπτυξης διαδραστικών συστημάτων αφορούν τη λειτουργικότητα, την ευχρηστία, την αισθητική κ.α. Για το λόγο αυτό το στάδιο της αξιολόγησης είναι απαραίτητο, ώστε να διαπιστώσουμε:

1. το βαθμό επίτευξης των παραπάνω εννοιών
2. αν το παραγόμενο προϊόν ανταποκρίνεται στην έρευνα υποβάθρου και πλαισίου που έχει προηγηθεί
3. αν η συμμετοχή των εργαζομένων και μετόχων της επιχείρησης της Crowdpolicy στην σχεδιαστική διαδικασία προϊόντων και υπηρεσιών της είναι ουσιαστική

Η αξιολόγηση διαδραστικών συστημάτων αποτελείται από ένα σύνολο μεθόδων, που έχουν ως απώτερο σκοπό την εξαγωγή χρήσιμων δεδομένων, βασισμένες στην εμπειρία αλληλεπίδρασης των χρηστών. Για να επιτευχθεί η διαδικασία ορθά κρίνεται ο καθορισμός της διαδικασίας αξιολόγησης, κατά την οποία ορίζονται με σαφήνεια η μέθοδος που θα ακολουθηθεί, οι χρήστες που θα συμμετέχουν, αλλά και οι διαδικασίες που θα ακολουθήσουν.

5.2 Βήματα αξιολόγησης

5.2.1 Μέθοδος αξιολόγησης

Αρχικά ως μέθοδο αξιολόγησης ευχρηστίας ορίζουμε αυτή της διαμορφωτικής αξιολόγησης. Η χρήση της μεθόδου αυτής, στα πλαίσια της διαδικασίας ανάπτυξης διαδραστικού συστήματος, έχει ως στόχο την απόκτηση χρήσιμων αναδράσεων σχετικά με την ευχρηστία του συστήματος, τον έλεγχο συγκεκριμένων υποθέσεων για τη σχεδίαση του συστήματος και τη συμπεριφορά που θα έχουν οι χρήστες απέναντι σε αυτό (Παναγιώτης Κουτσαμπάσης, 2011). Γίνεται χρήση δύο πρωτοκόλλων αξιολόγησης εξωτερίκευσης της σκέψης. Το πρώτο είναι το πρωτόκολλο εξωτερίκευσης της σκέψης (think-aloud protocol) και το δεύτερο το πρωτόκολλο της αναδρομικής διερεύνησης (retrospective think-aloud). Έτσι οι χρήστες, για τη διεξαγωγή της αξιολόγησης, χωρίστηκαν σε δύο ομάδες των 5 ατόμων:

1. Α ΟΜΑΔΑ - Πρωτόκολλο εξωτερίκευσης της σκέψης (think-aloud protocol):

Σύμφωνα με αυτό το πρωτόκολλο αξιολόγησης (Jääskeläinen, R.,2010), οι συμμετέχοντες καλούνται να ολοκληρώσουν ένα σύνολο εργασιών, ενώ ταυτόχρονα τους δίνεται η δυνατότητα να εξωτερικεύσουν ελεύθερα τις σκέψεις τους, να σχολιάσουν, ακόμα και να κάνουν ερωτήσεις.

2. Β ΟΜΑΔΑ - Πρωτόκολλο αναδρομικής διερεύνησης (retrospective think-aloud):

Σύμφωνα με αυτό το πρωτόκολλο αξιολόγησης (Van Den Haak, Maaike, Menno De Jong, and Peter Jan Schellens, 2003), οι συμμετέχοντες καλούνται να ολοκληρώσουν ένα σύνολο εργασιών, ενώ ταυτόχρονα έχουν την ελευθερία να κάνουν χρήση του συστήματος, χωρίς περιορισμούς ή την παρέμβαση του αξιολογητή. Αφού ολοκληρωθεί η χρήση του συστήματος από τους χρήστες, σειρά έχει η διεξαγωγή ημιδομημένης συνέντευξης. Οι ερωτήσεις που θα ερωτησθούν στη συνέντευξη είναι σύντομες, ενώ οι απαντήσεις των χρηστών συμπληρώνονται από τον αξιολογητή. Οι ερωτήσεις της συνέντευξης είναι:

1. Έχεις χρησιμοποιήσει ποτέ αντίστοιχο διαδικτυακό σύστημα;
2. Έγινε αντιληπτός ο συμβολισμός όλων των εικονιδίων;
3. Έγινε αντιληπτή η λειτουργία όλων των κουμπιών;
4. Υπήρξε σημείο που θα ήθελες να υπάρχει περισσότερη επεξήγηση;
5. Υπήρξε κάποιο σημείο με περιττή πληροφορία;
6. Πως σου φάνηκε η όψη και η αισθητική;
7. Πόσο εύκολη στην χρήση ήταν η πλατφόρμα;
8. Πως σου φάνηκε η διαδικασία της καταγραφής μια ιδέας με βάση το χρόνο;
9. Πόσο ικανοποιημένος είσαι από το περιεχόμενο της πλατφόρμας;
10. Πόσο λογική σου φάνηκε η ροή των βημάτων;
11. Πόσο βατή σου φάνηκε η πλατφόρμα για κάποιον που δεν έχει ιδιαίτερη εμπειρία;
12. Θα χρησιμοποιούσες την πλατφόρμα ευχάριστα;
13. Υπάρχει κάποια δυνατότητα που θα πρόσθετες στην πλατφόρμα;

5.2.2 Εργαλείο μέτρησης ευχρηστίας SUS

Μετά το πέρας της αξιολόγησης, οι χρήστες και των δύο ομάδων, κλήθηκαν να απαντήσουν το ερωτηματολόγιο ευχρηστίας του System Usability Scale (SUS). Η κλίμακα αυτή αποτελεί ένα γρήγορο και αξιόπιστο εργαλείο για τη μέτρηση της ευχρηστίας και αποτελείται από 10 ερωτήσεις τις οποίες οι χρήστες θα πρέπει να βαθμολογήσουν από το 1 («Διαφωνώ Απόλυτα»/“Strongly Disagree”) μέχρι το 5 («Συμφωνώ Απόλυτα»/“Strongly Agree”). Οι ερωτήσεις εναλλάσσονται συνεχώς μεταξύ θετικών και αρνητικών διατυπώσεων με στόχο την αποφυγή την τυχαία συμπλήρωση απαντήσεων από τους χρήστες. Οι ερωτήσεις που κλήθηκαν να απαντήσουν οι χρήστες ήταν οι παρακάτω (Brooke, 1996):

1. Θα ήθελα να χρησιμοποιώ το σύστημα συχνά.
2. Βρήκα το σύστημα περίπλοκο χωρίς λόγο.
3. Σκέφτηκα ότι το σύστημα ήταν εύκολο στη χρήση.
4. Νομίζω ότι θα χρειαστώ την υποστήριξη ειδικών ώστε να είμαι σε θέση να χρησιμοποιήσω το σύστημα.
5. Βρήκα ότι πολλές λειτουργίες σε αυτό το σύστημα ήταν σχεδιαστικά ολοκληρωμένες.
6. Σκέφτηκα ότι υπήρχε μεγάλη ασυνέπεια στο σύστημα
7. Φαντάζομαι ότι οι περισσότεροι άνθρωποι θα μάθουν να χρησιμοποιούν το σύστημα πολύ γρήγορα.
8. Βρήκα το σύστημα πολύ δύσχρηστο.
9. Ένωσα μεγάλη αυτοπεποίθηση κατά τη χρήση του συστήματος.
10. Χρειάστηκε να μάθω πολλά πράγματα πριν να μπορέσω να χρησιμοποιήσω το σύστημα.

Το εργαλείο αυτό χαρακτηρίζεται από την ευκολία της χρήσης του, ενώ μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε μικρό δείγμα κοινού. Τα αποτελέσματα του παράγονται μέσω ενός βαθμού ο οποίος υπολογίζεται με τον παρακάτω τρόπο.

Για κάθε συμμετέχοντα υπολογίζουμε:

1. Για τις ερωτήσεις με μονό αριθμό: $X - 1$
Για τις ερωτήσεις με ζυγό αριθμό: $5 - X$
2. Προσθέτουμε τους βαθμούς από τις ερωτήσεις και πολλαπλασιάζουμε το άθροισμα αυτών με 2,5 (μέσος όρος)
3. Το SUS σκορ κυμαίνεται από το 0-100
4. Αφού βρούμε το σκορ του κάθε συμμετέχοντα, υπολογίζουμε τον μέσο όρο.

5.2.3 Καθορισμός εργασιών

Προκειμένου να αντλήσουμε από τη διαδικασία της αξιολόγησης ποιοτικά αποτελέσματα, διαμορφώθηκαν και δόθηκαν στους συμμετέχοντες, των δύο ομάδων, 5 εργασίες προς επίτευξη. Όλες οι εργασίες είναι καθορισμένες με τέτοιο τρόπο ώστε να μην είναι η μία πιο δύσκολη από την άλλη, ενώ η κάθε μία μπορεί να πραγματοποιηθεί ανεξάρτητα από τις υπόλοιπες. Οι εργασίες είναι οι εξής:

1. Εγγραφή στην πλατφόρμα
2. Υποβολή ιδέας
3. Αναζήτηση αποθηκευμένης ιδέας
4. Αλλαγή εικόνας προφίλ
5. Αφαίρεση ιδέας από τα αγαπημένα

5.2.4 Επιλογή συμμετεχόντων

Οι συμμετέχοντες στη διαδικασία αξιολόγησης αποτελούν τους τελικούς χρήστες του συστήματος. Το προφίλ των χρηστών που αξιολόγησαν το σύστημα είναι εργαζόμενοι της εταιρείας Crowdpolicy και ηλικίας μεταξύ 20 με 38 ετών, άνδρες και γυναίκες με θέσεις που αφορούσαν πεδία όπως UI/UX Designers, Web Developers, Product Managers, QA testing operators and supporters, με σκοπό την μέγιστη αξιοπιστία της αξιολόγησης. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω οι συμμετέχοντες θα χωριστούν σε δύο ομάδες.

5.2.5 Εξοπλισμός και χώρος διεξαγωγής

Η αξιολόγηση των ομάδων διεξήχθη στον χώρο της εταιρείας Crowdpolicy, ενώ κατά τη διάρκεια διεξαγωγής της πραγματοποιήθηκε καταγραφή οθόνης και ηχογράφηση των χρηστών, με σκοπό την βέλτιστη καταγραφή των δεδομένων ανατροφοδότησης. Χρησιμοποιήθηκε ο εξής εξοπλισμός:

- Huawei P30 Lite: Για την ηχογράφηση των συνεντεύξεων
- Huawei Matebook D14: Για την καταγραφή σημαντικών σημείων και σχολίων

Προκειμένου οι συμμετέχοντες να είναι σε θέση να αξιολογήσουν το σύστημα, πραγματοποιήθηκε μια σύντομη ενημέρωση για το περιεχόμενο του συστήματος, καθώς και για το πλαίσιο στο οποίο πρόκειται να χρησιμοποιηθεί, ενώ τους παρουσιάστηκαν οι εργασίες που αναφέραμε παραπάνω.

Αφού οι χρήστες ολοκλήρωσαν τα task τους, συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο ευχρηστίας που αναφέραμε προηγουμένως, ενώ οι χρήστες της Β ομάδας κλήθηκαν να απαντήσουν στον αξιολογητή τις ερωτήσεις που αναφέραμε παραπάνω.

5.3 Αποτελέσματα αξιολόγησης

Μετά το τέλος της διεξαγωγής της αξιολόγησης συγκεντρώθηκαν τα αποτελέσματα της, τα οποία χωρίστηκαν σε δύο κύριες κατηγορίες, τα ποιοτικά και τα ποσοτικά. Τα ποιοτικά αρχικά σχετίζονται με τα σχόλια των συμμετεχόντων της πρώτης ομάδας κατά την επίτευξη των task και των συμμετεχόντων της δεύτερης ομάδας κατά τη διαδικασία της ημιδομημένης συνέντευξης. Τα ποσοτικά αποτελέσματα στη συνέχεια αφορούν το ερωτηματολόγιο ευχρηστίας SUS, που απαντήθηκε και από τις δύο ομάδες.

5.3.1 Ποιοτικά αποτελέσματα

Ξεκινώντας με τα ποιοτικά αποτελέσματα, παρατηρήθηκε ότι οι χρήστες παρόλο που δεν έλαβαν κάποιο οδηγό χρήσης για την πλατφόρμα και δεν είχαν χρησιμοποιήσει ξανά στο παρελθόν κάποια αντίστοιχη, κατάφεραν να ολοκληρώσουν με επιτυχία τις εργασίες που είχαν τεθεί σε σχετικά σύντομο χρόνο. Όλοι οι χρήστες έκαναν κάποια επισήμανση για την πλατφόρμα, με σκοπό τη βελτιώσή της, ενώ μερικοί δε δίστασαν να προτείνουν χρήσιμες πρακτικές και λύσεις για βελτίωση. Τα σχόλια που συλλέχθηκαν θα κατηγοριοποιηθούν σε 3 κατηγορίες, σχόλια που αφορούν την εμπειρία χρήσης, αισθητικά, και λεκτικά, ενώ σε κάθε κατηγορία τα σχόλια παρουσιάζονται με βάση την σημαντικότητα επίλυσής τους, ξεκινώντας από αυτό με τη μεγαλύτερη σημασία και καταλήγοντας σε αυτό με τη μικρότερη. Επίσης κρίνεται χρήσιμο να δούμε τη συχνότητα που αναφέρθηκε το κάθε σχόλιο. Έτσι στην παρένθεση μπορούμε να δούμε πόσα άτομα επεσήμαναν το καθένα από αυτά.

Εμπειρία χρήσης

- Προσθήκη toggle state στα πεδία συμπλήρωσης στη σελίδα της φόρμας υποβολής ιδέας, της σύνδεσης και της εγγραφής (3)
- Το λεκτικό δείτε περισσότερα στο hero της σελίδας να μεταφέρει τον χρήστη ελαφρώς πιο κάτω στη σελίδα ώστε να του δείχνει ότι έχει συνέχεια (2)
- Προσθήκη hover state στα λεκτικά του μενού (4)
- Προσθήκη μηνυμάτων λάθους στη σελίδα της φόρμας υποβολής ιδέας, της σύνδεσης και της εγγραφής (2)
- Στο σχολιασμό των ιδεών να βελτιωθεί η οπτικοποίηση των likes και των σχολίων σχετικά με το πλήθος τους, καθώς και με το αν ο χρήστης έχει κάνει like ή όχι (3)
- Προσθήκη οθόνης για την επεξεργασία της φωτογραφίας του χρήστη, κατά την προσθήκη της στο προφίλ (1)
- Προσθήκη πεδίου συμπλήρωσης στην οθόνη πληροφοριών του προφίλ με την ιδιότητα του χρήστη (1)
- Προσθήκη AMEA widget με στόχο την καθολική προσβασιμότητα (1)
- Προσθήκη του timeline και των βημάτων χρήσης στη σελίδα "About" (2)

Λεκτικά

- Αλλαγή λεκτικών σε β' ενικό, με στόχο την αμεσότητα (6)
- Στην οθόνη επιτυχούς αποθήκευσης της ιδέας στο προφίλ χρήστη, να προστεθεί λεκτικό που αναφέρει ποια ιδέα αποθηκεύτηκε (2)
- Στην οθόνη επιτυχούς αποστολής μια ιδέας να προστεθεί λεκτικό το οποίο αναφέρει ότι η ιδέα βρίσκεται υπό εξέταση και αναμένεται η δημοσίευσή της (2)
- Στο σημείο όπου ο χρήστης μπορεί να σχολιάσει σε μια ιδέα άλλου χρήστη να γίνουν πιο σαφή τα λεκτικά σχολιασμού σε ιδέα και σχολιασμού σε άλλο σχόλιο (1)

Αισθητική

- Διόρθωση χρώματος σε ορισμένα hover state των κουμπιών (3)
- Προσθήκη micro animations σε hovers κουμπιών (2)
- Να αφαιρεθούν οποιαδήποτε πλαίσια στο background (2)

Εκτός από τα σχόλια προς βελτίωση, οι χρήστες έκαναν και θετικά σχόλια για την πλατφόρμα. Σε γενικότερα πλαίσια η σχεδιάσή της και η αλληλεπίδρασή τους με την πλατφόρμα σχολιάστηκε πολύ θετικά, ενώ η πλειοψηφία των χρηστών δήλωσε πως θα χρησιμοποιούσε σίγουρα την πλατφόρμα στο μέλλον. Θετική εντύπωση αποτύπωσε η επιλογή των χρωμάτων και ο λιτός σχεδιαστικός χαρακτήρας της πλατφόρμας. Όλοι οι χρήστες ανέφεραν πως έγινε αντιληπτός ο συμβολισμός όλων των εικονιδίων και η λειτουργία των κουμπιών, ενώ η ροή των βημάτων για την ολοκλήρωση των task τους φάνηκε πολύ λογική. Ένα ακόμη σημαντικό σχόλιο είναι πως με βάση τη χρήση που έκαναν, έκριναν πως η πλατφόρμα είναι αρκετά βατή και εύκολη στη χρήση ακόμα και για κάποιον που δεν έχει ιδιαίτερη εμπειρία. Σχολίασαν πως δε δυσκολεύτηκαν να ολοκληρώσουν τα task, ενώ η διαδικασία καταγραφής μιας ιδέας, τους φάνηκε πολύ ικανοποιητική με βάση το χρόνο. Όσον αφορά το περιεχόμενο έμειναν αρκετά ικανοποιημένοι και θεώρησαν πως δεν υπήρξε κάποιο σημείο με περιττή πληροφορία. Τέλος ανέφεραν πως θα χρησιμοποιούσαν την πλατφόρμα στο μέλλον και μάλιστα πολύ ευχάριστα.

5.3.2 Ποσοτικά αποτελέσματα SUS

Τα ποσοτικά αποτελέσματα που ακολουθούν εξήχθησαν από το ερωτηματολόγιο μέτρησης ευχρηστίας SUS. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι απαντήσεις των χρηστών σε κάθε ερώτηση.

	E.1	E.2	E.3	E.4	E.5	E.6	E.7	E.8	E.9	E.10	SUS score
Χρήστης 1	3	1	5	1	5	5	5	1	5	2	82.5
Χρήστης 2	4	1	5	1	5	1	5	1	5	1	97.5
Χρήστης 3	4	1	5	1	5	1	5	1	5	1	97.5
Χρήστης 4	4	1	5	1	5	1	5	1	5	1	97.5
Χρήστης 5	5	2	5	1	5	1	4	1	5	1	95

Χρήστης 6	3	1	5	1	5	1	5	1	5	1	95
Χρήστης 7	4	1	5	1	5	1	5	1	5	1	97.5
Χρήστης 8	4	1	5	1	5	1	5	1	5	1	97.5
Χρήστης 9	3	1	2	1	4	1	1	1	4	1	72.5
Χρήστης 10	5	2	5	1	5	1	4	1	5	1	95
SUS Score											93.75

Ακολουθώντας τα βήματα υπολογισμού του σκορ SUS, τα οποία αναφέρθηκαν παραπάνω, προκύπτει πως SUS σκορ είναι 93,75. Στον παρακάτω πίνακα μπορούμε να δούμε που κατατάσσεται το σκορ, για τη συνολική ευχρηστία του συστήματος.

SUS Score	Letter Grade	Adjective Rating
>80.3	A	Excellent
68 - 80.3	B	Good
68	C	Okay
51 - 68	D	Poor
51	E	Awful

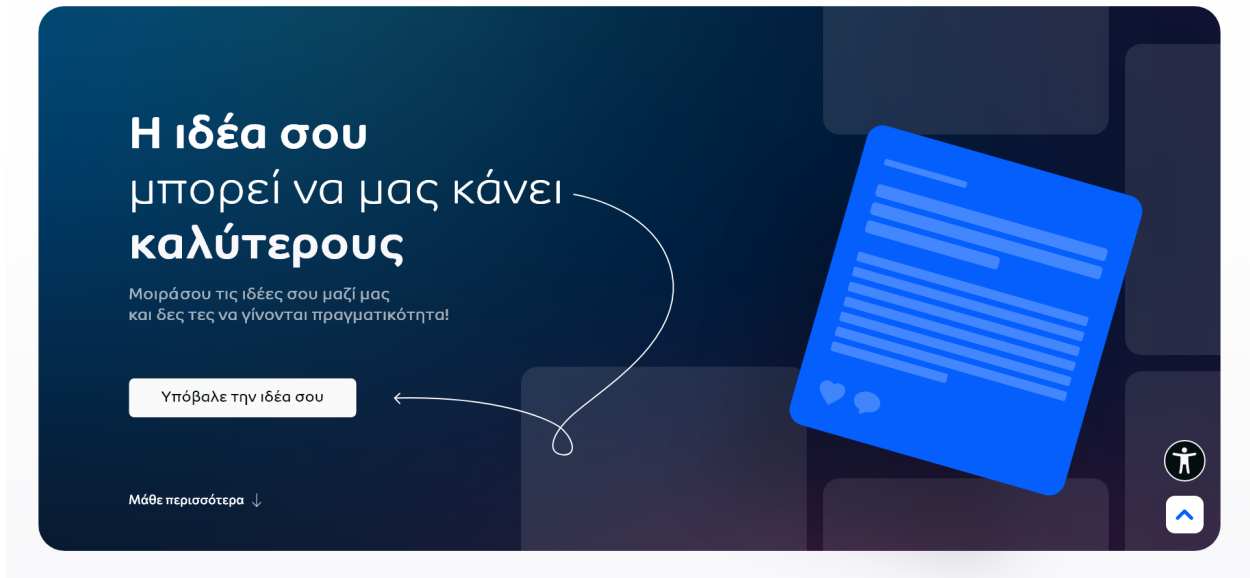
Σύμφωνα με προηγούμενες μελέτες, τα συστήματα που συγκεντρώνουν σκορ μεγαλύτερο του 68, μπορούν να χαρακτηριστούν ως εύχρηστα. Έτσι προκύπτει πως η ευχρηστία του συστήματός μας κατατάσσεται στο επίπεδο excellent/εξαιρετικό.

5.4 Διορθώσεις μετά την αξιολόγηση

Μετά το πέρας της αξιολόγησης πραγματοποιήθηκαν οι απαραίτητες αλλαγές στο πρωτότυπο σχέδιο. Πολλές διορθώσεις που έγιναν δεν είναι εμφανείς σε εικόνες, καθώς αφορούν διαδράσεις του χρήστη με αντικείμενα της πλατφόρμας, όπως hovers σε κουμπιά ή micro animations. Άλλες διορθώσεις αφορούσαν λεκτικά σε αρκετά σημεία της πλατφόρμας. Παρακάτω ακολουθούν οθόνες της πλατφόρμας που περιέχουν τις εμφανείς βελτιώσεις και τις προσθήκες, με βάση τα σχόλια των χρηστών.

Προσθήκη AMEA widget

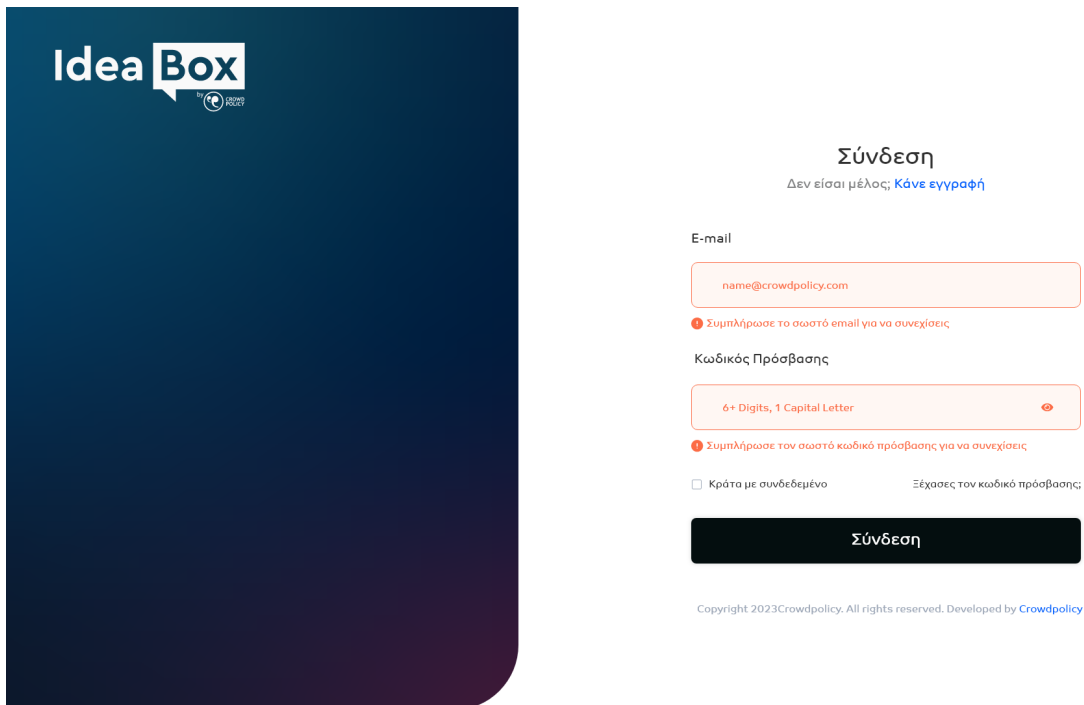
Στην αρχική οθόνη προστέθηκε η δυνατότητα της εναλλαγής της πλατφόρμας ώστε να είναι φιλική προς τα άτομα με αναπηρία. Με τον τρόπο αυτό μπορούν να έχουν πλήρη πρόσβαση στο περιεχόμενο της σελίδας με μηχανισμούς ανάγνωσης και εκφώνησης κειμένων, φωνητικές εντολές, ιεραρχημένη δομή, πλοήγηση με το πληκτρολόγιο, αλλαγή μεγέθους γραμματοσειράς, αντίθεση χρωμάτων κ.α.



Εικόνα 73: Αρχική σελίδα πλατφόρμας Idea Box

Μηνύματα σφαλμάτων

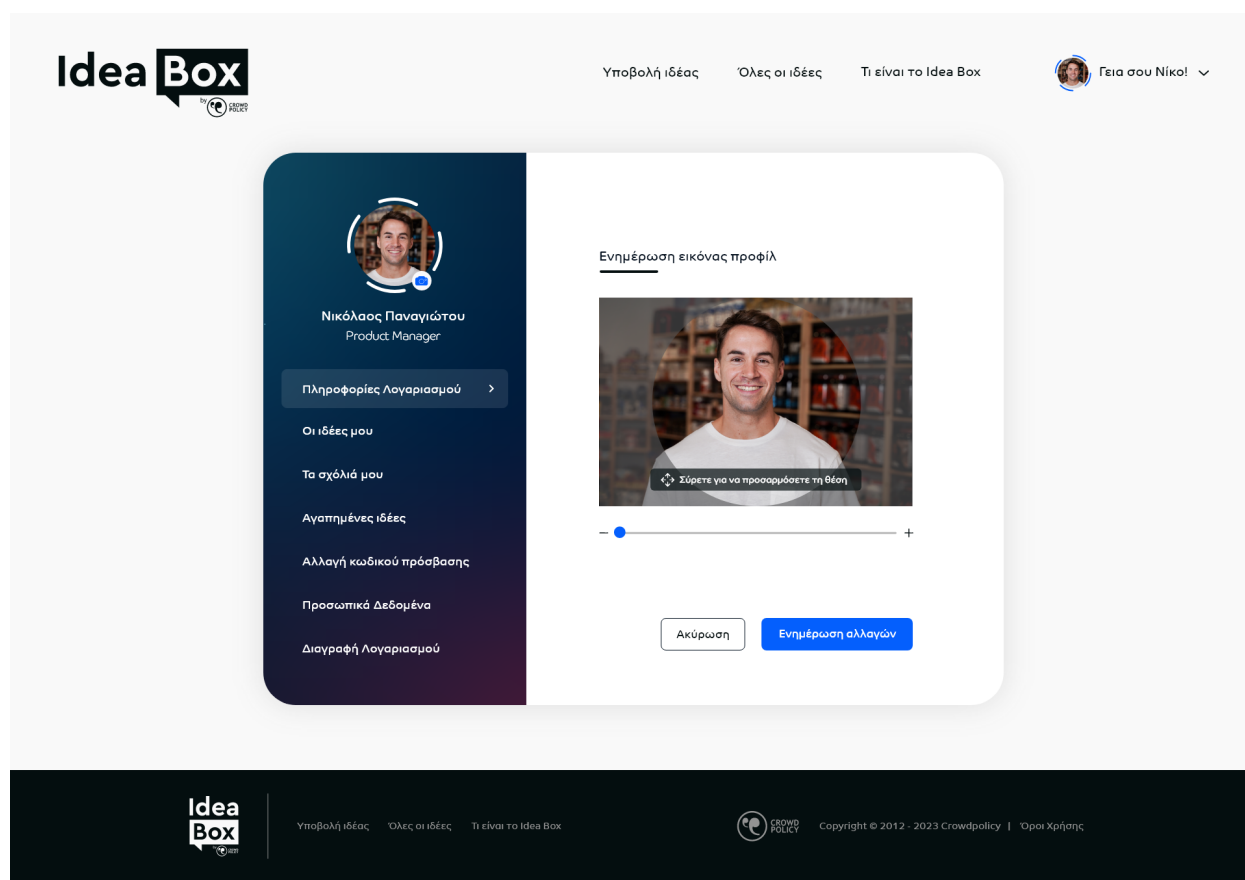
Προστέθηκαν μηνύματα σφαλμάτων στις οθόνες όπου ο χρήστης καλούνταν να εισάγει κείμενο, όπως σε αυτές της σύνδεσης και εγγραφής και της φόρμας υποβολής ιδέας. Στην περίπτωση που ο χρήστης δεν έχει συμπληρώσει τα απαιτούμενα πεδία, ή τα έχει συμπληρώσει λάθος, εμφανίζονται τα αντίστοιχα μηνύματα που τον βοηθούν να ολοκληρώσει τη διαδικασία σωστά.



Εικόνα 74: Σελίδα σύνδεσης πλατφόρμας Idea Box με σφάλματα

Οθόνη ενημέρωσης εικόνας προφίλ

Προστέθηκε η οθόνη στην οποία ο χρήστης έχει τη δυνατότητα να προσθέσει την εικόνα προφίλ που επιθυμεί. Οι διαθέσιμες δυνατότητες είναι να κάνει ζουμ σε αυτή καθώς και να την κουνήσει δεξιά αριστερά, ώστε να έχει το αποτέλεσμα που επιθυμεί.



Εικόνα 75: Προφίλ χρήστη - Ενημέρωση εικόνας προφίλ

06

Συμπεράσματα

0.6 Συμπεράσματα

6.1 Συμπεράσματα

Η παρούσα εργασία είχε ως στόχο τη δημιουργία μιας ηλεκτρονικής υπηρεσίας ιστού, για την ενθάρρυνση της συμμετοχικής σχεδίασης σε θέματα τεχνολογίας μεταξύ εργαζομένων και στελεχών της εταιρείας Crowdpolicy. Ως εναρκτήριο σημείο της έρευνας της εργασίας, εξετάστηκε η έννοια του πληθοπορισμού και πως αυτό μπορεί να εφαρμοστεί σε ενδοεταιρικό επίπεδο. Το συμπέρασμα το οποίο προέκυψε λοιπόν, αρχικά από την βιβλιογραφική έρευνα και στην συνέχεια με την αξιολόγηση των χρηστών, είναι πως η δημιουργία μιας τέτοιας πλατφόρμας ανταλλαγής ιδεών για ενδοεταιρική χρήση μπορεί να δημιουργήσει με σιγουριά ένα ανοιχτό κλίμα καινοτομίας, επιτρέποντας στους εργαζομένους της εταιρείας να συνεργάζονται και να αποκτούν έναν πιο ενεργό ρόλο στις διαδικασίες.

Κρίνεται πλέον απαραίτητο, στα πλαίσια μιας σύγχρονης εταιρείας που εξελίσσεται συνεχώς με βάση τα δεδομένα των εποχών και των γρήγορων αλλαγών, να δίνονται ίσες ευκαιρίες σε όλους τους εργαζομένους να μοιράζονται τις απόψεις και τις ιδέες τους, καθώς όχι μόνο νιώθουν ότι προσφέρουν και βοηθούν με τις γνώσεις τους, αλλά η ίδια η εταιρεία προοδεύει και βελτιώνεται με τη βοήθειά τους. Με την ύπαρξη μιας τέτοιας πλατφόρμας δίνεται η δυνατότητα στους εργαζομένους να εκφραστούν και να γίνουν μέρος μιας συλλογικής προσπάθειας, καθώς και να γνωρίσουν με έναν τρόπο τους συναδέλφους τους, ανταλλάσσοντας απόψεις, πράγμα που αποδείχτηκε δύσκολο κατά τη διάρκεια της πανδημίας και της εργασίας εξ αποστάσεως. Οι χρήστες που αξιολόγησαν την πλατφόρμα θεώρησαν κάτι τέτοιο πολύ σημαντικό, αφού θα μπορούσε να φέρει τους εργαζομένους πιο κοντά και να αποτελέσει κοινό σημείο συζήτησης για πολλούς από αυτούς.

Τέλος, όπως έχουμε αναφέρει και στα προηγούμενα κεφάλαια, ο πληθοπορισμός στοχεύει στην αξιοποίηση μίας μόνο ιδέας, αναδεικνύοντάς την ανάμεσα σε πολλές άλλες ακατέργαστες ιδέες. Ωστόσο είναι σημαντικό να κατανοήσουμε ότι οι ιδέες που δεν διακρίνονται δε πρέπει να αντιμετωπίζονται ως άχρηστες, αλλά σαν χρήσιμα δεδομένα, καθώς πολλές φορές η ανάλυσή τους μπορούν να εξάγουν πολύτιμες πληροφορίες που ίσως φανούν χρήσιμες σε άλλη φάση.

6.2 Σκέψεις για το μέλλον

Έχοντας συνοψίσει στο προηγούμενο κεφάλαιο τα συμπεράσματά μας, μπορούμε να δούμε μερικές εξελίξεις για βελτίωση που επιδέχεται η πλατφόρμα για το μέλλον.

1. **Υποβολή ιδεών ως ομάδα:** Οι χρήστες θα έχουν την δυνατότητα να υποβάλλουν τις ιδέες τους σαν ομάδα, καθώς υπάρχει πιθανότητα να έχει γεννηθεί κάποια ιδέα στα πλαίσια της συνεργασίας πολλών ατόμων.
2. **Εξατομίκευση:** Κατά τη διαδικασία εγγραφής του χρήστη θα ήταν χρήσιμο να υπάρχει κάποιου είδους εξατομίκευση. Αυτή θα μπορούσε να αφορά τις κατηγορίες ιδεών που θα του εμφανίζονταν πιο συχνά ή ακόμα και στην ομάδα ή ειδικότητα που τον ενδιαφέρει περισσότερο. Αυτή η δυνατότητα θα είχε ως στόχο να ικανοποιήσει εκείνη την ομάδα χρηστών που δεν την ενδιαφέρει να ενημερώνεται για project που είναι εκτός των

καθηκόντων της. Η τροποποίηση των προτιμήσεων αυτών θα μπορούσε να αλλαχτεί αργότερα, μέσα από το προφίλ του χρήστη.

3. **Φιλτράρισμα ιδεών ανά ειδίκευση εργαζομένου:** Όπως αναφέραμε και στην προηγούμενη πρόταση για το μέλλον, υπάρχει μια ομάδα χρηστών την οποία δεν ενδιαφέρει να ενημερώνεται για project που είναι εκτός των καθηκόντων της. Στην περίπτωση αυτή μπορεί να επιθυμεί να διαβάσει ιδέες αποκλειστικά από την ομάδα που ανήκει.
4. **Υποβολή ιδεών βασισμένες σε στοχευμένες προκλήσεις:** Σύμφωνα με αυτή την πρόταση, οι χρήστες θα έχουν τη δυνατότητα να υποβάλλουν την ιδέα τους, η οποία θα είναι βασισμένη σε μία ήδη προκαθορισμένη πρόκληση, την οποία καλούνται να αντιμετωπίσουν. Με τον τρόπο αυτό αυξάνονται οι πιθανότητες τα παραγόμενα αποτελέσματα να είναι πιο έγκυρα και ευκολότερα υλοποιήσιμα.
5. **Ειδοποιήσεις:** Για την βελτίωση της εμπειρίας των χρηστών στην πλατφόρμα, θα ήταν χρήσιμο να προστεθεί η δυνατότητα των ειδοποιήσεων, κάθε φορά που ο χρήστης λαμβάνει ένα νέο σχόλιο, ή μια υποστήριξη στην ιδέα του από έναν άλλο χρήστη. Θα μπορούσε επίσης να έχει ειδοποιήσεις για τις προθεσμίες κατάθεσης, ή την ανακοίνωση νικητών. Η δυνατότητα λήψης ειδοποιήσεων θα μπορεί να επεξεργαστεί μέσα από το προφίλ του χρήστη. Η πρακτική αυτή χρησιμοποιείται ήδη από τα μεγαλύτερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
6. **Στατιστικά στοιχεία χρήστη:** Με στόχο την ενθάρρυνση των χρηστών για συμμετοχή στην πλατφόρμα, θα ήταν χρήσιμο να προστεθεί μια νέα καρτέλα στο προφίλ του χρήστη, ώστε να μπορεί να δει σε αριθμούς την υποστήριξη και τα σχόλια που έχει λάβει στις ιδέες του.

07

Κατάλογος εικόνων

0.7 Κατάλογος εικόνων

Εικόνα 1: Οι φάσεις της διαδικασίας του πληθοπορισμού (*crowdsourcing*) και τα αντίστοιχα σχεδιαστικά στοιχεία (Zhu, H., Sick, N., & Leker, J, 2016)

Εικόνα 2: Γραφιστικό πλατφόρμας *Crowd Participation* Δήμου Οροπεδίου Λασιθίου, *Crowdpolicy*

Εικόνα 3: Πλατφόρμα *Crowd Participation* Δήμου Οροπεδίου Λασιθίου, *Crowdpolicy*

Εικόνα 4: *Mobile* εφαρμογή *City On*, *Crowdpolicy*

Εικόνα 5: Εσωτερικές οθόνες *mobile* εφαρμογής *City On*, *Crowdpolicy*

Εικόνα 6: *Persona 1* - Ηρώ Μπασινά

Εικόνα 7: *Persona 2* - Παύλος Σοφρωνίου

Εικόνα 8: *Persona 3* - Ορέστης Νικολάου

Εικόνα 9: Λογότυπο, χρώματα και γραμματοσειρά που χρησιμοποιεί η *Crowdpolicy*

Εικόνα 10: Ιστοσελίδα *Crowdpolicy*

Εικόνα 11: Πλατφόρμα καινοτομίας *OpenIDEO*

Εικόνα 12: Πλατφόρμα ανατροφοδότησης σχολίων πελατών *Cannny*

Εικόνα 13: Πλατφόρμα ανατροφοδότησης σχολίων πελατών *Cannny*

Εικόνα 14: Πλατφόρμα συμμετοχικότητας *Wazoku Innovation_360*

Εικόνα 15: Παραδείγματα *animations* (*Pinterest.com*)

Εικόνα 16: Παραδείγματα της σχεδιαστικής τάσης “*Smooth Gradients*” (*Pinterest.com*)

Εικόνα 17: Παραδείγματα της σχεδιαστικής τάσης “*Bold Typography*” (*Pinterest.com*)

Εικόνα 18: Παραδείγματα της σχεδιαστικής τάσης “*Unique Illustrations*” (*Pinterest.com*)

Εικόνα 19: Παραδείγματα της σχεδιαστικής τάσης “*Unorthodox Layouts & Web design 3.0*” (*Pinterest.com*)

Εικόνα 20: Λογότυπα έμπνευσης (*Pinterest.com*)

Εικόνα 21: *Concept 1* - Λογότυπο για την πλατφόρμα *Idea Box*

Εικόνα 22: *Concept 2* - Λογότυπο για την πλατφόρμα *Idea Box*

Εικόνα 23: *Concept 3* - Λογότυπο για την πλατφόρμα *Idea Box*

Εικόνα 24: *Concept 4* - Λογότυπο για την πλατφόρμα *Idea Box*

Εικόνα 25: Γραμματοσειρά λογοτύπου πλατφόρμας *Idea Box* (*Pinterest.com*)

Εικόνα 26: Λογότυπο πλατφόρμας *Idea Box*

Εικόνα 27: Γραμματοσειρά και χρωματική παλέτα πλατφόρμας *Idea Box*

Εικόνα 28: Διάγραμμα ροής του συστήματος *Idea Box*

Εικόνα 29: Αρχική σελίδα πλατφόρμας *Idea Box*

Εικόνα 30: Αρχική σελίδα πλατφόρμας *Idea Box*

Εικόνα 31: Αρχική σελίδα πλατφόρμας *Idea Box*

Εικόνα 32: Σελίδα σύνδεσης πλατφόρμας *Idea Box*

Εικόνα 33: Σελίδα εγγραφής πλατφόρμας *Idea Box*

Εικόνα 34: Μήνυμα επιβεβαίωσης - Επιβεβαίωση παραλαβής *email* για την επιβεβαίωση εγγραφής

Εικόνα 35: Μήνυμα ειδοποίησης - Απαιτείται σύνδεση ή εγγραφή

Εικόνα 36: Μήνυμα επιβεβαίωσης - Επιτυχής εγγραφή

Εικόνα 37: Σελίδα υποβολής ιδέας - Βήμα 1 - Επιλογή κατηγορίας

Εικόνα 38: Σελίδα υποβολής ιδέας - Βήμα 2 - Περιγραφή ιδέας

Εικόνα 39: Σελίδα υποβολής ιδέας - Βήμα 2 - Περιγραφή ιδέας

Εικόνα 40: Σελίδα υποβολής ιδέας - Βήμα 3 - Προσθήκη αρχείων

Εικόνα 41: Σελίδα υποβολής ιδέας - Βήμα 4, Έλεγχος πεδίων πριν την υποβολή

Εικόνα 42: Μήνυμα ειδοποίησης - *Loading* αποστολής ιδέας

Εικόνα 43: Μήνυμα επιβεβαίωσης - Επιτυχής αποστολή ιδέας

Εικόνα 44: Μήνυμα επιβεβαίωσης - Επιτυχής αποθήκευση ιδέας στο προφίλ χρήστη

Εικόνα 45: Σελίδα συλλογής καταχωρημένων ιδεών

Εικόνα 46: Σελίδα καταχωρημένης ιδέας χρήστη

Εικόνα 47: Σελίδα καταχωρημένης ιδέας χρήστη

Εικόνα 48: Σελίδα πληροφοριών σχετικά με την πλατφόρμα *Idea Box*

Εικόνα 49: Σελίδα πληροφοριών σχετικά με την πλατφόρμα *Idea Box*

Εικόνα 50: Προφίλ χρήστη - Πληροφορίες λογαριασμού
Εικόνα 51: Προφίλ χρήστη - Ενημέρωση εικόνας προφίλ
Εικόνα 52: Προφίλ χρήστη - Μήνυμα ειδοποίησης - Πραγματοποίηση αλλαγών
Εικόνα 53: Μήνυμα επιβεβαίωσης - Επιτυχής πραγματοποίηση αλλαγών
Εικόνα 54: Προφίλ χρήστη - Οι ιδέες μου
Εικόνα 55: Προφίλ χρήστη - Οι ιδέες μου - Δεν υπάρχουν καταχωρημένες ιδέες
Εικόνα 56: Μήνυμα ειδοποίησης - Διαγραφή ιδέας
Εικόνα 57: Μήνυμα επιβεβαίωσης - Επιτυχής διαγραφή ιδέας
Εικόνα 58: Προφίλ χρήστη - Τα σχόλιά μου
Εικόνα 59: Προφίλ χρήστη - Τα σχόλιά μου - Δεν υπάρχουν καταχωρημένα σχόλια
Εικόνα 60: Προφίλ χρήστη - Αγαπημένες ιδέες
Εικόνα 61: Προφίλ χρήστη - Αγαπημένες ιδέες - Δεν υπάρχουν αγαπημένες ιδέες
Εικόνα 62: Μήνυμα ειδοποίησης - Αφαίρεση ιδέας από αγαπημένα
Εικόνα 63: Προφίλ χρήστη - Αλλαγή κωδικού πρόσβασης
Εικόνα 64: Μήνυμα ειδοποίησης - Αλλαγή κωδικού
Εικόνα 65: Μήνυμα επιβεβαίωσης - Επιτυχής αλλαγή κωδικού
Εικόνα 66: Προφίλ χρήστη - Προσωπικά δεδομένα
Εικόνα 67: Μήνυμα ειδοποίησης - Διαγραφή δεδομένων
Εικόνα 68: Μήνυμα επιβεβαίωσης - Επιτυχής διαγραφή δεδομένων
Εικόνα 69: Προφίλ χρήστη - Διαγραφή λογαριασμού
Εικόνα 70: Μήνυμα ειδοποίησης - Διαγραφή λογαριασμού
Εικόνα 71: Μήνυμα επιβεβαίωσης - Επιτυχής διαγραφή λογαριασμού
Εικόνα 72: Σελίδα σφάλματος 404
Εικόνα 73: Αρχική σελίδα πλατφόρμας Idea Box
Εικόνα 74: Σελίδα σύνδεσης πλατφόρμας Idea Box μεσφάσματα
Εικόνα 75: Προφίλ χρήστη - Ενημέρωση εικόνας προφίλ

08

Παράρτημα

0.8 Παράρτημα

8.1 Αποτελέσματα ερωτηματολογίου αξιολόγησης Β' Ομάδας

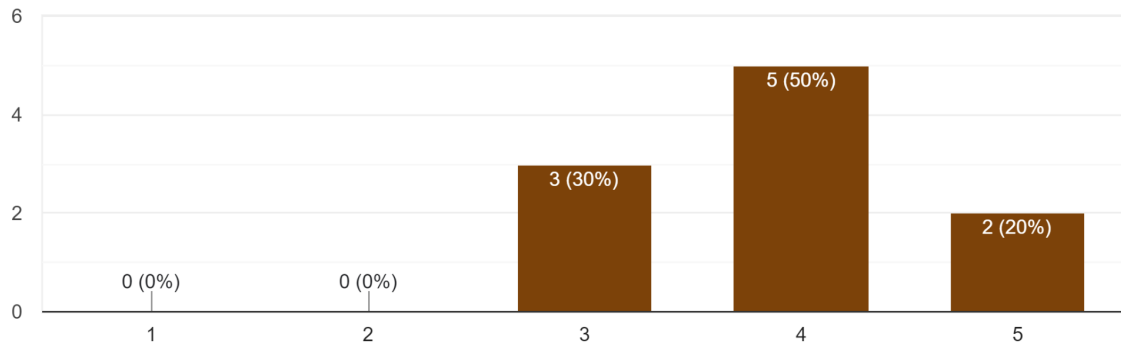
	Ερωτήσεις	Χρήστης 1	Χρήστης 2	Χρήστης 3	Χρήστης 4	Χρήστης 5
01.	Έχεις χρησιμοποιήσει ποτέ αντίστοιχο διαδικτυακό σύστημα;	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
02.	Έγινε αντιληπτός ο συμβολισμός όλων των εικονιδίων	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
03.	Έγινε αντιληπτή η λειτουργία όλων των κουμπιών;	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
04.	Υπήρξε σημείο που θα ήθελες να υπάρχει περισσότερη επεξήγηση;	ΝΑΙ, θα ήθελα πιο αναλυτική την "About page"	θα ήθελα τα βήματα της αρχικής πιο πάνω και τα metrics πιο κάτω	ΟΧΙ	ναι θα ήθελα στην about page να είχε ξανά το timeline και βήματα χρήσης	ΟΧΙ
05.	Υπήρξε κάποιο σημείο με περιττή πληροφορία;	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
06.	Πως σου φάνηκε η όψη και η αισθητική;	ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ	ΠΟΛΥ ΩΡΑΙΑ	μου αρεσε	πολυ καλη! μου αρεσαν τα χρώματα	ναι μου αρεσε πολύ!
07.	Πόσο εύκολη στην χρήση ήταν η πλατφόρμα;	ΠΟΛΥ	Είναι εύκολη στη χρήση ακόμα και για αρχάριους	ΠΟΛΥ ΕΥΚΟΛΗ	δεν δυσκολεύτηκα καθόλου	πολύ εύκολη

08.	Πως σου φάνηκε η διαδικασία της καταγραφής μια ιδέας με βάση το χρόνο;	ΠΟΛΥ ΕΝΤΑΞΕΙ	ΜΙΑ ΧΑΡΑ	ΟΚ	μου φάνηκε εντάξει	μια χαρά, δεν αντιμετωπίσα κάποιο πρόβλημα
09.	Πόσο ικανοποιημένος είσαι από το περιεχόμενο της πλατφόρμας;	ΠΟΛΥ	5/5	ΠΟΛΥ	ΠΟΛΥ	10/10
10.	Πόσο λογική σου φάνηκε η ροή των βημάτων;	ΠΟΛΥ ΛΟΓΙΚΗ	ΠΟΛΥ ΚΑΛΗ	ΠΟΛΥ	ΠΟΛΥ ΛΟΓΙΚΗ	ΠΟΛΥ
11.	Πόσο βαθύ σου φάνηκε η πλατφόρμα για κάποιον που δεν έχει ιδιαίτερη εμπειρία;	ΠΟΛΥ ΒΑΘΗ	ΠΟΛΥ ΒΑΘΗ	ΠΟΛΥ ΒΑΘΗ	ΠΟΛΥ ΒΑΘΗ	ΠΟΛΥ ΒΑΘΗ
12.	Θα χρησιμοποιούσες την πλατφόρμα ευχάριστα;	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΣΙΓΟΥΡΑ	ΝΑΙ ΠΟΛΥ	ΝΑΙ
13.	Υπάρχει κάποια δυνατότητα που θα πρόσθετες στην πλατφόρμα;	ΟΧΙ	ΑΜΕΑ WIDGET	ΟΧΙ είμαι πολύ ικανοποιημένη	ΟΧΙ	ΟΧΙ

8.2 Αποτελέσματα ερωτηματολογίου αξιολόγησης System Usability Scale (SUS)

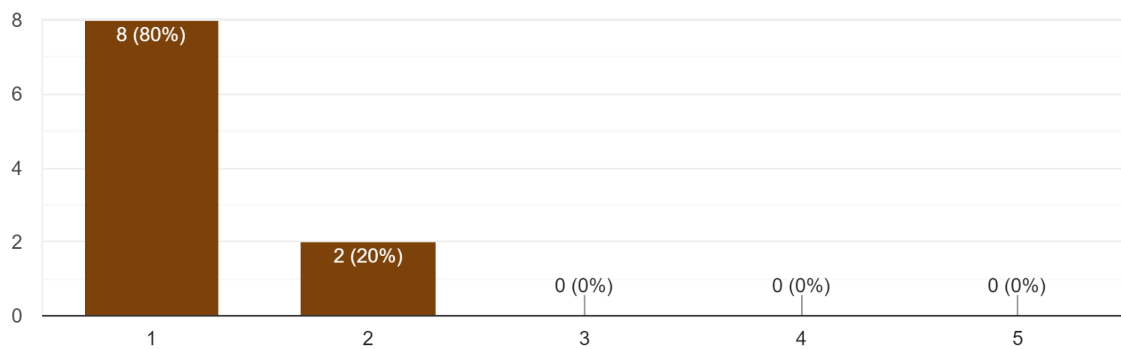
Νομίζω θα ήθελα να χρησιμοποιώ το σύστημα συχνά.

10 απαντήσεις



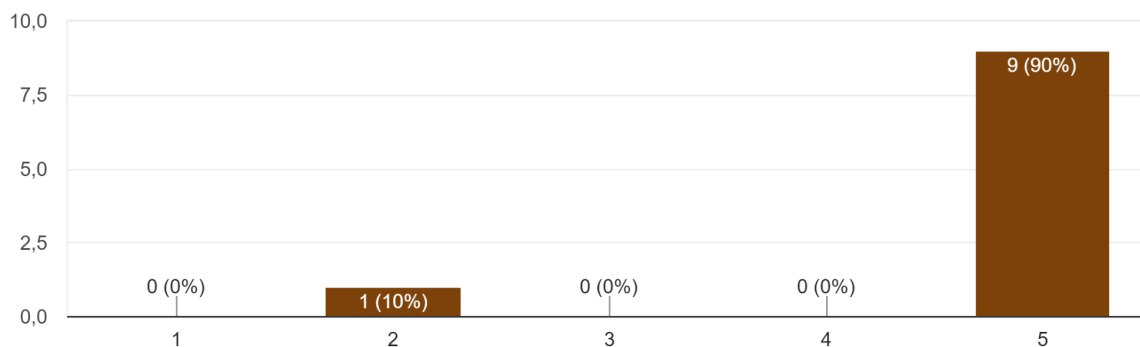
Βρήκα το σύστημα περίπλοκο χωρίς λόγο

10 απαντήσεις



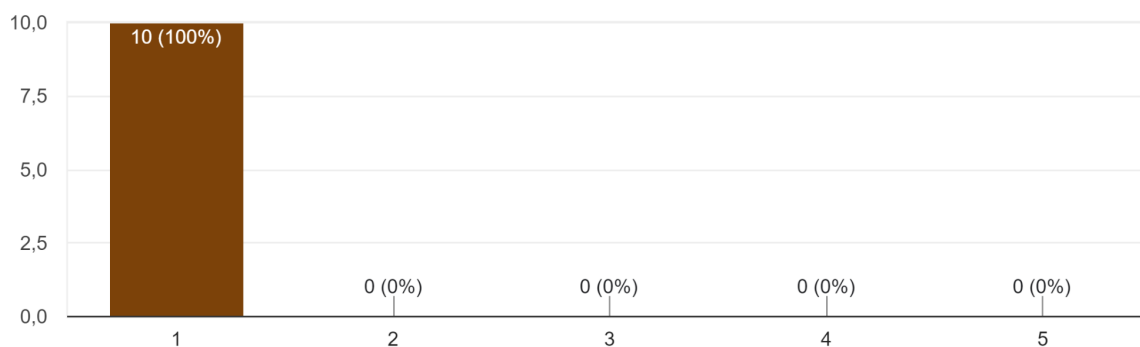
Σκέφτηκα ότι το σύστημα ήταν εύκολο στη χρήση.

10 απαντήσεις



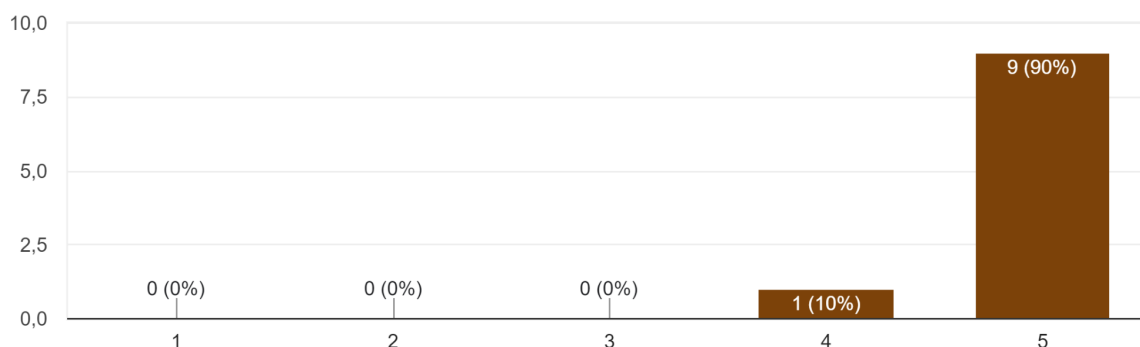
Νομίζω ότι θα χρειαστώ την υποστήριξη ειδικών ώστε να είμαι σε θέση να χρησιμοποιήσω το σύστημα.

10 απαντήσεις



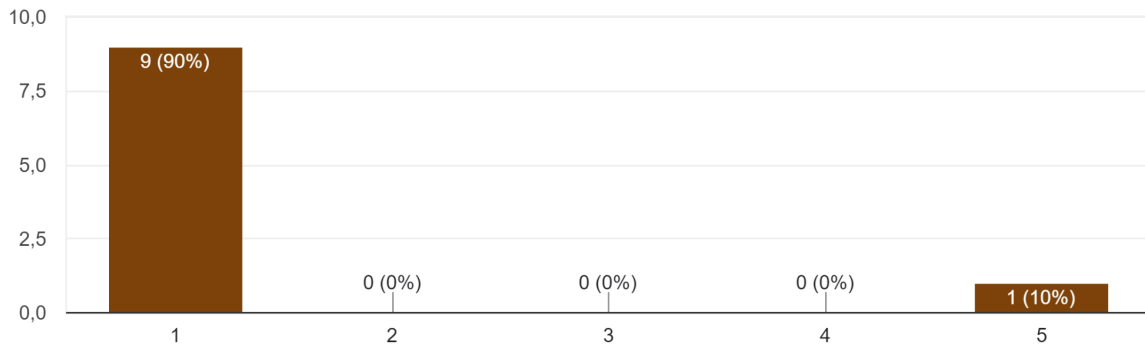
Βρήκα ότι πολλές λειτουργίες σε αυτό το σύστημα ήταν σχεδιαστικά ολοκληρωμένες.

10 απαντήσεις



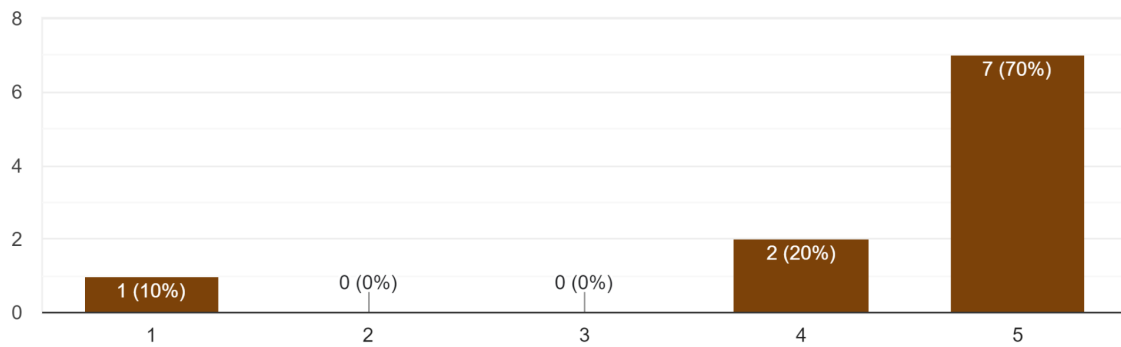
Νομίζω ότι υπάρχει πολύ μεγάλη ασυνέπεια στο σύστημα.

10 απαντήσεις



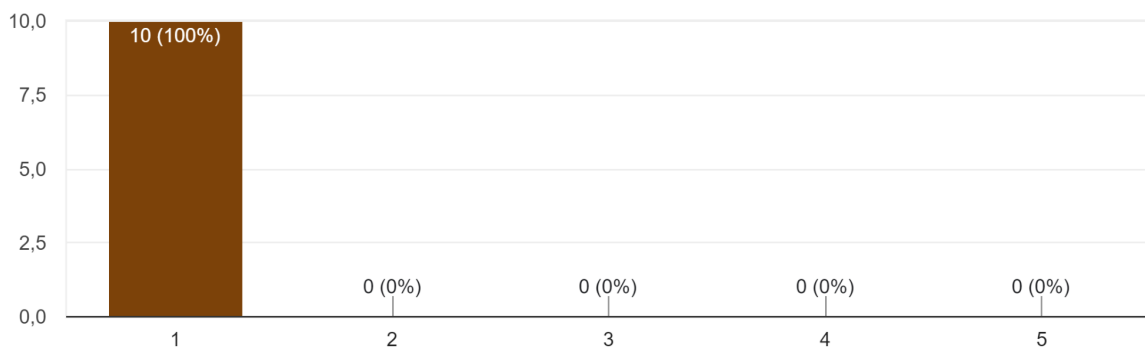
Πιστεύω ότι οι περισσότεροι άνθρωποι θα μάθουν να χρησιμοποιούν αυτό το σύστημα πολύ γρήγορα.

10 απαντήσεις



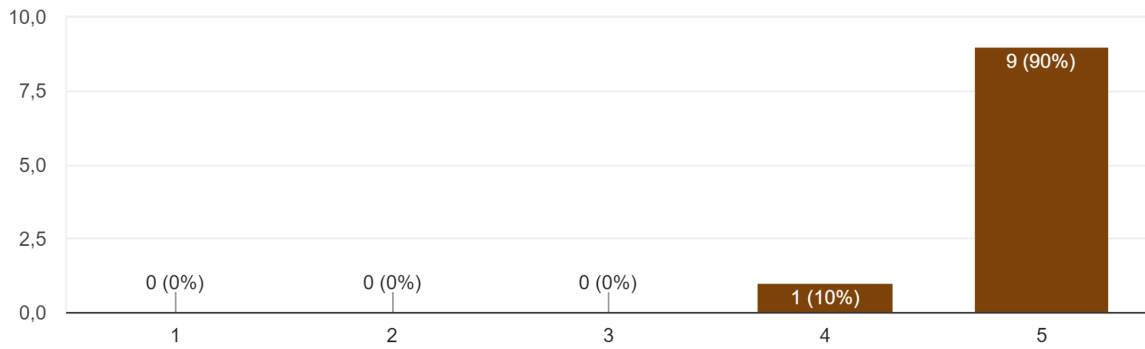
Βρήκα το σύστημα πολύ δύσκολο.

10 απαντήσεις



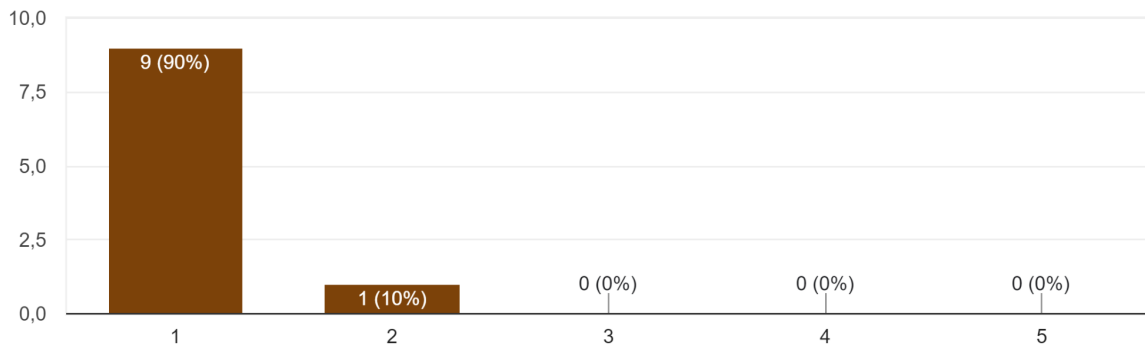
Ένιωσα μεγάλη αυτοπεποίθηση κατά τη χρήση του συστήματος.

10 απαντήσεις



Θα έπρεπε να μάθω πολλά πράγματα πριν χρησιμοποιήσω το σύστημα.

10 απαντήσεις



09

Αναφορές

0.9 Αναφορές

1. Abratt, R., & Kleyn, N. (2012). [Corporate identity, corporate branding and corporate reputations: Reconciliation and integration](#). *European journal of marketing*.
2. Bodker, S., Ehn, P., Kammersgaard, J., Kyng, M., & Sundblad, Y. (1987). A UTOPIAN experience: On design of powerful computer-based tools for skilled graphic workers. *Computers and Democracy*. G. Bjerknes, P. Ehn, and M. Knyg (Eds.). Avebury Pub. England, 25.
3. Brabham, D. C. (2008). [Crowdsourcing as a model for problem solving: An introduction and cases](#). *Convergence*, 14(1), 75-90.
4. Brabham, D. C. (2012). Crowdsourcing: A model for leveraging online communities. In *The participatory cultures handbook* (pp. 138-147). Routledge.
5. Brooke, J. (1996). [SUS-A quick and dirty usability scale](#). *Usability evaluation in industry*, 189(194), 4-7.
6. Canny, <https://canny.io/>
7. Chanana, N. (2021). [Employee engagement practices during COVID-19 lockdown](#). *Journal of public affairs*, 21(4), e2508.
8. Clement, A., & van den Besselaar, P. A. A. (1993). Participative design projects, a retrospective view. *Communications of the ACM*, 36.
9. Damer, S., & Hague, C. (1971). [Public participation in planning: a review](#). *The Town Planning Review*, 42(3), 217-232.
10. Dinnie, K. (2015). [Nation branding: Concepts, issues, practice](#). Routledge.
11. Firtman, M. (2010). [Programming the mobile web](#). "O'Reilly Media, Inc."
12. Howe, J. (2006). [The rise of crowdsourcing](#). *Wired magazine*, 14(6), 1-4.
13. Jääskeläinen, R. (2010). Think-aloud protocol. *Handbook of translation studies*, 1, 371-374.
14. Jansen, S., & Pieters, M. (2017). *The 7 principles of complete co-creation*. Amsterdam: Bis Publishers.
15. Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behavior. *Journal of Occupational and organizational psychology*, 73(3), 287-302.
16. Kensing, F., & Blomberg, J. (1998). [Participatory design: Issues and concerns](#). *Computer supported cooperative work (CSCW)*, 7(3), 167-185.
17. Koutsabasis, P., Spyrou, T., & Darzentas, J. (2007). [Evaluating usability evaluation methods: criteria, method and a case study](#). In *Human-Computer Interaction. Interaction Design and Usability: 12th International Conference, HCI International 2007, Beijing, China, July 22-27, 2007, Proceedings, Part I 12* (pp. 569-578). Springer Berlin Heidelberg
18. Lévy, P. (1997). *Collective Intelligence: Mankind's Emerging World in Cyberspace*. Plenum New York.
19. Liu, B. (2012). [Sentiment analysis and opinion mining](#). *Synthesis lectures on human language technologies*, 5(1), 1-167.
20. Malhotra, A., Majchrzak, A., Kesebi, L., & Loram, S. (2017). [Developing innovative](#)

[solutions through internal crowdsourcing](#). MIT Sloan Management Review.

21. Muller, M. J. (1991, March) [PICTIVE—an exploration in participatory design](#). In Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems (pp. 225-231).

22. Muller, M. J., & Kuhn, S. (1993) [Participatory design](#). Communications of the ACM, 36(6), 24-28.

23. Mumford, E. (1981). Participative Systems Design: Structure and Method. SYS. OBJECTIVES, SOLUTIONS., 1(1), 5-19.

24. Norman, D. (2013). The design of everyday things: Revised and expanded edition. Basic books.

25. Norman, D. A. (1983, December) [Design principles for human-computer interfaces](#). In Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems (pp. 1-10).

26. Norman, D. A. (2005). [Human-centered design considered harmful](#). interactions, 12(4), 14-19.

27. OpenIdeo, <https://www.openideo.com/>

28. Pinterest <https://gr.pinterest.com/>

29. Schuler, D., & Namioka, A. (Eds.). (1993). Participatory design: Principles and practices. CRC Press.

30. Simula, H., & Vuori, M. (2012) [Benefits and barriers of crowdsourcing in B2B firms: Generating ideas with internal and external crowds](#). International Journal of Innovation Management, 16(06), 1240011.

31. Simula, H., & Vuori, M. (2012). Benefits and barriers of crowdsourcing in B2B firms: Generating ideas with internal and external crowds. International Journal of Innovation Management, 16(06), 1240011.

32. Stylios, G., Katsis, C. D., Simaki, V., Stamou, S., & Christodoulakis, D. (2011) [Towards estimating users' opinion strength in forum texts regarding governmental decisions](#). In Proceedings of the 11th European Conference on e-Government, ECEG 2011 (pp. 547-552). Academic Conferences and Publishing International Limited.

33. Surowiecki, J. (2004). The wisdom of crowds: Why the many are smarter than the few and how collective wisdom shapes business. Economies, Societies and Nations, 296(5).

34. Tidwell, J. (2010). [Designing interfaces: Patterns for effective interaction design](#). " O'Reilly Media, Inc."

35. Typemates. "Cera Pro". Typemates, <https://www.typemateas.com/fonts/cera-pro>

36. Van Den Haak, M., De Jong, M., & Jan Schellens, P. (2003). [Retrospective vs. concurrent think-aloud protocols](#): testing the usability of an online library catalogue. Behaviour & information technology, 22(5), 339-351.

37. Visocky O'Grady, J., & Visocky O'Grady, K. (2008). The information design handbook. How Books.

38. Wazoku, <https://www.wazoku.com/innovation-360/platform/employee-360/>

39. Zhu, H., Sick, N., & Leker, J. (2016, September). [How to use crowdsourcing for innovation?: A comparative case study of internal and external idea sourcing in the chemical industry](#). In 2016 Portland International Conference on Management of Engineering and Technology (PICMET) (pp. 887-901). IEEE.

40. Zuchowski, O., Posegga, O., Schlagwein, D., & Fischbach, K. (2016). [Internal crowdsourcing: conceptual framework, structured review, and research agenda](#). *Journal of Information Technology*, 31(2), 166-184.

41. Κουτσαμπάσης, Π. (2011). Αλληλεπίδραση ανθρώπου-υπολογιστή: αρχές, μέθοδοι και παραδείγματα. Εκδόσεις Κλειδάριθμος.