

Jurykjennelse

Hovedvinner og kategorivinner Tjenstedesign: Vipps

Tjenesten som forenkler hverdagen for alle

Å endre finanssektoren er vanskelig. Å forenkle bankfunksjoner er så heftig at det legges et nytt verb inn i norske ordbøker – det er innovativt. «Å vipps» har revolusjonert måten vi betaler på ved å utvikle venneoppgjør, og knytte betaling opp til telefonnumre. Nå slipper vi også å forholde oss til kontonummer og kid-nummer.

Vipps har satt ulike kontaktpunkter sammen til en god helhetlig tjeneste som fjerner smertepunkter for brukerne. Med Vipps er det mange i Norge som slipper å måtte be om hjelp til å betale regningene sine. Vipps er derfor frigjørende for blinde og svaksynte, for eldre og for alle som har syntes innloggede banktjenester på nett har vært vanskelige. Det å selv kunne ha kontroll over egen økonomi i smått og stort er viktig for å oppleve selvstendighet og mestring i eget liv.

Å vipps er enkelt og pålitelig – både for å betale og for å motta betaling fra andre. Vipps er nå tilgjengelig i tusener av nettbutikker, og bidrar til en bedre check-out opplevelse. Appen har gjort det enkelt for klubber og idrettslag å samle inn penger, og under koronapandemien har vi sett hvordan Vipps har tilrettelagt for at små bedrifter raskt kan gå over til kontaktløs og kontantløs betaling.

Nye innovasjoner

Vipps er under kontinuerlig utvikling og inkluderer stadig nye tjenester, som for eksempel et barneprodukt, skanning av QR-koder og at man kan få automatisk gjenkjent KID-nummer og til-kontonummer i papirregninger ved å ta et bilde med mobilen og la Vipps skanne dette.

Denne siste funksjonaliteten representerer det nyeste innovasjonsbidraget fra Vipps, og forenkler betaling av papirregninger. Funksjonaliteten er særlig nyttig og selvstendigjørende for personer med dysleksi og synsnedsettelse.

Universell utforming – UU – er i dag et av de bærende prinsippene når nye, versjoner, apper og funksjonaliteter vurderes.

Med universell utforming i fokus

Siden 2017 har Vipps jobbet med å heve egen kompetanse på UU, for bedre å følge opp lovkravene i forskrift for universell utforming av IKT. Det har blitt jobbet med å få UU inn i hele designprosessen, med sjekklister på detaljnivå for

punkter de må gjennom i ulike steg i produktets utvikling. Over tid har det blitt forankret solide etiske i Vipps verdier, der de i dag er knallharde på UU-krav mot underleverandører. Juryen har store forventninger til Vipps sitt videre arbeid med UU, særlig opp mot ny kommende lovgivning.

Brukertesting og brukerinvolvering

Vipps-teamet snakker jevnlig med "hele Norge"; unge, gamle, digitale og de som kanskje er redde for å ta i bruk ny teknologi. De samarbeider med kundesenteret for å plukke opp hva folk sliter med, og hva de kan gjøre bedre. Vipps har også skapt en praksis der de gjennomfører innsiktsintervjuer på flere nivåer, inkludert brukertesting av prototyper.

I de siste årene har Vipps hatt et samarbeid med Norges Blindforbund, og jobbet spesielt med kompetanseheving på utfordringer og muligheter til brukere med sterke synsnedsettelse. De har her blant annet involvert en blind utvikler i utviklingsarbeid, for å bygge opp en bedre forståelse av blindes brukeropplevelser. De fortsetter også å fokusere på brukere med lav digital kompetanse og brukere som er nye i landet.

Vipps jobber nå hele tiden ut fra visjonen om å være tilgjengelige for alle, og å fortsette å forenkle brukeres hverdag. De ivaretar deg som har byttet kjønn, deg som går fra D-nummer til å få norsk personnummer, deg som skjelver på hendene og trenger store trykkflater, deg som trenger skjermleser på iPhone eller Android mobilen din og deg som ikke er vant med å bruke digitale løsninger.

Juryen er begeistret over hvordan Vipps i dag ikke bare tenker på «gjennomsnittsbrukeren», men ser på hvilke brukergrupper som har de største smertepunktene, og jobber frem løsninger deretter.

Helhetlig design

Designarbeidet er gjennomført og av høy kvalitet, med grafiske elementer, illustrasjoner, voice-over, dark-mode, knappesøking og både hørbar og følbare bekreftelse av handlinger. Vipps bruker ikke lenger bare en visuell bekreftelse eller en opplest voice-over for skjermleserbrukere, men leker seg også med følbare (haptiske) og lydbaserte bekreftelser i brukerdialogen, der bruker får en lyd som bekreftelse på en vellykket transaksjon eller skanning. Det kommer også en ny lyd som skal markere at en transaksjon har feilet. Dette hjelper ikke bare brukere med nedsatt syn, men er nyttig ulike brukssituasjoner – i støyende omgivelser, i solskinn og regn.

Visualiseringer, språk og lyder i Vipps er enkle og lettforståelige. Komplekse betalingsløsninger er delt opp i enkle steg med få funksjoner i en pedagogisk oppbygning. Man kunne lett gått i fella og blitt for komplekse, men Vipps har klart det kunststykket å ikke gjøre det. Resultatet er en utrolig enkel tjeneste som alle kan bruke, og juryen mener vi her har et forbilledlig eksempel på suveren enkelthet med et tydelig design.

Eksempel til etterfølgelse

Juryen ser at Vipps i dag bidrar til aktivt å bygge ned barrierer som ulike typer brukere møter. Vipps forenkler hverdagen til oss alle, gjennom hele tiden å innovere på de utfordringer vi som brukere til enhver tid måtte ha – enten vi er privatbrukere eller bedrifter. Juryen mener at innovasjonsarbeidet Vipps har

gjort med betalingsløsninger er betydelig, og har blitt større og mer revolusjonær enn vi vanligvis ser. Vipps lanseres nå også internasjonalt, og juryen håper dette vil bidra til mer innovasjon i finanssektoren, løfte frem inkluderende designprinsipper og universell utforming, og muliggjøre selvstendige liv for enda flere mennesker.