

Tablet: <https://xd.adobe.com/view/1414ca65-6cae-4bf5-7736-53358f77839f-6225/?hints=off>

Mobile device: <https://xd.adobe.com/view/3c4a9018-676c-463d-49f7-8a795156cb6c-4a7b/?fullscreen&hints=off>

## Flow 3 projekt

# Byg en App

---



---

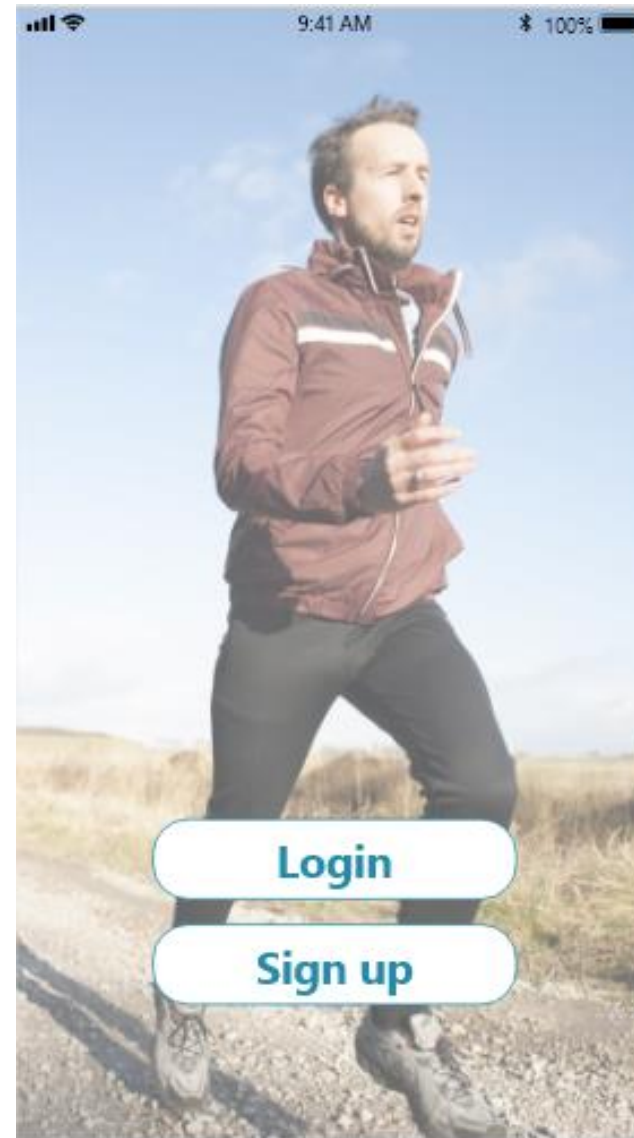
### Dokumentoplysninger

Institution:	CPH Business Academy, Multimediedesigner
Antal tegn med mellemrum:	6.649
Klassebetegnelse:	MU18_s1 – Flow 3
Afleveringsdato:	01. november 2018
Navn og studienummer:	Christine Due Jørgensen, cph-cj355

Opgaven må gerne anvendes internt i uddannelsen

## Indholdsfortegnelse

<b>1. Idéudvikling.....</b>	<b>3</b>
1.1. Brainstorming .....	3
<b>2. Målgruppesegmentering.....</b>	<b>3</b>
2.1. Geografisk segmentering.....	3
2.2. Demografisk segmentering .....	3
2.3. Psykografisk segmentering .....	3
2.4. Adfærdsmæssig segmentering .....	3
<b>3. Persona .....</b>	<b>4</b>
<b>4. Kortsortering .....</b>	<b>4</b>
<b>5. Designprocessen.....</b>	<b>6</b>
5.1. Sitemap.....	6
5.2. Wireframes.....	6
5.3. Prototyping.....	7
5.3.1. Mobile device .....	7
5.3.2. Tablet.....	10
5.4. Flowchart.....	12
<b>6. Tænke-højt test .....</b>	<b>13</b>
6.1. Ændringer i app efter test .....	14
<b>7. Farvevalg.....</b>	<b>15</b>
<b>8. Dokumentering af ikon-design .....</b>	<b>15</b>



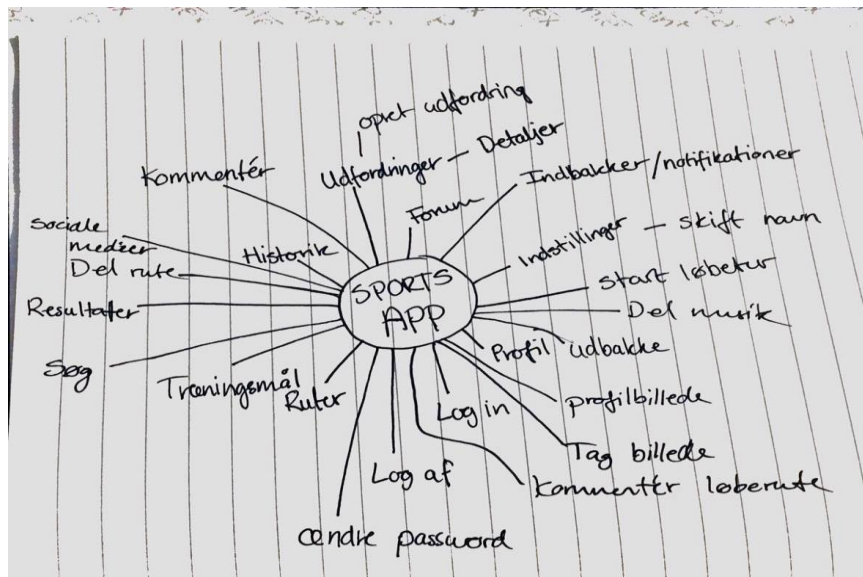
Forside på app

## 1. Idéudvikling

### 1.1. Brainstorming

Appen der skal gøre det lettere at være træner og sjovere at være spiller! FitTeam er en app, der skal kunne oprette udfordringer til hold eller til enkelte spillere/personer. Alle skal kunne oprette hold og udfordringer til hinanden, og man kan kommentere på hinandens ruter og "like" dem. Ydermere skal man kunne tracke løb, basketball, cykling og andre sportsgrene og se hvorhenne på ranglisten man ligger.

Jeg brainstormede sammen med en god ven for at få en masse ord og idéer ned på papir.



Brainstorming

## 2. Målgruppesegmentering

Målgruppen er vigtig for at kunne lave personaer, der passer til ideén. Det er vigtigt, at målgruppen er så specifik som muligt, da det derfor er nemmere at skabe personaer. Jeg har fundet målgruppen ved hjælp af detaljeret segmentering.

### 2.1. Geografisk segmentering

Appen henvender sig primært til ambitiøse idrætsudøvere eller coaches. Appen er lavet på engelsk, og kan derfor bruges flere steder rent geografisk.

### 2.2. Demografisk segmentering

Appen henvender sig til begge køn. Den er udviklet til idrætsudøvere eller til trænere, som ønsker at integrere struktur og kondition i træningerne. Appen kan bruges uden udstyr og kræver ikke, at brugeren har nogen særlig indkomst.

### 2.3. Psykografisk segmentering

Formålet med appen er at dyrke sport og forbedre kondition og dermed også præstation, og den henvender sig til personer, der har eller ønsker en aktiv hverdag.

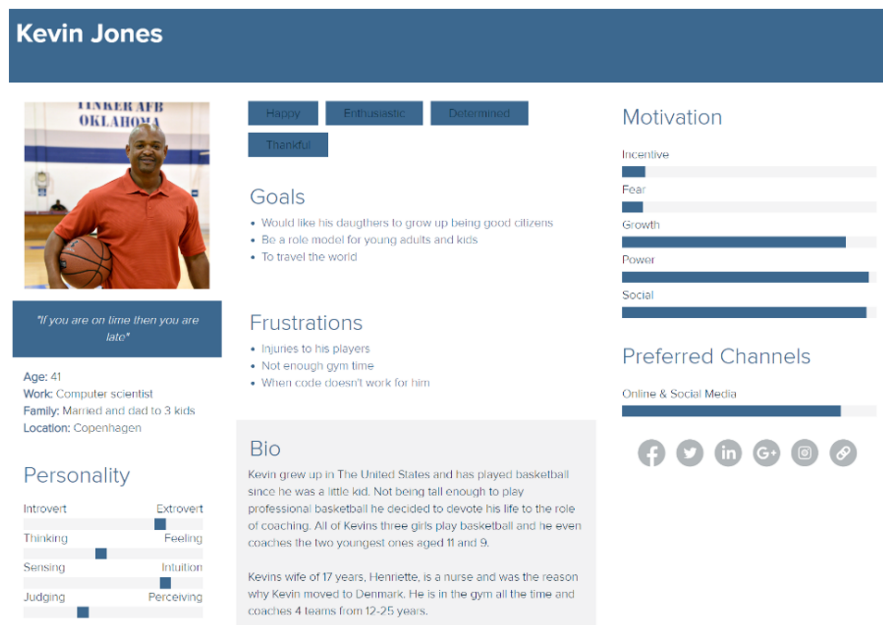
### 2.4. Adfærdsmæssig segmentering

Brugeren skal kunne bruge appen som værktøj i sin træning og henvender sig derfor mest til brugere, der allerede dyrker sport og er villige til at

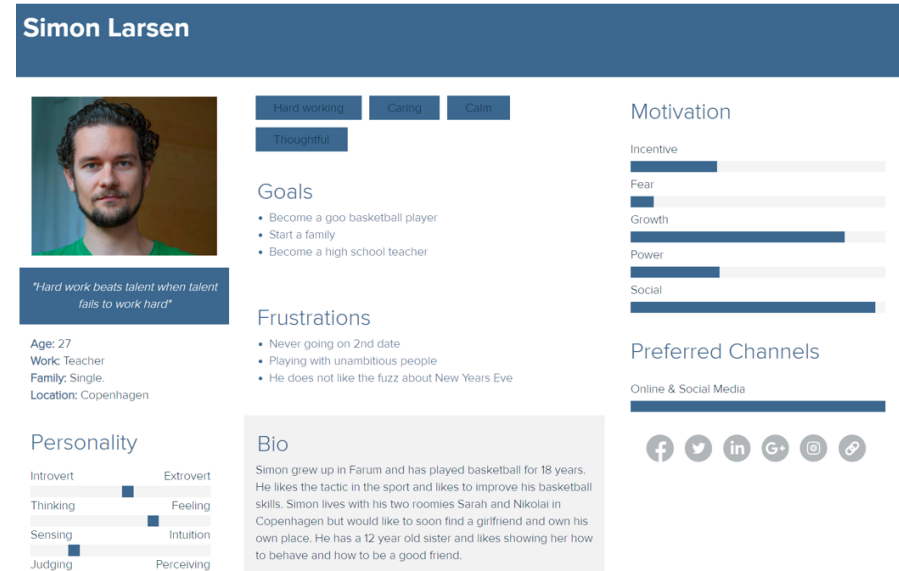
bruge en app i forbindelse med deres løbeture etc. Adfærden skal gerne være konkurrence-minded, da brugeren kan konkurrere om at være bedst blandt sine venner og sit hold.

### 3. Persona

De to personaer er udviklet ud fra målgruppen og lavet i det gratis program Xtensio <sup>1</sup>.



Persona 1

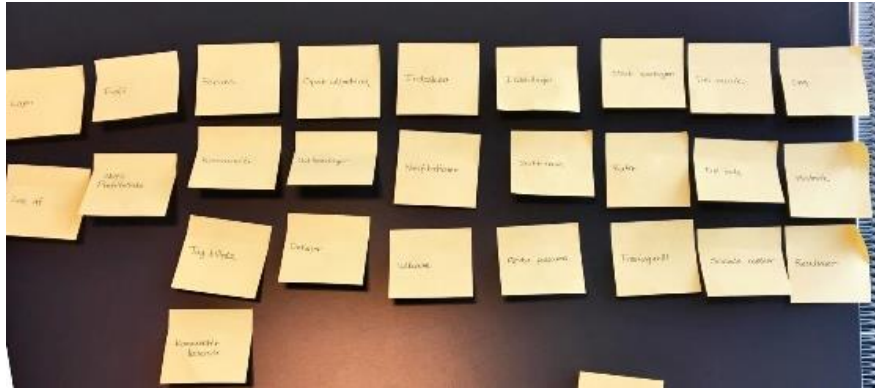


Persona 2

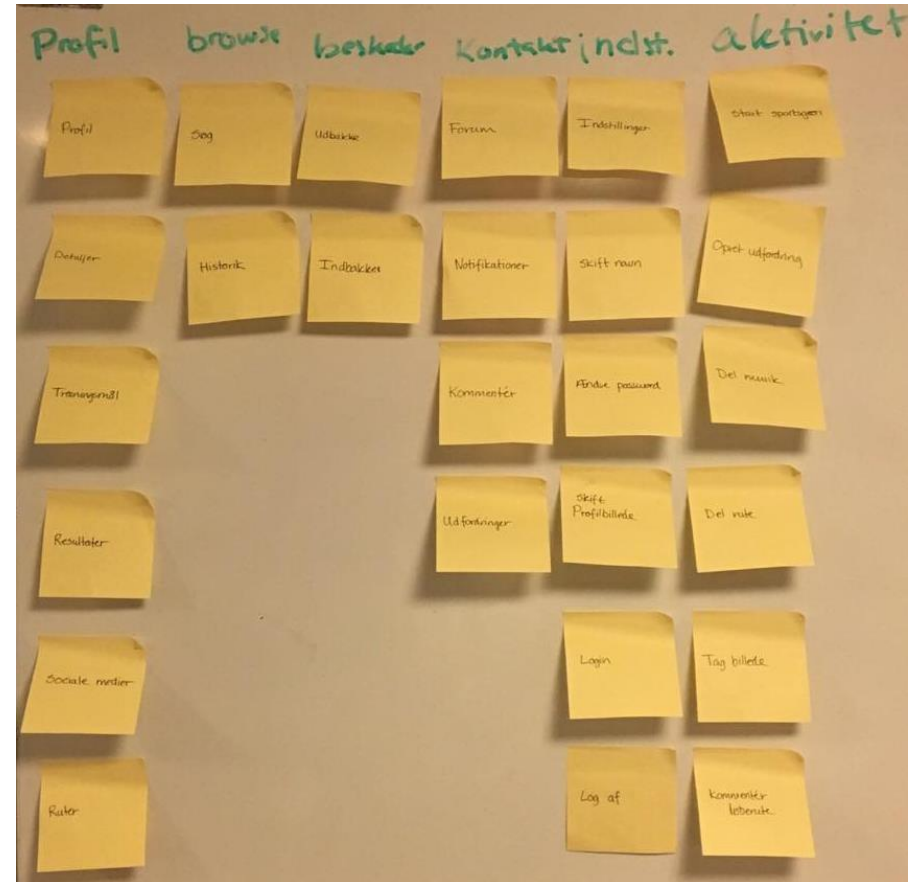
### 4. Kortsortering

Herefter skrev jeg ordene ned på post-its og gik i gang med kort-sorteringstesten. Jeg udførte åben kortsorteringstest på begge testpersoner. De to testpersoner kom med to vidt forskellige bud på, hvordan appen skulle struktureres. Jeg har valgt primært at følge 2. testperson, da det virkede som en logisk og meget moderne løsning.

<sup>1</sup> [www.xtensio.com](http://www.xtensio.com)



### Kortsortering af 1. testperson

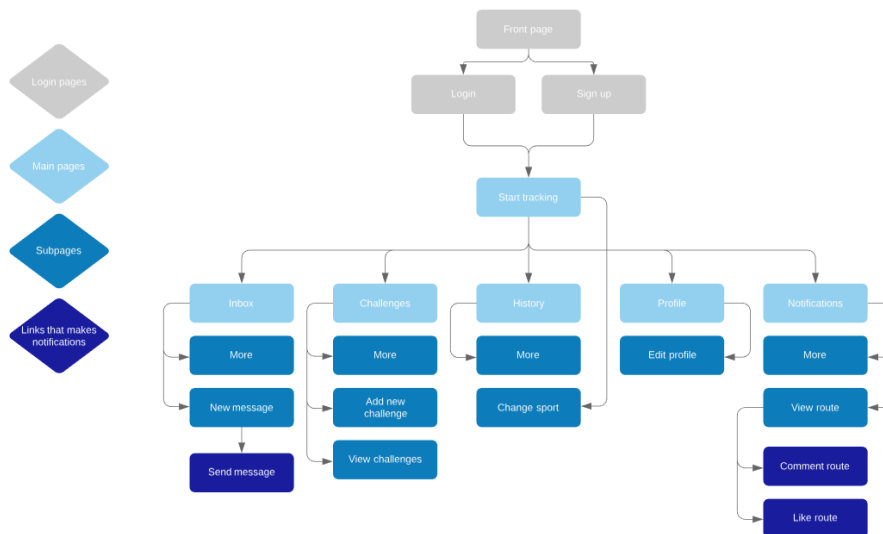


### Kortsortering af 2. testperson

## 5. Designprocessen

### 5.1. Sitemap

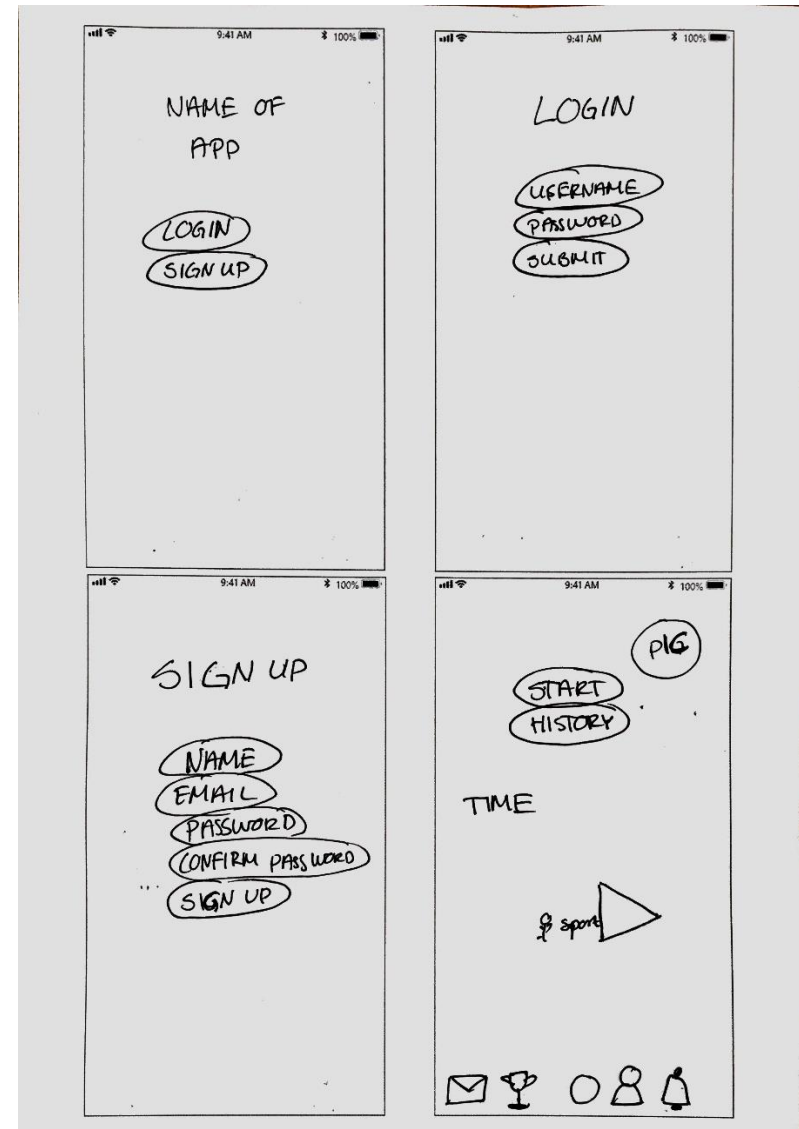
Sitemap er et redskab, som viser opdelingen af sider på et website eller en app. Det skaber et godt overblik over, hvad kunden kan forvente af appen eller websitet, man producerer for dem.



Sitemap

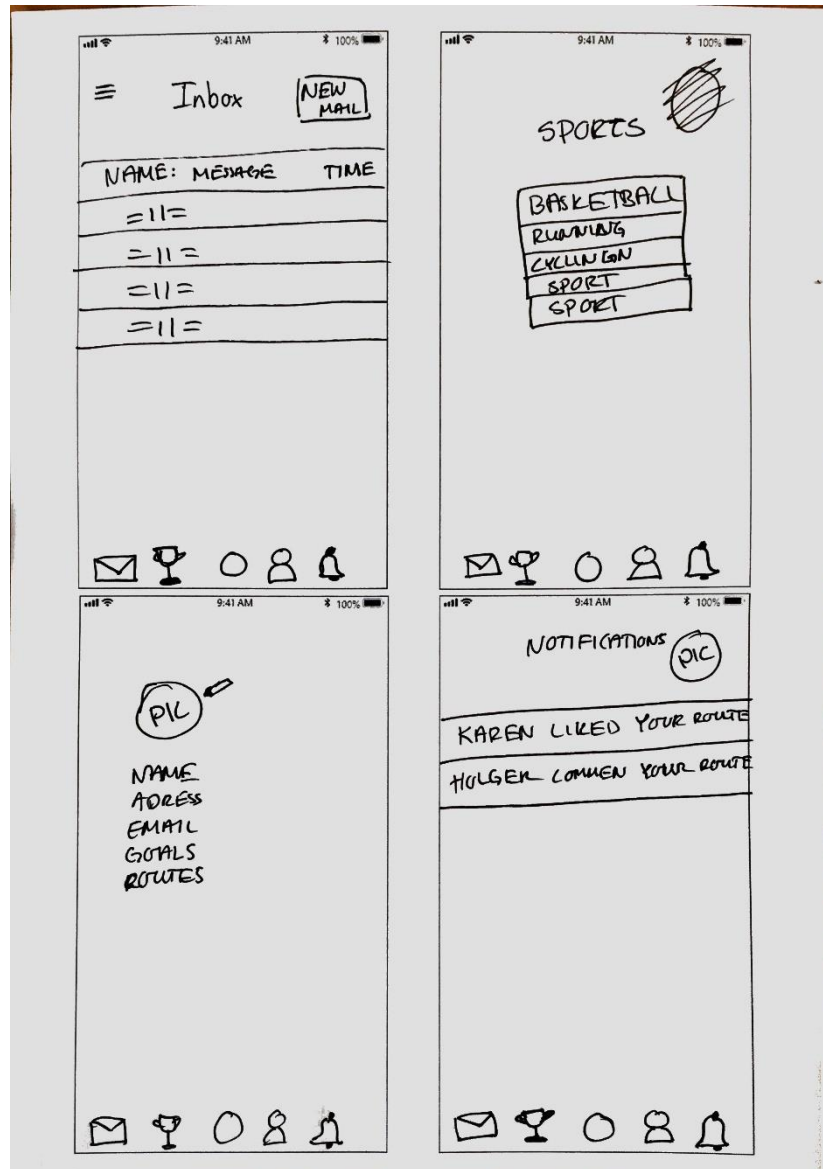
### 5.2. Wireframes

Wireframes er skitser uden styling af farver, billeder og typografi. Jeg printede skabeloner ud fra Adobe XD, og skitserede menupunkterne.



Wireframes af front page, login, sign up og home



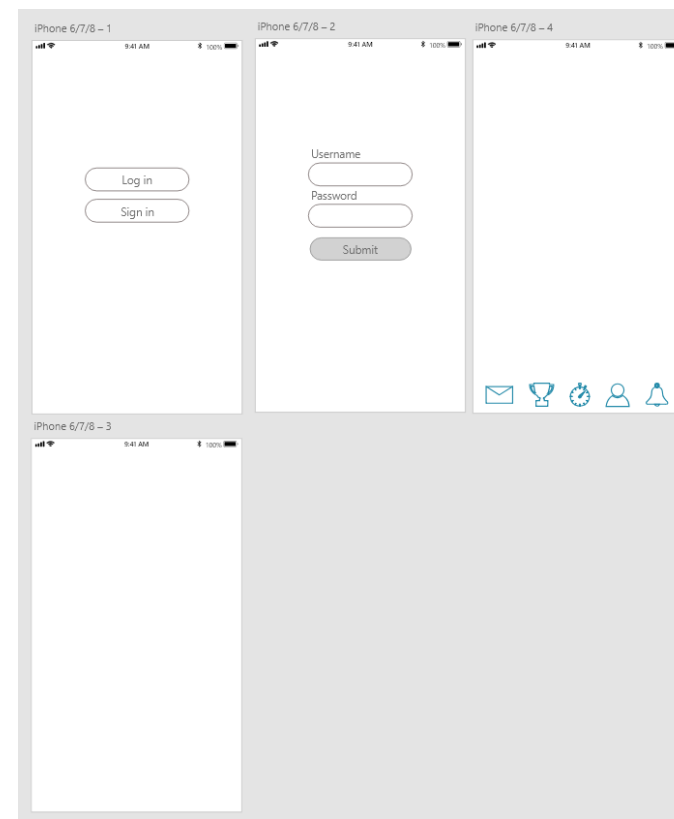


Wireframes af indbakken, ændring af sport, profil-siden og notifikationer

### 5.3. Prototyping

Til prototyping har jeg brugt Adobe XD. Jeg startede med at lave grundstrukturen, og byggede således mine sider op så de var så ens som muligt. Derefter lavede jeg de iconer der skulle være ens på alle sider til symboler.

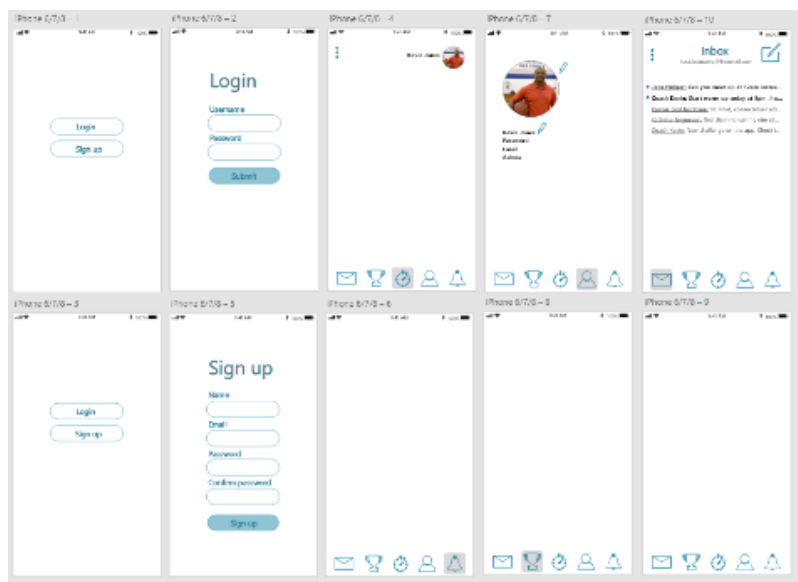
#### 5.3.1. Mobile device



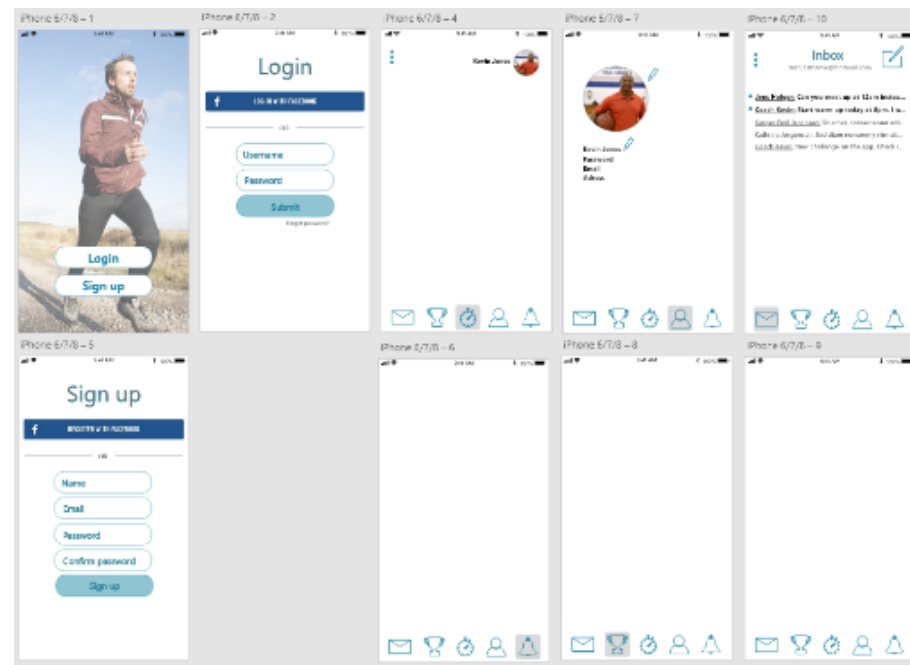
Første skridt i prototyping



Grundstruktur på alle sider med menulinje i bunden og batteri + tid i toppen

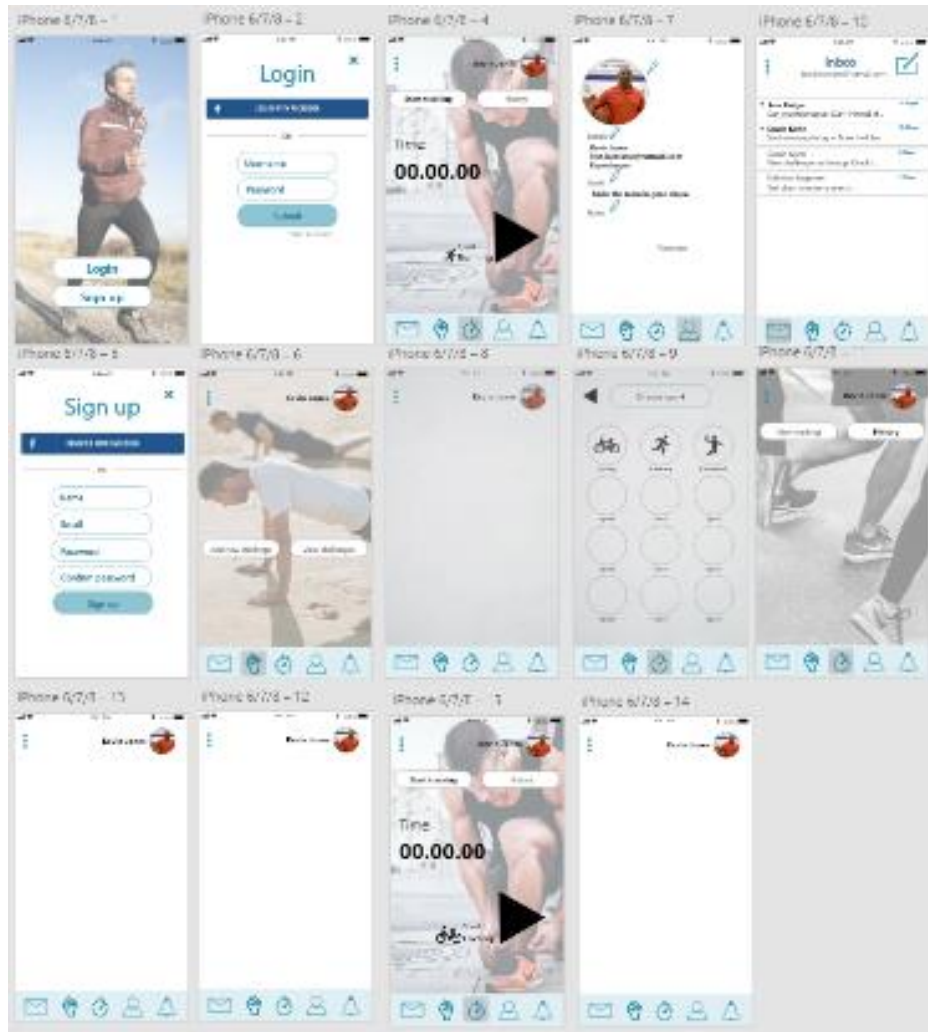


Begyndende design efter wireframes

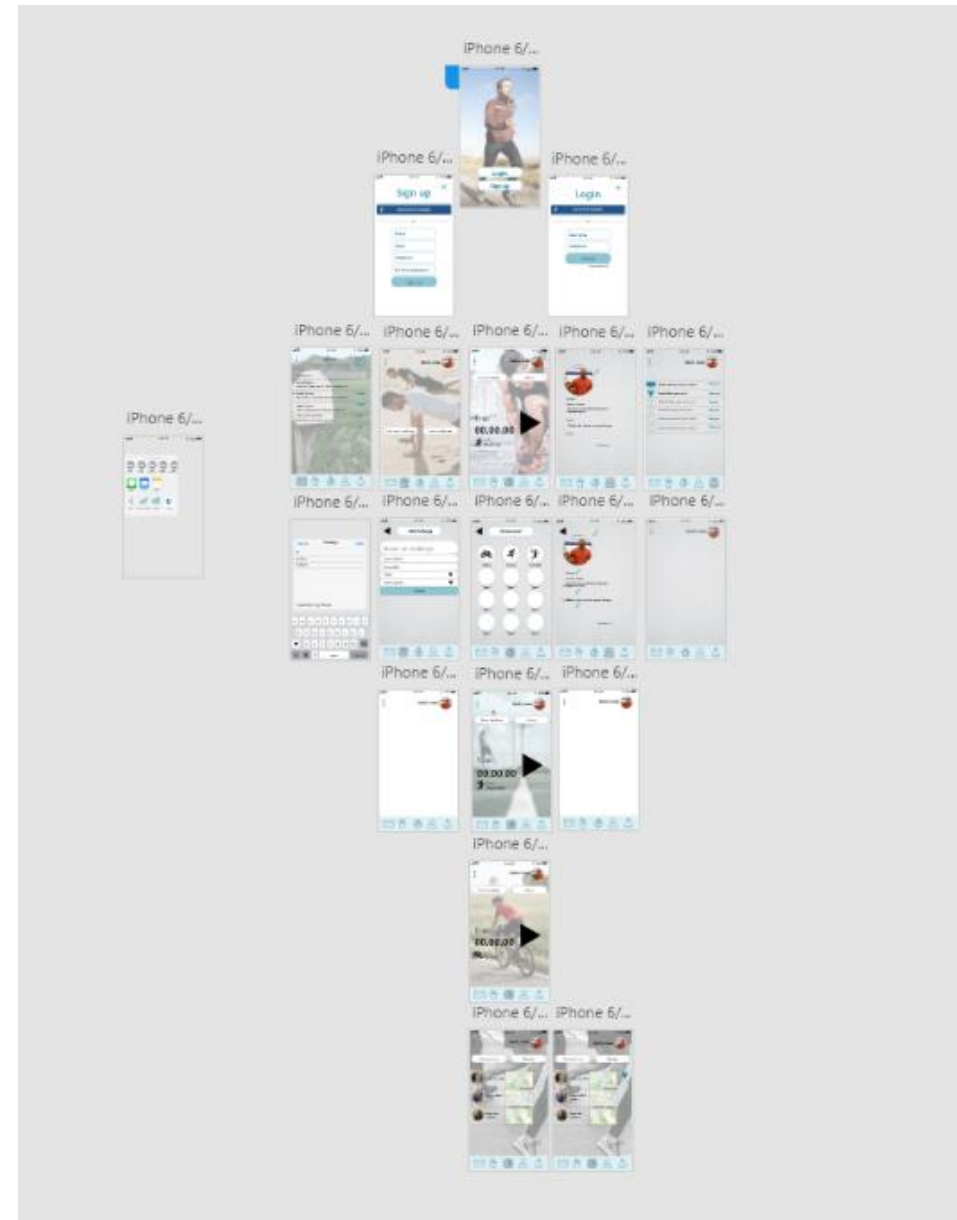


Billeder fundet på unsplash.com. Billederne skaber associationer til løb, basket og andet sport på de kommende sider. Facebook tilføjet – sociale medier er en del af nutiden.

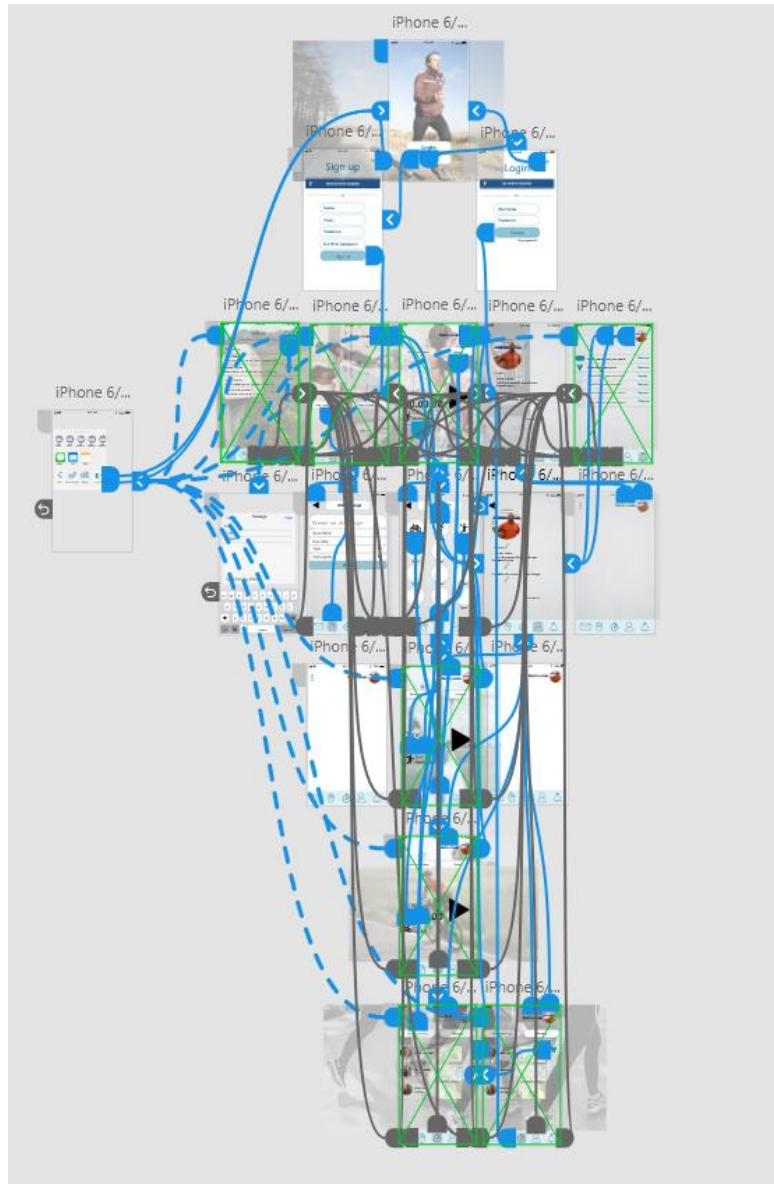




Prototype med nyt ikon i menulinjen. Dette ikon gav mere mening ift. det content der skulle være under punktet.

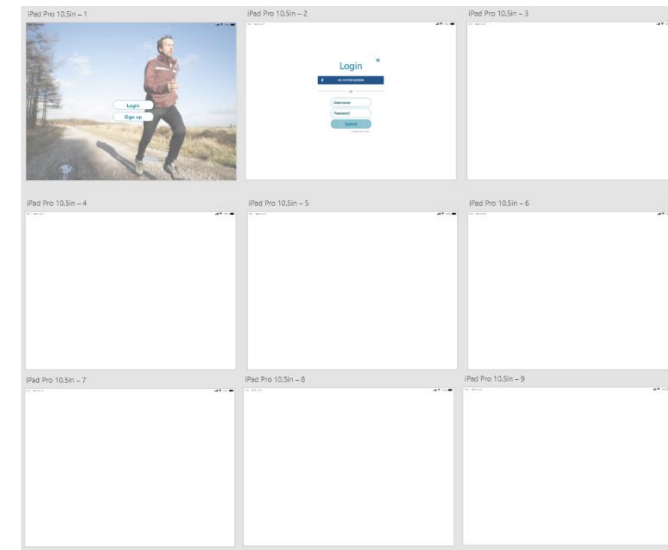


iPhone uden funktionalitet opstillet som sitemap

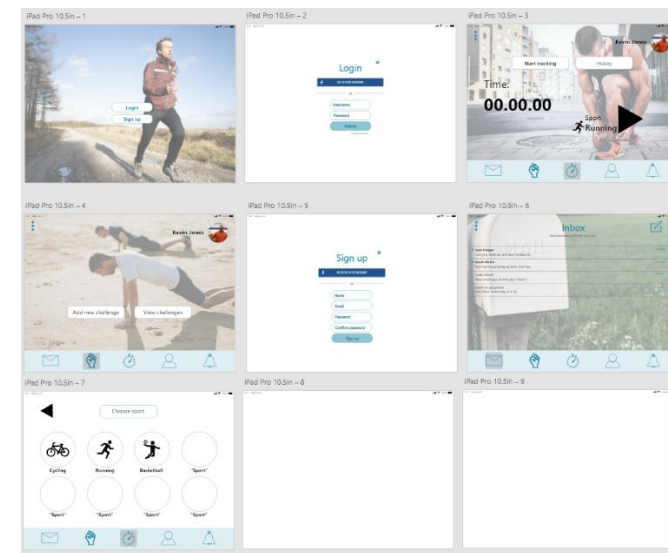


iPhone med funktionalitet opstillet som sitemap

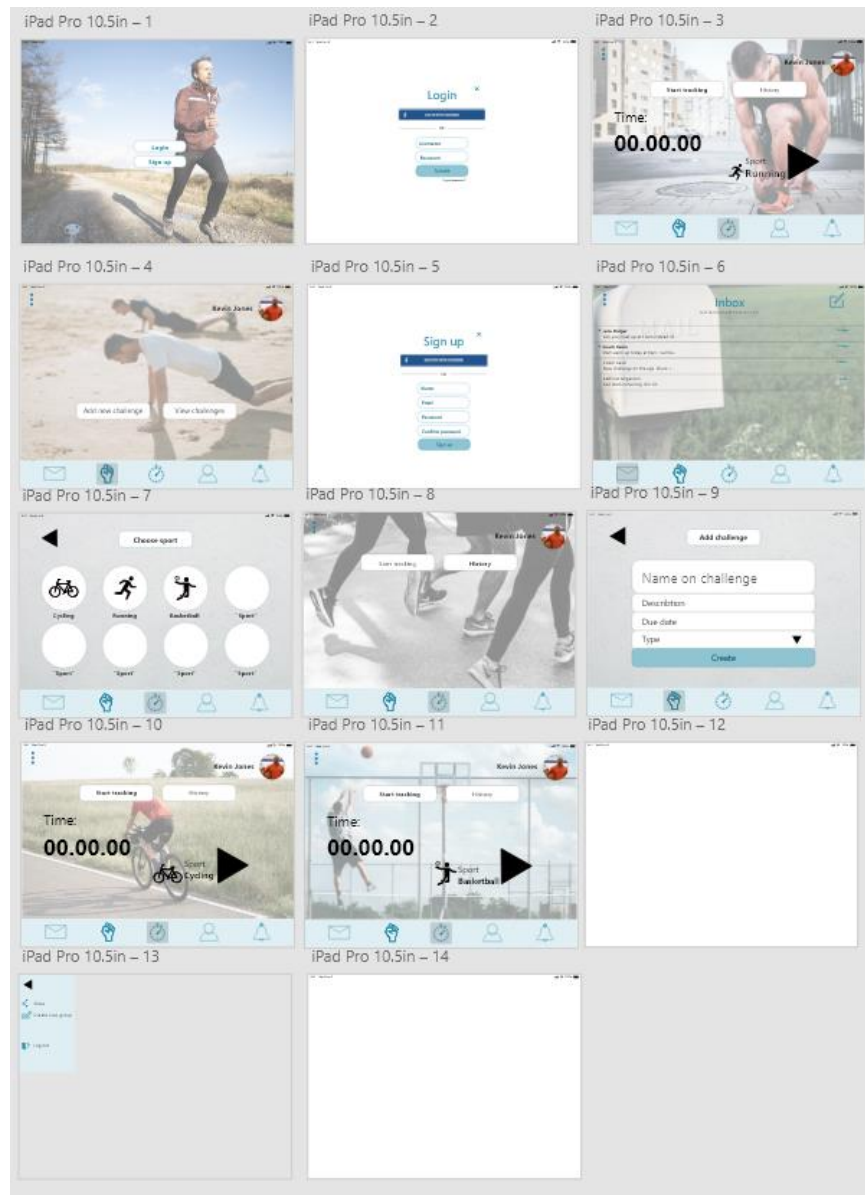
### 5.3.2. Tablet



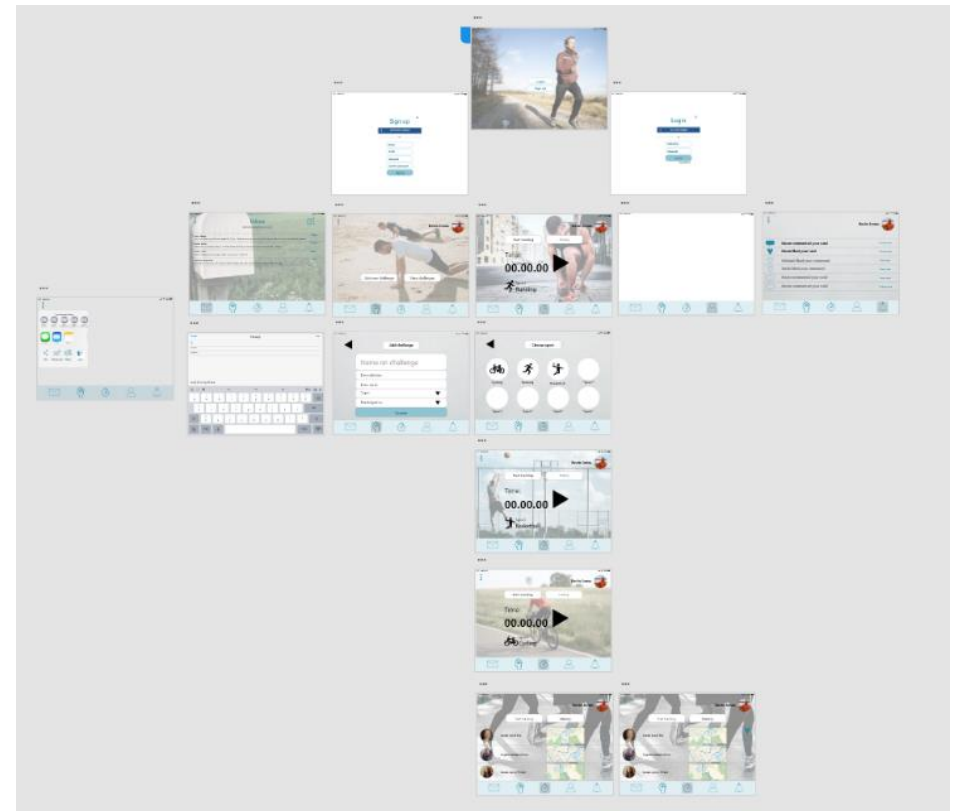
#### Første skridt i prototyping af iPad



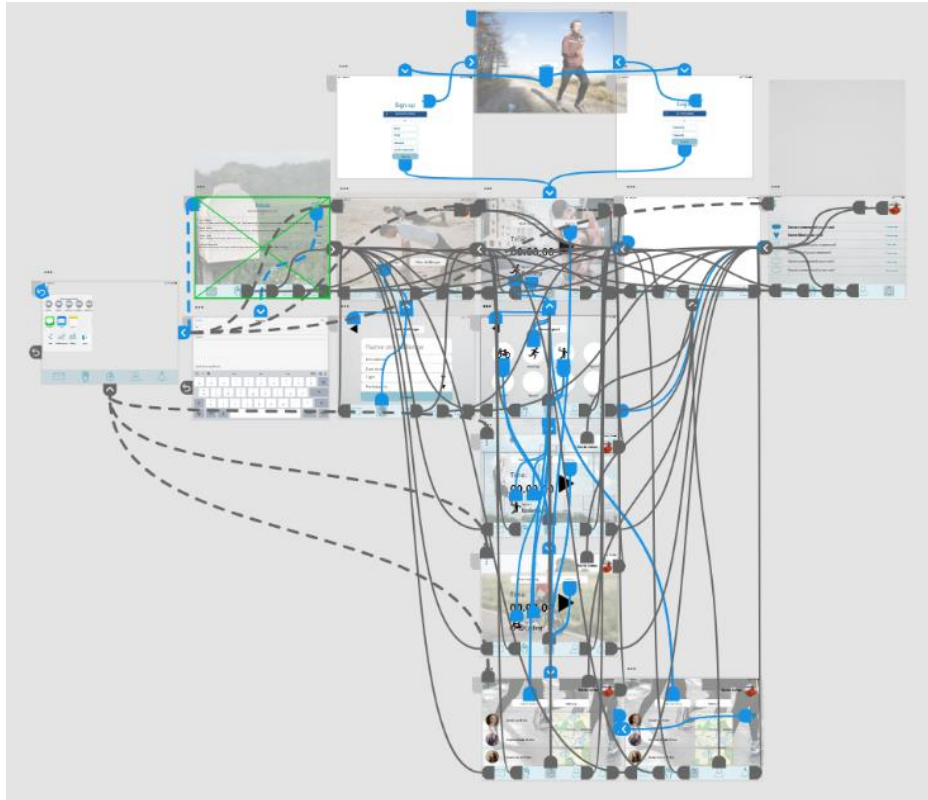
Indsætning af elementer fra iPhoneprototypen og opskalering af elementer så de passer til iPad.



Tæt på færdig prototype af iPad



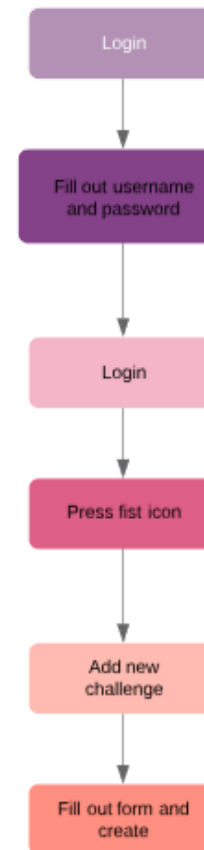
iPad uden funktionalitet opstillet som sitemap



iPad med funktionalitet opstillet som sitemap

#### 5.4. Flowchart

Flowchart beskriver måden du kommer fra A-B. På flowchartet ses flowet fra log ind til oprettelsen af en ny challenge.



Flowchart: fra log ind til oprettelse af en ny challenge

## 6. Tænke-højt test

Jeg har udført tænke-højt testen på 2 testpersoner. Jeg stillede dem nogle udfordringer undervejs og optog, hvad de sagde under testen. Inden testen, fik deltagerne at vide, at de ikke kunne udfylde tekstfelter og, at man skal trykke præcist før appen reagerer. Her er resultaterne:

**Bruger 1:** •

**Bruger 2:** ❖

### 1. Log ind på appen og skriv en besked

- Brugeren trykker på sign in i stedet for login, fordi hun gerne vil oprette sig. "Jeg har jo ikke oprettet mig, så jeg kan ikke logge ind endnu". Hun opretter sig og trykker på brev-ikonet efter lidt tid. "Ahh, dér skal jeg trykke!".
- ❖ Brugen trykker på login og trykker med det samme på brev-ikonet. "Jeg trykker her for det betyder vel besked? Og så vil jeg trykke her for ny besked. Den der firkant med blyanten i plejer at betyde ny besked altså".

### 2. Opret en udfordring til et hold

- "Så vil jeg trykke på denne her hånd" siger hun. Og dertil spørger jeg hvorfor. "Fordi det er sådan en; YES NU GÅR VI I GANG – hånd" svarer hun. Brugeren trykker på add new challenge, og siger så, at hun under participants ville vælge hold.

- ❖ "Jeg tænker hånden, fordi det er sådan, sejr, lad os gøre det her! Så ville jeg nok trykke på add new challenge og så udfylde den her formular".

### 3. Du skal tracke en cykletur. Hvad gør du?

- "Hmm.. Jeg går lige tilbage.. Jeg synes ikke rigtig, der er noget sted, hvor jeg tænker; Den der ville jeg gå ind på!". "Hmm.. Jeg ved ikke, hvad jeg vil gøre for at se andres løbetur?". Jeg bliver nødt til at forklare brugeren, at tracking betyder, at man gerne vil tage tid på sig selv, før hun finder frem til ikonet. Brugeren har stadig svært ved at forstå, hvordan hun ændrer til cykling, og gennemfører ikke testen uden hjælp. Hun forklarer, at hun troede, det var et logo/ikon som ikke kunne trykkes på.
- ❖ "Der trykker jeg på uret og vælger sporten, vel?". Brugeren finder hurtigt vej til at ændre til cykel-tracking. "Og så ville jeg vel trykke der?" siger hun, og peger på det sorte play-ikon.

### 5. Skift dit profilbillede:

- "Så ville jeg helt klart trykke på ikonet med manden i menulinjen, fordi det må da være noget om mig. Og så kan jeg se, der er et billede af mig. Og den der blyant må betyde rediger, ligesom på andre sociale medier".



- ❖ ” Så går jeg ind på profil-ikonet i bunden. Altså den der mand. Og så er det vel bare den der?” siger hun, og peger på blyanten tæt på billedet.

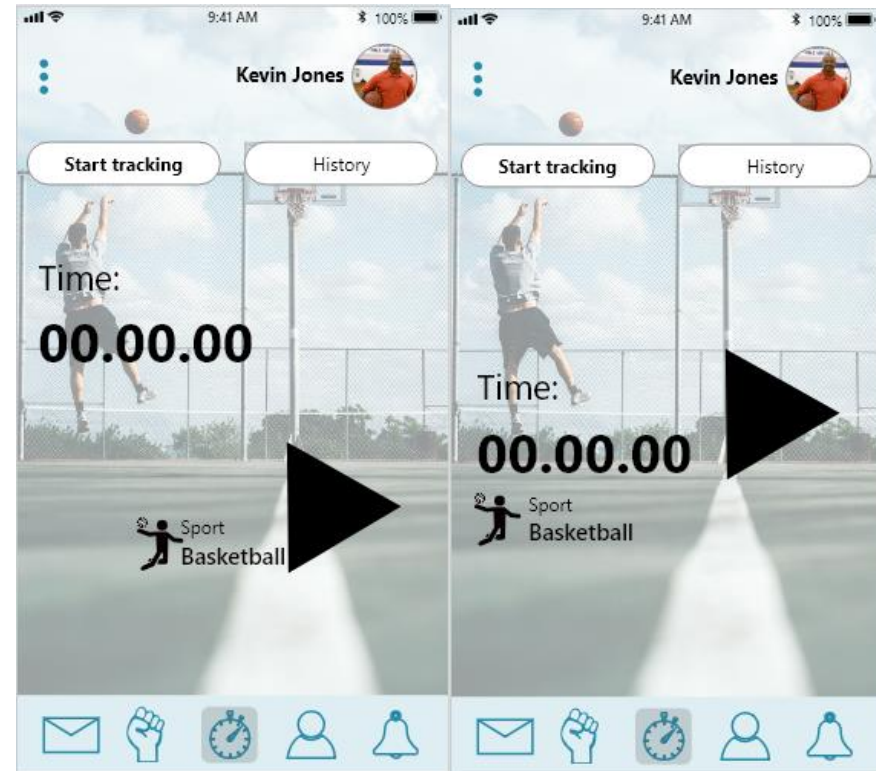
#### 6. Log af appen

- ”Der mangler en tilbage knap her. Hvordan kommer jeg ud fra profilen?”. Hun trykker forskellige steder og finder de tre blå prikker under et andet menupunkt. ”Ahh, jeg ville nok trykke på de tre prikker, for de plejer at betyde indstillinger”.
- ❖ ”Hmm.. er det så den her? Nej, hvor gør man mon det?” Brugeren bladrer ind på profil-ikonet i menulinjen flere gange, inden hun ser de tre blå prikker i toppen. ”Ahh dér! Ja okay, man burde måske også kunne logge ud inde på profilen?”.

#### 6.1. Ændringer i app efter test

Efter testen har jeg valgt at jeg vil:

- Ændre placeringen af, hvor man skifter sportsgren
- Tilføje log af på profil-siden



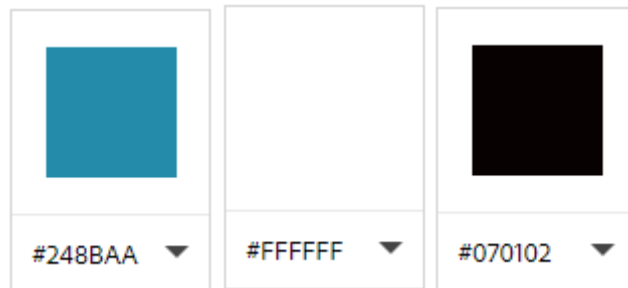
Før tænke-højt test

Efter tænke-højt test



## 7. Farvevalg

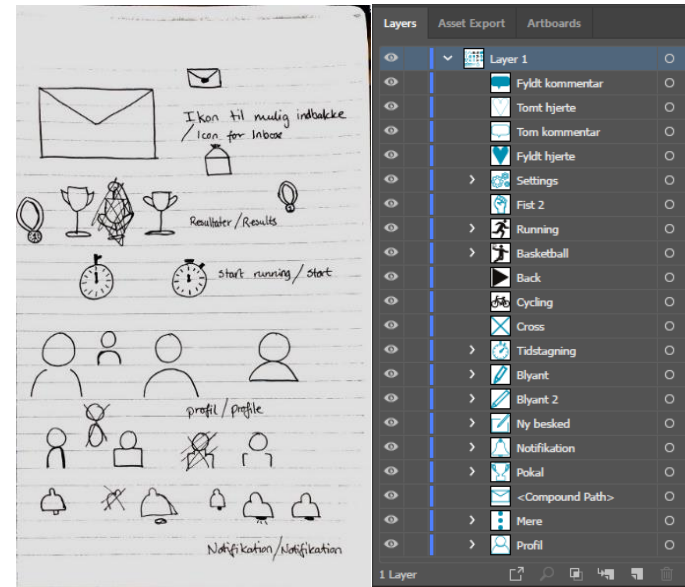
Blå er farven for troværdighed og engagement. Jeg ville gerne udtrykke et roligt og naturligt miljø, hvor man kan være uanset niveau og evne, og jeg har derfor brugt blå som primær farve ud over sort og hvid. Derudover er blå den farve, der henvender sig lige meget til kvinder og mænd<sup>2</sup>, og det ønskede jeg, at min app gjorde.



## 8. Dokumentation af ikon-design

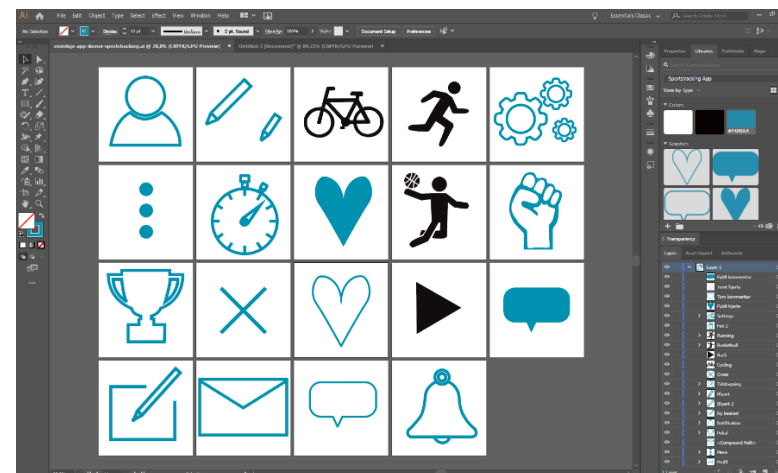
Jeg startede med at kigge på ikoner fra andre lignende apps og begyndte at skitsere mine idéer.

Herefter tegnede jeg ikonerne i Adobe programmet Illustrator, og gemte dem undervejs i mit Creative Cloud bibliotek. Ikonerne og mit valg af farve kan ses her: <https://adobe.ly/2za8k7O>



Skitse af ikoner i hånden

Laginddeling i Illustrator



Ikoner tegnet i Illustrator

<sup>2</sup> <http://www.farvernesbetydning.dk/oversigt-over-farver-og-farvesymbolik/>