



Linje: Akademiuddannelsen I Informationsteknologi

Fag: Grafisk design og UI

Case: Gærum Form og Trivsel, formogtrivsel.dk

Underviser: Anette Lind

Elev: Daniel Simonsen

Uddannelsesinstitution: Cphbusiness / Itucation

Hold: April 2024

Indholdsfortegnelse

Indledning.....	3
Interessenter	3
Risiko	3
Målgruppe	4
Persona	4
Pain	4
Motivation	4
Usabilitytests	5
Gangstertest	5
Ekspertvurdering.....	6
Kortsorteringer.....	6
Bruger-/Pilottest	6
Konklusion af usabilitytests.....	7
Design brainstorm (step 1)	7
Cardsmith brainstorm	7
Wireframes	8
Kunderejsen	8
Argumentationer for det nye design	9
Styletile & mini designmanual	9
Figma prototype (step 2)	10
Egne refleksioner	13
Kildeliste	14
Bilag	15
Bilag A, Ekspertvurdering	15
Bilag B, Kortsortering	16
Bilag C, Bruger-/pilottest	19
Bilag D, Content kortsortering	20

Indledning

Gærum Form og Trivsel er en lokal forening, der har udlånt en hal til brug af lokalt fitnesscenter. Foreningen har ca. 100 medlemmer i alderen 15 – 80, hvor de fleste ligger omkring 35 – 50.

Gærum Form og Trivsels hjemmeside fungerer fint, dog er opsætningen på information ikke optimal. Derudover er der en del forældet information spredt rundt i hjemmesidens undersider, og det eneste sted de løbende opdaterer deres medlemmer med nyheder, findes på deres Facebookside, som er svær at finde på hjemmesiden.

Interessenter

- Bestyrelsen
- Medarbejdere
- Kunder
- Udlejere af hallen
- Sponsorere
- Samarbejdspartnere
- Konkurrenter
- Beboere i Gærum

Risiko

Risiko	Indflydelse	Sandsynlighed	Samlet	Handlingsplan
Sygdom	5	1	5	Bliver jeg syg må jeg arbejde i weekenden.
Teknologisvigt	5	1	5	Gem en backup af filerne på et andet sted end på min lokale computer.
Misbrugt tid til for grundig og/eller for lidt arbejde	4	2	8	Jeg skal kunne fange mig selv i at blive for distraheret/overtænke mine handlinger.
Værre design	5	1	5	Gennemgå designet med andre end bare mig selv.

Målgruppe

Gærum Form og Trivsel reklamerer selv (inde i centeret) mest med motionsrettet udstyr som f.eks. løbebånd, cykler, romaskine mm.

Herunder nævnes at der også er mulighed for styrketræning, og at der tilbydes instruktion til personligt program.

Køn: Kvinder

Alder: 35-50

Medievaner: Facebook, da GFT annoncerer deres nyheder på deres facebookside

Livsfase: Vægttab

Bopæl: Omegn af Gærum

Persona



Helle har i de sidste 20 år arbejdet hårdt som advokat og har derfor en historie som arbejdsnarkoman. De mange og svære sager med tidspres har gjort, at Helle ikke har følt, at hun har haft tid til at tage sig af sig selv og evt. lave ordentligt mad. Derfor har de mange måltider været hurtige og usunde, hvilket har resulteret i en del uønskede kilo.

Det er slut nu. Helle har besluttet sig for at hjælpe sig selv til en sundere krop og leder derfor efter en effektiv løsning. Ved at bruge så meget af sin tid på andre, føler hun sig uretfærdigt behandlet af sig selv og har derfor motivation til at tabe sig og leve sundere.

Pain

Helle er træt af at leve i en usund krop og savner mere fysisk aktivitet.

Motivation

Helle har et fast mindset om at leve sundere og være mere fysisk aktiv, end hun har været gennem sit liv.

Usabilitytests

Ved brug af forskellige usabilitytests kan man vurdere, om ens design er "brugervenligt" i form af, at brugere af designet kan overskue dens formål samt evt. navigere rundt og finde den information, som brugeren leder efter.

Herunder benyttes "gangstertesten", "ekspertvurderingen", "kortsortering" og "bruger-/pilottesten", så man bl.a. får eksterne synspunkter på det fremtidige design, og man på den måde også undgår egen personlig bias.

Gangstertest

Ved udførelse af gangstertesten på Gærum Form og Trivsels nuværende hjemmeside, scorer den en solid 10/10 ud af foretrækkende 18/18.

Herunder er der især mangel på besvarelse af spørgsmålene "Hvordan kom du til (under)siden?" og "Hvor kan du søge?", da der hverken er nogen form for visuel indikator, for at man kan se, hvilken underside man er på, samt at der ingen søgefunktion er på hele websiden.

Derudover er der nogle besvarelser for spørgsmålene "Hvilken underside er du på?" og "Hvilke muligheder har du fra denne side?", der hver især scorer 2/3, da det godt kunne tydeliggøre, hvilken underside man er på (evt. samme hovedoverskrifttekst som den globale menu viser) og hvilke muligheder man har fra siden (som f.eks. køb af medlemskab, link til foreningens Facebookside mm.).

Derudover kan der evt. være tale om, hvorvidt der overhovedet er et responsivt design på mobilenheder, da mobilversionen af hjemmesiden viser det samme indhold som på en pc, hvor man gerne vil have et mere "mobilvenligt" design. Dette har jeg ikke taget med i betragtningen af gangstertesten.

Spørgsmål	Desktop	Mobil
Hvilket website er du på?	3	3
Hvor er den globale menu for websitet?	3	3
Hvilken underside er du på?	2	2
Hvilke muligheder har du fra denne side?	2	2
Hvordan kom du til (under)siden?	0	0
Hvor kan du søge?	0	0
Total point	10	10

Ekspertvurdering

I denne test skal man se på alle hjemmesidens fejl – både information, brugervenlighed, æstetiske problematikker, brudte standarder og meget mere.

Herunder noteres fejlene i form af pointsystem af 1 til 4, hvor 1 er kosmetisk 2 til 4 er på en alvorskala.

Ekspertvurderingen for det nuværende design for Gærum Form og Trivsel findes i bilag, Bilag A, Ekspertvurdering.

Kortsorteringer

I kortsorteringstesten giver man en masse "posted notes" til andre brugere. Disse kort indeholder titler på den nuværende hjemmesides menupunkter, og det er herfra brugerens job at sortere disse kort til en hovedmenu, som giver mening for dem.

Denne test er med til at hjælpe designeren med at finde på den mest optimale menu, som giver mening for alle brugere. Herunder er det også vigtigt at notere, hvad brugerne siger i løbet af testen, da der evt. kunne være nogle punkter, som man har overset.

Kortsorteringen af Gærum Form og Trivsels nuværende hjemmeside viser, at de fleste brugere gerne vil flytte "Nyheder" og "Nyhedsbrev" ind i samme undermenu. Nogle brugere var uenige i, hvor "Støtte", "Instruktører" og "Om" skulle ligge henne.

Selvom der kun var 7 kort at sortere, var der ikke nogen af mine 5 brugere, som lavede den samme sortering. De havde alle deres egen struktur med enkelte korttilføjelser.

Kortsorteringen for det nuværende design for Gærum Form og Trivsel findes i bilag, Bilag B, Kortsortering.

Bruger-/Pilottest

Brugere af hjemmesider leder altid efter en bestemt information. Derfor er det vigtigt, at det de leder efter, er tydeligt vist og sat ind i de rigtige undersider. Her hjælper bruger-/pilottesten.

I denne test gav jeg 3 brugere 3 til 4 spørgsmål om information, som de kan finde på Gærum Form og Trivsels nuværende hjemmeside.

Spørgsmål, citater og evt. tid det tog for brugeren til at finde informationen, findes i bilag, Bilag C, Bruger-/pilottest.

Personligt synes jeg, at det er interessant, hvordan vi som mennesker har vores egen idé om, hvor vi skal finde informationerne. F.eks. manglede jeg en footer med lokationsinformationer, hvorimod 2 af mine testere begge gik direkte til kontaktsiden og fandt lokationen relativt hurtigt. De resterende konklusioner på de andre spørgsmål ligger

enten i utydelig formatering eller unaturlig placering, som f.eks. skriver Gærum Form og Trivsel, at der er mulighed for prøvetime under "Nyheder", men ikke under deres "Bliv medlem" side.

Konklusion af usabilitytests

Testene har hjulpet meget i at få flere idéer til mulige designs, end at man bare tager det første som den bedste. Jo mere jeg testede hjemmesiden, jo værre blev det. Der er mange standarder, der ikke bliver fulgt, som f.eks. en bruger skal kunne visuelt se på siden, hvilken underside vedkommende er på. Derudover er der en masse gode informationer spredt rundt på Gærum Form og Trivsels hjemmeside, som ikke udstråler nogen form for vigtighed, som f.eks. gratis prøvetime for at fange mulige kunder eller fremhæve adgangskrav, hvis en bruger leder efter denne information.

Derudover er det spændende at se, hvordan andre navigerer rundt på en hjemmeside samt har deres helt egen forståelse af, hvad en topmenu skal indeholde, og hvad de lægger mest vægt på.

Med disse resultater har jeg bygget ny menu samt haft stor fokus på, at brugere skal kunne skimme siden og finde den information, de leder efter med lethed.

Design brainstorm (step 1)

For at jeg kunne komme i gang med første trin af designprocessen, ville jeg have den bredere idé om, hvilke informationer foreningen havde at byde på, så jeg kunne fordele dem de rigtige steder hen samt i en orden, der kunne give mening for brugeren.

Cardsmith brainstorm

Jeg følte, at det var mest logisk at benytte Cardsmith, som vi er blevet vist i undervisningen. Her har jeg muligheden for at lave en masse kort/sticky notes og senere sortere dem i min egen rækkefølge.

Jeg endte med at lave hele hjemmesiden i informationskort, hvor hver underside fik deres egen farvekode, hvor jeg på f.eks. min forside kunne navigere min bruger rundt til at læse mere om det bestemte emne, som en sektion beskrev.

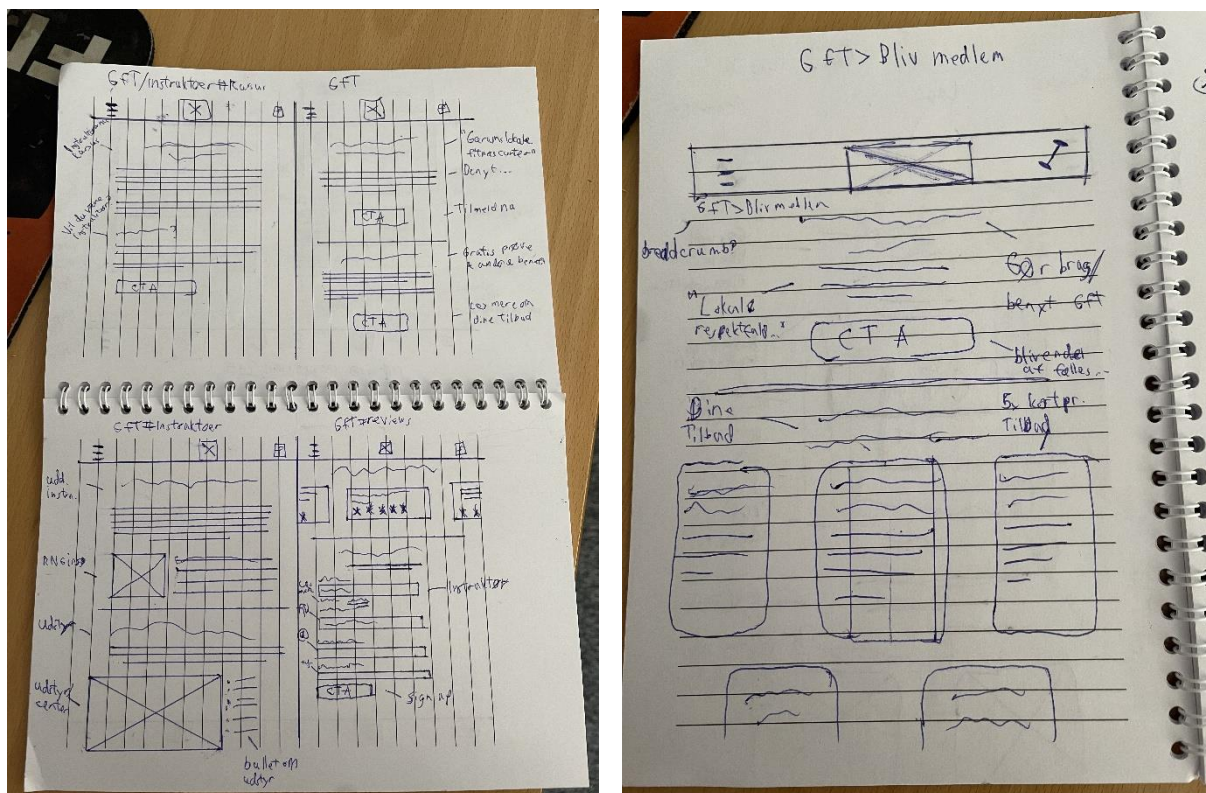
Min egen kortsortering kan findes i bilag, [Bilag D, Content kortsortering](#).

Efter at have sorteret mine kort med bagtanken, at de bruges som informationssektioner på hjemmesiden, kunne jeg påbegynde håndtegnede designs i form af wireframes.

Wireframes

På billederne nedenunder vises Gærum Form og Trivsels forside (venstre billede, øverst højre skitse og de 2 nederste skitser i samme billede) samt den originale idé for deres "Bliv medlem" side (det højre billede). Det er vigtigt, at siderne er delt op i informationssektioner, således at brugerne/kunderne har nemt ved at følge kunderejsen og samtidigt får overskuelig information, som er let at læse.

Jeg valgte også at erstatte min originale tanke med håndvægt i topmenuen med et Facebookikon, da foreningen har en god aktivitet på deres Facebookside med bl.a. nyheder, opdateringer og andre overvejelser, som deres medlemmer ikke burde gå glip af.



Kunderejsen

Den primære kunderejse for Gærum Form og Trivsel er at få byens (eller nærliggende byers) indbyggere til at benytte deres fitnesscenter og herunder blive medlem af foreningen. Derfor har jeg kun designet foreningens forside og "Bliv medlem".

Havde jeg mere tid, ville jeg især designe "Instruktører", "Centeret" og evt. "Kontakt", da jeg synes disse sider enten er med til den primære kunderejse (man skal vælge en instruktør, før man tilmelder sig) eller til rejsen efter medlemskab (medlemmer bruger også hjemmesiden til at se, hvor mange medlemmer der indenfor de seneste 90 minutter er tjekket ind i centret), hvor den information kunne findes i undersiden "Centeret".

Argumentationer for det nye design

Det nye design viser mere overskuelig og letlæselig information på "de rigtige sider". Meget af hjemmesidens information på det nuværende design er enten spredt for meget rundt (tilbuddet om gratis prøvetime ligger under "Nyheder", selvom adskillige testpersoner påtænkte, at informationen ville ligge under "Bliv medlem") eller ikke fremhævet nok (f.eks. alle tilbud som Gærum Form og Trivsel tilbyder deres kunder enten er svær at finde eller ikke skrevet overhovedet). Nogle informationer på det nye design kunne kun skaffes via virksomhedsbesøg, hvor fundne informationer ikke var skrevet noget sted på den nuværende hjemmeside.

Jeg har derudover fjernet "Om" og "Nyhedsbrev", da det meste af informationen om centeret findes på forsiden. Nyhedsbrevet er også blevet flyttet ind i "Nyheder", da alle mine kortsorteringer tyede på, at nyhedsbrevet var den del af nyhederne.

Styletile & mini designmanual

Jeg har valgt at beholde deres blå tema og tilføje lidt ekstra nuancer. Den blå farve symboliserer sikkerhed og loyalitet, som jeg synes fungerer fint i sammenhæng med lokalt fitnesscenter. Derudover er der tilføjet rød og grøn fra logoet, da disse farver er med til at vise genkendelighed af Gærum som by.

Begge CTA knapper er i blå nuancer – både for at sprede den blå farve over siden, men også for at vise brugerne, hvilke knapper der er vigtige kontra til rådighed. Den fyldte CTA knap skal fremstå vigtigere end den kantede CTA knap, da det er standard indenfor web, at den primære knap er fyldt, og den sekundære er kantet.

Billedet af fitnesscenteret kommer fra Gærum Form og Trivsels Facebookside. Det bliver brugt i forbindelse med information om deres udstyr på forsiden.

Headline 1

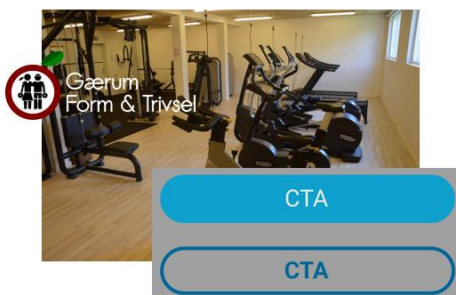
Headline 2

Headline 3

Paragraph, [Link](#), Button text

Button Alt

Disclaimer, CardTitle, CardMessage
Breadcrumb



HEX #0F2132
RGB 15 33 50
CMYK 70 34 0 80

HEX #006699
RGB 0 102 153
CMYK 100 33 0 40

HEX #0FA0CE
RGB 15 160 206
CMYK 92 22 0 19

HEX #68ADCF
RGB 104 173 207
CMYK 50 16 0 19

HEX #148D04
RGB 20 141 4
CMYK 86 0 97 45

HEX #800000
RGB 128 0 0
CMYK 0 100 100 50

HEX #111111
RGB 17 17 17
CMYK 0 0 0 93

HEX #666666
RGB 102 102 102
CMYK 0 0 0 60

HEX #888888
RGB 136 136 136
CMYK 0 0 0 47

HEX #CCCCCC
RGB 204 204 204
CMYK 0 0 0 20

HEX #EEEEEE
RGB 238 238 238
CMYK 0 0 0 7



Figma prototype (step 2)

Til digitalt design og prototyping har jeg brugt Figma. Figma tilbyder bl.a. emulator, som jeg har benyttet i form af design til mobil. Her fandt jeg bl.a. ud af, at jeg havde meget mindre plads, end jeg oprindeligt havde regnet med. Udover overraskelse af plads, som gjorde, at jeg måtte layoute mine kort som stak, er designet fra wireframen kommet godt hen på den digitale side.

Grundet begrænset tid har jeg fokuseret på designet af forsiden og "Bliv medlem" siden samt hamburger "flyout" menu.







Det nye design får en gangstertestscore på 15/15, da jeg ikke har tilføjet søgefelt.

Mine noteringer på ekspertvurderingen for det originale design er næsten helt løst. Der er nogle få noteringer som ikke er blevet løst, da jeg ikke har designet en side med den slags information.

Egne refleksioner

Jeg synes, at designet er blevet godt. Der vises god enkelthed, og strukturen er mere læsevenlig end det nuværende design. Derudover er der kommet mere information og gjort noget af det eksisterende information mere synligt, således at det kan hjælpe Gærum Form og Trivsel med at få flere medlemmer i deres fitnesscenter.

Jeg ville elske at have lidt mere tid, så jeg kunne eksperimentere med flere layoutmuligheder i mine informationssektioner og evt. bruge mere tid på at style mine kort-komponenter.

Dog kunne jeg godt have brugt min tid noget bedre. Jeg føler, at jeg brugte for meget tid til at forstå det store billede, men gjorde mit bedste for at tage processen ét skridt ad gangen. Jeg ville helt sikkert være mere effektiv i næste designproces, nu hvor jeg har prøvet det i praksis.

Jeg har nydt at se hjemmesidedesign på en anden måde en bare layout. Jeg har bl.a. lært at se det, som at være et hjælpemiddel til at sælge et produkt og dermed definere en målgruppe, så man kan designe produktet på en mere effektiv måde.

Kildeliste

- Gærum Form og Trivsels egen hjemmeside, <https://www.formogtrivsel.dk/>
- Gærum Form og Trivsels Facebookside, <https://www.facebook.com/gaerumformogtrivsel/>
- Cardsmith til brug af kortsortering, https://gocardsmith.co/#boards/-NwiEaR269k5oi4i_cMA
- Farvesymbolik for farvevalget blå, <https://www.color-meanings.com/#blue>
- HEX konvertering til CMYK via colordesigner, <https://colordesigner.io/convert/hextocmyk>
- AI billede generation af personatekst "Helle", <https://app.leonardo.ai/ai-generations>

Bilag

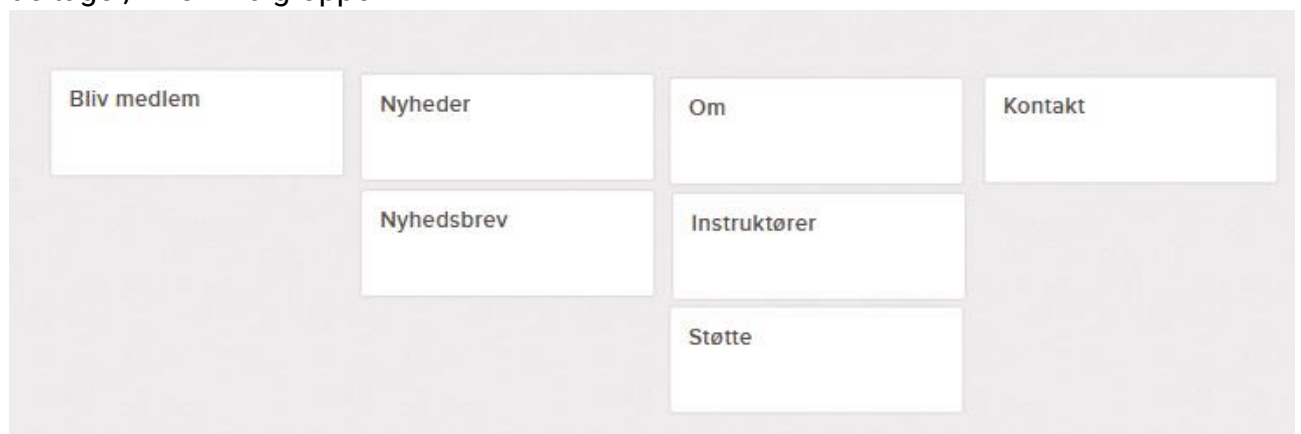
Bilag A, Ekspertvurdering

Heuristik Navn./Nr.	Hvor URL	Kort problem	Problem Beskrivelse	Kategori 1-4 points	Løsning Forslag til forbedring
2, 10	/	"Meget at byde på" starter med pris	"Gærum Form og Trivsel har meget at byde på" men starter med at vise pris, før der bliver informeret om tilbud/ydelser	2	
4, 2, 8	/	Lokation ikke i footer	Lokationen af GFT ligger ikke i footeren, men man skal ind i /s/kontakt	2	
8, 2	/s/om-form-og- trivsel	Undersidetekst kan være mere klart	Undersiden kan godt gøres mere tydelig (overskriften er bare "Gærum Form og Trivsel")	2	
8, 2	/s/om-form-og- trivsel	Manglende information om udstyr	Der mangler mere information om deres udstyr. Hvilke udstyr tilbydes og hvordan er kvaliteten?		
10	/s/om-form-og- trivsel	Hygiejne	Der står intet om deres hygiejne eller hvor ofte der bliver rengjort.	4	
10, 2	/s/instruktoerer	Mere individuel instruktør information	De listede instruktører kunne godt have noget mere "kød" på, som f.eks. billede, erfaring og evt. beskrivelse end bare bullet- punkter.	4	
10, 4,	/s/om-form-og- trivsel	Adgangsinformationer (krav + system)	Adgangsinformationer skal stå mere tydeligt – og især på samme side	4	
8	/s/bliv-medlem	Opsætningsfejl	Tilmelding vises sjusket samt "Adgangs system" er ét ord. Hvad er DKr?	1	
2, 4	/s/nyhedsbrev	Forældet nyhedsbrev	Nyhedsbrev(arkivet?!) er forældet, og viser ikke progression siden 2018. Er foreningen stoppet?	3	
10	/s/instruktoerer	Tilmelding som (hjælpe-)instruktør	Er det muligt at blive instruktør hos GFT?	3	

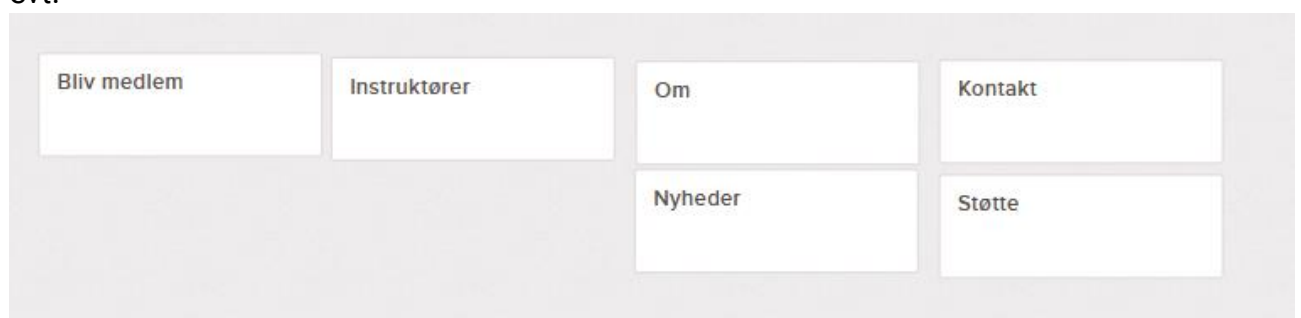
			Hvordan? Der er ingen CTA		
2, 10, 4	/	Ingen nyheder under nyheder	Går man til "Nyheder" navigationen (/), vises der ingen nyheder, men dog et meget gemt link til GFT's Facebookside	4	
2	/	Ankommet for tid siden i bunden	Er man returnerende medlem på siden og vil se hvor mange, der er i centeret, skal man helt ned i bunden	2	

Bilag B, Kortsortering

1. deltager, ikke i målgruppen



evt.



"Der er både nyheder og nyhedsbreve?"

"Der er ingen forside, så jeg går ud fra, at man bare trykker på logoet?"

"Jeg tænker, at når du vil have nyhedsbrevet, er det nok i relation til nyheder"

"Nyheder kunne evt. være en under-tab hos noget andet"

2. deltager, ikke i målgruppen



"Er det ikke sponsorerne? Er det firmaer eller private? (Støtte)"

"Støt os er mere positivt end Støtte – som om vi er fattige og har brug for hjælp"

"Jeg vil gerne have en forside"

"Hvor er priserne? Er det gratis? Man kan andre steder blive medlem uden at betale noget"

+ Bliv en del af os

+ Priser

+ Priser/Medlem

+ Støt os

- Støtte

3. deltager, ikke i målgruppen



"Der ligger lidt dobbeltkonfekt her, gør der ikke det?"

"Kan der være et søgefelt?"

+ Forside

+ Søg

4. deltager, ikke i målgruppen

"Mangler selvfølgelig en forside"

"Når der er medlem, vil jeg også gerne have noget om priser"

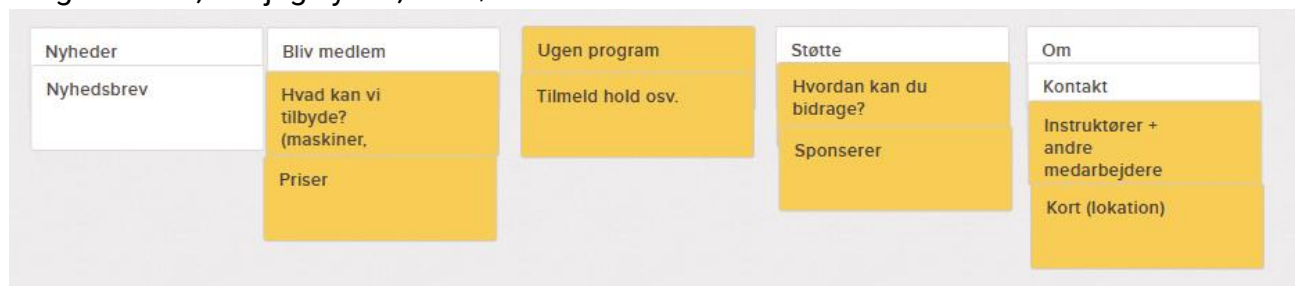
"Jeg vil gerne vide noget om fællesskabet"

"Det kan godt være at der er nogle arrangementer eller en kalender. Jeg kunne godt tænke mig at vide, hvad der foregik"



- + Forside
- + Fællesskab
- + Priser
- + Kalender

5. deltager, ikke i målgruppen
 "Om synes jeg altid er til sidst"
 "Jeg ved ikke, om jeg synes, at Støtte skal være under Om"



- + Hvad kan vi tilbyde (maskiner, personlig træning)
- + Kort (lokation)
- + Hvordan kan du bidrage?
- + Sponsorere
- + Priser
- + Ugen program
- + Tilmeldingshold
- ~ Instruktører + andre medarbejdere

Bilag C, Bruger-/pilottest

Brugertestspørgsmål

- Hvor gammel skal man mindst være, for at blive medlem?
- Hvor ligger centeret?
- Er der mulighed for prøvetime?
- Hvad er seneste nyt?

Bruger 1

- Sp. 1 – 1:29, gav op
 - "Jeg tror at jeg skal gætte mig frem til, hvor det er"
 - "Jeg ikke den type med den store tålmodighed, så jeg havde nok bare glemt og lukket det"
 - "Guuud, der er adgangskravene, men jeg synes det er meget væk"
- Sp. 2 – 0:05
- Sp. 3 – 1:06, gav op
 - "Jeg kikker på medlem"
 - "Jeg havde forventet, at det var inde under priser – "Prøv det inden du betaler""

Bruger 2

- Sp 1.
 - Bliv medlem
 - "Det er måske svært at finde"
- Sp 2.
 - Kontakt
 - "Det ligger i Frederikshavn"
- Sp 3.
 - Bliv medlem
 - "Jaaa..."
 - Tog lidt længere tid end de andre
- Sp 4.
 - "Jeg leder efter nogle aktiviteter"
 - "Nyhedsbrev fra 2017 og 2018 – det er ret gammelt"

Bruger 3

- Sp 1. – 0.08
 - Bliv medlem
- Sp 2. – 0.21
 - Om
 - "Det var ikke lige der, jeg ville have haft den"
- Sp 3. – 0.37
 - Bliv medlem
- Sp 4. – 0.10
 - "Øhh, ja"

Bilag D, Content kortsortering

