

Redesign-opgave 05.03.01

Et redesign af en selvvalgt virksomheds hjemmeside

Gruppemedlemmer i gruppen

A7

Emma Louise Svane
Emilie Kirk-Andersen
Johanne Skou Karlsen
Julie Mie Thorenfeldt
Stine Plejdrup Schmidt

Redesign af HairLoungeCph.dk

<https://hairlounge-redesign.netlify.app/>

[Link til Github-repository](#)

[Link til videoer](#)



Projektgruppe og -styring

Vi har gennem dette tema gjort brug af et scrumboard til at holde et sikkert overblik, og hele tiden vide hvem der er ansvarlige for hvad. Vi har taget et screenshot af vores scrumboard hver dag, for at kontrollere størrelsen af bilaget viser 4 ud af de 8 dage. (Se bilag 1)

Virksomhedens profil

Hvordan fremstår virksomheden nu - brand og image?

I gruppen fandt vi i fællesskab frem til hvilke fejl og mangler, vi så HairLoungeCphs eksisterende site have.

- På forsiden ser man ikke navnet tydeligt, logoet er meget småt og kan fremstå utydeligt. Dette er en ærgerlig faktor, da det kan gøre en potentiel kunde i tvivl om hvad hjemmesiden tilbyder.
- Splashimage og de andre billeder på forsiden har forskellige størrelser, farver og betydning for sitet. Ved første øjekast på siden kunne man godt tro, at virksomheden hed 'Eleven', da det er den største overskrift man ser når man kommer ind på sitet.
- Menuen fremstår gammeldags. Den er meget neutral og giver ikke et spændende look til sitet.
- På forsiden gøres der brug af tekst som beskriver personalet, det samme står der under 'Personale', det giver sitet et ufærdigt udtryk, når teksten kopieres.
- Sitet virker generelt flad og upersonlig. Gruppens vurdering er, at siden kunne træne til nogle klare regler for struktur, samt bedre billede og tekst komposition.
- Sitet fremstår ikke så eksklusiv eller luksuriøs, som mange andre frisør hjemmesider gør.
- Brandet er ikke nemt at gennemskue ud fra sitet som den er nu.

Hvordan vil de gerne fremstå overfor deres kunder?

Ejerne Curt og Heidi ønsker, at deres kunder ser dem som værende professionelle og imødekommende. Da de begge har mange år i branchen, lægger de naturligvis vægt på, at deres professionelle håndværk bliver anerkendt. Kunderne skal føle sig tilpas i salonen og der skal være plads til forskelligheder og god stemning.

Ydermere stræber de efter, at man som besøgende ikke bare føler sig som en kunde, men at man mere er deres gæst. Det er den stemning Curt og Heidi ønsker kunderne skal mærke når man besøger deres salon. Alle skal føle sig velkommen og tilpas hos dem og de vil gerne skabe rammer, som er trygge og gode for kunderne.

Brugerprofiler

Hvad ved virksomheden om deres nuværende målgruppe?

Deres nuværende målgruppe er bred. De ser dem selv som en familiesalon, hvor alle aldersgrupper er velkomne, lige fra småbørn til bedsteforældre. Ønsket er, at målgruppen skal forblive bred, da de på denne måde kan møde flere forskellige kunder og lære mere hver dag.

Hvilken målgruppe ønsker de at nå fremadrettet?

De ønsker at beholde deres brede målgruppe, da det giver dem en varieret hverdag samt arbejdsopgaver. To dage er ikke ens og de møder forskellige mennesker hver dag. De har åbnet deres salon med et ønske om, at være netop en familie salon, hvor der skal være plads til alle.

Hvordan skal nyt site kommunikere brand og målgruppe?

HairLoungeCphs brand er baseret på professionalisme, stor erfaring og godt håndværk. Dette vil kunne vises gennem stilrene og selvsikre billeder og video, hvor der vises hvor dygtige de er i deres håndværk. Deres store erfaring kan også beskrives under "om os"-siden. Ydermere vil de også kunne vise og forklare noget om de professionelle produkter de bruger. Man kunne også have anmeldelser fra tidligere kunder, for at understøtte hvor dygtige de er. Dette vil gøre sitet mere troværdig for nye potentielle kunder.

Derudover fokuserer de meget på at være personlige, og skabe en hyggelig og åben stemning, som kan vises gennem glade og smilende billeder af dem, der viser nærvær og personlighed. Dette kan også kommunikeres gennem tekst, bla. ved at byde kunden velkommen til hjemmesiden, og generelt bare fokusere på at være åbne og personlige i teksterne. For at understøtte deres målgruppe på sitet kan de have billeder og video af både børn og voksne, samt begge køn.

Analyse af eksisterende site

BERT

BERT-analysen er et værktøj som er godt at benytte sig af, når man skal undersøge, hvordan sitet fremstår inden ændringer. Her stilles syv forskellige spørgsmål, som bliver besvaret af forskellige målgrupper. På den måde skabes et overblik over, hvordan sitet bliver opfattet. (Se bilag 3)

I gruppen har vi udarbejdet følgende BERT-analyse spørgsmål:

1. Hvilken prisklasse tror du frisøren har, ud fra forsiden på deres site? (eksklusivt - prisvenligt)
2. Hvilken målgruppe tænker du, at siden henvender sig til? (unge - ældre)
3. Hvilken stil tror du de primært udfører? (kreativ - traditionel)
4. Synes du sitet fremstår moderne eller gammeldags? (Moderne - gammeldags)
5. Fremstår hjemmesiden troværdig? (Troværdig - utroværdig)
6. Fremstår hjemmesiden feminin eller maskulin? (feminin - maskulin)
7. Hvordan fremstår siden? (Indbydende - afvisende)

BERT 1 (Se bilag 3)

Testen gav os et indblik i hvordan websitet blev opfattet før redesign.

Overordnet kunne vi se, at de 18 personer der tog testen, hverken syntes siden havde et indbydende eller afvisende look, de mente stort set det samme, da de bliver spurgt om siden så prisvenlig eller eksklusiv ud. Derudover var der flest der opfattede siden som værende henvendt de ældre og også traditionel af udseende.

Siden blev desuden opfattet som værende lige i midten da der blev spurgt om hvorvidt den så feminin eller maskulin ud. Da den hældte mod et ældre publikum af udtryk, er det ikke overraskende at siden også bliver

opfattet som værende længere mod gammeldags. Ved sidste punkt kan man se, at siden delvist bliver opfattet som troværdig.

Før BERT 2 (Se bilag 3)

Vi har i gruppen forsøgt, at placere de røde cirkler hvor vi ønsker vores redesign skal ændre på BERT Testens udfald efter næste test.

Vi mener siden skal fremstå indbydende, og imødekomme alle frisørbesøgendes behov (om man leder efter en high-end eksklusiv eller en prisvenlig løsning) Hos HairLoungeCph bliver der lagt meget vægt på det, at være en familie-frisør og derfor placerer vi cirklen i midten, da vi håber sitet kan virke tiltalende for personer i alle aldre.

Vi håber på, at have skabt et site der virker traditionelt med de konventioner der normalt er for frisørsider, men også at have skabt noget nyt og spændende for Heidi & Curt Vi ved, at frisør sider hurtigt kan komme til at fremstå meget feminine, men uden at blive en barbershop, håber vi at vores redesign stadig har enkelte maskuline toner. Vi har forsøgt at ramme et mere moderne udtryk, der følger med tiden. Vi har selvfølgelig forsøgt at gøre siden så troværdig som muligt.

Efter BERT 2 (Se bilag 3)

Testen efter redesign, gav os et indblik i hvorvidt vi har ramt de mål vi satte for den sidste test. Overordnet kan vi se, at vi slet ikke er langt fra de mål vi satte. Der er minimale forskelle på de to, hvilken vi i gruppen er meget tilfredse med. Dermed kan vi konkludere at vi i gruppen har opnået vores mål for hvordan vi ønsker at siden skal opfattes efter redesign.

5-sec test

Testen går ud på at finde frem til brugerens førstehåndsindtryk af sitet. Brugeren skal hurtigt prøve at afkode hvad websitet handler om.

Hvad handler dette site om?

Man kan godt blive i tvivl om hvad sitet handler om ved første øjekast, men når splashimage skifter til et billede med forskellige produkter, kan man godt regne ud, at det nok er en frisør. Logoet viser det også, men da det er meget småt, er det ikke det første, som man lægger mærke til.

Hvad var mest i øjenfaldende?

Det første man lægger mærke til er splashimage, hvor der står 'Eleven'. Dette siger ikke meget om selve sitet eller hvad sitet omhandler. Derudover den grønne farve og dernæst logoet.

Beskriv hjemmesiden med 1 ord:

Ikke gennemarbejdet/ufærdigt.

I gruppen har vi alle undersøgt siden med 5-sec test. Der var bred enighed om, at det første man lægger mærke til, er splashimage på forsiden, som ikke beskriver hvad sitet omhandler. Man bliver hurtigt i tvivl om indholdet på sitet, da der ikke er en struktureret sammenhæng mellem billeder og tekst. Et andet iøjnefaldende element er den grønne farve som bliver brugt i stor stil på sitet. Da der ikke er nogen struktur på sitet med billeder og tekst, bidrager den grønne farve ikke positivt.

Styletile (designanalyse)

Dette styletile er udarbejdet ud fra sitet oprindelige layout og designvalg. Sitet gør ikke brug af en bred farvepalette, hvilket giver et meget enkelt layout og udtryk. Det kan tydeligt ses, at sitet især gør brug af den grønne farve, som både bruges som baggrund til deres billeder, i menuen, bag logoet og som baggrundsfarve på hele sitet.

Der benyttes ikke mange UI-elementer på sitet, hvilket også medvirker til at give en 'flad' oplevelse når man besøger sitet. Billederne er flot taget, men bliver gjort kolde med sort/hvid filteret.

Style Tile - over det udvalgte site: <http://www.hairloungecph.dk/>

Overskrift

På sitet er der ikke en rigtig overskrift, men de har et logo med deres navn

HAIRLOUNGE^{CPH}
By Curt & Heidi

Enkel beskrivelse af stilen

Stilen der gøres brug af, vil beskrives som minimalistisk. Der gøres ikke brug af en bred farvepalette, billederne/illustrationerne er enkle og afdæmpede. Stilen er meget enkel, og der er ikke mange fængende elementer på sitet.

Farvepalette



Brødtekst

Salonen er ejet af Curt & Heidi.

Efter mange år som ansat i frisørfaget, besluttede vi at åbne vores egen salon på Frederiksberg. Vi sætter pris på kvalitet og gode produkter. Det er vigtigt, at du/I føler Jer velkommen i vores salon, for I er ikke blot vores kunder - I er også vores gæster. Vi er medlem af "dofk", og vi har begge den 4-årige frisøruddannelse.

Fotostil / Illustrationsstil



UI-elementer

Forside

Personale

Behandlinger

Online booking

Fotostil

På sitet er der forskellige slags billeder, med forskellige fotostil. Der er billeder af produkterne på forsiden og så er der billeder af personalet. Billederne på sitet fortæller lidt om hvilke produkter man kan forvente at se i salonen via et splash billede på forsiden som fungerer som et slideshow og er meget farverige.

Splashimage på forsiden består af et logo hvor skriften 'ELEVEN' står med store bogstaver. Bogstaverne i logoet har et meget farverigt udtryk og indeholder derudover en gradient som sammensætter regnbuefarverne.

Det andet billeder der vises på forsiden, er et mere afdæmpet billede af produkterne. Her benyttes en mere simple farvepalette, som giver en god harmoni og balance.



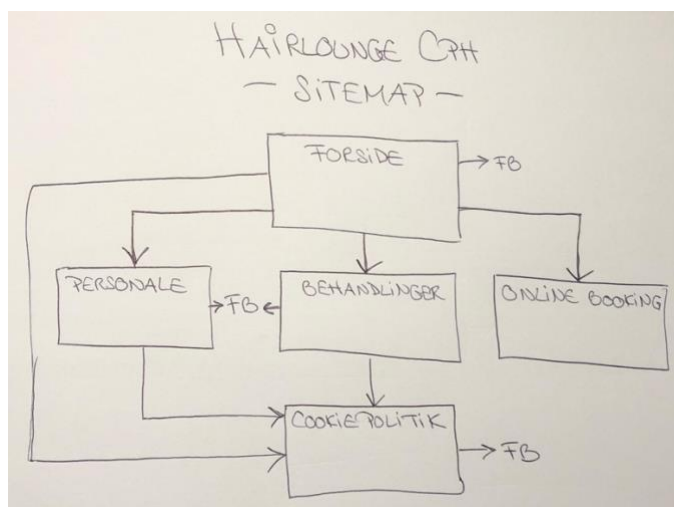
ELEVENTM
AUSTRALIA

Personalebillederne benytter et sort/hvid filter, hvilket giver billederne en stor kontrast mellem det lyse og det mørke. Billederne sætter god fokus på hvem der arbejder i salonen og billederne viser både deres professionelle side, ved det mere fokuserede og intense udtryk, samt det milde og hyggelige.



Sitemap

Det eksisterende sitemap er opdelt således, at man fra forsiden kan komme direkte til 'Behandlinger', 'Personale', 'Cookiepolitik', 'Facebook' og 'Online Booking'. Fra personale og Behandlinger kan man komme til Cookiepolitik og Facebook. Sitet er enkelt og man kan lige meget hvilken underside man er på, komme tilbage til forsiden ved at klikke på logoet.



Indholdsoversigt

Det eksisterende site indeholder, en forside, en side med de behandlinger HairLoungeCph tilbyder, en side med online booking, en side der viser og fortæller om personalet og en cookiepolitik side samt et link til Facebook.

På forsiden ser man splashimage som skifter mellem to billeder af produkterne. Herunder er der tre kolonner med henholdsvis 'Velkommen' 'Åbningstider' og 'Kontakt'. Her er der billeder med tilhørende tekst om både personale, åbningstiderne og hvordan man kommer til salonen.

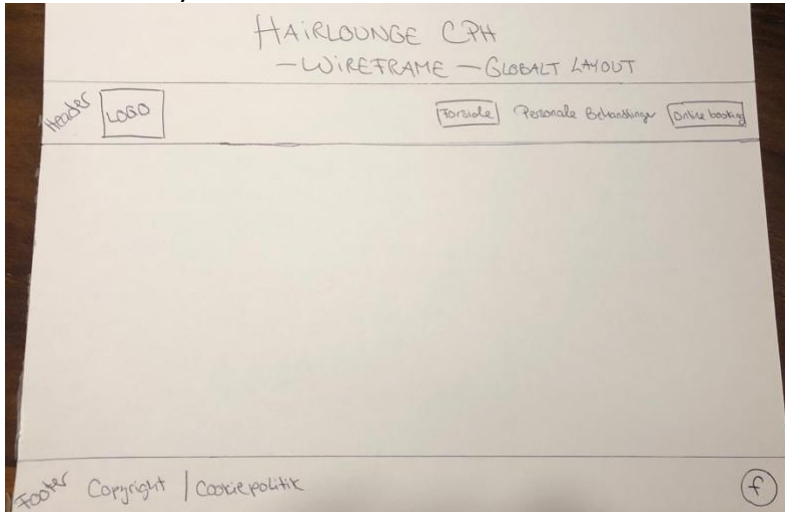
Under 'Personale' kan man se billeder af frisørerne og læse en kort tekst om dem begge. 'Behandlinger' viser de behandlinger man har mulighed for at booke online. Under 'Online Booking' kan man oprette en bruger og på den måde få en tid.

Funktionalitetsliste - hvad kan brugeren på sitet

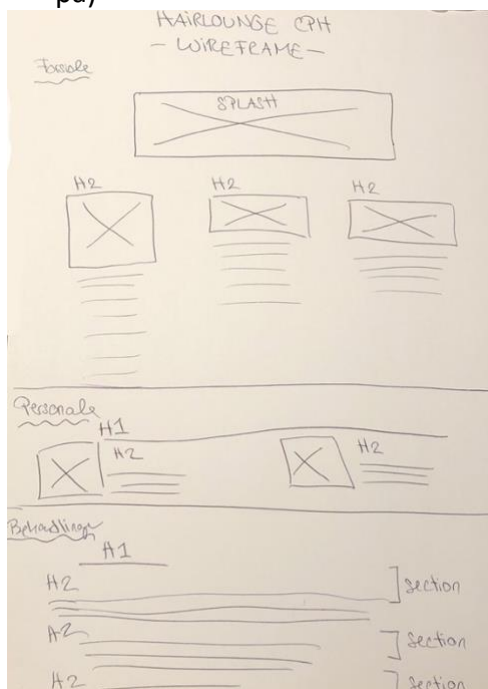
Brugeren kan på sitet bestille en tid hos en af de to frisører, samt se de ydelser HairLoungeCph tilbyder. Derudover kan brugeren læse om personalet og se direkte hvordan man kommer til salonen. Den vigtigste brugerrejse er "online booking", da det delvist er budskabet med sitet. Brugeren kan på sitet også finde frem til adresse, udforske produkter og finde kontaktoplysninger til salonen.

Wireframe, eksisterende site

- Globalt layout



- Layout for de enkelte sider (Cookiepolitik er en ren tekst-side og online-booking skal vi ikke ændre på)



Krav til redesignet site

Vi har delt siderne ud efter tid. Med det menes at dem der har brugt meget til på at filme og redigere, har fået en mindre kompliceret side at kode. Vi har i kodeforløbet regelmæssigt været i kontakt med hinanden, så vi har kunne få hjælp og vejledning af andre i gruppen.

Gruppen består af fem gruppemedlemmer, og i gruppen besluttede vi os for at lave:

1. Forside
2. Behandlinger
3. Produkter
4. Om os
5. Kontakt

Krav til planlægning og ideudvikling

Brand - hvilken historie vil virksomheden fortælle? Hvilket budskab?

HairLoungeCph ønsker at skabe et brand baseret på deres professionelle håndværk. De ønsker at skabe trykke og gode rammer for kunden, som skal føle sig velkommen til tilpas i deres frisørsalon. En vigtig faktor for ejerne Curt og Heidi er, at man ikke bare er en kunde, man er også deres gæst. Her ønsker ejerne at give kunden den bedst mulige oplevelse med gode produkter og en hyggelig atmosfære, som hvis man var hjemme i privaten.

Da begge ejere har mange års erfaring, skal man som kunde, kunne slappe af og stole på, at man er i gode hænder i hos Curt og Heidi.

Hvem ønsker de at ramme og hvilken målgruppe vælger I?

Hos HairLoungeCph er målgruppen bred. De lægger stor vægt på at alle er velkommen hos dem, da de ser sig selv som en familiesalon, hvor der er plads til hele familien. Med deres erfaring har de i mange års øvelse, og kan derfor klare alle aldersgrupper. De får både besøg af småbørn som skal klippes for første gang, som de får besøg af mormoren.

Curt og Heidi ønsker at deres målgruppe skal forblive bred, da det giver varieret arbejdsopgaver, som resultere i, at hver dag ikke er ens.

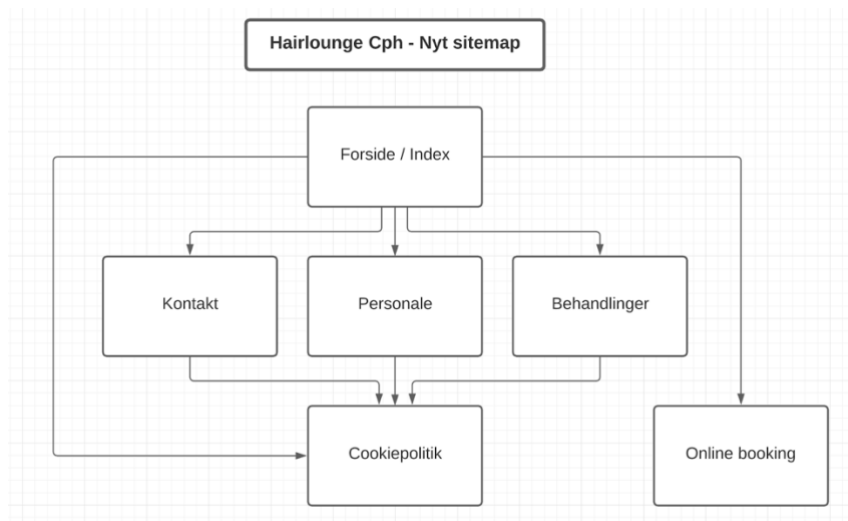
Vi i gruppen ønsker at fokusere på at ramme den samme brede målgruppe som HairLoungeCph allerede har. Da de gør meget ud af at fortælle at de er en familiesalon, er det vigtigt for os at lytte og opfylde behovet om den brede målgruppe.

Hvilke brugerrejser/funktionaliteter fokuserer I på?

Ønsket er at fokusere på, at brugeren bliver ledt effektivt hen til "Online Booking" samt kontakt og find-vej informationer. Det er ofte her brugeren finder de informationer de skal bruge for at finde vej til salonen, kontakte frisørerne og vigtigst af alt, bestille tid. Vi ønsker at brugeren skal kunne finde de informationer de leder efter, når de besøger sitet. Det er derfor vigtigt at sitet bliver overskueligt, og at UI-elementerne peger brugeren mod de undersider, der giver den ønskede information.

Nyt sitemap

Vi gør Booking-knappen ekstra synlig, tilføjer nye menupunkter og omrokerer de eksisterende.

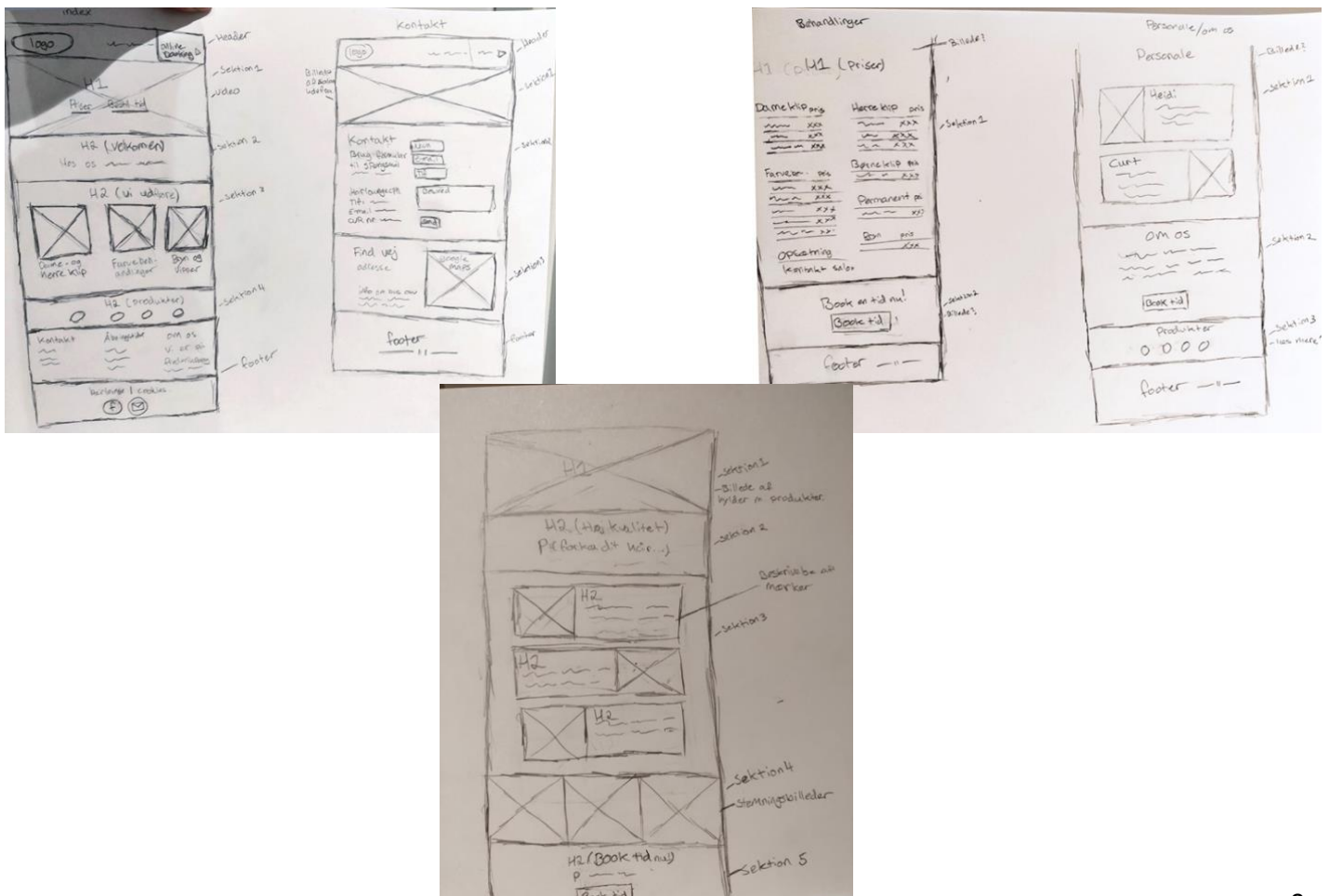


Hvor skal indhold være på websitet, og hvordan skal det indgå i layoutet af siderne?

Overskueligt/minimalistisk layout og en rød tråd igennem hele sitet. Siderne er opdelt i forskellige sektioner, som kommer til udtryk ved hjælp af baggrundsfarve. "Book tid" knap kommer igen flere steder på sitet, da det er den vigtigste brugerrejse.

På enkelte af siderne er der gjort plads til stemningsbilleder så man kan få en oplevelse af at være gæst i salonen.

Stor "dobbelt" footer, hvor man kan finde den vigtigste information.



Idégenerering på indhold

Ideer til vinkler og motiver til still-fotos

Gennem processen har vi alle i gruppen undersøgt forskellige hjemmesider og andre inspirationskilder for at finde ud af, hvilke stemninger og billeder vi ønskede at vise på det redesignede site.

Vi har samlet billederne i en collage, og ud fra det fået inspiration til hvilke billeder vi selv ønskede.

Heriblandt:

- Stol/stole med/uden kunder
- Produktbilleder
- Hårvask
- Butikken i fuld størrelse (indenfor)
- Butikkens facade
- Detaljer fx blomst eller vase
- Frisør i aktion - Dameklip + herreklip
- Behandling (fx farve eller retning af bryn/vipper)
- Evt. nye personalebilleder



Vores egne billeder blev som i den viste collage. Vi fokuserede på at tage billeder i forskellige vinkler og have fokus på detaljerne i billederne.



Tekst - hvor skal der produceres nye tekster og ny microcopy

Vi har valgt både at tage inspiration fra den oprindelige tekst fra siden, men også lyttet til hvad Heidi & Curt sagde under interviewet.

Især på forsiden og 'om os' siden har vi lyttet meget til hvad de sagde om deres forretning og hvad de har af ambitioner for virksomheden.

Det var på den måde at vi skabte ny tekst til forsiden, footer, om os, kontakt og til den nye side med produkter, der ikke var på det tidligere site.

På behandlings siden blev der ikke skabt ny tekst, da de udfører de samme behandlinger.

Microcopy:

Vi har med vores microcopy forsøgt at skabe opmærksomhed omkring det, som er hele meningen med siden, nemlig at booke en tid.

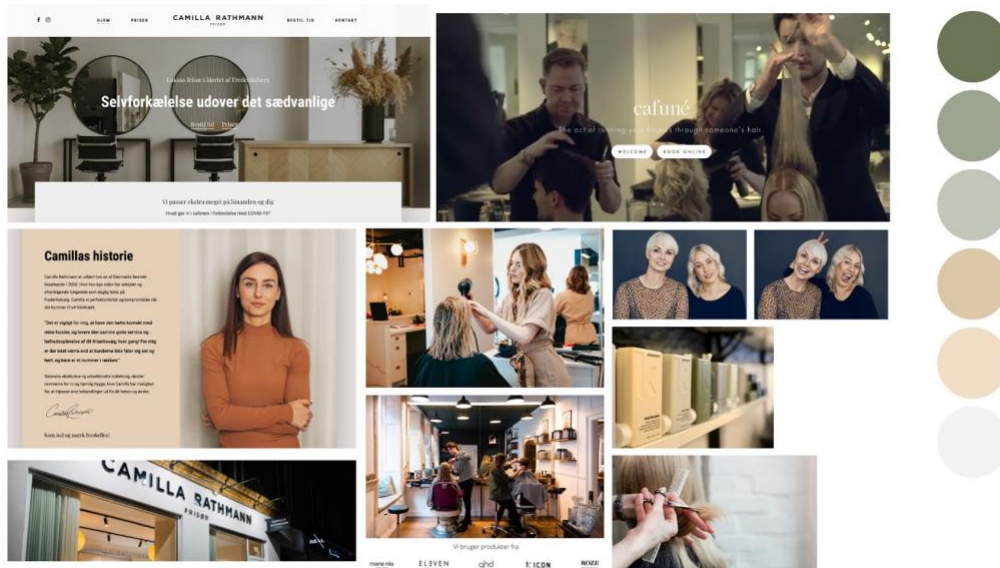
Moodboard



Moodboard er et godt værktøj, når man i et arbejde skal blive enige om en stemning/flow der skal benyttes. Derfor har vi i gruppen vist de forskellige ideer gennem moodboardet. Her har vi fået inspiration fra forskellige sites, så som:

- cafune.dk
- camillarathmann.dk
- Forside med video: frisor-sartil.dk
- "Vi bruger produkter fra:" platinhair.dk
- Farverne: nordichairconcept.dk

I gruppen var vi enige om, at vi ønskede at give HairLoungeCph et mere eksklusivt udtryk, samt gøre deres hjemmeside varm og hyggelige, da de gerne vil fremstå som åbne og glade for deres kunder/gæster. Moodboardet har hjulpet os til at beslutte hvilke designmæssige valg, vi skulle benytte os af fremadrettet i projektet.



Hvilket udtryk vil I bruge? Vis det i et Styletile

Det nye styletile viser hvad det nye site skal indeholde af billeder, farver, skrifttyper og UI-elementer. Vi har lavet vores styletile ud fra tanker og ideer fra vores moodboard, collage med billeder og generel research fra andre sites.

Style Tile

Overskrift

HAIRLOUNGE^{CPH}
by Curt & Heidi

Brødtekst

HairLoungeCph er et team bestående af Curt og Heidi.

Hos HairLoungeCph kan du forvente en hyggelig atmosfære, et professionelt håndværk, trygge rammer og ikke mindst god service.

Enkel beskrivelse af stilen

Stilen på det nye site, er meget minimalistisk og i neutrale toner. Farverne der gøres brug af, er stadig varme og medvirker til at gøre sitet varm og hyggelig at besøge. Stilen er mere eksklusiv nu end det tidligere site var.

UI-elementer



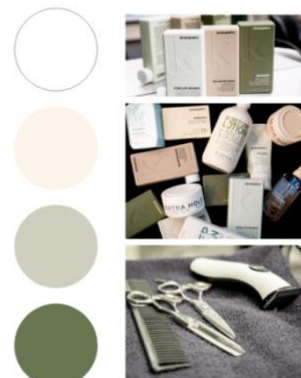
Behandlinger Produkter Om os Kontakt

Priser

Bestil tid

Online booking

Farvepalette/fotostil



Prototype

Vi har som i vores styletile brugt afdæmpede farver, enkle skifttyper og en varm, men simpel, farvepalette. (Se bilag 4)

Preproduktion

Interviewguide

Inden vi optog vores interview, besluttede vi os for en række spørgsmål, som vi ønskede at få svar på. Alle spørgsmålene har vi gjort så åbne som muligt, så vi kunne få en god begrundelse på spørgsmålene.

1. Hvem er I?
2. Hvad er jeres motto?
3. Hvorfor skal man komme lige netop her, I jeres salon?
4. Hvordan sørger I for, at være up to date med nutidens trends?
5. Hvad er vigtigt for jer ift jeres produkter?
6. Hvad er jeres kerneværdier ift salonen?
7. Hvilke målgruppe besøger jer typisk?
8. Hvorfor valgte I frisørfaget?
9. Hvilke behandlinger tilbyder I?
10. Hvad er en god arbejdsdag for jer?
11. Har I haft en ekstraordinær god oplevelse med en kunde? Hvis ja, hvordan blev oplevelsen god?
12. Hvordan modtager I en kunde?
13. Hvordan får I kunden til at føle sig velkommen?
14. Hvordan føles det at starte sin egen salon?
15. Hvilke produkter bruger I?
16. Hvordan vil I beskrive god hårpleje?

Storyboard

I fællesskab blev vi i gruppen enige om, hvilke scener vi ønskede vores film skulle indeholde. Dette tegnede vi, så vi kunne visualisere vores ideer, da vi så skulle ud og filme. Ud fra billeder på nettet kunne vi fornemme hvilke rum salonen havde, og vi kunne på den måde skabe idéer ud fra netop hvilke scener vi ønskede at optage.

Det udarbejdede storyboard viser de scener, som vi alle var enige om, ville være gode at have med. Storyboardet er et godt værktøj som vi benyttede os meget af.



Kode

Forklaring af et interessant HTML-eksempel med tilhørende CSS

Da vores "om os" side ikke har et stort splash- billede med farver som de andre sider, har vi valgt at bryde alt det hvide med en flyvende kasse bag billedet. Det er gjort ved at lave en div rundt om billedet, og give det en grøn baggrundsfarve i css.

Derefter har billedet fået tilføjet en position: relative; med en placering lidt fra top og venstre. Derudover har billedet fået en drop-shadow, som giver effekten af at billedet ligger oven på den grønne kasse.



OM OS

HairLoungeCph er et team bestående af Curt og Heidi.
Hos HairLoungeCph kan du forvente en hyggelig atmosfære, et professionelt håndværk, trygge rammer og ikke mindst god service.

Curt og Heidi har begge været i frisørfaget i mange år, og har gennem årene fulgt med tidens trends ved at deltage i kurser og øvelse i salonen. Med øvelse og læring gennem årene kan de, med deres mange års erfaring, håndtere en bred målgruppe. De står klar til at give en god service, ligemeget alder og hårtype.

"Det er vigtigt for os, at man føler sig velkommen her i vores hair lounge. Man skal føle at man ikke bare er en kunde, men at man er vores gæst"

```
<div class="col">
  <div class="image">
    
  </div>
</div>
```

```
37
38 ▼ #zero_section .image {
39     background-color: #6b7754;
40     padding: 15px 0 0 15px;
41 }
42
43
44 ▼ #zero_section .image img {
45     position: relative;
46     top: 8px;
47     left: 15px;
48     box-shadow: 1px 1px 10px #adacacb8;
49 }
50
```

Redigering af billeder

De originale billeder var meget mørke og kedelige at se på. Det er rettet op ved at tilføje en masse lys og noget kontrast. Derudover er det skruet en smule op for farverne. Det giver et mere lyst og appetitligt udseende.



Bilag

Bilag 1 (TrelloBoards)

TO DO

- Define: Evaluering af BERT-test og 5sec.-test
- Define: Analyse - eksisterende site: Indholdsoversigt (hvad er der af indhold på det eksisterende site)
- Define: Analyse - eksisterende site: Funktionalitets-liste (hvad kan brugeren på sitet? Hvad er de vigtigste brugerrejser på sitet?)
- Define: Hvilke brugerrejser/funktionaliteter fokuserer vi på?
- Define: Hvordan skal nyt site kommunikere brand, målgruppe og brugerrejser/funktionalitet?
- Define: Nyt sitemap (efter beslutninger om nyt brand, målgruppe og brugerrejser)
- Define: Lo-fi wireframe på papir + liste over indhold
- Define: Prototype på papir
- Define: Prototype i XD

In progress

- Define: Brand - hvilken historie vil virksomheden fortælle? Hvilket budskab?
- Define: Hvilken målgruppe ønsker virksomheden at ramme og hvilken målgruppe vælger vi?

Blocked (problemer)

Done!

- Define: Analyse - eksisterende site: Styletile (designanalyse)
- ALLE: Define: Virksomhedsprofil - Hvordan fremstår virksomheden nu/hvordan vil de gerne fremstå? Brand og image
- Define: Analyse - eksisterende site: BERT-test (Lav spørgeskema)
- Define: Analyse - eksisterende site: Sitemap (overblik over sider på sitet)
- Define: Analyse - eksisterende site: Wireframe
- Define: Analyse - eksisterende site: 5sec-test
- Define: Analyse - eksisterende site: Fotostil

04.12.2020

TO DO

- Define: Prototype i XD
- Define: VIDEO: Synopsis - præmis og logline
- Develop: Tage FOTOS (min. 10 motiver, min. 60 fotos)
- Develop: Optage VIDEO
- Develop: Layoutdiagram for nyt site
- Develop: Byg header
- Develop: Byg footer
- Develop: Kode side 1
- Develop: Kode side 2
- Develop: Kode side 3
- Develop: Kode side 4
- Develop: Kode side 5
- Develop: Validering af HTML og CSS
- Deliver: 5sec.-test af nyt site
- Deliver: BERT-test af nyt site
- Deliver: Ekspert-test af nyt site
- Deliver: Lighthouse Audit-test (min. 3 billedoptimeringer)
- Deliver: Evaluering af testresultater (skal indgå i præsentation af nyt design)
- Deliver: Udvælg og forklar mindst ét interessant html-eksempel inkl.

In progress

- Define: Nyt styletile
- Define: Prototype på papir
- Define: Lo-fi wireframe på papir + liste over indhold
- Define: Idégenerering på indhold: Tekst og fotos
- ALLE: Plan for still-photos - Brug tjekliste
- ALLE: Define: Idégenerering på indhold: Video
- ALLE: Define: VIDEO: Storyboard og produktionsplan
- ALLE: Define: VIDEO: Interviewguide

Blocked (problemer)

Done!

- Define: Hvordan skal nyt site kommunikere brand og målgruppe?
- Brugerprofiler (beskrivelse af målgruppe)
- Define: Nyt sitemap (efter beslutninger om nyt brand, målgruppe og brugerrejser)
- Define: Hvilke brugerrejser/funktionaliteter fokuserer vi på? Hvordan kommunikeres det på nyt site?
- Define: Hvilken stemning skal nyt site have? Moodboard (saml inspiration)
- Define: Analyse - eksisterende site: Funktionalitets-liste (hvad kan brugeren på sitet? Hvad er de vigtigste brugerrejser på sitet?)
- Define: Analyse - eksisterende site: Indholdsoversigt (hvad er der af indhold på det eksisterende site)
- Define: Evaluering af BERT-test og 5sec.-test
- Define: Analyse - eksisterende site: 5sec-test

08.12.2020

TO DO

Develop: Byg kontaktformular

Develop: Forside/Index

Develop: Om os

Develop: Behandlinger

Develop: Produkter

Develop: Kontakt

Develop: Validering af HTML og CSS

Deliver: 5sec.-test af nyt site

Deliver: BERT-test af nyt site

Deliver: Ekspert-test af nyt site

Deliver: Lighthouse Audit-test (min. 3 billedoptimeringer)

Deliver: Evaluering af testresultater (skal indgå i præsentation af nyt design)

Deliver: Udvælg og forklar mindst ét interessant html-eksempel inkl. CSS

Deliver: Forberede pitch af nyt site (7min. - Evt. NABC-metoden)

Deliver: Øve pitch

+ Add another card

In progress

Develop: Optage INTERVIEW

Develop: Opdatere fælles-ark

Define: Nyt styletile

Define: Prototype i XD

Develop: Layoutdiagram for nyt site

Develop: Byg burgermenu

Develop: Byg header

Develop: Byg footer

Develop: Redigere video

Develop: Redigere fotos til alle sider

+ Add another card

Blocked (problemer)

+ Add a card

Done!

Define: Idégenerering på indhold: Tekst og fotos

Define: Prototype på papir

Define: Lo-fi wireframe på papir + liste over indhold

Define: VIDEO: Storyboard og produktionsplan

Plan for still-photos - Brug tjekliste

Develop: Tage FOTOS (min. 10 motiver, min. 60 fotos)

Develop: Optage VIDEO

Define: VIDEO: Synopsis - præmis og logline

ALLE: Define: Idégenerering på indhold: Video

ALLE: Define: VIDEO: Interviewguide

Define: Hvordan skal nyt site kommunikere brand og målgruppe?

Brugerprofiler (beskrivelse af målgruppe)

10.12.2020

TO DO

Deliver: 5sec.-test af nyt site

Deliver: Evaluering af testresultater (skal indgå i præsentation af nyt design)

Deliver: Udvælg og forklar mindst ét interessant html-eksempel inkl. CSS

Deliver: Forberede pitch af nyt site (7min. - Evt. NABC-metoden)

Deliver: Øve pitch - 3min. præsentation af nyt site + 4min. gennemgang af proces

+ Add another card

In progress

Develop: Validering af HTML og CSS

Deliver: BERT-test af nyt site

Deliver: Lighthouse Audit-test (min. 3 billedoptimeringer)

Deliver: SEO & Meta

Develop: Opdatere fælles-ark til endelig aflevering

Develop: Redigere video

Develop: Styling af al kode og "sidste hånd på kodningen"

Define: Prototype i XD

+ Add another card

Blocked (problemer)

+ Add a card

Done!

Develop: Forside/Index

Deliver: Ekspert-test af nyt site

Develop: Behandlinger

Develop: Produkter

Develop: Om os

Develop: Kontakt

Develop: Baggrundsmusik til videoer

Develop: Redigere fotos til alle sider

Define: Nyt styletile

Develop: Optage INTERVIEW

Develop: Byg header

Develop: Byg footer

16.12.2020

Bilag 2 (Ekspert-undersøgelsen)

Grøn: Undersøges af experten

Rød: Undersøges af dem der har lavet sitet

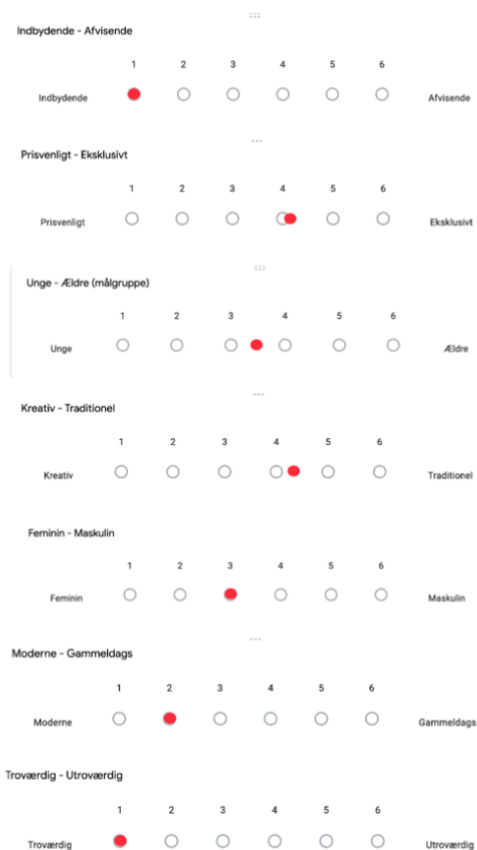
Hvilken Heuristik?	Hvad er problemet?	På hvilken side? (URL)	Hvor alvorligt er det? (Kategori)	Hvordan kan det løses?	Hvor lang tid vil det tage?
Visibility of system status/ Status synlighed	På mobilen kan der være langt op til menuen. Evt lav en fixed menulinje, eller en pil der kan føre en til toppen.	Alle sider	3	Ved ændring i CSS	+/- 10 min
Visibility of system status/ Status synlighed	Små knapper på mobilversionen - nogle er svære at se at de er knapper	Forside, kontakt	2	Ved ændring i CSS	+/- 10 min
Visibility of system status/ Status synlighed	Farven på knapper er næsten for mørk, så ordene bliver svære at læse, da kontrasten næsten er for stor, og fonten er lille/tynd.	Fx https://hairlounge-redesign.netlify.app/produkter	0	Kosmetisk og noget vi ikke finder relevant at skulle løse	
Consistency and standards/ Konsistens og standarder	"Send os en hilsen her" - måske det skal omformuleres, så det er mere præcis, at man kan sende en mail evt. vedr. spørgsmål	Footer	0	Noget vi ikke finder relevant at skulle løse	
Consistency and standards/ Konsistens og standarder	Det stikker lidt ud, at Find Vej er gul, når alt andet er holdt så fint og stringent i en grøn farvepalette. Men det skaber også opmærksomhed.		1	Ved at ændre på farvevalg og skabe mere konsistens på siden	+/- 1 time
Visibility of system status/ Status synlighed	Fonten er smuk og enkel - men den kan være lidt svær at læse uden seriffer, og den er nogle gange lidt lille.	Fx https://hairlounge-redesign.netlify.app/behandlinger	0	Kosmetisk og noget vi ikke finder relevant at skulle løse	

Bilag 3 (BERT dokumentation)

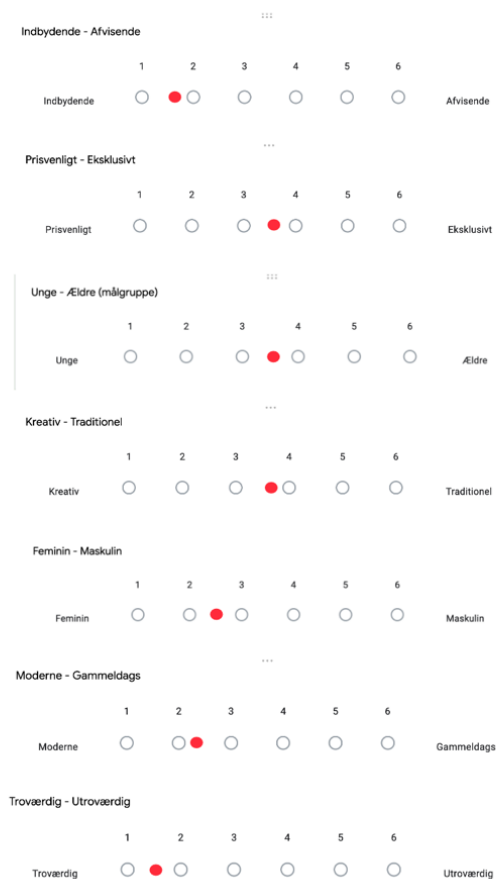
BERT Test af HairLoungeCph - Hvor er de nu (gennemsnit)



BERT Test af HairLoungeCph - Redesign, hvor vil vi være?



BERT Test af HairLoungeCph - Efter redesign



Bilag 4 (Prototype)

Behandlinger

Produkter

Om os

Kontakt

Online booking

Priser

Bestil tid

VELKOMMEN

Vi sætter pris på høj kvalitet, gode produkter og vores skønne besøgende! Det er vigtigt for os, at du føler dig velkommen i salonen, for du er ikke blot vores kunde - Du er også vores gæst.

Vi udfører alle former for klip, farvebehandlinger, opstillinger og meget mere.

Vi glæder os til at tage imod dig!

VI UDFØRER BLANDT ANDET

DAME- & HERRE KLIP

FARVEBEHANDLINGER

BRYN & VIPPER

VI BENYTTER LÆKRE PRODUKTER FRA

KEVINMURPHY

ELEVENTM
AUSTRALIA

Kontakt

Harthougevej 34, Carl & Hest

Fax: 45 3807 8070

Mail: harthougevej@post.no

CVR nr. 41584336

Åbningstider

Mandag

Tirsdag

Onsdag

Torsdag

Frederdag

Lørdag

Søndag

09:00 - 17:30

09:00 - 17:30

09:00 - 17:30

09:00 - 17:30

09:00 - 17:30

09:00 - 13:00

Lukket

Harthougevej

Vores alle behandlinger er udført af professionelle i et professionelt frisersalon.

Vi gør det til et af de bedste og billigste steder at besøge i Danmark.

Harthougevej 34, Carl & Hest

Fax: 45 3807 8070

Mail: harthougevej@post.no

CVR nr. 41584336

Harthougevej 34, Carl & Hest

Fax: 45 3807 8070

Mail: harthougevej@post.no

CVR nr. 41584336

Behandlinger

Produkter

Om os

Kontakt

Online booking

BEHANDLINGER

Dameklip

Pris

Dameklip inkl. vask + føn fra 430 kr.

Dameklip langt hår inkl. vask + føn fra 530 kr.

Pandehår 130 kr.

Vask + føn fra 310 kr.

Herreklip

Pris

Herreklip inkl. vask + føn fra 430 kr.

Herreklip langt hår inkl. vask + føn fra 530 kr.

Pandehår 130 kr.

Vask + føn fra 310 kr.

Farvebehandlinger

Pris

Helfarve fra 530 kr.

Bundfarve max 3 cm fra 430 kr.

Solofarve inkl. vask + føn UDEN klip fra 630 kr.

Solo bundfarve max 3 cm inkl. Vask + føn fra 530 kr.

Hætte striber 530 kr.

Hætte striber solo inkl. vask + føn 630 kr.

Folde striber 830 kr.

Børneklip

Pris

Børneklip inkl. vask + føn 0-5 år 280 kr.

Børneklip inkl. vask + føn 6-12 år 310 kr.

Permanentbehandlinger

Pris

Permanent inkl. vask + føn 0-5 år fra 880 kr.

Solo permanent inkl. vask + føn 6-12 år fra 730 kr.

Kurbehandlinger

Pris

Kurbehandling fra 180 kr.

Opsætning

Pris

Opsætning efter aftale Kontakt salonen

Bryn og vipper

Pris

Bryn & vip inkl. ret fra 430 kr.

Bryn farve fra 530 kr.

Vipper farve fra 130 kr.

Bryn ret fra 310 kr.

BOOK EN TID NU

Book tid

Vi glæder os til at se dig!

Kontakt

Harthougevej 34, Carl & Hest

Fax: 45 3807 8070

Mail: harthougevej@post.no

CVR nr. 41584336

Åbningstider

Mandag

Tirsdag

Onsdag

Torsdag

Frederdag

Lørdag

Søndag

09:00 - 17:30

09:00 - 17:30

09:00 - 17:30

09:00 - 17:30

09:00 - 17:30

09:00 - 13:00

Lukket

Harthougevej

Vores alle behandlinger er udført af professionelle i et professionelt frisersalon.

Vi gør det til et af de bedste og billigste steder at besøge i Danmark.

Harthougevej 34, Carl & Hest

Fax: 45 3807 8070

Mail: harthougevej@post.no

CVR nr. 41584336

Harthougevej 34, Carl & Hest

Fax: 45 3807 8070

Mail: harthougevej@post.no

CVR nr. 41584336



Behandlinger Produkter Om os Kontakt

Online booking



FORKÆLSELSE TIL DIT HÅR

Vi går meget op i at benytte kvalitetsprodukter og derfor bruger vi også kun sunde og grønne produkter i vores salon.
Det er vigtigt for os, at bruge produkter, som både passer til vores og vores kunders behov.
Vi har brugt disse produkter i mange år og har kun fremragende erfaringer med dem.



ELEVEN AUSTRALIA

Eleven Australia blev skabt ud fra et behov om ukomplerede hårprodukter, der ganske enkelt er effektive og lever op til det de lover. Deres brede sortiment gør, at der er produkter til et hvert behov – lige fra fugtgivende, volumengivende og farvebeskyttende produkter til en lang række stylingprodukter. Produkterne er især gode til nordisk hår og efterlader håret fugtet.

KEVIN MURPHY

KEVIN MURPHY er en af de mest populære hårplejeserier. Brandet er skabt ud fra principper om bæredygtighed og økologi, som også står os meget nær. Produkterne indeholder naturlige og økologiske ingredienser, såsom vitaminer og aminosyrer, som reparerer hårets ydre overflade, gør håret tykkere og reducerer dannelsen af splittede spidser. Derudover er KEVIN MURPHY miljøbevidste, da de kun benytter bionedbrydelig og genbrugsplast til deres produkter.



BOOK EN TID NU

Book tid

Vi glæder os til at se dig!

Kontakt

HairLoungeCph by Carl & Heidi
Fremmønt 40C
2000 Frederiksberg
Telefon: +45 3887 8675
Mail: hairloungecph@gmail.com
CVR nr. 41584386

Åbningstider

Mandag	09:00 - 17:30
Tirsdag	09:00 - 17:30
Onsdag	09:00 - 17:30
Torsdag	09:00 - 17:30
Fredag	09:00 - 17:30
Lørdag	09:00 - 13:00
Søndag	Lukket

HairLoungeCph

Vores tilfældige salon er placeret på det hyggelige Fremmønt 40C, hvor vi har plads til alle dine og vores. Vi gør hurtig og i alt du leder dig indkommer og bliver under et øjeblik, og det skal du have været med dig og give dig en professionel frisyreoplevelse!

HairLoungeCph | Online



Behandlinger Produkter Om os Kontakt

Online booking



OM OS

HairLoungeCph er et team bestående af Curt og Heidi. Hos HairLoungeCph kan du forvente en hyggelig atmosfære, et professionelt håndværk, trygge rammer og ikke mindst god service.

Curt og Heidi har begge været i frisørbranchen i mange år, og har gennem årene fulgt med tidens trends ved at deltage i kurser og øvelse i salonen. Med øvelse og læring gennem årene kan de, med deres mange års erfaring, håndtere en bred målgruppe. De står klar til at give en god service, ligemeget alder og hårtypen.

"Det er vigtigt for os, at man føler sig velkommen her i vores hair lounge. Man skal føle at man ikke bare er en kunde, men at man er vores gæst."

CURT

Jeg er født og opvokset på solskinsøen Bornholm, hvor jeg i mange år også har arbejdet som frisør. Jeg kom så til København og Lyngby, hvor jeg også har haft gode jobs. Jeg har altid haft en passion for håndværket, og nydt at have kundekontakt i min hverdag.

Mit job er også min store interesse, hvilket gør hver dag spændende og lærerig for mig. Det der gør en dag god, er når jeg kan se at en gæst i salonen, føler sig velkommen og tilpas. Det sker heldigvis tit, at de besøgende i salonen går herfra med et smil og en smuk ny frisyre.



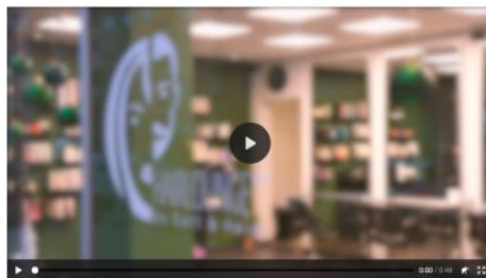
HEIDI

I mange år har jeg arbejdet som frisør her i København. Det er vigtigt for mig, at jeg har mulighed for at udfolde mig kreativt i mit arbejde, og at jeg derudover kan møde og snakke med en masse skønne gæster.

Jeg nyder at yde en god service og gør meget ud af, at kunden skal føle, at vi gør hvad vi kan for at forlede ham eller hende. Jeg har stor erfaring inden for farvning og klip, og jeg er altid spændt på at springe ud i nye udfordringer, når en kunde ønsker noget anderledes og nyt.



LÆR OS BEDRE AT KENDE



DET Siger KUNDERNE

"Jeg har været en fast kunde hos Heidi i mange år. Derfor kommer jeg også i HairLoungeCph, hvor jeg ved jeg er i gode hænder og får en professionel service."
Anita, 51 år

BOOK EN TID NU

Book tid

Vi glæder os til at se dig!

Kontakt

HairLoungeCph by Carl & Heidi
Fremmønt 40C
2000 Frederiksberg
Telefon: +45 3887 8675
Mail: hairloungecph@gmail.com
CVR nr. 41584386

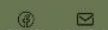
Åbningstider

Mandag	09:00 - 17:30
Tirsdag	09:00 - 17:30
Onsdag	09:00 - 17:30
Torsdag	09:00 - 17:30
Fredag	09:00 - 17:30
Lørdag	09:00 - 13:00
Søndag	Lukket

HairLoungeCph

Vores tilfældige salon er placeret på det hyggelige Fremmønt 40C, hvor vi har plads til alle dine og vores. Vi gør hurtig og i alt du leder dig indkommer og bliver under et øjeblik, og det skal du have været med dig og give dig en professionel frisyreoplevelse!

HairLoungeCph | Online





KONTAKT

Hvis du har spørgsmål omkring behandlinger mm, er du meget velkommen til at kontakte os via vores kontaktformular. Vi bestræber os på at svare hurtigst muligt.

Obs. der kan ikke bestilles tid igennem formularen.

Hairloungecph by Curt & Heidi
Telefon: +45 3887 8070
Mail: hairloungecph@gmail.com
CVR nr. 41584386

Spørgsmål

Navn

E-mail

TH.

Besked:

Send

FIND VEJ

Hairloungecph by Curt & Heidi
Finsensvej 45C
2000 Frederiksberg

Bus 31, og 5 min.'s gang fra Lindervang metro station. Der er også S-tog fra Peter Bangs Vej station. Der er også p-pladser på Finsensvej.

