

Analyse af website

PrinterRefill.dk

Design-brief

Virksomheden hvis hjemmeside er genstand for dette redesign er Printerrefill.dk, som er en privatejet virksomhed og onlineshop, hvis kerneydelse er at sælge budgetvenlige printerpatroner. Virksomheden har to underkategorier til sin kerneydelse;

- *Easy-refill genopfyldelige, blækpatroner med tilhørende kit og dertilhørende genopfyldningsblæk*
- *Uægte kompatible blækpatroner*

Virksomhedens operationelle målgruppe er privatpersoner over 20 år med egen printer, der er pris- og miljøbevidste omkring deres forbrug af blækpatroner.

Printerrefill.dk ønsker at sende et budskab om at være et troværdigt budget- og miljøvenligt alternativ til originale blækpatroner med det største udvalg. De værdier virksomheden ønsker at kommunikere om sig selv og designet af hjemmesiden er;

- Troværdighed
- Enkelhed
- Brugervenlighed
- Modernitet
- Professionnalisme

5 sekunders test

Afsender:

1. Printerrefill
2. Printer R
3. Printer Refill
4. Printerpatroner

Hvad kan man på sitet:

1. Man kan læse en masse infotekst i bokse og vælge forskellige menuer
2. Man kan købe noget til printere
3. Printer og blæk shop
4. Man bliver præsenteret for en masse indhold

Hvad er det mest iøjenfaldende:

1. De forskellige menu-bokse
2. Billederne som kører rundt
3. Meget menuen og reklamen, der bevæger sig
4. Slider med reklamen - meget småt skrift og meget indhold

Beskriv sitet med 1 ord:

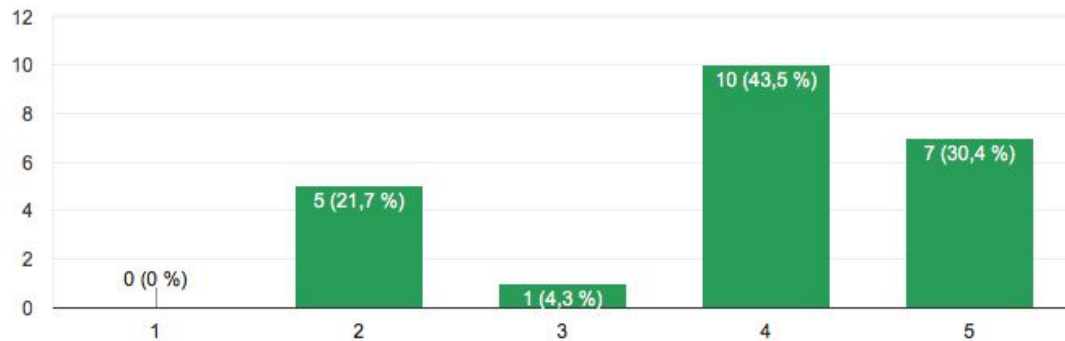
1. Lidt uoverskuelig - for meget tekst
2. Der sker for meget/forvirrende
3. Simpel/hvidt - lidt for enkel, det skiller sig ikke ud
4. Uoverskuelig - man ved ikke hvor man skal kigge

BERT analyse

- Design: Enkelt - Komplekst

Design: Enkelt - Komplekst

23 svar



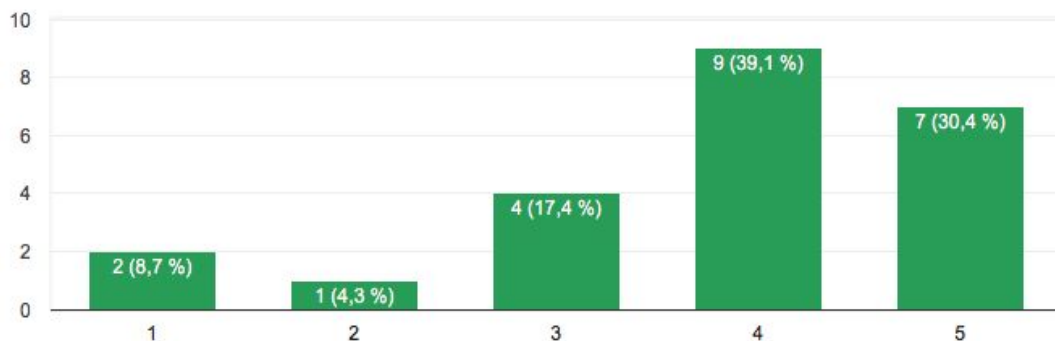
Kommentar:

Ud fra resultaterne finder 17 ud af 23 brugere hjemmesiden kompleks fremfor enkelt. Det skyldes formentligt, de mange menuer og knapper der styrer brugerens gang på siden. Det kan hurtigt blive en indviklet og lang proces at skulle navigere rundt på sitet og finde de funktioner man leder efter.

- Design: Brugervenligt - Uoverskueligt

Design: Brugervenligt - Uoverskueligt

23 svar



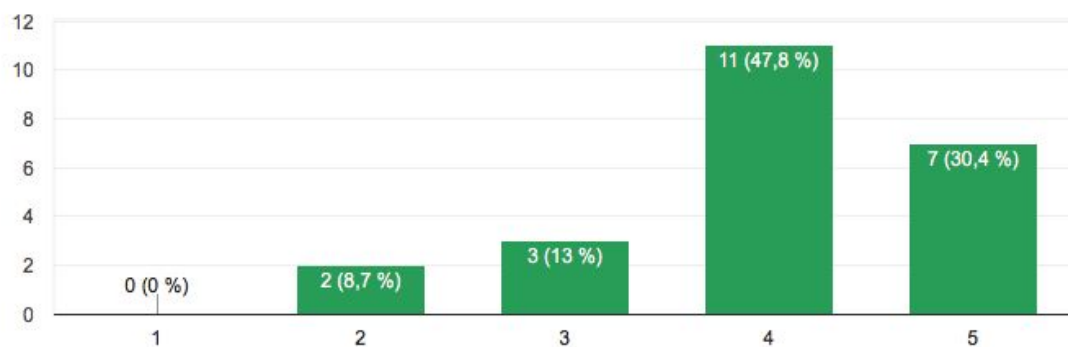
Kommentar:

Brugeren bliver bombarderet med tekst om produkter, tilbud og ”nyttige” informationer der skal hjælpe med at finde det specifikke produkt. Dog kan for mange informationer hurtigt få den modsatte effekt og gøre brugeroplevelsen uoverskuelig og forvirre mere end det gavner. Dertil kan brugeren blive frustreret og søge andre printerblæk sites.

• Design: Moderne - Gammeldags

Design: Moderne - Gammeldags

23 svar



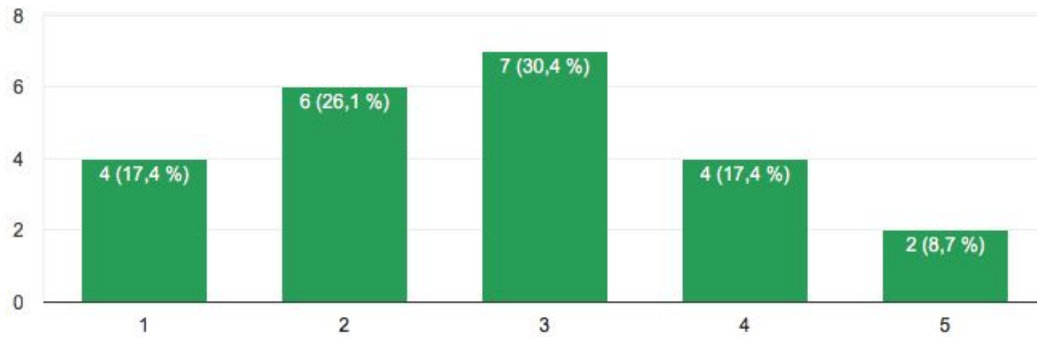
Kommentar:

Der er ikke mange grafiske elementer, farvevalget er begrænset og de mange firkantede former bærer præg af et look man brugte til design af hjemmesider førhen. Man ser flere moderne sites gøre brug af flatdesign, animationer, bløde farver og et enkelt designlayout.

- Website: Troværdig - Utroværdig

Website: Troværdig - Utroværdig

23 svar



Kommentar:

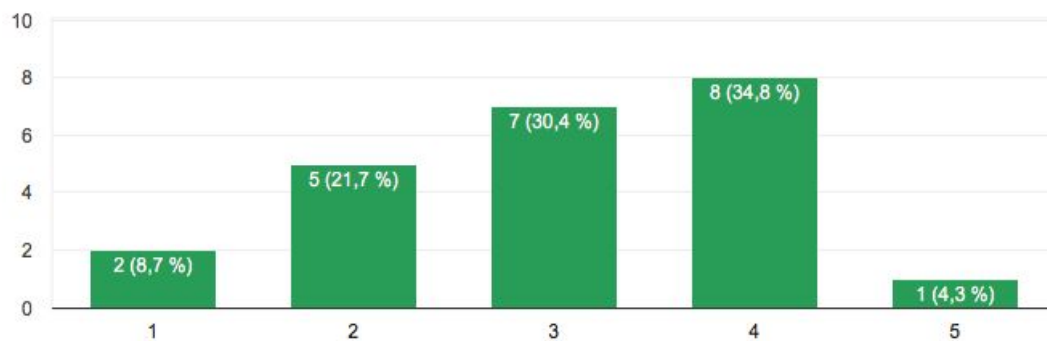
Der er en blandet brugeroplevelse af troværdigheden på sitet. Man ser både trustpilot, brugervurderinger, 4 ud af 5 stjerner, Dansk leverandør af printerblæk siden 1997, en god pris og hurtig levering. Det er mange informationer der kan virke betryggende men igen kan gentagende information, om hvor gode og troværdige produkterne er også vække mistanke. Det kunne være for godt til at være sandt!

- Website: Professionelt - Amatøragtigt

Professionel - Amatør



23 svar



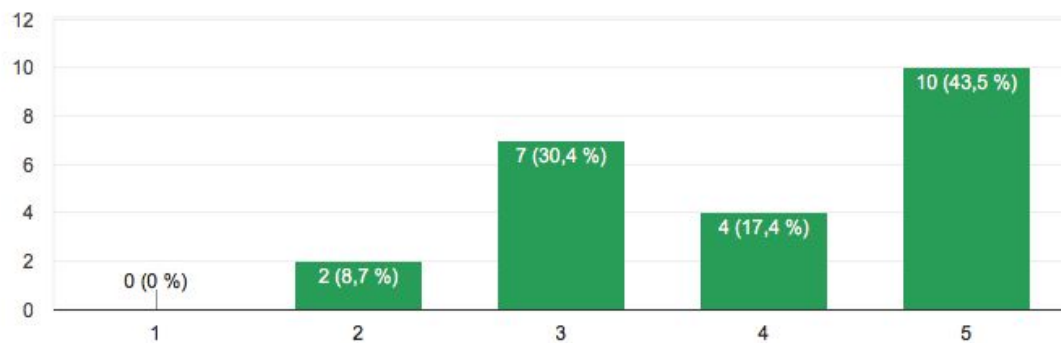
Kommentar:

På sitet fremstår det at varerne lever op til de højeste standarder, udvalget er stort og printerrefill har været i branchen siden 97'. Det hele lyder professionelt men hvis budskabet forsvinder i for mange informationer, produkter og tilbud kan det hele hurtigt virke amatøragtigt. Eller som en dårlig tilbudsreklame.

- Logo: løjnefaldende - Ikke løjnefaldende

Logo: I øjenfaldende - ikke i øjenfaldende

23 svar



Kommentar:

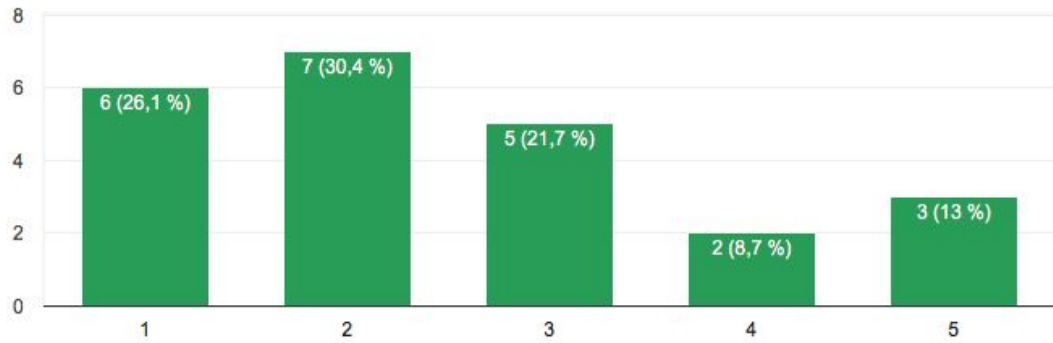
Logoet er ikke prangende, specielt eller bærer præg af noget personligt. Farvemæssigt glider det hurtigt sammen med den anden blå farve og virker meget anonymt. Som bruger skal man kigge efter det før det bemærkes.

- **Formål: Salg af budgetvenlig printerblæk: Tydeligt - Utydeligt**

Formål - salg af budgetvenlig printerblæk: Tydeligt - Utydeligt



23 svar



Kommentar:

Brugeren opfanger hurtigt, at der sælges blækpatroner. Budskabet er til stede og fremgår tydeligt lige meget hvor man kigger hen på sitet.

Grafiske virkemidler

Visuelt udtryk

På Printerrefills hjemmeside er der et tydeligt fokus på funktionalitet frem for æstetik. Layoutet på hjemmesiden fremstår overordnet visuelt komplekst med brug af mange bokse, menuer og forskellig grafik.

Komposition

Billedekomposition:

Menuen på hjemmesiden fungerer som en L-komposition, da den er sat op i højre side og som en top menu.

Symmetri/asymmetri:

Siden er opstillet symmetrisk, da indholdet er arrangeret i bokse hele vejen igennem, hvilket skaber en smule ro i virvaret af indholdet.

Kontraster - Hierarki:

- **Størrelse:** Der er forsøgt at skabe hierarki ved at inddele indholdet i bokse af forskellige størrelse, dog er størrelserne relativt ens og fungerer dermed ikke som tilsigtet til at guide beskueren igennem sitet.
- **Farve:** Der er forsøgt at skabe blikfang og dermed hierarki ved at give nogle af indholdsboxene en baggrundsfarve, for at fremhæve indholdet, som værende primært og dirigere beskueren derhen i sin læseretning. Dog er der benyttet samme farve i et af bokselementerne som logoet, hvorved opmærksomheden dirigeres væk fra logoet.
- **Styrke:** Der er forsøgt at differentiere i styrken af fremhævelsen af menuer og bokse, men igen er denne forskel i styrke ikke tilstrækkelig tydelig til at man fornemmer et mærkbart hierarki.

Selvom man på Printerrefill.dk forsøger at benytte forskellige greb til at skabe kontrast og dermed ordne sit indhold på websitet i et hierarki, lader det til at de forskellige greb er brugt for vagt og ikke komplementerer hinanden. Derfor ender sitet med at virke kaotisk og ikke brugervenligt.

Whitespace:

Der bliver benyttet Whitespace mellem de forskellige bokse og menuer for at adskille de forskellige informationer og funktioner på siden. Ideen er at det skal bidrage til overskueligheden og brugervenligheden for beskueren, men fordi der er så meget indhold og det er så kaotisk sat op, så fungerer brugen af whitespace desværre ikke optimalt, selvom det er brugt korrekt, når man anskuer de enkelte elementer for sig selv.

Gestaltlove:

Der er benyttet følgende gestaltlove til opbygningen af topmenuen; *nærhed*, *lighed* og *lukkethed*. Dette bidrager til at topmenuen fremstår klart defineret og sammenhængende, således at beskueren forstår at dette er en samling af ligestillede funktioner, som er centrale for navigationen på sitet.

Man forsøger at benytte gestaltloven om *lukkethed* i inddelingen af indholdet, hvor alt indholdet - som tidligere nævnt - er inddelt i bokse.

Da inddelingen af den massive mængde indhold er så tætpakket, gør det at man som beskuer får fornemmelsen af at majoriteten af indholdet nærmest er ordnet efter gestaltloven om *nærhed*, hvormed man forvirres og ikke kan differentiere tydeligt i siden komposition.

Funktionalitet

Designet af sitet Printerrefill.dk har overvejende et fokus på det funktionelle og informative frem for det æstetiske. På siden er der derfor en relativt tydelig inddeling af topmenu og sidemenu. Inddelingen af resten af den massive mængde indhold, de ønsker at bringe, er dog så kaotisk og uden et klart hierarki, at det gør at beskueren finder sitet uoverskueligt og rent faktisk ikke ved, hvor de skal kigge hen. Manglen af hierarki i den måde man har designet og arrangeret indholdet, gør dermed at funktionaliteten af sitet forsvinder, da fokus fjernes fra den ellers tilforladelige menu og firmaets logo.

Relevans

Der er anvendt en slide-grafik med reklamer for firmaets produkter og tilbud med 4 billedloops. Denne infografik er desværre primært et irritationsmoment for beskueren, da den ikke har en navigationsfunktion, men derimod udelukkende er et

billedloop med reklame for egne produkter på hjemmesiden, som optager 1/3 af skærbilledet og kører i lidt for høj hastighed til, at man kan nå at læse det.

Farver



Farvepalletten på Printerrefill.dk er tvedelt i en analog farvepalet (blå og grøn) og en monokrom farvepalet (sort/mørkegrå/lysegrå/hvid). Farvepaletten fremstår meget enkel, da den overvejende del af indholdet er udført i den monokrome farvepalet og brugen af den analoge farvepalet fungerer dermed som et blikfang.

De valgte farvepaletter signalerer en seriøsitet, hvilket er en tillidsopbyggende signalværdi ift. troværdighed, men derudover gør sitets farvepalet ikke meget for at tiltrække målgruppens opmærksomhed og kan måske siges at være lidt for meget inspireret af Elgiganten.

Som blækpatrons-virksomhed, der specialiserer sig i blæk - herunder farver - kunne man godt som beskuer ønske at man arbejdede lidt mere kreativt med valget af farvepalet, for at give farvevalget en signalværdi ift. de udbudte produkter.

Den seriøse signalværdi i farvepaletten kan siges at tiltale målgruppen, da det skaber troværdighed,

Valget af de enkle og kolde farvepaletter skaber ro omkring et ellers rodet site. Når man ser på kontrasterne i farvepaletten deles vandene. Den monokrome farvepalet arbejder med kontraster ift. lys/mørke og kvalitet/styrke, hvilket bidrager til en dybde i sitet, hvorimod den analoge arbejder med to lige mættede farver.

Typografi

På Printerrefill.dk er der udelukkende benyttet fonten Arial i forskellige størrelser samt en vekslen mellem *regular* og **bold** - bortset fra et enkelt sted; "SUPER TILBUD", hvor Times New Roman har sneget sig ind.

Fonten er en enkel font af typen grotesk/sans serif uden fødder og har et letlæseligt og moderne udtryk med god spatiering. Man kan dog argumentere for at fonten er relativ anonym i sit udtryk og bidrager derfor heller ikke yderligere til virksomhedens og sitets signalværdi.

Sproglige virkemidler

Tone

Tonen på hjemmesiden er levende, da der b.la. bliver skrevet "bliv overrasket over prisen!". Dette er med til at fange brugeren, og vedligeholde interessen.

Derudover er der meget fakta i tonen på hjemmesiden, man bliver hele tiden godt informeret om produkterne, dette kan både have en positiv og negativ indvirkning på brugeren; positiv, fordi man lærer en masse om produktet. Negativt fordi man får kastet en masse information i hovedet, som gør at man måske kan blive mere forvirret, end oplyst.

Hjemmesiden er ikke så brugervenlig, som man kunne ønske. Den unge del af målgruppen vil have let og hurtig tilgængelighed til varen, og dette synes jeg ikke den lever op til. Den ældre del af målgruppen, vil som regel gerne have enkelhed og overskuelighed over hjemmesiden, og dette lever hjemmesiden heller ikke op til.

Tekstformatting

Der er altså for meget tekst og for mange rubrikker på hjemmesiden, dette gør at man bliver forvirret. Hjemmesiden mangler nogle flere målrettede handelsrubrikker, så kunden ikke er i tvivl om hvor de skal klikke for at købe varen. Der er alt for meget tekst, samt for mange rubrikker og reklamer for produkterne. Øjet bliver forvirret idet, alt fakta står på forsiden. Det ideelle ville være at dele noget af alt faktaen op i nogle forskellige rubrikker, eller helt fjerne noget af teksten. Der er mange indgange, som kan gøre det for uoverskueligt for kunden, at finde frem til det nødvendige. Der er tydeligt forskel på størrelsesforskellen ml. Henholdsvis rubrikker og brødtekst.

Gruppekontrakt

Gruppe medlemmernes fulde navne	Email-adresse	Telefon-nummer
1.Mette Frilander	mettefrilander@msn.com	30239180
2.Sidse Mathilde Runge Oldorf	Math833g@stud.kea.dk	22138816
3. Mahnaz Hashemiaghdam	Mahn0074@stud.kea.dk	50740827
4. Frederik Erichsen	frederikerichsen@hotmail.com	52797747

Aftaleemne	Aftalt af gruppens medlemmer
Gruppens formål	At redesigne hjemmesiden www.printerrefill.dk med produktion af dertilhørende virksomhedsvideo.
Gruppens målsætninger	At redesigne www.printerrefill.dk æstetisk, så det fremstår indbydende, helstøbt, brugervenligt og moderne samt kommunikerer brandet.
Hvert gruppemedlems målsætning	At have et godt samarbejde med god løbende dialog og forventningsafstemning.
Hvilke kompetencer ønsker gruppen at udvikle?	At blive stærkere i at udvikle en hjemmeside, der kan leve op til forventningerne hos vores "kunde", som understøtter deres identitet.
Gruppens strategi (Hvordan vil gruppen sørge for at hvert enkelt medlem udvikler de ønskede kompetencer)	Uddelegering af arbejdet, så alle får lov at prøve og arbejde med lidt af hvert.
Hvor mange timer dagligt vil gruppen arbejde sammen og hver for sig?	Til vi når dagens agenda.
Hvilke aktiviteter udenfor studiet prioriterer hvert enkelt studiemedlem?	Arbejde 2 gange om ugen, samt plads til sociale arrangementer og aftaler.
Hvornår vil gruppen mødes for at udføre sine opgaver sammen? Mødeplan.	Som hovedregel fra morgen til eftermiddag.

Hvordan vil gruppen gribe opgaverne/projektet an? Og samle arbejdet til fælles resultater?	Fælles forarbejde, løbende møder og afstemning undervej i processen, så det endelige resultat er homogent og der er mulighed for at give feedback på undervejs.
Hvilke irritations-momenter kan opstå i gruppe arbejdet?	At man ikke indlever sit individuelle ansvar, ift. at lave sine ting og overholde aftaler.
Hvordan vil gruppen tackle problemerne, hvis gruppearbejdet går i hårdknude?	Gennem dialog og mulig involvering af en lærer som tredje part.
Hvilke barrierer (forudsigelige, uforudsigelige) kan hindre gruppen i at nå sine mål for projektet?	Hvis den selvvalgte opgave viser sig at være for kompleks at redesigne.
Hvordan vil gruppen gardere sig mod ovenstående?	At undersøge mulighederne, inden vi går i gang.
Hvordan vil gruppen til sidst i projektforsløbet evaluere sit samarbejde og sin evne til at nå sine mål?	Opstille kriterier, som man kan bedømme ud fra det afgørende, at kunden er tilfreds og det absolutte succeskriterie ville være, at virksomheden valgte at implementere sitet.
Hvilke fordele ønsker gruppen at høste af at have lavet samarbejds-aftalen?	At vi kan kigge på aftalen, hvis der opstår uoverensstemmelser.
Hvordan vil I sikre deling af materiale i gruppen? (f.eks Google drev eller dropbox.)	Via Usb stik og wetransfer samt google docs.