

Guppenummer: A1

Gruppens medlemmer:

Karla Valentiner-Bohse

Julie Riis Jensen

Emily Ditte Hoolahan

Ida Sofie Papp Svendsen

Link til site på Netlify: <https://dazzling-beaver-2615d7.netlify.app/index.html>

Link til GitHub – repository: <https://github.com/Ida-23/Redesign>

User: kea **Password:** kea

Link til gruppekontrakt:

https://studkea-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/emil7809_stud_kea_dk/EdMpna1xt_tJgREfedNOGzQBSNcimOu0Wdepoypeilm3jg?e=P5JpUw

Link til trello dokumentation:

<https://trello.com/b/iUi4shII/opgave-050301>

Vores dag til dag dokumentations over trello:

https://studkea-my.sharepoint.com/:w:/r/personal/emil7809_stud_kea_dk/_layouts/15/Doc.aspx?sourcedoc=%7B5EAA0659-2DAC-4D17-A46C-49F7A2E0AA4C%7D&file=Dokumentation.docx&action=default&mobileredirect=true

Link til billedegalleri:

http://pappdesign.dk/kea/05-content/billedegalleri_redesign/

Indholdsfortegnelse

| | |
|--|-----------|
| Indledning | 3 |
| Problemformulering | 3 |
| Dokumentation: | 3 |
| Research: | 3 |
| Virksomhedens profil | 3 |
| Brugerprofil | 3 |
| Indholdsoversigt | 4 |
| Funktionalitetsliste | 4 |
| BERT - Eksisterende site: | 4 |
| 5-sec test før: | 7 |
| Process | 8 |
| Style tile: | 8 |
| Moodboard | 8 |
| Fotostil | 9 |
| Billedegalleri: | 10 |
| Foto Redigering | 11 |
| Synopsis over Interview (Om os) | 12 |
| Nyhedsbrev synopsis: | 13 |
| Interviewguide: | 14 |
| Storyboard | 15 |
| Screenshots af video: | 16 |
| Kvadratisk film til sociale medier | 17 |
| Layoutdiagram over redesign: | 17 |
| Wireframe | 18 |
| Prototype: | 19 |
| Sitemap: | 19 |
| Icon: | 20 |
| Tegninger: | 21 |
| Kode: | 21 |
| Test | 28 |
| Ekspert test: | 28 |
| 5 sec Test | 29 |
| Bert: | 29 |
| Lighthouse test: | 33 |
| Konklusion | 33 |
| Perspektivering | 34 |

Indledning

Ingwersen A/S er

en grønthandler grossist, som leverer frugt og grønt til større virksomheder fx. Hoteller og store restuaranter. De har 2 døtre selvskaber som leverer hverdags måltidskasser.

Problemformulering

Hvordan formidler vi bedst gennem visuelt design, hvem Ingwersen er?

Hvad kan man gøre for at formidle Ingwersens koncept?

Hvad vil vi gøre brug af for at lægge vægt på Ingwersens kerne værdier?

Dokumentation:

Research:

Vi har en ide om at redesigne Ingwersens hjemmeside til en mere moderne, brugbar hjemmeside. Lige nu fremstår deres hjemmeside meget enkel, ikke så funktionel og meget gammel. Der er for meget information og for lidt visuelt design. Derfor er vores tanke at få lavet en sammenhæng det visuelle design fra instagram og deres hjemmeside.

Virksomhedens profil

Lige nu fremstår Ingwersen som et brand der sælger frugt og grønt. Det er en meget enkel hjemmeside med for lidt indhold og billeder. Der er en del information men det er knap så salgsorienteret. De vil gerne fremstå som en online butik over for deres kunder. Dette kan ses på forsiden hvor der er en online butik knap som er meget i øjenfaldene.

Brugerprofil

Virksomheden henvender sig primært til restauranter, cafeer, kantiner og firmaer. Dette skyldes at de er lavenche dygtige inden for et bredt område, samt ubegrænset mængde levering.

Virksomhedens nuværende målgrupper er fremadrettet stadigvæk den ønskede, men med små tilføjelser. Grundet corona situationen ønsker firmaet, også at ramme det private hjem. Dette forekommer

gennem frugtkasser, som kunden kan afhente på adressen, leveret med posten eller leveres gennem firmaets gene chauffører på udvalgte ugedage. Dog kommer dette til at forgår gennem datterselskaber.

Indholdsoversigt

Der er en Forside, Om Os, Nyheder, Kontakt og Webshop.

- Under "Om Os" er der 3 underkategorier "*Kontakt*", "*Ansatte*" og "*Historie*".
- Der er ikke noget indhold under "*Samarbejdspartnere*".
- Under "*Nyheder*" er der forskellige nyhedsoplag, dog ikke opdateret siden maj. Kan tænkes at de bruger sociale medier mere ift. nyheder, problemer, updates angående helligedage og lukketider osv.
- Under "*Kontakt*" er der er lidt oplysninger om hvordan man kommer i kontakt med dem, og de samme underkategorier som der var under "*Om os*".
- Under "*Webshop*" kan man vælge forskellige frugt og grønt kategorier for at købe det online.

Funktionalitetsliste

Brugerne kan købe ved at klikke på de enkelte kategorier i venstre side, hvor de kan vælge lige det de har behov for. Når man har fundet de varer, så angiver man antal og klikker på "indkøbsvognen"/"tilføj produkt" – for at varen er tilføjet til ens ordre. Derudover kan man kontakte dem ved at ringe eller skrive til dem.

BERT - Eksisterende site:

| Opsummering | Billede |
|-------------|---|
| | https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSek-jzDWIdrMA2xzEtCqY3AXRL3SKufzoiMddZkKhKVibPGDA/viewform?usp=sf_link |

| <u>Overskuelighed</u> Der er delete meninger om den er overskuelig eller ej, men heller mod rodet | <p>Overskueligt - Rodet</p> <p>5 responses</p> <table><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr><tr><td>1</td><td>2</td><td>40%</td></tr><tr><td>2</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>3</td><td>1</td><td>20%</td></tr><tr><td>4</td><td>2</td><td>40%</td></tr><tr><td>5</td><td>0</td><td>0%</td></tr></table> | Rating | Count | Percentage | 1 | 2 | 40% | 2 | 0 | 0% | 3 | 1 | 20% | 4 | 2 | 40% | 5 | 0 | 0% |
|--|---|------------|-------|------------|---|---|-----|---|---|-----|---|---|-----|---|---|-----|---|---|-----|
| Rating | Count | Percentage | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 40% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 0 | 0% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 1 | 20% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 2 | 40% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 0 | 0% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <u>Troværdighed</u> Blandet meninger, men heler mod troværdig | <p>Troværdig - Utroværdig</p> <p>5 responses</p> <table><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr><tr><td>1</td><td>2</td><td>40%</td></tr><tr><td>2</td><td>1</td><td>20%</td></tr><tr><td>3</td><td>1</td><td>20%</td></tr><tr><td>4</td><td>1</td><td>20%</td></tr><tr><td>5</td><td>0</td><td>0%</td></tr></table> | Rating | Count | Percentage | 1 | 2 | 40% | 2 | 1 | 20% | 3 | 1 | 20% | 4 | 1 | 20% | 5 | 0 | 0% |
| Rating | Count | Percentage | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 40% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 1 | 20% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 1 | 20% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 1 | 20% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 0 | 0% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <u>Indbydende</u> Blandet meninger men heller mod Kedelig | <p>Indbydende - Kedelig</p> <p>5 responses</p> <table><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr><tr><td>1</td><td>1</td><td>20%</td></tr><tr><td>2</td><td>1</td><td>20%</td></tr><tr><td>3</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>4</td><td>1</td><td>20%</td></tr><tr><td>5</td><td>2</td><td>40%</td></tr></table> | Rating | Count | Percentage | 1 | 1 | 20% | 2 | 1 | 20% | 3 | 0 | 0% | 4 | 1 | 20% | 5 | 2 | 40% |
| Rating | Count | Percentage | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 1 | 20% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 1 | 20% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 0 | 0% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 1 | 20% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 2 | 40% | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| <u>Udsende</u> Delte meninger | <p>Flot Design - Grimt Design</p> <p>5 responses</p> <table><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>2</td><td>40%</td></tr><tr><td>2</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>3</td><td>1</td><td>20%</td></tr><tr><td>4</td><td>1</td><td>20%</td></tr><tr><td>5</td><td>1</td><td>20%</td></tr></tbody></table> | Rating | Count | Percentage | 1 | 2 | 40% | 2 | 0 | 0% | 3 | 1 | 20% | 4 | 1 | 20% | 5 | 1 | 20% |
|---|---|------------|-------|------------|---|---|-----|---|---|----|---|---|-----|---|---|-----|---|---|-----|
| Rating | Count | Percentage | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 2 | 40% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 0 | 0% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 1 | 20% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 1 | 20% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 1 | 20% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <u>Forståelighed</u> Hælder mod de IKKE forstår hvad hjemmesiden handler om | <p>Forstår hvad hjemmesiden handler om - Forstår IKKE hvad hjemmesiden handler om</p> <p>5 responses</p> <table><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>1</td><td>20%</td></tr><tr><td>2</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>3</td><td>1</td><td>20%</td></tr><tr><td>4</td><td>2</td><td>40%</td></tr><tr><td>5</td><td>1</td><td>20%</td></tr></tbody></table> | Rating | Count | Percentage | 1 | 1 | 20% | 2 | 0 | 0% | 3 | 1 | 20% | 4 | 2 | 40% | 5 | 1 | 20% |
| Rating | Count | Percentage | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 1 | 20% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 0 | 0% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 1 | 20% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 2 | 40% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 1 | 20% | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Opsummering:

Ud fra BERT testen kom der blandet, inkonklusive svar. Der er ikke nogen stærke meninger, kun lette hældninger til den ene eller anden side.

Svarene er antageligt blevet påvirket af, gruppe af mennesker der har svaret, ikke består af målgruppen.

Vi antager at havde vi ramt hjemmesidens målgruppe, havde svarende set anderledes ud.

Der er også kun 5 mennesker der har svaret. Havde flere mennesker svaret, var der muligvis kommet mere konklusive svar ud af.

Process:

BERT testen blev udsendt til en gruppe af unge.

De skulle tage stilling til Ingwersens nuværende hjemmeside, og svare fra en skala 1 til 5 hvor hvor enig eller uenig de var.

Der var kun 5 der svarede, og der kom meget blandet svar, Hvilket har gjort det en udfordring at bruge resultaterne af BERT testen.

Konklusion

Frem over find flere der vil svare, og prøv at finde en gruppe der matcher målgruppen mere.

5-sec test før:

| Personer: | Hvad handler dette site om? | Hvad var mest i øjenfaldene på sitet? | Beskriv hjemmesiden med ét ord! |
|---------------|-----------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|
| Test person 1 | Frugt og grønt | Onlinebutik, og billedet | Grøn |
| Test person 2 | Spise sundt | Den grønne farve | Sundhed |
| Test person 3 | Frugt og Grønt | Billedet | Farven |
| Test person 4 | Noget med frugt | Farven, logo & billedet | Gammeldags |

Opsummering:

Ud fra 5-sec testen, kan man se at alle testpersonerne kunne se at sitet mere eller mindre handler om frugt og grønt. Der ses også at den grønne farve og billedet på forsiden er i øjenfaldene for testpersonerne. Halvdelen svaret farven grøn som det beskrivende ord. Den anden halvdel svaret sundhed og gammeldags.

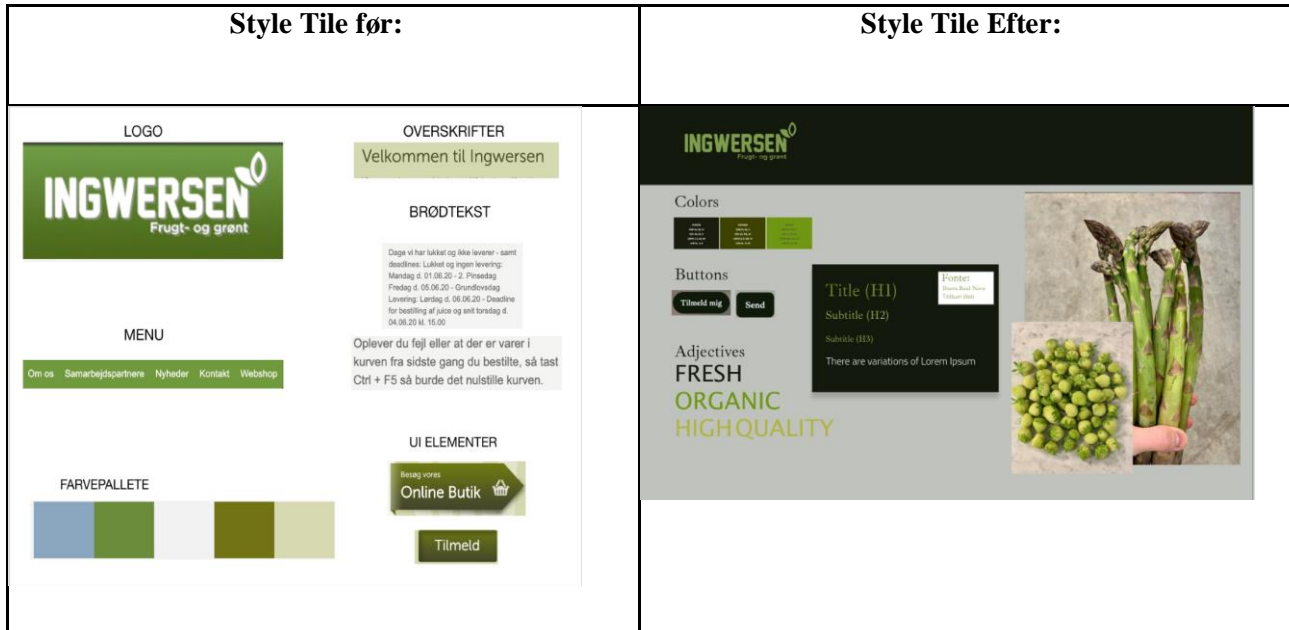
Proces & refleksion:

5-sec testen gik ud på at vi fandt nogle forskellige testpersoner som skulle afkode Ingwersens nuværende hjemmeside ved kun at kigge på den i 5 sekunder. Derefter skulle de besvare 4 spørgsmål angående hjemmesiden.

5-sec testen er mere eller mindre troværdig da det er testpersonerne som skriver deres første indtryk og det første de tænker. Dog kunne man have valgt at teste flere personer, og evt valgt nogle fra vores målgruppe

Process

Style tile:



Process & refleksion:

Styletile brugte vi for at se hvordan Ingwersens nuværende hjemmeside ser ud, og hvilke farver, skriftetyper osv. de gør brug af. Derfra valgte vi at den grønne farve var meget karakteristisk og gav en sammenhæng med deres tema. Dog kom vi frem til at vi ville modernisere den og give den noget ekstra. Derfor valgte vi at gå med mørkegrønne nuancer med en undertone af grå, for at holde den stilrent samtidig med den er mere moderne og "eksklusiv" at se på. Vi har vi valgt at beholde logoet men med en mere lys grøn farve, da vi synes det komplementeret resten af sitet.

Moodboard



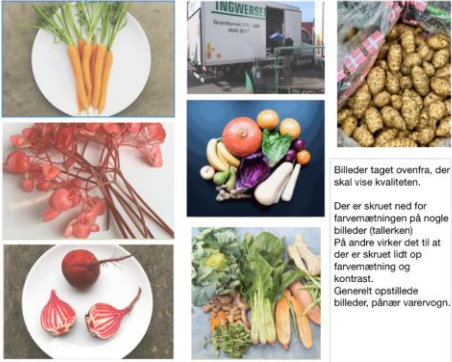







Process & refleksion:

Vi startede med at skrive en liste over forskellige ord der beskrev vores koncept. Derefter begyndte vi at sige hvilke kvaliteter der kunne ses på hjemmesiden og hvilke kvaliteter vi kunne tænke os at fremhæve.

Samtidig tog vi også inspiration fra deres Instagram da den er enkel, konsistens og stilren. Herfra samlede vi forskellige farver og billeder, som blev til vores moodboard. Til næste gang kunne man tilføje flere billeder, farver og evt. Logoer.

Fotostil

| | |
|----------------------|------------------------|
| Fotostil før: | Fotostil efter: |
|----------------------|------------------------|

| | |
|---|---|
| | |
|  <p>Billeder taget ovenfra, der skal vise kvaliteten.</p> <p>Der er skruet ned for farvemætningen på nogle billeder (billeren) På andre virker det til at der er skruet lidt op for farvemætning og kontrast. Generelt opstillede billeder, på nær varevogn.</p> |  <p>Samme stil som instagram, med en frugt/grønt på en tallerken/bord. Gerne lyse reale farver. Eventuelt lidt dybdeskarphed. Dette må gerne fremstå opstillet</p>  <p>Dybdeskarphed i billede, så vi får en reel fornemmelse af hvor lækkert og frisk varerne er. Skal ikke fremstå opstillet</p> <p>Et realistisk farve kombination, men med en større kontrast i farverne</p>  <p>Billeder taget af et værn overuelt pakket, men med flere frugter på billedet, så man forstår at det er indstillet. Et realistisk farve kombination, men med en større kontrast i farverne. Skal ikke fremstå opstillet</p> |
| | <p>Splash billede</p>  <p>En form for Splash i baggrunden af den mixere frugt, så der kommer mere spil i billedet.</p>   <p>En blanding af frugt gennem photoshop</p>  <p>Fotostil medarbejder Lys baggrund, ikke meget farvetone over billeder, så man ikke får fokuseret på toj mm. Men mere på ansigt. Portræt</p> |

Billedegalleri:





Link til billedegalleri: http://pappdesign.dk/kea/05-content/billedegalleri_redesign/

Billedegalleriet og dets motiver, er planlagt ud fra vores produtype, samt wierframe. Gruppen besluttede i fællesskab, hvilke billeder der skulle tages til hvert site og hvilke motiver vi gerne vil have dertil.

Vi havde dog overset opgavekravet, om billede i både høj og bredformat. Dette havde ingen påvirkning på vores efterfølgende arbejde, idet vi havde klare tanker om hvilke billede vi ville havde ud af produktionsdagen.

Til fremtidige projekter vil vi bestræbe os på at tage billede i begge formater. Idet vi oplevede at den efterfølgende arbejdsproces undervejs ændre og afvig lidt fra det planlagte. Dette ville måske til kommende projekter også medføre at det udtænkte billede, ville fremstå bedre i et andet format.

Foto Redigering

| Foto før redigering: | Foto efter redigering : |
|--|--|
|  |  <p data-bbox="793 707 1426 837">På dette billede, har vi fjernet støjen i baggrunden samt skruet op for farvemætningen, så blomkålene så mere iøjnefaldende ud samt fremhæve farverne</p> |
|  |  <p data-bbox="793 1379 1431 1561">På dette billede har vi skruet op for lysbalancen, samt højlys og hvide. Derefter er der lagt sort/hvid filter på, og beskåret det til, så man lettere kan se medarbejeren i øjnene.</p> |



Vores splashbillede er lavet over to forskellige billeder. Ved det grønne og fremtredende billede, hvor vi fjerner støj. Mens vi med det røde billede har påført en opasity.



Dette billede ligger som billede på forsiden. Her har vi først lagt et sort hvid filter over billede, og ændrede på dens opasity. Herefter har vi været inde og ligge et mørkerødt filter over billede. Tilsidst har vi fjernet støj samt hvides reflekser.

Synopsis over Interview (Om os)

Præmis:

- Én sætning, der udtrykker det du vil med din historie.

Hvem Ingwersen er som firma

- Hvad er budskabet eller vinklen?

Budskabet er at få et større indblik i Ingwersens virksomhed

Log-line

Handlingen fortalt i to sætninger

Et interview der skal give en større viden om virksomheden, og deres koncept. Den skal gerne give nye kunder mulighed for at forstå ingwersen bedre.

Samtidig med at der kører b-rolls

Koncept:

Et kort resumé af tema og grundlæggende historie og en bærende visual idé. Max 10 linier

En medarbejder fortæller om virksomheden, deres koncept samt kundeservice. Han fortæller om Ingwersens vigtigste prioriteringer, og hvilke værdier de sætter pris på i grossist branchen. Samtidig vil der være b-rolls som skal skabe en forståelse og et visuelt blik på de ting han fortæller. Det vil fx. Være lageret, køkkenet, frugt og grønt samt arbejdsklimaet i Ingwersen.

Nyhedsbrev synopsis:

Præmis:

- Hvem Ingwersen er som firma

Er at få flere til at tilmelde sig nyhedsbrev

Forklar budskabet

- Budskabet er at forklarer konceptet

Log-line

- Handlingen fortalt i to sætninger

En medarbejder fortæller om fordele ved nyhedsbrev, imens der kører nogle b-rolls

Koncept:

- Et kort resumé af tema og grundlæggende historie og en bærende visual idé. Max 10 linier:

En mand sidder i et lokale, og forklarer hvad deres nyhedsbrev indebærer, hvor ofte det bliver sendt ud og hvilke fordele det giver.

Imens vil der være b-rolls af lageret, frugt og grønt samt Ingwersen som arbejdsplads..

Opsummering: Under synopsisen har vi gjort os tanker med hvordan, vi bedst muligt udtrykker Ingwersens virksomhed, og kerneværdier gennem handlingen. Idet vore videoer er korte, og primært handler om interviewet er det svært at besvarer logline.

Interviewguide:

*Start med noget hyggesnak for at dulme nerverne**

- Hvor lang tid har du arbejdet i grossist branchen?
- Hvad fik dig interesseret i branchen?
- Hvordan synes du det er at arbejde her hos Ingwersen?

Kan du fortælle kort om jeres virksomhed?

Hvis du skulle forklare kunden hvordan Ingwersens proces er fra en kunde, bestiller til i leverer?

Hvor lang tid har i eksisteret?

- Hvilke fordele har det givet jer?

Hvad jeres grundprincipper?

Hvad har i af erfaring?

Hvad gør jer unik?

Hvorfor skal vi vælge jer fremfor andre grossister?

Hvordan er jeres samarbejde her hos Ingwersen?

Hvad ligger Ingwersen vægt på?

- Råvarer
- Kundeservice (dag til dag-levering)
- Samarbejde

Hvor kommer jeres råvarer fra?

Hvordan sikrer i jer høj kvalitet?

Interviewguide til nyhedsbreve?

- Hvad indeholder jeres nyhedsbreve?
- Hvorfor skal man være tilmeldt?
- Hvad er fordelene ved at være tilmeldt?

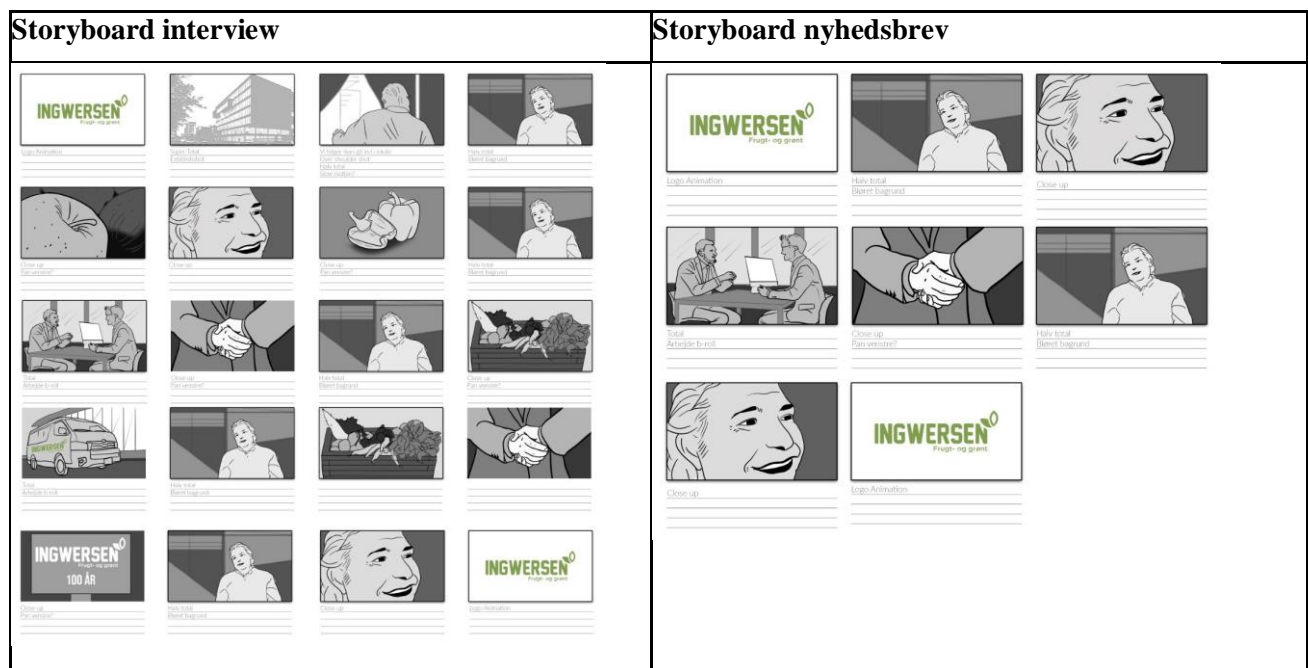
- Hvor ofte kommer der nyhedsbreve?

Process:

Ved vores interviewguide og under interviewet, ville vi gerne starte med nogle simple spørgsmål så han kunne føle sig mere komfortable og tryk. Selve spørgsmålene fokuserede vi på ikke at stille flere spørgsmål i et, og vi forsøgte at gøre spørgsmålene så åbne som muligt.

Da vi interviewede ham, havde han fået opfattelsen af det var et interview vi skulle bruge til selve opbyggelsen af sitet, hvilket resulterede i at vi fik nogle meget dybdegående svar om Ingwersen, som var rigtige gode at have med. Men vi søgte noget lidt mere kort og kontant, og mere service/kunde relateret. Vi fik dog fortalt ham det, og vi fik rettet det ind.

Storyboard



Opsummering:

Storyboardet viser en mand der elsker sit job går ind, og sætte sig for at bliver interviewet. Under filmen, ser vi nogen close ups af hans ansigt der smiler, og elsker at snakke om hans arbejde og en lang række B-rolls af arbejdspladsen. Der er er en titel inkluderet før og efter.

Process:

Storyboardet er stærkt inspireret af en "1 min story" af en mand der snakker om at være kok.

Den beslutning blev taget, da der kunne drages stærke sammenligninger til det udtryk vi ville have ud af vores videoer. Professional, simple men får budskabet igennem, fokus på urter, i vores tilfælde frugt og grønt, og roligt tempo.

Det var dog en udfordring af vælge de rigtige motiver, da vi ikke vidste hvordan han ville svare. Vi vidste kun hvad ville spørge ham, om måtte gætte ud fra det.

Vi endte med at have materiale der mindede stærkt om det forventede, hvilket ledte til vi stærkt lændede os op af storyboardet da vi var ude og filme B-rolls.

Konklusion

På trods af lidt usikkerhed om hvad der skulle være på storyboardet, da det skulle være relevant til noget der ikke var blevet sagt i nu, var det et uundværligt stykke materiale på processes dagen.

Screenshots af video:

Opsummering:



Der er 3 film.



1 Om os

Varighed: 01:31 min

Filmen starter med en animation af deres logo, som er navnet på deres firma, som er titlen på filmen. Denne animation har samme farver som hjemmesiden.

Derefter er der et establishing shot af deres køleskab med produkter, og så ser vi endelig manden det hele handler om. Han bliver set forfra i en halvtotal, og fra siden i en close up.

Der bliver vist b-rolls der er relevant til hvad han snakker om.

Filmen slutter med loget spillet baglens.

2 Nyheds brevet

Varighed: 00:40 min

Logoet bliver vist. Mand fortæller om nyhedsbrev og hvilke fordele der er ved at være tilmeldt. Der bliver vist B-rolls af de produkter han snakker om.

Logoet bliver vist igen.

3 montage

Varighed 00:20 min

Der bliver vist 10 videoklip på skift, af nogle af de produkter man kan købe af firmaet. Den er mutet og spiller på loop.

Process:

På produktions dagen, var filmen godt planlagt og det gik som smurt. De eneste udfordringer vi havde, var nogen af SD kortene løb tør for plads.

Ud over det, var der ikke nogen af os der havde gjort interviewerens opmærksom på hvad det skulle handle om, og hvad filmen skulle handle om. Hvilket ledte til en meget ydmyg salgs video.

Da vi skulle filme B-rolls, kiggede vi på storyboardet og på lokation og fik taget en masse gode shots.

Da vi skulle igang med redigering, lagde vi alle billeder og video på et Onedrive.

Vi fik klippet de 3 film sammen, med blandt andet brug af colorcorekting.

Vi fik expoteret filmene og har i alt 2 min og 31 sekunder.

Konklusion

Med god planlægning fik vi filmet hvad vi skulle bruge, og klippet 3 film på ingen tid.

De giver et stærkt indtryk på hjemmesiden.

Kvadratisk film til sociale medier

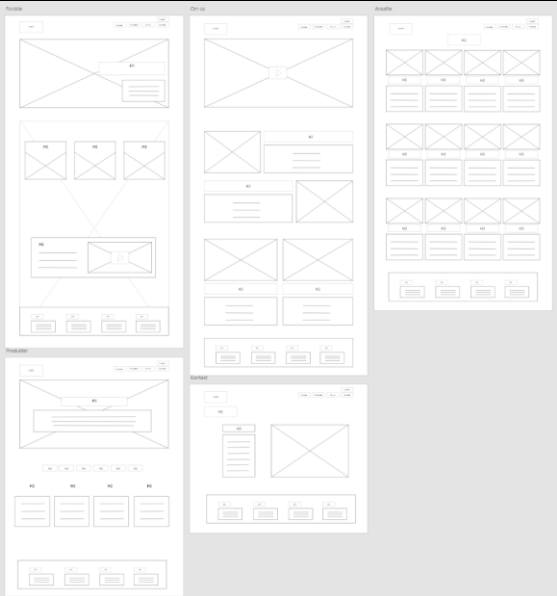
<https://youtu.be/85jFOkRN6eQ>

Layoutdiagram over redesign:

Vores layoutdiagram er lavet ud fra vores prototype. Vi har holdt en meget simpel struktur, med overordnede sektioner hvis navn beskriver indholdet. Herefter kommer en section_wrapper hvor selv sektionens indhold ligger i. Nedenfor ses linket til vores layoutdiagram;

https://studkea-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/emil7809_stud_kea_dk/Eb7pkSBZCp1DkWyOXkG1B_8BoCkx_mjk8HfR15Ry7DGB5w?e=NY81ub

Wireframe

| Wireframe før: | Wireframe efter: |
|--|---|
|  |  |

Opsummering:

Det første Wireframe blev lavet ud fra den originale hjemmeside. Hvilket gav et godt indtryk af hvordan den er blevet bygget op, og inspiration til hvordan vi skulle redesigne.

Wireframe til vores redesign blev brugt som fundament til design af hjemmesiden.

Process:

Vi arbejdede sammen om at lave Wireframe til vores redesign. Ud fra den originale hjemmeside, blev vi enige om hvad vi ville genbruge, og hvad der skulle vælges fra. Vi lod os inspirere af konkurrenternes hjemmeside for at danne det endelige Wireframe.

Vi prøvede at få kontakt til firmaet for at høre hvad de ville have på hjemmesiden, men kontakten med firmaet var begrænset.

Konklusion

Resultatet var et let og overskueligt Wireframe, alle var enige om, som blev brugt til at redesigne hjemmesiden.

Prototype:

<https://xd.adobe.com/view/ba34f613-a8cb-4409-bd26-4bfef96fd36b-ef67/>

Opsummering:

Prototypen er Wireframe, Styletile og teksten lagt sammen. Den har vi brugt da vi gik i gang med at kode, og taget udgangspunkt i dens design.

Process:

Prototypen har varieret i udsene. Det var en ting at lave et styletile, det var noget andet at se elementerne blive brugt.

Men vi holdte os hele tiden til opbygning som kom fra vores Wireframe.

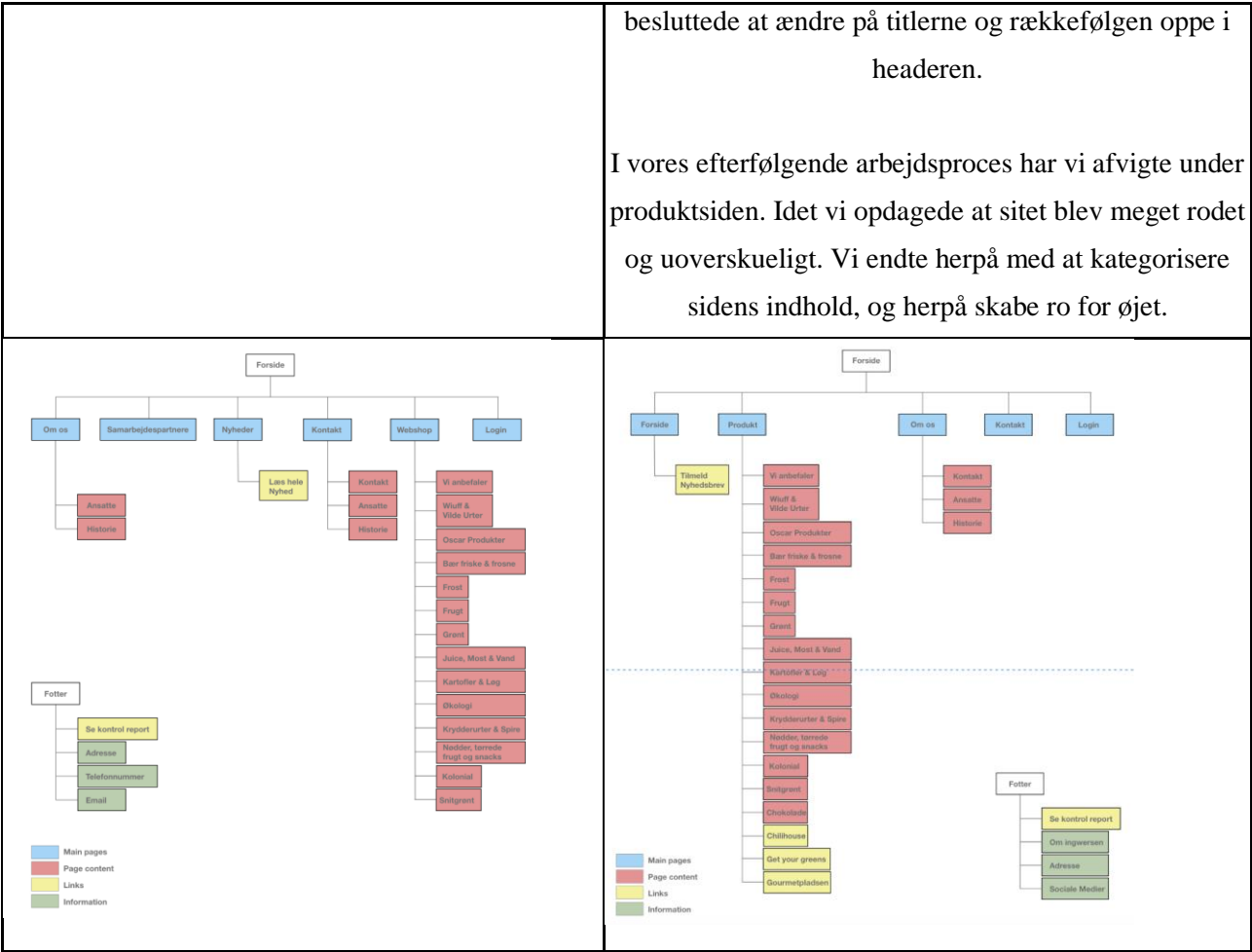
Da vi kig i gang med at kode var det et godt redskab at vende tilbage til, når man blev i tvivl om hvad man skulle kode.

Der er enkelte elementer der er blevet tilføjet eller ændret på selve hjemmesiden, men ikke er blevet opdateret på prototypen.

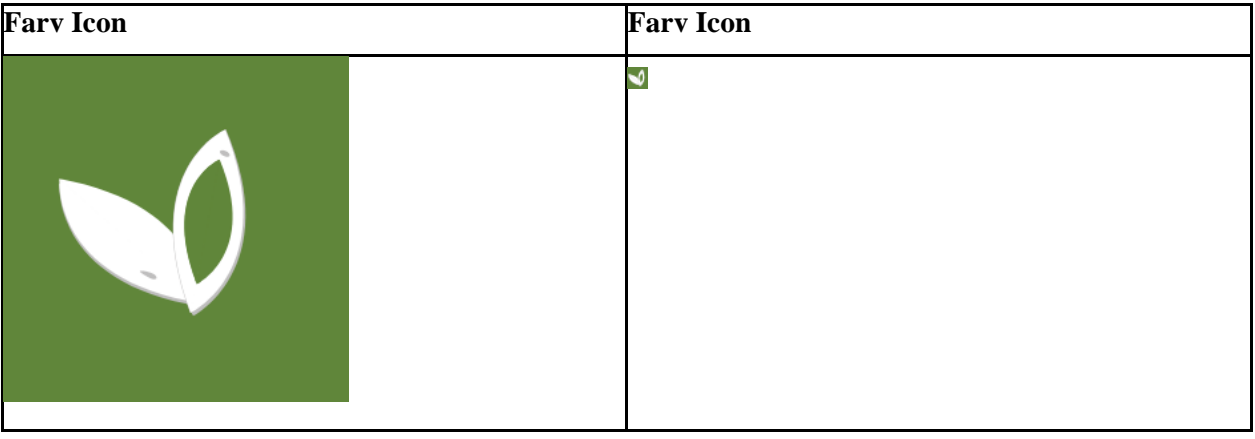
Sitemap:

<https://xd.adobe.com/view/dc5c17ae-a817-455c-baff-8b39e392463e-890f/>

| Sitemap over eksisterende site: | Sitemap over redesign: |
|---|--|
| I forbindelse med undersøgelsen af virksomhedens eksisterende site udarbejder vi et sitemap over hjemmesiden. Dette var med til at skabe overblik over sitet indhold, og dets generelle struktur. | Sideløbende med vores arbejde på prototypen og wireframe udarbejder vi sitemap til vores redesign. Det følger meget den samme struktur som det allerede eksisterede sitemap, dog med små ændringer. Vi |



Icon:



process:

Ved favicon, ville vi gerne bruge logoets blade for at det fik en konsisterende billede over hele siden. Vi lavede det i XD, og det var lidt svært at finde rundt i, indtil man lige fik øvet det længe nok. Det lille billede har færre detaljer end det store billede

Tegninger:



Proces:

Vi har tegnet disse i illustrator fir at illustrere Ingwersens koncept. Det danner en forståelse for deres proces og hvordan det forløber sig.

Kode:

Html og css eksempel og forklaring:

Vi har på forsiden anvendt en del forskellige kode. Det mest interessante eksempel er vores burgermenu, se forklaring under implementeret kod fra andre site.

En anden eksempel er måden vi har indsat billede på her, har vi anvendt to forskellige måder. Den først måde er i forhold til splashbillede. Her har vi indsat billede i css, dermed se vores html ud som følgende.

```
<section id="splash">
  <div class="section_wrapper">
    <h1 id="splash_h1">Ingwersen</h1>
    <p id="splash_p">En moderne grossist med speciale i
      kvalitets råvarer.</p>
  </div>
</section>
```

Inde i css har vi så først fjernet bredden på billedet herefter har vi givet den en 100% bredde samt en 100vh i højden. Dertil har vi for at få billedet ind anvendt background-image.

```
#splash {
  max-width: none;
  width: 100%;
  height: 100vh;
  display: grid;
  grid-template-columns: 1fr 1fr;
  background-image: url(../billeder/splashbillede.webp);
  background-size: cover;
  background-position: 55% 10%;
}
```

Den anden måde vi har indsat billede på er gennem html. Her har vi anvendt img taget.

```
<h1>Ingwersens koncept</h1>
<div class="section_wrapper">
  <div id="finder" class="col">
    <div class="top">
      <h3>Vi finder</h3>
    </div>
    <div class="bottom">
      
    </div>
  </div>
</div>
```

Inde i vores css har vi så ændret størrelsen på billede ved at sige:

```
#proces img {
  width: 60%;
}
```

Implementeret kode fra andre sites:

Table

På kontakt og produkter siden er der blevet benyttet tables.

Det blev fundet på Ingwersen egen hjemmeside, hvor det bliver brugt til at lave en flot opstilling af information under kontakter. Det er også blevet brugt for at lave en flot opstilling af information under kontakter, og information om produkter.

| | |
|--------------------------------|------------|
| Hørskæften 30 2630 Taastrup | Email |
| table 300 x 76 | |
| Telefon: 36 46 88 77 | Firmanavn: |
| Fax: 36 44 00 99 | |
| Email: bug@ingwersen.dk | Beakod: |
| Web: www.ingwersen.dk | |
| Hørskæften 30 | |

```
<h1>Kontakt Ingwersen</h1>
<h2>Ingwersen A/S</h2>
<p></p>
<table border="0" cellspacing="0" cellpadding="0" style="width: 300px; height: 20px; background: "/ingwersen.aspxwebsidefold
er52">
  <tbody>
    <tr></tr>
    <tr></tr>
    <tr></tr>
    <tr></tr>
  </tbody>
</table>
```

<https://www.ingwersen.dk/om-os/kontakt>

```
<table>
  <tbody>
    <tr>
      <td>Telefon:</td>
      <td>(+45) 36 46 88 77</td>
    </tr>
    <tr>
      <td>Fax:</td>
      <td>36 44 00 99</td>
    </tr>
    <tr>
      <td>Email:</td>
      <td><a href="mailto:frugt@ingwersen.dk">frugt@ingwersen.dk</a></td>
    </tr>
    <tr>
      <td>Web:</td>
      <td><a href="/">www.ingwersen.dk</a></td>
    </tr>
  </tbody>
</table>
```

```
<table>|
  <tr>
    <td>(740,1)</td>
  </tr>
  <tr>
    <td>Enhed</td>
    <td>KS</td>
  </tr>
  <tr>
    <td>Land</td>
    <td>IT</td>
  </tr>
  <tr>
    <td>Kg.</td>
    <td>5</td>
  </tr>
  <tr>
    <td>Stk.</td>
    <td></td>
  </tr>
</table>
```

<Table> opføre sig som parrent til <tbody>

<tbody> er parrent til <tr>

<tr> er parrent til <td> Det er her hele linjen bliver skrevet ind, med mellemrum mellem sætningerne.

<td> er hvor hver sætninger bliver skrevet ind.

```

77   }
78   font-family: 'Titillium Web';
79   color: black;
80 }
81 table {
82   width: 300px;
83   height: 20px;
84 }
85 h1 {
86   text-align: center;
87   margin-bottom: 100px;
88 }

```

```

154 td {
155   line-height: 1.8;
156   border-bottom-style: solid;
157   border-bottom-color: #373e33;
158   border-bottom-width: thin;
159   width: 120px;
160   font-family: 'Titillium Web', sans-serif;
161   color: black;
162 }

```

I CSS er den blevet stylet.

```

<section id="map">
  <div class="googlemap">
    <iframe src="https://www.google.com/maps/embed?
pb=!1m18!1m12!1m3!1d22250.4655571797994!2d12.296057!3d55.663503999999996!2m3!1f0!2f0!3f0!3m2!1f1024!2f768!4f13.1!3m3!1m2!1s0x465259906c507e75%3A0x88fbffa1
4488bf6!2sH%C3%80rsk%C3%A6tten+30%2C+2630+Taastrup!5e0!3m2!1sda!2sda!4v1432019356162"></iframe>
  </div>
</section>
</main>
<footer>

```

Maps

Under kontakter er der et google maps

Der fulgte jeg instrukserne på følgende link:

https://mobirise.com/help/how-to-add-google-map-to-website-781.html?fbclid=IwAR0_E9jVEN-f5FQe5sD_Das8CHzODBcZloTRpLuDLj8Yx9j3443MZ5vvoTw

Google maps har en share mulighed, hvor man kan copy paster en HTML kode og ligger ind i sin egen kode.

Drop down

Inde på produkt siden er der i midten af siden en nav, som skulle lede til de forskellige produkter.

(Vi har kun lavet en) Hver produktkategori er blevet sorteret under en over kategori, de er blevet lagt ind i en drop down menu.

Der var jeg inde på w3schoold og finde en tutorial


```

<section id="udvalg">
  <div class="section_wrapper">
    <nav>
      <div class="dropdown">
        <button class="dropbtn">| Snacks til bordet |</button>
        <div class="dropdown-content">
          <a href="produkt.html">Snacks til bordet</a>
          <a href="produkt.html">Bær Friske</a>
          <a href="produkt.html">Nødder, tørrede frugt og snacks</a>
          <a href="produkt.html">Kolonial</a>
        </div>
      </div>

      <button class="dropbtn streg">| Vi anbefaler |</button>

      <div class="dropdown">
        <button class="dropbtn">| Mærkevarer |</button>
        <div class="dropdown-content">
          <a href="produkt.html">Wiuff & Vilde Urter</a>
          <a href="produkt.html">Oscar Produkter</a>
        </div>
      </div>

      <div class="dropdown">
        <button class="dropbtn">| Grønt |</button>
        <div class="dropdown-content">
          <a href="produkt.html">Kartofler & Løg</a>
          <a href="produkt.html">Krydderurter & Spire</a>
          <a href="produkt.html">Snitgrønt</a>
          <a href="produkt.html">Grønt</a>
        </div>
      </div>

      <button class="dropbtn">| Frugt |</button>

      <div class="dropdown">
        <button class="dropbtn">| Frost |</button>
        <div class="dropdown-content">
          <a href="produkt.html">Frost</a>
          <a href="produkt.html">Bær Frost</a>
        </div>
      </div>

      <div class="dropdown">
        <button class="dropbtn">| Drikke |</button>
        <div class="dropdown-content">
          <a href="produkt.html">Juice</a>
          <a href="produkt.html">Most</a>
          <a href="produkt.html">Vand</a>
        </div>
      </div>
    </nav>
  </div>
</section>

```

https://www.w3schools.com/howto/howto_js_dropdown.asp

I HTML gav jeg en parent med navnet: dropdown

I den lavede jeg en button som man kan klikke på, og en child med de elementer der skulle ses når man har trykket på knappen.

```

87 ▾ #udvalg nav {
88     position: relative;
89     top: 100px;
90     text-align: center;
91     padding: 10px;
92 }
93 ▾ .dropbtn {
94     background-color: rgba(76, 175, 80, 0);
95     color: white;
96     padding: 16px;
97     font-size: 16px;
98     border: none;
99 }
100 ▾ .dropdown {
101     position: relative;
102     display: inline-block;
103 }
104
105 /* Dropdown Content (Hidden by Default) */
106
107 ▾ .dropdown-content {
108     display: none;
109     position: absolute;
110     background-color: #f1f1f1;
111     min-width: 160px;
112     box-shadow: 0px 8px 16px 0px rgba(0, 0, 0, 0.2);
113     z-index: 1;
114 }
115
116 /* Links inside the dropdown */
117
118 ▾ .dropdown-content a {
119     color: black;
120     padding: 12px 16px;
121     text-decoration: none;
122     display: block;
123 }
124
125 /* Show the dropdown menu on hover */
126
127 ▾ .dropdown:hover .dropdown-content {
128     display: block;
129     background-color: rgba(157, 163, 154);
130 }
131
132 /* Change the background color of the dropdown button when the dropdown content is shown */
133
134 ▾ .dropdown:hover .dropbtn {
135     color: #809E4F;
136 }
137
138 /* Change color of dropdown links on hover */
139
140 ▾ .dropdown-content a:hover {
141     color: #f5faff;
142 }

```

I CSS

Dropbtn – styler knappen(erne)

Dropdown.content - styler og får placeret kassen som skal droppes down

Dropdown.content a – styler llinksne i dropdown

dropdown:hover .dropdown-content – aktivere dropdown menuen når man køre musen over

Or resten er style

Burgermenu:

Vi har til vores burgermenu, fundet kode fra w3schools.com, for at få vores burgermenu til at gå fra streger til kryds og tilbage igen.

Vi har implementeret koden under vores menuknep i html via bar1, bar2 og bar3.

```

<header>
  <nav>
    <div class="logo">
      <a href="index.html"> </a>
    </div>
    <div id="menuknap_wrapper">
      <div id="menuknap">
        <div class="bar1"></div>
        <div class="bar2"></div>
        <div class="bar3"></div>
      </div>
    </div>
    <ul id="menu" class="hidden">
      <li><a href="index.html">Forside</a></li>
      <li><a href="produkt.html">Produkt</a></li>
      <li><a href="omos.html">Om os</a></li>
      <li><a href="kontakt.html">Kontakt</a></li>
      <li><a href="logind-section">Logind</a></li>
    </ul>
  </nav>
</header>

```

Herefter har vi via css, stilet os frem til brugermenuens tre streger. Yderligere har vi i css, også lavet den transform som sker mellem de tre streger og krydset. Disse transform har vi givet class change som vi kalder inde i js.

```

.bar1,
.bar2,
.bar3 {
  width: 34px;
  height: 5px;
  background-color: #f5faff;
  margin: 6px 0;
  transition: 0.4s;
}

.change .bar1 {
  -webkit-transform: rotate(-45deg) translate(-9px, 6px);
  transform: rotate(-45deg) translate(-9px, 6px);
}

.change .bar2 {
  opacity: 0;
}

.change .bar3 {
  -webkit-transform: rotate(45deg) translate(-8px, -8px);
  transform: rotate(45deg) translate(-8px, -8px);
}

```

I js starter vi med at load side, hvilket kalder funktionen `sidenViset`. Herefter føres man via et click ned i funktionen kaldt `toggleMenu`.

I `toggleMenu` bliver css class `hidden` tilføjet. Dette gør at menuens indhold bliver synlig. Yderligere kaldes funktionen `myFunction` via `this`. `This` henviser til menuknappen. Så når man clicker på menuknappen, kalder den både `toggleMenu` og `myFunction`.

Idet funktionen `myFunction` kaldes via `this`, aktiveres funktionen og class `change` bliver tilføjet. Herefter bliver class `hidden` og `change` tilføjet samtidig.

```

window.addEventListener("load", sidenViset);

function sidenViset() {
  console.log("sidenViset");
  document.querySelector("#menuknapp").addEventListener("click", toggleMenu);
}

function toggleMenu() {
  console.log("toggleMenu");
  document.querySelector("#menu").classList.toggle("hidden");
  myFunction(this);
}

function myFunction(x) {
  x.classList.toggle("change");
}
```

Test

Ekspert test:

| Heuristik? | Problem | URL | Kategori | Løsning | Kan løses på? |
|------------|---|---|----------|--|---------------|
| Synlighed | Medarbejder siden gentager billeder af ansatte og angiver samme oplysninger | https://dazzling-beaver-2615d7.netlify.app/ansatt.html | 0 | Det skal ikke løses, men kan løses ved at have flere billeder | 0 timer |
| Synlighed | Man kan ikke trykke på punkterne i footeren | Alle sider | 2 | Vi kan løse det via brackets, men det vil skabe andre problemer med visuelle | 0 timer |
| Æstetik | Medarbejdere, historie og kontakt står med hvid og en anden skrifttype | https://dazzling-beaver-2615d7.netlify.app/ansatt.html | 4 | Vi vil ændre teksten i brackets | 15 minutter |

| | | | | | |
|-----------|--|---|---|--|-------------|
| | e end resten af siden (og kontakt står med lille forbogstav) | 2615d7.netlify.app/omos.html | | | |
| Synlighed | Log-ind siden fører til en page not found. | https://dazzling-beaver-2615d7.netlify.app/logind-section | 2 | Det var ikke planlagt at lave den side, men fjerner muligheden for at klikke på den. | 10 minutter |
| Æstetik | Mangler nutids r i "Vi l everer" | https://dazzling-beaver-2615d7.netlify.app/index.html | 1 | Sætter r ind | 5 minutter |

Under denne test fik et indblik over nogle af de "største" problemer på hjemmesiden. Den første problem, er ikke en fejl vi kan rette, da vi kun har billeder af 4 medarbejdere, og mange flere i virksomheden.

At det ikke er muligt at trykke på punkterne i footeren, var vi allerede bevidste om. Men havde ikke kompetencerne eller tiden, til at kunne nå at gøre det muligt.

Medarbejder, historie og kontakt på "om os" siden, blev rettet til. Det er jo meningen at det er en anden skrifttype, da den skal følge skrifttypen til links. Samt følge menuen i produkter for at skabe en konsistens hjemmeside. Vi har ingen log ind side, så her løste vi problemet ved at den linker til den side, man allerede er på.

5 sec Test

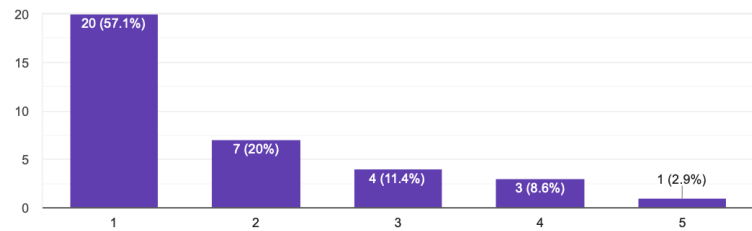
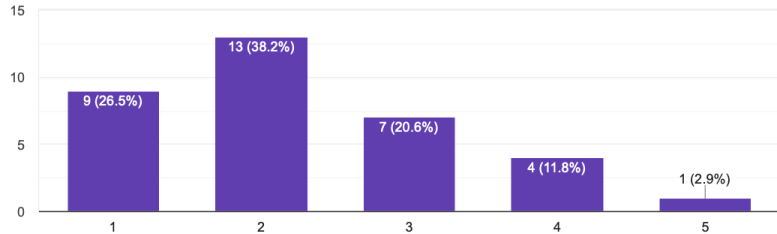
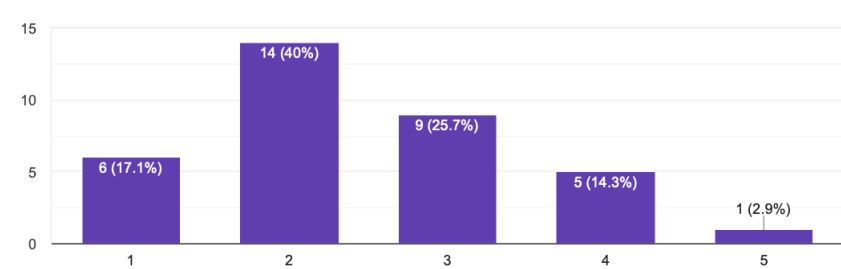
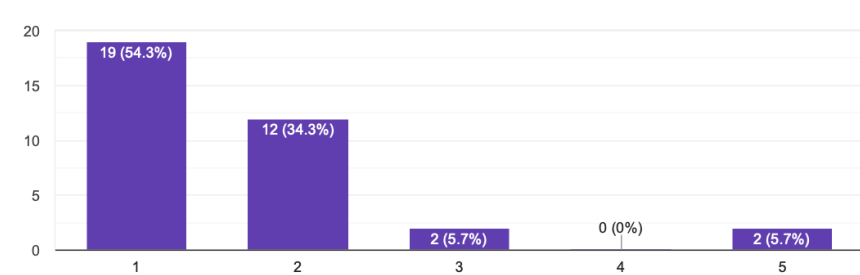
Resultat af site:

| Personer: | Hvad handler dette site om? | Hvad var mest i øjenfaldene på sitet? | Beskriv hjemmesiden med ét ord! |
|---------------|-----------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|
| Test person 1 | Grøntsager | Billedet og navnet | appetitvækkende |
| Test person 2 | Grøntsager | Farven og billedet | Clean |
| Test person 3 | Grønsager | Logo og billedet | Moderne |
| Test person 4 | Råvarer | Billedet | Stilren |

I denne test fik vi konkluderet at vores hjemmeside, fremstår som vi ønsker det. Vores test personer, kan se at det er en grønthandler, og de finder den stilren, moderne og interessant.

Bert:

<https://docs.google.com/forms/d/1hR2c4pwaLfAuDCJzSVNYS6wk58eQHxiWUOQsDr2CQeA/edit#responses>

| Opsummering | Billede | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|------------|-------|------------|---|----|-------|---|----|-------|---|---|-------|---|---|-------|---|---|------|
| Største delen finder hjemmesiden overskuelig | <p>Er sitet overskueligt - Rødt</p> <p>35 responses</p>  <table><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>20</td><td>57.1%</td></tr><tr><td>2</td><td>7</td><td>20%</td></tr><tr><td>3</td><td>4</td><td>11.4%</td></tr><tr><td>4</td><td>3</td><td>8.6%</td></tr><tr><td>5</td><td>1</td><td>2.9%</td></tr></tbody></table> | Rating | Count | Percentage | 1 | 20 | 57.1% | 2 | 7 | 20% | 3 | 4 | 11.4% | 4 | 3 | 8.6% | 5 | 1 | 2.9% |
| Rating | Count | Percentage | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 20 | 57.1% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 7 | 20% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 4 | 11.4% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 3 | 8.6% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 1 | 2.9% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Største delen finder hjemmesidens design simpelt men nogle mente også designet var detaljeret | <p>Hvad synes du om hjemmesidens design? (simpelt-detaljeret)</p> <p>34 responses</p>  <table><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>9</td><td>26.5%</td></tr><tr><td>2</td><td>13</td><td>38.2%</td></tr><tr><td>3</td><td>7</td><td>20.6%</td></tr><tr><td>4</td><td>4</td><td>11.8%</td></tr><tr><td>5</td><td>1</td><td>2.9%</td></tr></tbody></table> | Rating | Count | Percentage | 1 | 9 | 26.5% | 2 | 13 | 38.2% | 3 | 7 | 20.6% | 4 | 4 | 11.8% | 5 | 1 | 2.9% |
| Rating | Count | Percentage | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 9 | 26.5% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 13 | 38.2% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 7 | 20.6% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 4 | 11.8% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 1 | 2.9% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Over halvdeling finder siden professionel. Nogle synes sitet ligger midt i mellem . Få synes sitet af lavet af begynder. | <p>Er siden lavet af en professionel eller begynder</p> <p>35 responses</p>  <table><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>6</td><td>17.1%</td></tr><tr><td>2</td><td>14</td><td>40%</td></tr><tr><td>3</td><td>9</td><td>25.7%</td></tr><tr><td>4</td><td>5</td><td>14.3%</td></tr><tr><td>5</td><td>1</td><td>2.9%</td></tr></tbody></table> | Rating | Count | Percentage | 1 | 6 | 17.1% | 2 | 14 | 40% | 3 | 9 | 25.7% | 4 | 5 | 14.3% | 5 | 1 | 2.9% |
| Rating | Count | Percentage | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 6 | 17.1% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 14 | 40% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 9 | 25.7% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 5 | 14.3% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 1 | 2.9% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Største delen finder hjemmesiden troværdig | <p>Er hjemmesiden Troværdig - Utroværdig</p> <p>35 responses</p>  <table><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>19</td><td>54.3%</td></tr><tr><td>2</td><td>12</td><td>34.3%</td></tr><tr><td>3</td><td>2</td><td>5.7%</td></tr><tr><td>4</td><td>0</td><td>0%</td></tr><tr><td>5</td><td>2</td><td>5.7%</td></tr></tbody></table> | Rating | Count | Percentage | 1 | 19 | 54.3% | 2 | 12 | 34.3% | 3 | 2 | 5.7% | 4 | 0 | 0% | 5 | 2 | 5.7% |
| Rating | Count | Percentage | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 19 | 54.3% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 12 | 34.3% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 2 | 5.7% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 0 | 0% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 2 | 5.7% | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| Største delen finder hjemmesiden indbydende | <div>Er hjemmesiden Indbydende - Kedelig</div> <div>35 responses</div> <div><table><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>11</td><td>31.4%</td></tr><tr><td>2</td><td>14</td><td>40%</td></tr><tr><td>3</td><td>5</td><td>14.3%</td></tr><tr><td>4</td><td>5</td><td>14.3%</td></tr><tr><td>5</td><td>0</td><td>0%</td></tr></tbody></table></div> | Rating | Count | Percentage | 1 | 11 | 31.4% | 2 | 14 | 40% | 3 | 5 | 14.3% | 4 | 5 | 14.3% | 5 | 0 | 0% |
|---|--|------------|-------|------------|---|----|-------|---|----|-------|---|---|-------|---|---|-------|---|---|------|
| Rating | Count | Percentage | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 11 | 31.4% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 14 | 40% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 5 | 14.3% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 5 | 14.3% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 0 | 0% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Næsten alle forstår hvad hjemmesiden handler om | <div>Forstår hvad hjemmesiden handler om - Forstår IKKE hvad hjemmesiden handler om</div> <div>35 responses</div> <div><table><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>23</td><td>65.7%</td></tr><tr><td>2</td><td>6</td><td>17.1%</td></tr><tr><td>3</td><td>3</td><td>8.6%</td></tr><tr><td>4</td><td>2</td><td>5.7%</td></tr><tr><td>5</td><td>1</td><td>2.9%</td></tr></tbody></table></div> | Rating | Count | Percentage | 1 | 23 | 65.7% | 2 | 6 | 17.1% | 3 | 3 | 8.6% | 4 | 2 | 5.7% | 5 | 1 | 2.9% |
| Rating | Count | Percentage | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 23 | 65.7% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 6 | 17.1% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 3 | 8.6% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 2 | 5.7% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 1 | 2.9% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Største delen finder hjemmesiden konsistens | <div>Er hjemme siden Konsistens- Ikke Konsistens (Er siden ensartet)</div> <div>35 responses</div> <div><table><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>16</td><td>45.7%</td></tr><tr><td>2</td><td>10</td><td>28.6%</td></tr><tr><td>3</td><td>8</td><td>22.9%</td></tr><tr><td>4</td><td>1</td><td>2.9%</td></tr><tr><td>5</td><td>0</td><td>0%</td></tr></tbody></table></div> | Rating | Count | Percentage | 1 | 16 | 45.7% | 2 | 10 | 28.6% | 3 | 8 | 22.9% | 4 | 1 | 2.9% | 5 | 0 | 0% |
| Rating | Count | Percentage | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 16 | 45.7% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 10 | 28.6% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 8 | 22.9% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 1 | 2.9% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 0 | 0% | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| Største delen finder hjemmesiden enkel at navigere rundt I. Få synes det er kompleks | <p>Hvordan er siden at navigere rundt på? (kompleks-enkelt)</p> <p>35 responses</p> <table><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>3</td><td>8.6%</td></tr><tr><td>2</td><td>4</td><td>11.4%</td></tr><tr><td>3</td><td>1</td><td>2.9%</td></tr><tr><td>4</td><td>13</td><td>37.1%</td></tr><tr><td>5</td><td>14</td><td>40%</td></tr></tbody></table> | Rating | Count | Percentage | 1 | 3 | 8.6% | 2 | 4 | 11.4% | 3 | 1 | 2.9% | 4 | 13 | 37.1% | 5 | 14 | 40% |
|--|---|------------|-------|------------|---|----|-------|---|----|-------|---|---|-------|---|----|-------|---|----|------|
| Rating | Count | Percentage | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 3 | 8.6% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 4 | 11.4% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 1 | 2.9% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 13 | 37.1% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 14 | 40% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Største delen finder det visuelle udtryk tilkpas | <p>Hvad synes du om det visuelle udtryk på siden? (Tilkpas-Lidt over det hele)</p> <p>34 responses</p> <table><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>11</td><td>32.4%</td></tr><tr><td>2</td><td>14</td><td>41.2%</td></tr><tr><td>3</td><td>7</td><td>20.6%</td></tr><tr><td>4</td><td>2</td><td>5.9%</td></tr><tr><td>5</td><td>0</td><td>0%</td></tr></tbody></table> | Rating | Count | Percentage | 1 | 11 | 32.4% | 2 | 14 | 41.2% | 3 | 7 | 20.6% | 4 | 2 | 5.9% | 5 | 0 | 0% |
| Rating | Count | Percentage | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 11 | 32.4% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 14 | 41.2% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 7 | 20.6% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 2 | 5.9% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 0 | 0% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Største delen finder udnytter at se videoerne. Enkel udnytter det ikke | <p>I hvilken grad udnytter du at se videoerne på hjemmesiden</p> <p>35 responses</p> <table><thead><tr><th>Rating</th><th>Count</th><th>Percentage</th></tr></thead><tbody><tr><td>1</td><td>12</td><td>34.3%</td></tr><tr><td>2</td><td>10</td><td>28.6%</td></tr><tr><td>3</td><td>7</td><td>20%</td></tr><tr><td>4</td><td>4</td><td>11.4%</td></tr><tr><td>5</td><td>2</td><td>5.7%</td></tr></tbody></table> | Rating | Count | Percentage | 1 | 12 | 34.3% | 2 | 10 | 28.6% | 3 | 7 | 20% | 4 | 4 | 11.4% | 5 | 2 | 5.7% |
| Rating | Count | Percentage | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 12 | 34.3% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | 10 | 28.6% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | 7 | 20% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | 4 | 11.4% | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | 2 | 5.7% | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Ud fra Bert testen kan man tydeligt se at der er kæmpe forbedring efter redesign. Vi har opnået en enkel, stilren, funktionel, konsistens og visuel pæn hjemmeside. Svarene fra Bert kan konkludere at vi har opnået vores ønsket resultat af hjemmeside. Dog kunne man forbedre denne Bert test ved at det kun var vores specifikke målgruppe der besvaret den. Det ville sige restauranter, catering firmaer, hoteller osv.

Lighthouse test:

Vi havde allerede før vi kørte testen, været inde og opgraderer vores billeder.

Til desktop før;

https://studkea-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/emil7809_stud_kea_dk/EYtZmeF43r1DuIZKDcbp4s0BjY8QXBKLYADrz4zHP_abUA?e=unxeDL

Til desktop efter;

Ud fra den første lighthouse test, vi kørte over sitet, har vi efterfølgende været inde og tilføje <meta name="description" content="text">. Herefter scorede vi grøn i alle fire kategorier.

https://studkea-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/emil7809_stud_kea_dk/ESP5b7apI2lIv4bjbDpdXyIBxiAls3juUEComJ-rSTR8jQ?e=pgDlbU

Til mobil før;

https://studkea-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/emil7809_stud_kea_dk/Edg_rns0wOpBp56xdSJnl6UB91VU2WNFeEpk6SkoEW5X0Q?e=VeQFlt

Til mobil efter;

https://studkea-my.sharepoint.com/:b:/g/personal/emil7809_stud_kea_dk/EdjE5vgvxV1FtwlthhMxnc0BSJO3o9RVdzIOCBa5N5pa5w?e=K0eKGk

Konklusion

Hvordan formidler vi bedst gennem visuelt design, hvem Ingwersen er?

Vi formidler det visuelle design gennem videoer, illustrator tegninger og montage film. Ud fra dette viser vi hvem Ingwersen er, hvad de har at byde på og hvem de er som firma. Derudover har vi taget deres “kerne farve” grøn og moderniseret det på en æstetisk måde, hele vejen igennem hjemmesiden.

Hvad kan man gøre for at formidle Ingwersens koncept?

Vi har gjort brug af en interviewguide, og derefter udformet et interview/video, hvorfra vi fik formidlet Ingwersens koncept gennem denne. Vi har også lavet en illustrator tegning, som punkt fra punkt forklarer konceptet.

Hvad vil vi gøre brug af for at lægge vægt på Ingwersens kerne værdier?

Vi har oprettet en side “om os”, som fortæller via billeder og tekst, hvilke ting der er vigtige for Ingwersen som virksomhed. Vi har også lavet en underside “medarbejdere”, der skal lægge vægt på at Ingwersen sætter pris på gode og dygtige medarbejdere og derfor gerne vil vise dem frem. Derudover har vi forsøgt gennem video, billeder og tekst at vise at Ingwersen går op i gode kvalitets råvarer.

Perspektivering

Ved vores perspektivering af opgaven er vi kommet frem til, at vi under fotografering og optagelse af stedet skulle have planlagt det bedre. Det har resulteret i mørke billeder, samt at vi ikke er kommet hjem med billeder i højt format og mangler 10 motiver i 6 forskellige vinkler. Dog har det ikke haft den store betydning for redesign af hjemmesiden, men blot givet os forhindringer på vejen. Vi har formået at lave en dybdegående planlægning af vores optagelse, dog endte vi med at have for meget indhold, i forhold til redigering. Hele gruppen, har rigtig gerne ville arbejde og være med, og derfor har det også været grunden til for meget indhold.

FEEDBACK

Anders

Pitch:

God opbygning, fin forståelse for virksomhed. Ville gerne se den gamle hjemmeside.

Det er godt at vise frem hvad man kan undervejs. Godt indtryk. Ville være rart at se video

Fin process:

Gruppe a2:

Responsivitet:

Rigtig flot side. Tingene fungere

Det er ikke alle billeder, der loader helt – måske safari

Google maps er god – lagrer ikke

Glider godt fra desktop til mobil

God placering fra desktop til mobil

Burger menu driller i safari

Lidt forskel på menu størrelsen ved skift fra side til side. Forside til produkt.

Gruppe a3:

Fotos:

Billeder af god kvalitet, gode motiver,

Billeder loadede langsomt

Overalt god behandling i photoshop

Medarbejder billeder – meget hård, meget sort hvid. Blødere sort/hvid. Mus henover, så kommer der farve.

Tættere på medarbejdere- gør det personligt.

Mere frugt og grønt på splash billede. Rigtig fint grafisk element.

Gruboe 4a:

video

Lyd – perfekt

Billedekvalitet – god kvalitet på ravarer.

Bliver dårlig når vi ser Casper

Godt grafisk element, god farver – farverne er konsistent fra hjemmeside til video. Grafikken følger historien

Klipningen: gode b-rolls fin overgang imellem de forskellige klip og b-rolls. Godt med flere vinkler i interview.

Gruppe A5: test:

Fine test, lavet alle sammen.

I tvivl om hvordan vi har lavet test. Kunne godt tænke sig mere om Bert testen. Blev lidt forvirret over hvad, der var før og hvad der var efter og hvad der var svaret.

Process: gruppe 6a:

Sandsynligt godt gået

Omkring alt

Så ikke meget til scrumboard

Men rigtig godt gået

Manglede lidt at se det tidligere site

Anders slutter af med at det er rigtig godt, Vi rammer stilen i videoen.

Den grå baggrundsfarve – er han ikke glad for. Mangler lidt spil. Ikke dårligt valg, men virker koldt i forhold til resten af universet.

Om os. Under menu fungerer ikke godt med gråt på hvid.

Godt at vi får farverne ikke og folkene ind.

Arbejde mere ind i det grafiske design,

Godt at vi ikke brugte sort, men kunne have tonet den grønne farve en takt lysere.

Råvarer billeder i videoer kunne godt have været baggrundsbilleder på de andre sider.