

MOBILE-FIRST

SHARK2

AFLEVERINGSATO: 26.04.23

LAVET AF:
ANDERS NØRUP ENGHOLM
CATHRINE NEDERBY VOGENSEN
MAJED DADUO
SEBASTIAN SØBORG
JEPPE TANG DALSAGER



URL fungerende prototype :<http://xn--sebastiansborg-zqb.dk/>

URL Github: <https://github.com/SebSoborg/Sharks>

Figma link: <https://www.figma.com/file/vpNuDZ4VKG8lUgf4m7KcZM/Untitled?node-id=0%3A1&t=RHBUQATZcn9q6EBU-1>

URL youtube: <https://youtu.be/LCFbHVRHSdA>

Vejleder navne:

Birgitte Kirk Iversen
Andreas Kure Thorngreen
Sergio Da Luz Benrós

Indledning:

Problemstilling: Hvordan kan vi gøre Sharks mere interessant for folk, som aldrig har hørt om stedet før? Og hvordan kan vi bedst muligt afspejle stemningen igennem vores website?

Vi diskuterede i gruppen et par forskellige virksomheder, vi kunne tænke os at arbejde på i løbet af projektet. Vi startede med et bestemt produkt, som Carlsberg eller Belvedere, men besluttede os for et fysisk sted. Her gik overvejelserne bl.a på 'Golf skoven', 'Waxies' eller 'Sharks'.

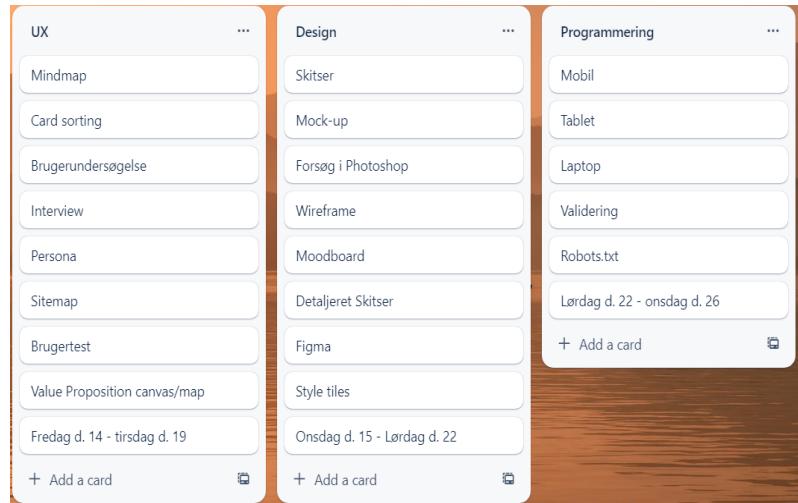
Sharks var mest relevant for os da vi alle havde en relation til stedet, derudover havde vi nogle fedte ideer til stilen i forhold til stemningen, som de har på det fysiske sted, men ikke matcher hjemmesiden. Derefter begyndte planlægning og arbejdet - hvilket var lidt svært for os, da vi var i tvivl om hvilken indgangsvinkel vi skulle have på vores projekt, da Sharks, i fysisk form, er en af Danmarks mest populære poolhalls. Vi blev enige om at lægge vægt på et re-design af både forsiden og deres undersider, som afspejler netop grunden til hvorfor Sharks er sådan et populært sted.

Generelt var alle i gruppen klar til at gå i "krig" med opgaven, og synes det var spændende at få lov til at give vores eget bud på, hvordan vi selv synes Sharks' kan forbedre deres hjemmeside.

Tidsplan

Vi besluttede os for at lave en tidsplan, der ikke var alt for specifik. I og med vi er 5 mennesker i gruppen, lavede vi en alternativ plan, og satte en tidsramme for hvor mange dage vi ville bruge på hvert fag.

Vi har været gode til at lave tingene for de forskellige fag uden specifikke tidspunkter, og føler at det har skabt os mere frirum til at snakke om, hvem der skal hvad, og hvad vi synes gav bedst mening på det daværende tidspunkt.



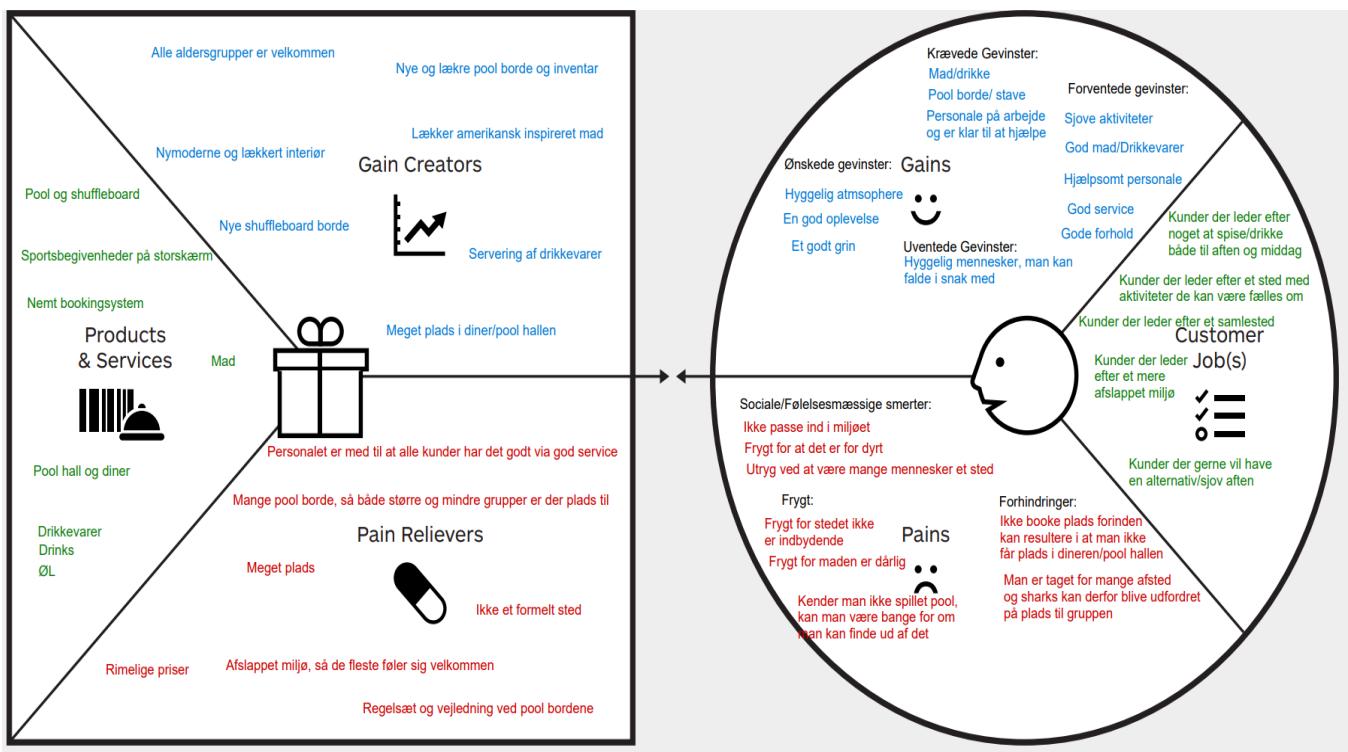
I forhold til vores interviews, var vi søndag d. 16, en tur på Sharks - både for selv at mærke stemningen og få en fornemmelse af stedet, men samtidig lavede vi interviews, og ud fra det fik vi en fornemmelse af, hvad kundernes indtryk var. Ud fra vores interviews fandt vi hurtigt ud af det vi skulle lægge mest vægt på var Sharks' frontpage, samt deres booking system.

Persona

Vi lavede vores personaer og deres user goals ud fra de interviews vi udførte. Vi besluttede os for at lave to personaer, med forskellige intentioner for deres besøg, samt forskellige sociale statusser. Set fra et forretningsperspektiv, er Sharks i stand til at opfylde begge personaernes user goals.

Vi har indrettet vores indhold efter personaernes user goals, og haft fokus på bestilling af bord, samt haft fokus på digital forbedring, da det vil forbedre kundernes oplevelse inden de fysisk mødes på Sharks.

Grundlæggende fandt vi ud af at deres website er 'outdated' og kan virke forvirrende for kunderne, og dermed er mere tilbøjelige til at springe over bookingprocessen eller finde et andet sted.



VPC:

I vores VPC har vi haft fokus på de områder og problemer vi via vores hjemmeside kan hjælpe med at mindske og forbedre. Da Sharks er en poolbar/diner, mener vi at deres 'gain creators' kan være svære at have indflydelse på via et digitalt produkt. Da kundernes gains oftest bliver opfyldt i form af positive overraskelser ved bl.a. God mad, eller et sjovt spil pool med deres venner.

Sharks har også en del 'pains', som opleves af kunden når de fysisk er tilstede, men vi har fokus på at forbedre de 'pains', der kan forekomme inden de fysisk besøger Sharks.

Især deres bookingsystem har vi haft fokus på at forbedre. Både for at Sharks' personale har et bedre overblik inden en travl aften, og for at kunderne er forberedt bedst muligt på deres kommende besøg.

Vores VPC model viser en fin sammenhæng mellem vores forbedrede websites, pain relievers og kundernes pains - altså har vi lagt vores fokus på at fjerne alle de eventuelle pains kunden har når de vil booke plads/kontakte Sharks.

I forhold til produkt og service, har vi taget udgangspunkt i de aktiviteter/services Sharks allerede yder, men også fundet på en ny aktivitet, i form af en poolturnering, som forhåbentligt kan være med til forøge antal besøgende på websitet, men også forøge deres antal af besøgende i pool baren/dineren.

Bruger-rejse:

Her har vi Ditte Louise. Hun er på nuværende tidspunkt bosat i Vejle (Se billede 1)

Pludseligt spørger hendes veninde, om hun vil med på Sharks. (Se billede 2)

Ditte har aldrig hørt om Sharks før, så hun skynder sig og 'Google' det. (Se billede 3)

Hun scroller igennem hjemmesiden, og undersøger, hvad det er. (Se billede 4)

Hun kommer forbi en sektion på forsiden, hvor hun kan læse om stedets og dens historie. (Se billede 5)

Hun synes det lyder mega sjovt og interessant, så hun svarer med det samme sin veninde, at det vil hun helt vildt gerne! (Se billede 6)



Bruger test:

I vores brugertest fik vi generelt positiv feedback. Vi fik især ros for logoet og farve-strukturen vi har anvendt og de synes det fungerede godt. Udover det blev vi bekræftet i mange af de små designelementer, som f.eks. De transparente bokse er blevet flotte og fungerer godt.

Testen bekræftede os i, at vores bestillingssystem var overskueligt og ikke for besværligt. Testen bekræftede os også i at vores menukort inde i diner-sektion var godt sat op, og man fik et godt overblik over hvilke forskellige burgere der serveres på Sharks. Testen viste at vores mobilversion generelt er mere overskuelig end vores web version, dog synes de at forsiden hvor logoet bliver vist var pænere på web udgaven, da det i mobil versionen bliver for lille.

Vi fik kritik for noget af teksten på hjemmesiden, her havde vi lavet en fejl, hvor alle ord bl.a startede med et stort forbogstav. Det har vi ændret nu, så vi selv mener det ser bedre ud.

Vi fandt også ud af at vores logo var bedre, når det ikke fungerede som "hjem" knappen. Det var en af de overvejelser vi havde i gruppen.

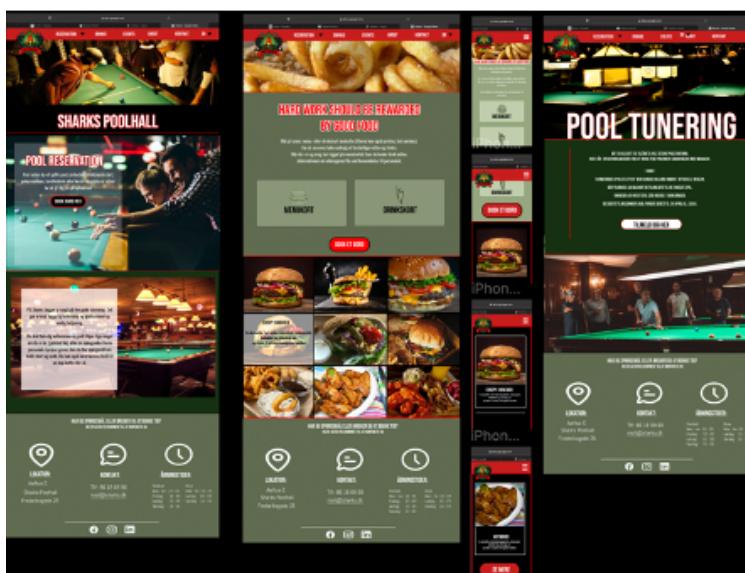
Design:

Når du går fysisk ind på Sharks, får du hurtigt en følelse af tryghed, grundet farverne, lyset og livet derinde. Derfor ville vi skabe den samme stemning inde på hjemmesiden. Farverne vi har valgt, er inspireret af det koncept som de selv kører, vi har bare givet det mere liv. Vi har bevaret den røde farve fra 'A'et', i det gamle logo, og gjort det til hovedfarven på hjemmesiden. Farven går igen på alle siderne, med den røde overskrift, i nav-baren og knapperne rundt omkring. Den grønne farve, som symboliserer poolbordets farve, samt de mørke nuancer, giver det en god kontrast med det røde på hjemmesiden. Ved at give farverne mørke nuancer, giver det hjemmesiden en stemning af varme og hygge, ligesom den røde og grønne farve.

Logo: Vi har taget udgangspunkt i Sharks originale logo, og derefter ændret i farverne og i det illustrative. Vi legede med navnet og derfor de to hajer, som er formet som 's'erne. For at vise det er en poolbar, har vi givet hajerne de to stave, og tilføjet en kongekrone til det store 'A' i midten for at vise konkurrencen. Vi har bevaret våbenskjoldet og bladene, da det giver et fedt og genkendeligt look. Vi har taget udgangspunkt i rød, grøn og sort, da farverne giver det et hyggeligt udtryk, samtidig med at det giver en "bar"-vibe. Vi startede med at skitsere logoet, og derefter lavet det i illustrator (**Se bilag 4**)

Billederne vi har brugt, har også mørke nuancer, så det harmonerer med farverne vi har brugt. Det var vigtigt for os, at det ikke gav bodega stemning, da man hurtigt tænker på nogle bestemte typer. Derfor har vi brugt billeder både hvor begge køn er på, men også i forhold til de forskellige aldersgrupper. Det er en bred målgruppe og alle er velkommen. Det er et sted alle samles, derfor vi blandt andet også har lavet en pokalturering, hvor holdene bliver dannet ud fra lodtrækning. Vi har som udgangspunkt brugt billeder af mennesker, da det giver liv, og da de er i bevægelse virker det ikke opstillet.

Til overskrifterne har vi brugt '**BEBAS NEUE**', da typografien er meget 'in your face' - hjemmesiden har mørke nuancer, derfor står overskrifterne med den røde/hvide ramme, godt i kontrast til UX, da det drager øjet. Til brødtekst har vi valgt at bruge '**Abel**' og '**Oswald**', da det er nemt læseligt, men samtidig er meget samme stil som den typografi som vi har brugt til overskrifterne.

Programmering:

Vi synes denne side viser, hvordan vi har arbejdet med programmering i løbet af projektet. I bilag 9 kan man se koden til det specifikke screen print. Boksen på billedet er lavet med flex boks, og det der adskiller den sig fra de andre, er måden vi har givet boksen 'opacity', i og med vi har lavet det i background i stedet for at lave den med vores egen kommando.

Det der gør at det er anderledes er at vi ved at smide 'opacity' i background ikke har indflydelse på de elementer vi har puttet ind i boksen, og de er derfor stadig klare og tydelige.

Udover det har vi brugt 'justify-content center', og 'flex-direction: column' ([Linje 239/248 - CSS](#)) så indholdet står i kolonner i stedet for en række.

Vi har brugt VW til at styre tekststørrelsen, da de skalerer teksten efter view porten, hvis det var i pixels ville det give besvær, når vi skulle gøre hjemmesiden responsiv. ([Linje 253 - CSS](#))

Da vi validerede koden, sagde den at der var en fejl, i og med at knappen var inde i et link, har vi givet knappen en 'on click'-funktion, som resulterede i, at når man klikker på knappen sker der en interaktion og i dette tilfælde er det en 'href' til en ny side. Man kan kalde det et avanceret link. ([Linje 39 - pool.html](#))



Robots.txt

Vi har valgt at disallow en enkelt .html file, på dinnerbooking siden. Det er en underside til menukortet og af den årsag, vil vi ikke have brugerne ind på den side som noget af det første.

Vi har også valgt et 'crawl delay' på 3 sekunder for at undgå at siden kan belastes.

Vi har valgt 'User-agent: *', da vi ikke har nogen umiddelbart grund til at differentiere mellem platforme.

Validering

Første gang vi validerede koden, var det generelt mange ID's der gik igen, hvilket de ikke må ifølge validatoren. Ved at ændre de fleste til 'class', udryddede vi stort set alle fejlene, og koden er nu valideret.

Problemstilling: Hvordan kan vi gøre Sharks mere interessant for folk, som aldrig har hørt om stedet før? Og hvordan kan vi bedst muligt afspejle stemningen igennem vores website?

Konklusion:

Vi kan konkludere, at vi har givet Sharks' hjemmeside en komplet makeover. Vi synes at vi via vores farvetema og struktur på hjemmesiden har bidraget til at brugerne nu med det samme får et komplet overblik, og en mere brugervenlig oplevelse når de besøger sitet.

Vi har igennem vores billeder, videoer og design, givet brugeren en forbedret oplevelse, så hjemmesiden nu giver et mere dannet blik over hvilken virksomhed Sharks' er i virkeligheden. Vores ønske var at give sharks' hjemmeside sammenhæng, både ved at forandre deres farvetema, deres struktur på sitet og de billeder/videoer der bliver fremvist.

Vi kan konkludere at vi har skabt en enkel, flot og brugervenlig hjemmeside, hvor vi har inkluderet alle fag i processen.

Vi kan konkludere at alle fag har haft en stor betydning for at sitet er blevet så godt som det er, og vi er glade for at vi har haft et stort fokus på at alt skulle blive som vi i starten havde forestillet os.

Evaluering

Vores arbejdsfordeling har gået utroligt godt, og vi har alle gjort en god indsats. Samtidig med vi har arbejdet effektivt, har der også været plads til grin. Trods gruppen lyder på 4 drenge og 1 pige, har det været en udfordrende men sjov opgave, som i sidste ende har været gnidningsfrat, med fokus på opgaven, holdning, kommunikation og arbejdsfordeling.

Bilag:**Bilag 1 - Interview sheets**

TEMA:	SPØRGSMÅL:	SVAR:
Kvalitet:	Hvordan er din oplevelse?	<ul style="list-style-type: none">- Overordnet meget fin- Sjovt sted at samles med venner og bekendte.- Generelt har jeg en god oplevelse af sharks, både deres restaurant og deres Pool hall- Godt og sjovt men det larmer lidt når man spiller om natten
	Hvad synes du om stemningen?	<ul style="list-style-type: none">- Man kunne godt mærke at det var fredag – mange mennesker og god stemning- Stemningen var så hyggelig. Den gamle musik der blev spillet i baggrunden, og folk der grinede og virkelig gik op i sporten.- Stemningen er god, og det virker til folk hygger sig med hinanden- Fin stemning
	Hvad synes du om maden?	<ul style="list-style-type: none">- Spiste ikke derinde- Maden var okay, meget fedtet- Maden er god, og er amerikansk inspireret- Har altid spillet pool og har ikke prøvet maden.
	Er der noget du synes der skal ændres, for at din oplevelse bliver forbedret?	<ul style="list-style-type: none">- Nogle gange kan det være lidt svært at få booke et bord på de travle dage, det er selvfølgelig svært at løse nemt- Det er svært at sige, men der er tit fyldt op på sharks så måske man kunne kigge på at udvide- Ja, hjemmesiden er lidt svært at forstå. For mange steps, når man skal booke, og bare generelt at finde rundt. Synes det er træls, hvis man kun har mulighed for at booke for 2 timer.

	Hvorfor er du taget på Sharks, i forhold til andre poolbarer?	<ul style="list-style-type: none"> - Føler Sharks er stedet man tager hen. Det ligger godt og oftest det man forbinder med pool og sjov. - Det ligger meget centralt, så det er nemt at komme videre i byen efter. - Mine venner havde snakket om sharks var et godt sted, og derfor valgte vi den frem for de andre pool barer i Aarhus - Det er ikke mit yndlings sted, men stemningen er okay og det er nemmere at mødes på Sharks end andre steder
Hyppighed:	SPØRGSMÅL:	SVAR:
	Hvor tit kommer du?	<ul style="list-style-type: none"> - Måske 1 gang hver 2-3. måned - 1-2 gange hver 3. måned - Jeg har været på sharks 2 gange, den ene gang for at spille pool og drikke øl, og den anden for at spise - En gang hver 1-2 måneder.
	Hvad ville gøre at du kom noget oftere?	<ul style="list-style-type: none"> - Kommer her egentlig bare når det er fælles arrangementer, så måske hvis de lavede noget turnering eller andet for at inddrage deres målgruppe. - Det ikke var så dyrt - Da jeg var på Sharks og spise, blev jeg positivt overrasket over maden og prisen på maden, så det er helt sikkert en fortaler for at jeg ville komme igen. Samt det er det altid en god aften når man spiller pool med sine venner
Fællesskab:	SPØRGSMÅL:	SVAR:
	Kender du ejeren eller ansatte?	<ul style="list-style-type: none"> - Nej - Nej - Jeg kender ikke nogle af de ansatte på sharks - Nej, kender ikke nogen
	Hvor meget betyder fællesskabet for dine besøg?	<ul style="list-style-type: none"> - Det er den største grund til jeg kommer. - Utroligt meget. Det er et sted, folk samles og har fri.

		<ul style="list-style-type: none"> - Det betyder meget, jeg kan godt lide der er en aktivitet at samles om - Betyder meget
	Prioriterede du at skabe nye fællesskaber på dit besøg?	<ul style="list-style-type: none"> - Nej, jeg plejer at komme med folk jeg kender på forhånd - Nej, jeg var der sammen med mine venner, så det havde jeg ikke behov for - Det er ikke min første prioritet, men det er altid hyggeligt at falde i snak med nye folk - Nej, kommer der sammen med mine venner
Loyalitet:	SPØRGSMÅL:	SVAR:
	Vælger du tit Sharks? Hvorfor? Hvorfor ikke?	<ul style="list-style-type: none"> - Vælger Sharks hver gang, pga det er nemt med mad og ligger centralt. - Ja det gør jeg, men det er nok mest fordi det er stedet jeg har hørt mest om. Ved ikke rigtig hvor man ellers skulle gå hen - Jeg har kun prøvet sharks i Aarhus, og det er svært at sige om der er andre steder jeg derfor
	Hvis der var et billigere alternativ, hvad ville du så vælge?	<ul style="list-style-type: none"> - Det kommer an på kvalitet og placering af det billigere alternativ. - Ved ikke hvad der er af muligheder - Jeg synes ikke prisen er urimelig på Sharks
ETC:	SPØRGSMÅL:	SVAR:
	Hvor kender du Sharks fra?	<ul style="list-style-type: none"> - Første gang jeg tog på Sharks var det min far som introducerede det til mig - Fra venner og bekendte - Venner

	Hvad er dit indtryk af Sharks?	<ul style="list-style-type: none"> - Meget populært og vellidt sted af en bred målgruppe. - Hyggeligt sted, mange mennesker, men hyggeligt og sjovt at se folk gå så meget op i det. - Jeg har et godt indtryk af sharks, og det man hører fra folk er meget det samme
--	---------------------------------------	---

Bilag 2 - Noter VPC

Gains:

Krævede gevinster:

- Et krav kunden har er, at man kan få mad og spille pool, i og med det er en diner/pool bar

Forventede gevinster:

- God service, ingen problemer i forhold til pool spillet, maden og drikkevarerne.
- Gode forhold, rent sted med styr på tingene.
- Gode spil, faciliteter, og aktiviteter man kan samles om.

Ønskede gevinster:

- En god atmosfære hvor der er plads til kunden og vennerne.
- Et sjovt spil pool med vennerne.
- Et godt grin.

Uventede gevinster:

- Et fedt sted, med hyggelige mennesker man kan falde i snak med.
- En positiv overraskelse over maden, servicen osv.

Pains:

Sociale/følelsesmæssige smærter

- Befinde sig på et sted, hvor man ikke føler, man passer ind.
- Befinde sig på et sted, hvor man ikke føler, man har penge til at være.
- Være utryg i det sociale miljø, og de mennesker man befinder sig med.
- Få stress over der er mange mennesker samlet på et sted.

Forhindringer

- Ikke booke plads forinden, kan resultere i at der ikke er plads.
- Man tager afsted for mange, så det kun er halvdelen der er plads til.
- Dem man er sammen med ikke vil spille pool/shuffleboard/spise.
- Dem man tager på Sharks med, ikke vil betale for at spille pool.

Frygt

- Kan være bange for at stemningen på stedet ikke matcher det man søger.
- Kan være bange for at poolbaren måske ligner noget, man har oplevet på en poolbar førhen.

- Man har ikke hørt om sharks, eller kender nogen der har været der før og kan derfor være bange for at tage nye venner og bekendte med derhen.
- Kan være bange for at maden ikke er god, i og med at det ikke kun er en restaurant.
- Ved ikke hvad pool er for et spil, og er derfor nervøs om det er noget man kan finde ud af.

Customer Jobs:

- Unge studerende, der bruger meget tid på skole/arbejde og fællesskab.
- Kunderne har ofte ikke selv meget plads, og derfor er en poolbar et fedt samlingssted, når de skal være sociale med deres venner.
- Kunderne er typisk folk, der ikke leder efter en fancy atmosphere, men mere afslapning og hygge.

Funktionelle opgaver

- Kunderne leder efter et samlested, hvor de kan få en hyggelig aften med venner.
- Samlestedet må gerne have en afslappet vibe, altså leder de efter et sted hvor de kan hygge sig med hinanden.
- Kunder, der leder efter et sted at være, inden de skal videre i byen.

Sociale opgaver

- Kunder, der leder efter en aktivitet, de kan være fælles om.
- Kunder der gerne vil konkurrere med deres venner.

Følelsesmæssige opgaver

- Kunder der godt kan lide et mere afslappet miljø.
- Kunder der ikke behøver at være sammen med vennerne på et mere "fancy" sted.
- Kunder der godt kan lide at have det sjovt.

Gain creators

- Servering af alkohol for personer over 18.
- Folk under 18 kan stadig komme og hygge med eventuelt ældre venner, men ikke må købe alkohol i baren.
- Gode, nye og lækkre pool borde.
- God mad, amerikansk inspireret.
- Velholdte pool stave.
- Nye shuffleboard borde.
- Ny Moderne og lækkert interiør.
- Meget plads i både dineren og pool hallen.

Pain relievers

- Ved at der generelt er meget afslappet i pool baren, får man de fleste kunder til at føle sig tilpas.
- Personale og stemningen er med til at gøre stedet et afslappende sted, ved god service og sjove aktiviteter.
- Ved at enkelt gøre booking processen, forsikrer man kunderne, at der er plads til dem enten i dineren eller pool hallen.
- Det er ikke så formelt, så de fleste mennesker vil passe ind i miljøet.
- Man er åben for at større vennegrupper også skal have plads og hygge sig, men samtidig sørger de for mindre grupper også har masser af plads og får en hyggelig aften.
- Regelsæt er sat op ved bordene.

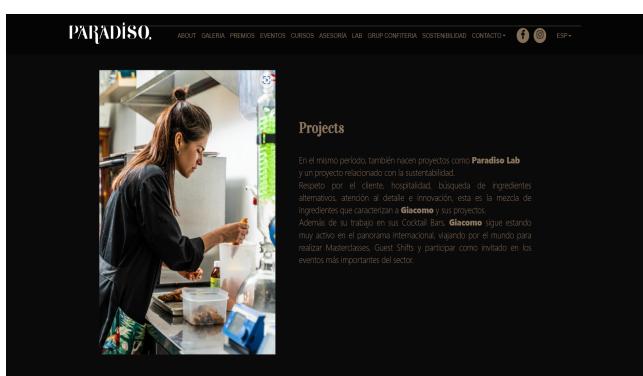
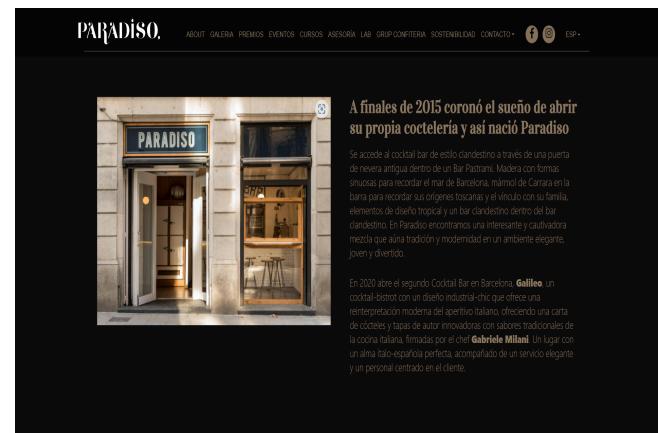
Products & services.

- Pool hall og diner.
- Mad.
- Alkohol.
- Pool og shuffleboard.
- Visning af større sportsbegivenheder.

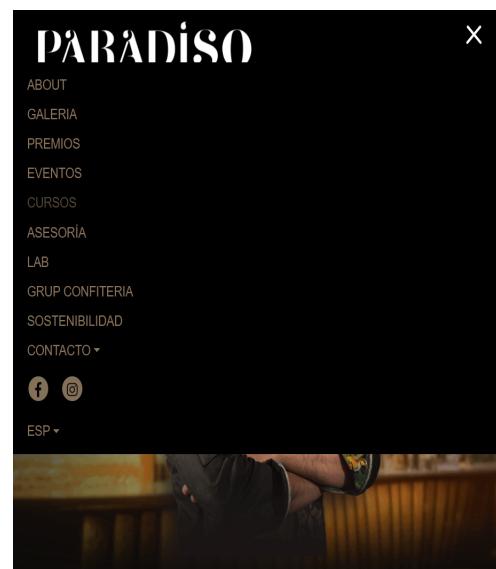
Bilag 3 - Inspiration fra andre websites

[About - Paradiso](#)

For web



For Phone/tablet



Bilag 4 - Logo process



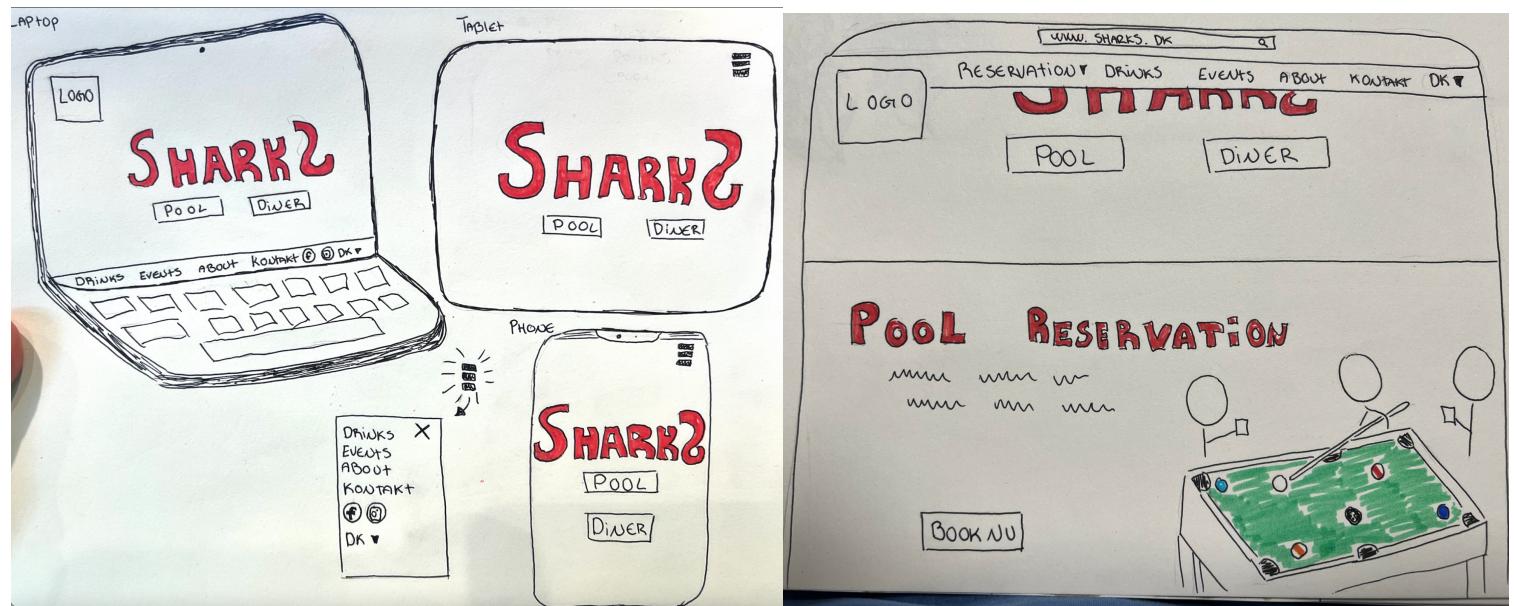
Første udgave af logo



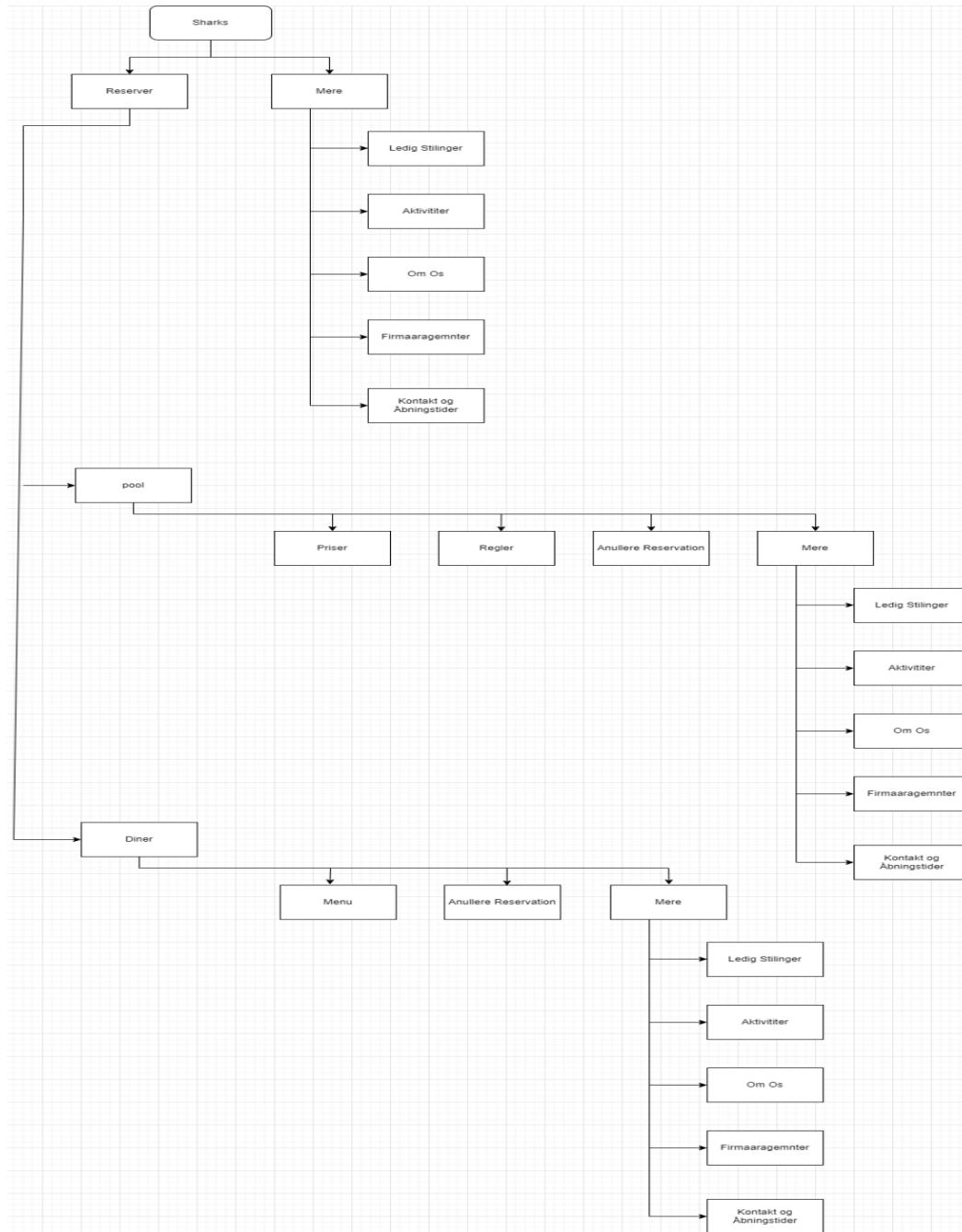
Bilag 5 - Alternativt logo+process



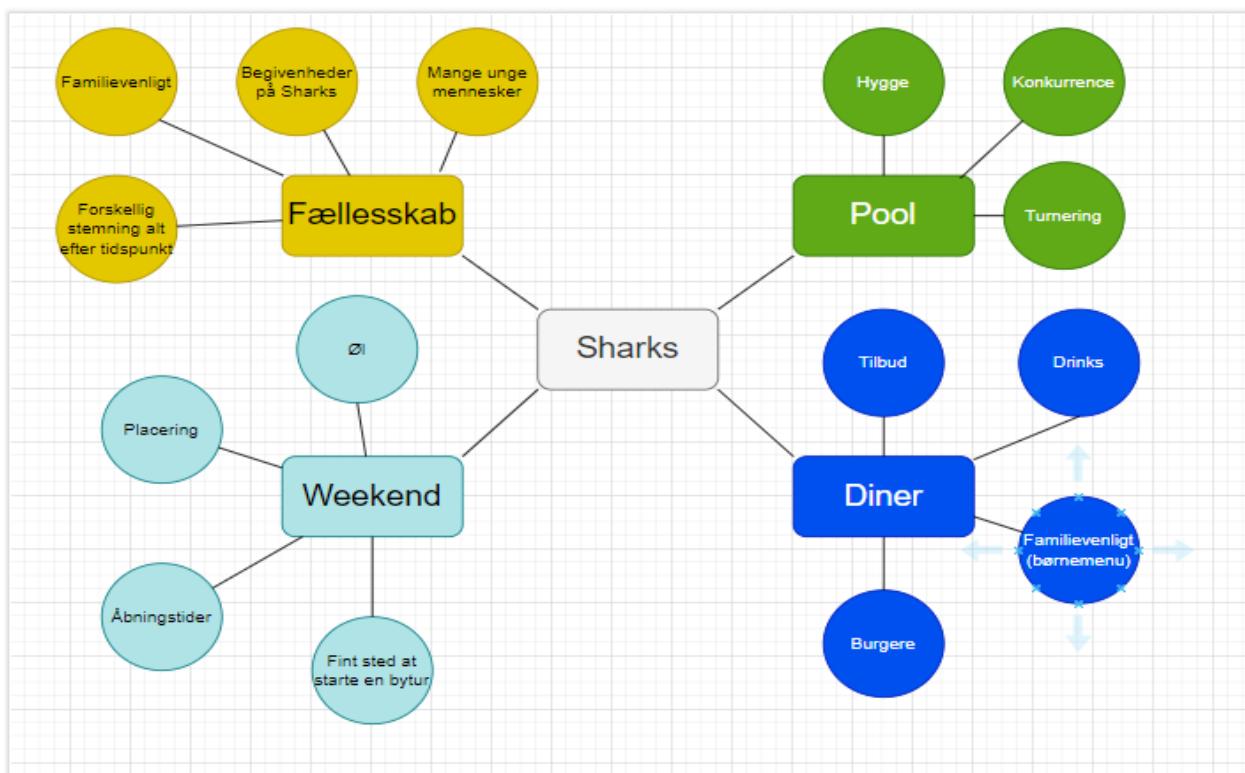
Bilag 6 . Skitser forsiden



Bilag 6 - sitemap



Bilag 7 - Mindmap



Bilag 8 - Card sorting

Kunder	Glæde	Grin	God stemning	Spise god mad	Være social	
Aktiviteter	Pool hall	Shuffle Board	Konkurrencer	Spisning	Drikke øl	Sports begivenheder
Design	Flot Hjemmeside	Reservations system	Logo	Let brugbar	Godt indtryk	
Konkurrencer	Konkurrere med andre	Gevinster	Møde nye mennesker	Samles om noget		

Bilag 9 - Kode/programmering

The image shows a code editor with two panes. The top pane displays a portion of a CSS file with code numbered from 239 to 271. The bottom pane displays a portion of an HTML file with code numbered from 0 to 3.

```
239 #containerpool {
240     background: rgba(64, 64, 64, 0.5);
241     position: absolute;
242     width: 40%;
243     top: 0;
244     left: 15%;
245     height: 80%;
246     display: flex;
247     flex-direction: column;
248     justify-content: center;
249 }
250 }
251 #reserverp {
252     font-family: Oswald;
253     font-size: 2vw;
254     font-weight: 400;
255     text-align: center;
256     opacity: 100%;
257     color: white;
258     width: 100%;
259     margin-top: 5%;
260 }
261 }
263
264 #reservera {
265     font-family: 'Bebas Neue';
266     font-style: normal;
267     font-weight: 400;
268     font-size: 4vw;
269
270     -webkit-text-stroke: #dd1515;
271     webkit-text-stroke-width: 1px;
```

```
0 <div id="poolhallteksti">
1 | | <h1 id="tekst1">SHARKS POOLHALL</h1>
2 </div>
3 <div id="container">
4 
5 <div id="containerpool">
6 | | <h2 id="reservera">POOL RESERVATION</h2>
7 | | <p id="reserverp">Om du enten vil spille pool, airhockey, elektronisk dart, pokermaskine eller bordfodbold e
8 | |
9 | | <button id="bookpool" onclick="window.location.href='poolbooking.html'">BOOK BORD HER</button>
0
1 </div>
2 </div>
3
```

Bilag 10 - design skitser/billeder/ ideer til moodboards

