



Florateket

Et botanisk paradis

Florateket er en blomsterbutik som har et stort udvalg af planter i alle størrelser og flotte, friske og håndbundet buketter. Butikken ligger i Sluseholmen og er ganske populær iblandt de lokale. Vores gruppe fik lov til at lave et redesign af deres nuværende hjemmeside, hvor vi har fokus på udvalget man bl.a. kan finde i butikken. Udvalget kan ikke købes via. hjemmesiden. Derfor opfordrer vi at kunderne kontakter eller besøge butikken i åbningstiderne.

Planlægning

Proces, planlægning, projektgruppe og -styring

Gruppekontrakt / Team canvas

Burndown chart

Scrum

Simon Melbye Andersen

Trello

<https://trello.com/b/JugUQEMu/gruppe4redesign>

Medvirkende virksomhed

Beskriv hvordan I har fundet frem til virksomheden.

Vi fandt virksomheden Florateket, da vi syntes en blomsterbutik kunne være meget sjov at lave, og en i vores gruppe bor lige ved siden af, så de var nede og spørger fysisk i butikken om vi måtte komme forbi. Vi fik lavet en aftale, om hvad de fik og hvad de ikke fik, men at de fik lov at se det færdige resultat.

Aftale med virksomhed – I leverer ikke en færdig løsning til virksomheden, men et forslag til et redesign, hvis virksomheden vil bruge jeres løsning, skal I aftale efterfølgende.

Research: Virksomhedens nuværende website

1. Sitemap

2. Funktionalitetsliste - hvad kan brugeren på sitet. Hvad er de vigtigste brugerrejser på sitet?

Brugeren kan læse utrolig meget om hvilken type bukett man kan købe, men man kan ikke se eksempler

3. Wireframe (sidernes layout og elementernes placering: navigation, header, footer etc.). Vælg fx 3 sider, som går igen flest gange på sitet.

4. Styletile med foto- og videostil (designanalyse)

5. Indholdsoversigt - hvad er der af indhold på det eksisterende site

- Forside
- Buketter
- Bryllup
- Begravelse
- Altankasser
- Abonnement
- Interiør
- Kontakt

a. Analyse af brugernes opfattelse af eksisterende site

Meget tekst ikke så mange billeder af ting man kan købe.

b. 5-sec test

Det første man ligger mærke til er deres Video som viser butikken ret godt.

Udover Videoen har de en lidt rodet nav bar, som har lidt af det hele.

Der er utrolig meget tekst.

c. Evt. survey

Research: Virksomhedens koncept (hvad vil de egentlig)

Beskriv hvilke metoder I har brugt til at afklare nedenstående.

Afsender

- Brand - Hvilken historie vil virksomheden fortælle? Hvilket budskab?

Blomsterbutik, som gerne vil nå ud til de lokale i deres område (Sluseholmen) de vil gerne fortælle at de har utrolige mange varianter hele året rundt og at de altid har friske blomster.

Målgruppe

- Hvem ønsker de at ramme og hvilken målgruppe vælger I?

Deres målgruppe er lokalbefolkningen ude på sluseholmen.

- Hvilke behov opfylder virksomheden for målgruppen?

De ligger meget centralt og let tilgængeligt for deres målgruppe.

- Hvordan tiltrækker de målgruppen?

De bruger facebook og instagram til at tiltrække deres kunder

Produkter/services

- Hvilke produkter eller services sælger virksomheden?

Blomster, buketter, planter, og diverse tilbehør til at holde blomster og planter.

- Hvad er deres selling propositions?

Unique selling proposition (USP)

- Hvad er virksomhedens USP?

- Hvad er den særlige egenskab ved deres produkter eller services?

Deres særlige egenskab er, at de kan skaffe lige hvad hjertet begærer indenfor planter og blomster.

- Hvordan overtaler de målgruppen til at købe?

Via billeder og videoer på Social media af de særlige begivenheder som Mors dag, Valentines dag osv.

Virksomhedens redesignede website

- Hvilken målgruppe vælger I at fokusere på?

De lokale

- Hvilke brugerrejser/funktionaliteter fokuserer I på?

Vi har valgt at fokusere på at vise et større udvalg af billeder af mulige buketter som kunderne kan blive inspireret af og dermed få et indtryk af størrelse og indpakning. Dette kan ses under siden "buketter" hvilket vi mente manglede på den oprindelige website. Desuden sætte butikkens store udvalg af planter i fokus.

Idéudvikling

Sitemap / wireframe /prototype

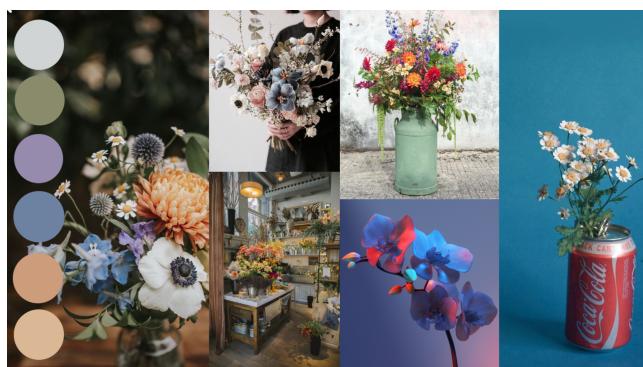
- Hvor skal indhold være på websitet, og hvordan skal det indgå i layoutet af siderne? (lofi wireframe på papir + liste over indhold). Brug evt. inspiration til fremgangsmåde fra grundlæggende UX's Design Sprints Sketch-dag. (Lightning demos, Crazy 8's og Solution Sketch)

<https://xd.adobe.com/view/43d0f4d0-322c-4b9c-affb-a88577f36c5a-1683/>

Moodboard

- Moodboard -> hvilken stil/tone ønsker I at ramme for at fortælle den valgte historie/brand? Saml inspiration.

Vi har valgt at alle i gruppen skulle lave et moodboard hver og derefter sammenligne. Således se hvilken billedstil og farver der går igen.



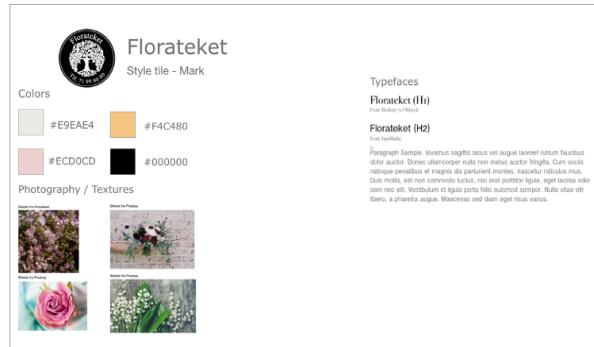


Her går den grønne farve og blomsterbuketterne tydeligt igen, hvilket vi valgte at bruge. Desuden er der på det sidste moodboard en lille illustration af nogle blomster, hvilket også er et element vi har brugt.

Styletile

· Hvilket udtryk vil I bruge? Vis det i et Styletile (herunder fotostil eksemplificeret ved nogle af jeres motiver i det valgte format og framing).

Ligesom med moodboardet valgte vi også at lave flere styletiles og derefter blive enige om farver og fonte.



Vi blev enige om farven #8C8D6E og fonten “Raanana” men da vi ikke kunne finde den blev det “ooh baby”

Prototype

- Prototype i xd. I skal lave for desktop, gerne mobil, hvis I har behov for det.

<https://xd.adobe.com/view/43d0f4d0-322c-4b9c-affb-a88577f36c5a-1683/>

Test

Tænke-højt-test

- ## • redesignede løsning

5 sek

- ## • nuværende løsning

På den nuværende hjemmeside er der fyldt med tekst og få billeder. Dog er der en god video på forsiden, som viser lidt butikken.

- redesignede løsning

Vi har valgt at redesigne den, således at der er flere billeder og mindre tekst. Man kan ikke bestille buketter eller planter fra hjemmesiden, derimod opfordrer vi folk til at gå ned i butikken eller ringe i åbningstiderne.

BERT - MÄGLER

- nuværende løsning
- redesignede løsning

Heuristisk test

Hvilken Heuristik?	Hvad er problemet?	På hvilken side? (URL)	Hvor alvorligt er det? (Kategori)	Hvordan kan det løses?	Hvor lang tid vil det tage?
Videoens synlighed	Videoen vises ikke på alle enheder	Om os - http://127.0.0.1:505/omos.html	3	Kan løses i CSS	Maks en time
Teksten sidder forkert	Teksten sidder ikke hvor den skal	Buketter - http://127.0.0.1:505/buketter.html	2	Kan løses i CSS	10 min
Font synlighed	Problemer med at finde de rigtige fonte	Forside - http://127.0.0.1:505/index.html	1	Ved at kigge efter fonte vi kan lide	20 min

- redesignede løsning

Lighthouse

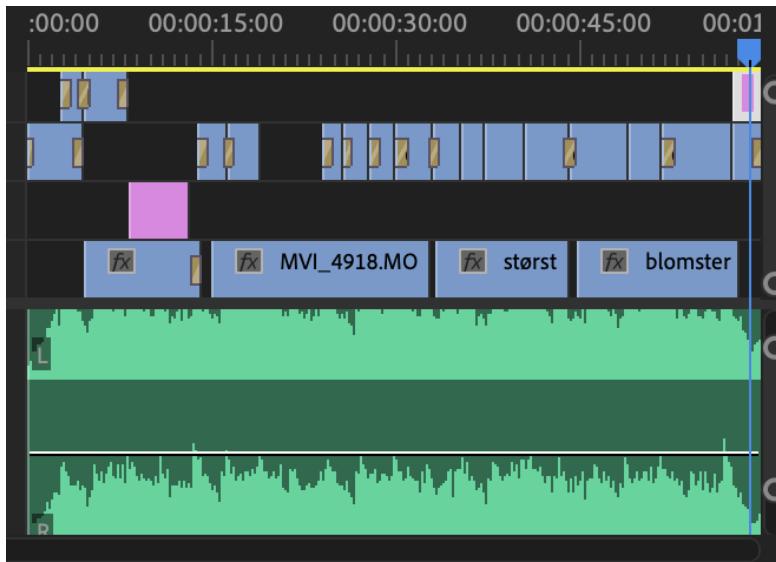
- redesignede løsning

INDSÆT billeder og beskrivelse

Indholdsproduktion

Video

Establishment shot, titel, forskellige klip m. forskellige framings, master shot, b-roll, interview,



Interview videoen, som er under siden “om os”, er bygget op af et interview af Alexandra Seehusen som er blomsterdekoratør i Floratektet. Over selve interviewet ligger der b-rolls som viser butikken og blomsterdekoratørerne der laver buketter.

Præproduktion – synopsis, præmis, logline, interviewguide, storyboard, produktionsplan

Vi havde forberedt spørgsmål til Alexandra for at få et indblik hvordan hverdagen er i butikken mm.

Spørgsmål til Interview

Kan du fortælle hvem du er? (navn - jobtitle)

Kan du fortælle hvem i er? (Florateket)

Hvordan er en typisk dag i butikken?

Hvem er de typiske kunder?

Hvad er kendetegnet for jeres butik?

Hvordan sikre i at kunderne har en god oplevelse?

Hvordan arbejder du med kunderne for at hjælpe dem med at finde den perfekte buket eller arrangement?

Hvad er den største udfordring ved at drive en blomsterbutik?

Hvordan adskiller Florateket sig fra andre blomster butikker?

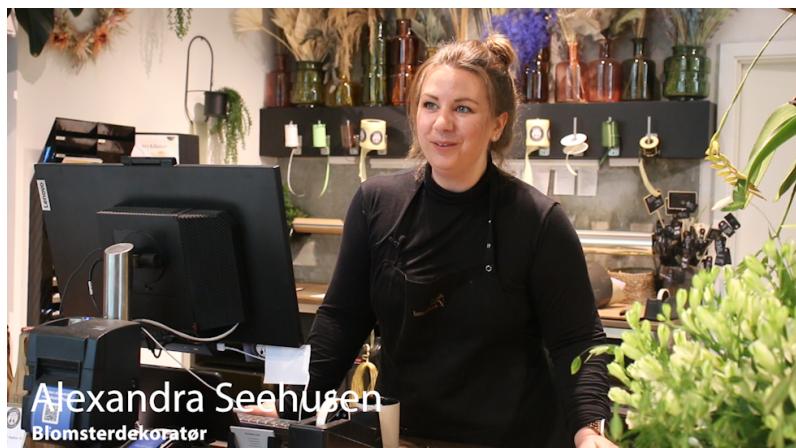
Er der forskellige blomster til de forskellige sæsoner

Arbejder i med bæredygtighed?
(hvordan)

Produktion – mobil el. DSLR, ekstern lydoptager + mikrofon

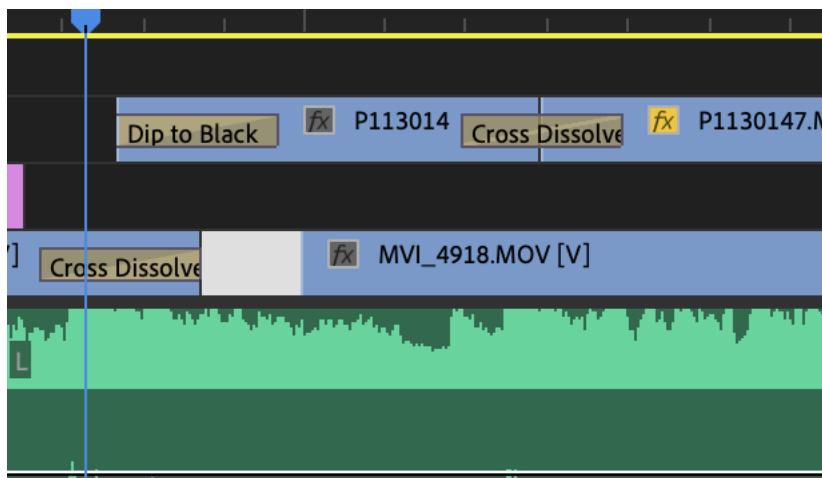
Vi brugte 3 forskellige kameraer. Hvor en optog interviewet og to andre tog billeder og videoer af butikken, buketterne og blomsterdekoratørerne. Til interviewet brugte vi en Smartlav for at få en bedre lyd.

Postproduktion – lower third til intro/outro-tekst, firmalogo, motion graphics, klippeteknik, colour correction, eksport og rendering





Vi har brugt introtekst til præsentation af blomsterdekoratøren. Desuden har vi en tekst til sidst i for at understrege hvor det er. Fonten som er brugt er den samme som den de bruger på den oprindelige hjemmeside.



Der er brugt 2 forskellige video transformationer: dip to black og cross dissolve.

Distribution – hostet af jer selv, dvs. på egen server/domæne. + video til sociale medier

Videomateriale: Relevante skærmdumps fra Premiere Pro med relevante overskrifter



Tekst

copy, microcopy

Fotos

Billed Materiale

Her ligger alle jeres stillfotos i høj og bredformat. Kan f.eks. være skærmdump fra Finder eller Lightroom eller lign. Det er en god ide at have minimum 10 motiver som alle er taget i 3 forskellige vinkler og både høj og bredformat (se skema i 'Tjekliste til optagelse' på Fronter). Så er man sikker på, at der er nok at vælge imellem.

Husk beskrivelse af processen af jeres postproduktion. Eksemplificerer jeres originalbilleder med mindst 3 stk og forklar, hvordan og hvorfor de er efterbehandlet.

Her er et eksempel på et billede af en buket, hvor det er uredigeret og redigeret. Billedet er blevet redigeret i Photoshop for at fjerne den lille seddel, der sidder på indpakningen. Derudover er det blevet beskåret. Hermed er det samme billede brugt to gange hvor det ene er tættere på, så man bedre kan se blomsterne der er i buketten. Alle billederne af buketterne har også fået ændret format fra jpg til webp, så billedfilen ikke er så stor og indlæsningstiden er mindre.

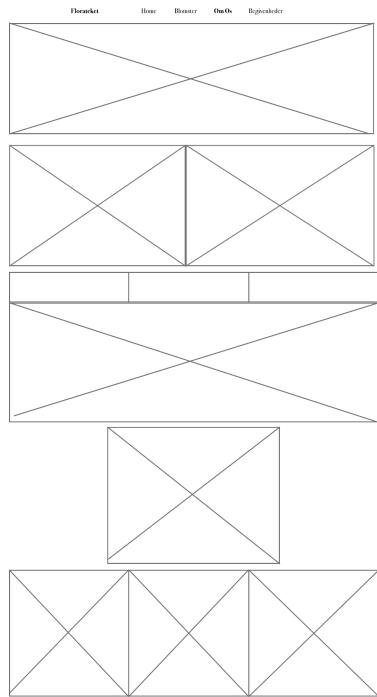
Uredigeret	Redigeret
	
	



Kode

Udvælg noget kode i evt. kunne være interessant for resten af holdet, eller noget hvor I er blevet meget klogere på egen hånd.

- Layoutdiagrammet for redesign
 - Omos siden



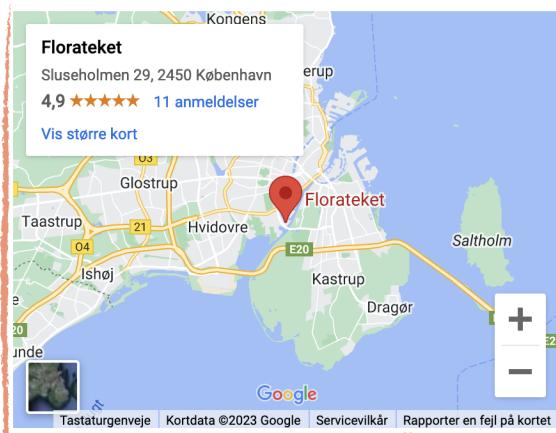
- Er den responsiv

ja

- Hvis I bruger kode fra andre sites, ex. menu eller gallery, skal I beskrive, hvor I har hentet koden, samt hvordan I har implementeret den.

Det eneste vi bruger fra den tidligere hjemmeside er deres logo.

Validering af CSS & HTML



```
<iframe
  src="https://www.google.com/maps/embed?pb=!1m18!1m12!1m3!1d64443.75255603726!2d12.44
  width="600" height="320" style="border:0;" allowfullscreen="" loading="lazy"
  referrerPolicy="no-referrer-when-downgrade"></iframe>
```

Eksempel på et google map iframe, sat ind fra google.

Indsæt skærmdump med ét eksempel.

Refleksion Git / GitHub:

Hvad ville vi evt. have gjort anderledes

Fået styr på GitHub lidt hurtigere, så det ikke skal sidde og drille os til sidst.

Refleksion sitet:

Hvad kan det nye site bedre end det gamle? Hvilke testresultater har påvirket redesign løsningen. Og hvordan?

Vi vil gerne gøre det mere visuelt flot med billeder og videoer frem for at have en masse tekst som ikke bliver læst.

Det nye site er mere brugervenligt og overskueligt. Bl.a. har vi flere slags buketter man kan vælge imellem, og vi prøver at invitere folk hen i butikken frem for at købe online.

Hvad ville vi evt. have gjort anderledes.

Vi skulle have rammerne for styletile hurtigere på plads. Så der ikke ville være forvirring om hvilke fonte vi skulle bruge. Derudover skulle vi have lavet prototyper, så vi vidste hvordan siderne præcis skulle se ud.

Refleksion videoproduktionen:

Hvad ville vi evt. have gjort anderledes

Første klip i interview videoen skulle have været en mere fokuseret video på logoet af Florateket uden så meget bevægelse. Starten skulle også have haft en bedre håndholdt video af blomsterne udenfor. Dette blev ikke ændret pga sygdom og tidspres.

Derudover skulle vi være bedre til at sige til vores medstuderende, at de stod i vejen i forhold til det vi tog video af. Vi skulle også have lavet en mere konkret plan over hvad der skulle filmes fx via et storyboard. Vi skulle have haft flere videoer af selve butikken udenfor og lidt indenfor. Dog havde vi ikke det, da vi gik i vejen for hinanden.

Vi valgte at lave et interview til "om os" og en video til forsiden. Her går mange af klippene igen, dog synes vi ikke det gør noget, da de tydeligt viser hvordan butikken ser ud, hvad de laver og pakker buketterne ind. Dog sælger de også andre ting i butikken såsom vin, chokolade, lamper og andre ting. Dette har vi ikke så meget af i videoerne, hvilket vi godt kunne havde haft. Vi fokusere derfor på blomsterbuketterne og planterne, da det også er det som Alexandra snakker om i interviewet.