

Eksamensprojekt 1. semester, Forår 2024

Multimediedesigneruddannelsen, Erhvervsakademi Aarhus

Multimedieproduktion 1

ZeroBuzz Brew

Lubna Al-Shihabi

E-mail: lubnaalshehabi3@gmail.com

Studie-mail: eaa24las@students.eaaa.dk

Vejlederne: Lars, Sergio og Per

Antal anslag: 11.986

URL til eksamenssite på internettet:	http://eksamensprojekt.sunduqlu.dk/
Link til Figma prototype:	https://www.figma.com/design/gR8qIBdZPf9XxsVIQaAd4t/Eksamens%20projekt--Wireframes-%26-Mockups?m=auto&t=YFdsggbEU1npmHmD-6
URL til video på YouTube:	https://youtu.be/nDcGGgDzWxg?si=LNrloa3zrs6yxCdW
URL til GitHub repository (ingen kode for det er public):	https://github.com/Lubna5Sh/1-semester-eksamensprojekt.git

Indholdsfortegnelse

Indledning	3
UX-design & content	4
Projektstyring.....	4
Research.....	6
Indsigter	8
Mindmap	9
Persona.....	9
VPC.....	11
2. Brainstorm.....	13
Kortsortering.....	13
Sitemap.....	14
Content udvikling.....	15
Design.....	17
Mindmap	17
Nøgleord.....	17
Moodboard	17
Styletile.....	18
Logo.....	19
Wireframes.....	25
Mockups	27
Programmering:	31
1. eks. på kode:	31
2. eks. på kode:.....	32
Konklusion og evaluering	33
AI anvendelse -ChatGPT:	33
Litteraturliste:.....	35

Indledning

Den stigende efterspørgsel efter sundere alternativer til alkoholisk øl har ført til, at mange virksomheder, herunder ZeroBuzz Brew, har øget deres udvalg af alkoholfri øl, hvilket har intensiveret konkurrencen. ZeroBuzz Brew, kendt som den frække udfordrer til Carlsberg i Danmark, sigter mod at tiltrække både alkoholforbrugere, der søger sundere alternativer, og dem, der slet ikke alkohol. Målgruppen er unge i alderen 18-35 år, primært studerende, singler og småbørnsfamilier.

Med eksamsprojektet skal vi løse en række problemstillinger relateret til markedsføring og brugeroplevelse for ZeroBuzz Brew ved at udvikle en hjemmeside, der både fremviser alkoholfri øl og formidler kerneværdier om fællesskab og sundhed.

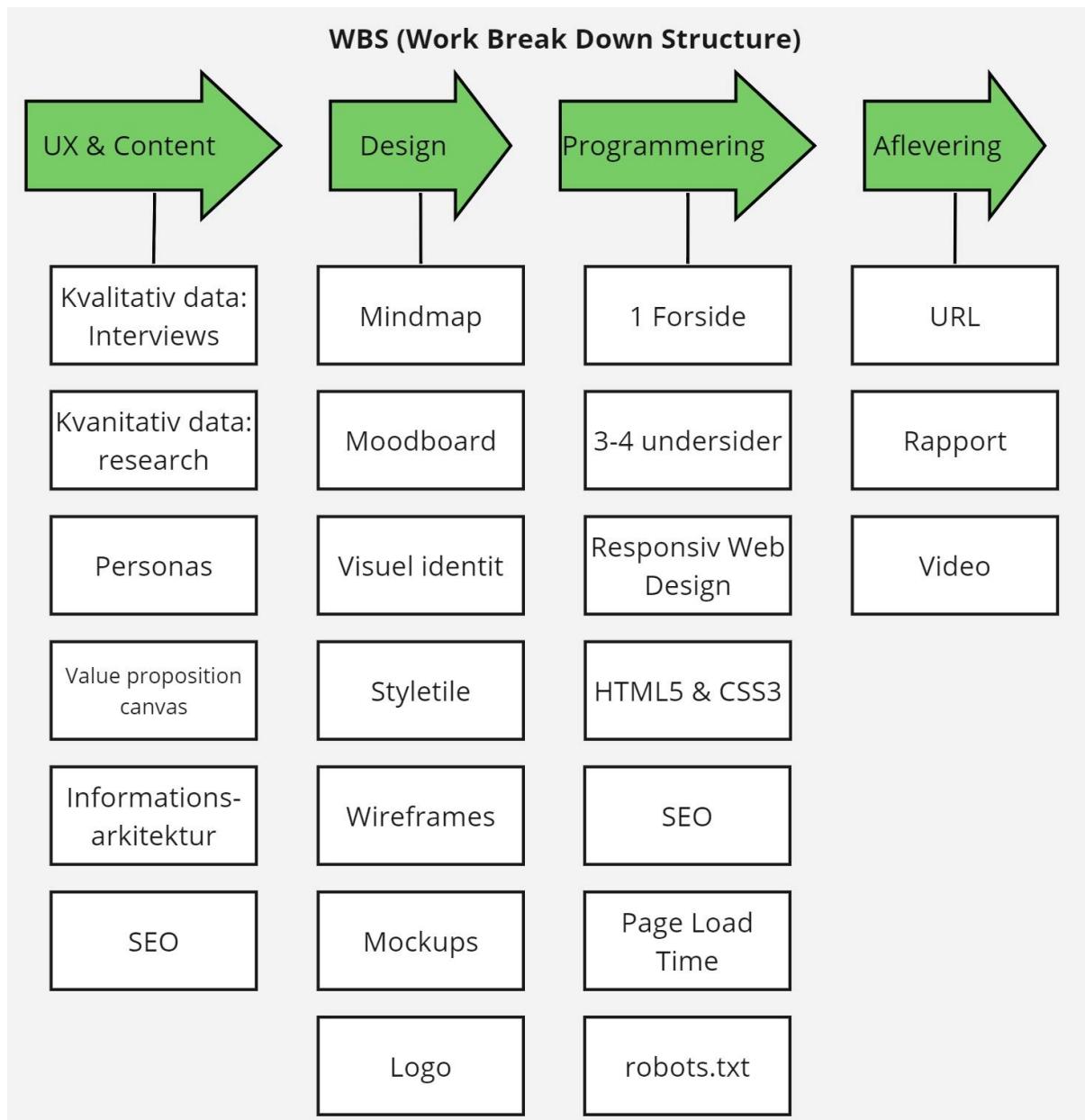
Det er netop dette, der gør ZeroBuzz Brew interessant, for det adresserer den voksende trend med alkoholfri øl, derudover det hjælper unge med at tale åbent om alkoholforbrug og gøre det mere acceptabelt at vælge alkoholfri øl uden risiko for udskamning eller eksklusion.

I de følgende sider viser jeg, hvordan jeg har løst dette projekt, så det opfylder både målgruppens ønsker og ZeroBuzz Brews krav gennem en detaljeret analyse af målgruppen, designprincipper, og de valg og fravælg jeg har truffet i løbet af udviklingsprocessen.

UX-design & content

Projektstyring

For at arbejde optimalt inden for begrænset tidsramme med projektet, planlagde jeg projektet vha. WBS-metoden. Jeg har opdelte kravene på baggrund af de 3 fag vi har, hvor hvert fag har deres egne krav. Og jeg brugte til planlægning af tiden til hvert krav, en uge kalender med Kanban korte, der viser, hvilke fag, opgave og status for opgaven jeg arbejder med, og om opgaven er i gang eller udført. Jeg brugte Miro til planlægning, post-it-notes, brainstorms og andre noter.



Uge 19

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
Planlægning UX & Content In progress	Interviews spørgsmål UX & Content Done	Mindmap/Brainstorm UX & Content Done	Persona UX & Content In progress	Persona UX & Content Done	Kortsortering UX & Content Done	Dokumentering UX & Content In progress
Interviews spørgsmål UX & Content In progress	Mindmap/Brainstorm UX & Content In progress	Undersøg målegruppe UX & Content Done		Value Proposition Canvas UX & Content Done	Informationsarkitektur/sitemap UX & Content Done	
	Interviews UX & Content In progress	Interviews UX & Content Done		Brainstorm på indholdselementer UX & Content Done	SEO analyse UX & Content In progress	
	Undersøg målegruppe UX & Content To do	Indsigtter UX & Content Done				
	Rapport UX & Content To do	Rapport UX & Content To do				

Uge 20

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
Dokumentering Design In progress	Find nøgleord Design Done	Logo Design In progress	Wireframes - Mobil Design Done	Mockups Design In progress	Mockups Design In progress	Mockups Design In progress
	Mindmap - samme som UX Design Done	Figma video Design In progress	Figma video Design In progress	Figma video Design In progress	Content udvikling Design In progress	Content udvikling- Billeder,tekst Design Done
	Moodboard Design Done	Skitser - Low fidelity wireframes Design Done	Logo Design In progress	Styletile Design To do	Styletile Design To do	
	Logo Design In progress	Styletile Design In progress		Content udvikling - Billeder Design In progress		
	Skitser Design To do	Wireframes - Computer Design In progress		Logo Design Done		
	Figma video Design In progress			Forside Programming To do	Opret github file Programming To do	Start med programmering Programming To do

Uge 21

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
Mockups Design Done	Start med programmering Programming Done	Forside Programming In progress	Forside Programming Done	Feedback fra Sergio Design To do	Om os Programming In progress	Produkter Programming In progress
Styletile Design Done	Header & menu Programming In progress	Responsive Programming In progress	Responsive Programming In progress	Om Os Programming In progress	Produkter Programming In progress	Kontakt Programming In progress
Dokumentering Design In progress				Om Os side Programming In progress		
Opret github file Programming Done						

Uge 22

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
Kontakt [Programming] [In progress]	Responsive [Programming] [To do]	Responsive [Programming] [In progress]	Responsive [Programming] [Done]	Billeder [Design] [Done]	Feedback fra Per [Programming] [Done]	Ændrer billedestørrelser [Design] [Programming] [Done]
Responsiv [Programming] [To do]	Fortsat design [Design] [In progress]	SEO [Programming] [UX & Content] [To do]	SEO [Programming] [UX & Content] [In progress]	Validering af koden [Programming] [In progress]		Redegørlinger i koden [Programming] [Done]
Flasker/dåser design, farver - igen :/ [Design] [Done]	Mockup & Styletile [Design] [To do]					Validering [Programming] [Done]
	Video [Programming] [To do]					Ændrer billeder i mockups [Design] [Done]

Uge 23

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
Reporterig [Programming] [To do]	Reporterig [UX & Content] [Done]	Reporterig [Programming] [Done]	Video [Programming] [Done]	Aflevering [Aflevering] [To do]		
Reporterig [Design] [To do]	Kommentere html [Programming] [Done]	Reporterig [Design] [Done]	URL - Eksamenssite på internettet - Simply [Linkskifte opg.] [Done]			
Reporterig [UX & Content] [In progress]			URL - Github [Linkskifte opg.] [Done]			
Video [Programming] [To do]			URL - Video [Linkskifte opg.] [Done]			
			Link til Figma [Linkskifte opg.] [Done]			

Research

Først og vigtigst opgave for at kunne arbejde videre med projektet er dataindsamling. Jeg har i denne forbindelse indsamlet kvalitative og kvantitative data.

Kvalitative data

De kvalitative data blev indsamlet gennem interviews med 6 personer. Jeg formulerede spørgsmål, der gav viden om deres brug af alkoholfri øl samt deres præferencer og behov. De interviewede personer er studerende i aldersgruppen 20-28-årige, hvilket falder inden for ZeroBuzz Brews målgruppe.

Person (a)

1. Hvad er din alder? Og hvad er din beskæftigelse (studerende/arbejder)? Er du i forhold eller single?

27 år, jeg arbejder, single

2. Hvor ofte drikker du øl? Med/uden alkohol? I hvilke anledninger?

Jeg drikker ikke øl med alkohol, det må vi ikke i min religion, vi kan drikke øl men skal være uden alkohol, eller meget lille procentdel, tror ikke mere end 0.02%. Jeg drikker i normale dage uden at skulle være der en bestemt lejlighed.

3. Hvilken betydning synes du har alkoholfri drikkevarer/øl på markedet?

Jeg synes den har god betydning ikke kun for dem der ikke drikker, men lige så godt for dem der prøver at skære deres alkohol indtagne ned.

4. Hvad synes du om prisens på alkoholfri drikkevarer i sammenlignet med alkoholisk drikkevarer?

Ved ikke hvad koster alkoholisk drikkevarer, så kan ikke sammenligne. Men jeg gætter på at alkoholisk øl er dyre. Eller ovenindt.

5. Hvilke faktorer er vigtige for dig, når du skal købe alkoholfri øl? (fx smag, pris, tilgængelighed, mærke, emballage osv.)?

Smagen er vigtigst, jeg plejede at drikke bærbæn, det er alkoholfri øl, og kan bedst lide dem med malt smag og med jordbær smag. Emballagen er også vigtigt.

6. Hvilke fordele ser du ved at vælge alkoholfri drikkevarer i forhold til traditionelle drikkevarer?

Som jeg nævnte jeg har ikke prøvet alkoholisk drikkevarer, men alkoholfri er sikkert sundere valg.

7. Har du haft nogle udfordringer eller negative oplevelser med at vælge alkoholfri øl/drikkevarer, fx i forbindelse med sociale situationer (arrangementer, fester, osv.)? Eller har du positive oplevelse med at vælge alkoholfri øl/drikkevarer?

Alle mine venner har det samme som mig, så der er ikke noget man skammer sig over når jeg vælger alkoholfri drikkevarer. Men når der min kollega på arbejde skal ud og hygge sig i weekend så trækker jeg mig tilbage, for du ved det kan virke skævet, at sidde med halvvejdige folk og man er den eneste fuldvædst.

8. Hvad kan få dig til at købe en ny alkoholfri øl, en reklame, anbefaling fra venner, pårørende, influencer osv., eller din maveformennelse på butikken?

Flasker der er gennemsigtige, grøn eller blå synes jeg de tiltækker mig mest, og så dem der viser øl smag gennem farver og tegninger på emballagen, fx at der er fx en æble billede på flasken hvis drikken smager sådan.

10. Hvilke features en hjemmeside er vigtigt at have med, når du skal kigge efter drikkevarer? (eksempler på features/funktioner: produktbeskrivelser, billeder, anmeldelser, priser, søge- og filtreringsmuligheder, leveringsmuligheder, mm.)

Jeg kan godt lide og læse om virksomhedens baggrund historie og at den liger på deres hjemmeside. Andre funktioner er at der mulighed for at sege i hjemmesiden, og en klar menu bar, samtidig med at der ligger billeder der viser produkterne med deres produktbeskrivelse.

Person (d)

1. Hvad er din alder? Og hvad er din beskæftigelse (studerende/arbejder)? Er du i forhold eller single?

Jeg er 23, jeg læser på HF og single

2. Hvor ofte drikker du øl? Med/uden alkohol? I hvilke anledninger?

Jeg drikker kun øl uden alkohol i fester

3. Hvilken betydning synes du har alkoholfri drikkevarer/øl på markedet?

Alkoholfrie drikkevarer tilbyder en mulighed for dem, der ønsker at reducere deres alkoholforbrug eller undgå det helt

4. Hvad synes du om prisens på alkoholfri drikkevarer i sammenlignet med alkoholisk drikkevarer?

Ingen ide

5. Hvilke faktorer er vigtige for dig, når du skal købe alkoholfri øl? (fx smag, pris, tilgængelighed, mærke, emballage osv.)?

Smagen er en af de mest afgørende faktorer for mig. Jeg leder efter en alkoholfri øl, der matcher mine præferencer for smag og aroma. Det er vigtigt, at den alkoholfri øl er nemt tilgængelig, enten i lokale butikker eller online

6. Hvilke fordele ser du ved at vælge alkoholfri drikkevarer i forhold til traditionelle drikkevarer?

Eller har du positive oplevelser med at vælge alkoholfri øl/drikkevarer? Alkoholfrie drikkevarer indeholder ikke alkohol, hvilket betyder, at de ikke bidrager til de negative sundhedsfaktorer, der er forbundet med alkoholforbrug.

Det giver også mulighed for at deltage i festigheder uden at bekymre sig om de negative virkninger af alkohol.

7. Har du haft nogle udfordringer eller negative oplevelser med at vælge alkoholfri øl/drikkevarer, fx i forbindelse med sociale situationer (arrangementer, fester, osv.)?

Jeg har aldrig haft negative oplevelser

8. Hvad kan få dig til at købe en ny alkoholfri øl, en reklame, anbefaling fra venner, pårørende, influencer osv., eller din maveformennelse på butikken?

Anbefaling fra venner og familie og nogle gange reklamer

9. Hvilke emballage farver eller design tiltækker dig mest, når du skal vælge din drikkevarer?

Når flasken er af glas, tiltækker den mig mest

10. Hvilke features en hjemmeside er vigtigt at have med, når du skal kigge efter drikkevarer? (eksempler på features/funktioner: produktbeskrivelser, billeder, anmeldelser, priser, søge- og filtreringsmuligheder, leveringsmuligheder, mm.)

Det er afgørende at have detaljerede produktbeskrivelser, der fortæller om smag, aroma, ingredienser og eventuelle særlige egenskaber ved hver drik. Anmeldelser fra andre kunder kan give mig en fornemmelse af produkts kvalitet. Information om leveringsmuligheder, herunder forsendelsesomkostninger, leveringstid og muligheder for afhentning eller levering til hjemmet.

Person (b)

1. Hvad er din alder? Og hvad er din beskæftigelse (studerende/arbejder)? Er du i forhold eller single?

24, studerende, single

2. Hvor ofte drikker du øl? Med/uden alkohol? I hvilke anledninger?

Aldrig

3. Hvilken betydning synes du har alkoholfri drikkevarer/øl på markedet?

Ved ikke

4. Hvad synes du om prisens på alkoholfri drikkevarer i sammenlignet med alkoholisk drikkevarer?

Ved faktisk ikke

5. Hvilke faktorer er vigtige for dig, når du skal købe alkoholfri øl? (fx smag, pris, tilgængelighed, mærke, emballage osv.)?

Smag, pris og Ingredienser

6. Hvilke fordele ser du ved at vælge alkoholfri drikkevarer i forhold til traditionelle drikkevarer?

Hør ikke ide

7. Har du haft nogle udfordringer eller negative oplevelser med at vælge alkoholfri øl/drikkevarer, fx i forbindelse med sociale situationer (arrangementer, fester, osv.)? Eller har du positive oplevelse med at vælge alkoholfri øl/drikkevarer?

Der er få valgmulighed

8. Hvad kan få dig til at købe en ny alkoholfri øl, en reklame, anbefaling fra venner, pårørende, influencer osv., eller din maveformennelse på butikken?

Maveformennelse i butikken og en anbefaling fra en ven

9. Hvilke emballage farver eller design tiltækker dig mest, når du skal vælge din drikkevarer?

Pastel colors tiltækker mig mest

10. Hvilke features en hjemmeside er vigtigt at have med, når du skal kigge efter drikkevarer? (eksempler på features/funktioner: produktbeskrivelser, billeder, anmeldelser, priser, søge- og filtreringsmuligheder, leveringsmuligheder, mm.)

Produktbeskrivelser

Person (c)

1. Hvad er din alder? Og hvad er din beskæftigelse (studerende/arbejder)? Er du i forhold eller single?

Jeg er 24 år gammel. Er studerende.

2. Hvor ofte drikker du øl? Med/uden alkohol? I hvilke anledninger?

Aldrig

3. Hvilken betydning synes du har alkoholfri drikkevarer/øl på markedet?

Ingen

4. Hvad synes du om prisens på alkoholfri drikkevarer i sammenlignet med alkoholisk drikkevarer?

Ingen idé, ved ikke hvad alkoholisk drikkevarer koste

5. Hvilke faktorer er vigtige for dig, når du skal købe alkoholfri øl? (fx smag, pris, tilgængelighed, mærke, emballage osv.)?

Må være smag og pris. Men jeg køber det jo ikke

6. Hvilke fordele ser du ved at vælge alkoholfri drikkevarer i forhold til traditionelle drikkevarer?

Man kan lade som om man drikker og får oplevelse

7. Har du haft nogle udfordringer eller negative oplevelser med at vælge alkoholfri øl/drikkevarer, fx i forbindelse med sociale situationer (arrangementer, fester, osv.)? Eller har du positive oplevelse med at vælge alkoholfri øl/drikkevarer?

Jeg har positiv oplevelse, tro jeg

8. Hvad kan få dig til at købe en ny alkoholfri øl, en reklame, anbefaling fra venner, pårørende, influencer osv., eller din maveformennelse på butikken?

Anbefaling fra venner.

9. Hvilke emballage farver eller design tiltækker dig mest, når du skal vælge din drikkevarer?

Det kan være smag og ikke en emballage. For mig jeg vil heller have at være kostet mindre og smager bedre end at det er tiltækkerne , dyret og smag dærligt

10. Hvilke features en hjemmeside er vigtigt at have med, når du skal kigge efter drikkevarer? (eksempler på features/funktioner: produktbeskrivelser, billeder, anmeldelser, priser, søge- og filtreringsmuligheder, leveringsmuligheder, mm.)

Produktbeskrivelser, billeder og priser.

Person (f)

1. Hvad er din alder? Og hvad er din beskæftigelse (studerende/arbejder)? Er du i forhold eller single?

28 år, arbejder, i forhold

2. Hvor ofte drikker du øl? Med/uden alkohol? I hvilke anledninger?

Drikker øl et par gange om ugen, i fester, grillefest eller når jeg er med vennerne. Øl med alkohol er den jeg drikker mest, men vil gerne prøve alkoholfri øl, hvis jeg har brug for at holde mig frisk.

3. Hvilken betydning synes du har alkoholfri drikkevarer/øl på markedet?

Den har større betydning på markedet på grund af stigende fokus på sundhed.

4. Hvad synes du om prisens på alkoholfri drikkevarer i sammenlignet med alkoholisk drikkevarer?

Jeg synes generelt, at pris på alkoholfri drikkevarer er rimelig, men nogle gange kan de være lidt dydere end alkoholisk drikkevarer, hvilket kan være en ulempe.

5. Hvilke faktorer er vigtige for dig, når du skal købe alkoholfri øl? (fx smag, pris, tilgængelighed, mærke, emballage osv.)?

Smagen og prisen af alkoholfri øl er rimelige, enten i lokale butikker eller online

6. Hvilke fordele ser du ved at vælge alkoholfri drikkevarer i forhold til traditionelle drikkevarer?

De giver mulighed for at nyde smagen af ølen uden de negative virkninger af alkohol, såsom tømmermænd eller at blive beruset.

7. Har du haft nogle udfordringer eller negative oplevelser med at vælge alkoholfri øl/drikkevarer, fx i forbindelse med sociale situationer (arrangementer, fester, osv.)? Eller har du positive oplevelse med at vælge alkoholfri øl/drikkevarer?

Jeg har ikke haft mange negative oplevelser med at vælge alkoholfri øl, men jeg har bemærket, at udvalget og tilgængeligheden kan være begrænset ved visse arrangementer eller barer. Jeg har dog haft positive oplevelser med at vælge alkoholfri øl i situationer, hvor jeg ønsker at reducere mit alkoholintag eller være ansvarlig.

8. Hvad kan få dig til at købe en ny alkoholfri øl, en reklame, anbefaling fra venner, pårørende, influencer osv., eller din maveformennelse på butikken?

En reklame eller anbefaling fra venner eller pårørende kunne få mig til at prøve en øl. Jeg kan også blive tiltruknet af et spændende emballagedesign eller en god pris.

9. Hvilke emballage farver eller design tiltækker dig mest, når du skal vælge din drikkevarer?

Farverige emballagedesign m. stort logo. Jeg foretrækker også en ren og moderne emballagedestil

10. Hvilke features en hjemmeside er vigtigt at have med, når du skal kigge efter drikkevarer? (eksempler på features/funktioner: produktbeskrivelser, billeder, anmeldelser, priser, søge- og filtreringsmuligheder, leveringsmuligheder, mm.)

Alle funktioner på har nævnt er vigtigt for mig.

Kvantitative data

Jeg har inddraget nogle kvantitative data for at kvalificere min undersøgelse om målgruppen. Jeg har benyttet rapporter fra Conzoom om gruppe H som er i alderen 18-35 år, samt en artikel om generation Z. Disse data har givet mig et overblik over min personas livsstil og tankegang.

Sparsommejige, spare penge ved lede efter rabatter og gode tilbud	Virksomheder skal være troværdig	Føler sig ofte stressede	Socialt samvær og venskaber afgørende	Forventer belønning og anerkendelse på arbejdepladsen	Usikrere om deres valg og fravælg	Under uddannelse eller på arbejdesmarkedet	Digital indfødte	Føler sig presset pga. travl hverdag
Brands' vision, mission og værdier skal stårl klart	Prisbevidste	Sov problemer pga. forhøjet skærmtid	Former deres identitet gennem relationer	Hårdt arbejde mindst for at opnå deres mål	Afhængige af erhverv og branche	Fokus på familie og selvstændighed	Internettet og spil fylder deres tid	Ansvarfulde
De vil være dem selv, og ikke defineres af et mærke/brand	Bruger mindre tid på at læse bøger	Højere forventninger til nytænning, entreprenørskab og innovation	Mange timer på digitale medier	Lukkede platforms som snapchat	Indkøb skal være nemt og bekvemt både digitalt og fysisk	Moderat, bevidste om deres omkostninger, og pragmatiske	Har koncentrationsbesvær	Gode til multitasking
Computer for kommunikation, underholdning, streaming, legetøj, studeredskab..	Går til koncerter, biografen, stand-up-show	SU, studiejob, sabbatår	Miljøbevidste	Læser faglitteratur	Besøger ofter venner og familie	Fitness, fastfood, færdigretter	Cafébesøg, pop, rockkoncerter, musikfestivaler	E-cigaretten
Aktive online via pc, smartphone	Individorienteret, moderne, fællesskabsorienterede	Bor til leje i en lille ungdomsbolig, lejlighed osv.	få har bil, de fleste cykler eller tager kollektiv transport	Drikker øl når der er i fælleskab på kollegiet	Billig barer med studievenlige priser	Sociale, ofte i byen og til koncerter	Viden fra nyheder på net	Sund kost, motion
62% er på Insagram dagligt								

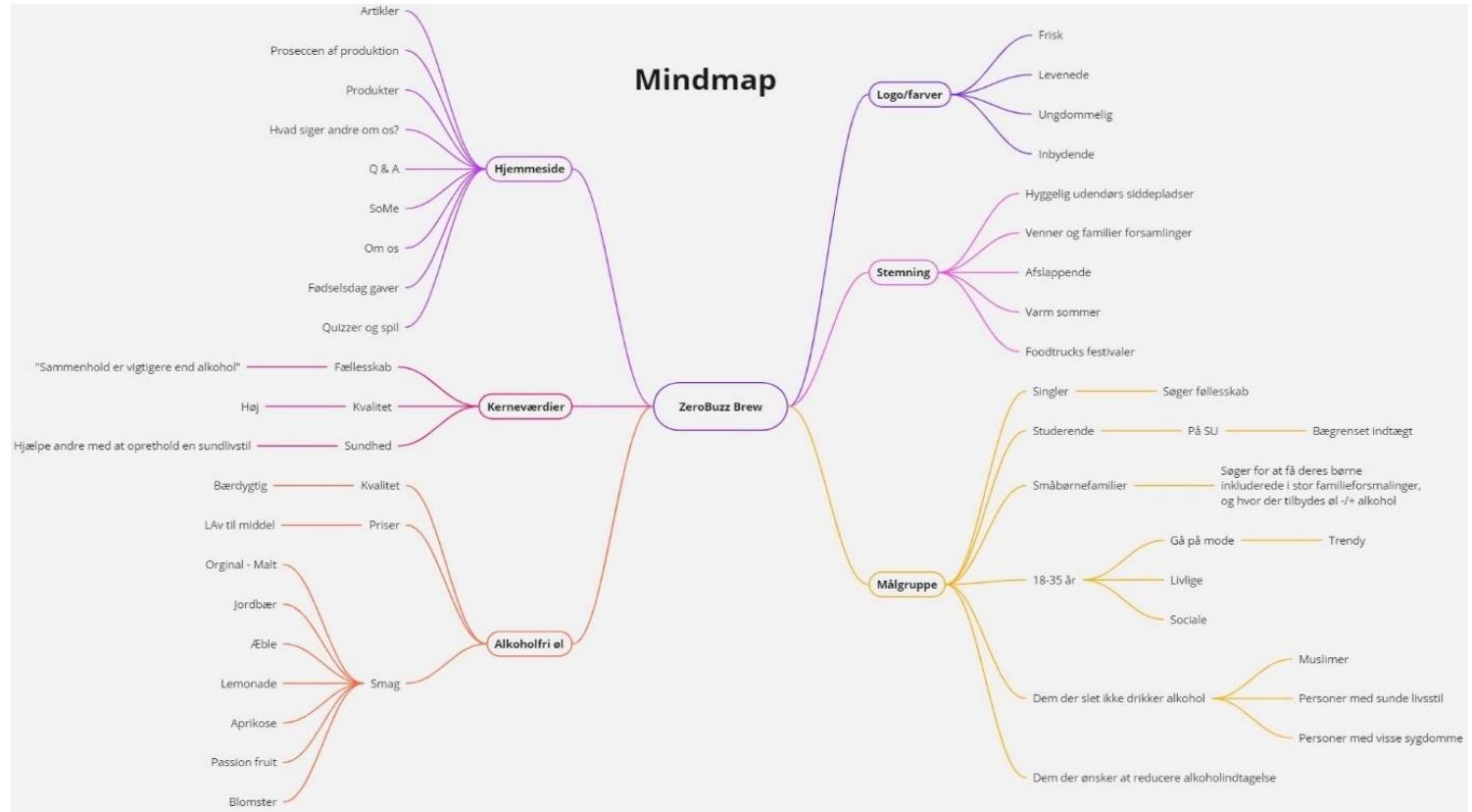
Indsigt

Efter at have gennemført interviews, organiserede jeg oplysningerne om mulige brugere ved brug af affinity diagram-metoden, hvor jeg har grupperet svarene i 10 kategorier, der opsummerer de 10 spørgsmål (grønne). Derefter kunne jeg identificere de forskellige indsigter (lyserøde) fra mine indsamlede data, som jeg vil bruge til at udvikle persona.

De fleste responderer er single, i alderen 20-28 år og	Flest drukker ikke alkoholisk øl pga. religiøse årsager, nogle drikker i fest	Alkoholfri har større betydning for både alkohol- og ikke-alkoholbrugere pga. bla. fokus på sundhed	De fleste ved ikke hvad alkoholisk øl koster. Én siger at alkoholfri øl koster mere.	Næsten alle er enige om at smag, pris og tilgængelighed er vigtige faktorer	Alle er enige om alkoholfri øl sundere valg og smager bedre	Alkoholfri tilgængelighed og valgmuligheder kan være få, men det positivt ved at er en erstning for alkoholisk øl	Anbefaling fra andre og reklamer motiverer mest	Farverige design, men smagen og pris er også vigtige	Anmeldelser, priser, produkt-beskrevelse, leveringsmuligheder, virksomheds baggrund
Alder, status, beskæftigelse	Øl uden/med alkohol indtagelse	Alkoholfri øl/drikkevarer betydning på markedet	Pris sammenligning mellem alkoholisk og alkoholfri drikkevarer	Vigtige faktorer ved køb alkoholfri øl	Fordele ved alkoholfri i forhold til traditionelle	Negative/ positive oplevelser	Motivation til at købe alkoholfri øl	Emballage farver/design der trækker dig mest	Vigtige funktioner på hjemmeside for drikkevarer brand
Studerende	Drikker alkoholisk øl et par gange om ugen	Større betydning for både der gerne sikrer alkoholdtagelse ned og dem der slet ikke drikker	"Ved ikke hvad alkoholisk drikkevarer koster, så kan ikke sammenligne. MEN jeg gætter på at alkoholisk øl er dyrere ... eller omvendt"	"Smagen er vigtigt, jeg plejede at drikke Bartolico, det er alkoholfri øl, og kan bedst lide dem med mat smag og anden med jordbær smag. Emballagen er også vigtigt."	Alkoholfri øl er sikkert sundere valg	"Men når der mine kolleger på arbejde skal ud og hygge sig i weekend så trækker jeg mig tilbage for du ved det kan virke akut, at sidde med halvbevidste folk og man er den eneste fuldbidvest."	En reklame på YouTube	"Flasker der er gennemsigtige, grøn eller blå synes jeg de tiltrækker mig mest, og så dem der viser at smag gennem farver og tegninger på emballagen."	Virksomhedens baggrund historie
Arbejder	I fest/ grillefester/ med venner	Ved ikke	Ingen ide	Smag, tilgængelighed i butikken eller online	Det giver mulighed for at deltage i festen uden at bekymre sig om alkohol negative sundhedseffekter	Har aldrig haft negative oplevelser	Rekommand fra ven, influencer eller familie	Når flasken er af glas, tiltrækker den mig mest	Søgmulighed
Single	Aldrig	God valgmulighed	Ved faktisk ikke	Ingredienser	"De giver mulighed for at nyde smagen af øl uden de negative virkninger af alkohol, såsom tammermand eller at blive beruset."	Der er få valgmuligheder	Mave-fornemmelse i butikken	Pastel farver	Billeder og produkt-beskrivelse
20 - 23 - 24 - 24 - 27 - 28 år	Må kun drikke alkoholfri øl pga. min religion	Ingen	"Jeg synes generelt, at prisen på alkoholfri drikkevarer er rimelig, men nogle gange kan de være lidt dyrere end alkoholholdige drikkevarer, hvilket kan være en ulempe."	Mærke	Smager bedre, og er sundere	At det ikke altid er tilgængeligt	Et spændende emballage design	"Farverig emballage, og noget der indeholder gode smage. F.eks jordnære eller andre slags frugt"	Anmeldelser fra kunder
	Ikke drukket alkoholfri før men vil gerne prøve	God betydning pga. stigende fokus på sundhed			"Man kan lade som om man drikker og får oplevelse"	Har ikke ide	God pris	"Det handler om smag og ikke om emballage. For mig jeg vil hellere have at varen koster mindre og smager bedre end at det er tiltrækende, dyret og smag dårligt"	Leveringsmuligheder, priser

Mindmap

Jeg har brainstormet over alle de emner der er relateret til virksomhed, herunder hjemmesidens indhold, målgruppe, kerneværdier osv. Jeg har hovedsageligt benyttet mindmap i designprocessen.



Persona

Jeg har udarbejdet min persona på baggrund af de indsiger, jeg har fundet gennem interviews samt de kvantitative data, jeg har indsamlet. Min persona repræsenterer den del af målgruppen der slet ikke drikker alkohol. De orange markeringer på billedet under persona viser, hvordan jeg har brugt min research til at bestemme, hvilke elementer der skal indgå i personaen, samt hvad personaens behov og præferencer er.

USER GOALS

- Hun vil helst læse kunders anmeldelser før køb.
- Er interesseret i at vide om virksomhedens historie.
- Det er vigtigt for hende at beskrivelse, billede og pris for hvert produkt står klart på hjemmesiden.
- Hun vil gerne få gode tilbud/points.

MOTIVATION

” Alkoholfri øl er sikkert sundere valg og smager ”



BIO



Rita bor i ungdomsbolig. Hun forsøger at følge en sund livsstil, hvor hun bl.a. drikker ikke alkoholisk drikkevarer pga. religiøs årsag. Men forkæler sig 2-4 gange om måneden med fastfood, når hun i byen eller have og hygger sig med sine veninder eller familie. En af de yndlingsdrik hun kan lide at have ved siden af mad er Barbican, en alkoholfri øl, men den er ikke tilgængelig og prisen er lidt højere end sodavand, så hun nøjes oftest med sodavand. Men hun ønsker at der findes en alternativ alkoholfri mørke lige så lækkert som Barbican, med lavere pris.

RITA

“Barbican pige”



Alder: 25 år

Besæftigelse: Studerende

Status: Single

BUSINESS OBJECTIVES

- At alle produkter på hjemmesiden skal have beskrivelser, billeder og priser.
- At virksomheds historie, værdier, vision og mission ligger på hjemmesiden.
- At man kan læse kunders anmeldelser.
- Man tjener points ved hver køb.
- Man får 25% tilbud i sin fødselsdag.



Dje fleste responderter er single, i alderen 20-28 år og	Fleste drikker ikke alkoholisk øl pga. religiøse årsager, nogle drikker i fester	Alkoholfri har større betydning for både alkohol- og ikke-alkoholforbrugere også, da fokus på sundhed	De fleste ved ikke hvad alkoholisk øl koste. Én siger at alkoholfri øl koste mere.	Næsten alle er enige om at smag, pris og tilgængelighed er vigtige faktorer	Alle er enige om alkoholfri er sundere valg og smager bedre	Alkoholfri tilgængelighed og valgmuligheder kan være få, men det positivt ved at er en erstattning for alkoholisk øl	Anbefaling fra andre og reklamer motiverer mest	Farverige design, men smagen og pris er også vigtige	Armedelser, priser, produkt-beskrevelse, leveringsmuligheder, virksomheds baggrund
Alder, status, beskæftigelse	Øl uden/med alkohol indtagelse	Alkoholfri øl/drikkevarer betydning på markedet	Pris sammenligning mellem alkoholisk og alkoholfri drikkevarer	Vigtige faktorer ved køb alkoholfri øl	Fordele ved alkoholfri i forhold til traditionelle	Negative/positive oplevelser	Motivation til at købe alkoholfri øl	Emballage farver/design der tiltrekker dig mest?	Vigtige funktioner på hjemmeside for drikkevarer brand
Studerende	Drikker alkoholisk øl et par gange om ugen	Stere betydning for både der gerne skær alkoholindtagelse ned og dem der slet ikke drikker	"Ved ikke hvad alkoholisk drikkevarer koste, så kan ikke sammenligne. Men jeg gætter på at alkoholisk øl er dyrere ... eller omvendt."	"Smagen er vigtigst, jeg plejer at tage øl med en god måltid, og kan godt lide dem med mat og smag og anden med jordbar smag. Emballagen er også vigtigt."	Alkoholfri øl er sikret sundere valg	"Men når mine kolleger på arbejde skal ud og hygge sig i weekend så trækker jeg mig tilbage, for du ved det kan virke akavet, at sidde med halvvidste folk og man er den eneste fuldvidst."	En reklame på YouTube	"Flasker der er gennemsigtige, grøn eller blå synes jer de trækker mig mest, og så dem der viser os smag gennem farver og tegninger på emballagen."	Virksomhedens baggrund historie
Arbejder	I fester/ grillefester/ med venner	Ved ikke	Ingen ide	Smag, tilgængelighed i butikken eller online	Det giver mulighed for at deltage i fester uden at bekymre sig om alkohol negative sundheds effekter	Har aldrig haft negative oplevelser	Rekommand fra ven, influencer eller familie	Når flasken er af glas, tiltrekker den mig mest	Søgmulighed
Single	Aldrig	God valgmulighed	Ved faktisk ikke	Ingredienser	"De giver mulighed for at nyde smagen af øl uden de negative virkninger af alkohol, såsom tammermand eller at blive beruset."	Der er få valgmuligheder	Mave-fornemmelse i butikken	Pastel farver	Billeder og produkt-beskrevelse
20 - 23 - 24 - 27 - 28 år	Må kun drikke alkoholfri øl pga. min religion	Ingen	Jeg synes generelt, at prisen på alkoholfri drikkevarer er rimelig, men nogle gange kan de være lidt dyrere end alkoholdyrlige drikkevarer, hvilket kan være en ulempe."	Mærke	Smager bedre, og er sundere	At det ikke altid er tilgængelig	Et spændende emballage design	"Farverig emballager, og noget der indeholder gode smage. F.eks jordnære eller andre slags frugt"	Anmeldelser fra kunder
	Ikke drukket alkoholfri før men vil gerne prøve	God betydning pga. stigende fokus på sundhed			"Man kan lade som om man drikker øl og får oplevelse"	"Et udbygget, men ikke overdrivet prisprogram er et stort plus. Jeg har dog haft positive oplevelser med alkoholfri øl i situationer, hvor jeg ønsker at reducere mit alkoholindtag eller være mere ansvarlig."	God pris	"Det handler om smag og ikke om emballage. For mig så vil handle have at varien koste mindre og smager bedre end at det er tilsvarende dyrt og smag dårligt"	Leveringsmuligheder, priser
					Har ikke ide				

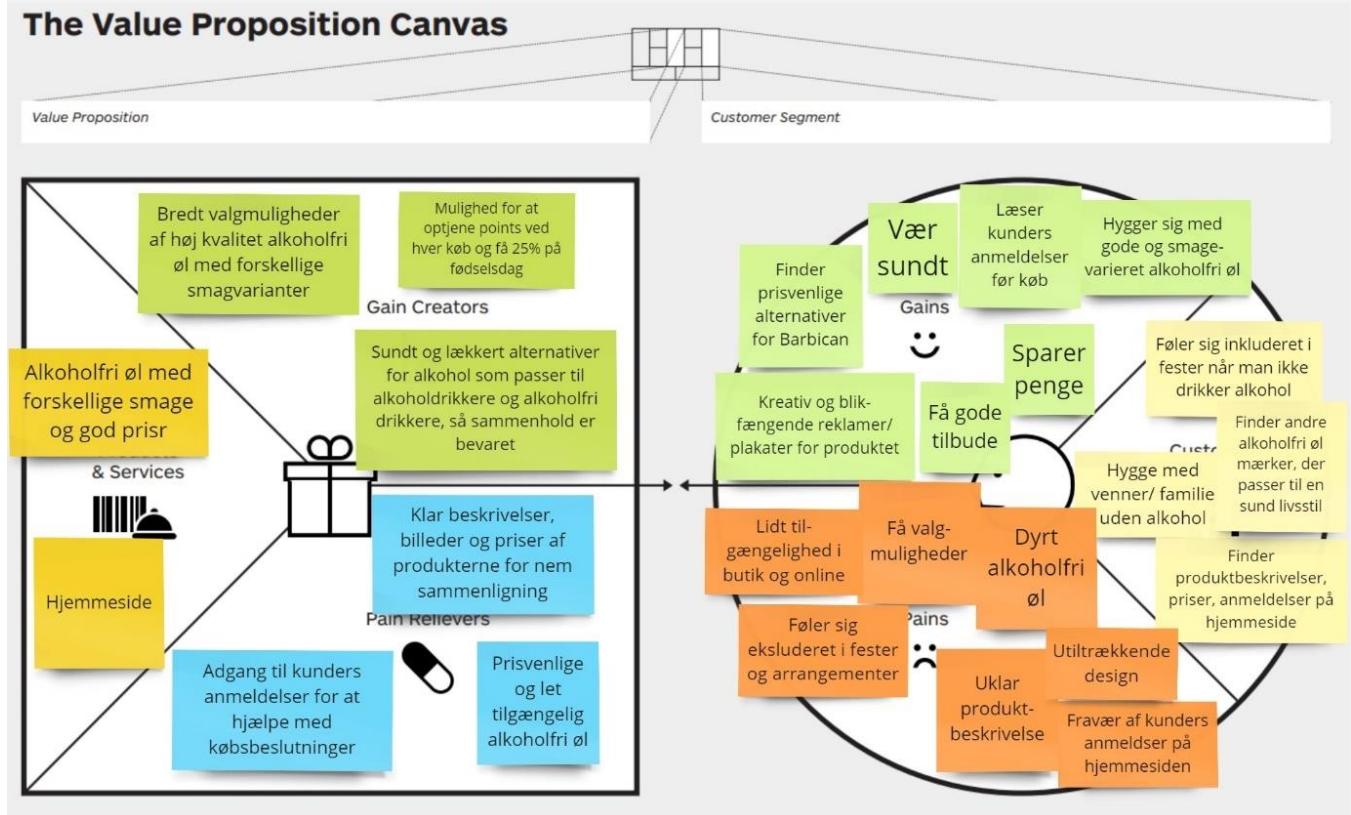
Sparsommelige, spare penge ved lede efter rabatter og gode tilbudd	Virksomheder skal være troværdig	Føler sig ofte stressede	Socialt samvær og venskaber afgørende	Forventer belønning og anerkendelse på arbejdepladsen	Usikkere om deres valg og fravælg	Under uddannelse eller på arbejdsmarkedet	Digital indfødte	Føler sig presset pga. travl hverdag
Brands' vision, mission og værdier skal stå klart	Prisbevidste	Sov problemer pga. forhøjet skærmtid	Former deres identitet gennem relationer	Hårdt arbejde mindst for at opnå deres mål	Afhængige af erhverv og branche	Fokus på familie og selvstændighed	Internettet og spil fylder deres tid	Ansvarfulde
De vil være dem selv, og ikke defineres af et mærke/brand	Bruger mindre tid på at læse bøger	Højere forventninger til nytærring, entreprenørskab og innovation	Mange timer på digitale medier	Lukkede platforms som snapchat	Indkøb skal være nemt og bekvemt både digitalt og fysisk	Moderate, bevidste om deres omkostninger, og pragmatiske	Har koncentrationsbesvær	Gode til multitasking
Computer for kommunikation, underholdning, streaming, legetøj, studiedokumenter	Går til koncerter, biografen, stand-up-show	SU, studiejob, sabbatår	Miljøbevidste	Læser faglitteratur	Besøger ofte venner og familie	Fitness, fastfood, færdigretter	Cafébesøg, pop, rockkoncerter, musikfestivaler	E-cigaretten
Aktive online via pc, smartphone	Individorienterede, moderne, fællesskabsinterede	Bor til leje i en lille ungdomsbolig, lejlighed osv.	få har bil, de fleste cykler eller tager kollektiv transport	Drikker øl når de er i fælleskab på kollegiet	Billig barer med studievenlige priser	Sociale, ofte i byen og til koncerter	Viden fra nyheder på net	Sund kost, motion
								62% er på Instagram dagligt

VPC

Jeg brugte igen mine data og persona (orange markeringer på persona lige under vpc) til at arbejde med Value Proposition Canvas og identificere de vigtigste behov for kunder, deres smærter og gevinster. Jeg har udviklet mit digitale produkt så det opfylder VPC, user goals og business goals. Jeg har f.eks. udviklet en 'Om Os' side, hvor man kan læse om ZeroBuzz Brews historie og værdier, hvilket opfylder user goals om interesse for at vide om virksomhedens baggrund. Jeg har bl.a. lavet

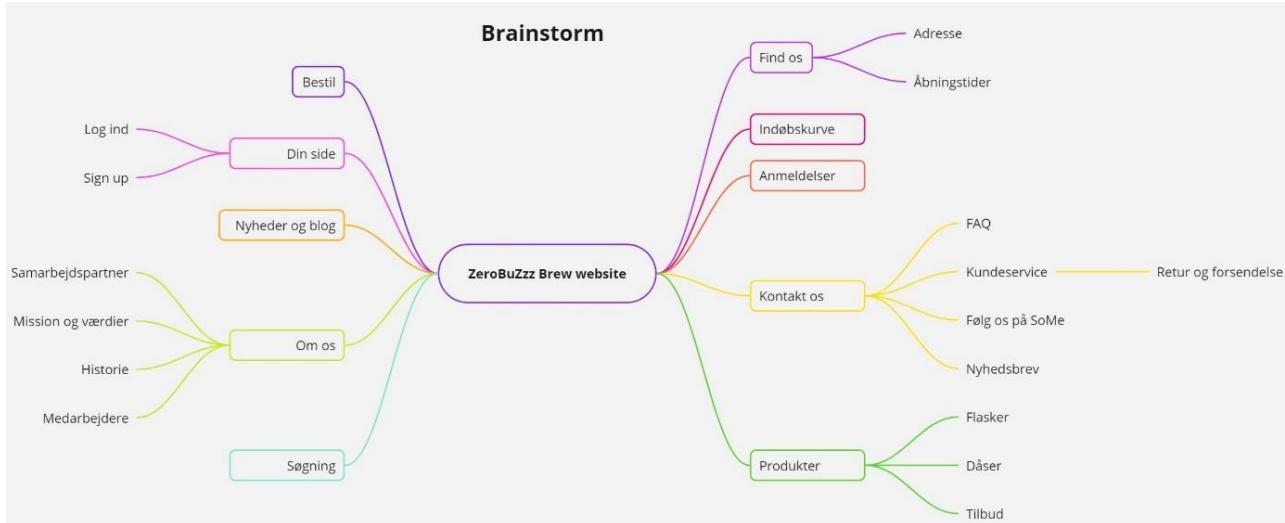
en sektion under 'Om Os' til kunders anmeldelser, og det hænger sammen med vpc og kunders gevinst. Derudover har jeg udviklet en 'Produkter' side, hvor man kan se alle produkter med stort udvalg af forskellige smagsvarianter, hvori hvert produkt præsenteres i en kort med beskrivelse, vurdering, billede og pris hvilket lindrer kunders smerte om uklar produktbeskrivelse og få valgmuligheder.

The Value Proposition Canvas



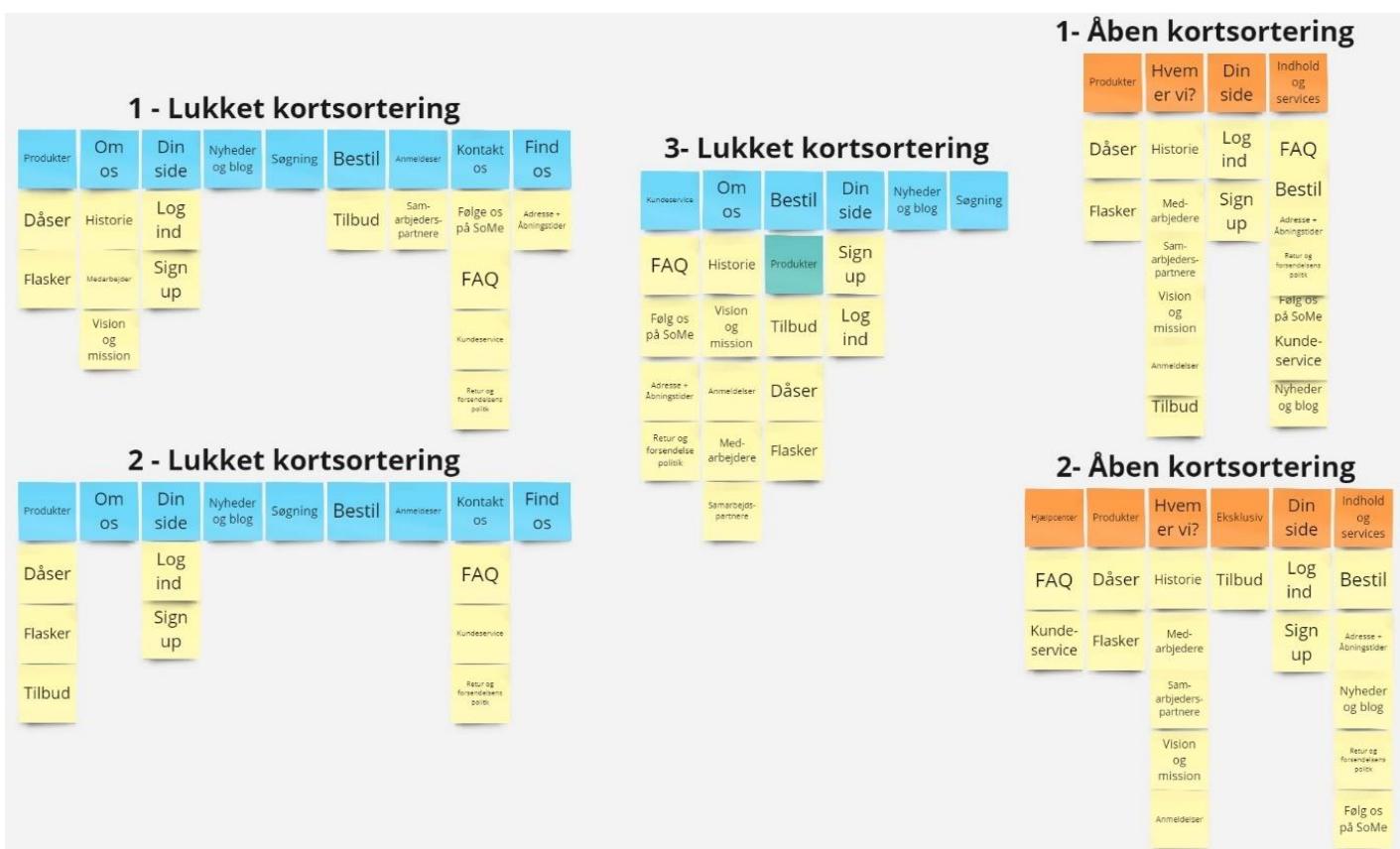
2. Brainstorm

Jeg har udvidet min 1. brainstorm, hvor jeg fokuserede på virksomhedshjemmesidens indhold, de mulige menupunkter og undersider, der kan opfylde både min personas og virksomhedens ønsker.



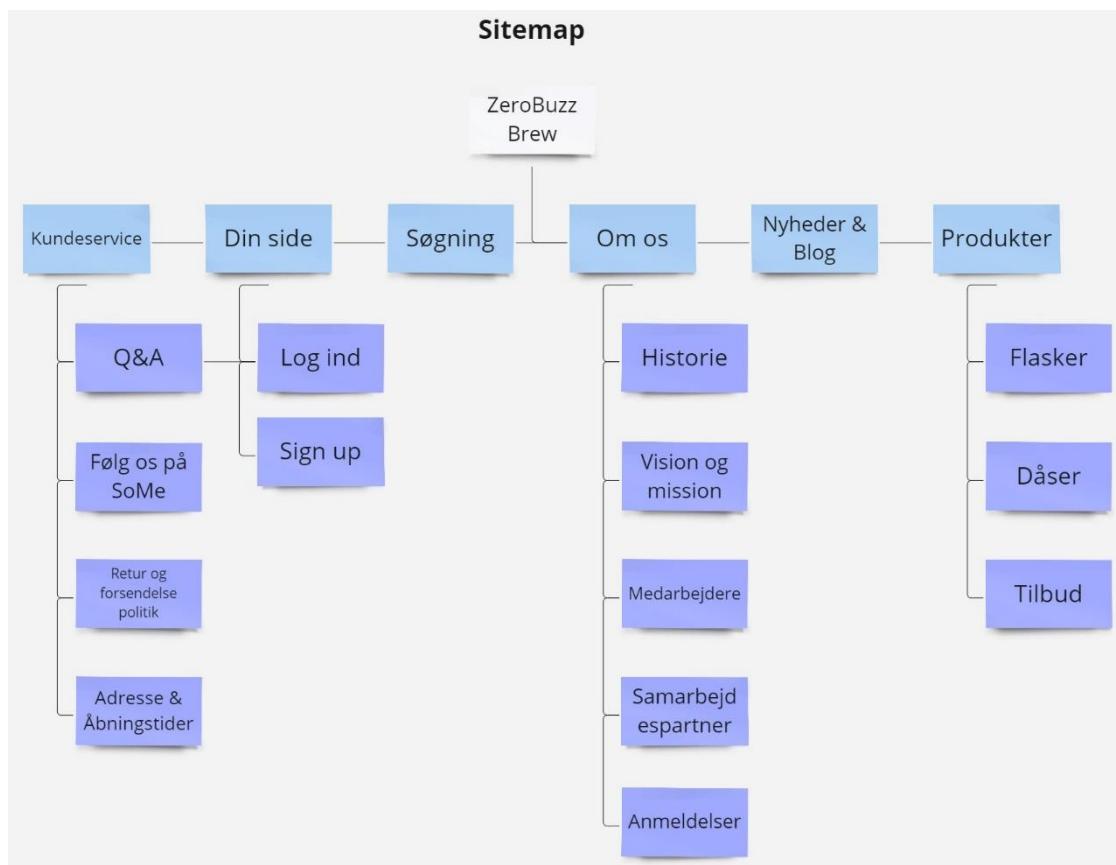
Kortsortering

Efterfølgende har jeg gennemført kortsortering, 3 lukkede og 2 åbne. Som kan ses i nedstående billede, er der markant forskel mellem de 5 kortsorteringer, og nogle af mine testpersoner var lidt i tvivle om, hvordan de skal organisere kortene, så de har valgt at fravælge nogle af dem.

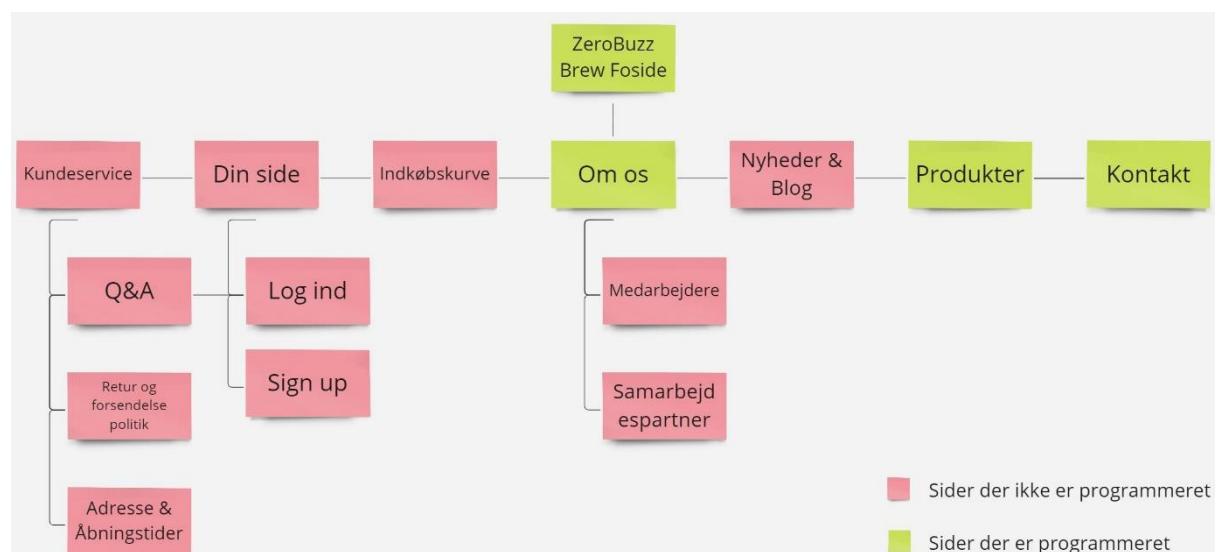


Sitemap

Kortsorteringer har hjulpet mig med at beslutte, hvilke sider der er mest relevante og vigtige for min målgruppe og for virksomhedens krav. Derfor jeg har fravalgt nogle korte og sorteret mine undersider i henhold til deres kategorier.



Senere i programmeringsprocessen har jeg foretaget nogle ændringer i menuen og undersiderne. Jeg har fjernet f.eks. 'Flasker', 'Dåser' og 'Tilbud' undersider under produkter og samlet dem under én side kaldet 'Produkter'. Selvom der er blevet fortaget ændringer under programmering, men jeg har forsøgt at forholde mig til personas ønsker, VPC og virksomhedens krav.



Content udvikling

Som tidligere nævnt har jeg udviklet websidens indhold med udgangspunkt i mine personas og virksomhedens ønsker. Derfor har skrevet en artikel, der fortæller om ZeroBuzz Brew historie, vision og værdier. Artiklen er scanbar, opdelt i flere sektioner og understøttet af billeder. I artiklen og på de andre undersider på websitet har jeg også anvendt søgeord med god volumen og konkurrence, som I kan se i næste afsnit.

SEO

Her er nogle af søgeord jeg brugte i websitets indhold: Bryggeri - Alkoholfri øl - Fødselsdag - Sommerdag - Fællesskab - Kvickly - Alkoholfri øl tilbud osv.

Keyword Overview: alkoholfri øl tilbud

Denmark ▾ Desktop ▾ May 29, 2024 ▾ USD ▾

Overview Bulk Analysis



Try out AI analysis for Personal Keyword Difficulty and a potential position on SERP.

AI-powered Select location

Volume

720

Keyword Difficulty

11%

Very easy

Your chance to start ranking new pages on Google as soon as possible without any backlinks.

Global Volume

770

DK	<div style="width: 100px; height: 10px; background-color: #ccc;"></div>	720
DE	<div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #ccc;"></div>	10
ES	<div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #ccc;"></div>	10
NO	<div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #ccc;"></div>	10
UK	<div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #ccc;"></div>	10
US	<div style="width: 10px; height: 10px; background-color: #ccc;"></div>	10

Intent

Informat... Transaction...

Trend



Keyword Magic Tool: Alkoholfri øl

Database: Denmark ▾ Currency: USD ▾

All Questions All Keywords Broad Match Phrase Match Exact Match Related Languages Beta ▾



Try out AI analysis for Personal Keyword Difficulty and a potential position on SERP.

AI-powered

Volume ▾ KD % ▾ Intent ▾ CPC (USD) ▾ Include keywords ▾ Exclude keywords ▾ Advanced filters ▾

By number By volume

All keywords: 529 Total volume: 13,820 Average KD: 13%

+ Add to ke...

All keywords	529	Keyword	Intent	Volume	%	KD %
> køb	17	⊕ alkoholfri øl >	I	4,400	19	●
> test	15	⊕ bedste alkoholfri øl >	C	880	8	●
> gravid	13	⊕ alkoholfri øl tilbud >	I T	720	11	●
> alkohol	12	⊕ tilbud alkoholfri øl >	I T	720	11	●



Vores historie

Det hele startede med en samtale mellem Amir og Peter en varm sommerdag på stranden. Denne samtale blev kimen til ZeroBuzz Brew, da Omar påpegede manglen på pålidelige alkoholfri øl på markedet. Denne indsigt plantede det første frø, der siden voksende til et træ.

Med stor indsats og hårdt arbejde etablerede vi vores bryggeri for at imødegå behovene hos dem, der ikke ønsker eller kan drikke alkohol, og dem, der søger sunde og tørke alternativer til traditionel øl. Vi har dækket os til at levere den højeste kvalitet og de bedste smagsoplevelser i hver flaske og dåse, og vi arbejder kontinuerligt på at udvide vores udvalg af smagsvarianter.



Vores vision

Vi stræber efter at blive det ultimative valg inden for alkoholfri øl og fastholder vores titel som "den frække challenger" på både det lokale og globale marked. Vi ønsker at tilbyde en sund og sunde alternativ til traditionelle alkoholikere, der søger sunde alternativer, og dem, der normalt undgår øl på grund af alkoholintolerancen.

Vi forestiller os en verden, hvor fællesskabet styrkes gennem sunde valg og umidtættelige smagsoplevelser, og hvor alle kan nyde en øl, uanset anledning eller livsstil.



Vores værdier

Vores kerneværdier er fundamenteret for alt, hvad vi gør hos ZeroBuzz:

- Fællesskab: Vi tror på, at sammenhold er vigtigere end alkohol. Vores øl er designet til at bringe mennesker sammen, uanset deres præferencer, og skabe mindeverdig øjeblikke.
- Sundhed: Vi sætter stor værdi på en sund livsstil. Vi respekterer og støtter dem, der ønsker at reducere deres alkoholintag eller helt undgå det, ved at tilbyde sunde, alkoholfri alternativer.
- Kvalitet: Vores engagement i kvalitet er ufraværligt. Fra udvælgelsen af de fineste ingredienser til de omhyggeligt bryggeprocesser sikrer vi, at hver øl leverer en enestående smagsoplevelse.

Vi byder dig velkommen til ZeroBuzz Brew og er glade for, at du vil være med på vores rejse. Sammen kan vi skabe en fremtid, hvor god smag og sundhed går hånd i hånd. Nyd sunde valg og uforglemmelige stunder med ZeroBuzz Brew.



Hvad siger vores kunder om os?

5 stars

Keyword Overview: kvickly

Denmark Desktop Jun 3, 2024 USD

Volume: 165.0K

Keyword Difficulty: 26% (Easy)

It is quite possible to rank for this keyword. You will need quality content focused on the keyword's intent.

Global Volume: 173.2K

Country	Volume
DK	165.0K
SE	3.6K
DE	1.6K
NO	480
PL	480
UK	320
Other	1.7K

Intent: Navigational

Trend: [Bar chart showing search volume over time]

Keyword Overview: fællesskab

Denmark Desktop Jun 3, 2024 USD

Volume: 3.6K

Keyword Difficulty: 22% (Easy)

It is quite possible to rank for this keyword. You will need quality content focused on the keyword's intent.

Global Volume: 3.9K

Country	Volume
DK	3.6K
AU	20
BR	20
DE	20
ES	20
FR	20
Other	200

Intent: Informational

Trend: [Bar chart showing search volume over time]

Keyword Overview: sommerdag

Denmark Desktop Jun 3, 2024 USD

Volume: 6.6K

Keyword Difficulty: 27% (Easy)

It is quite possible to rank for this keyword. You will need quality content focused on the keyword's intent.

Global Volume: 7.1K

Country	Volume
DK	6.6K
NO	210
AR	30
DE	30
EE	30
KR	30
Other	200

Intent: Informational

Trend: [Bar chart showing search volume over time]

Keyword Overview: fødselsdag

Denmark Desktop Jun 3, 2024 USD

Volume: 27.1K

Keyword Difficulty: 17% (Easy)

It is quite possible to rank for this keyword. You will need quality content focused on the keyword's intent.

Global Volume: 29.6K

Country	Volume
DK	27.1K
NO	320
DE	170
SE	140
NL	50
US	50
Other	1.7K

Intent: Informational

Trend: [Bar chart showing search volume over time]

Keyword Overview: bryggeri

Denmark Desktop Jun 3, 2024 USD

Volume: 1.9K

Keyword Difficulty: 42% (Possible)

A competitive keyword to rank for. You will need well-structured and unique content.

Global Volume: 9.3K

Country	Volume
SE	2.9K
DK	1.9K
FI	1.6K
NO	1.0K
US	210
DE	170
Other	1.5K

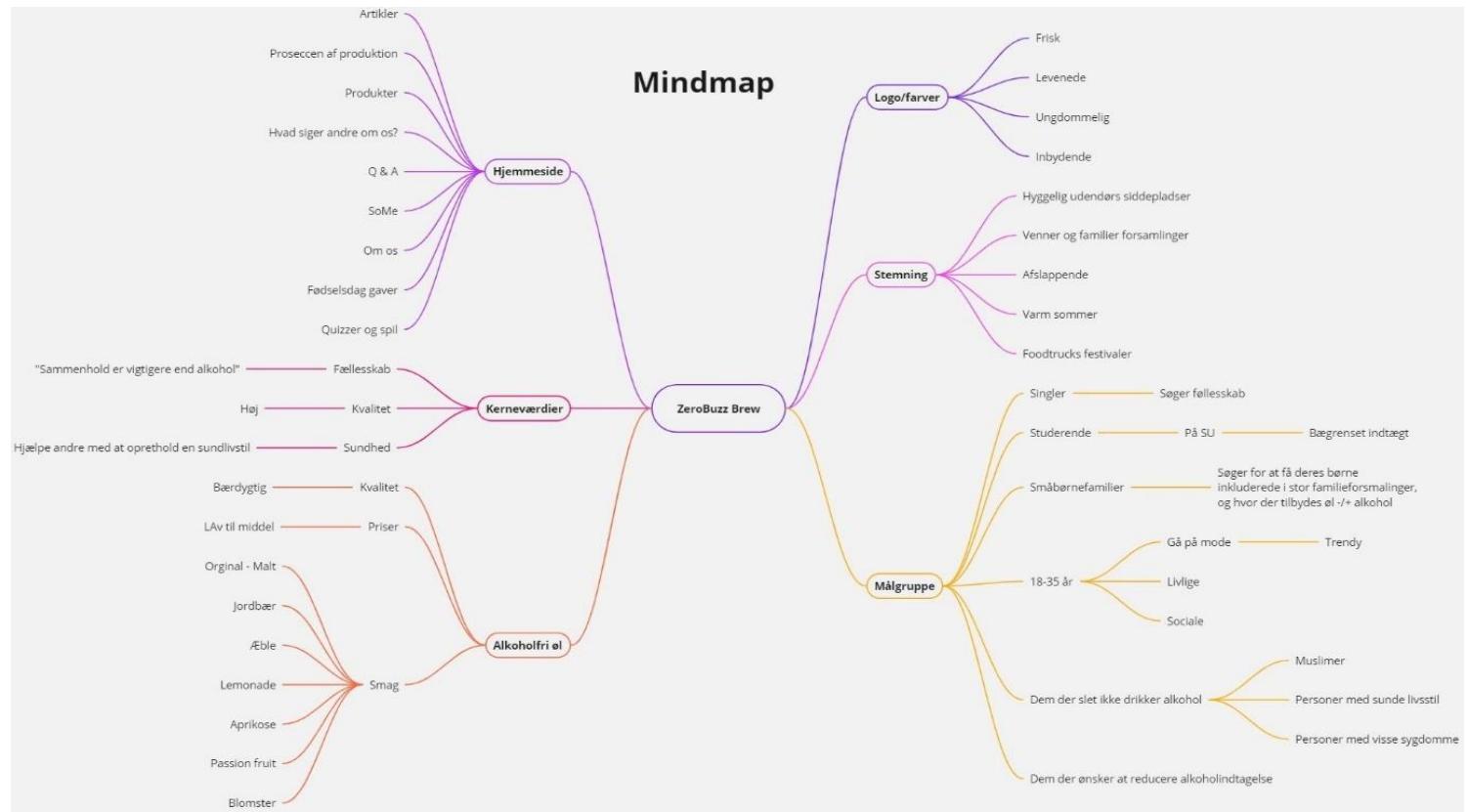
Intent: Commercial

Trend: [Bar chart showing search volume over time]

Design

Mindmap

Jeg brugte den første mindmap jeg fik lavet i starten og benyttet i UX del, da den inkluderer forslag til logo, farver og stemning og hvilke smage øllen kan have, for at have en forudgående idé om designet af emballagen.



Nøgleord

Jeg har taget udgangspunkt i nogle nøgleord der kan repræsentere stemning/stilen af designet:

Sammenhold, ungdommelig, moderne, enkelhed, minimalistisk, summer vibes, organisk former og pattern design trend, retro, fine lines, Bauhaus grafik, pop art, Memphis design, farverig, 90's and 00's (Y2K) -inspireret design.

Moodboard

Bagefter har jeg udvalgt nogle ord til mit moodboard. Moodboard indeholder billeder af venner/familieforsamlinger, hvilket refererer til ZeroBuzz Brews kerneværdi "sammenhold er vigtigere end alkohol". De fleste billeder er farverige og udstråler sommervibes, hvilket fremhæver en ungdommelig og livlig stemning. Dette har inspireret mig i design af logo og farvevalg til websitet og emballagen. Jeg har også taget mine interviewpersoners svar i betragtning i mit design, som ses på billedet til højre.

Anbefaling fra andre og reklamer motiverer mest	Farverige design, men smagen og pris er også vigtige
Motivation til at købe alkoholfri øl	Emballage farver/design der tiltækker dig mest?
En reklame på YouTube	Flasker der er gennemsigtige, grøn eller blå synes jeg de tiltækker mig mest, og så dem der viser en smag gennem farver og tegninger på emballagen
Rekommand fra ven, influencer eller familie	Når flasken er af glas, tiltækker den mig mest
Mave-fornemmelse i butikken	Pastel farver
Et spændende emballage design	"Farverig emballage, og noget der indeholder gode smage. F.eks jordbære eller andre slags frugt"
God pris	"Det handler om smag og ikke om emballage. For mig jeg vil heller have at varen kostet mindre og smager bedre end at det er tiltækkende , dyret og smag dårligt"



Styletile

Jeg udarbejdede to versioner styletiles, da jeg havde forskellige overvejelser omkring farvevalg og skriftypen, og udformningen af knapperne. Jeg forsøgte at følge stemning i moodboardet, hvor jeg anvendte gule toner til sidste som betegner øl farve, og sort og hvide farver til skrift.



ZeroBuzz Brew

Styletile Version 1

Possible Colors



#000000



#FFFFFF

#F6C65D

Textures / Photography



Icons



Værdior

Moderne, Enkelt, Farverig

Eksempel af en header

Font: Inter, black, 64 px

Eksempel af en subheader

Font: Inter, black, 55 px

Lore Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lore Ipsum has been..

Font: Inter, regular, 36 px

Eks. primary button

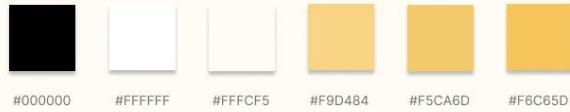
Eks. button hover



ZeroBuzz Brew

Styletile Version 2

Possible Colors



Textures / Photography



på...vis mere

Icons



Værdiord

Moderne, Enkelt, Farverig, Retro, Frisk

Eksempel af en overskrift

Font: Inter, black, 64 px

Eksempler af en underskrift

Font: Roboto Serif, black, 64 px

Eksempel af en titel

Font: Roboto Serif, black, 55 px

Lore Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lore Ipsum has been dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book. It has survived not only five centuries, but also the leap into electronic typesetting, remaining essentially unchanged.

Font: Sen, regular, 36 px

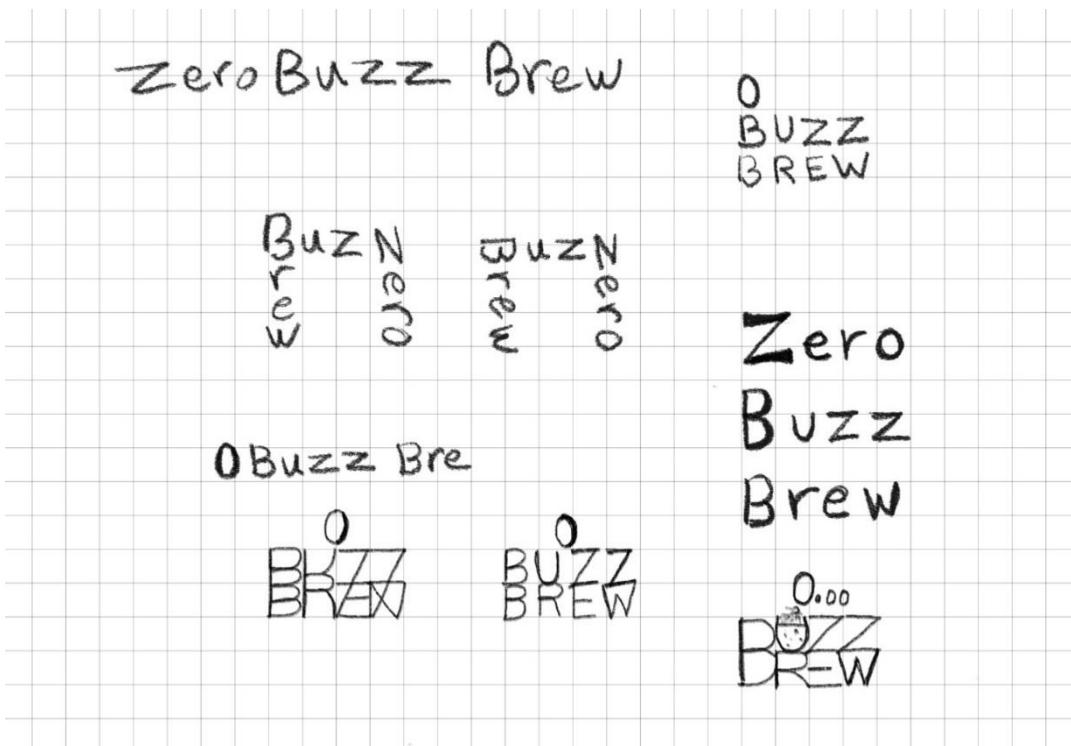
Eks. primary button

Eks. secondary button

Eks. primary button hover

Logo

I forhold til logo tænkte jeg at lave en wordmark-logo, hvor virksomhedens navn står tydeligt. Jeg har imidlertid indarbejdet en kreativitet ved at tegne en øl ind i '0' for at tilføre navnet en smule karakter.

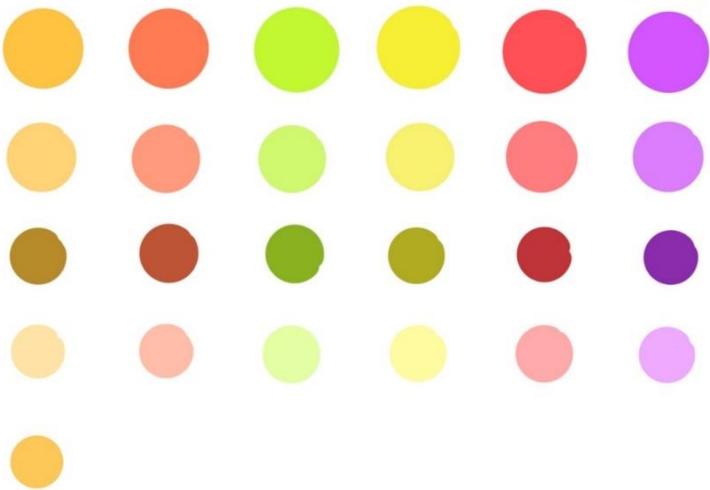




Derefter valgte jeg farvetoner jeg skal bruge til de forskellige ølsmage.

Til design af logoen brugte jeg Procreate-app og Adobe illustrator.

Malt Fersken Æble Citron Jordbær Passionfrøte



Jeg har prøvet at følge Bauhaus design style med fokus på geometrisk former og enkelhed.
Nedenstående billede viser hvordan logoet og forskellige smage ser ud på ølflaske med gennemsigtig baggrund.

Passion fruite
ZERO
Buzz
Brew
,00% alkohol

Citron
ZERO
Buzz
Brew
,00% alkohol

Fersken
ZERO
Buzz
Brew
,00% alkohol

Jordbær
ZERO
Buzz
Brew
,00% alkohol

Malt det orginallt
ZERO
Buzz
Brew
,00% alkohol

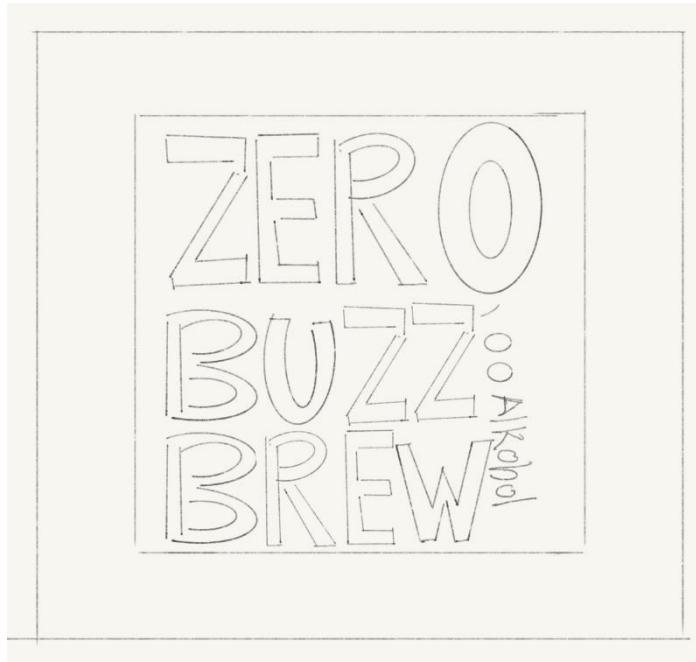
Eble
ZERO
Buzz
Brew
,00% alkohol



Ny design

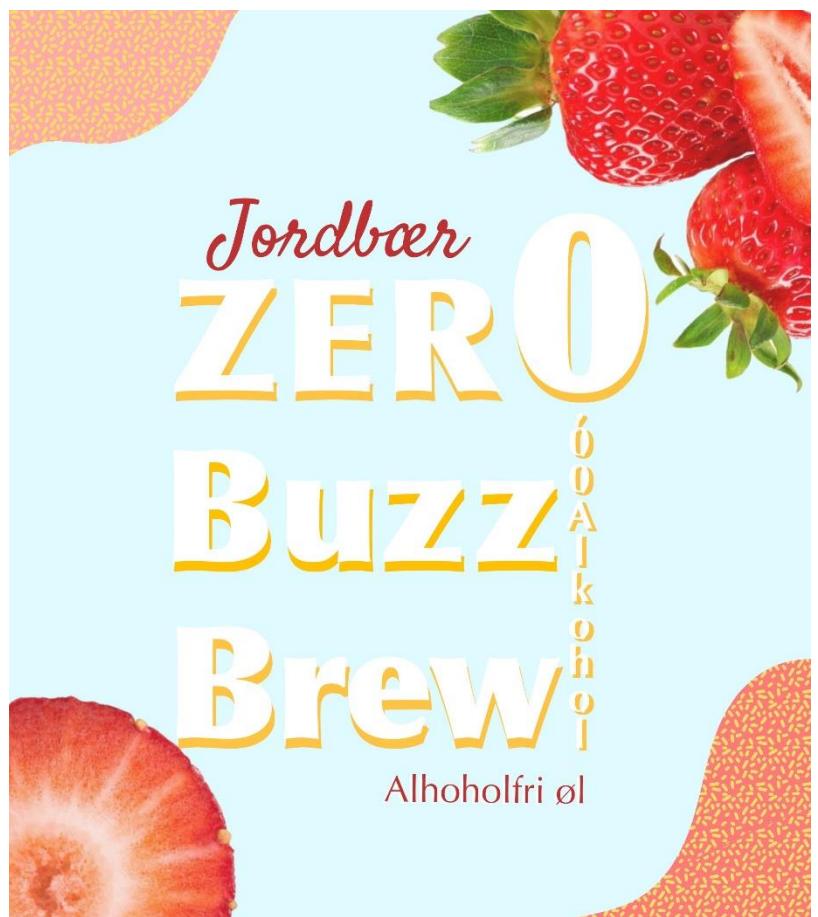
Efter grundige overvejelser og feedbacks har jeg besluttet at ændre mit design for at gøre det mere beskrivende og kreativt. Mit mål er at tydeliggøre ølsmagene og skabe et mere iøjnefaldende design.

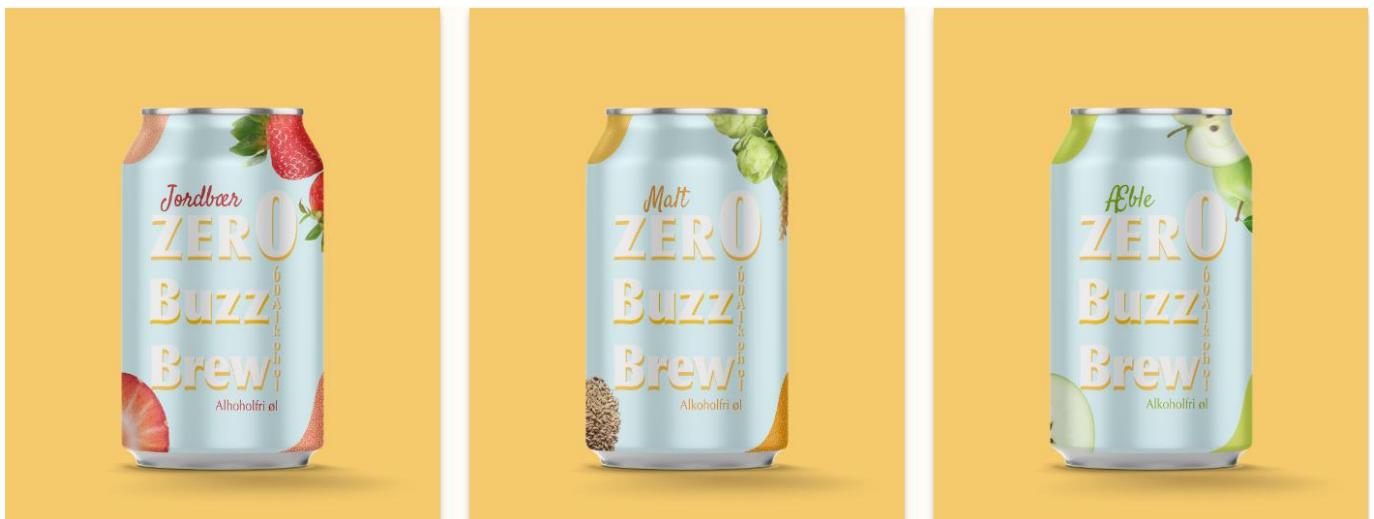
Første skitser:



Første version:

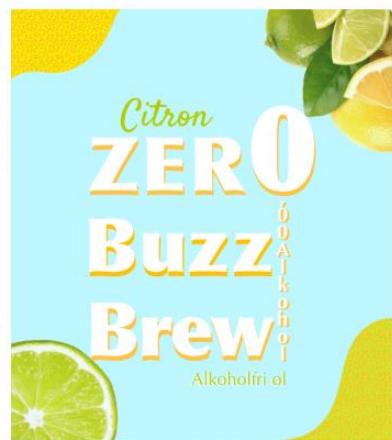
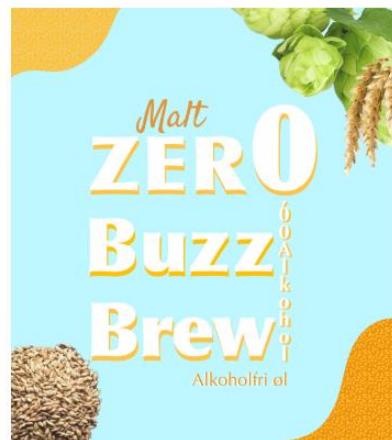
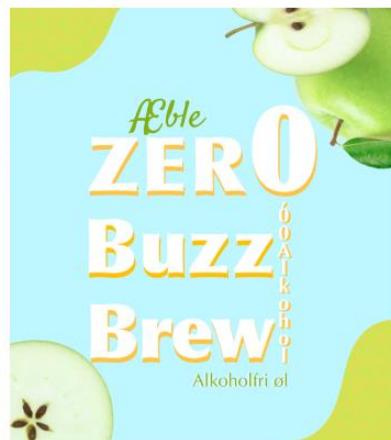
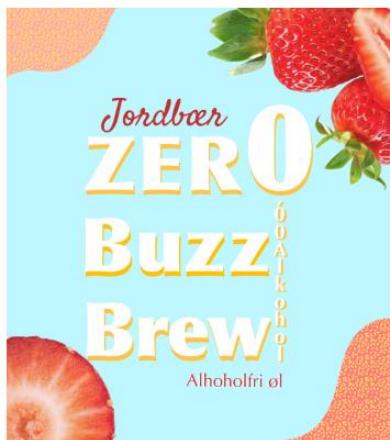
Farverne ser godt ud på billedet til højre, men efter jeg har placeret dem på flasker og dåser, virkede de meget blege og dæmpede, som det kan ses nedenfor.





Anden version:

Så jeg har besluttet igen at ændre baggrundsfarven fra #DFFBFF til #BEF7FF. Den endelige baggrundsfarve og design ser mere lysende ud og skaber sommerstemning, samtidig med at den bedre fremhæver de forskellige smag.

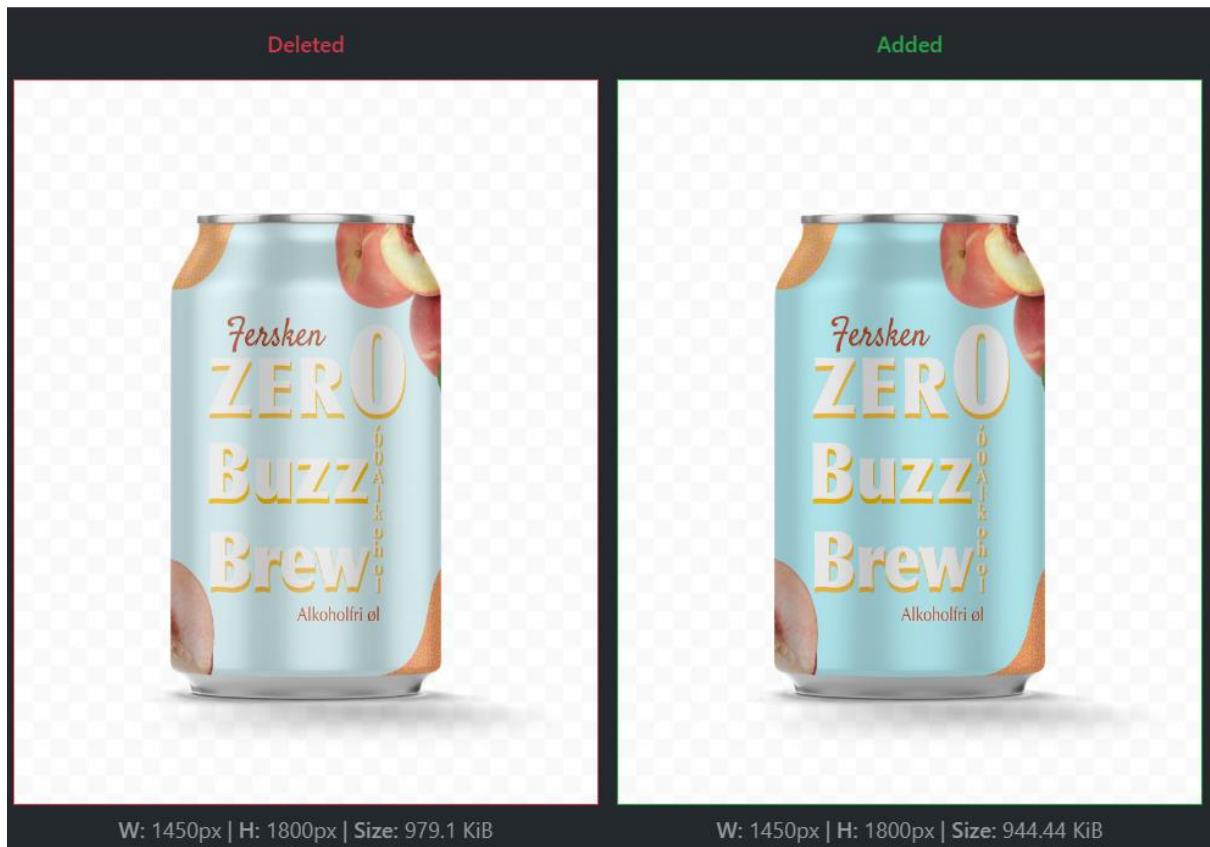


Efter:



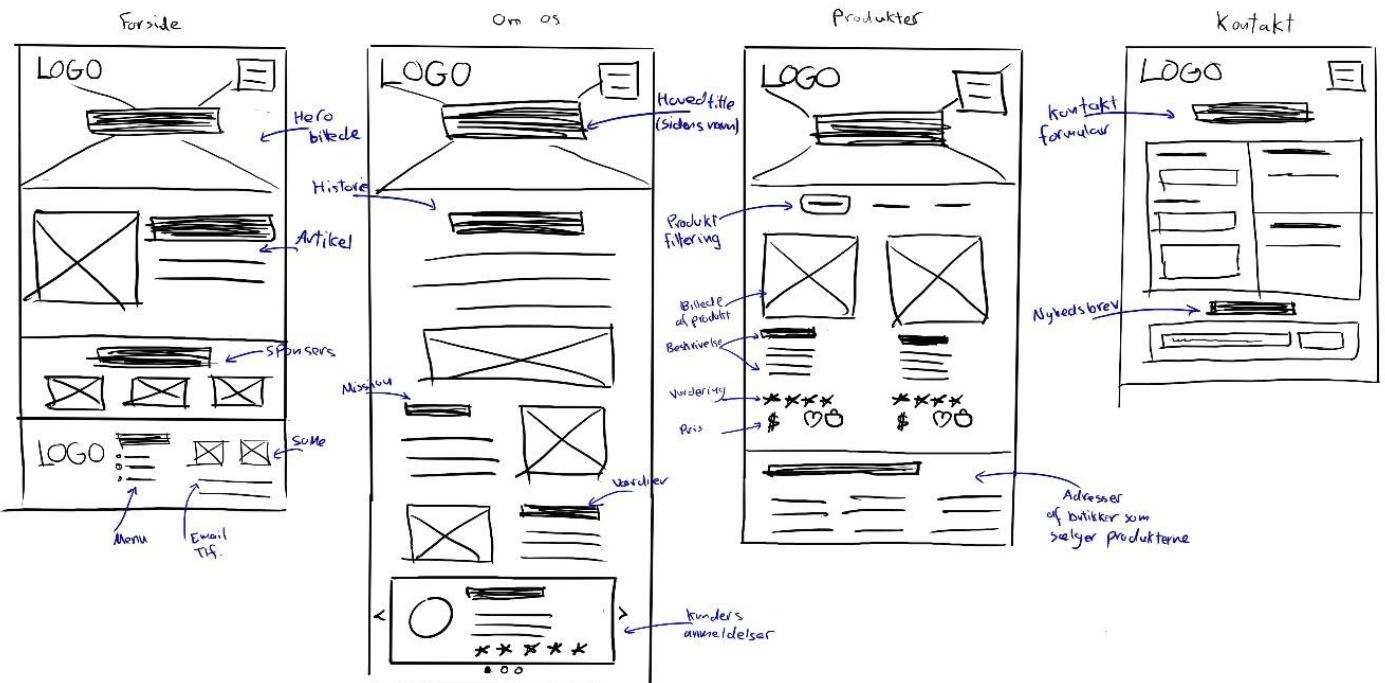
Før:





Wireframes

Jeg startede med low fidelity wireframes til computerskærme, for at få grundlæggende fornemmelse af design, komposition og indhold på hjemmesiden, så den odfylder mine personas og målgruppens behov. Derefter gik jeg videre til high fidelity wireframes til både mobil- og computerskærm.



High fidelity wireframes til computerskærme:

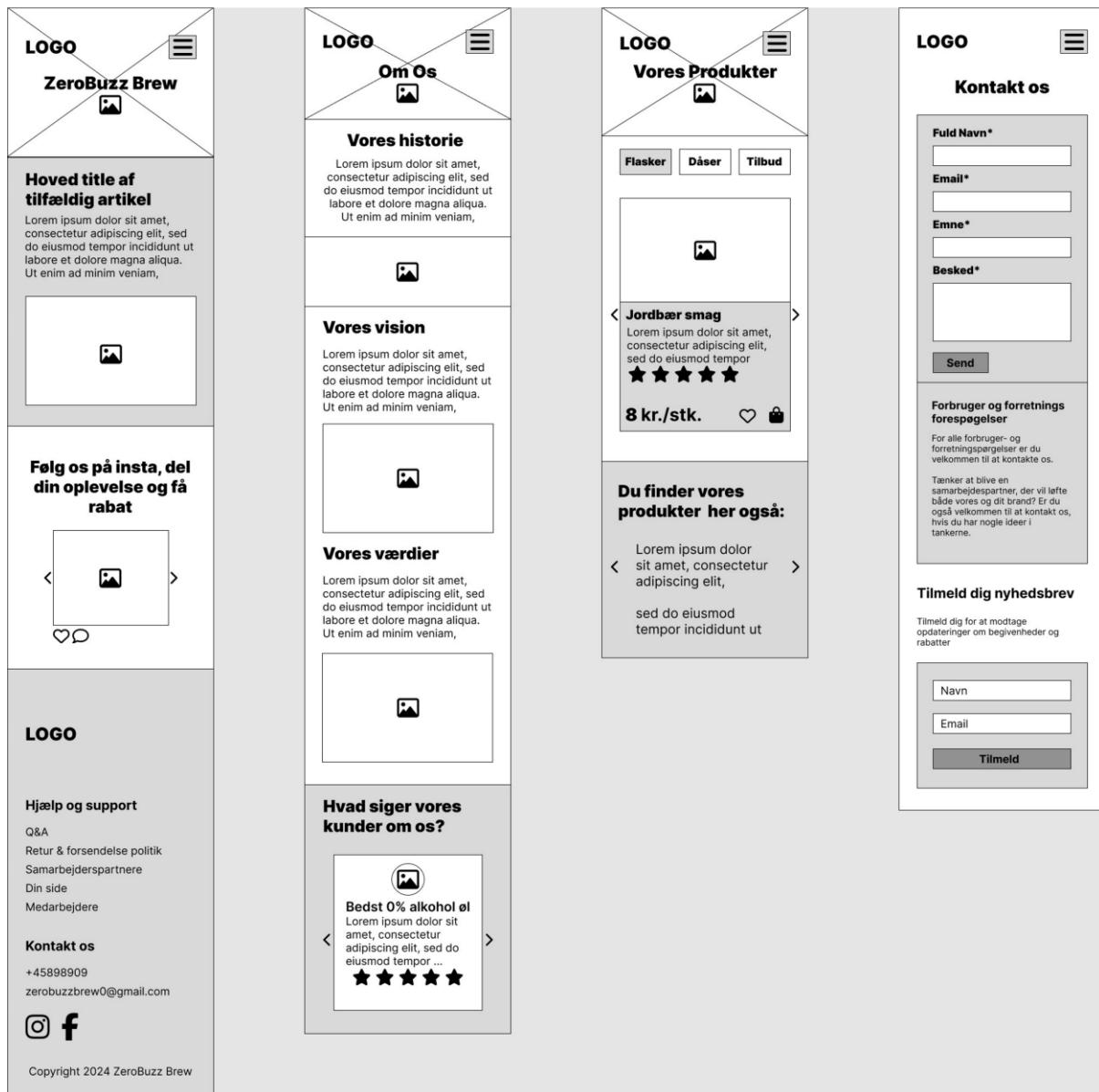
The homepage features a header with the logo "ZeroBuzz Brew". Below the header is a large section titled "Hoved title af tilfældig artikel" with placeholder text. Underneath is a section titled "Følg os på insta, del din oplevelse og få rabat" with three social media icons. At the bottom is a footer with links to "Hjælp og support", "Kontakt os", and "Medarbejdere".

This page is titled "Om Os" and includes sections for "Vores historie" (with placeholder text), "Vores vision" (with placeholder text), and "Vores værdier" (with placeholder text). It also features a section titled "Hvad siger vores kunder om os?" showing a 5-star rating.

This page is titled "Vores Produkter" and displays two product cards: "Jordbær smag" and "Æble smag". Each card shows a small image, a star rating, and a price of "8 kr./stk.". Below the cards is a section titled "Du finder vores produkter her også:" with three additional product descriptions.

This contact page has sections for "Fuld Navn*", "Email*", "Emne*", "Besked*", and a "Send" button. To the right, there is a sidebar titled "Forbruger og forretnings forespørgelser" with descriptive text and a "Tilmeld dig nyhedsbrev" form at the bottom.

High fidelity wireframes til mobileskærme:



Mockups

Da jeg har ændret mit design to gange, har jeg to version af mockups. I mit design har jeg fulgt gestalt principper og sørget for, at der er whitespaces mellem de forskellige sektioner og elementer. På produkters siden ses lovene om lighed, nærhed og lukkethed anvendt i visningen af dåser og flakser.

Den 1. version:

Computerskærm:

ZeroBuzz Brew

En lang, men fuld af kærlighed og præcision process bag vores alkoholfri øl

Alkoholfri øl er blevet en populær drikke blandt både dem, der foretrækker ikke at drikke alkohol og sundhedsmæssige eller personlige årsager ...

[Læs mere](#)

Følg os på insta, del din oplevelse og få rabat

Hjælp og support

- Q&A
- Retur & forsendelse politik
- Samarbejdspartnere
- Din side
- Medarbejdere

Kontakt os

+45898909
zerobuzzbrew@gmail.com

Copyright 2024 ZeroBuzz Brew

Om Os

Vores historie

Det hele startede med en samtale mellem Amir og Peter en varm sommerdag på stranden. Denne samtale blev kimen til ZeroBuzz Brew, da Omar pågæde manglen på pålidelige alkoholfri øl på markedet. Denne idé plantede det første frø, der siden voksende til et træ.

Med stor indsats og hård arbejde etablerede vi vores bryggeri for at imødegå behovene hos dem, der ikke ønsker eller kan drikke alkohol, og dem, der søger sunde og lækkere alternativer til traditionel øl. Vi har dedikeret os til at levere den højeste kvalitet og de bedste smagsoplevelser i hver flaske og dåse, og vi arbejder kontinuerligt på at udvide vores udvalg af smagsvarianter.

Vores vision

Vi stræber efter at blive det ultimative valg inden for alkoholfri øl og fastholder vores vision "Den friske challenge" på både det lokale og globale marked. Vi ønsker at tiltrække både traditionelle aldrirkere, der søger sundre alternativer, og dem, der normalt undgår øl på grund af alkoholinndholdet.

Vi forestiller os en verden, hvor fællesskabet styrkes gennem sunde valg og ulmodstålende smagsoplevelser, og hvor alle kan nyde en øl, uanset anledning eller livsstil.

Vores værdier

Vores kerneværdier er fundamenteret for dit, hvad vi ger hos ZeroBuzz:

- Fællesskab:** Vi tror på, at sammenhold er vigtigere end alkohol. Vores øl er designet til at bringe mennesker sammen, unsets deres præferencer, og skabe mindesværdige øjeblikke.
- Sundhed:** Vi sætter stor værdi på en sund livsstil. Vi respekterer og støtter dem, der ønsker at reducere deres alkoholintag eller helt undgå det, ved at tilbyde sunde, alkoholfri alternativer.
- Kvalitet:** Vores engagement i kvalitet er uforstillelig. Fra udvalget af ølgrader til vores ingredienser til de omhyggelige bryggeprocesser sikrer vi, at hver øl leverer en enestående smagsoplevelse.

Vi byder dig velkommen til ZeroBuzz Brew og er glade for, at du vil være med på vores rejse. Sammen kan vi skabe en fremtid, hvor god smag og sundhed går hånd i hånd. Nyd sunde valg og uforglemmelige stunder med ZeroBuzz Brew.

Om Os

Produkter

Kontakt

Nyheder & blog

Kunde service

Din side

Q&A

Retur & forsendelse politik

Adresse & åbningstider

Log ind

Sign up

Medarbejdere

Samarbejdspartnere

Bedst Ø øl

Brian Dahl

Forfriskende og let øl om sommeren. Det fedste er at du kan blande forskellige smage sammen!

Hvad siger vores kunder om os?

Vores Produkter

Flasker **Dåser** **Tilbud**

Jordbær øl

Ett urigt brygning, der kombinerer et tør alkoholcentrat og friske jordbærtærne med fine jordbærglycole. 0,0% alkohol.

8 kr./stk.

Jæble øl

En frisk formulering af vores øl. Læs af den friske frugt og den sunde alkohol. 0,0% alkohol.

8 kr./stk.

Du finder vores produkter her også:

Bilka Tilst Bazar Vest Kwickly

Agervej 7 Edwin Rahrs Vej 32 M. P. Bruuns Gade 25

8381 Tilst 8220 Brabrand 8000 Aarhus

Kontakt Os

Fuld Navn* **Forbruger og forretnings forespørgsler**

Email* **Før alle forbruger- og forretnings forespørgsler er du velkommen til at kontakte os.**

Emne* **Tanket om at blive en samarbejdspartner, der ikke har hørt om ZeroBuzz øl før. Hvordan kan vi hjælpe jer med vores øl og dit brænd? Er du også velkommen til at komme ud, hvis du har nogle ideer til tankerne.**

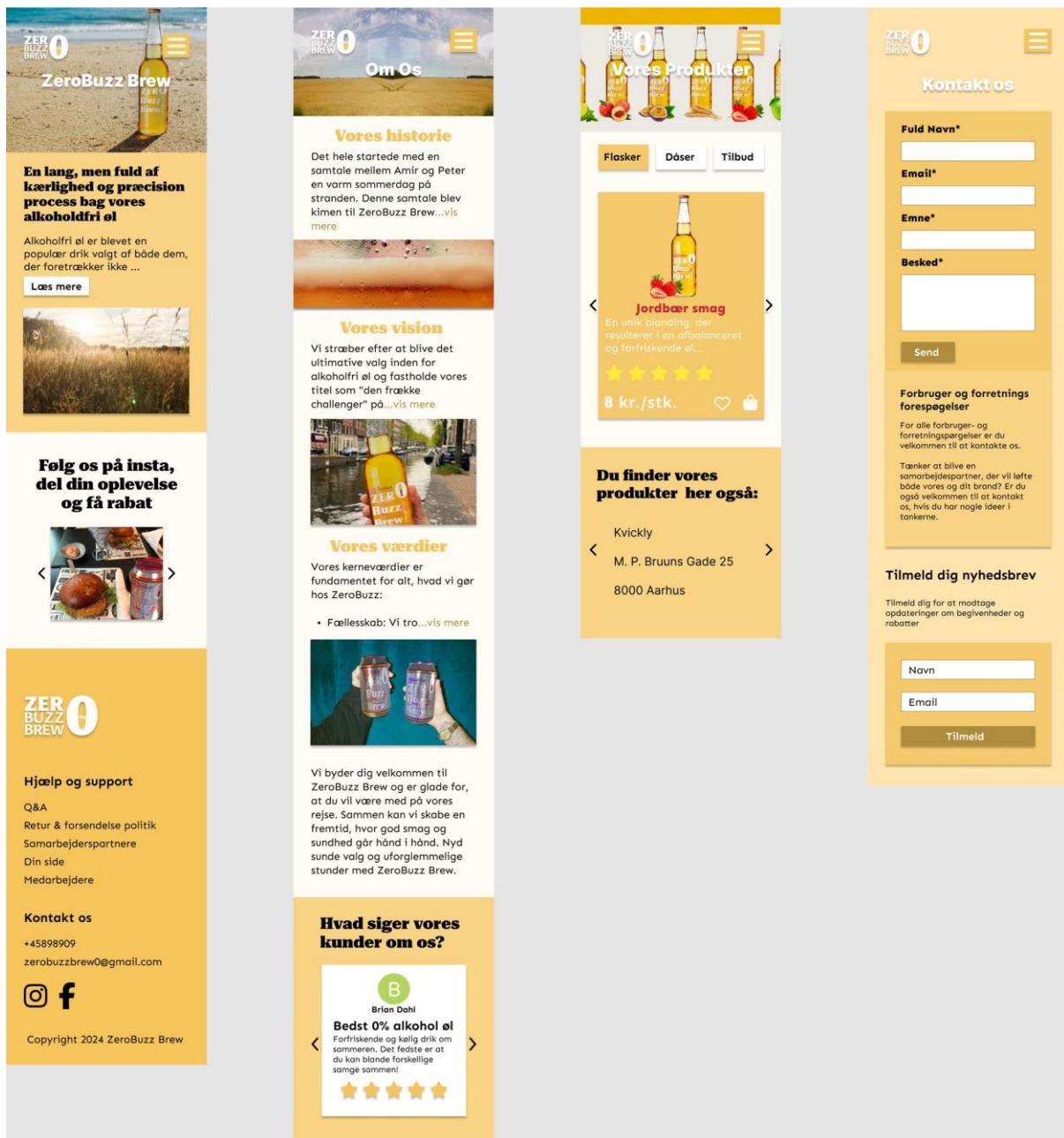
Besked*

Tilmeld dig nyhedsbrev

Send

Tilmeld

Mobilskærm:



De endelige mockups:

I den endelige mockups har jeg også ændret billeder, så de afspejler mere stemning, ligesom billeder i instagram sektion, og billedet i 'Om Os' som viser nogle venner fra forskellige kultur, der sidder og hygger sig sammen med ZeroBuzz Brew-øl på bordet, og hvor virksomhedens kerneværdi fremgår tydeligt på billedet.

ZeroBuzz Brew

En lang, men fuld af kærlighed og precision proces bag vores alkoholfri øl

Alkohol er blevet en populær drik valgt af både dem, der foretrækker ikke at drikke alkohol af sundhedsmæssige eller personlige årsager ...

Læs mere

Følg os på insta, del din oplevelse og få rabat

Follow us on Instagram

Hjælp og support

- Q&A
- Retur & forsendelse politik
- Samarbejdspartnere
- Din side
- Medarbejdere

Kontakt os

- +45898909
- zerobuzzbrew@gmail.com

ZER BUZZ BREW

Copyright 2024 ZeroBuzz Brew



Vores historie

Det hele startede med en samtale mellem Amir og Peter en varm sommerdag på stranden. Denne samtale blev kimen til ZeroBuzz Brew, da Omar påpegede manglen på pålidelige alkoholfri øl på markedet. Denne idéplantede det første fra, der siden voksende til et træ.

Med stor indsats og hårdt arbejde etablerede vi vores bryggeri for at inddelkomme behovene hos dem, der ikke ønsker eller kan drikke alkohol, og dem, der søger sunde og lækre alternativer til traditionel øl. Vi har dedikeret os til at levere den højeste kvalitet og de bedste smagsoplevelser i hver flaske og dose, og vi arbejder kontinuerligt på at udvide vores udvalg af smagsvarianter.



Vores vision

Vi stræber efter at blive det ultimative valg inden for alkoholfri øl og fastholder vores mission om at "være verdens mest challenge" på både det lokale og globale marked. Vi ønsker at tiltrække både traditionelle eldrikere, der søger sundere alternativer, og dem, der normalt undgår øl på grund af alkoholdriften.

Vi forestiller os en verden, hvor fejleskab styrkes gennem sunde valg og umodstængelige smagsoplevelser, og hvor alle kan nyde en øl, uanset anledning eller livsstil.



Vores værdier

Vores kerneværdier er fundementet for alt, hvad vi gør hos ZeroBuzz:

- Fællesskab: Vi tror på, at sammenhæng er vigtigere end alkohol. Vi mener, at det er vigtigt til at bringe mennesker sammen, uanset deres præferencer, og skabe mindeverdige øjeblikke.
- Sundhed: Vi sætter stor værdi på en sund livsstil. Vi respekterer og støtter dem, der ønsker at reducere deres alkoholdrift eller helt undgå det, ved at tilbyde sunde, alkoholfri alternativer.
- Kvalitet: Vores engagement i kvalitet er uforstyrreligt. Fra udvælgelsen af de fineste ingredienser til de omhyggelige bryggprocesser, sikrer vi, at hver øl leverer en enestændende smagsoplevelse.

Vi byder dig velkommen til ZeroBuzz Brew og er glade for, at du vil være med på vores rejse. Sammen kan vi skabe en fremtid, hvor god smag og sundhed går hånd i hånd. Nyd sunde valg og uforglemmelige stunder med ZeroBuzz Brew.



Vidste du, at du kan få op til 40% rabat på din fødselsdag, når du køber en pakke med 2 flasker eller doser af vores lækkere øl? Vi tilbyder også en 40% rabat til vores forhandlere på næstestående adresser, og nyd den ekstraomstnedske rabat. Fejr din fødselsdag med stil og skål! Med os!

Fasker

Dosser

Tilbud

Kontakt Os

Fuld Navn*

Email*

Emne*

Besked*

Send

Forbruger og forretningsforespørgsler

For alle forbruger- og forretningspørgsler er du velkommen til at kontakte os.

Tanken er at blive en samarbejdspartner, der vil løfte både vores og dit brand! Er du interesseret i at komme til at kontaktes om, hvis du har nogle ideer i tankerne.

Tilmeld dig nyhedsbreve

Tilmeld dig for at modtage opdateringer om begivenheder og rabatter

Navn

Email

Tilmeld



Hvad siger vores kunder om os?

Bedst 0% alkohol øl
Frofriskende og kallig drik om sommeren. Det fedste er at du kan blande forskellige sammen!



Du finder vores produkter her også:

Bilka Tilst	Bazar Vest	Kwickly
Ageravej 7	Edwin Rahrs Vej 32	M. P. Bruuns Gade 25
8381 Tilst	8220 Brabrand	8000 Aarhus

Programmering:

1. eks. på kode:

Nedenstående kode ligger i index.html fil (l. 69-77) for forsiden. Koden her er til instagram sektion. Det var lidt nemt at lave, men var ikke som jeg ønskede i mobilvisning. Som det ses i mockup af mobilskærm, overvejede jeg at lave billeder som sliderbilleder, men lykkedes ikke med mig at få det til at virke. Linje 76 viser koden for knappen 'Følg os på insta' . Alle buttons på websiden havde jeg kodet forkert i starten, det har jeg opdagede efter validering af koden og vejledning. Sådan så koden for knapperne ud:

```
<a href="#"><button class="read-more">Følg os på <i class="fa-brands fa-instagram" style="color: □#000000;"></i></button></a>
```

Jeg har rettet dem, hvor jeg brugte kun element og stylet den i css for at de ser ud som knapper.

```
68    <!--Instagram sektion & billeder af kunders oplevelser-->
69    <section class="section white-bg">
70      <h2>Følg os på insta, del din oplevelse og få rabat</h2>
71      <div class="insta-gallery">
72        <a href="https://www.instagram.com/p/C708nrEiiN0Z-szoy-wbp-NK1e6dPdm3FtE-D00/"></a>
73        <a href="https://www.instagram.com/p/C7080x1oycfdgMzeRAHMuceOvNA0dStw7jiik0/"></a>
74        <a href="https://www.instagram.com/reel/C709LagonTvHvYaRaJJjuIMD6adypPY6v-8CvY0/"></a>
75      </div>
76      <a href="#" class="insta">Følg os på <i class="fa-brands fa-instagram" style="color: □#000000;"></i></a>
77    </section>
```

Til højre er stylingen med css i filen style.css under mappen css(l. 236-292). Jeg anvendte flexbox flere stedet på websiden, og Instagram-sektion var en af dem, som det ses i linjer 251-253. For at gøre billederne responsive på mobile, har jeg ændret flexbox-retning til lodret (column) som det fremgår af koden nedenunder (l. 448-449).

```
407  @media (max-width: 800px) {
448    .insta-gallery {
449      flex-direction: column;
450      padding-left: 20px;
451      padding-right: 20px;
452    }
453    .white-bg h2 {
454      font-size: 24px;
455      text-align: left;
456    }

```

```
235  /*Instagram section*/
236  .white-bg {
237    background-color: □#FFFCF5;
238    text-align: center;
239  }
240
241  .white-bg h2 {
242    margin: 50px;
243    color: □#000;
244    font-family: "Roboto Serif";
245    font-size: 45px;
246    font-style: normal;
247    font-weight: 900;
248    line-height: normal;
249  }
250
251  .insta-gallery {
252    display: flex;
253    justify-content: center;
254    gap: 20px;
255    padding-left: 150px;
256    padding-right: 150px;
257  }
258
259  .insta-gallery img {
260    /*max-width: 300px;*/
261    /*width: 100%;*/
262    max-width: 444.78px;
263    width: 300px;
264    max-height: 397px;
265    height: 300px;
266    /*max-height: 200px;*/
267    margin-bottom: 30px;
268    box-shadow: 0px 4px 4px 0px □rgba(0, 0, 0, 0.25);
269  }
```

```
271  .insta{
272    margin-top: 10px;
273    padding: 10px 20px;
274    background-color: □#ffffff;
275    border: none;
276    cursor: pointer;
277    color: □#000;
278    font-family: sans-serif;
279    font-size: 22px;
280    font-style: normal;
281    font-weight: 700;
282    line-height: normal;
283    box-shadow: 0px 4px 4px 0px □rgba(0, 0, 0, 0.25);
284    cursor: pointer;
285    display: inline-block;
286    text-decoration: none;
287    transition: box-shadow 0.3s ease-in-out;
288  }
289
290  .insta:hover {
291    background-color: □#F6C65D;
292  }
```

2. eks. på kode:

Koden her til 'Kontakt Os'-siden ligger i kontakt.html (l. 52-82). Jeg prøvede først med ChatGPT, men det gav mig ikke nøjagtig det samme design som mockuppen. Derfor brugte jeg Inspect Tool i browser for at opnå til det ønskede design og gøre det responsivt.

```

51 <!--Kontaktformular-->
52 <section class="kontaktform">
53   <h1>Kontakt Os</h1>
54   <div class="container">
55     <div class="form-container">
56       <div class="form-group">
57         <label for="name">Fuld Navn*</label>
58         <input type="text" id="name" name="name" required>
59       </div>
60       <div class="form-group">
61         <label for="email">Email*</label>
62         <input type="email" id="email" name="email" required>
63       </div>
64       <div class="form-group">
65         <label for="subject">Emne*</label>
66         <input type="text" id="subject" name="subject" required>
67       </div>
68       <div class="form-group">
69         <label for="message">Besked*</label>
70         <textarea id="message" name="message" required></textarea>
71       </div>
72       <div class="form-group">
73         <button type="submit">Send</button>
74       </div>
75     </div>
76     <div class="sidebar">
77       <h2>Forbruger og forretnings forespørgelser</h2>
78       <p>For alle forbruger- og forretningsforespørgsler er du velkommen til at kontakte os.</p>
79       <p>Tænker at blive en samarbejdspartner, der vil løfte både vores og dit brand? Er du også velkommen til at kontakte os, hvis du har nogle ideer i tankerne.</p>
80     </div>
81   </div>
82 </section>
```

Fuld Navn*

Email*

Emne*

Besked*

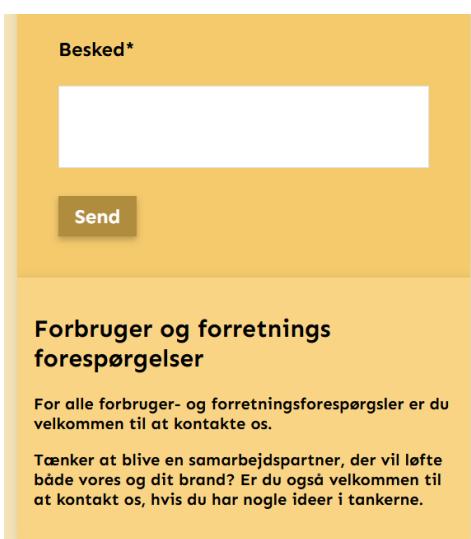
Send

Forbruger og forretnings forespørgelser

For alle forbruger- og forretningsforespørgsler er du velkommen til at kontakte os.

Tænker at blive en samarbejdspartner, der vil løfte både vores og dit brand? Er du også velkommen til at kontakte os, hvis du har nogle ideer i tankerne.

Herunder i CSS kontaktstyle.css (l.137-152) brugte jeg også flexbox og gjorde den responsiv for mobileskærme ved at ændre retning fra vandrette på computerskærme til lodrette på mobile enheder.



```

137 .kontaktform{
138   display: flex;
139   flex-direction: column;
140   justify-content: center;
141   align-items: center;
142   padding-top: 50px;
143 }
144
145 .container {
146   display: flex;
147   justify-content: center;
148   flex-direction: row;
149   padding: 0;
150   max-width: 1000px;
151   width: 60%;
152 }
```

```

430 @media (max-width: 800px) {
431   .container {
432     max-width: 500px;
433     width: 100%;
434     flex-direction: column;
435   }
436
437   .form-container {
438     width: 90%;
439   }
440
441   .sidebar {
442     width: 102%;
443     font-size: 20px;
444   }
445
446 }
447
448
449
450
451
452
453
454
455
456
457
458
459
460
461
462
463
464
465
466
467
468
469
470
471
472
473
474
475
476
477
478
479
480
481
482
483
484
485
486
487
488
489
490
491
492
493
494 /*skærmstørrelser 500px og under*/
495 @media (max-width: 500px) {
496   .container {
497     max-width: 300px;
498   }
499
500   .form-container {
501     width: 78%;
502   }
503
504   .sidebar{
505     width: 98%;
506   }
507 }
```

Konklusion og evaluering

I løbet af eksamsensprojekt har jeg lært mange ting, især inden for programmering. Jeg har lært at løse flere problemer alene, bare vha. inspect tool. Jeg har dog brugt w3schools og Chatgpt i visse dele i opgaven, som jeg kommer at dokumentere i næste afsnit. Selvom der var nogle dele af den endelige digitalprodukter, der ikke helt matchede mobilemockup, er jeg tilfreds med resultatet. I forhold til design af emballagen og logoen kunne jeg gøre det lidt bedre, men jeg stødte på udfordringer med Adobe illustrator og Photoshop. Jeg måtte ændre mit design flere gange, indtil det så nogenlunde godt ud på flasker og dåser. I det hele taget var projektet en god læreproces og en mulighed til at lære mine svagheder og styrker bedre at kende i studiet.

AI anvendelse -ChatGPT:

To create a footer like the one in the image, you can use HTML and CSS to structure and style the content. Here's how you can code this footer:

HTML Structure

```
<html>
<head>
<meta charset="UTF-8">
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">

```

CSS Styling

```
body {
  margin: 0;
  font-family: Arial, sans-serif;
}

.footer {
  background-color: #F6C65D;
  color: #000;
  padding: 20px 0;
  font-size: 16px;
}

.footer-container {
  display: flex;
  justify-content: space-around;
  align-items: flex-start;
  padding: 0 20px;
}

.footer-section {
  flex: 1;
  margin: 10px;
}

.footer-section h3 {
  font-size: 20px;
  margin-bottom: 10px;
}
```

```
<footer class="footer">
  <div class="footer-container">
    <div class="footer-section logo-section">
      
    </div>
    <div class="footer-section help-section">
      <h3>Hjælp og support</h3>
      <ul>
        <li><a href="#">Q&A</a></li>
        <li><a href="#">Retur & forsendelse politik</a></li>
        <li><a href="#">Samarbejdspartnere</a></li>
        <li><a href="#">Din side</a></li>
        <li><a href="#">Medarbejdere</a></li>
      </ul>
    </div>
    <div class="footer-section contact-section">
      <h3>Kontakt os</h3>
      <p>+45898909<br>zerobuzzbrew@gmail.com</p>
      <div class="social-icons">
        <a href="#">![Instagram](path/to/instagram-icon.png)![Facebook](path/to/facebook-icon.png)

Explanation



- HTML Structure:
  - The `footer` element contains a `footer-container` div that holds three sections: the logo, help and support links, and contact information.
  - The `logo-section` contains the logo image.
  - The `help-section` contains a heading and a list of links.
  - The `contact-section` contains a heading, contact information, and social media icons.
  - The `footer-bottom` div at the bottom of the footer contains the copyright notice.
- CSS Styling:
  - The `body` style resets margins and sets a default font.
  - The `footer` class styles the footer background color, text color, padding, and font size.
  - The `footer-container` class uses flexbox to align the sections side by side and space them evenly.
  - The `footer-section` class styles each section with some margin for spacing.
  - The `footer-section h3` styles the headings within the sections.
  - The `footer-section ul` and its child elements style the list of links, including hover effects for the links.
  - The `social-icons` class styles the social media icons.
  - The `footer-bottom` class styles the bottom part of the footer with a top border and centers the text.

```

Adjustments

- Replace `path/to/logo.png`, `path/to/instagram-icon.png`, and `path/to/facebook-icon.png` with the actual paths to your images.
- Adjust the sizes, padding, margins, and other styles as needed to fit your design requirements.

This structure and styling should help you achieve a footer layout similar to the one in the picture.



How to make like this comment section?

Creating a comment section similar to the one in the image involves using HTML, CSS, and optionally some JavaScript for the slider functionality. Here's a step-by-step guide to achieve this:

HTML

```
<!DOCTYPE html>
<html lang="da">
<head>
    <meta charset="UTF-8">
    <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0">
    <title>Customer Testimonials</title>
    <link rel="stylesheet" href="styles.css">
</head>
<body>
    <div class="testimonial-section">
        <h2>Hvor siger vores kunder om os?</h2>
        <div class="testimonial-slider">
            <button class="slide-btn prev-btn">&#10094;</button>
            <div class="testimonial">
                <div class="testimonial-content">
                    <div class="customer-avatar">B</div>
                    <div class="customer-info">
                        <h3>Brian Dahl</h3>
                        <p>Bedst øk alkohol øl!</p>
                        <p>Forfriskende og kølig drikk om sommeren. Det fedeste er at du kan få det med hjem!</p>
                    </div>
                    <div class="rating">
                        <span>#9733;</span>
                        <span>#9733;</span>
                        <span>#9733;</span>
                        <span>#9733;</span>
                        <span>#9733;</span>
                    </div>
                </div>
            </div>
        </div>
    </div>
</body>
```

CSS (styles.css)

```
body {
    font-family: Arial, sans-serif;
    background-color: #fff3e0;
    margin: 0;
    padding: 0;
    color: #333;
}

.testimonial-section {
    text-align: center;
    background-color: #f4a261;
    padding: 20px;
}

.testimonial-section h2 {
    color: #333;
    font-weight: bold;
}

.testimonial-slider {
    position: relative;
    max-width: 800px;
    margin: 20px auto;
    background: #fff;
    border-radius: 8px;
    box-shadow: 0 0 10px rgba(0, 0, 0, 0.1);
    overflow: hidden;
}
```

Litteraturliste:

Bøger: Interfacedesign

Websider:

<http://conzoom.dk/>

<https://pkmedier.dk/generation-z/>

<https://www.fremforsk.dk/artikler/2018/generation-z-de-digitale-indfoedte-er-paa-vej/>

<https://www.superside.com/blog/design-trends-inspiration-2023>

<https://careerfoundry.com/en/blog/ui-design/what-are-gestalt-principles/>

<https://designstripe.com/blog/16-inspiring-illustration-styles-for-2022?ref=cssgradient>

<https://www.creativebloq.com/features/the-5-basic-types-of-logo-and-how-to-use-them>

<https://www.jukeboxprint.com/blog/24-of-the-biggest-graphic-design-trends-for-2024>

<https://unsplash.com/>

<https://dk.pinterest.com/>

[UI / UX Design Tutorial – Wireframe, Mockup & Design in Figma](#)

https://youtu.be/4C_kf3DAWoo?si=aAmU0_F8zya8qFbf

https://youtu.be/XsEnj-1hG2o?si=jYWg_YPILnESf26S

[W3Schools Online Web Tutorials](#)