

Rapport

Indholdsfortegnelse

Tidsplan	1
Brugeroplevelse	3
UCD Strategi	3
The Strategy Plane	3
Product Objectives	3
Business Goals	3
Brand Identity	3
User Needs	3
Persona	3
The Scope Plane	3
Functional Specification	3
Writing Down	3
Content Requirements	3
The Structure Plane	3
Interaction Design	3
UX Sketching (Adobe XD eller papir skitse)	3
Logo	3
Web programming, JavaScript	3

Tidsplan

	Christian K	Christian B	Jacob	Mads
Mandag	The Strategy Plane Product Objectives <ul style="list-style-type: none">• Business Goals• Brand Identities User Needs <ul style="list-style-type: none">• Persona Empathy Map	Logo The Scope Plane Rapport	The Strategy Plane Product Objectives <ul style="list-style-type: none">• Business Goals• Brand Identities User Needs <ul style="list-style-type: none">• Persona	Opret Repo i Github Projekt 2 - Uge 44 - IBA 2019 Kode Canvas: Sætte Canvas og køkkenelementerne op på hjemmesiden.

	The Scope Plane Rapport		The Scope Plane Rapport	
Tirsdag	The Structure Plane UX Sketching Rapport	The Structure Plane UX Sketching Rapport	The Structure Plane UX Sketching Rapport Kode Canvas sammen med Mads	Kode Canvas: Skrive koden til at køkkenelementerne ikke må overlappe hinanden
Onsdag	Rapport	Rapport	Rapport Kode Canvas sammen med Mads	Kode Canvas Skrive koden til en liste med priserne på de valgte køkkenelementer excl. Moms med en total pris. Rapport
Torsdag	Rapport	Rapport	Rapport Kode Canvas sammen med Mads	Kode Canvas Færdiggøre Canvas Rapport
Fredag	Øve fremlæggelse	Øve fremlæggelse	Øve fremlæggelse	Øve fremlæggelse
Lørdag				

Brugeroplevelse

UCD Strategi

The Strategy Plane

Product Objectives

“What do we want to get out of this product?”

Business Goals

Krage Køkkenets mål er at sælge køkkener, hvor folk selv får muligheden for at opbygge deres egen køkken via Krage Køkkenets hjemmeside.

Brand Identity

"En unik guide til dit personlige køkken"

"Der hvor kragerne vender"

User Needs

"What do our users want to get out of it"

Persona

Navn: Bjarne Andersen

Alder: 32 år

Stilling: Tømrer

Familie: Gift, 2 børn

Psykologiske forhold:

Personlighed

Introvert

Ekstrovert



Tænkende

Følende



Teknologi

Internet:



Social Medier



Online Shopping



Demografiske forhold:

Land: Danmark

By: Kolding

Indkomst: 336.000 årligt før skat.

Scenarie for personaen

Bjarne er en mand på 32 år som bor i Kolding sammen hans kone og 2 børn. De er lige flyttet ind i deres nye drømmebolig men står i den situation at de går og mangler et nyt køkken.

Når Bjarne normalt skal købe noget nyt, er han typen der går efter kvalitet fremfor kvantitet. Han har derfor valgt Krage køkkenet, da han har hørt fra en af hans venner at de laver køkkener af høj kvalitet. Bjarne vælger at gå ind på krage køkkenets hjemmeside for at finde ud af hvad de har at tilbyde, han ser at man kan designe sit eget køkken og går derfor i gang med at designe køkkenet sammen med sin kone.

Empathy Map (user)

Say

- Jeg kan se vi er på en side der sælger køkkener

Thinks

- Er det mon det rigtige køb?
- Er der bedre alternativer?
- Passer køkkenet til hjemmet?
- Jeg vil gerne have et køkken af høj kvalitet

Does

- Tjekker hjemmesiden
- Designer sit køkken via siden.
- Sammenligner med andre køkkenmærker
- Laver research om forskellige køkkener
- Spørger sine venner og familie til råds

Fells

- Frygt
- Glæder sig
- Nysgerrig

The Scope Plane

Functional Specification

Writing Down (positive and specific without subjective language)

- Sidens udseende skal forestille et moderne og lokalt alternativ til de store selskaber, som samtidigt lover den samme høje kvalitet som f.eks Svane Køkkenet.

- Siden skal lade brugeren selv bestemme størrelsen af køkkenet.
- Brugeren skal selv have lov til at kunne vælge de køkkenelementer som han/hun vil have placeret i køkkenet.
- Efter brugeren har placeret et køkkenelement i rummet skal

Content Requirements

The Structure Plane

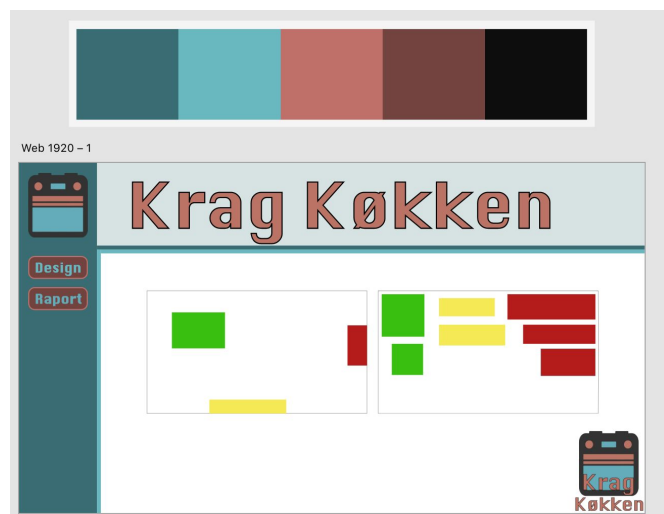
Interaction Design

Logo og UX Sketching (Adobe XD eller papir skitse)

Brugervenlighed (sideoplysninger, funktioner, knapper, feedback, mm)

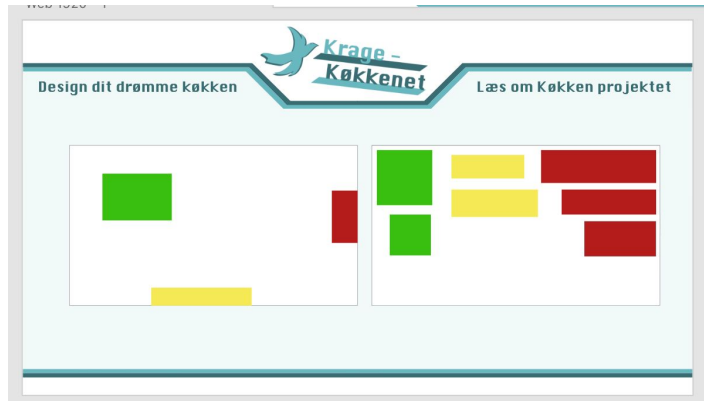
Der er blevet udarbejdet to forskellige logo designs, disse logo designs havde til formål at få virksomheden til at fremstå mere ægte. For at få skabt noget liv på siden blev det besluttet fra tidligt i projektet at logoerne skulle være lette at identificere, selv fra en silhuet. Men samtidigt skulle de også være farverig, så de fangede øjnene, dog ikke så så ekstremt at det virkede billigt og tacky.

Det første design prøvede at fange en mere retro stemning, i stil med blockbuster og Radioshack. Hertil blev der lavet en farvepalet, som derefter dannede fundamentet for UX Sketchen, som sat op i Adobe XD.



Det andet logo blev lavet som lidt af en parodi på Svane Køkkenet, men gennemgik flere forandringer, for at skabe en mere farverig og moderne visuel identitet. Dette synes gruppen passede bedre denne opgave, da en ren parodi af Svane Køkkenet ville

havde mange elementer, undersider og reklamere, som ikke passende til denne opgave. Der blev også udarbejdet et UX design baseret på det endelige logo.



Gruppen landede på det andet design (Krage - Køkkenet), efter at havde diskuteret nogle fordelene og ulemperne ved begge designs. En af de store fortalere ved dette design var, at brugerne forhåbentligt ville skabe en positiv association mellem Krage Køkkenet og Svane Køkkenet. Men dette er en af de påstande, som ville være noget af det som skulle testes.

Hjemmeside layout og styling

Hjemmesiden er opsat i med en Header og Footer, som altid er synlig på siden. I headeren er der brandets navn og logo placeret centralt. På hver side af logoet er de to links, som henviser til rapporten og startsiden henholdsvis. Hjemmesiden benytter de 2 nyanser af turkis, som logoet designet i, samt en hvid farve til at tekst og logoet til at fremstå mere tydeligt. Alt text på hjemmesiden bruger den mørkere af de to nuancer, hvor imod den lysere farve er den primære farve i logoets fugl.

Hjemmesidens hovedindhold er placeret i midten af hjemmesiden, på en på en baggrund af den lysere af de 2 turkise farver, med en 30% gennemsigtighed for at få farven til at træde mere i baggrunden.

I Footeren placeres kontaktinformation, i et letlæselig font, som ligesom Headeren også er opdelt af et logo. Dette logo har ikke Brandets navn, da logoet i Headeren stadig er synligt på hjemmesiden. Tilgæld er dette logo animeret, som fanger brugerens opmærksomhed og bringer liv på siden.

Web programming, JavaScript

Bilag