

Redesign

Esperance Blomster

Gruppe B2 MMD 1.Semester

Anne-sofie Østergaard

Julie Lykke Christensen

Mathilde-Emilie Laursen

Nicoline Annisa Christiansen

Gruppekontrakt -

[https://docs.google.com/document/d/1cKf0H2l2KmYzrqBLMuuhITaamMhtynJPiaMFAd0CLz4/edit?
usp=sharing](https://docs.google.com/document/d/1cKf0H2l2KmYzrqBLMuuhITaamMhtynJPiaMFAd0CLz4/edit?usp=sharing)

Redesignet site -

<https://esperanceblomster.netlify.app/forside.html>

Github Repository -

<https://github.com/julielchristensen/redesign.git>

Indholdsfortegnelse

Post Produktion	4
Styletile	5
Sitemap	5
Indholdsoversigt	6
Funktionalitets-liste	6
Layout diagram & Wireframe	6
Bert-test	6
5 sekunders test	7
Produktion	7
Layoutdiagram	10
Landingpage -	10
Produkt-side -	10
Produktsider -	10
Wireframe	10
Prototype i XD	10
Sitemap	11
Kodning af hjemmesiden:	11
Stil-fotos	12
Stil-fotos motiver:	15
Html-eksempel med tilhørende CSS	26
Opbygningen i html ses nedenfor:	26
Refleksion over processen	Fejl! Bogmærke er ikke defineret.
Lighthouse-test	29

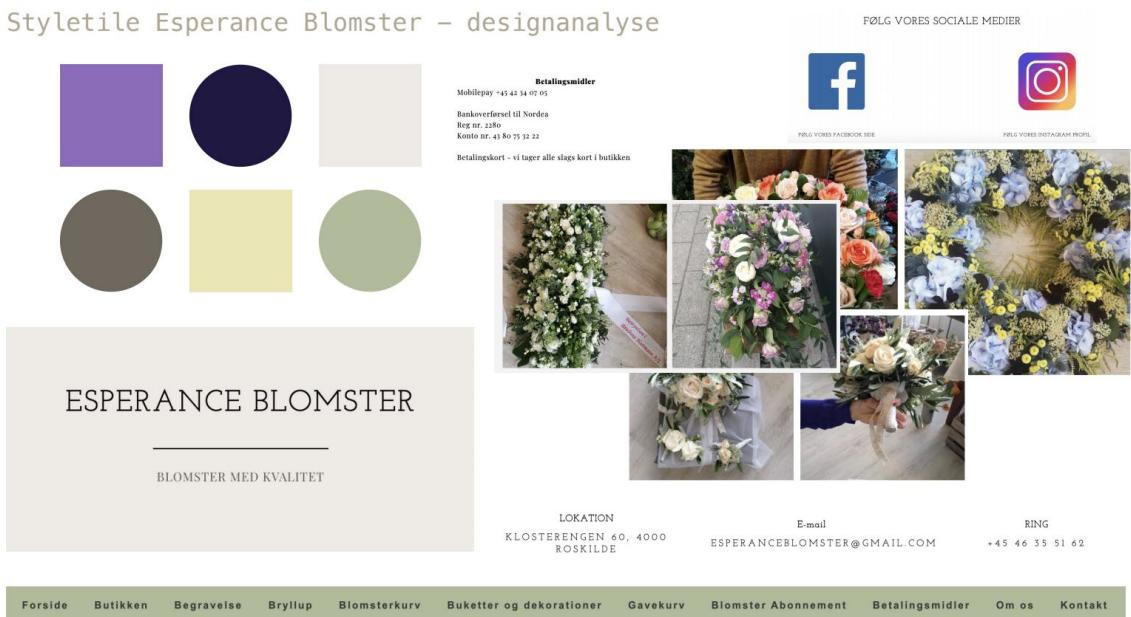
I dette forløb har vi udført et redesign af hjemmesiden esperanceblomster.dk, for virksomheden Esperance Blomster som ligger i Roskilde. Vi vurderede fra start, at hjemmesiden trængte til at blive optimeret i form af at gøre den mere overskuelig og brugervenlig.

Post Produktion

Vi har taget udgangspunkt i Double Diamond figuren som metode til at løse den opgave, vi blev stillet. I den tidlige arbejdsproces, altså discover, undersøgte vi først og fremmest, hvilke virksomheder vi kunne tænke os at samarbejde med. Da vi kom i kontakt med Esperance Blomster, blev vi hurtigt enige om at indgå en aftale om at redesigne deres hjemmeside. Dette gjorde vi, da vi allerede fra start kunne se meget potentiale og havde flere ideer til, hvordan vi kunne gøre opgaven an. Derfor startede vi ud med at danne os et overblik over det eksisterende site. Vi lavede et styletile over den eksisterende hjemmeside, for at blive klogere på virksomheden samt kundens nuværende vision, og for at have en referenceramme at tage udgangspunkt i.

Styletile

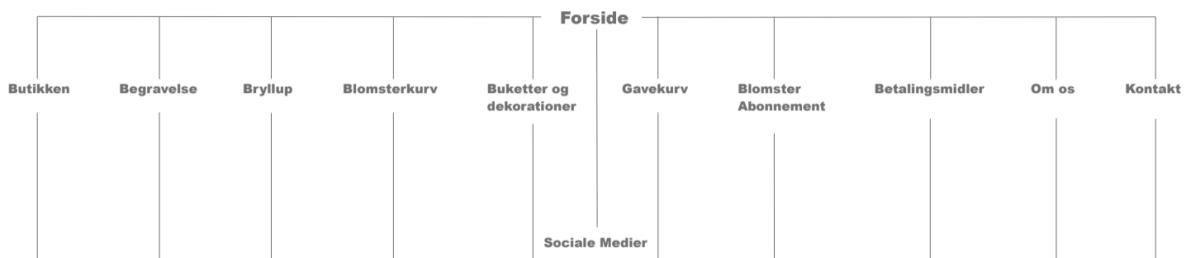
https://drive.google.com/file/d/1sg9g_5BOUncls-KSbkLQvnlpHzldeB_/view?usp=sharing



For at få et overblik over hjemmesidens struktur lavede vi også et sitemap, indholdsoversigt, funktionalitets-liste, layout diagram og en wireframe. Dette hjalp os til at bryde den eksisterende hjemmeside ned, således vi kunne finde ud af, hvilke ændringer vi gerne så der blev lavet i redesign fasen.

Sitemap

https://drive.google.com/file/d/1w_18Cm7iC6wYI3d5VoKfz3uqn9yIoNTL/view?usp=sharing



Sitemappet gav os indblik i, hvilke landingssider der var på hjemmesiden, samt hvordan man kunne navigere rundt på diverse sider. Vi fandt ud af, at det kun var ved hjælp af menubaren, man kunne navigere rundt på siden.

Indholdsoversigt

https://drive.google.com/file/d/1G_IZY9HwT7U7KPzocbe4HADIMT2HttII/view?usp=sharing

Inholdsoversiden kunne fortælle os hvilke elementer der var på de forskellige sider.

Funktionalitets-liste

<https://drive.google.com/file/d/1RI4jGMNe2xudoczkhURtfoVkSepVuKcJ/view?usp=sharing>

Funktionalitets-listen fortalte os hvilke muligheder man som bruger har på hjemmesiden. Den understøtter altså sitemappet, bare den er mere detaljeret.

Layout diagram & Wireframe

<https://xd.adobe.com/view/d0c2970a-346f-482b-a4ce-ada301289d68-8591/>

Layout diagram og wireframe skabte et konkret billede af, hvordan opsætningen på siden var.

Efterfølgende udførte vi en Bert-test & en 5 sek. test af den eksisterende løsning, for at få et bedre indtryk af, hvordan andre så hjemmesiden, og for at danne os et overblik over målgruppen.

Bert-test

<https://drive.google.com/file/d/10A1xmlPB-hPHvIZRK4k6KLajg8XpzMBY/view?usp=sharing>

Vi fik ikke så mange svar på vores Bert-test, hvorfor den kan siges at være knap så repræsentativ. Dog fandt vi stadig svarene brugbare i den forstand, at vi fik nærmere indblik i, hvilke ændringer vi gerne ville lave fremadrettet, og hvordan vi kunne optimere hjemmesiden, så den blev mere

brugervenlig. Desuden underbyggede den vores egne tanker om det eksisterende site, hvorfor vi fandt den brugbar.

5 sekunders test

<https://docs.google.com/document/d/1sV44vTAvgVFifH4VQDSs-tIbiG9VI3AaDP-j9YLdWWGQ/edit?usp=sharing>

Desuden lavede vi også en 5 sekunders test, som var et godt redskab til at finde ud af, hvad der skabte blikfang på forsiden/landingpage på det nuværende site, og hvad der dermed fungerede og ikke fungerede.

Produktion

Derefter gik vi ind i define fasen, hvor vi gik i gang med at lave moodboards & styletiles for det nye site, så vi kunne se, hvilke ideer vi hver især havde, som kunne skabe udgangspunktet for vores redesign. Vi fandt det meget brugbart, at vi hver især lavede et styletile, i stedet for at vi sad sammen og lavede ét samlet, da dette åbnede op for dialog om, hvilke farver, fonte, UX-elementer mm. der ville passe godt ind på det nye site. Desuden var det også en god måde at inddrage alle medlemmernes ideer og visioner, således alle følte sig hørt.

(Link til samlet oversigt over moodboards: <https://xd.adobe.com/view/5126d607-6bdb-456e-9170-405c61747b77-0475/>)

Styletile:

Da vi havde set hinandens styletiles, og så at vi delte mange fælles holdninger om, hvad vi syntes der ville være passende på den nye hjemmeside, blev vi i fællesskab enige om dette styletile, som kombinerede de forskellige ideer:

Vi var alle enige om, at overskrifter & underoverskrifter skulle have en serif skriftype, hvorimod brødteksten godt måtte være sans serif, så det blev tydeliggjort for brugeren, hvilke elementer der er hvad. Desuden synes vi også det passede ind i den stilart, vi har prøvet at arbejde ud fra. Altså et klassisk og nedtonet look. Farvepaletten for siden valgte vi også skulle være til den neutrale side, for et minimalistisk look og for at underbygge blomsters skrøbelighed og symbolisme.

I starten havde vi en idé om, at vi skulle gemme navigationen med en burgermenu - også i desktop version. Vi syntes at det designmæssigt var pænt, og vi var bange for, at menupunkterne ville larme for meget da vi vidste, at vi ville have en baggrunds-video på forsiden. Desuden vidste vi også at billederne af blomsterne ville være meget farverige og dermed også kunne fremstå som et larmende element.

Vi kom dog væk fra denne idé, da vi opdagede, at vi ikke kunne begrunde dette valg rent funktionalitetsmæssigt, men nærmere bare fandt det pænt. Derfor havde vi ikke en god grund til at gemme navigationen væk bag en 'burger menu', og valgte derfor at gå med en klassisk menubar, der var neutral og rolig, i forhold til den menubar den eksisterende side havde.

Burgermenuen har vi dog valgt at beholde i mobil versionen, da den er med til at overskueliggøre brugeroplevelsen og for at skabe mindre larm når skærmen er mindre.

Sammen lavede vi også et layout diagram og wireframe for vores redesign, et nyt sitemap og en prototype i XD, for at have et godt udgangspunkt til at gå i gang med kodningen af den nye hjemmeside. Derudover fungerede det også som et godt redskab til at visualisere de ideer vi havde med den nye side, og til at se hvordan placeringen af elementerne skulle være. Desuden delte vi også de forskellige landingssider ud mellem gruppemedlemmerne, hvorfor det endnu engang fungerede rigtig godt at have et fælles udgangspunkt i form af wireframe og layoutdiagram, da alle så kendte til opsætningen.

Moodboard:



Vi lavede også et moodboard for den redesignede hjemmeside, som skulle illustre, hvilken stemning vi går efter. Dette gjorde vi ved hjælp af billeder af blomsterne, baggrundsvideoen og logoet, da vi synes de at de indkapsler de nuancer og den stil vi gerne vil have på hjemmesiden.

Layoutdiagram

Landingpage -

https://drive.google.com/file/d/1kTNvFDpxM_9Ydh7T9NHlIFZDDBCqMmyK/view?usp=sharing

Produkt-side -

https://drive.google.com/file/d/1_Deh_U7fFq-75GORWOWwJ1okzFUy6vDn/view?usp=sharing

Produktsider -

<https://drive.google.com/file/d/1fLYaR-JLGOnSkyWWrd5PNzQuRSzq-z74/view?usp=sharing>

Om Os, Blomster Abonnement og Bestil Blomster -

<https://drive.google.com/file/d/1K28Ov9-7Q6Didiw0svdLB9GqnGGRhoGb/view?usp=sharing>

Wireframe

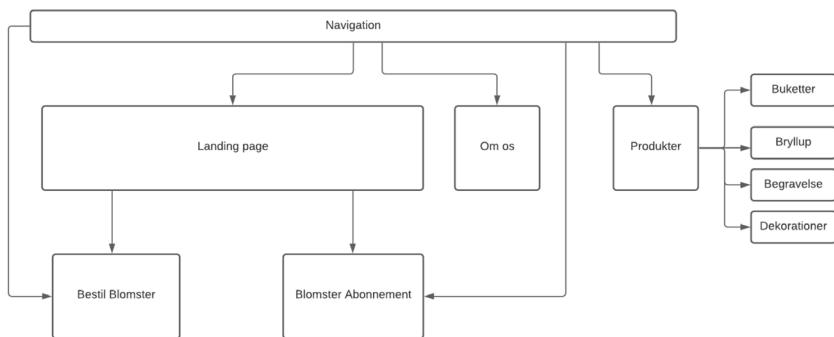
https://drive.google.com/file/d/17uLq4I0n_ZEQtcghjRZKB7_y3I8TA3xv/view?usp=sharing

Prototype i XD

<https://xd.adobe.com/view/442cb59d-9d67-4b68-bd19-02a7f5f14dfe-117f/?fullscreen>

Sitemap

Sitemap - Esperance Blomster



Det eksisterende site havde en masse menupunkter, som vi ønskede at koge ned til de

vigtigste, da vi synes, at det hurtigt kan skabe en knap så god brugeroplevelse at have mulighed for at vælge op til 10 punkter i menubaren. Vi blev derefter enige om, at der på forsiden skulle være en baggrunds-video, så hjemmesiden afspejler stemningen, der er i butikken, og samtidig fortæller brugeren, hvad hjemmesiden tilbyder. Vi syntes i vores discover fase ikke, at der var nok fokus på butikkens 'blomster abonnement' og at man kan bestille blomster, som tilbydes til både private og virksomheder. Derfor valgte vi at skabe funktioner på forsiden, hvor vi gjorde brug af microcopy, for at lede kunden i en bestemt retning - altså at trykke ind på de andre sider, hvor det er muligt at købe blomster i flere henseender. Det eksisterende site havde en masse billedsider i form af grid, for at vise butikkens produkter frem. For at overskueliggøre det mere for brugeren, har vi valgt at lave et slide galleri, for fire hovedkategorier: Buketter, Blomsterkurve/dekorationskurve, Bryllup og Begravelse. De indeholder hver især fire billeder, som skal give brugeren noget inspiration til, hvad butikken har at tilbyde. Vi valgte at lave et billede-galleri, så brugeren ikke skulle blive for overvældet af en masse billeder på samme tid.

Kodning af hjemmesiden:

I develop fasen fandt vi ud af, at der var nogle ting der fungerede og nogle der ikke gjorde. Vi blev bevidste om, at der var nogle rettelser, med prototypen som udgangspunkt, vi var nødt til at lave, for at skabe mere overskuelighed og/eller fordi det passede bedre ind på sitet. Fx. havde vi ikke tænkt over at skabe et UX-element, i form af en pil, der kunne navigere

brugeren tilbage til den forrige side. Dette synes vi dog giver rigtig god mening, da det leder brugeren og dermed skaber en bedre brugeroplevelse. Desuden ændrede vi også lidt i opsætningen i denne fase, således siderne: bestil blomster, blomster abonnement og om os ikke så helt ens ud, som de gør i vores prototype. Dette gjorde vi for at gøre hjemmesiden mere legende, og for ikke at kede brugeren i form af, at der sker noget nyt på hver side.

Stil-fotos

Videoer:

- **Forside video**

http://julielykkechristensen.dk/kea/05_indhold/03_redesign/forsidevideo.mp4

- **SO/ME video**

http://julielykkechristensen.dk/kea/05_indhold/03_redesign/videotilsome.mp4

Inden vi begyndte billedredigeringen af de fotos som skal være på de enkelte produktsider, startede vi med at planlægge, hvordan de skulle redigeres. Vi ønskede en fotostil i samme stil som vores baggrundsvideo på forsiden, med reduceret farvemætning. Derved ville de mange forskellige farver af blomsterne ikke virke for forstyrrende. Derudover skulle billedeerne beskærtes til et 14:9 bredformat så de passede ind i galleriet. Så der blev lavet en hurtig sketch på billedet som en overordnet plan for hvordan det skulle redigeres.



Da billederne var taget udenfor i gråvejr, var mange af billederne lidt mørke, hvilket ikke var passende til en fotostil i stil med det klassiske hvide nedtonede look af hjemmesiden. Derfor skulle billederne også lysnes, og farve justeres efter behov.

Redigeringsproces:

Billederne blev redigeret i photoshop primært med fill og adjustment layers, men til nogle billeder blev der også brugt field blur for at skabe mere dybde i det billede. Første step af redigeringsprocessen var altid at bruge colorbalance til at colorcorrect billederne, da det derefter var lettere at se hvordan lys og farvemætning skulle redigeres.

Original billede



Original billede

Redigeret: crop, colorbalance, brighten, gradient & saturation

Original billede

Redigering 1: crop, colorbalance og brighten/contrast

Udover at bruge brighten/contrast for at gøre billederne lysere, er der lagt en gradient i lyse farver på, med softlight blendmode. Dette gav mulighed for at lysne billedet forskelligt da ikke alt på billedet havde brug for lige meget lys. Derved er billedet her kun lysnet en smule i bunden og med en blålig farve, og er mere lys og cremefarvet i toppen.

Redigering 2: gradient og saturation



Redigeret: crop, select & transform, colorbalance, brighten, gradient & saturation.



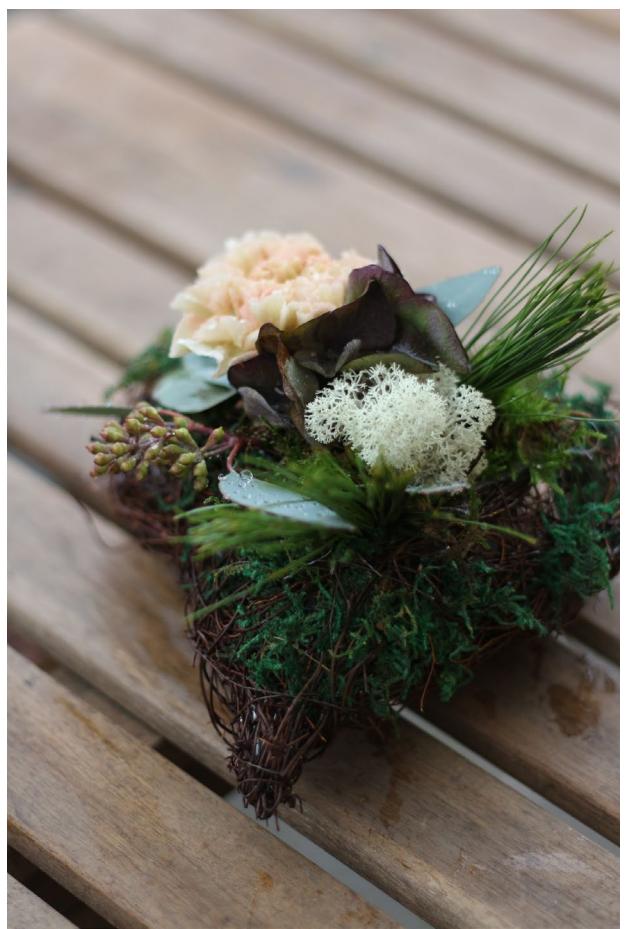
billedet i højden.

Udover de gennemgående adjustment og fill layers, er der også brugt select og transform tool til enkelte billeder. Som på dette billedet hvor blomsterkurven stod meget ude i højre side, er der selected et lille stykke langs den højre side, som er strukket ud, derved kan motivet lettere blive centreret uden at beskære for meget af

Stil-fotos motiver:

















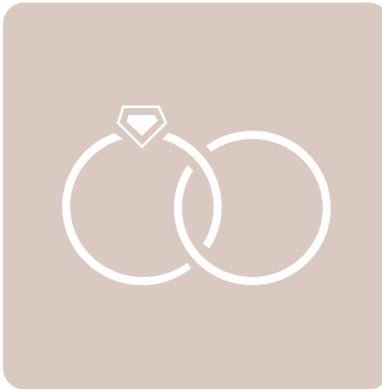






Html-eksempel med tilhørende CSS

Vores udvalgte html-eksempel med tilhørende css er produktsiden som indeholder illustrerende ikoner med hover overlay effekt. Tanken bag denne opbygning har været at udfordre os til at en lave en anderledes præsentation af de fire udvalgte produktgrupper.



Få et drømmebryllup
med vores
bryllupsbinderi

Vi har alt i bryllup binderi. Vi
laver brudebuketter i både
store og små, samt i alle
former og stil - alt efter dit
behov.

Se produkter

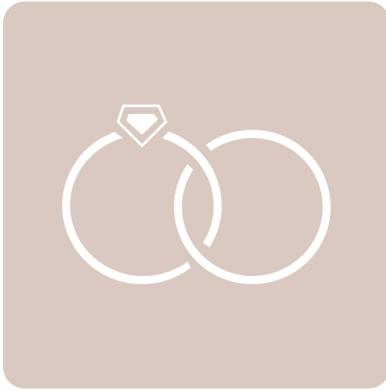
Opbygningen i html:

```
<div class="imagecol b95">
  
  <div class="overlay b95">
    <div class="text b95">
      <h3>Få et drømmebryllup med vores bryllupsbinderi</h3>
      <p>Vi har alt i bryllup binderi. Vi laver brudebuketter i både store og små, samt i alle former og stil - alt efter dit behov.</p>
      <button class="produktnap"><a href="bryllup.html">Se produkter</a></button>
    </div>
  </div>
</div>
```

html-eksemplet dækker over en af de fire ikonbilleder som alle er opbygget ens.

Først er der lavet en div med class "imagecol" efterfulgt af endnu en class "b95" for at individualisere hver enkelt div, så overlay ikke dækker over alle fire billeder når musen køres henover dem individuelt.

Under img er der indsat en div med class "overlay" og endnu en class "b95". For at få tekst (h3 og p) på, når musen rammer billedet, har vi indsat en div med class "tekst" og samme class "b95" for at fortælle, at det specifikt er i denne "imagecol", teksten skal fremgå. Inde i div "tekst" er button placeret med et link, for at teksten og knappen er placeret i samme div.



Få et drømmebryllup med vores bryllupsbinderi

Vi har alt i bryllup binderi. Vi laver brudebuketter i både store og små, samt i alle former og stil - alt efter dit behov.

[Se produkter](#)

Opbygningen i css:

```
.imagecol {
  position: relative;
  width: 100%;
  margin-bottom: 1rem;
  margin-left: 3rem;
  padding: 1rem;
  width: 350px;
  height: 350px;
}

.overlay {
  position: absolute;
  top: 0;
  bottom: 0;
  width: 100%;
  opacity: 0;
  transition: .2s ease;
  background-color: white;
  text-align: center;
}

.imagecol:hover .overlay {
  opacity: 1;
}

.text {
  font-size: 0.8rem;
  position: absolute;
  top: 50%;
  left: 50%;
  -webkit-transform: translate(-50%, -50%);
  -ms-transform: translate(-50%, -50%);
  transform: translate(-50%, -50%);
  text-align: center;
}

.text p {
  color: #000000;
}

.text h3 {
  font-size: 1.1rem;
}

.produktknap {
  background-color: #D7D7D9;
  font-family: 'Montserrat';
  font-size: 0.8rem;
  opacity: 60%;
  padding: 12px 24px;
  border: none;
  cursor: pointer;
  border-radius: 5px;
}

.produktknap a {
  text-decoration: none;
  color: black;
}
```

imagecol = giver de fire div deres placering samt størrelse

overlay = placering og design af hvordan det bliver, når musen køres over ikonerne

.Imagecol:hover

overlay = giver effekten hover selector

text = sikre den korrekte placering af teksten - (p = farve h3= font-size)

produktknap = designet af knap som fører videre til produkterne - (a=farve)

Refleksion over processen

Processen mod en færdig hjemmeside har været enorm lærerig og udfordrende. Github skabte især nogle bump på vejen mod målet, hvilket til tider har resulteret i, at det var svært at holde modet oppe. Derudover blev vores gruppe desværre ramt af sygdom, som også resulterede i, at gruppen blandt andet ikke var fuldtallige, da vi havde tid til at besøge virksomheden. Trods dette lykkedes det os dog at finde andre opgaver, som kunne løses hjemmefra, da vi var flittige til at benytte vores Trello board. Desuden har det været meget lærerigt at arbejde som gruppe, da vi hidtil har arbejdet individuelt i større projekter. Det har nødsaget os til at indgå kompromiser og til at løse problemerne i fællesskab.

Vi er overordnet set tilfredse med vores redesign, og synes det stemmer overens med den vision vi havde, forinden vi gik i gang. Vi er også tilfredse med brugervenligheden på siden, og synes ydermere vi har inddraget en farvepalette og fonte der komplementerer blomsterne på siden. Dog ville vi selvfølgelig altid kunne finde nye opgaver at gå i gang med på det nye site, da vi er overbeviste om, at man altid ville kunne gøre det endnu bedre. Men med den tid, der var sat af til det, synes vi at vi er nået i mål med et resultat vi kan være stolte af.

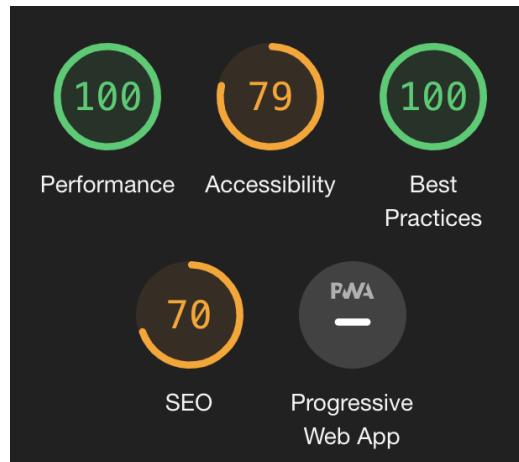
Målgruppen for den eksisterende hjemmeside bedømte vi primært til at være kvinder i alderen 40+ år. Dette underbyggede vores observationer ved besøget af butikken også, da vi kunne se, at kunderne der kom forbi var kvinder i denne aldersgruppe.

I vores redesign har vi forsøgt at udbrede målgruppen, da vi også ønsker at fange det yngre publikum, der kunne tænke sig at bestille kvalitets blomster i deres nærområde. Det har vi forsøgt ved at give vores redesign et mere moderne og minimalistisk look, der tilbyder mere brugervenlige sider, kontra den eksisterende hjemmeside.

Inden det endelige resultat af hjemmesiden, foretog vi en eksperttest for at få noget feedback på hvad der evt. kunne forbedres. Feedbacken vi fik var bla. at vores navigation ikke fungerede på alle siderne, så det fik vi fikset.

Lighthouse-test

Vi har lavet en lighthouse test på siden, da dette kunne pege os i retning af, hvilke eventuelle rettelser, vi skulle lave. Den første lighthouse test gav os nogle gode resultater, da det mere eller mindre var width og height på billederne i HTML samt “alt” attributter på diverse koder der overordnet manglede.



Efter vi havde ændret dette, samt komprimeret et par billeder, fik vi disse tal, hvilket vi var meget tilfredse med.

