

sweetbot.design

Kodning og design af hjemmeside

Navne: Emma Blæsbjerg, Michell Aagaard Dranig og Andreas Oliver Hansen

Gruppe: MUL A 10

Email: Michell – cph-md267@cphbusiness.dk, Emma – cph-eb121@cphbusiness.dk,

Andreas – cph-ah251@cphbusiness.dk

Online løsning: <http://emma-blaesbjerg.dk/sweetbot>

Github repository: <https://github.com/EmmaBlaesbjerg/sweetbothotbot>

Redesign som prototype i Adobe Xd:

<https://xd.adobe.com/view/045e43d4-cc65-4430-4d1f-f9735460a5b8-726f/>

Redegørelse for GitHub strategi

Første dag sad vi og kodede sammen og den der så først fik lavet en menulinje og forside, der kunne bruges, lavede et repository på sit GitHub. Da vi ikke kunne få forking til at virke uden at komme til at ødelægge hinandens arbejde, så klonede alle i gruppen koden fra repositoryet og forsøgte at løse de problemer, der var opstået.

Den, der så fik løst de udfordringer vi havde på den bedste måde, uploadede deres projekt til deres egen repository og så klonede de andre i gruppen den og forsøgte at løse de næste udfordringer, der opstod.

I selve GitHub har vi brugt strategien således, at vi har opbygget siden på Sweetbot forsiden (index). Herefter har vi lavet stylesheets til denne side, en for mobil og en for større skærme. Herefter lavede vi HotBot forsiden hvortil vi også lavede stylesheets både til mobil til pc-skærme.

Derudover har vi på vores side også andre undermenuer, disse blev lavet fortrinsvis i mapper, så deres "forside" og stylesheets var samlet. Udover de forskellige sider lavede vi også en mappe kaldet "images", her er alle de billeder vi bruger på siden samlet.

Til sidst har vi samlet alle siderne på et GitHub repository, som har linket: <https://github.com/EmmaBlaesbjerg/sweetbothotbot>.

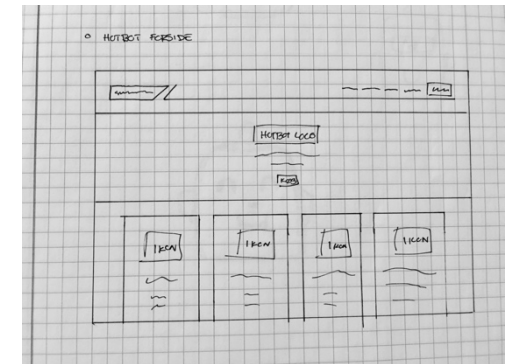
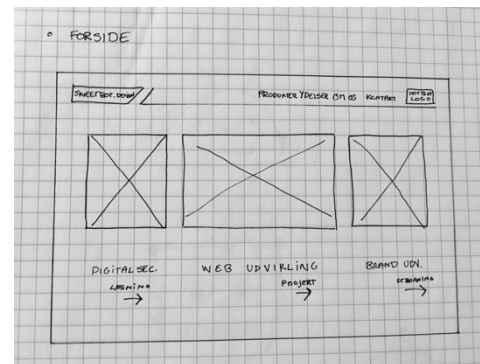
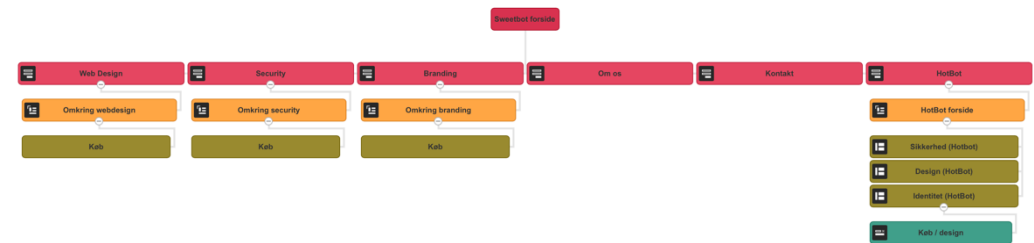
Dette link er et som alle kan gå ind og kigge og clone, derved har alle medlemmer mulighed for at downloade siderne.

Informationarkitektur

Hierarki og navigation er to vigtige dele i ethvert digitalt produkt. Den første del definerer strukturen af indhold, mens den anden involverer måder som brugerne bevæger sig igennem siden på.

Vi lavede en sitemap, for klart at illustrerer indholdets hierarki på websiden og for vores egen skyld, så det blev nemmere at finde rundt i, hvordan man skulle lave navigationen, da vi begyndte at kode. Dette lavede vi ud fra en undersøgelse, hvor vi havde talt med forskellige personer, som fortalte, hvad de forventede af hjemmesiden.

Herefter udarbejdede vi en wireframe, for både Sweetbot og HotBot forsiderne. De gængse informationer er nogle, som går igen på alle siderne, så som logo, menu og footer.



HotBot Logo

Vi startede vores proces med at brainstorme, hvad vi mente HotBot logoet skulle symbolisere samt, hvad der var indforstået med siden. Herfra fandt vi frem til, at man forbandt det med en robot og noget e-handel. Herefter skitserede vi forskellige robot hoveder, som skulle være udgangspunkt for logoet.

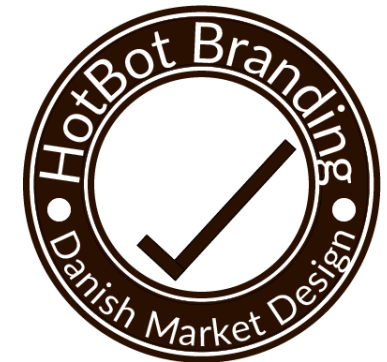
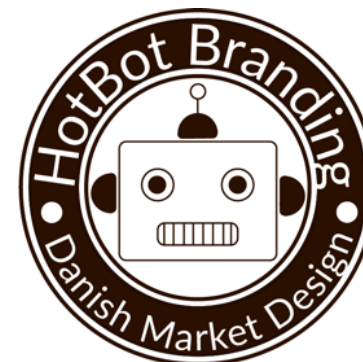
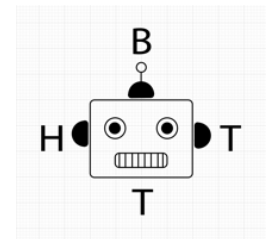
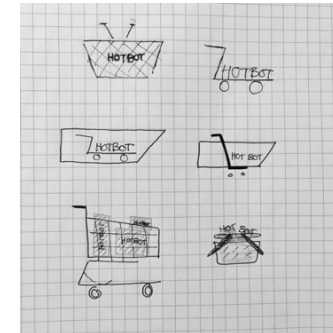
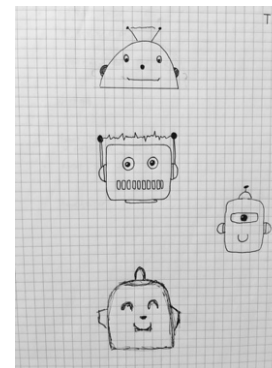
Næste trin var at tegne den valgte skitse ind i illustrator. Vi valgte i første omgang at tegne den i sort og uden baggrund.

Efterfølgende synes vi, at logoet med kun robot hovedet, ikke var specifik nok, da kunden ikke ville vide at det var et menupunkt eller hvad det egentlig stod for. Derfor besluttede vi at tilføje teksten HotBot som en del af logoet. For at kunne implementere teksten ordentligt, brainstormede vi nogle forskellige muligheder. Her kom vi frem til det endelige logo, til selve HotBot, hvor vi tilføjede tekst i en cirkel til vores robot hovede.

Derudover mente vi også at der skulle være et billede repræsenterende for HotBot, som værende det første kunden ser, når de trykker ind på siden.

Hertil tog vi det yderste af vores logo design og skiftede robotten ud med et flueben, for at symbolisere, at det er godkendt og korrekt.

Til sidst lavede vi logoet i de forskellige farver, som siden har af farve tema. Det er altså muligt ligesom med Sweetbot logoet at få vores logo i flere farver, både logoet med robot og fluebenet.



Ikoner

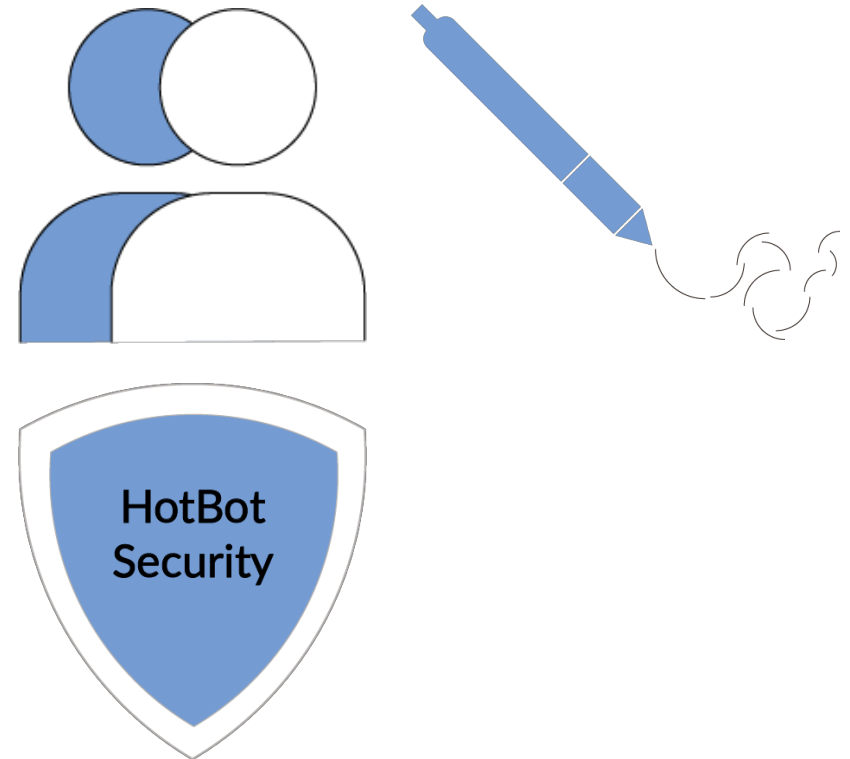
Vi brugte samme proces, som til logoet, for at lave ikonerne til HotBot siden. Her diskuterede vi om, hvilke ikoner som skulle bruges på siden, så de gav mest mulig mening.

Her kom vi frem til, at vi ville bruge tre ikoner: identitet, sikkerhed og design. Disse kom vi frem til, da vi mener at det er dette som kunden får ved at bruge HotBot, og i det hele taget, hvad firmaet udlover.

Vi brainstormede ikonerne og deres betydning, og kom frem til at:

- Identitet – silhuet af menneske
- Sikkerhed – hængelås / skjold
- Design – pensel / blyant

Disse tre ikoner, bruger vi på vores HotBot side, som indikation for de tre egenskaber HotBot medfører i købet.



Brugertest

Vores brugertest er konkluderet ud fra flere forskellige testpersoner. De forskellige testpersoner har fået linket til hjemmesiden, hvor de har haft mulighed for at gennemgå siden selv i et par minutter.

Herefter er siden gennemgået på deres præmisser, hvor de har kommenteret undervejs, hvad de fandt nødvendigt, at der mangler eller hvad de finder godt ved siden.

Brugeren kommenterer meget på at HotBot logo i menuen ikke giver nogen mening, at der i stedet kun skal stå HotBot – og derefter logo komme på siden, når man kommer ind.

Brugere kommenterer i forhold til forsiden, at ikonerne under firmaet, ikke sidder lige, når hjemmesiden kigges på i stor skærm. Bruger mener de burde sidde lige eller at der skal være et gennemgående mønster for den – ikke sådan, at de er forskellige højder.

Gennemgående for burgeren på alle siderne er, at designet og selve layoutet passer godt sammen. Brugerne kommenterer, at der er et gennemgående tema, som bliver holdt. Temaet virker enkelt. Dog kunne de godt tænke sig, at der nogle steder var noget mere farve, som trådte frem.

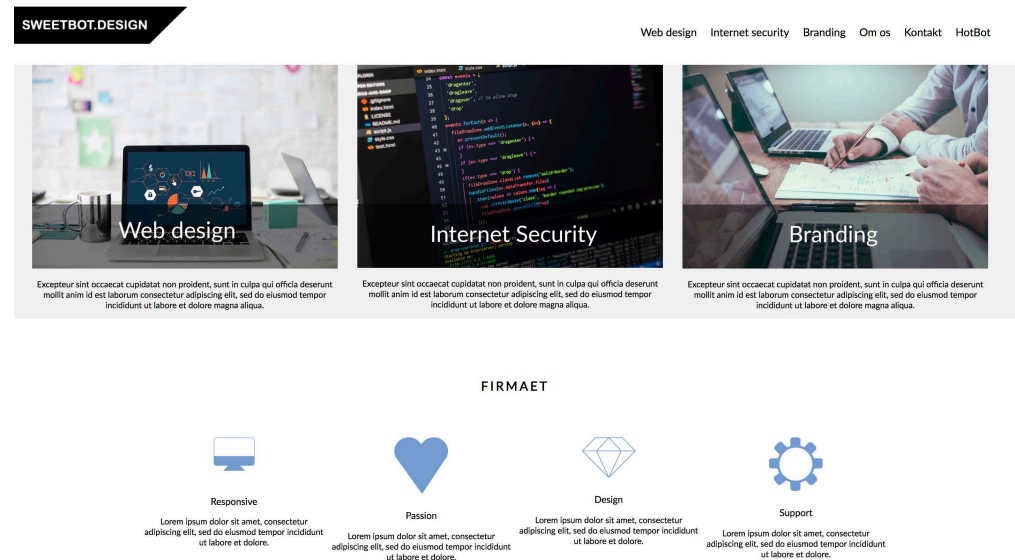
Brugerne kommer med en forespørgsel ved gennemgang af siden, nemlig en genvej på forsiden. Her bliver der kommenteret på, at det ville være nemmere for brugerne, at web design, internet security og branding billederne alle sammen ville lede ind til deres respektive side som, hvis man trykker i menuen.

Efter feedback fra undervisere

Projektet blev afsluttet med en fremlæggelse for vores studiekammerater og to undervisere. De to undervisere gav efterfølgende feedback på vores projekt, som vi skulle bruge til at lave et redesign, når vi kom til eksamensprojektet på 1. semester.

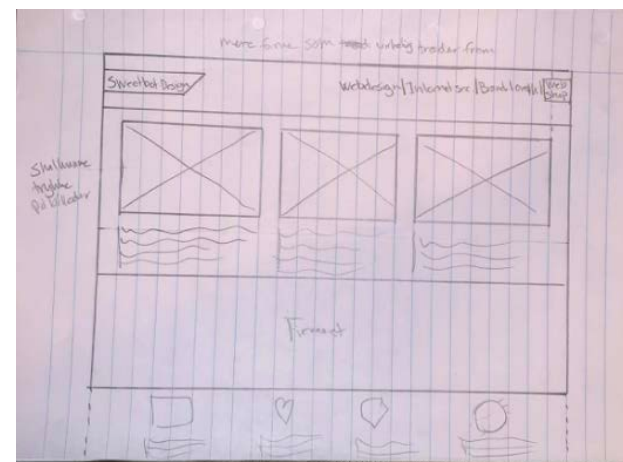
Vi fik meget feedback på designet. Menuen hang og fløj ude til højre, og ændrede placering alt efter hvilken side man befandt sig på. Udover det var der ikke nogen indikator på, hvilken underside man var på i menuen. HotBot punktet i menuen gav heller ikke mening, eftersom man som udefrakommende egentlig ikke ved, hvad HotBot er.

Vi havde også meget centreret tekst til beskrivelser under billeder og ikoner, hvilket ikke fungerede og det ville blive svært at læse og holde sammen på, hvor man var kommet til, når der kom rigtig tekst på. Det sidste var, at de store billeder på undersiderne, webdesign, internet security og branding, var alt for store og dominerende. Man skulle bladre lidt for langt før man kunne se at der nedeunder rent faktisk befandt sig noget indhold.

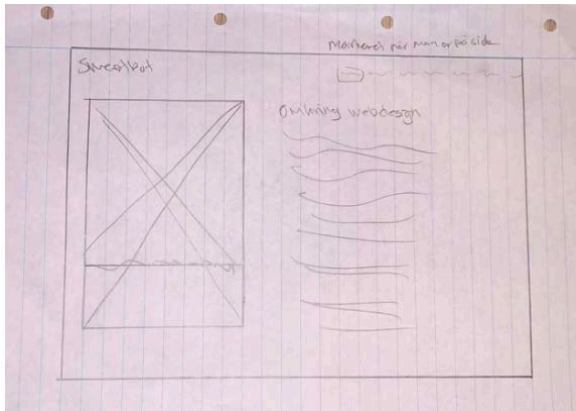


Screenshot af den gamle version.

Eftersom det var designet, der var mest feedback på, så valgte jeg, sammen med et af gruppemedlemmerne, Andreas, at lave et redesign som en prototype i Adobe Xd. For at lave dette startede vi med at tegne nogle wireframes for at få os på rette vej.

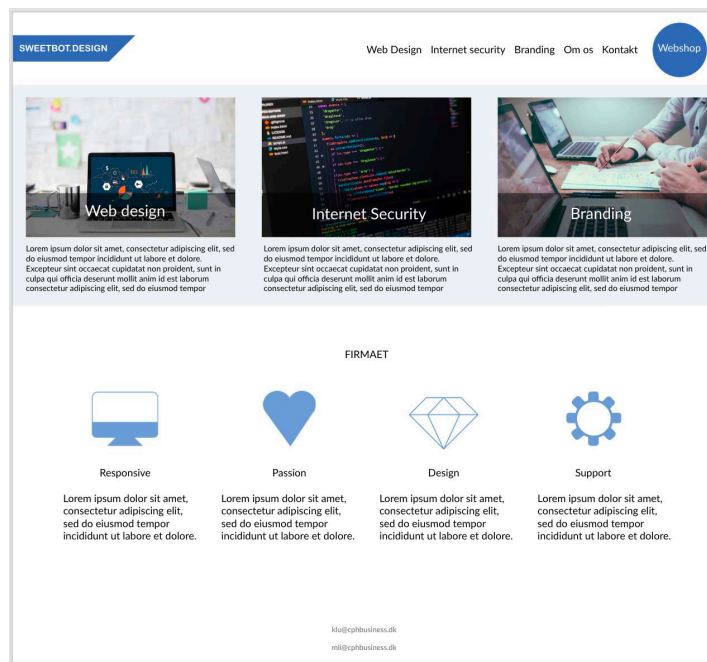
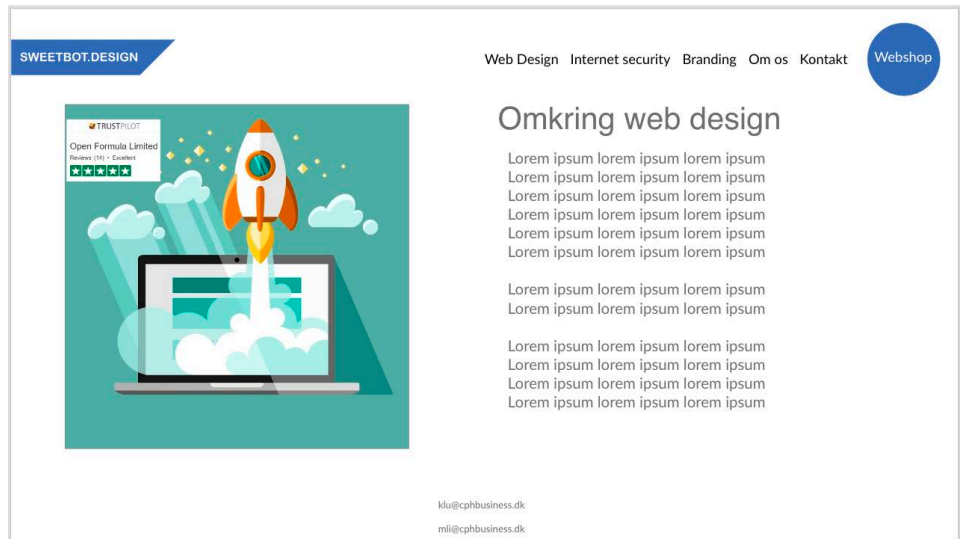


Forside wireframe



Underside wireframe

Her fokuserede vi meget på at få tingene til at stå i rette linjer, gøre navigationen lettere og gøre siden bare lidt mere farverig ved at ændre på logoet og HotBots baggrundsfarve. Udover det fik vi også ændret på undersiderne, og valgte helt at gå væk fra det store billede, da det egentlig ikke var nødvendigt.



Efter ændringer i Adobe Xd



Brand-identity Guidelines

Indhold

1.0 Introduktion

2.0 Logo design

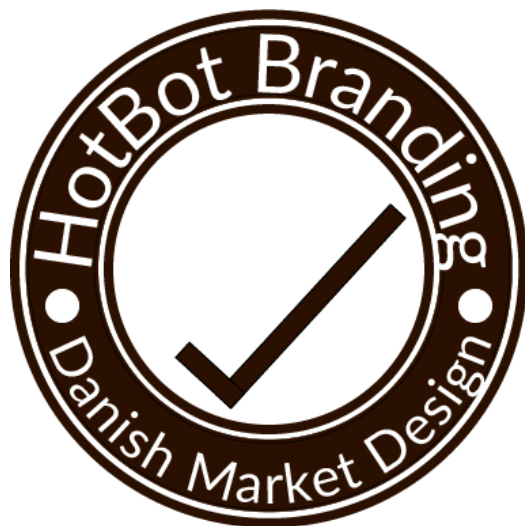
2.1 Ikoner

1.0

Introduktion

Oversigt

Formålet med disse retningslinjer er at forklare brugen af den nye mærkeform og styrke konsistent anvendelse af de visuelle elementer i al kommunikation. Dette omfatter publikationer, præsentationer og alle andre marketingmaterialer både online og offline. Retningslinjer for brug af logoet er inkluderet.



Vores "identitet"

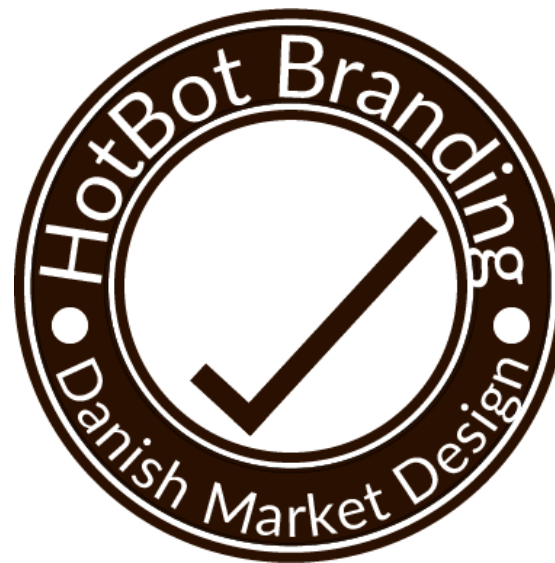
Vores identitet er det logo, der præsenteres for de danske kunder.

Det er lige så vigtigt som de produkter og tjenester, vi leverer. Vores visuelle identitet er den samlede effekt af logo, produkter, varemærke, varemærke, reklame, brochurer og præsentationer - alt det der repræsenterer os.

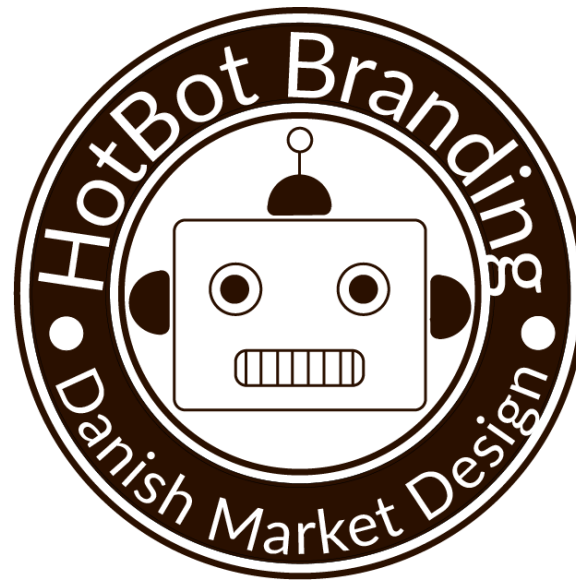
Fordi mærket ikke kan kompromitteres, har vi oprettet denne vejledning for at give alle de relevante specifikationer, du har brug for for at bevare sin integritet. Retningslinjerne i dette dokument er ikke ment at hæmme, men for at forbedre den kreative proces. Ved at følge disse retningslinjer vil de materialer, du opretter, repræsentere vores firma sammenhængende med omverdenen.

2.0

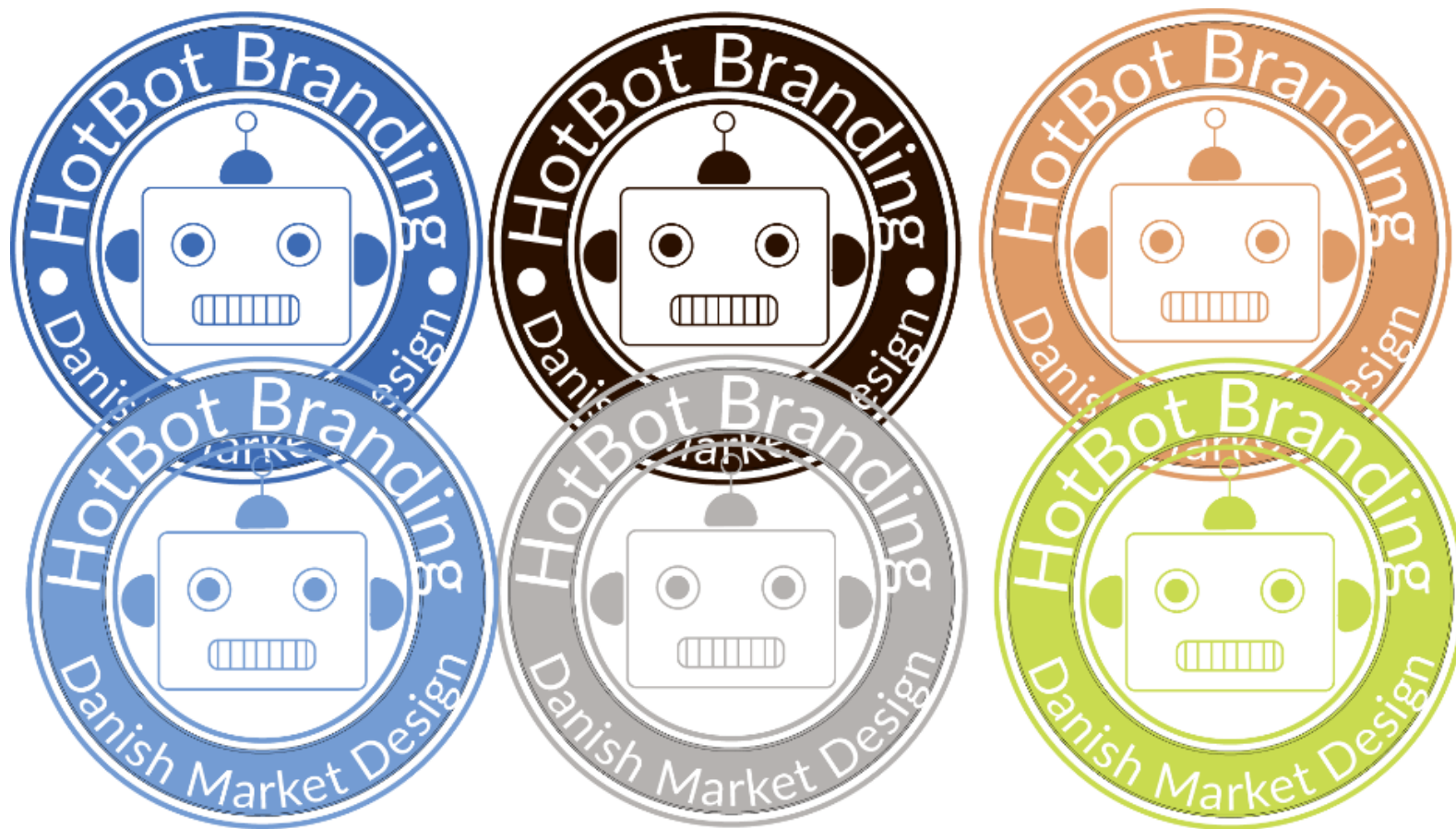
Logo design



Primære logo



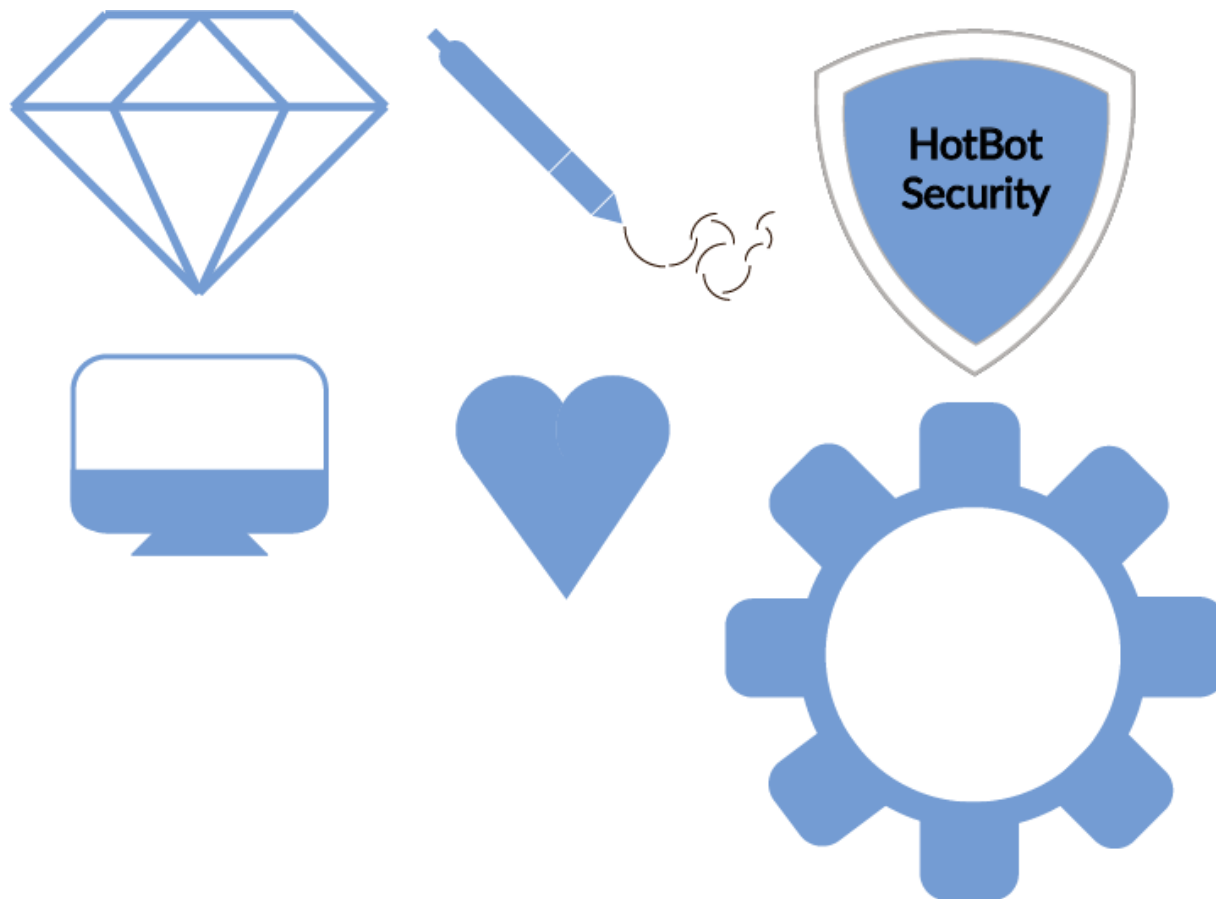
Sekundære logo










Alternative farver til logoet

2.1

Ikoner



Primære ikoner

| | <i>Pantone colour ref.</i> | <i>CMYK</i> | <i>RGB</i> | <i>HEX</i> |
|---|----------------------------|------------------|-----------------|------------|
|  | Pantone 7690 C | 85 / 50 / 0 / 0 | 61 / 107 / 180 | #3D6BB4 |
|  | Pantone 659 C | 56 / 24 / 0 / 0 | 116 / 156 / 211 | #749CD3 |
|  | Pantone 157 C | 2 / 38 / 64 / 0 | 223 / 155 / 103 | #DF9B67 |
|  | Pantone 584 C | 20 / 0 / 100 / 0 | 201 / 219 / 80 | #C9DB50 |
|  | Pantone 421 C | 0 / 0 / 0 / 30 | 181 / 178 / 176 | #B5B2B0 |
|  | Pantone Black 6 C | 0 / 0 / 0 / 100 | 42 / 16 / 0 | #2A1000 |
|  | | 0 / 0 / 0 / 0 | 255 / 255 / 255 | #FFFFFF |