

Flow 4

Verdensmål kampagne

Projektbeskrivelsen (fra moodle CPH-business)

I dette flow skal I, i grupper lave en verdensmålskampagne for en butik i Lyngby Storcenter i forbindelse med en samlet verdensmålskampagne i centret. I vælger selv butik samt et relevant verdensmål for virksomhedens kampagne. Flowopgaven består i at designe en landing page for verdensmålskampagnen for jeres valgte virksomhed, der indeholder en video, tekst og grafisk materiale, som I producerer til siden.

I flowet kommer I til at arbejde med design brief, visuel identitet, style guide, grafik og video, og med programmerne Illustrator og Premiere Pro.

Din oprindelige løsning, både produkt og skriftlig dokumentation

På næste side ses screenshot af vores rapport med skriftlig dokumentation på fremgangsmåden, i kommer til at kunne se en prototype i Adobe XD, vores style guide og der fremgår et link til vores landing page hvor i kan se videoen. Links der forekommer i rapporten, kan findes under disse screenshots.

Opgaven og rettelser er lavet i fællesskab af

- Freja Johansen
- Kira Gravesen
- Pernille Dvoracek
- Nicoline Rossen Olsen

name it

Prototype

Her har vi lavet vores prototype i XD, som vi gerne vil have at vores landingpage skal se ud. Vi har gjort os i, at det skal være neutrale farver, som *name it* også bruger på deres hjemmeside, så det ligner noget fra deres hjemmeside. Vi har lavet vores ikoner fra headeren og footeren i illustrator.

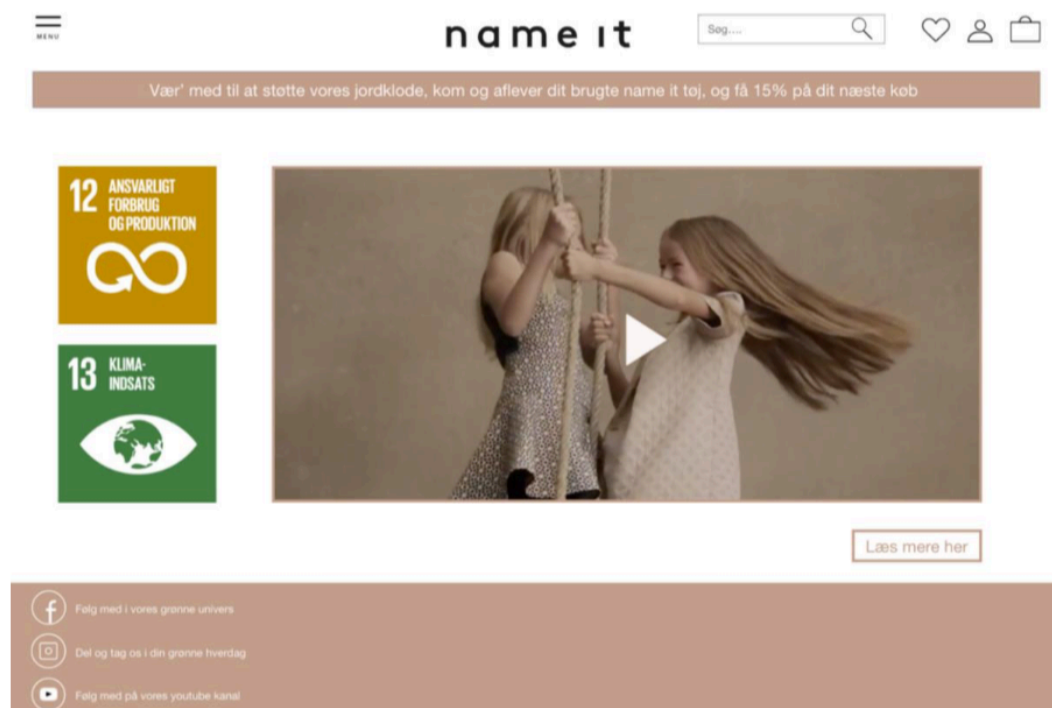
Banneret er for at fange vores læser, så de bliver interesseret i at se vores video. Efter de har set vores video, skulle de gerne være interesseret i at læse mere og hjælpe, og klikke på vores knap "Læs mere her" som er vores call to action. Vi forestiller os, at den skal føre indtil websitet om de 17 verdensmål, så brugeren bliver mere klog på hvad vores budskab er, og hvad de kan gøre mere for at hjælpe. Vi vil gøre brug af en hover effekt, så man kan se det er en klikbar knap og lokke brugeren til at trykke på den.

Ved siden af videoen har vi valgt at indsætte de to verdensmål vi gør brug af, så læseren slet ikke er i tvivl om hvad vi gerne vil med denne landingpage.

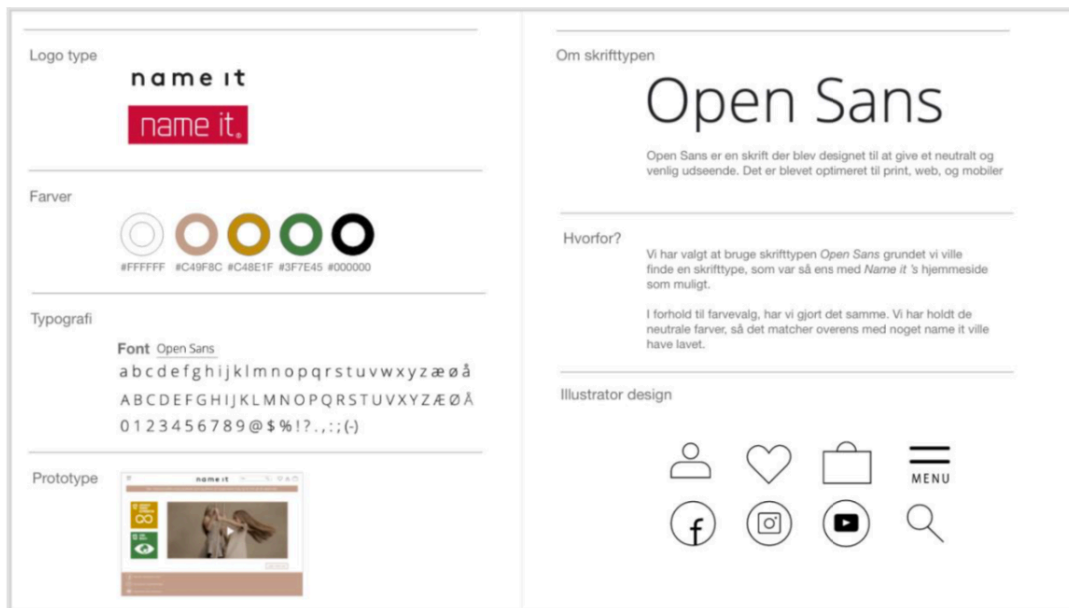
Til allersidst nede i footeren har vi sat logoer ind for Facebook, Instagram og Youtube, hvor vi har sat en fængende tekst, så læseren har lyst til at deltage, og følge med.

Vi har lavet prototypen i adobe XD, så vi nemt ville kunne rette i det, hvis vi bliver klogere igennem designprocessen.

<https://xd.adobe.com/view/b8007efb-b359-4f29-90a6-db534bedfbba-ed53/>



Style guide



Link til landingpage

http://fdjdesign.dk/nameit/index.html?fbclid=IwAR1F3SkdiUu1i9hH1WJppnTBQepEewqZ5XENf_Ci5Y5sTS5upHLv_aeqxdM

Link til landing page skitse, i Adobe xd:

<https://xd.adobe.com/view/b8007efb-b359-4f29-90a6-db534bedfbba-ed53/>

Link til landing page (html):

http://fdjdesign.dk/nameit/index.html?fbclid=IwAR1F3SkdiUu1i9hH1WJppnTBQepEewqZ5XENf_Ci5Y5sTS5upHLv_aeqxdM

En forbedret løsning ("remake") med forklaring og begrundelser af forbedringer

Ved vores mundtlige feedback sagde læren vi skulle kigge lidt på opstillingen på landing pagen, og at vores call to action knap skulle være mere synlig.

Opgaven gik ud på at vi skulle lave noget for Lyngby storcenter, men vi havde ikke refereret til dem på landing pagen, så de skulle gøres mere synlige.

Med denne feedback, valgte vi at sætte teksten under videoen, så videoen var mere i fokus, så der blev skabt noget nærhed imellem video og tekst, så man ikke var i tvivl om at de havde en relation.

I teksten valgte vi at få Lyngby storcenter med, samtidig med at vi satte dem med i footeren og linker til deres hjemmeside, så brugeren heller ikke er i tvivl om at det er et samarbejde imellem de to virksomheder.

Vi har valgt at sætte vores "call to action" knap ned under verdensmålene, så det er nemmere for brugeren at vide, at det er her man kan læse mere om de 17 verdensmål.

Link til remake af landing page:

<http://fdjdesign.dk/Nameit.remake/>

Link til koder:

https://github.com/frejadi/1.sem./tree/main/Nameit.remake?fbclid=IwAR0moxEQdntquX_lcgDQI_q5HfQq2yQixy4MUhZfBJk5unzZPWa6DGEEcDg

[Home](#) [About us](#) [Better materials](#) [Contact](#)

name it®

Søg....

♡ 👤 🛒

Vær' med til at støtte vores jordklode, kom og aflever dit brugte name it tøj, og få 10% på dit næste køb.

12 ANSVARLIGT FORBRUG OG PRODUKTION

13 KLIMA-INDSATS

Læs mere her

Name it

Copy link



NAME IT vil i samarbejde med Lyngby Storcenter gerne sætte et godt eksempel, når det gælder bæredygtighed. En central del af vores strategi for bæredygtighed fremadrettet, er at øge andelen af bedre materialer.

NAME IT har fokus på Verdensmålene for en bæredygtig udvikling. Fokusområder, der spiller ind i FN's 17 Verdensmål og udmønter sig i handlinger som at få et ansvarligt forbrug og produktion og sikre klima indsatsen.

 Følg med i vores grønne univers.

 Del og tag os i din grønne hverdag.

 Følg med på vores youtube kanal.

 LYNGBY STORCENTER

Refleksion over egen læring

Igenem flow 4 har vi lært at bruge illustrator, vi har lavet forskellige ikoner, samtidig har vi lavet vores egne ikoner som vi har brugt på vores landing page til vores kampagne.

I det her flow har vi også filmet vores egne klip, som vi har brugt til at klippe en film sammen i premiere pro, her har vi lært at bruge forskellige effekter, overgange og vi har samtidig lært at lægge lyd ind over den færdige film.

Til slut har vi fået en større forståelse for hvordan man sammensætter en landing page og gør den mere overskuelig og brugervenlig.