

UX research:

Definér dit emne for shoppen

Tanker om målgruppen

Målgruppen for mit emne er både unge, samt voksne. (15-60 år)

Tanker om produkter

Fine kvalitets t-shirts med et utroligt fedt logo som skulle forestille sig et hjerte. T-shirten har mange forskellige designs, men betydningen bag den er det vigtigste. Man abonnerer til hjemmesiden, hvor 10% går til kræftens bekæmpelse, og hver måned får man tilsendt en ny t-shirt. T-shirten har aldrig det samme design. Man kan nå at justere størrelsen på t-shirten og/eller om hvorvidt det skal være en herre eller kvinde t-shirt helt op til 5 dage inden måneden er ovre. Det gør det lidt mere fleksibelt ift. hvem i familien, lejligheden osv. der skal have t-shirten.

Tanker om afsender

Afsenderen er et vennepar på to, hvor den ene er en tidligere hjertekræftpatient, og den anden er en *upcoming* stjerne inden for tøjdesign.

Problemstillinger

Hvordan skal min shop skille sig ud aka. hvilke problemer ved eksisterende webshops vil jeg gøre bedre

Abonnement-konceptet er i sig selv et ikke særligt udbredt blandt webshops, med fokus på salg af tøj. Derudover støtter man samtidigt kræftens bekæmpelse, hvilket især appellerer til mennesker der har/har haft kræft og/eller kender nogle der har/har haft kræft. Min teori er, at folk vil med større sandsynlighed abonnere til noget, hvor de samtidigt støtter kræftens bekæmpelse og får lækre t-shirts af fin kvalitet.

Databehandling af indsigter

Gruppér indsigter i emner, find fællesnævnerne

Fra desk-research spillede brugervenlig navigationsmenu en vigtig rolle. Det kunne også ses på min observations-research. Personen jeg observeret var utrolig effektiv og hurtig til at navigere sig igennem navigationsmenuen for at finde sit specifikke produkt, og hvis dette ikke var tilfældet, ville personen måske have givet op og finde en ny hjemmeside at shoppe på. Resultatet fra interview-research støtter også op omkring netop den påstand.

Derudover har survey-research bekræftet mig i, at tøjmarkedet over internettet er utroligt stort, da lidt over 80% gennemsnitligt har købt 3 former for tøj online inden for de sidste 3 måneder. På baggrund af dette kan det bekræftes, at det er værd at springe ud i dette område.

Endvidere giver interview-research vigtig information omkring retur-processen. Personen der blev interviewet har aldrig haft en god oplevelse med at returnere tøj, og det samme gælder mange personer fra survey-research. Omkring 30% nævnte at retur-processen ikke er optimal.

Lightning demos:

Lav en liste af produkter, der kan være inspirerende

<https://www.outfittery.dk/> - hjemmeside der sælger tøj via abonnement. En simpel men effektiv hjemmeside. Den har en dejlig indbydende knap på landingpage (Ex. knap til abonnement)

<http://www.uzik.com/> - hjemmeside der har et unikt design, der kan blive brugt som inspiration for at skille sig ud fra andre hjemmesider, og få omtale blandt brugerne. Der er ikke gjort brug af mange knapper, hvilket typisk gør det nemmere at komme fra A til B. (Nemmere at abonnere etc.)

<https://www.tivoli.dk/da/praktisk/app> - app der har en lækker og simpel struktur, hvor det er nemt at se sit abonnement, og hvad man abonnerer til. Derudover er det nemt at få information omkring området, hvilket har noget at gøre med navigationen er nem og overskuelig. Inspirerende skelet til eget wireframe.

<https://www.zara.com/dk/> - En simpel og flot hjemmeside med endnu en inspirerende knap i midten af landingpage.

<https://trueintent.coffee/> - Lækker hjemmeside med fede detaljer. Gør kun brug af tre sektioner i navigationsmenuen, hvilket er noget der inspirerer.

<https://simplyshirts.dk/> - endnu en hjemmeside der har abonnement-feature.

3 udvalgte produkter

<https://trueintent.coffee/> :

Først og fremmest har hjemmesiden en fangende landingpage, der virkelig viser hjemmesidens intentioner. De har kun ét produkt (én kaffe blend), men fokus er i virkeligheden på historien/meningen bag deres kaffe, og det er noget jeg vil bruge til mit eget produkt. Derudover, har de kun 3 sektioner i navigationsmenuen, hvilket i mine øjne er lækkert.

<https://www.tivoli.dk/da/praktisk/app> :

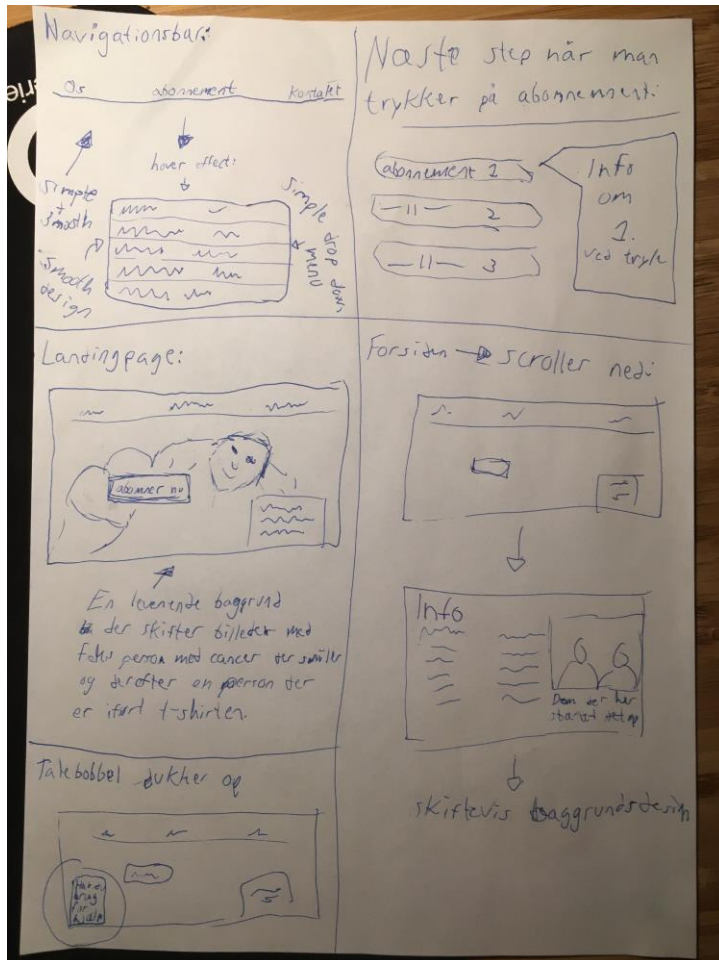
En super simpel app med høj effektivitet. Skelettet er meget inspirerende til app-version af mit produkt.

<https://www.outfittery.dk/> :

Hjemmeside der sælger t-shirts via abonnement. Siden min idé har den samme funktion som outfittery.dk, så er det oplagt og lade sig blive inspireret af skeletopbygningen af deres hjemmeside.

Sketch:

Ideas



Crazy 8s



Solution sketch

