

Procesdokument

Link til NY website (netlify):

<https://dreamy-neumann-b5aa20.netlify.app/index.html>

Link til eksisterende website:

<https://www.stormfysik.dk>

Link til drev (gruppekontrakt, styletile, billeder, proces, test, layoutdiagram mm)

<https://drive.google.com/drive/folders/1HriVry4zwUYAXmfeBbGwwjVtPNB1-jQC?usp=sharing>

Link til trello:

<https://trello.com/b/VieEX2Z2/redesign-tasks>

Link til prototype:

<https://xd.adobe.com/view/6cd672e2-fa1f-4c34-91dd-a51b2f0b9a96-3985/>

Link til gruppekontrakt:

https://drive.google.com/drive/folders/1Fb8260jMvba_USxnJ5jwfAcQ9jAulyD9

Link til Github:

<https://github.com/Janx917v/stormfysik>

link til video:

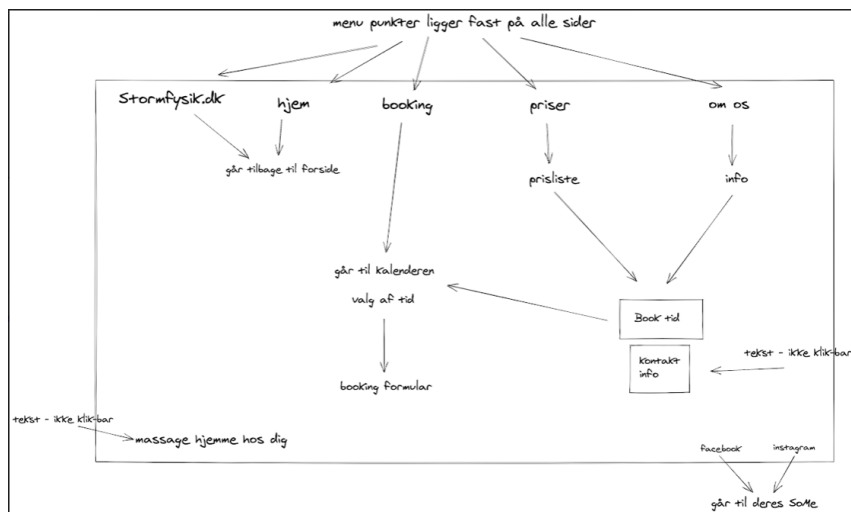
http://andreasmh.dk/kea/05_content/03_redesign/Om_os_kvadratisk.mp4

http://andreasmh.dk/kea/05_content/03_redesign/land_small_video_stormfysik-kopi.mp4

http://andreasmh.dk/kea/05_content/03_redesign/om_os.mp4

Analyse af eksisterende site:

Sitemap:



Indholdsoversigt:


- Forside
 - Kort beskrivelse af firma
 - Mission og vision
 - Billede af behandlere
 - Book tid knap
 - kontaktoplysninger: Mail og tlf.
- Booking
 - Kalender med ledige tider
 - og booking
- Priser
 - kort beskrivelse af ydelse
 - Wellness massage
 - Dybdegående massage
- Om os
 - beskrivelse af behandlere
 - Uddannelse og viden

Funktionalitetsliste:

Siden bliver primært brugt til kontaktoplysninger. Man kan aktivt booke tid til behandling via en kalender på booking siden. Ellers henvises der til mail og telefon.

- Booking af tid via mail og tlf
- Booking af tid via kalender på site
- link til sociale medier
 - Facebook
 - Instagram

Styletile over eksisterende site:

 Styletile - Stormfysik

Fonte:

NAV: HOMEKNAP:
Verdana, sans-serif : 18.75px

NAV: FONT:
Verdana, sans-serif

H1: FONT:
Sergoe UI, Arial, sans-serif : 36px

H2: FONT:
Roboto, sans-serif : 15px


P: FONT:
Roboto, sans-serif : 15px


KNAP: FONT:
Roboto, sans-serif : 18.75px


DATOLINIE: FONT:
Sergoe UI, Arial, sans-serif : 26.25px


DATO: FONT:
Robot, sans-serif : 15px


Farver:



#212529


#2c3e50


#17a2b8



#f8f8ff


#ffdc28
Opacity
15%


#008000

UI-elementer:


Book tid her




< >

week day

today





	man. 30.11	tir. 1.12	ons. 2.12	tor. 3.12	fre. 4.12	lør. 5.12	søn. 6.12
all-day							
08							
09							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							
19							
20							

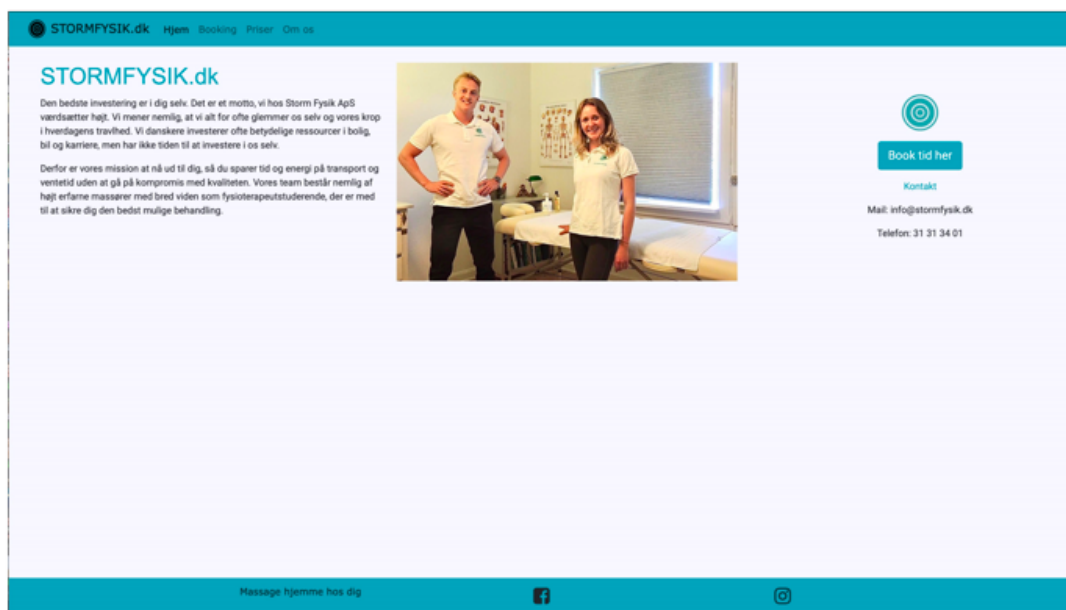
Slogan:

Massage hjemme hos dig

Favicon:



Splash:



Fotostil på eksisterende site:



Billederne er taget uden hensyn til komposition. Lyssætningen er kun fra lamper i rummet eller lys fra vinduer. Foto stilen er meget simpel, med enkle billeder af behandlere og få produkter. Billederne er taget uden produkter eller personer i fokus og i forkert vinkel, eller kunne være beskåret anderledes. Der er generelt en gul farve tone, og er ikke redigeret efterfølgende. Produkt billederne er taget i modlys.

Opsummering af Bert test af Storm Fysik

Link til resultater: <https://docs.google.com/forms/d/1CTIqvEVhV7eNEKinhWf0grIA-nvhebBB4rSokMgewuw/edit#responses>

Dyr - Billig

Ud fra testen er der en mindre overvægt, der mener, at sitet fremstår billigt fremfor dyrt, hvoraf der er flest, som mener, at det hverken fremstår dyrt eller billigt.

Indbydende - Kedelig

Størstedelen mener, at hjemmesiden fremstår kedelig fremfor indbydende, hvilket kunne forbedres ved f.eks. flere indbydende billeder. F.eks. billeder under hver sektion, der er med til at skabe bestemt visuelt udtryk for hjemmesiden.

Troværdig - Utroværdig

Ift. hjemmesidens troværdighed opfatter de fleste af de adspurgte den som troværdig hvorimod, det kun er 4 af de 37, som mener, at sitet er utroværdigt.

Nytænkende - Gammeldags

Størstedelen mener, at sitet er gammeldags frem for nytænkende hvoraf 3 mener, at det er mere nytænkende.

Struktureret - Sjusket

Størstedelen mener, at hjemmesiden er struktureret frem for sjusket samt 14, der mener, at Stormfysik.dk hverken er struktureret eller sjusket og fire, der mener, at det er sjusket.

Simpelt - Rodet

Langt størstedelen mener, at sitet er simpelt sammenlignet med én, der mener, at det er rodet.

Professionel - Begynder

10 mener, at sitet er professionelt samt 15, der mener, at det hverken er professionelt eller begynder og 12, som mener, at det er begynder.

Virksomhedsprofil

Hvordan fremstår virksomheden nu - brand og image?

Stormfysik vil gerne fremstå som et troværdigt brand, der lægger vægt på kundernes enkelte behov samt et image, der bygger på det personlige, da der netop er tale om hjemmebehandlinger. Deres fokus ligger på selve behandlingen og på "løsningen" af kundens problem, og ikke på en holistisk velvære oplevelse med duftlys og dæmpet musik.

Derudover ser Stormfysik sig også som en niche, der retter sig efter luksussegmentet, da de netop tilbyder behandlingerne hjemme hos folk fremfor i en klinik.

Deres hjemmeside virker dog uprofessionel, da siden er ubearbejdet og billederne virker "hjemmelavet", så det samlede indtryk af virksomheden bliver knap så gennemført og lækkert.

Hvordan vil de gerne fremstå overfor deres kunder?

Stormfysik vil gerne fremstå som troværdige overfor deres kunder samt skabe en tryghed omkring deres koncept, hvilket kan lade sig gøre på hjemmesiden.

"Ville gerne have billeder af os og vores udstyr for at give en tryghed, nu hvor det jo er os der kommer direkte hjem til folk, hvilket kan være skræmmende for nogle".

Derudover vil virksomheden gerne fremstå som kompetente og personlige overfor deres kunder for at opbygge gode kundekontakter og loyale kunder der kommer tilbage.

Brugerprofiler

Hvad ved virksomheden om deres nuværende målgruppe?

Storm Fysiks målgruppe er de karrierebevidste forbrugere med en travl hverdag og et forholdsvis højt rådighedsbeløb, som prioriterer deres tid højere end penge. De vil derfor gerne betale for, at en massør kommer til dem, så de slipper for at bruge tid på transport.

“Min målgruppe er de ressourcestærke som prioritere tiden højere end penge, og som bare ikke kan nå at komme til klinikken i en travl hverdag”.

Storm Fysik ønsker fremadrettet i endnu højere grad, at nå denne købestærke målgruppe der gerne vil gøre noget godt for sig selv, og som er villige til at betale for en behandling i hjemmet, fremfor at skulle bruge tid på at komme hen til en klinik. Det er personer, som prioritere deres krop i en ellers travl hverdag samt personer, der heller ikke har mulighed for fysisk at komme ud til klinikerne grunder skader eller andet.

Overvejelser og design af nyt site

Fra vores Bert undersøgelse kan vi se at en overvægt af de adspurgte mener at den nuværende hjemmeside fremstår billig og kedelig, og at en tredjedel mener det ligner en begynder hjemmeside.

Vores primære fokus i forhold til det nye site, har været at det i højere grad skal henvende sig til den ønskede målgruppe. Det skal derfor i højere grad signalere professionalisme og troværdighed, end det nuværende site. Det har vi ønsket at gøre ved at strømline designet, så det bliver mere gennemført på hele hjemmesiden samt ensrette foto stilen på billederne på sitet, så det samlede indtryk bliver mere eksklusivt, end det fremstår nu.

Vores overvejelser omkring designet har også handlet om at StormFysik ikke er en almindelig massageklinik, kun med wellnessmassage, men at der ligger en professionel fysioterapeutisk tilgang bag deres behandlinger. Det har vi også forsøgt at udtrykke i vores designvalg ved at holde stilen på siden helt enkelt med en meget enkel farvepalette, samt bruge anatomiske billeder .

I vores første udkast til hjemmesiden valgte vi en beige baggrundsfarve, men da vi havde kodede det med vores andre elementer, tog den beige baggrundsfarve for meget fokus, og fik siden til at se lidt rodet ud, og mindre enkel end vi ønskede.

I vores designproces valgte vi også at re-designe firmaets logo. Det oprindelige logo bestod af forskellige cirkler inde i hinanden og gav os associationer til en darts kive.

Vi ønskede dog at lave et redesign, der tog udgangspunkt i det oprindelige logo, da vi ikke ville lave en helt ny brandidentitet til firmaet, men stadig beholde nogle grundelementer.

Vi lavede derfor et nyt logo, hvor vi implementerede firmanavnet i selve logoet, samtidig med at det fik noget mere luft og spatiering mellem cirklerne, så det fik et lettere og knap så tungt udtryk.

Oprindeligt logo:



Nyt logo:



<https://drive.google.com/drive/folders/1Ux8baMY7ZkeBOS6MkAmwe8XS2Ec-Nfnw?usp=sharing>

Still-fotos

Video proces

Vores primære tanke med videoen var at den skulle være med til at skabe en stemning, og give kunden en tryghed i "mødet" med behandleren. Formålet med videoen har altså været at skabe en stemningsvideo der giver den potentielle kunde lyst til at bestille en behandling.

Vi havde derfor planlagt en video, hvor et interviewe med Jonathan (ejer af firmaet) skulle være det primære element i videoen, og hvor der blev klippet mellem at man så

ham give behandling i rolige omgivelser, og nogle nærbilleder af hans hænder imens han giver massage.

Da vores optagelse desværre blev aflyst på selve dagen grundet en positiv corona test, blev vi nødt til at starte forfra, og retænke vores video på siden.

Da vi ikke kunne mødes med Jonathan og optage video med ham, besluttede vi i stedet at lave et interview over teams hvor vi bad Jonathan optage lyden fra en sekundær lydoptager og sende lydfilen til os, så vi havde et lydspor fra interviewet vi kunne klippe ind over vores optagelser.

Vores videooptagelser besluttede vi at lave med en anden fysioterapeut hvor vi filmede nogle nærbilleder af en massagebehandling, samt nogle stemningsbilleder, som vi klippede sammen og lagde lydclip fra interviewet ind over.

Den største udfordring med videoen har været, at vi rent praktisk ikke har haft mulighed for at filme Jonathan, og at videoen dermed ikke blev en video med Jonathan i fokus, men i højere grad en video med "stemningsbilleder". For at videoen også formidle Jonathans mere professionelle baggrund som fysioterapeut, valgte vi at bruge klip med en rygsøjle og en anatomi plakat, der understreger hans faglighed. Til slut i redigeringsprocessen valgte vi at både forside videoen og videoen på "Om os" blev i sort hvid da det gav et mere professionelt udtryk.

Billeder

Alle billeder: <https://drive.google.com/drive/folders/15giwU0ILnYkzrLrq4iVo-TGtEi9oy00y?usp=sharing>

Brugt på site:

https://drive.google.com/drive/folders/1bpTt-CGpM_peBrz8s1u04XfDTUo8X-v2

I vores planlægning af nye billeder til siden, havde vi som udgangspunkt tænkt at vi gerne ville have nogle billeder af Jonathan under en behandling, samt nogle stemningsbilleder.

Da vi desværre ikke havde mulighed for at tage billeder af Jonathan blev kompromiset stedet at tage nærbilleder af en anden fysioterapeut under en behandling, samt bruge fotos af anatomi plakater og andre stemningsbilleder som vi ønsker skal formidle Jonathans faglige baggrund.

I vores billederedigeringsproces lagde vi vægt på at få billederne til at fremstå lækre og med et ens udtryk ift. lys og farve.

Refleksion over færdigt site

Vores mål med hjemmesiden har været at skabe en professionel side.

Det har været en balance at skabe en hjemmeside der virker lækker og indbydende og som formidler Storm fysik's budskab om velvære, uden at det bliver en hjemmeside der signalerer "wellnessmassage" med duftlys og aromaterapi.

Derfor har mange af vores grafiske valg handlet om at tydeliggøre den fysioterapeutiske tilgang som Jonathan har til sine behandlinger. Det har vi blandt andet forsøgt at gøre gennem billeder af anatomiske plakater og et stramt stillistisk design af siden.

Css-kode til baggroundsvideo på "hjem" siden

Der er blevet brugt en css-kode fra nedenstående side, som så er rettet til, for at den passer til vores side. Der er blandt andet ændret i transform translate() og height.

<https://stackoverflow.com/questions/43401119/how-to-make-full-screen-html-background-video-for-half-page>

Layoutdiagram til nyt site:

<https://drive.google.com/drive/folders/1GdnczYjIMpy1P3UIVfe0i-bGl5W8Apb3>

Link til prototype:

<https://xd.adobe.com/view/6cd672e2-fa1f-4c34-91dd-a51b2f0b9a96-3985/>

Link til wireframe (mobile og laptop):

<https://drive.google.com/drive/folders/1HriVry4zwUYAXmfeBbGwwjVtPNB1-jQC>

Moodboard af redesign:



Styletile af nyt design:

 Styletile - Stormfysik

Fonte:

NAV: HOMEKNAP:
Arvo, Regular

NAV: FONT:
Arvo, Regular

H1: FONT:
PT Mono, Regular

H2: FONT:
PT Mono, Regular

P: FONT:
Arvo, Regular

PT Mono, Regular:
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ

Arvo, Regular
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæå
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ

UI-elementer:

Book tid!



Slogan:
Behandling i dine omgivelser!

Favicon:



Farver:

 #FFFFFF	 #252525	 #AFB1BE	 #A0A0A0
 #000000	 #F5F3DF	 #C7B1A0	 #6D7266

Lighthouse test af ny site:

<https://drive.google.com/drive/folders/1j2vY1itJKVNHavfwrapoK00FOvX2bTDC>

Bert test:

<https://drive.google.com/drive/folders/1U8u39O2AGtH26milMQUBC5T7yRGY4Gbc>

Trello bords proces:

<https://drive.google.com/drive/folders/1fMnkDiyopUIySuetuFavgKhOKPSvxaxr>

Feedback

Responsivitet feedback: Burgermenu lidt stor mobilversion, booktidknap (skrift), om os ikke helt responsivt med video og billede - billede går lidt ind over video. Ellers godt og flydende.

Billeder: fungerer godt i sort og hvid, harmonerer godt.

Video: sort hvids, lidt gammelt, fedt helhedsindtryk med sort hvid, fedt flere vinkler af hænderne, lidt kortere, loader meget langsomt.

Test: Meget info i bert, lægge mere vægt på faglighed og designet.

Proces: godt flow i arbejde, lidt for meget om proces i præsentation, vise lidt mere af siden.