

PROCESDOKUMENT



Københavns Erhvervsakademi, KEA

Multimediedesigner F22 - Gruppe 1

Udarbejdet af:

Cecilie, Alberte, Felicia og Sofie

GitHub Repository

<https://github.com/feli5659/redesign.git>

Video 1 link

https://feliciahetman.dk/kea/05_indhold/ukirke_film/hvad_er_ukirke_endelig.mp4

Video 2 link

https://feliciahetman.dk/kea/05_indhold/ukirke_film/pink_jesus.mp4

Gruppekontrakt

https://docs.google.com/document/d/13RSmMxa7aMvgNBId4A7gv8XDoisLgVydvckc_majSV0/edit?usp=sharing

INDHOLDSFORTEGNELSE

Planlægning.....	1
Gruppekontrakt.....	2
Burndown chart.....	2
Scrum.....	2
Trello.....	2
Medvirkende virksomhed.....	2
Reserch: Virksomhedens nuværende website.....	2
Research: Virksomhedens koncept (hvad vil de egentlig).....	2
Afsender.....	2
Målgruppe.....	2
Produkter/services.....	2
Unique selling proposition (USP).....	2
Virksomhedens redesignede website.....	2
Idéudvikling.....	3
Sitemap / wireframe /prototype.....	3
Moodboard.....	3
Styletile.....	3
Prototype.....	3
Test.....	3
Tænke-højt-test.....	3
5 sek.....	3
BERT.....	3
Heuristisk test.....	3
Lighthouse.....	3
Video.....	3
Tekst.....	4
Fotos.....	4
Billedmateriale.....	4
Kode.....	4
Validering af CSS & HTML.....	4
Refleksion Git / GitHub:.....	4

Fra underviserne

Alle understående overskrifter skal have noget indhold. Hvis I ikke mener det har været relevant for jeres løsning, skriver I bare det, og forklarer kort hvorfor.

Rigtig meget kan dokumenteres let med skærmdumps, og det er helt ok at linke til de enkelte undersøgelser hvis de ligger i selvstændige dokumenter (f.eks Google docs)

I refleksions-afsnittene vil vi gerne have, at I beskriver jeres redesign løsning med de fagudtryk, I har lært indenfor uddannelsens områder. Vi vil gerne have en beskrivelse af jeres proces og de eventuelle vanskeligheder, I er stødt på undervejs

Planlægning

Proces, planlægning, projektgruppe og -styring

Gruppekontrakt

https://docs.google.com/document/d/13RSmMxa7aMvgNBId4A7gv8XDoisLgVydvckc_majSV0/edit?usp=sharing

Burndown chart

Scrum

Ca. hver anden dag har vi afholdt SCRUM møde, hvor vi har samlet trådene og fået et overblik over, hvor langt vi er nået, samt hvilke forhindringer, vi er stødt på.

Trello

<https://trello.com/b/XQO0YvzL/re-design>

Medvirkende virksomhed

Beskriv hvordan I har fundet frem til virksomheden.

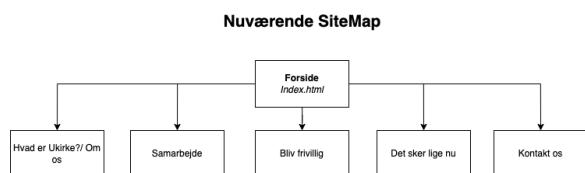
Aftale med virksomhed – I leverer ikke en færdig løsning til virksomheden, men et forslag til et redesign, hvis virksomheden vil bruge jeres løsning, skal I aftale efterfølgende.

Felicia fandt uKirkens hjemmeside, da hun selv for nylig havde søgt information om virksomheden i en anden forbindelse. Selvom hjemmesiden indeholder den nødvendige information, blev vi enige om som gruppe, at den kunne optimeres både i design og brugervenlighed. Under samtale med medarbejdere i uKirken, gav de selv udtryk for, at de havde tænkt på at re-designe hjemmesiden og var derfor glade for, at vi havde taget kontakt. Der sidder en frivillig programmør på deres kontor, som muligvis vil kunne tage vores designforslag og videreføre det på deres eget domæne, skulle de være interesserede efterfølgende.

Research: Virksomhedens nuværende website

Sitemap

Et sitemap, viser strukturen på en webside og til dels også dens funktionalitet. At lave et sitemap over uKirke gav et godt overblik over hjemmesidens funktion og hjalp os i høj grad med at organisere vores re-designede hjemmeside.



Funktionalitetsliste - hvad kan brugeren på sitet. Hvad er de vigtigste brugerrejser på sitet?

Sitet kan egentlig det den skal kunne rent indholdsmæssigt, men rent layout mæssigt skal det organiseres. Budskabet om den unge utraditionelle kirke, må også gerne tydeliggøres mere end nu

Hjemmesiden har på nuværende tidspunkt kun til formål at informere.

Forbedringer af hjemmeside:

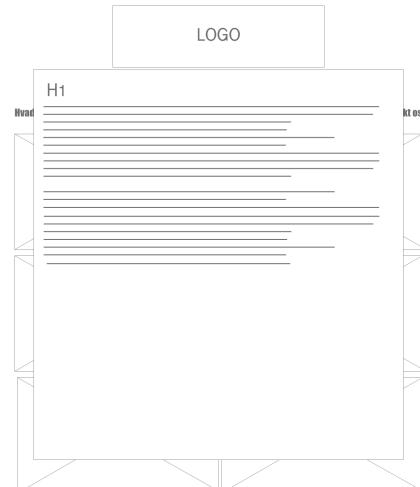
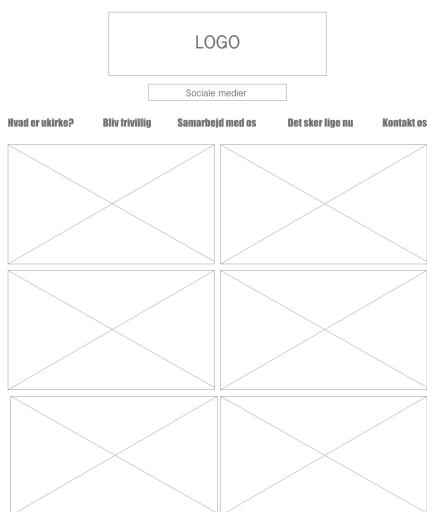
Tydeliggøre åbningstider

Tydeliggøre events

Tydeliggøre deres USP - herunder manifest

En footer med informationer

Wireframe (Sidernes layout og elementernes placering: navigation, header, footer etc.). Vælg fx 3 sider, som går igen flest gange på sitet.



Styletile med foto- og videostil (designanalyse)

Ukirke's logo er en monospaced sans serif font med geometriske former. Dette er med til at give det et retro video game udtryk og passer godt til deres målgruppe på unge mellem 15 og 30 år. Man kunne også argumentere for det lænede sig mere mod et typewriter udtryk, da det ikke er så pixeleret som typiske retro video game fonte.



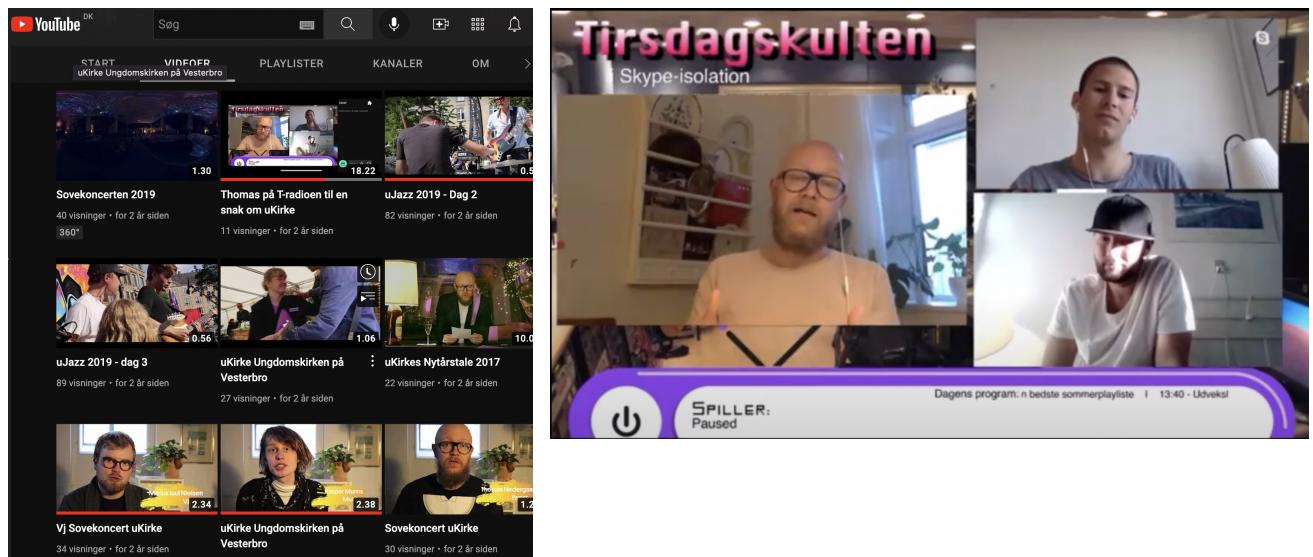
Deres fotostil/collage afspejler hygge, sammenhold, festlig stemning, live musik og at det er et sted hvor alle unge kan komme og føle sig som en del af et fællesskab. Trods forholdsvis god kvalitet, virker det som om de er blevet taget med et engangs filmkamera. Der er mange mennesker på alle billederne hvilket kan give et lidt rodet udtryk, og at man ikke helt ved hvor man skal fokusere.

Farverne i billederne er meget grønne, røde og orange og har muligvis valgt den grønne baggrundsfarve i et forsøg på at binde disse 3 farver sammen. Grøn og rød er komplementærfarver da de står over for hinanden i farvehjulet. Disse to går også godt sammen da en kold og en varm farve skaber balance.

A screenshot of the Adobe Color website interface. At the top, there are navigation tabs: OPRET, UDFORSK, TRENDS, and BIBLIOTEKER. On the right side, there are icons for star, circle, question mark, speech bubble, and log in, along with a Creative Cloud logo. Below the tabs, there are buttons for Farvehjul, Udtræk tema, Udtræk forløb, Tilgængeligheds værktøjer, and Ny. A "Ny" button is highlighted with a blue border. To the right of these buttons is a "Erstat billede" button with a camera icon. In the center, there is a preview window showing a collage of photos from the uKirke website. Below the preview is a color palette with five squares: dark red (#A6243C), bright green (#2BD968), light green (#5ABF7D), orange (#F2A35E), and burnt orange (#BF5934). At the bottom, there are color hex codes and small square swatches for each color: #A6243C, #2BD968, #5ABF7D, #F2A35E, and #BF5934.

Video-stil

Der ligger ingen videoer på deres hjemmeside - men linket til Youtube viser videoer af koncerter, portrætinterviews af deres sove koncert og kunstneren bag, "selfie" videoer fra præsten og gudstjenester under corona som i øvrigt har fået et retro video game design - måske det kan understøtte design analysen af logoet.



Indholdsoversigt - hvad er der af indhold på det eksisterende site

Sitet indeholder 5 faner og en forside

- Forside
 - Gallery
- Hvad er uKirke?
 - Tekst om dem
- Bliv frivillig
 - Tekst om det at blive frivillig
- Samarbejd med os
 - Tekst om at samarbejde med dem
- Det sker lige nu
 - Facebook like knap embedded
 - Facebook begivenheder embedded
- Kontakt os
 - Kontaktoplysninger inklusiv billeder af de pågældende mennesker
 - Mail links virker ikke helt som de skal

Disse har ikke hver deres side men åbner som et “screen in screen” og har dermed ikke en separat side.

Analyse af brugernes opfattelse af eksisterende site

5-sec test

Vi udførte 5 sekunders testen i klassen og fik bekræftet mange af vores egne holdninger til hjemmesiden og nogle få nye observationer.

Hvad handler dette site om?

- En kirke, ukirke/måske ungdomskirke (forvirret over billeder, meget tvivl om det var en kirke)

Hvad var mest iøjnefaldene på sitet?

- Billederne, den grønne baggrund, syrekast i øjnene, den grønne farve

Beskriv hjemmesiden med ét ord

- Forvirrende, grov/rustik, grøn og uoverskuelig, kollage,

Bonus noter:

Bruger skrift i stedet for knapper (ikke direkte indikation til en “call to action knap”)

BERT

Bert-test lavet ud fra den nuværende uKirke hjemmeside.

https://docs.google.com/forms/d/1g5AOw_mWIDSVb5-D8MlivfFVD-Yd1vVIEHo3I4SRCLs/edit

Traditionel <----> Moderne

Nem <----> Uoverskuelig

Legende <----> Autoritær

Modent <----> Ungt

Amatør <----> Professionelt

Indbydende <----> Intimiderende

Research: Virksomhedens koncept (hvad vil de egentlig)

Beskriv hvilke metoder I har brugt til at afklare nedenstående.

Afsender

· Brand - hvilken historie vil virksomheden fortælle? Hvilket budskab?

uKirke åbnede i 2012 og inviterede den københavnske ungdom ind til en ny og anderledes udgave af folkekirken. Den traditionelle oplæsning fra Biblen, søndags søndagsgudstjenester og faste ritualer er lige så stille blevet erstattet af musik, mad, digtoplæsninger, debatter og et samarbejdende fællesskab med livet og troen i fokus.

uKirke er indrettet med et loft, hvor der hænger en diskokugle samt er kirkebænkene erstattet af hyggelige vintage sofaer. uKirke arrangerer forskellige arrangementer for unge, hvor der er mulighed for at drikke en kold øl eller sodavand med dine venner og uKirkes præst, Therese Møller. Det er uKirkes mange frivillige unge samt medarbejdere der sammen står for uKirkes aktiviteter og udvikling. Sammen har de udviklet et manifest, som skaber en rød tråd i uKirkes arrangementer og samarbejder.

uKirkes manifest:

1. Tro betyder noget

I uKirke er der plads til dig uanset, om du tror på en religion, på dig selv eller på et flyvende spaghettimonster. For uKirke er tro et udgangspunkt for at tale om, hvad der er vigtigt for dig i dit liv. Alle mennesker finder mening i livet på forskellige måder, og de måder vil vi gerne tale og lære mere om. Derfor bruger uKirke kristendommen til at åbne op for nye emner og stille spørgsmål - ikke til at svare på dem.

2. Vi er sammen om livet

Vi tror på, at fællesskabet er nødvendigt for det gode liv, men vi ved at det kan være svært at møde nye mennesker. I uKirke er der plads til alle, og du behøver aldrig være eller se ud på en bestemt måde. I fællesskab arbejder vi for at skabe et åbent rum, hvor der er plads til, at alle kan engagere sig på deres egen måde og deltage næstekærligt i hinandens liv - uanset hvor forskellige vi er.

3. Debat om livet

Vi vil deltage i verden omkring os, og derfor er uKirke en kirke, hvor livets store spørgsmål er i fokus. Sammen engagerer vi os i samfundsdebatten og hinanden med åbenhed og nysgerrighed over for forskellige oplevelser og holdninger. Ved at udvise tillid til hinanden og gå i dialog, kan vi skubbe til samfundsdebatten, nedbryde fordomme og skabe rum til nye idéer, perspektiver og løsninger.

4. Modig kirke

I uKirke er vi ikke bange for at tager vi de svære emner op for at udfordre os selv og vores medmennesker. Vi skal turde give slip på vores egne grænser og kaste os ud i det ukendte, men vi skal også have modet til at sige fra og finde ind til kernen i vores egne værdier. Derfor er uKirke altid i konstant bevægelse.

5. Vi må ikke lave arrangementer selv

Essensen af uKirke er essensen af dig, mig og alle andre, vi møder på vores vej. I uKirke tror vi nemlig på, at vi sammen kan skabe noget større end vi kan hver for sig. Derfor er alt vi laver skabt i et samarbejde med dig. På den måde bliver uKirke en kirke i øjenhøjde, hvor alle aktiviteter er aktuelle, relaterbare og nyskabende.

Målet er at skabe en aktuel og relevant udgave af kirken målrettet unge og derfor udspringer det hele fra ungdommens ønsker og idéer.

Målgruppe

- *Hvem ønsker de at ramme og hvilken målgruppe vælger I?*

uKirke ønsker at ramme unge og mange af uKirkes mange frivillige er mellem 15-30 år fra hele København.

- *Hvilke behov opfylder virksomheden for målgruppen?*

uKirke lytter til de unge og vil gerne opfylde deres ønsker og idéer.

I uKirke kan man opleve mange forskellige aktiviteter i fællesskab med andre unge. Aktiviteterne spænder vidt og kan være alt fra koncerter, mini-festivaler, digtoplæsninger, danseopvisning, fællesspisning, bogklub og meget mere. Aktiviteterne fungerer som et rum, hvor unge kan mødes med andre unge, hvor de kan diskutere og reflektere livets vigtige spørgsmål i et format, der giver mening for dem.

- *Hvordan tiltrækker de målgruppen?*

uKirke tiltrækker de unge ved at skabe et fællesskab, som de har mulighed for at præge med deres egne idéer. uKirke tiltrækker også unge med deres mange aktiviteter.



Produkter/services

- *Hvilke produkter eller services sælger virksomheden?*

Tilbyder gratis events med upcoming musik, livlige debatter, digitoplæsninger, vegansk mad mm. Til arrangementer kan der i baren købes drikkevare (øl/sodavand/kaffe/the).

- *Hvad er deres selling propositions?*

Et ungdomsfællesskab med livet, troen (især troen på hinanden og sig selv) og hygge i fokus.

Unique selling proposition (USP)

- *Hvad er virksomhedens USP?*

At du for et **mangfoldigt ungdomsfællesskab** med mulighed for medbestemmelse, da der kun laves aktiviteter i samarbejde med andre.

- *Hvad er den særlige egenskab ved deres produkter eller services?*

At **de skaber en aktuel og relevant udgave af kirken for unge**, som bygger på samarbejde og derfor udspringer deres indhold og tilbud direkte fra ungdommens ønsker og idéer.

- *Hvordan overtaler de målgruppen til at købe?*

Den måde de får fat i de unge er gennem de unge, i den forstand at de vægter fællesskab og samarbejde højt. De giver de unge mulighed for medbestemmelse og det er uKirkes mange frivillige unge, der er den kreative kraft bag deres aktiviteter og udvikling.

Virksomhedens redesignede website

- *Hvilken målgruppe vælger I at fokusere på?*

- Den unge målgruppe som ukirken henvender sig til. Siden må gerne vække opsigtsamtid have til formål at øge interessen for at få et større indsigt i, hvad man kan benytte uKirken til.

- *Hvilke brugerrejser/funktionaliteter fokuserer I på?*

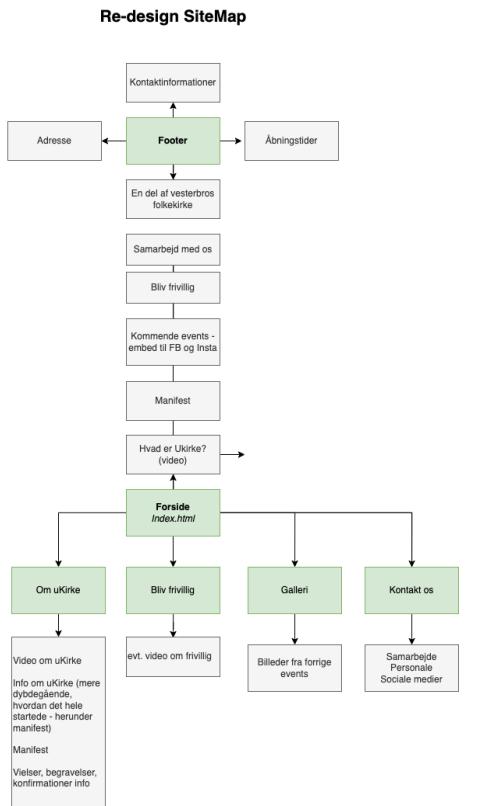
- Den må gerne have flere HTML sider og call to action buttons. Den skal være nem og let at navigere rundt og stadig beholde sin informative udtryk/budskab.

Idéudvikling

Sitemap / wireframe /prototype

- Hvor skal indhold være på websitet, og hvordan skal det indgå i layoutet af siderne? (lofi **wireframe** på papir + liste over indhold). Brug evt. inspiration til fremgangsmåde fra grundlæggende UX's Design Sprints Sketch-dag. (Lightning demos, Crazy 8's og Solution Sketch)

Nogle af tingene gentages på siderne og kan tilgås flere steder end kun i menuen.



Moodboard

- Moodboard -> hvilken stil/tone ønsker I at ramme for at fortælle den valgte historie/brand? Saml inspiration.
 - Efter samtale med præst og musik/event medarbejder går vi efter et stiludtryk som er professionelt men stadig nede på jorden. Kreativitet i fokus og ungdommeligt udtryk. Vil gerne adskille sig fra Vesterbro folkekirke hjemmesiden fuldstændig, da det ikke taler til deres målgruppe. Det må godt være "ude af boksen" men det skal stadig være nemt at navigere i.



Styletile

- Hvilket udtryk vil I bruge? Vis det i et Styletile (herunder fotostil eksemplificeret ved nogle af jeres motiver i det valgte format og framing).

Prototype

- Prototype i xd. I skal lave for desktop, gerne mobil, hvis I har behov for det.

Foretaget tests

Tænke-højt-test

- redesignede løsning

5 sek

Nuværende løsning

Hvad handler dette site om?

- En kirke, ukirke/måske ungdomskirke (forvirret over billeder, meget itvivl om det var en kirke)

Hvad var mest iøjenvældene på sitet?

- Billederne, den grønne baggrund, syrekast i øjnene, den grønne farve

Beskriv hjemmesiden med ét ord

- Forvirrende, grov/rustik, grøn og uoverskuelig, kollage,

Redesignede løsning

Bonus noter:

Bruge skrift i stedet for knapper (ikke direkte indikation til en “call to action knap”).

- redesignede løsning

BERT

- nuværende løsning

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1mKDfNcG8fvL9s2vLLVxf-W_7k86tMliRBUEJmROGbs0/edit?usp=sharing

- redesignede løsning

Heuristisk test

- redesignede løsning

Lighthouse

- redesignede løsning

Indholdsproduktion

Video

Vi endte med at lave 2 videoer, da vi følte det var vigtigt at få historien med om deres installation/skulptur "Pink Jesus" men det blev for langt til den primære video "Hvad er Ukirke?". "Pink Jesus" videoen ligger på siden "om os".

Establishment shot:

Videoen starter med et frame af UKIRKE's skilt i forgrunden og trappen op til kirke blurred i baggrunden. Musikken kører fra start.

Titel + forskellige framings + master shot + b-roll + interview:

Ind fra siden kommer vores forslag til logo ind over forskellige klip af unge der hygger og snakker ude foran kirken.

Vores master shot blev interviewet med Therese Møller - præst i ukirke. Derudover fik vi også et interview med en af de unge frivillige og gav os extra interview materiale.

B-roll bestod af klip af udsmykningen af ukirke. Deres quirky indretning som er med til at definere kirken som "ualmindelig" og alternativ. Derudover close ups af det store jesus hoved "Pink Jesus" som var udstillet og meget majestæisk lyst op med pink lys.

Præproduktion – synopsis, præmis, logline, interviewguide, storyboard, produktionsplan

Produktion – mobil el. DSLR, ekstern lydoptager + mikrofon

Postproduktion – lower third til intro/outro-tekst, firma logo, motion graphics, klippeteknik, color correction, music, eksport og rendering

Distribution – hostet af jer selv, dvs. på egen server/domæne. + video til sociale medier

Videomateriale (Relevante skærmdumps fra Premiere Pro med relevante overskrifter)

Tekst

copy, microcopy

Fotos

Billedmateriale

Her ligger alle jeres stillfotos i høj og bredformat. Kan f.x. være skærmdump fra Finder eller Lightroom eller lign. Det er en god ide at have minimum 10 motiver som alle er taget i 3 forskellige vinkler og både høj og bredformat (se skema i tjeklisten). Så er man sikker på at der er nok at vælge imellem.

Husk beskrivelse af processen af jeres postproduktion. Eksemplificer jeres originalbilleder med mindst 3 stk og forklar, hvordan og hvorfor de er efterbehandlet.

Kode

Udvælg noget kode i evt. kunne være interessant for resten af holdet, eller noget hvor I er blevet meget klogere på egen hånd.

- Layout-diagrammet for redesign
- Er den responsiv
- Hvis I bruger kode fra andre sites, ex. menu eller gallery, skal I beskrive, hvor I har hentet koden, samt hvordan I har implementeret den.

Validering af CSS & HTML

Indsæt skærmdump med ét eksempel.

Refleksion Git / GitHub:

- **Hvad ville vi evt. have gjort anderledes?**

Vi skulle fra start have været bedre til at definere i mutual.css, så vi alle havde adgang til det samme samtidig. Det har været lidt tricky at arbejde samtidig, da der via github er opstået et par enkelte konflikter, som skulle merges.

Refleksion sitet:

- **Hvad kan det nye site bedre end det gamle? Hvilke testresultater har påvirket redesign løsningen. Og hvordan?**

Vi startede med at udføre 5 sekunders-testen på en anden gruppe fra klassen. Vi fik bekræftet mange af vores egne holdninger om hjemmesiden og blev bevidste om, hvad vi skulle undgå i re-designet. Der blev nævnt at uKirkes nuværende baggrundsfarve var for skrigende og vi gik derfor i gang med at tænke nye idéer som stadig indebar farver, men i mere afdæmpet.

Vi brugte "BERT-testen" omvendt på uKirkes medarbejder Thomas. Han skulle placere sine ønsker for den nye hjemmeside på polerne:

Thomas ønsker havde særlig indflydelse på det endelige redesigns udtryk. Vi brugte hans svar til at arbejde på vores moodboard og styletile.

- Hvad ville vi evt. have gjort anderledes?

(Vi forestiller os at i skriver ca en halv side)

I forhold til sitet skulle der klart have været mere konsistent i vores kodning. Vi har kodet vores sites meget forskelligt, men alt er valideret og siderne er blevet som ønsket - men overordnet set er vi meget glade for tilgangen og processen undervejs i forløbet

Der er ingen rigtige eller forkerte svar. Det er anonymt så du kan roligt gå med din første indskydelse.

Vi takker mange gange for din tid. Det er en stor hjælp for os.

 soxirohe@gmail.com (deles ikke) [Skift konto](#)

 Kladden blev gemt

*Skal udfyldes

Føler du hjemmesiden er *

1 2 3 4 5

Traditionel



Moderne

Føler du hjemmesiden er *

1 2 3 4 5

Nem



Uoverskuelig

Føler du hjemmesiden er *

1 2 3 4 5

Autoritær



Legende

Føler du hjemmesiden er *

1 2 3 4 5

Indbydende



Intimiderende

Føler du hjemmesiden er *

1 2 3 4 5

Amatør



Professional

Føler du hjemmesiden er *

1 2 3 4 5

Ungdommelig



Modent

Send

Ryd formular

Refleksion videoproduktionen:

- **Hvad ville vi evt. have gjort anderledes?**

(Vi forestiller os at i skriver ca en halv side)

Det var svært at få kontakt til uKirke, da medarbejderne hele tiden var på kursus eller var i møde. Vi greb derfor muligheden for at filme interviewet, så snart vi tog ud i uKirke. Vi havde en fælles vision for, hvad vi skulle skyde af b-rolls. Vi endte også med at fange en af de frivillige, som vi også kunne interviewe. Vi afveg derfor lidt for den officielle plan. Det skal der lige huskes til næste gang, da vi derfor lidt manglede lidt stillbilleder.