

Ide

“Monday On A”

Af Ditte Marie Snedker

Ide

Indhold

Fra UX Research til Idé

Ligtning Demos

Sketch

Ide

Fra UX Research til idé

Min webshop har det primære
formål, at sælge t-shirts. På
baggrund af indsamlet data, er
min oprindelige ide blevet
tilpasset, og følgende beskriver
her hvordan.

Ide

Fra UX Research til idé

Definition af målgruppe:

Kvinder, 25-35 år

Det er hende, der godt tør skille sig lidt ud, har humor, har selvironi, og som glædes ved sjove illustrationer eller statements. Hende, der også bruger GIF's til at udtrykke sig med, og som gerne kombinerer en fed, trykt t-shirt med klassiske bukser og hæle.

Det er måske hende, der ikke altid behøver bh'en eller make-up'en, og som godt tør sige højt, når hun har en træls dag.

Hende der tyer til "feel-good" elementer, på en dårlig dag: et afsnit af Venner for 117. gang, den guilty pleasure sang fra MGP 2002 eller "jeg må godt idag"-marabou.

Definition af produktet:

Den ultimative feel-good t-shirt. Når du har en mandag på en torsdag. Navnet skal måske være Monday on a shirt, Monday OnA (forkortet MOA).

Ide

Fra UX Research til idé

T-shirts, der er behagelige at have på, i farver der passer til årstiden/ nuværende trend - alle med tryk på. Enten med et opløftende statement, eller en illustration/ design, der får en til at smile. Sådan helt ubevidst. Som en T-rex, der prøver at redde en seng, eller "2020, 1 star, definately wouldn't recommend".

T-shirten skal have en god pasform, og der skal arbejdes med variation, så den passer til alle kropstyper. Samtidig er materialet vigtigt, den skal være rar at tage på. Som en varm krammer, på en mandag. Det skal gerne være bæredygtigt og/eller økologisk, så modtager ikke får hudirritation ved brug af t-shirten.

Ide

Fra UX Research til idé

Definition af afsender:

En 30 årig kvinde, der har egne erfaringer med mandag på en torsdag. Ofte. Særligt i 2020.

Med et værdisæt, der handler om, at give den gode karma videre. Tage ansvar for de udfordringer livet bringer, men samtidig give støtte til, at komme igennem dem. Med fokus på, at gøre op med “the instagramable perfection”, og finde tilbage til en naturlighed, en autencitet og en ærlighed. Der skal være personlighed, og fortællinger fra det virkelige liv.

Værdier → Autencitet, Støtte, Pass on the Karma.

Og som har skabt et community, der omfavner dagene, hvor tingene går galt. Måske med ambassadører som Emilie eller Kathrine Gieger, der ikke er bange for at være “uperfekte”. Hjemmesiden skal emme af “feel good”, måske med youtube klip af kattekillinger og lignende, samt link til Instagram, hvor communitiet lever. Mulighed for, at “give karmaen videre”, fokus på gavekort til sine veninder.

Ide

Fra UX Research til idé

Fokus på: menu (breadcrumbs), størrelsesguide, social proof, one page check ud, mobilpay som betalingsmetode, responsivt design (mobil først).

Overvej forhandlere → fx Odd Lemon, Bruun Strik (med særligt strikke-print) eller lignende.

Noter fra tidligere brainstorm:

Tshirts til din mandag → feelgood trøjer, til når selv torsdagen er en mandag. Bæredygtigt, så man sender god karma ud i verden til andre, der har en mandag. Øko/certificeret, så din hud ikke får en mandag. Mulighed for at give “fuck mandag”-viben videre, send din ven en mandags tshirt. Når produktet præsenteres, vises evt. videoklip under, der får en til at grine. (som bbq grills). I kombination med uheldige videoer på Instagram - skabe et community.

Ide

Fra UX Research til idé

Marketingskanaler - push på FB/ instagram, pull på google. Push/pull nyhedsbrev - viser man produkter, de allerede har været inde og kigge på i forvejen, er det pull på en ellers push strategi.

Google - købsintentionen er der i forvejen.

Exit-pop ups → rabatkoder for at fastholde kunden.

Rabatkoder → den klassiske, og det underliggende sign up til nyhedsbrev.

Gratis fragt fra *beløb* → stor USP hos mange.

Brug af “bread crumbs” → sti til hvor kunden har fundet varen.

Social proof → e-mærket, trustpilot, andre anmeldelser.

Onepager foretrækkes ved check ud → føres videre til betalingsmulighed.

Mobilpay bør ligge øverst → vi forventer allesammen, at det kan bruges. Og vises med synligt logo. → vigtigt især indenfor fashion, da der her er tale om impulskøb.

Ide

Fra UX Research til idé

Tænk meget i menustruktur → bread crumbs, hvor nemt er det at komme videre. Kan jeg komme til et andet menupunkt, når jeg er på et konkret produkt?

Relaterede produkter skal ligge synligt, mens man fortsat er på det konkrete produkt → øge mersalgs-raten + øger muligheden for, at der rent faktisk bliver konverteret (kunden køber).

Godt med billeder på undermenuer/ kategorier.

Strukturering af de 40 indsigtter

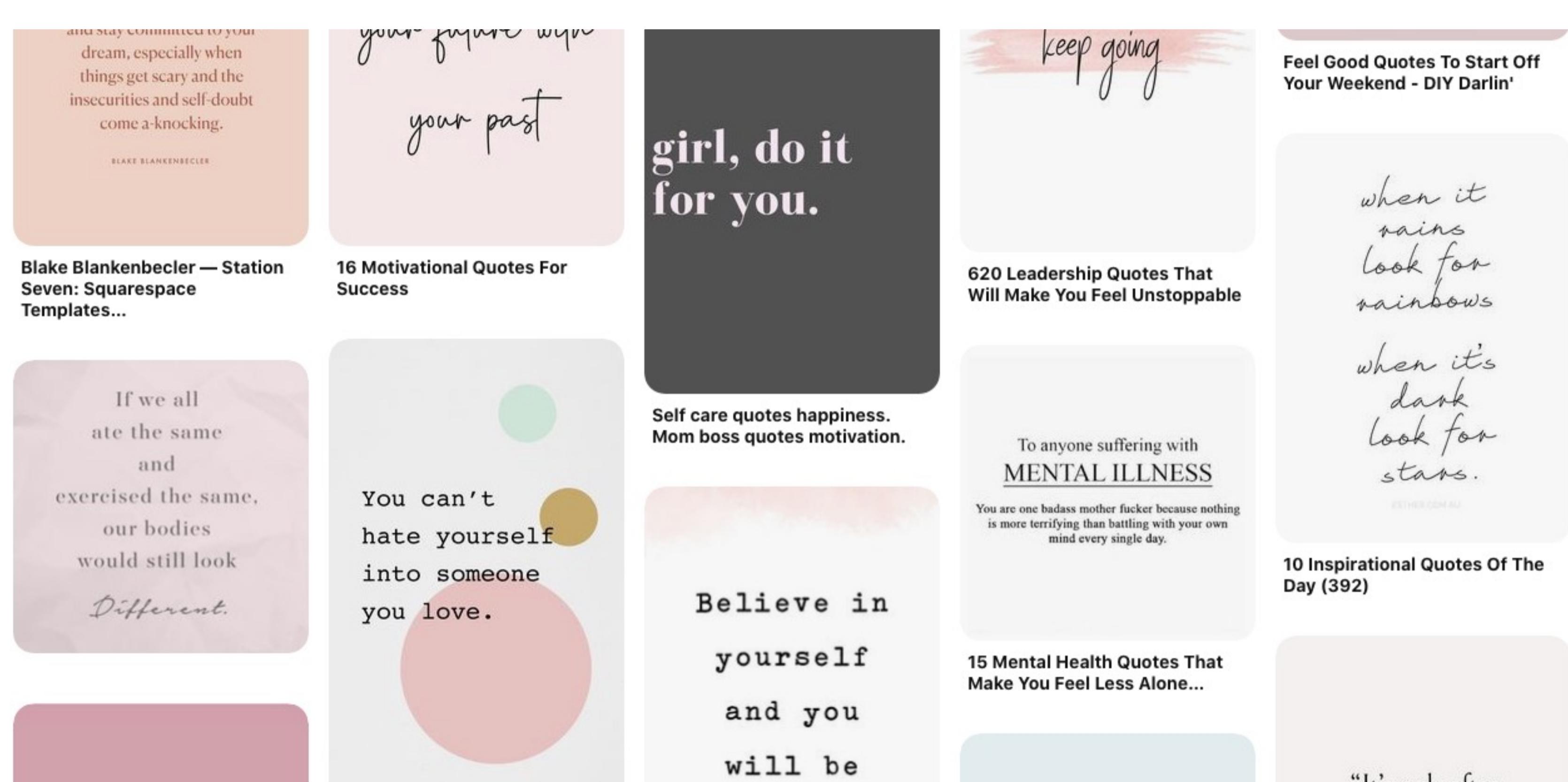
Historien bag	Webside udformning	Kundefokus	Mågruppe	Sociale Medier og forhandlere
Monday On A.. (MOA) Mandag på en torsdag. Feel-good t-shirts med opførtende tryk; citat, illustration eller billede.	Mobilpay SKAL være muligt Flere bruger mobil til tøjkøb, og Mobilpay skal prioriteres.	Mulighed for at "mærke stoffet" Find løsning, evt. stof-sample tilsendes.	Kvinder, 25-35 år Det er hende, der godt tør skille sig lidt ud, har humor, har selvmoni, og som glæder ved sjove illustrationer eller statements. Hende, der også bruger GIF's til at udrykke sig med, og som gerne kombinerer en fed, trykt t-shirt med klassiske bukser og hæle.	Community Opbygning af fællesskab. Fokus på afstigmatisering af picture perfect Instagram.
Værdier Autencitet, Støtte, Pass on the Karma	One-pager ved check ud Den skal være let og overskuelig.	Pass on the Karma Mulighed for at give "mandagsfølelsen" videre.	Gennemsigtighed Brugeren skal vide, hvad de køber, hvilke materialer, bæredygtigheden og leveringsomkostningerne - fra starten.	Brug af influenceure Fx Katrine Gieger eller Emilie, Caroline etc.
+	Visuel præsentation skal prioritieres Både af produkter, så man kan se, hvordan stoffet falder. Men også i story telling - feel good videoer.	Fokus på flow Købsprocessen er sjældent lineær, og det skal være let at navigere rundt på hjemmesiden.	Forhandlere Fx Odd Lemon, Bruun strik	+ Mission skal være tydelig Den moderne bruger researcher på
+ Historien bag	Webseite udförmung	Kundefokus	Mågruppe	Sociale Medier og forhandlere

Ide

Lightning Demos

Liste over inspirerende elementer/ features/ websites

Pinterest-søgning "Feel-good"; Pastel farver



Acket.com; mulighed for individuel tilpasning af størrelse

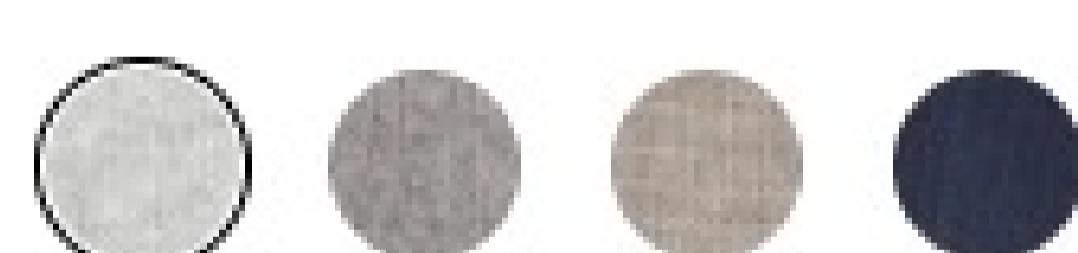
Shop > Knitwear > The Cashmere Sweater

The Cashmere Sweater

Light Grey

1350 DKK

Traditional retail price: 2300 DKK



Size

XS ▾

SELECT

What's my size?

Length ▾

Short

Regular

Long

Delivery in 2-4 days | Free over 550 DKK

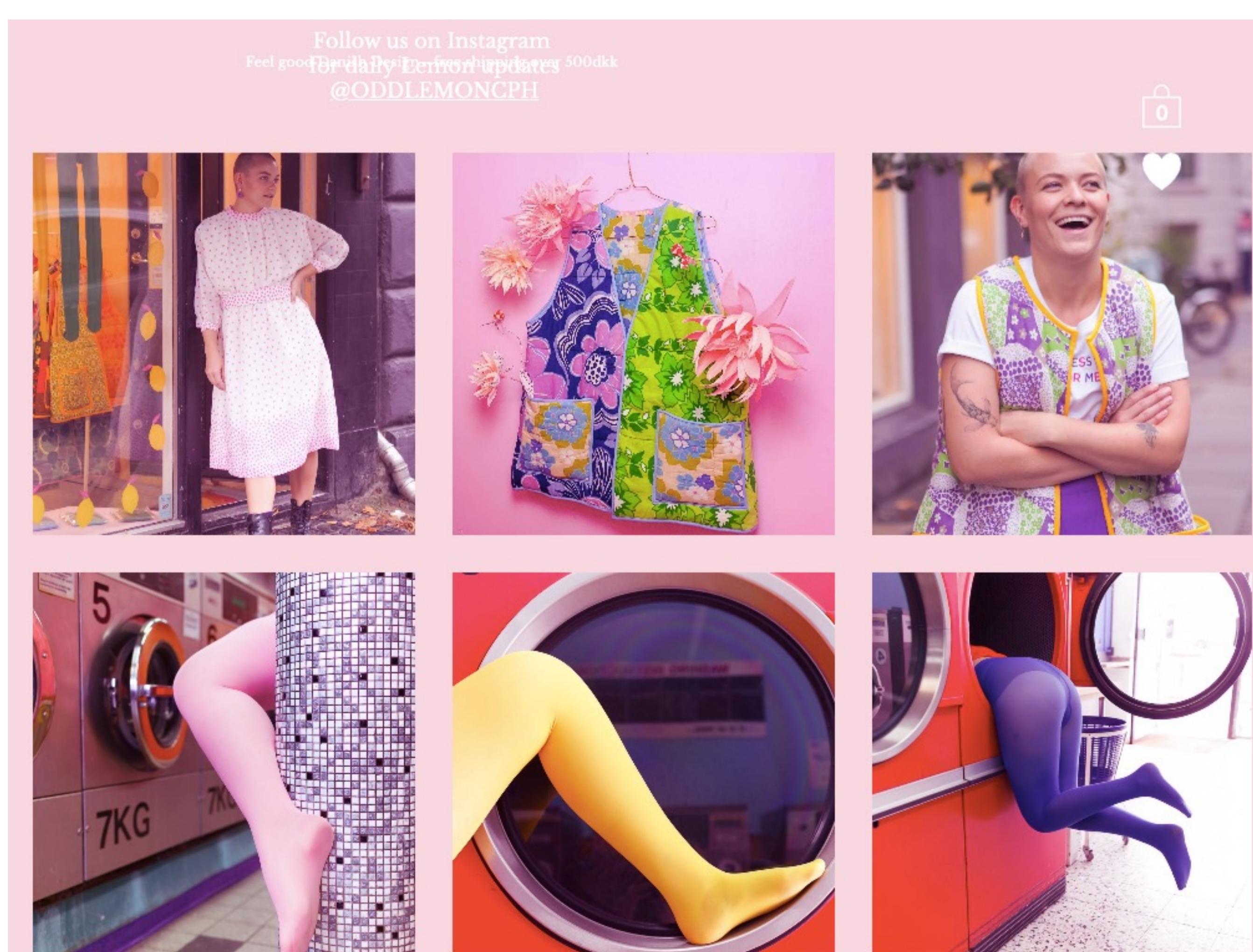
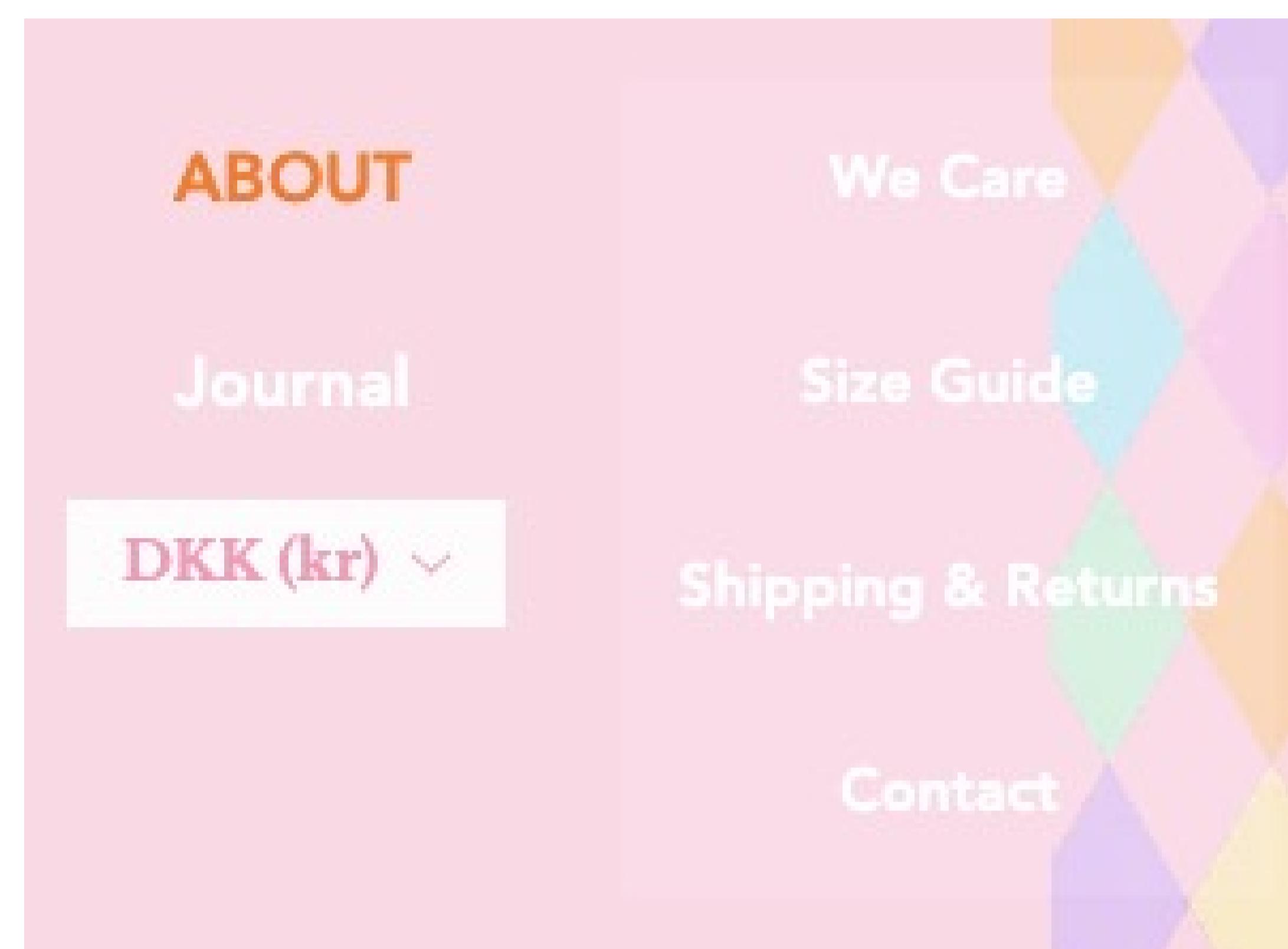
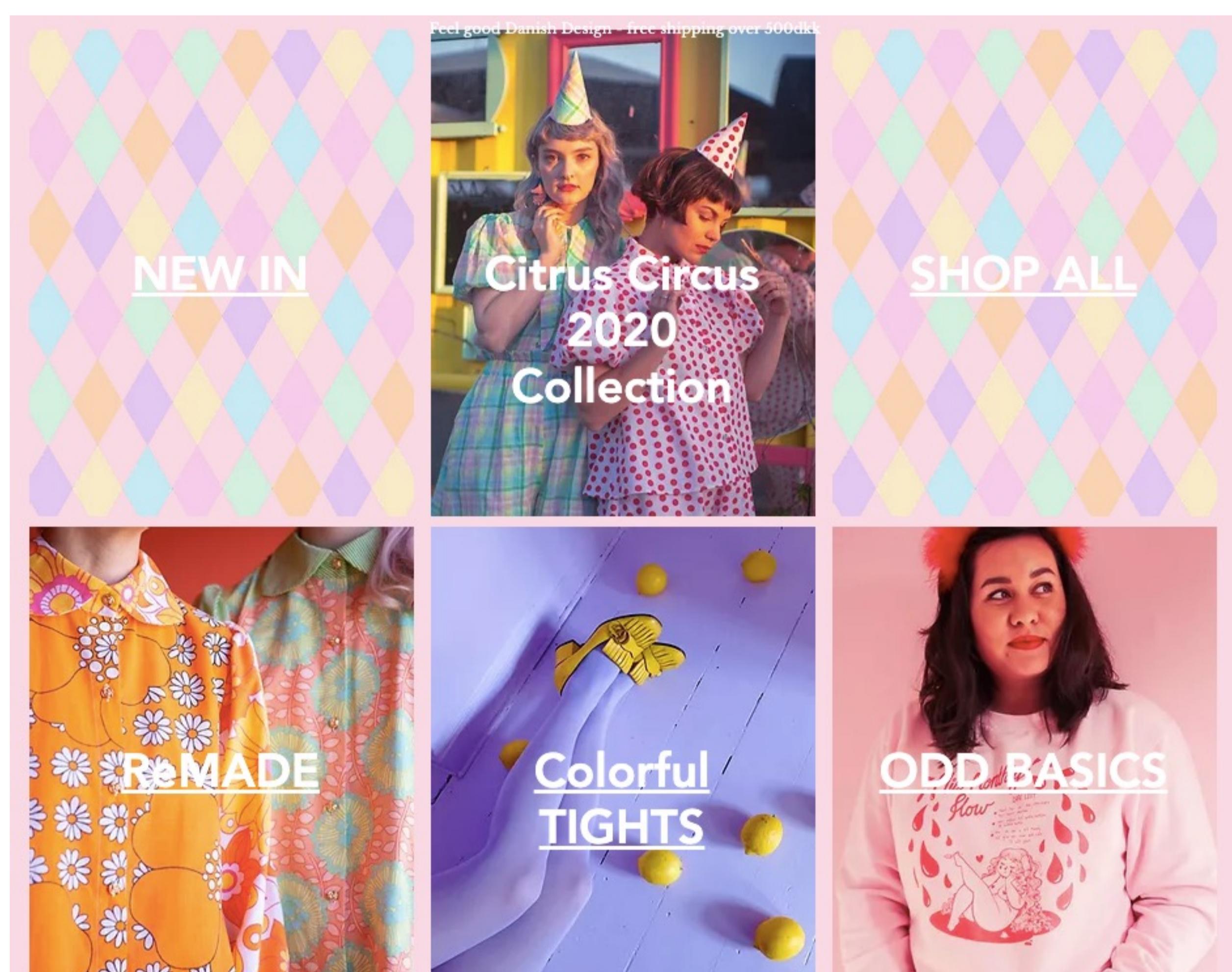
Overview Details Fit Care

Ide

Lightning Demos

Liste over inspirerende elementer/ features/ websites

Oddlemon.com; visuel set-up, menu, instagram, breadcrumbs



Hjem / New In / Royal - Vintage quiltet Robe

Ide

Lightning Demos

Liste over inspirerende elementer/ features/ websites

Andre links; set-up, alternativ one pager (fokus på landingpage):

<https://www.malai.co/>

<https://onepagelove.com/sim-sim-falafel>

<https://www.siteinspire.com/websites/8783-edie-parker-flower>

3 ideer, jeg delte med min gruppe

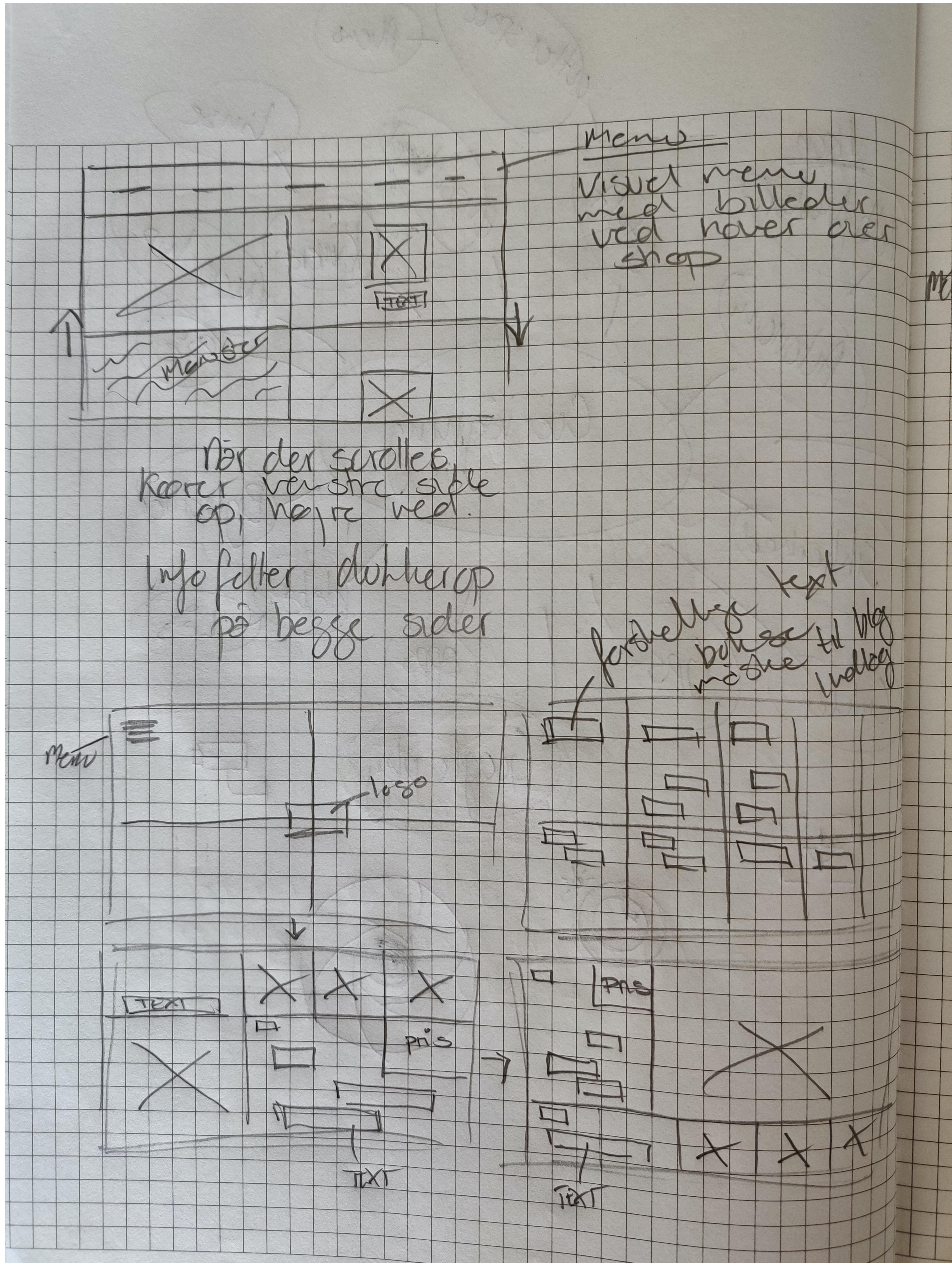
Oddlemon.com

Asket.com

Pinterst-søgning

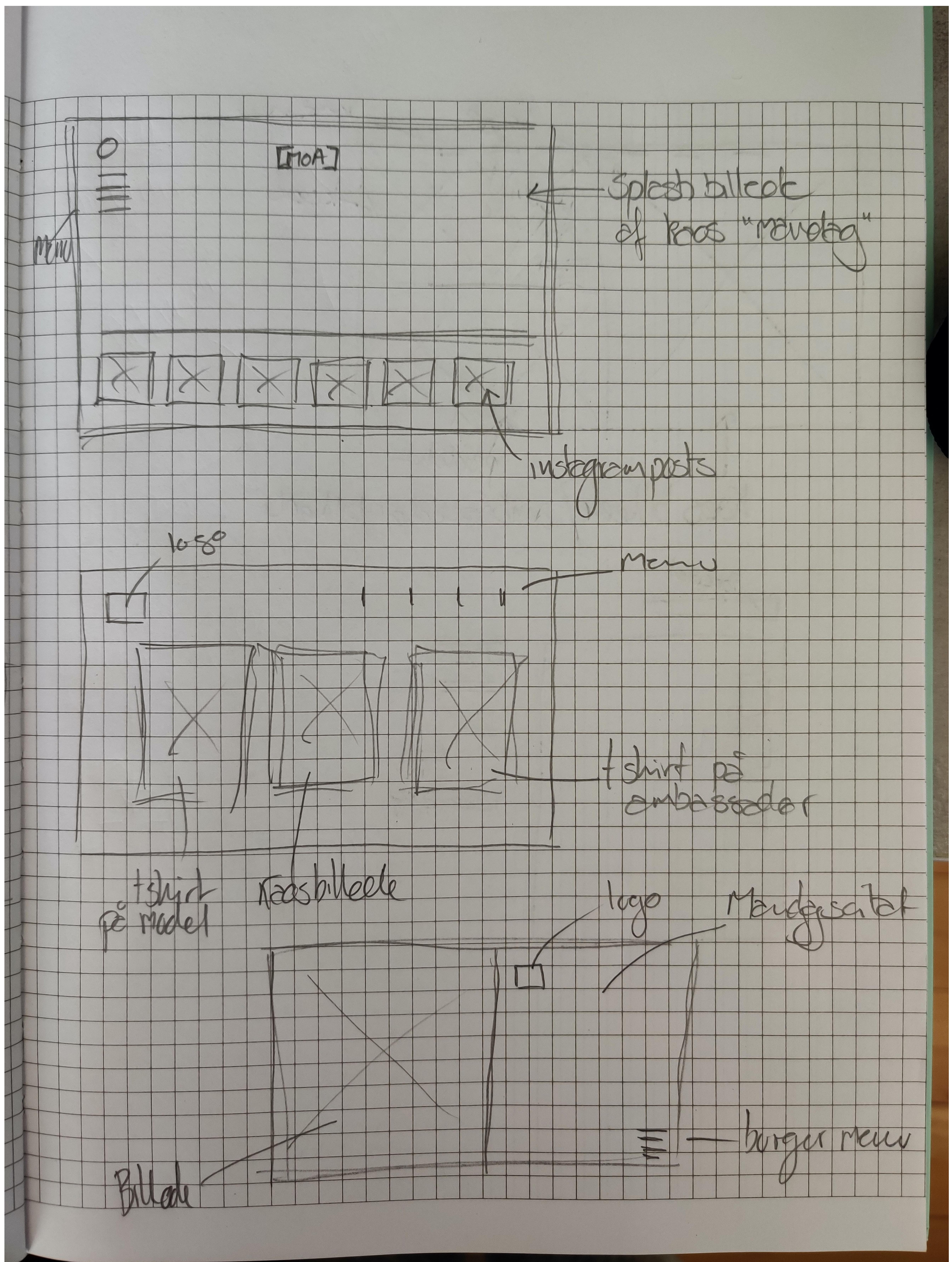
Ide

Sketch



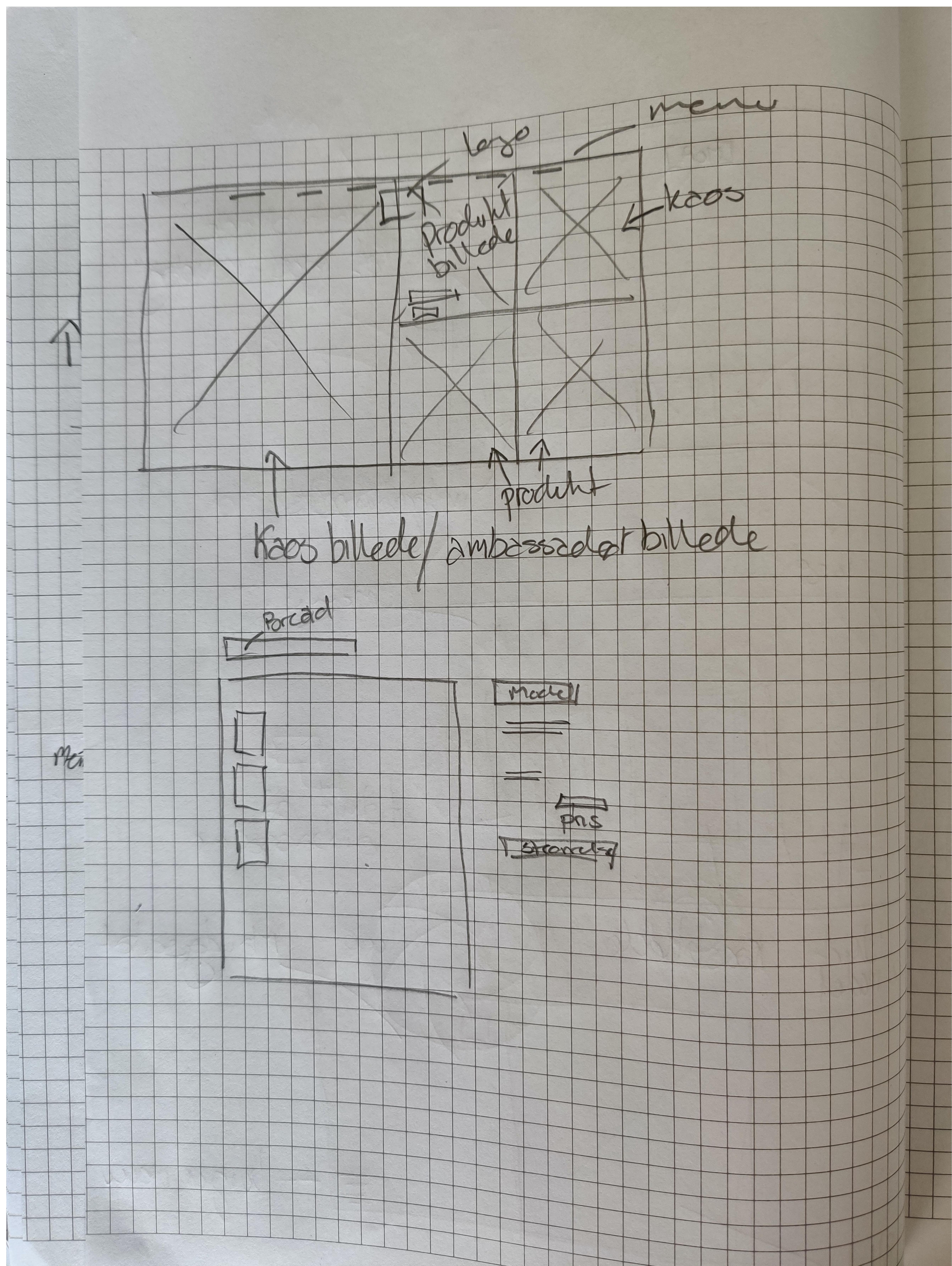
Ide

Sketch



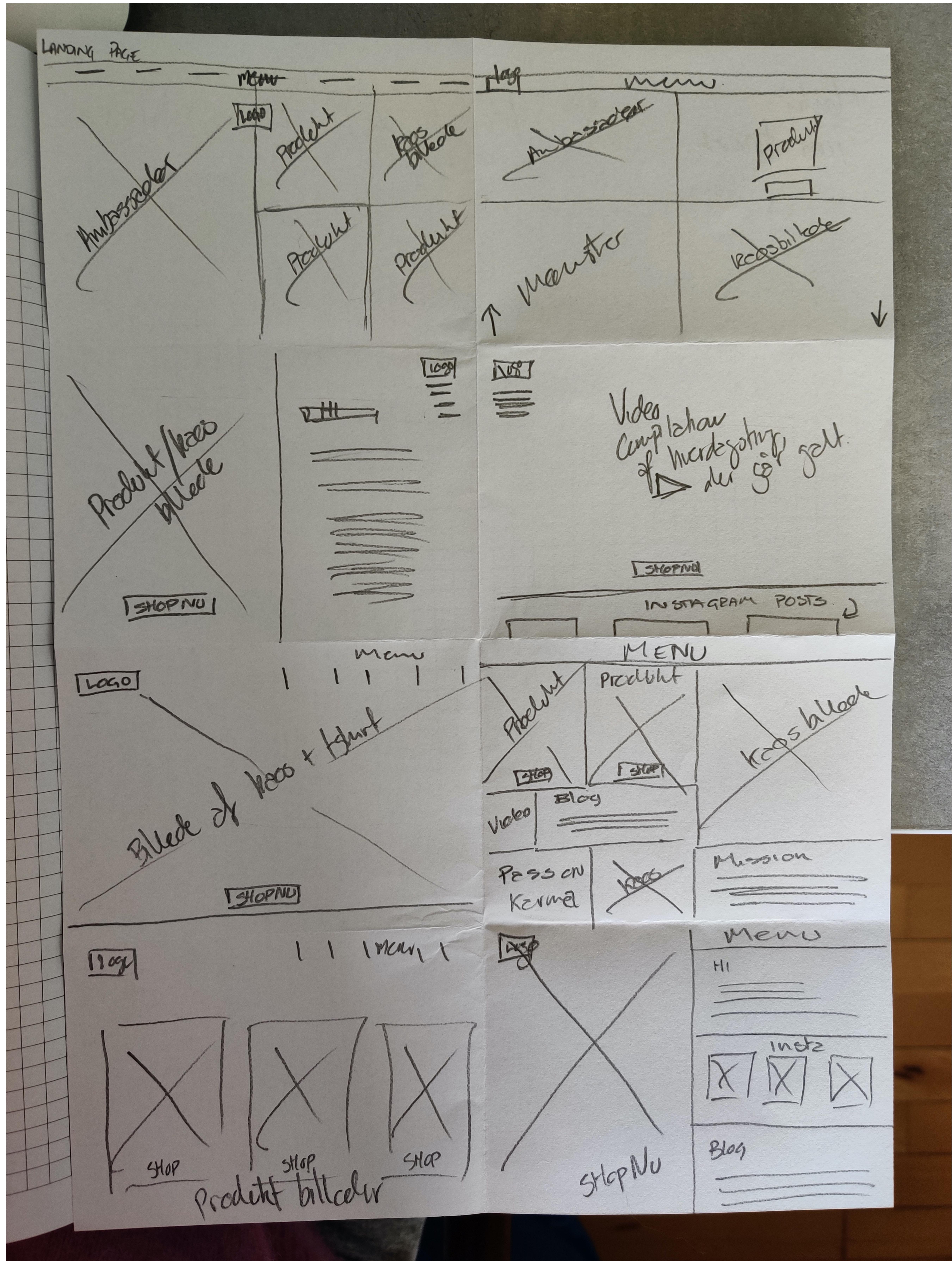
Ide

Sketch



Ide

Sketch - Crazy 8s



Ide

Sketch - Solution sketch - mulig landingpage

