

# App-projekt

Green Remedy

Hold B, Gruppe 2

Cecilie  
Emilie  
Matilde  
Tobias

# Fokusmål

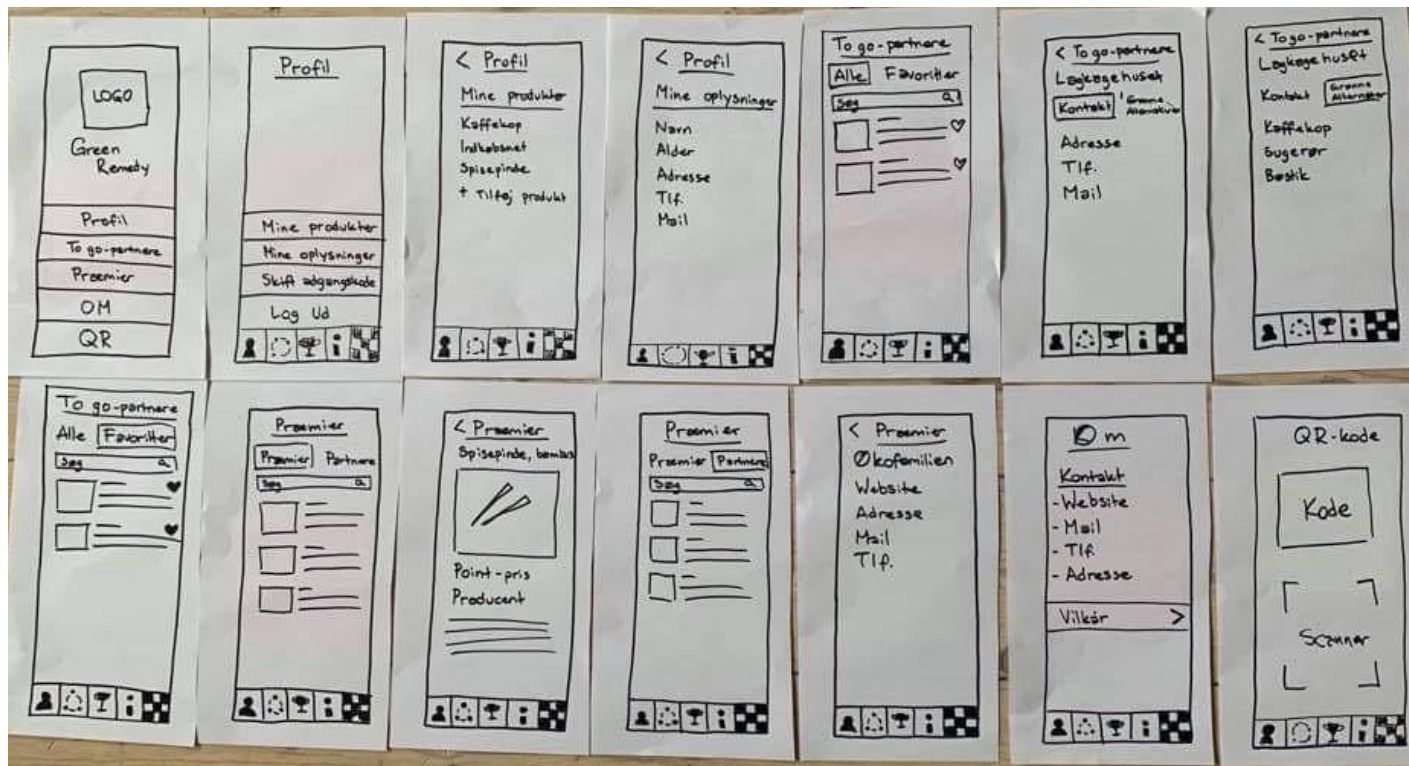


# Koncept

- Dansk Retursystem
- Mindske forbrug af engangsartikler/-emballage
- Tilskynde brug af genanvendelige produkter
- Belønningssystem med point
- Point optjenes når man bruger genanvendelige alternativer
- Point kan bruges til at købe flere bæredygtige produkter

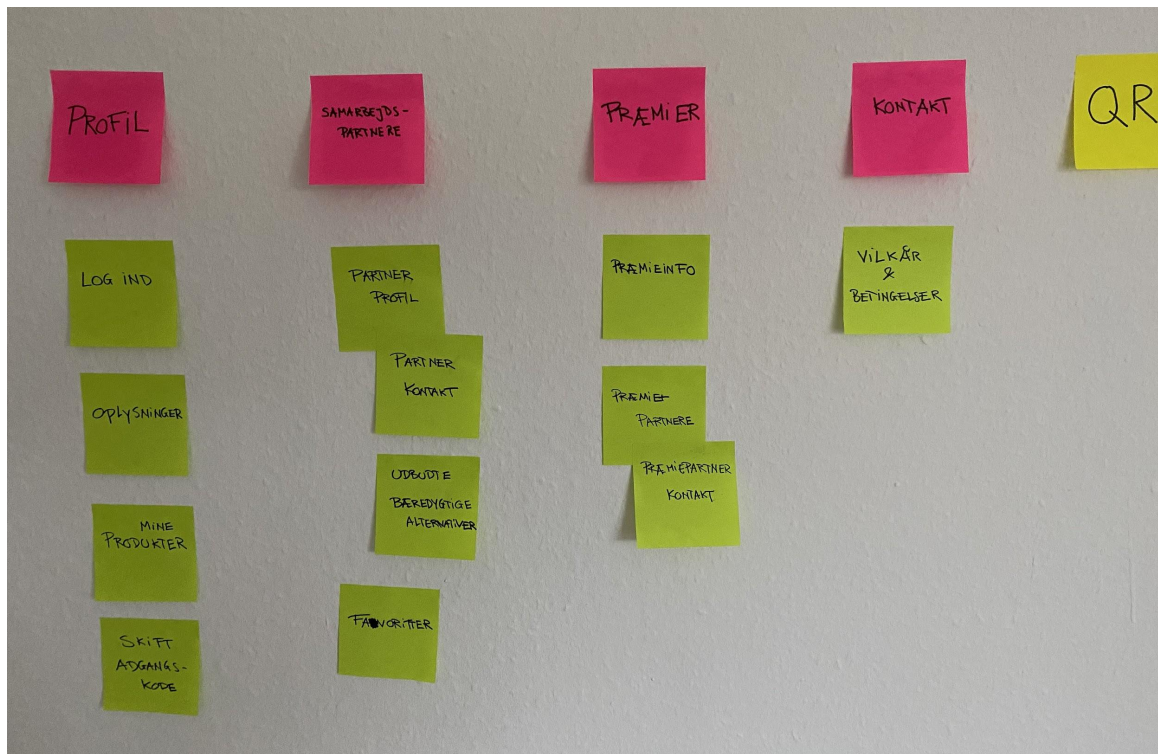
# Visualisering

## Skitser



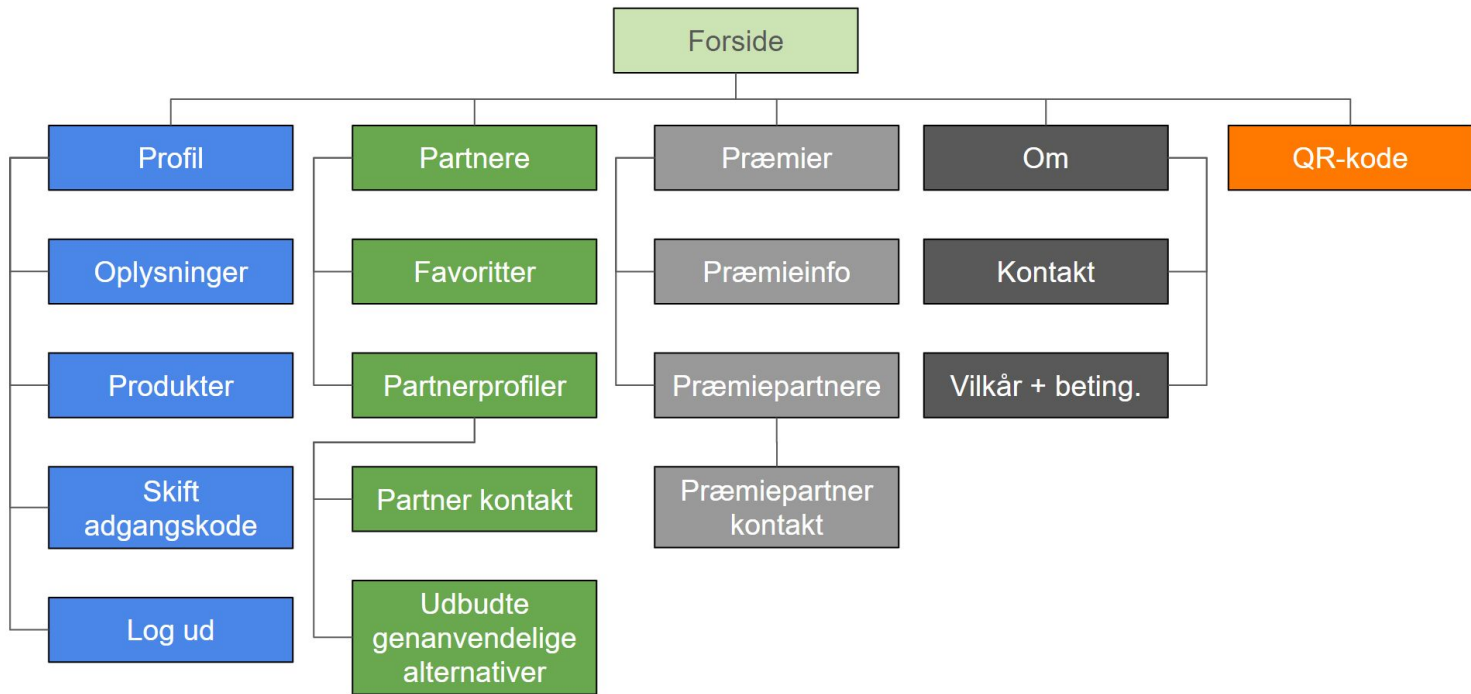
# Informationsarkitektur

## Kortsortering



# Informationsarkitektur

## Sitemap



# Målgruppe

- 18 - 60 år
- Alle køn
- Kommuner med mindst 30.000 indbyggere
- Personer der køber to go i forvejen
- Købsadfærd rettet mod acceptabel løsning

# Målgruppe

## Persona

Gunilla Obe Andersen

Persona 2



"Jeg bruger Green Remedy, fordi det gør det nemt og overskueligt, at forfølge min passion for at gøre noget godt for miljøet. Jeg kan nemt se, hvor jeg kan medbringe mit eget service og dermed hvor jeg forestrækker at gå hen og handle, uden at skade miljøet. For mig er det vigtigt at gøre en forskel for både min egen, men også de kommende generationer, så vi alle kan leve på en jordklode der er til gavn, for både mennesker, dyr og planter."

**Klog · Frisindet · Feminist**

Alder: 22

Beskæftigelse: Studerende

Familie: I et forhold

Lokation: Århus

Arktetype: Den kreative

### Biografi

Gunilla er antropologi-studerende på Århus Universitet. Hun frivillig i Amnesty International og lever vegansk. Derfor er det vigtigt for hende, at det er nemt og overskueligt at se, hvor man kan vælge det bæredygtige valg.

### Mål · Interesser

- En hverdag med klimavenlige valg.
- Et bredt udvalg af forskellige take-out restauranter, med fokus på miljøbevidsthed.
- En ekstra "godbid" ved at være klimabevidst.
- Fokus og større udbud af vegansk kost.
- Kun adgang til bæredygtige produkter i dagligvarebutikker.

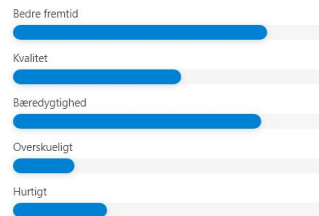
### Bekymringer · Frustrationer

- Verdens ve og vel og hvordan vi efterlader planeten til de kommende generationer
- Menneskets tanke på kapital, fremfor klima og miljø.
- Klimakatastrofer og det vilde dyrelivet.
- Det billige valg vinder over det fornuftige og langtidsholdbare valg.

### Scenarie

"Jeg har for det meste lyst til take-out, når jeg ses med venner eller min kæreste og vi skal spise udenfor, et sted i Århus. Det er enormt vigtigt for mig at maden er vegansk, da jeg rigtig gerne vil sætte så lille et aftryk på kloden, som muligt, men samtidig kunne leve et liv med kvalitetsvalg."

### Motivation



### Personlighed



### Brands





# Målgruppe

## Persona

Mads Damgaard

Persona 1



"Jeg bruger enormt meget tid på kontoret, så derfor er der ikke meget tid til at lave mad til mig selv. I og med at jeg bruger så meget tid på mit arbejde, er jeg også en storforbruger af kaffe og dermed en storforbruger af engangsservice. Jeg bruger Green Remedy for at kunne udleve min passion og leve som jeg altid har gjort, men på en mere bæredygtig måde."

**Friendly · Ambitious · Focused**

Alder: 36

Beskæftigelse: Advokat

Familie: Single

Lokation: København · Østerbro

Arketype: Workaholic

### Biografi

Mads er advokat i eget firma, med 30 ansatte under sig. Født og opvokset i København. Han laver aldrig selv mad, men køber det hos forskellige take-out steder, som restauranter og take-away-services. Han går op i kvalitet og har råd til det, han vil samtidig gerne mere miljøbevidst, men finder det besværligt i en travl hver dag.

### Mål · Interesser

- Spise kvalitet take-out mad i en travl hverdag.
- Have nemmere ved at træffe miljøbevidste valg.
- At kunne præstere på arbejdet, uden bekymring om unødvendig miljøbelastning.
- Få et overblik over miljørigtige produkter.

### Bekymringer · Frustrationer

- Opfatter miljøbevidste valg, som værende uoverskuelige og komplicerede.
- Manglende og simpel adgang til bæredygtige alternativer.
- Følelsen af magtesløshed overfor klimaforandringer.
- Fokus på kommende generationers fremtid.

### Scenarie

"Når jeg på en travl hverdag, har en pause mellem mine daglige møder, holder jeg af at hente en god kop kaffe hos en lokal kaffebar, for at koble af. Jeg køber måske 6-8 kopper om ugen, dette får mig ofte til at tænke på, hvor stor en belastning dette er for klimaet."

### Motivation



### Personlighed



### Brands



# Design

## Farver



## Ikoner



Typografi  
Montserrat

Logo



# Testresultater

- Hjem-/tilbageknap er ønsket
- Farver kan være overvældende
- “Partnere” under præmier skal kaldes noget mere specifikt
- Evt. ikoner ved knapper på forsiden
- Ikon for To go-partnere kunne laves om til kaffekop, eller mere sigende ikon
- Oversigt over point-historik

# Gennemgang af prototype

[Link til prototype, mobil](#)

[Link til prototype, tablet](#)