

Flow 4: Kampagne

Projektbeskrivelse

I 1. semester flow 4, har vi skulle lave en verdensmål kampagne for en butik i Lyngby Storcenter i forbindelse med en samlet verdensmåls kampagne i centret.

Flowopgaven bestod i at designe en landingpage for verdensmåls kampagnen for den valgte virksomhed, som indeholdt en video, tekst og grafisk materiale, som vi selv producerede til siden.

Din oprindelige løsning, både produkt og skriftlig dokumentation

Vi valgte at vælge virksomheden "name it", hvor kampagnen gik ud på, at man kunne komme ned i name it i Lyngby Storcenter, og aflevere barnets brugte tøj, og få 10% på sit næste køb. Vi havde valgt det 12. verdensmål; ansvarligt forbrug og produktion og 13. verdensmål; klimaindsats.

Heri fremgår der en skriftlig dokumentation, samt link til en prototype i Adobe XD, style guide, kampagnevideo og landing page.

[file:///Users/freajohansen/Downloads/aflevering%20\(1\).pdf](file:///Users/freajohansen/Downloads/aflevering%20(1).pdf)

Landingpage:

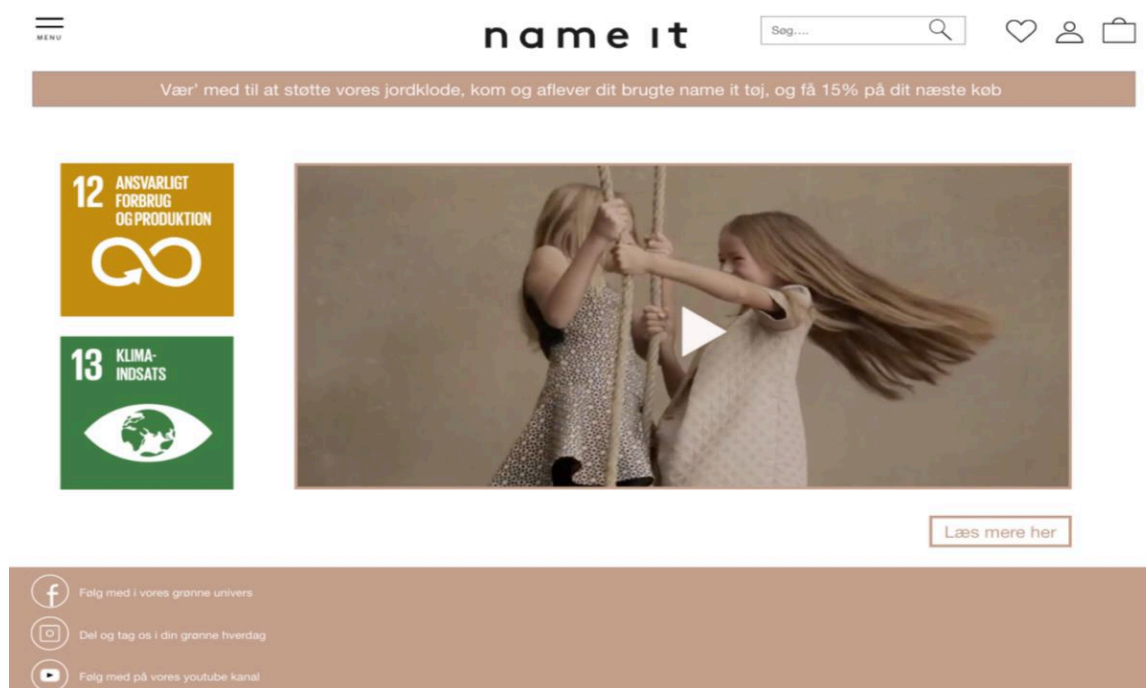
<http://fdjdesign.dk/nameit/index.html>

Kampagnevideo:

https://www.youtube.com/watch?v=JYgxp9noHCA&feature=emb_logo

Github:

<https://github.com/frejadi/1.sem./tree/main/Nameit.remake>



En forbedret løsning ("remake") med forklaring og begrundelser af forbedringer

FDJ

Ved vores feedback, fik vi afvide at vi skulle kigge nærmere på opstillingen af de forskellige elementer på vores landingpage, og at vores "call to action" bottom skulle fremgå mere tydeligt. Derudover skulle det fremgå tydeligere, at vi lavede en kampagne for Lyngby Storcenter.

Med denne feedback, valgte vi at sætte teksten under videoen, så videoen var mere i fokus. Med det blev der skabt noget mere nærhed mellem video og tekst, så man ikke var i tvivl om at de havde en relation. I teksten valgte vi at få Lyngby Storcenter inddraget, samtidig med at vi satte deres logo ned i 'footeren' og linke til deres hjemmeside. Brugeren skulle hverken være i tvivl om hvad kampagnen gik ud på, eller at det var et samarbejde imellem de to virksomheder, hvor de 17 verdensmål var inkluderet.

Derudover satte vi vores "call to action" knap ned under verdensmålene, så brugeren ikke var i tvivl om, at man kunne læse mere her.

Herunder fremgår et link til vores remake af vores landingpage.

<http://fdjdesign.dk/Nameit.remake/>

Refleksion over egen læring

Vi er blevet introduceret til hvordan man bruger Adobe Premiere Pro.

Jeg har tidligere erfaring med at klippe i Imovie, så det at skulle vænne sig til at klippe i Premiere Pro var noget af en udfordring. Dog var det en fordel, at jeg bare havde noget erfaring, da man havde en ide om hvor og hvordan man gjorde ting, ud fra tidligere klippe-værktøj.

Derudover har vi fået indblik i hvordan man laver en shotlist, storyboard, style guide, samt illustrator til, at evt. kunne lave ikoner.

Igennem flowet havde jeg en forventning om at lære yderligere om filmiske virkemidler, nyt klippe-værktøj og style guide, samt få en større forståelse for hvordan man sammensætter en landing page og gøre den mere overskuelig og brugervenlig.

Det levede op til mine forventninger. Jeg havde en del baggrundsviden i forvejen, da jeg også har haft om det i gymnasiet, så det var bare rart at få mere viden indenfor dette, samt opfrisket nogle ting.