Elias Olsson

Webbteknik 1

Linnéuniversitetet

24/3–2019

Rapport för slutuppgiften

**Syfte och målgrupp:**

Syftet med hemsidan jag har skapat är att göra reklam för ett påhittat företag som heter ”Elias Editing”. Hemsidan ska då hjälpa företaget att få betalande kunder. Företaget arbetar med videoredigering för privata kunder och företag. Hemsidan används för att visa upp företagets portfolio, visa vilka tjänster som erbjuds, priset på dessa tjänster, svara på frågor gällande företaget samt ge gästerna möjligheten att kontakta dem för redigeringsuppdrag eller för att konsultera med företaget gällande videoredigering. Målgrupperna som kommer använda hemsidan är troligtvis privatpersoner som vill ha professionell redigering av deras egna filmklipp, möjligtvis videoklipp från en semesterresa, bröllop eller dylikt. Den andra målgruppen är företag som behöver reklamfilmer.

**Kravspecifikation:**

**Innehåll:**

1. Exempel på tidigare arbeten.
2. Produktbeskrivning med hjälp av videor samt text.
3. Information om företagets historia, verkningsområden och om de anställda.
4. Få information om priser för tjänsterna.
5. Kontaktuppgifter till företaget.
6. Nyheter om företaget.

**Funktion:**

1. Användaren ska ha möjlighet att kontakta företaget.
2. Bilder och videor ska visas i en storlek som är anpassad till användarens enhet.
3. Alla sidor ska fungera i olika enheter (dator, mobil).

**Översiktlig beskrivning av arbetet:**

Arbetet med hemsidan började med att leta efter inspiration på liknande hemsidor i samma bransch. Jag hittade då hemsidan ”[https://www.videodone.io](https://www.videodone.io/)” som också arbetar med att redigera videoklipp åt kunder med en möjlighet att välja olika prispaket beroende på hur stort projektet är. Jag bestämde mig även för att ha en ”modern” känsla på hemsidan genom att använda en s.k. ”Hero image”. Det är när huvudsidan på en hemsida är täckt av en stor bild med centrerad text och en eller två knappar. Hemsidan är ofta minimalistisk (Mary Stribley, (u.å.) *The Power of hero image design: 35 striking case studies to inspire your own. https://www.canva.com/learn/hero-images/ [2019-03-14*]). Denna typ av design följer Jesse James Garretts ”Follow The Eye”-idé där man utformar sin hemsida med vad kunden ser först i åtanke. Därför försökte jag designa sidan genom att skapa tydliga kontraster så att den viktigaste informationen sticker ut vilket leder till att användarens fokus hamnar där jag vill. Detta gjordes med hjälp av ”hero”-designen, då det blir mycket tomma utrymmen men i mitten av skärmen så finns det jag vill att användaren ska fokusera på, ett kort meddelande och två knappar. Den ena knappen leder till en video som visar kvalitén på tjänsten som erbjuds och den andra knappen är en länk till ”Tjänster”-sidan där kunden kan snabbt få fram priserna på vad som erbjuds och mer information om tjänsterna. (Jesse James Garrett (2011) *The Elements of User Experience.* 2. uppl., s.137. Berkeley, CA. New Riders)

Med detta designsätt i åtanke så påbörjade jag arbetet med hemsidan och valde en bild i högupplösning som täcker hela sidan med en liten meny som global navigering uppe i hörnet samt en liten mängd text och 2 knappar i mitten av sidan. Hemsidan som jag hade valt som inspiration använder sig också av en ”Hero-image”-design, fast med videoklipp i bakgrunden i stället för en stillbild. Efter detta började jag skapa de andra sidorna på hemsidan. Jag följde kravspecifikationen som jag hade skapat för att veta vad exakt som behövdes på hemsidan. De sidorna som jag bestämde mig för att ha på hemsidan blev till slut ”Hem – Om oss – Tjänster – Kontakt – FAQ”. Eftersom hemsidan behövde lokal navigering utöver den globala navigeringen så la jag även till en sida som bara går att komma åt via ”Tjänster”-sidan där man får se priserna på tjänsterna.

**Hem:** Den här sidan används som startsida och har med flit väldigt lite information för att hemsidan ska se ”renare” ut. Syftet med den här sidan är mest för att fungera som en portal till de andra sidorna.

**Om oss:** Syftet med den här sidan är att ge användaren information om företaget. Hur/när det skapades, vad som erbjuds, vilka verkningsområden som finns o.s.v.

**Tjänster:** Här får användaren en möjlighet att se exempel på det arbete som erbjuds samt en länk till priserna som gäller för de olika tjänsterna. Här så la jag in 3 videor som jag har redigerat tidigare. De implementerades med ”iframe”-kommandot och justerades med CSS så att de ligger snyggt på en rad och inte tar upp för mycket eller för lite plats på sidan.

**Prislistan:** Ger användaren information om vad exakt skillnaderna är på de olika tjänsterna som erbjuds är samt priserna på dessa. Det finns även en länk under alternativen till kontakt-sidan.

**Kontakt:** Ger användaren en möjlighet att kontakta företaget med hjälp av ett formulär. Användaren kan då tydligt markera vad den är ute efter.

**FAQ:** Svar på potentiella frågor som kunden kan ha. Syftet är att kunden ska känna att företaget är pålitligt vilket i sin tur kan leda till att kunden gör ett köp på hemsidan. Här förklaras även vilka betalningstyper som accepteras, mer information exakt vad skillnaderna är på de olika paketen samt vilka det är som jobbar för företaget.

När grunden var lagd för hemsidan så började jag med finjusteringar med designen. Alla sidor fick en egen, relevant bakgrundsbild. Jag la även till ”hover” och ”active”-kommandona i den globala navigeringsmenyn så att användaren enklare kan se vilken sida de är inne på. Jag fixade även till designen på knapparna i mitten av ”hem”-sidan och la till en ”transition”-effekt så att de byter färg om muspekaren är på knappen.

**Bilder:**

Vissa bilder behövde klippas för att passa hemsidan. Jag skapade även en logga till företaget som jag designade, anpassade storleksmässigt samt gjorde transparant så att den smälter in bättre med designen på hemsidan.

**Utvärdering mot kravspecifikationen:**

För det mesta så lyckades jag uppfylla kravspecifikationen. Exempel på tidigare arbeten går att hitta på ”Tjänster”-sidan. Produktbeskrivning med hjälp av videor samt text går också att återfinna på ”Tjänster”-sidan och på ”FAQ”-sidan. Information om företagets historia, verkningsområden och om de anställda finns på ”Om oss”-sidan. Information om priserna för tjänsterna finns på prislistan. Kontaktuppgifter finns på ”Kontakt”-sidan, men jag bestämde mig för att bara lägga telefonnumret där och ge användarna möjligheten att fylla i ett formulär istället för att effektivisera kommunikationen mellan företaget och kunden. Jag hade en sida som hette ”Nyheter”, men jag tog bort den i tidigt skede då jag inte prioriterade det så högt och beslutade mig för att potentiellt implementera den funktionen i en senare version. På grund av tidspress så var det inte heller möjligt för mig att implementera total anpassning till användarens enhet, utan jag var tvungen att prioritera andra funktioner högre.

**Källförteckning:**

Jesse James Garrett (2011) *The Elements of User Experience.* 2. uppl., s.137. Berkeley, CA. New Riders.

Mary Stribley, (u.å.) *The Power of hero image design: 35 striking case studies to inspire your own. https://www.canva.com/learn/hero-images/ [2019-03-14*]