

# .Individuals

- bæredygtighed der *altid* passer

Helena Adelaide Schiermer Nielsen

# Illustration



*Køn*

*Højde*

*Vægt*

*Hals*

*Bryst*

*Talje*

*Hofte*

*Bagdel*



# Idéudvikling

## Desk research

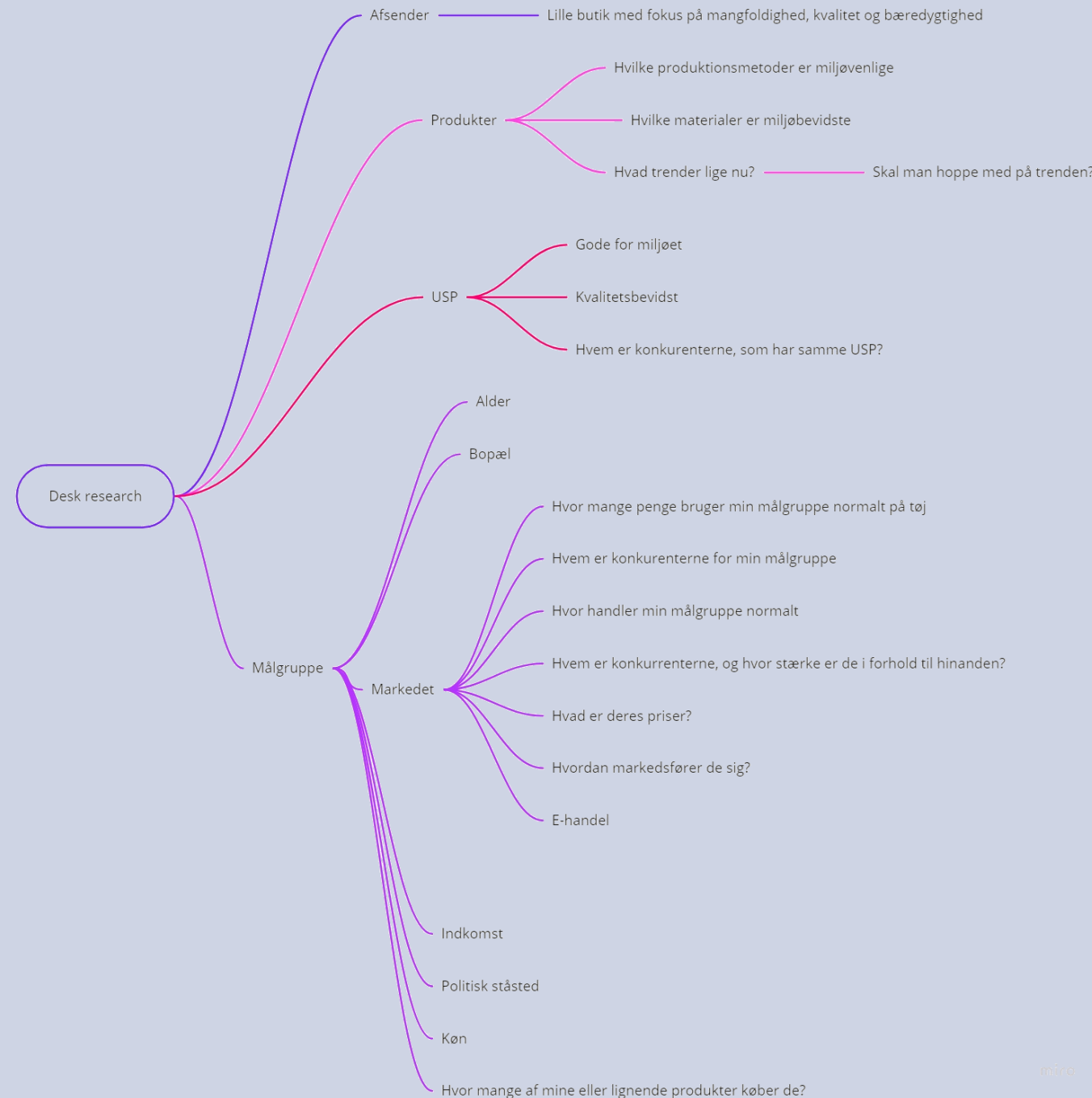
Tøj ligger nr. 1 over de ting der bliver købt online.

Folk mellem 15-29 er dem der shopper mest.

Mange unge stemmer på partier der går op i bæredygtighed

Slow fashion er ved at komme på mode

Efterspørgsel på tøj der er bæredygtigt

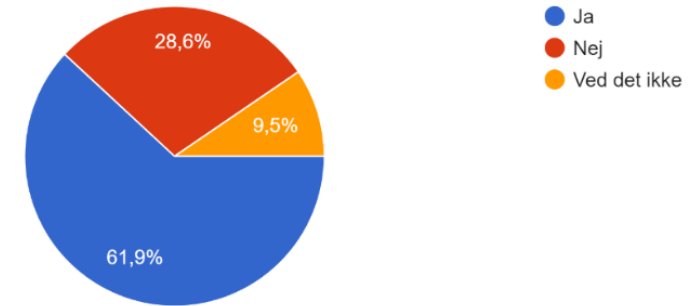


# Survey og Interview

- Hjemmesider der er minimalistiske er mere overskuelige og man har lyst til at kigge på mere tøj, fordi man ikke bliver for overvældet.
- Ikke betale mere for bæredygtige produkter, men meget gerne have det med som et plus.
- Der er mangel på størrelser på hjemmesider - skrædersyet tøj sidder bare bedre.
- Gratis fragt, hurtig levering og billige priser er hvad min målgruppe vægter højest.

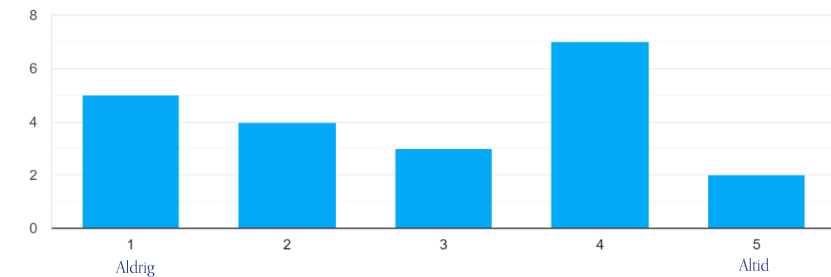
Er det vigtigt for dig at tøjet findes i et bredt udvalg af størrelser?

21 svar



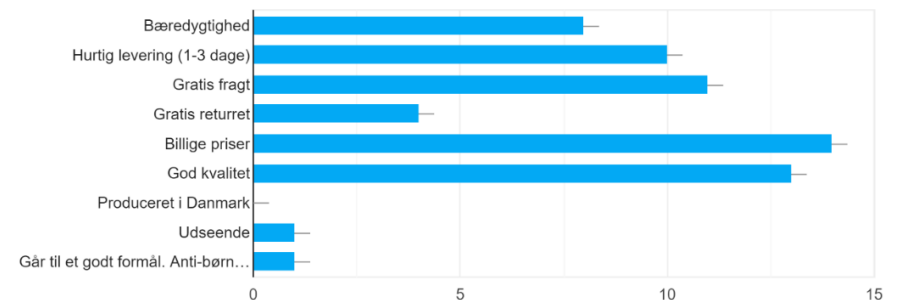
Hvor tit returnerer du tøj, fordi det ikke passer som det skulle?

21 svar



Vælg 3 ting du prioriterer, når du shopper online.

21 svar



# Citater fra interview

”Jeg vil elske hvis den t-shirt jeg købte var bæredygtig, men hvis jeg er ude i at betale dobbelt for en t-shirt fordi den er bæredygtig så hopper jeg fra.”

”Det er tit at det tøj jeg køber online ikke passer mig, ikke kun fordi størrelsen ikke var korrekt, men fordi bukserne ikke er lange nok, og hvis jeg går en størrelse op så bliver bukserne for store.”

# Mine samlede indsigter

## Målgruppe

Unge (15-45), der enten har problemer med at tøjet aldrig passer, eller dem der gerne vil garantere at tøjet passer.

Miljøbevidste mennesker, som går op i kvalitet.

## Produkter

Basics.

T-shirt, sweatshirt og sweatpants. Men da man selv kan designe tøjet, er der et hav af muligheder.

## Egenskaber til shop

Hurtig levering.

Gratis fragt.

Pasgaranti.

100% bæredygtigt.

Kvalitet

## Designvalg

Minimalistisk.

Naturlige & rolige farver.

Forståeligt layout.

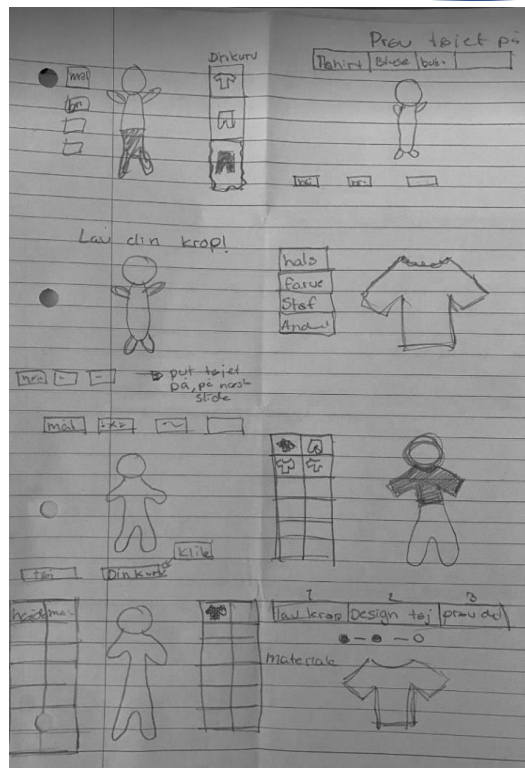
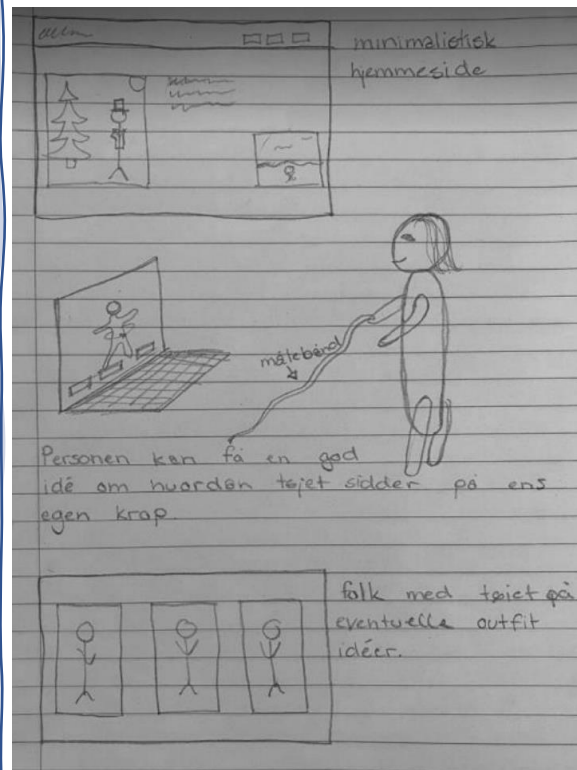


# Produkter og produkt egenskaber

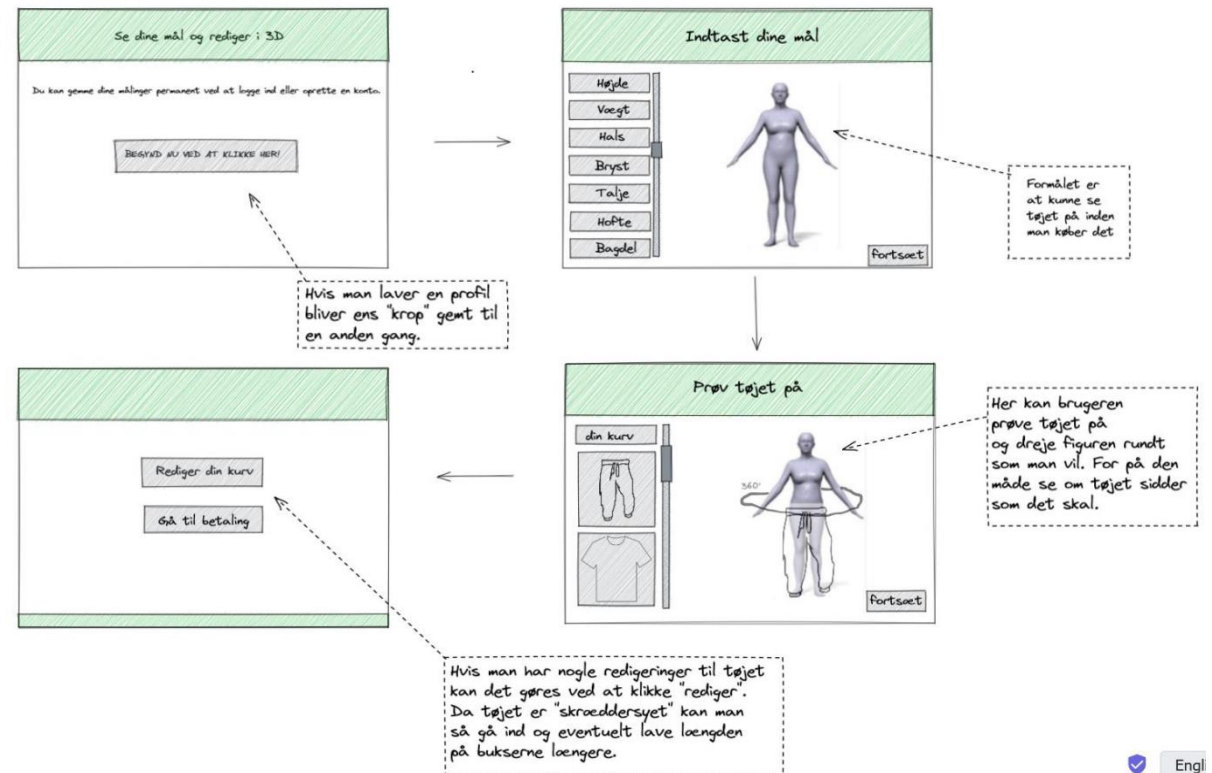
Alle tingene kan skræddersyes lige som du vil have dem til at passe dig. Og hvis det ikke var nok, kan du også selv designe dine produkter, helt ned til materialet (som selvfølgelig er miljøvenlige materialer)



# Design process



## 3D FIGUR AF DIG





# Moodboard og stiletile



## TYPOGRAFI

*H1-overskriften er i en Orpheus Pro, størrelse 60, i italic, med mindre der er et ord der skal have en mere personlig betydning.*

*Når det kommer til h2 bruger vi Orpheus Pro i størrelse 35 i italic*

I brødteksten bruger vi Orpheus Pro, i størrelse 25, i regular til at skrive vores brødtekst. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit



## LOGO

**.Individuals**

## FARVE PALETTE



## CALL TO ACTION KNAPPER

primære

sekundære

Link til tøj på modellen

tekst link

# Første udkast –prototype 1

## Problemer der blev fundet

## Løsninger

”bliv målt” ikke nem at tilgå



I stedet for, kun at have en CTA på forsiden, vil jeg også ligge den op i menu, så man kan tilgå den fra alle sider

Det fremgik ikke klart nok at man kunne prøve tøjet på ens ”figur”



Jeg vil lave en side der hedder ”prøverum”, da det er noget folk allerede kender

Svært at komme frem og tilbage mellem siderne



Lave en ”breadcrumb trail”, så det er nemmere at hoppe tilbage

# Link til prototype



<https://xd.adobe.com/view/051d8aa2-22f4-44aa-adf8-b5a93e32ca0a-504e/?fullscreen&hints=off>

# Fremtiden

En inspiration side, hvor der er en masse billeder fra tidligere kunder på webshoppens, hvor deres tøj er linket så man kan købe det samme. Lidt hen ad en “køb looket” function.