

AGT

Hvad sælges der?

T-shirt
bælter
bukser

Basic outfit?

Køb hele dit
basic-outfit her

Til den unge
conscious forbruger.
Eco, genbrug, vegan

Støt de hjemløse?
Hus forbi merchandise?

High-end genbrugs tøj?

Genbrugstøj, T-shirts
brugs kunst/produkter
af hus forbi sælgere
i samarbejde med Hus
Forbi

USP

Tøj og kunst fra gaden.

Koncept navn: AGT

'At agere"

Desk research

- Gør brug af undersøgelser og rapporter der allerede er lavet af andre tilgængelig på nettet.

Hvordan fanger man den unge forbruger?

- Gøre hus forbi til et brand
 - T-shirts med hus forbi i flere forskellige designs
 - Designs lavet af sælgere, unge / ukendte kunstnere
 - Kunst mm. lavet sælgere, unge / ukendte kunstnere.
 - Salg af genbrugs tøj.
 - Produkter den unge forbruger er interesseret i.
-
- Det fysiske salg af avis skal bibeholdes
 - Sælgere kan gå med QR-koder der refererer hen til webshop, så det tæller som et salg. EKS. "brug koden #poul622" for rabat el. henvisning til sælger

Kilder:

Undersøgelse og rapport lavet af Stinne Otte på vegne af Foreningen Hus Forbi
1. august til 31. oktober 201
<https://www.husforbi.dk/wp-content/uploads/2019/03/Markedsunders%C3%B8gelsesrapport-til-hjemmeside-6.3.19.pdf>

Generation Z og bæredygtighed
<https://www.berlingske.dk/dine-penge/vores-vaner-har-aendret-sig-radikalt-det-karakter-iserer-den-danske>

Unge og genbrug:
<https://www.tv2east.dk/guldborgsund/unge-kober-mere-genbrug-det-er-bade-billigt-og-rigtig-god-stil>

<https://ugeavisen.dk/viborgnyt/artikel/unge-tager-f%C3%88ringen-genbrug-er-blevet-prestige>

FDIH om bæredygtighed:

<https://www.fdih.dk/medlemsfordele/tema/baeredygtighed>

Spurgte mine 3 samboere - ville i købe en hus forbi t-shirt?
Alle er ml. 21 og 28 år.
Såfremt der kommer nye logo el. motiver på T-shirten kunne de godt finde på det.

Hvad sælges der?

- T-shirts m/hus forbi logo - design af sælgere og ukendte kunstnere
- Genbrugs tøj
- Kunst af sælgere ukendte kunstnere

Kan man sælge hus forbi som et tøjbrand?

- Hus Forbi oplever et dyk i salg af avis
- Den laveste procentdel af købere er unge
- Kan Hus Forbi gøres "hipt", mens det stadig giver hjemløse og socialt udsatte en mulighed for at tjene deres egne penge og noget at stå op til?
- Købere er uinteresserede i avisens og køber den ofte kun for sælger
- Ikke stor interesse for digitalisering af avis

Webshops til inspiration:

<https://amnesty.dk/shop>
- Amnesty webshop. Tøj, brugskunst og diverse bæredygtige produkter

<https://www.elsk.com/>
- Bæredygtigt tøj fra Thy

<https://pragcopenhagen.com/>
- Mode genbrugstøj

<https://www.zara.com/dk/>
- Mægtigt udtryk

Anden inspiration:

<https://husforbi.dk/>

<https://www.artpusher.com/>

<https://manipine.com/>

Ti vigtigste indsigt:

1. Unge forbrugere vil gerne have genbrug
2. Hus forbi avisens har lav interesse
3. Hus forbi eksisterer for den utsatte ikke for køberen
4. Unge køber først hus forbi
5. Distribution og produktion skal være bæredygtig (T-shirts)
6. T-shirts skal laves i forskellige logoer og designs
7. Hus forbi skal gøres mere kendt
8. Skal fortsat være non-profit
9. De unge motiveres af sælgers historie
10. Produkt skal være unikt

Observation som metode:

kvalitativ metode. lagttagelse af en person der handler/interagere med omverden i forskellige situationer.

Observation af Kaspers køb af T-shirt på en webshop.**Noter under observation:**

Effektiv shopper, tager hurtige beslutninger.

Starter i Chrome, googler T-shirt.

Vælger en annonce for Uniqlo længere nede på siden

Vælger men – t-shirt

Scroller op og ned, der er ikke noget der fanger

Åbner link med featured graphic print øjn fang

Åbner trøjer i ny tabs for at nær studere, meget hurtigt uden at komme fra oversigten

Bruger lang tid på check out

Valgte trøje på design med Mona Lisa, med the golden ratio.

Kasper kender Uniqlo, så han går med den.

Prisen var ikke af større betydning, før han var inde på produkt beskrivelse

Forvirret til at starte med, der kom langærmede og trøjer og bukser, da der var reklamer for produkter i starten. Kasper blev fanget af grafik på noget featured Graphics, af hunden Nuser fra radiserne

Observation af Kaspers køb af en T-shirt. Ren skrevet.

Kasper har fået til opgave at købe en T-shirt på nettet.

Han starter med at google T-shirt, og scroller ned på google resultater for at finde noget der fanger ham.
(Han siger efterfølgende at han gør dette for at finde et brand han kender eller som lyder interessant)
Han finder Uniqlo på google search results.

På siden går han ind på Menu / Men / T-shirts og studser ikke over forsiden.

På oversigten over produkter finder han ikke noget der fanger ham og han scroller frem og tilbage på siden. Dette er annoncer og der kommer produkter frem der ikke passer søgningen, hvilket besværer og forvirre købsprocessen.

Herefter bliver han fanget af en knap der går til featured prints på T-shirts (Der er billede af forskellige logoer fra populærkultur. Marvel, Nuser fra Radiserne OSV.) Han går her ind og kigger på T-shirts.

Han åbner forskellige produkter i nye faner, så han hurtigt kan komme tilbage til oversigten frem for at åbne i den fane oversigten er i, i forvejen. Han shopper meget hurtigt og effektivt. Han finder et print med Mona Lisa med "The golden ration" oven over. Køber er glad for Mona Lisa og vælger dette print.

Han studser ikke over pris og tænker hovedsageligt på printet. Han bruger her en del længere tid på check-out end hidtil. Han tjekker leveringsmuligheder og bruger Auto-fil funktion til at skrive adresse. Det hele skal gå hurtigt. Han vælger MobilePay til betaling.

10 indsiger:

1. Førstehåndsindtrykket, Er hjemmesiden pæn/overskuelig?
2. Erfaringer, hvad har kunden før brugt og oplevet?
3. Meget overblik, kunden vil gerne have produkt beskrivelse i ny tab (quickshop)
4. Keywords på google results / på hjemmesiden.
5. Hurtig loading hjemmeside – Det hele skal være hurtigt generelt
6. Nemt tilgængeligt at købe (autofill, tjek ind som gæstebruger)
7. Hierarki – Kvalitet / print / pris / bæredygtighed (Hvad tænker målgruppe på)
8. Forstyrrende elementer stopper køber – Annoncer / pop-ups
9. Betalings processer (Mange forskellige, hvis de kun tager Bitcoins køber man ikke)
10. Anmeldelse af Webshop / brand (er den troværdig?)

Interview

Interview som metode:

Kvalitativ metode. Samtale med en testperson om dets holdninger / oplevelser.

"Hus forbi laver en webshop."

"Hvordan har du fået de t-shirts, som du har i dit skab? "

"Hvornår har du sidst købt tøj online?"

"Hvor ofte køber du tøj?"

"Hvad kigger du efter i en webshop?"

"Hvad kan få dig til at forlade en webshop inden du købt et produkt?"

"Hvor vigtig er bæredygtighed for dig, når du køber tøj?"

"Kunne du finde på at købe genbrugstøj online?"

"Hvad mener du om hus forbi?"

"Hvornår har du sidst købt hus forbi?"

"Hvad gør at du køber/ikke køber hus forbi?"

"Kunne du finde på at gå i en T-shirt fra hus forbi?"

"Hvad skulle ændres/gøres anderledes ved den?"

"Kunne du finde på at købe kunst lavet af en sälger fra hus forbi?"

**Frederik 28 år
Bor i København
Mand**

Noter fra interview:

Tøj i klædeskab fra Zara OSV.

Køber mest på internettet.

På nettet kan han nemmere finde det han leder efter.

Har for et par dage siden købt tøj på nettet (Trendsales)

Kan godt lide det relativt billigt

Køber tøj et par gange om måneden alt efter årstiden og lønnen. Nogle gange er det en gang hver fjerde måned.

Tøjet holder ikke nødvendigvis så længe. Eller han lige har fået lidt ekstra i løn.

For Frederik er det vigtig at det er billigt, billedeerne af produkt skal helst være professionelle, man skal kunne læse hvor stor den er OSV. Billeder er vigtigere end tekst.

Filter funktion hos Webshoppen er vigtig. Farve, prisklasse, type OSV. Sortering af udvalg.

Frederik hopper hurtigt fra webshoppen hvis den er for langsom.

Hvis flowet bliver afbrudt/forsinket ses det som et tegn på at han ikke skal have nyt tøj.

Frederik ser sig ikke som den mest bæredygtige forbruger, men er blevet mere åben og opmærksom på det. Er begyndt at købe genbrug. Vil ikke give mere end nogle hundrede kroner og vil gerne have produktet hurtigt.

Frederik ser gerne at der kommer flere sider som trendsale. Er hidtil blevet afskrækket fra brugt sider og tøj. Efter er han dog blevet mere tilbøjelig til det. Er blevet glad for sider som Trendsales.

Han bruger ikke fysiske genbrugsbutikker, men vil gerne begynde på det. Kan dog sjældent finde noget han kan bruge i røde kors og lignende

Hus forbi.

Frederik er enig med sagen af hus forbi, har dog aldrig købt avis eller støttet på en anden måde.

Frederik er ikke meget for den slags transaktion.

Han kan godt føle sig "overrumplet" af at blive stoppet af en hus forbi sælger, når han eks. Er ude og handle en hurtig tur.

Det har han ikke tid til.

Frederik vil gerne støtte sagen, men kan dog ikke bruge avisens. Han læser den ikke og kan ikke se meningens med det.

Frederik kunne godt finde på at købe hus forbi T-shirts hvis den var til salg. Dog skal den laves i et andet/andre designs.

Frederik kunne godt finde på at gå ind på en webshop med hus forbi tøj, hvis han blev henvist af en sælger. Evt. via en folder med billeder af T-shirts.

Transskription.

Tekst er blevet rettet for at øge forståelse og læselighed

12:40 – 16:00

hvad er dine tanket om hus forbi? der skal nok komme en tråd.

"jamen, nej men altså, jeg synes jo det er fedt projekt. Og jeg synes det er en god ide, jeg tror aldrig jeg støttet dem der står uden for Kvickly eller SuperBrugsen eller hvor de nu står henne, det tror jeg aldrig jeg har gjort. Jeg hilser på dem, for de jo mennesker som dig og mig, men jeg har aldrig støttet det. Der er noget i det der med at sende penge på den måde jeg synes en lidt mærkelig måde for mig at gøre det på, så jeg synes det er et fint koncept og jeg synes det er fedt, dem der støtter op om når der står en mand eller kvinde på den måde."

kan du sætte ord på hvad der gør at du ikke køber hus forbi bladet?

"Det ofte fordi de står foran et supermarked, hvor jeg har et eller andet, når men jeg skulle bare ind og handle mælk og så hjem igen. Altså det stopper noget af mit flow at stoppe op, snakke med vedkommende jeg ved ikke engang, de tager formentlig mobilepay og skulle betale for det. Jeg tror det besværliggør mit ærinde, hvis jeg hurtigt skal ind i Kvickly og handle. så jeg tror det er mest det, at det er lidt irriterende at stoppe op, hvis jeg bare skal ind og ud af Kvickly fordi jeg har glemt et eller andet. Det har jeg sgu ikke lige tid, men kan godt sige hej"

Er det en sag du kunne være åben overfor at støtte?

"Ja det kunne jeg godt, jeg har ikke specielt meget behov for den avis de sælger jeg læser ikke avis i forvejen, så jeg synes ikke den rammer noget jeg har behov for, men jeg har sympati for de mennesker der står der, det er og så derfor jeg hilser, så jeg ville i en eller anden sammenhæng sikkert godt kunne gøre et eller andet bidrag til dem"

Nu kommer der lidt mere rød tråd. Kunne du finde på at gå i en Hus forbi t-shirt?

"Ja det kunne jeg godt, det tror jeg sgu godt jeg kunne. Hvis jeg synes det var en fed T-shirt. Hvis den var forholdsvis spacey. Hvis jeg på en eller anden måde kan illustrere at jeg har gjort en god gerning og støttet op om et fedt projekt. Det tror jeg har større interesse i, end at købe en avis."

Indsigter:

(Ud fra Frederiks interview, dækker ikke over hele gruppen)

Det er nemmere at finde bestemt tøj på nettet.

Det skal helst være billigt.

Genbrug på nettet er begyndt at blive populært.

Der er stigende interesse for bæredygtighed, men ikke altoverskyggende.

Hus forbi avisen er ikke interessant.

Åbenhed over for at købe Hus forbi tøj

Survey research:

Kvantitativ metode. Bruges til at behandle stor mængde data om mennesker. Meget generelt, ikke super specifikt.

I min survey samlede jeg data omkring folks shoppe vaner og hvad der var vigtigst når de shoppede på nettet. Desuden blev der spurgt ind til hus forbi.

Jeg kom frem til at de fleste shopper mellem 1 – 2 gange om måneden.

Sider som Trendsales og Zalando er de mest populære.

En billig pris er noget af det vigtigste når man shopper. Bæredygtighed kom også ret ofte igen.

Mobilepay, stort udvalg og brugervenlighed på en hjemmeside er noget af det bedste ved E-handel.

Ventetid og langsom levering er noget at det dårligste ved E-handel.

Folk køber sjældent hus forbi, men er åbne overfor at støtte det. Dog er der en del der ikke ved hvad deres penge går til.

Indsiger:

Genbrug er populært.

Brugervenlighed er afgørende

Pris og bæredygtighed er vigtigt

Det skal gå hurtigt.

Folk vil gerne støtte hus forbi, men køber sjældent avisen.

T-shirt webshop

Brand:

AGT x hus forbi

T-shirts solgt gennem hus forbi. T-shirts skal komme i mange forskellige designs og farver og være designet af ukendte kunstnere og hus forbi sælgere. Print/Sælgernes citater.

- Citater om livet på gaden, rimsmede eller bare fede vendinger hørt omkring i gaden

Kunst lavet af ukendte kunstnere og hus forbi sælgere (Malerier, skulpturer OSV) Dette skal være mindre stykker og sælges så den unge målgruppe har råd til det.

Udover dette skal hus forbi bruges som genbrugstøj portal i stil med røde kors/trendsales/prag.

Non-profit / overskud går til hjemløse / utsatte. Betaling for designs OSV.

Mål gruppe: 18-30 år

- Social og bæredygtigt "woke"
- Er ofte på SU eller tjener mindre
- Glade for genbrug

Afsender: hus forbi

- Troværdig
- god sag
- en del af gadebilledet

USP: Mode og kunst fra gaden

- Man støtter en god sag
- Man køber en historie
- Det er fra gaden

Annoncering:

Mund til mund.

Annoncering på internettet.

Samarbejdspartnere?

Ungdomsshuset.

Christania.

Hus forbi - obvious reasons.

I hus forbi avisens mm.

Udfordringer/muligheder for webshoppen.

Webshoppen er nød til at skille sig markant ud fra den gængse webshop. Det skal være meget mere personligt end de store shops som Zalando og Zara.

Webshoppen skal i sig selv fungerer optimalt, men tiltrækningskraften kommer af et meget niche produkt, der ikke kan fås andre steder og en sag der ikke kan støttes andre steder – bortset fra på gaden.

Der er mulighed for en mereunik webshop, evt. med en journalistisk tilgang/addition med portrætter af hus forbi sælgere eller den person der har designet lige præcis din trøje.

Inspiration:

Links:

<https://hankjobenhavn.com/?v=dd65ef9a5579>

<https://www.one.com/da/> (Del siden med en ven = bonus)

<https://husforbi.dk/>

<https://www.keus-store.com/fr>

<https://superfluid.numbered.studio/shop/>

<https://www.fixnothing.com/> (Fed præsentation af produkter, model drejer 360 grader)

<https://lostatsea.co.uk/> (Meget fed præsentation af siden – kan godt lide "dive in" præsentationen.)

<https://www.shkr.dk/> (Velkommen til det dårlige selskab, kampagne der fejrede det alternative borgerskab)

3. udvalgte:

<https://husforbi.dk/>

- Meget flot udtryk – præsentationen af sælger med den røde hove effekt og animerede signatur er flot og kunne være fedt at føre med over på en webshop.
Evt. via signatur fra designer eller produkt navn.

<https://www.shkr.dk/>

- Deres cult shaker med hamp brugte en kampagner der fejrede det alternative miljø. Noget lignende kunne være fedt at annoncere webshoppen med.

<https://www.fixnothing.com/>

- Fed præsentation af produkter, hvor model drejer 360 grader.

Databehandling af indsigt:

Produkt/design:

Pris, kvalitet og bæredygtighed er noget af vigtigste.

Godt design

Flere forskellige stile

Genbrug er ved at blive meget populært

Hus forbi/brand

Folk vil gerne støtte hus forbi, men vil ikke have avisen.

Tidlige oplevelse/erfaringer kan skabe længerevarende kunder.

Brand genkendelighed betyder meget

Webshop:

Webshop skal være så nem og overskuelig som muligt.

Hurtig side.

Næmt overblik.

Ting skal være på de pladser som brugeren forventer (Logo, kurv OSV)

- Bruger kan blive forvirret hvis webshoppen bliver for "nytænkt"

Call to action – Tilbud, køb nu OSV.

Mange betalingsformer (1# mobilepay).

Ingen annoncer eller andet der forstyrre.

Målgruppe:

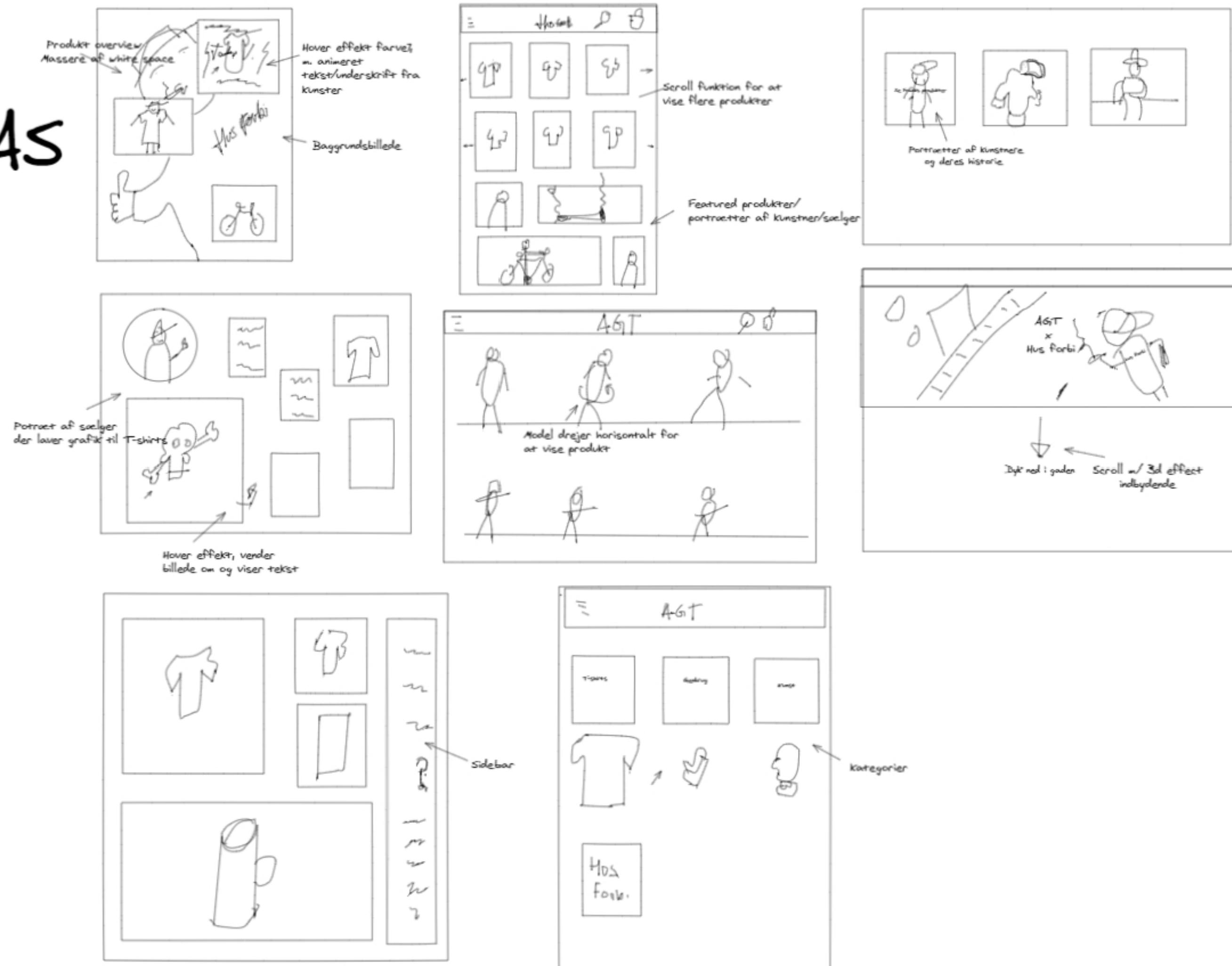
Genbrug/bæredygtighed er vigtigt

Prisen skal ikke være for høj

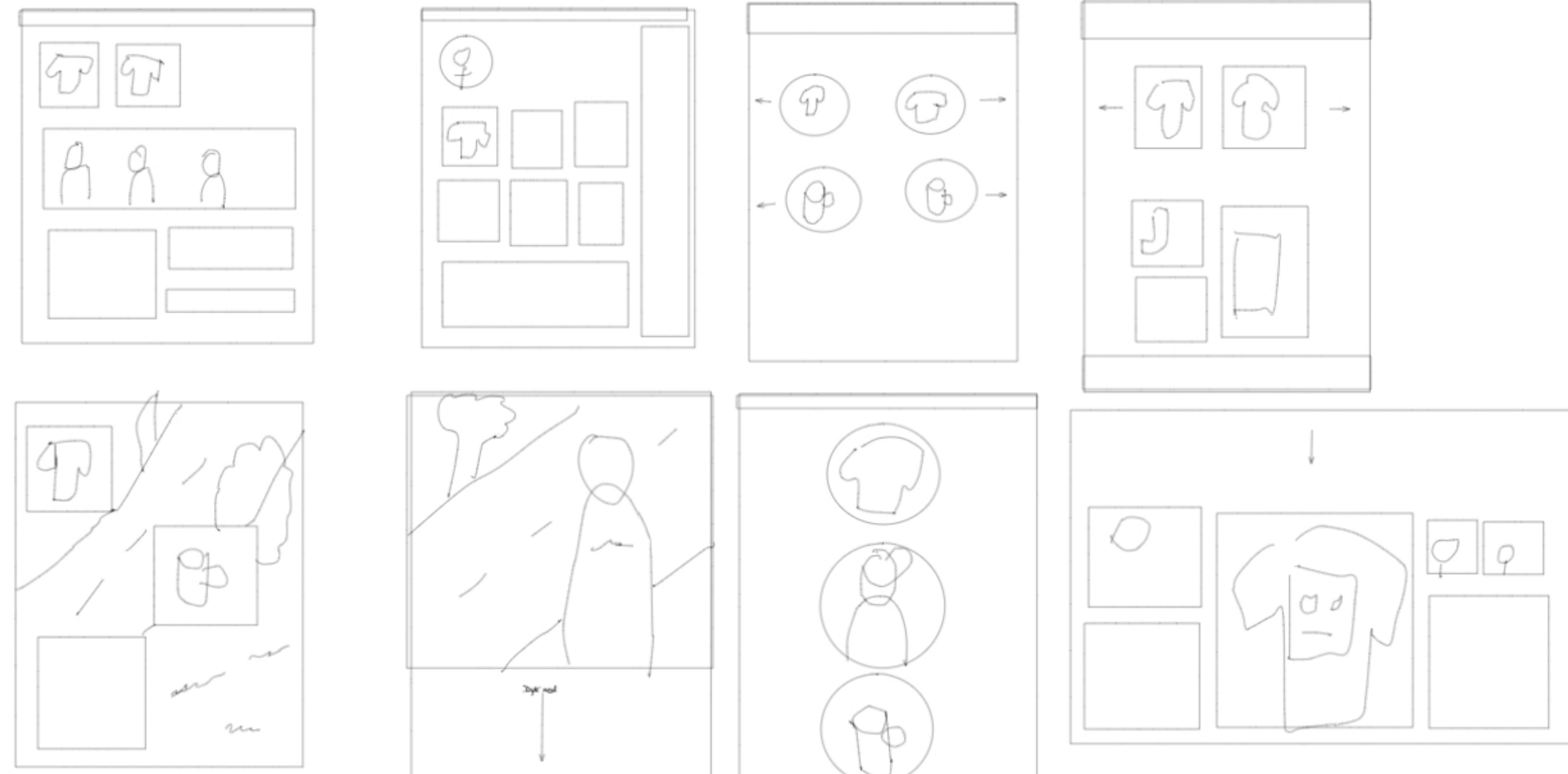
Støtter gerne en god sag som hus forbi, men er ikke interesseret i at købe hus forbi avisen.

Sketches:

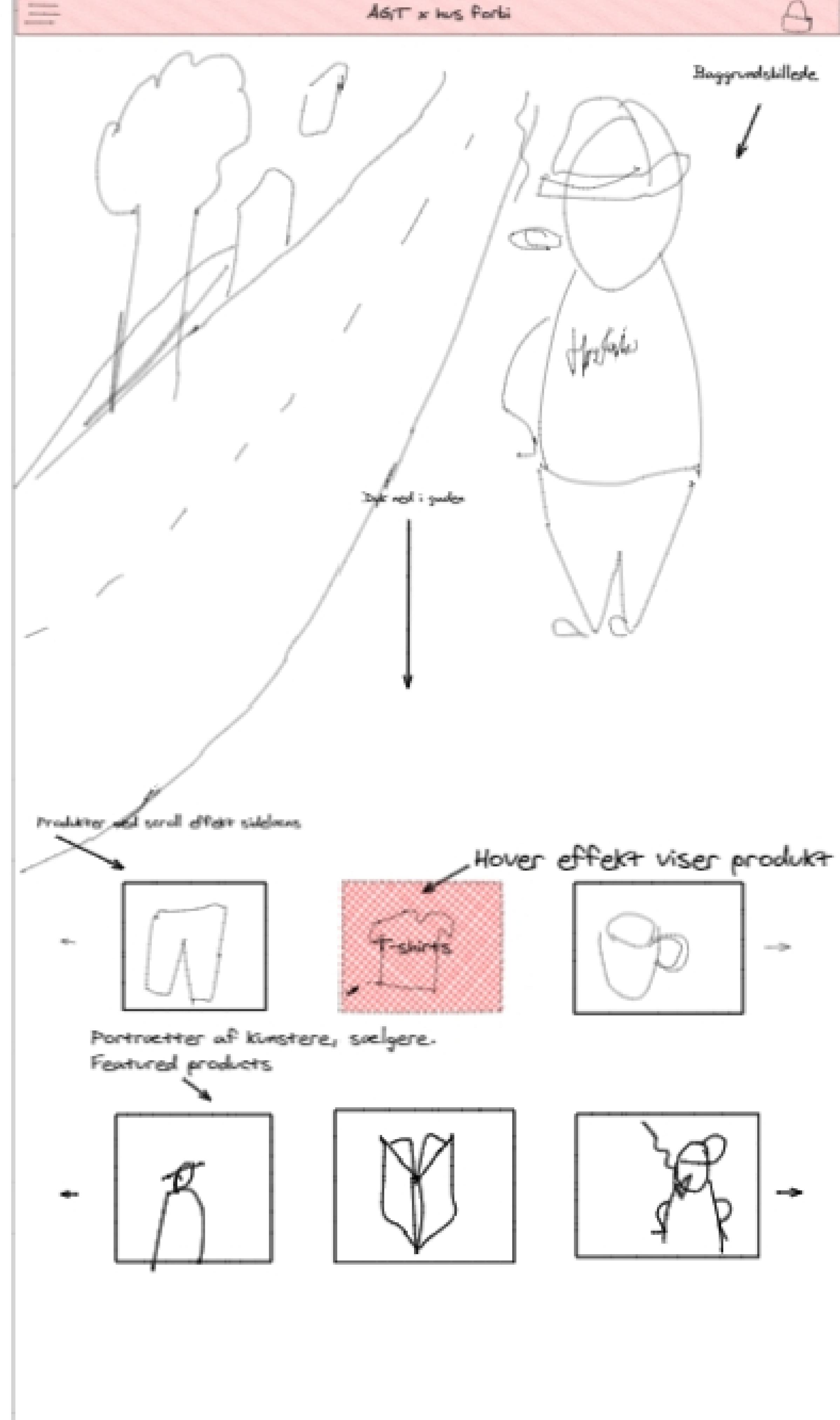
IDEAS



Crazy 8's



Solution sketch



T-shirt sketches



"Et fedt
citat
her"

AGT

Torbay V.





hus forbi



hus forbi



A G T

Art museum og Heat map

Decide-fasen, uge 2 , dag 1, google sprint metode

1: Indsæt din solution sketch på dit eget slide.



Hvorfor jeg valgte denne
ide

2: Når du læser ideer i "Art museum-øvelsen" kopierer
du prikker herfra og sætter ind ved de ideer, du synes om.
Du kan kopiere så mange prikker, du har behov for.



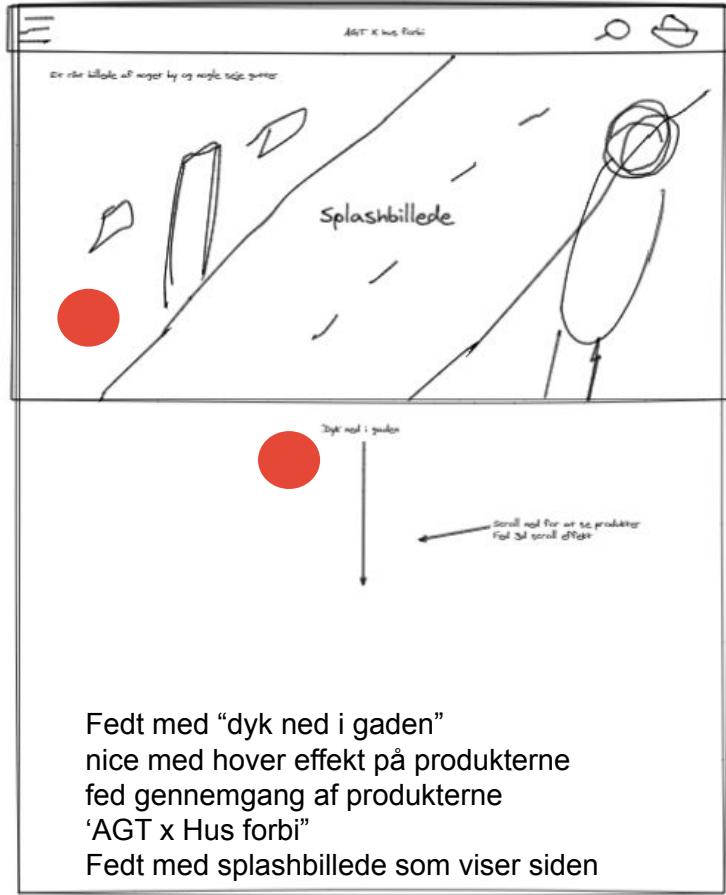
3: Har du spørgsmål til en ide under "Art museum-øvelsen"
skriver du dit spørgsmål (insert – text box) her i
denne power point ved siden af ideen. Du kan fx
kopiere tekstdokumentet fra dette slide og overskrive teksten.



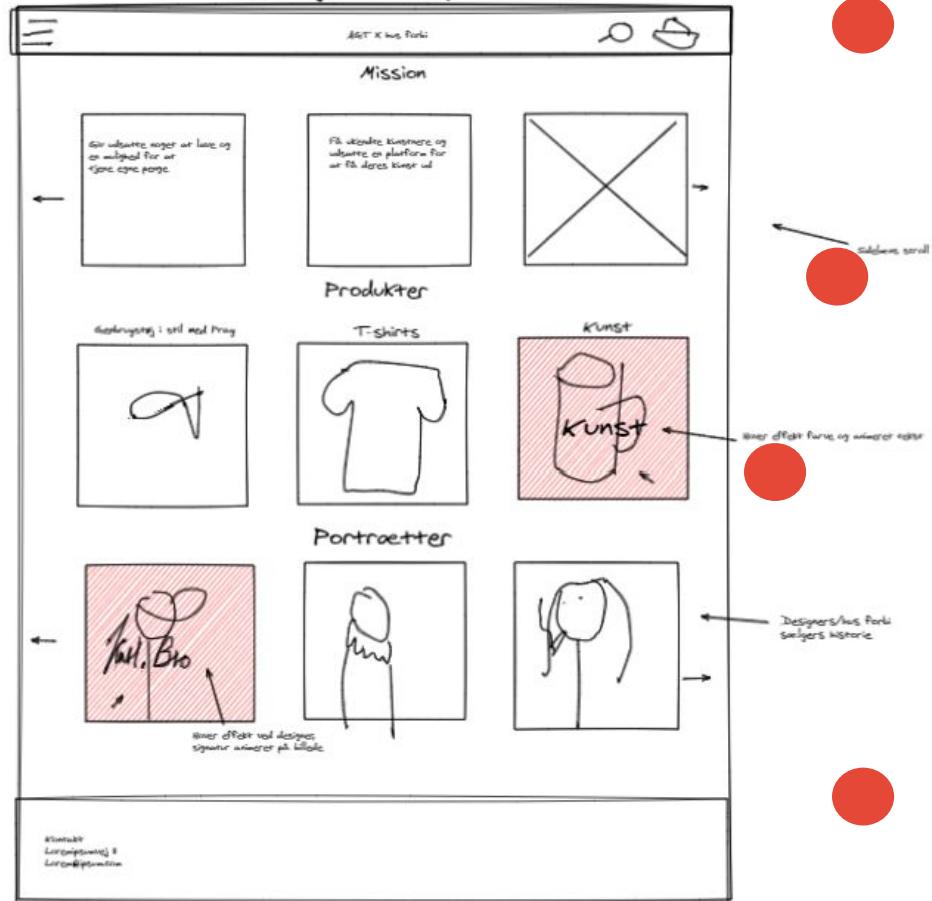
Sådan skriver jeg min
note til en ide.

1/2

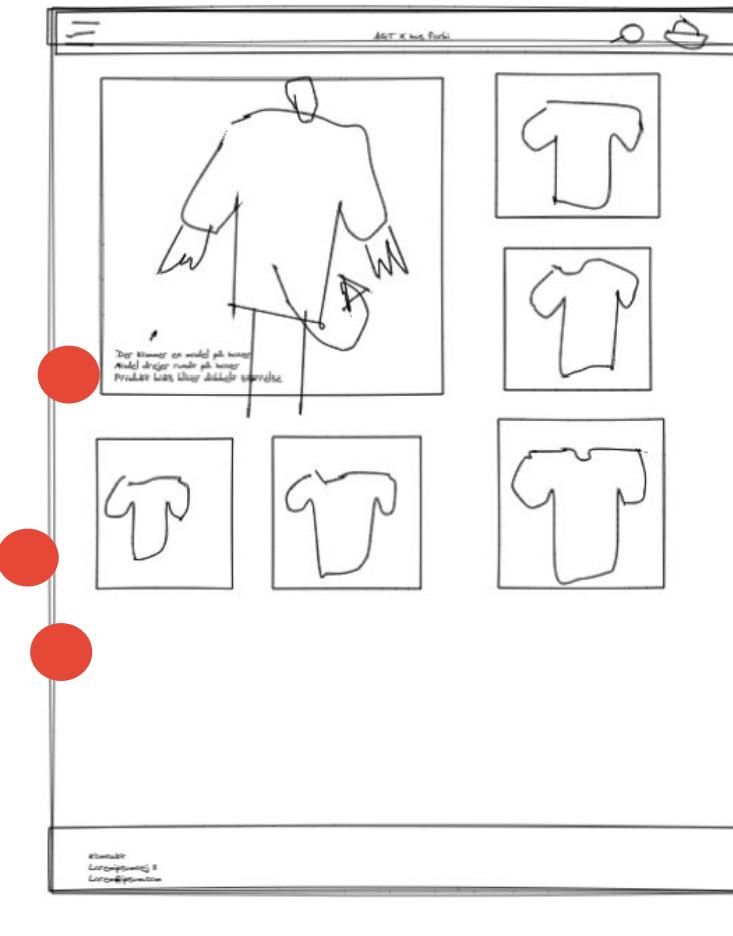
Forside



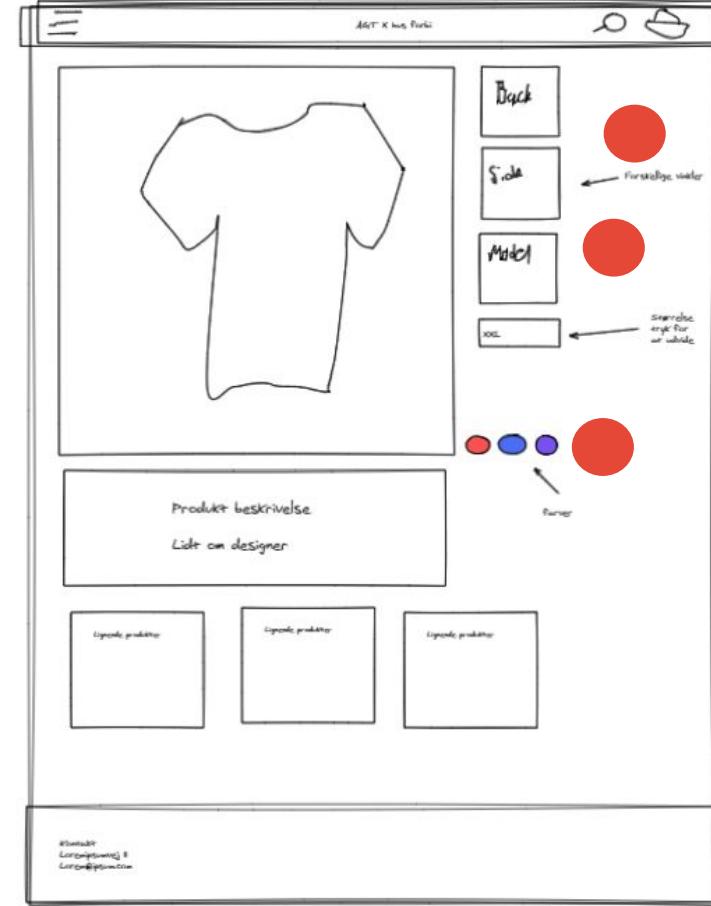
Scrollet ned på forside oversigt over produkter



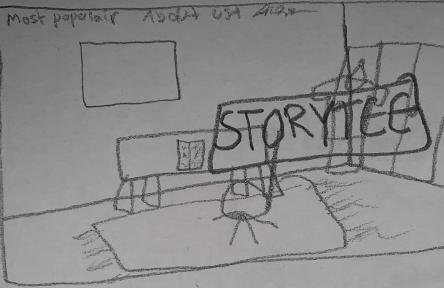
Produkt side



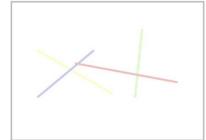
Produkt



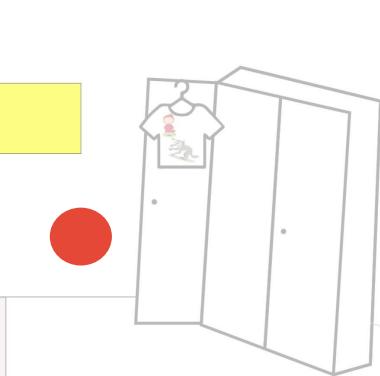
Storytee



Collection



Storytee



Kollektion

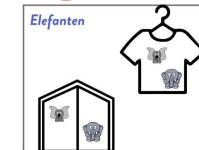
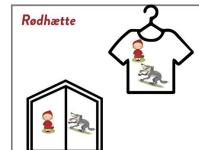
Nyheder

Om Storytee

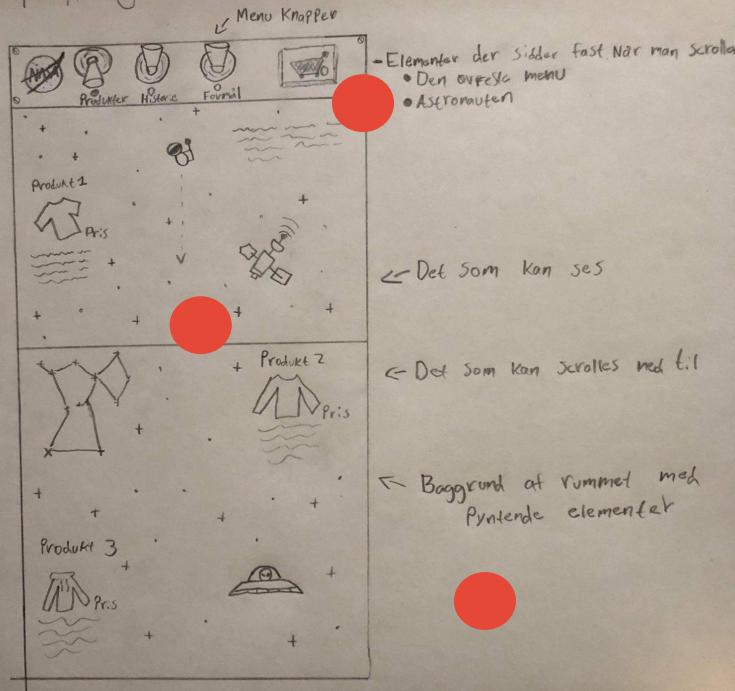
Favoritter

Søg

Kurv



"Major Tom To Ground Control"



Menu Knapper

- Elementer der sidder fast når man scrollar
- Den øverste menu
- Astronauten

← Det som kan ses

← Det som kan scrolles ned til

← Baggrund af rummet med
pyntende elementer

EWE

Anderledes koncept,
som man ikke ser så
tit. Desuden en
mega fed menu.

KND

Meget fed ide, det
har potentiale til at
blive en meget
mindeværdig
website. Awwwards
material. Seje
knapper

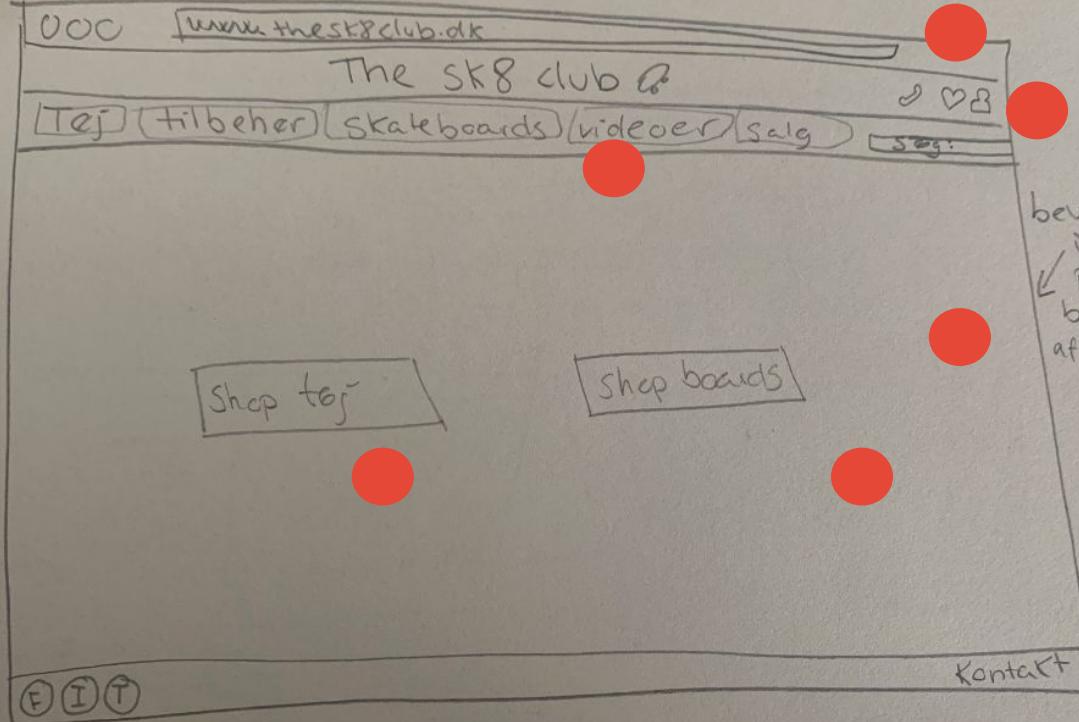
KL

Super fed ide generelt, jeg synes
selve nav' en med knapper er et
fegt touch så man kører teamet
helt ud. Det er nice at man kører
ned af siden og finder de
forskellige produkter flyvende i
luften. Det vil helt klart give en
anderledes og sjov
shoppingoplevelse, og sikkert
være noget man vil huske

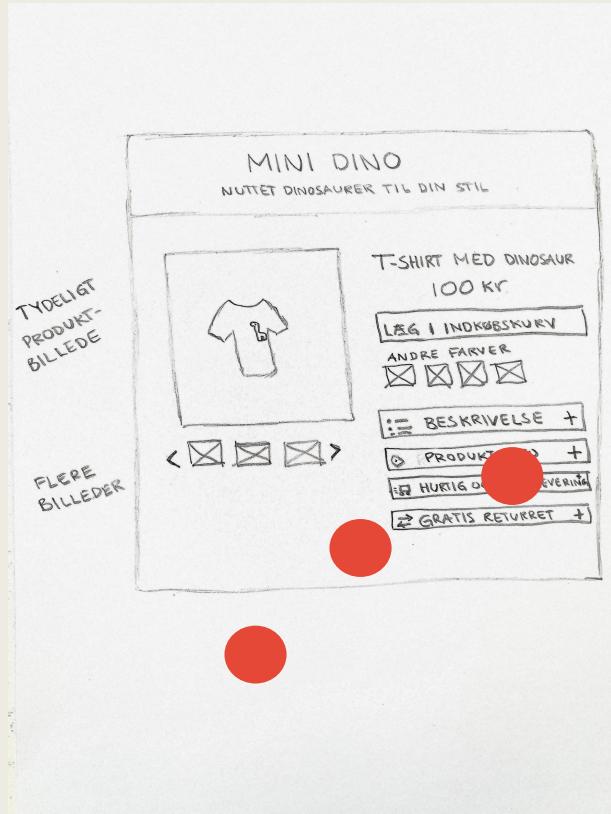
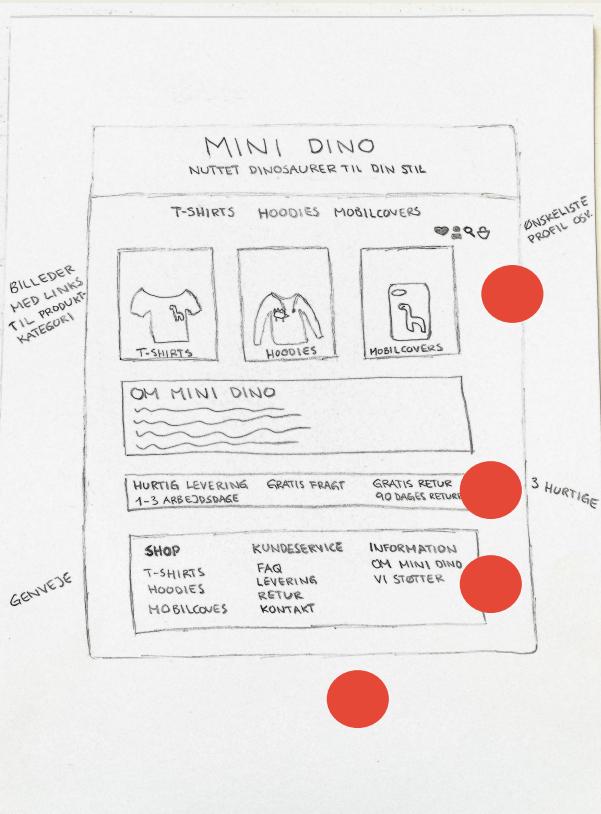
CA

Hvorfor jeg valgte denne ide:
Jeg tror det visuelle kan blive
vildt godt her. Der bliver fortalt
en historie, samtidig med at du
kan købe et produkt, og derved
bliver det en oplevelse, i stedet
for blot et køb.

Skate for eternity



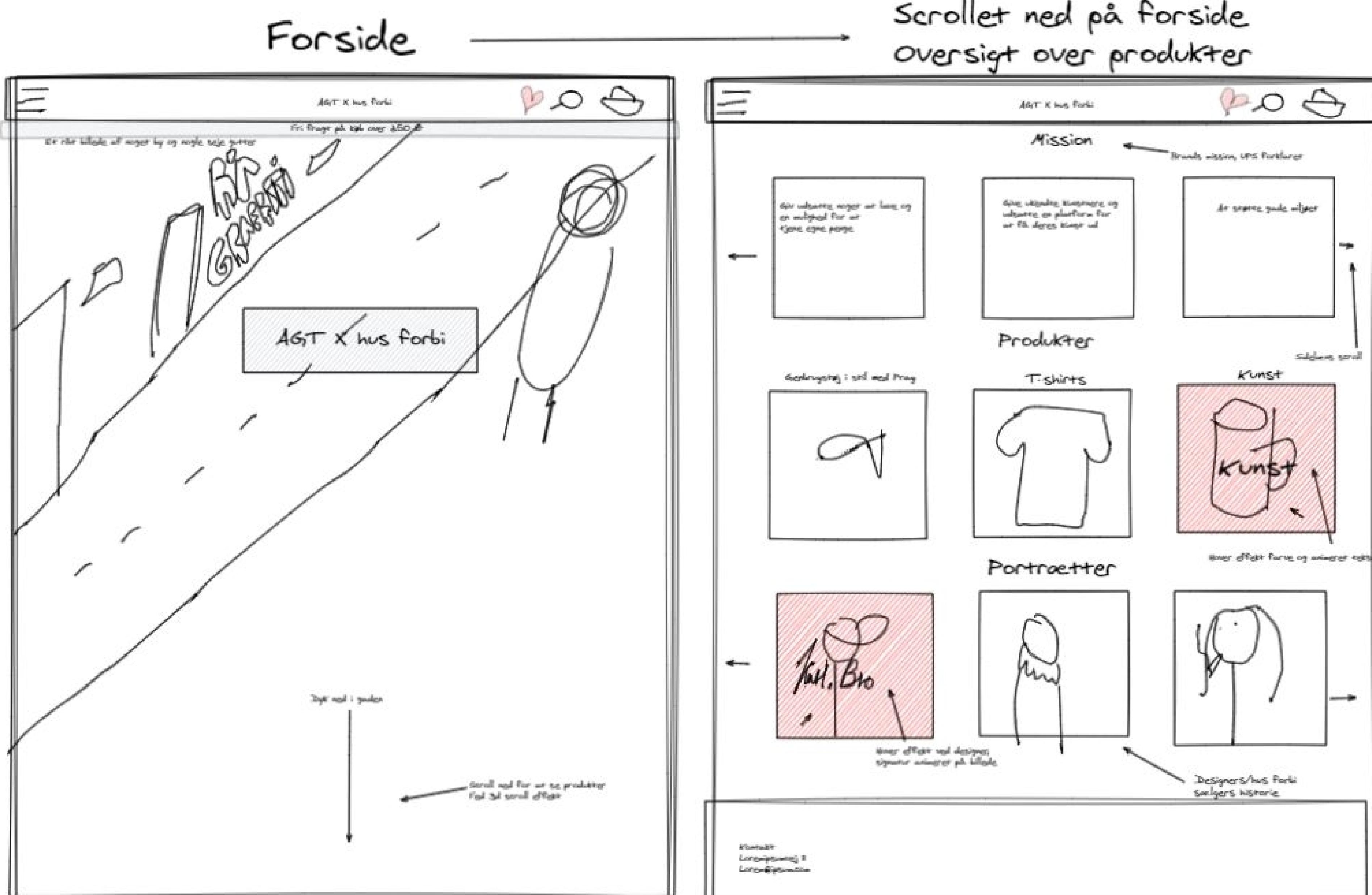
bevægerde
image
på
baggrund
af skate-
boarding



KE

Fedt koncept, med en navigations
nem og overskuelige hjemmeside, der
gør at alle der har interesse for
dinosaurer og fossiler kan finde
rundt, og købe det produkt der
passer deres personlighed.

Sketch 2.



Produkt

Check ud

Tak for din køb
Pengene går til de mange hus forbi sælgere og til Peter der har designet din T-shirt

Produkter i kurv

Hus forbi sælgere har en personlig kode til shoppen, så man kan henviske til hus forbi sælger eller få rabatter osv

Sælger/designer portræt

Produkter:

Kontakt
Leveringsmulighed
Leveringsmulighed

Produkt side

Der kommer en model på hoved
Model drejer rundt på hoved
Produkt boks bliver dobbelt størrelse

Check ud

1 2 3 4



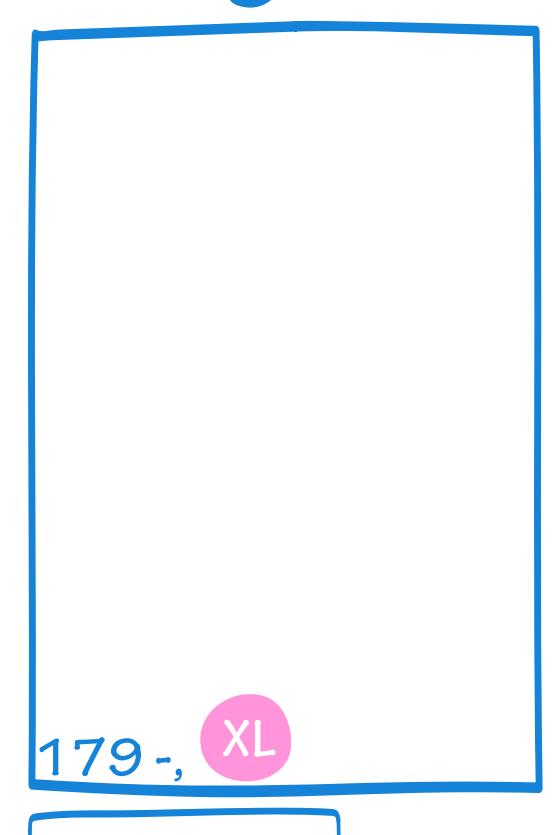
Vi er der næsten...



Torben V. har designet dine T-shirts

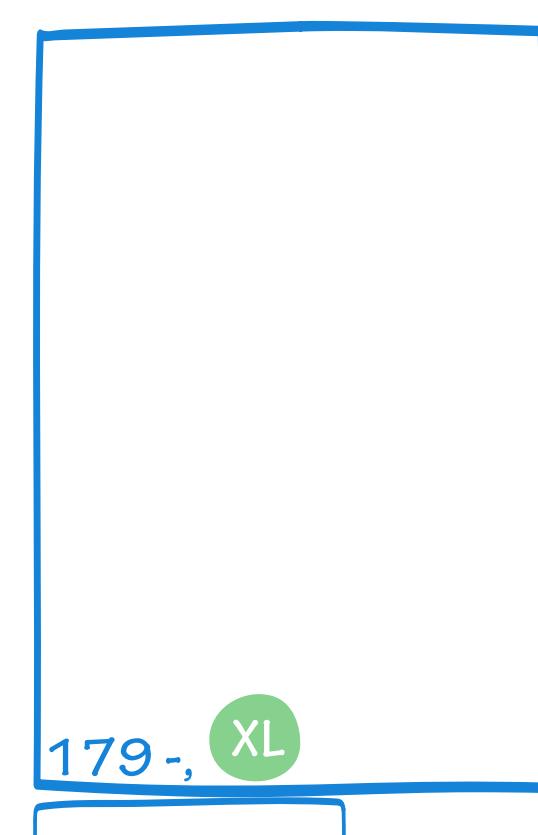


I vogn



179,- XL

1 stk ▾



179,- XL

1 stk ▾

Total:

358,-

LOG IN

Email adresse

Password

Har du glemt dit password?

[Forsæt](#)

Har du ikke bruger? Lav en [her](#)
Eller fortsæt som [gæst](#)

>

Check ud

- 1
- 2
- 3
- 4

Sidste skridt



111

Bendtebent Katjakjesen

1234 5678 9101 1121

07/22 ▾

Torben V. har designet dine T-shirts



Total:

358,-

Betal 358,-

>

AGT x hus forbi

Dyk ned i gaden

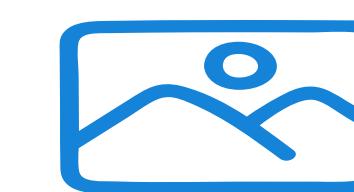
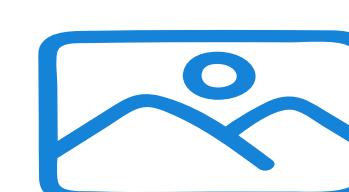
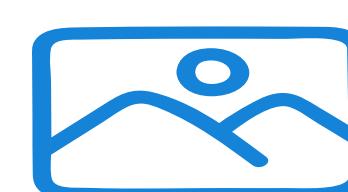


Mission

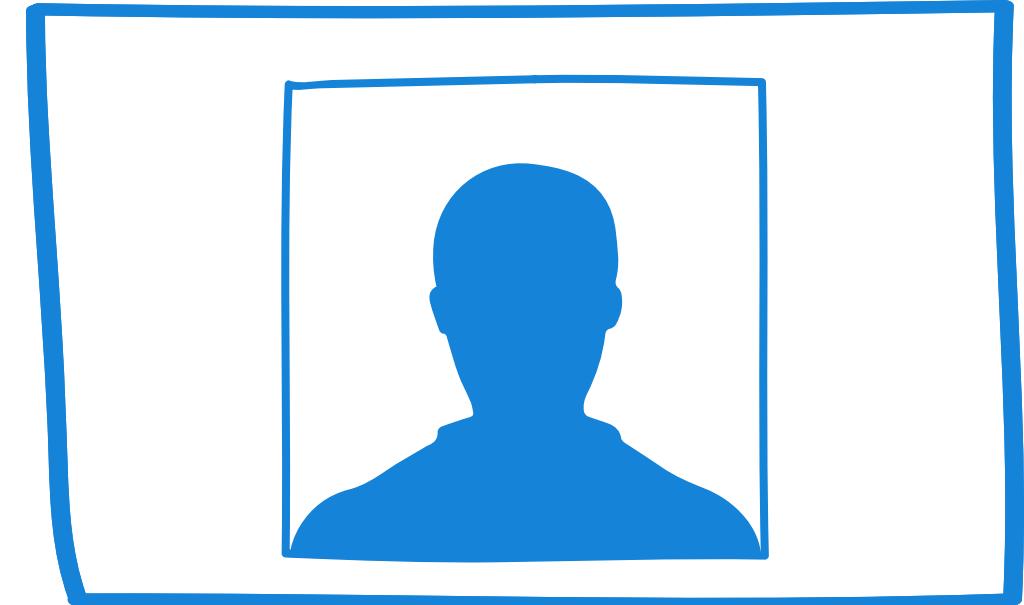
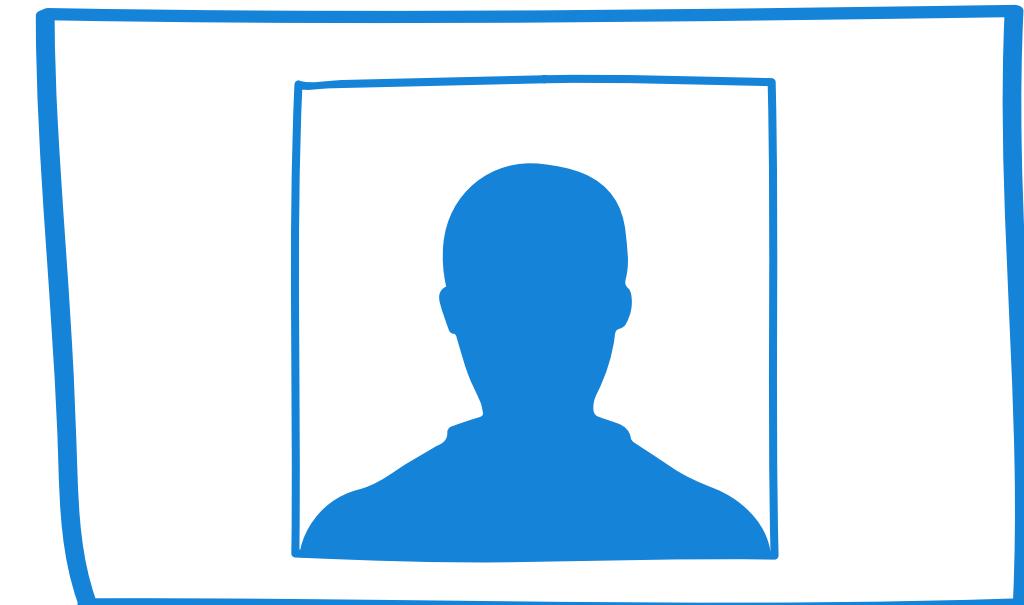
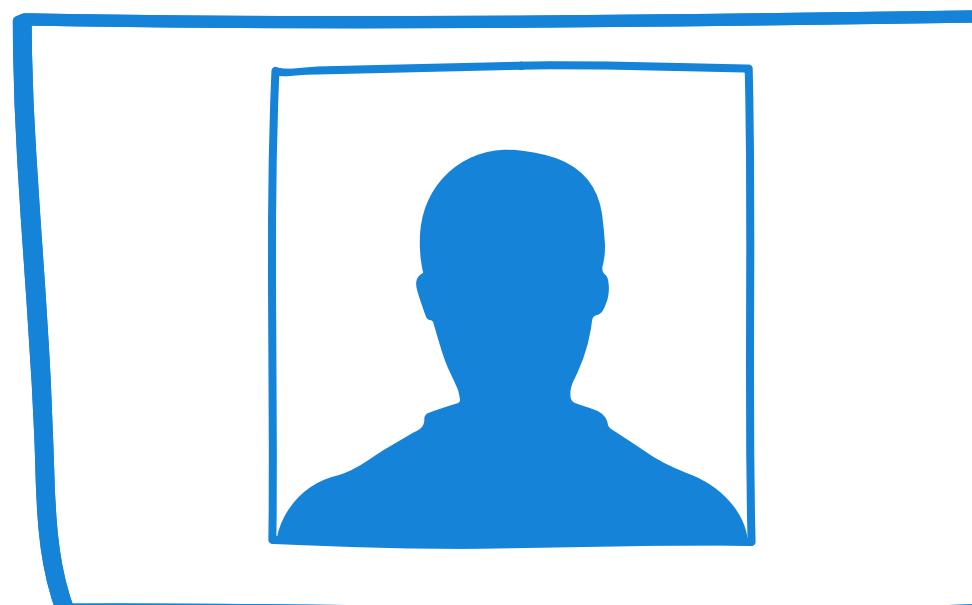


● ● ● ●

Produkter



Mød os



Kunst

Plakater

Sorter ▾

Keramik

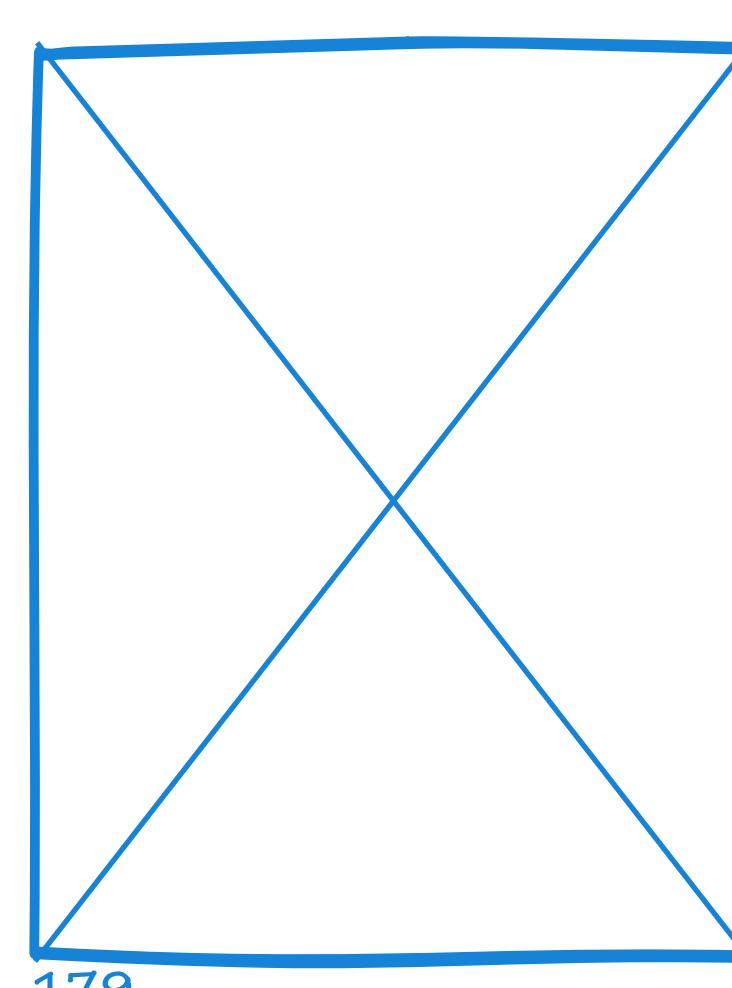
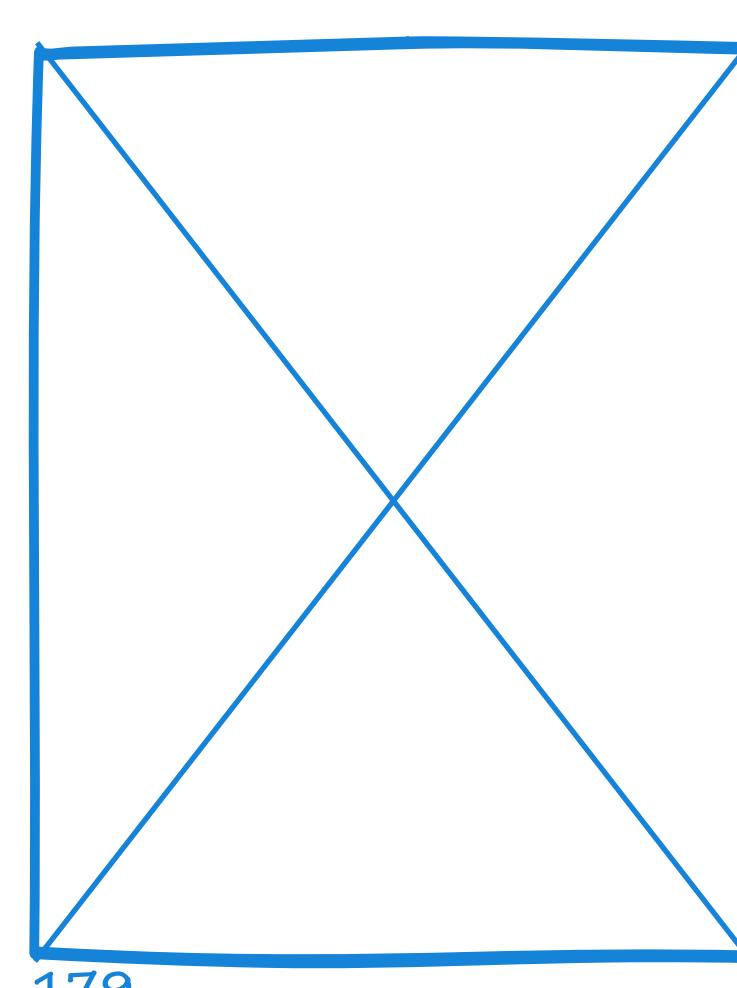
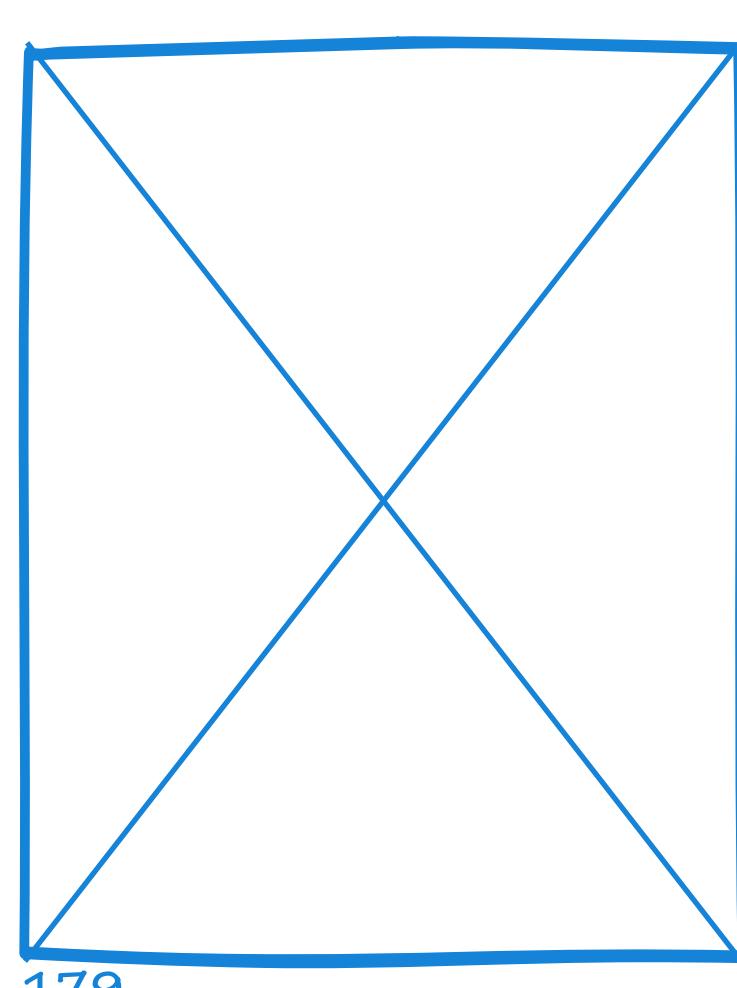
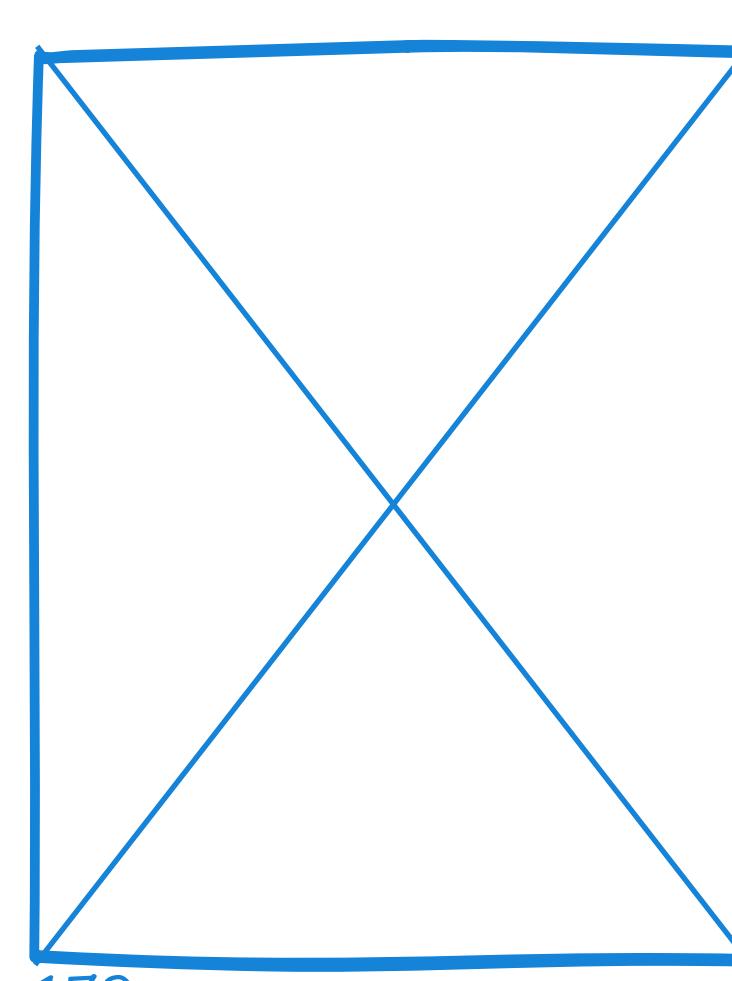
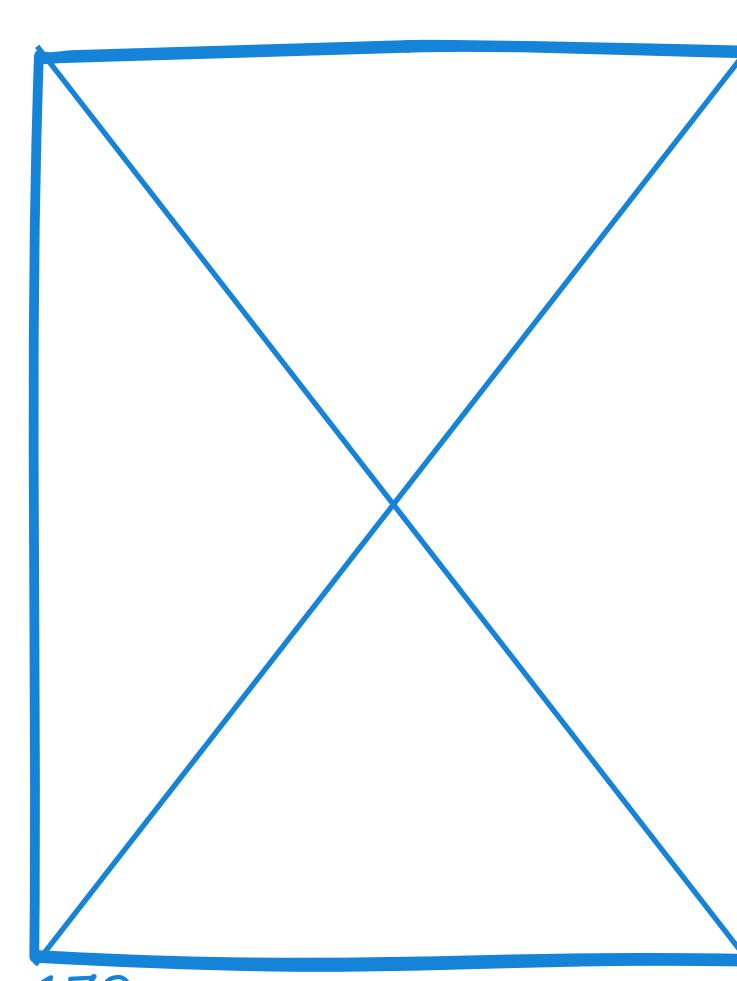
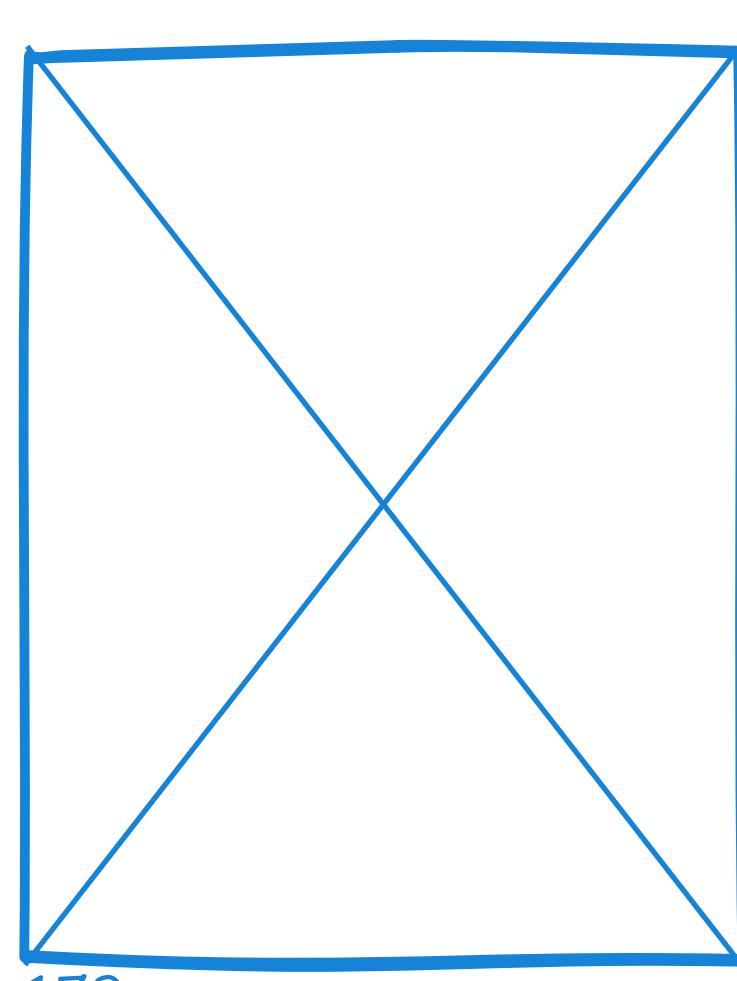
Størrelse ▾

Brugskunst

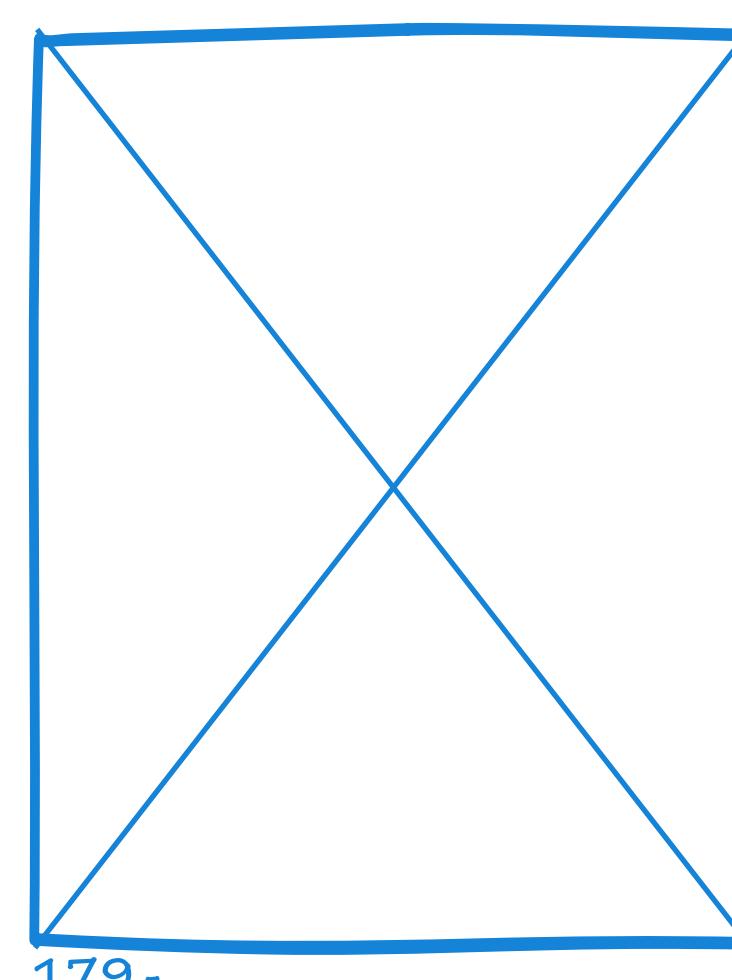
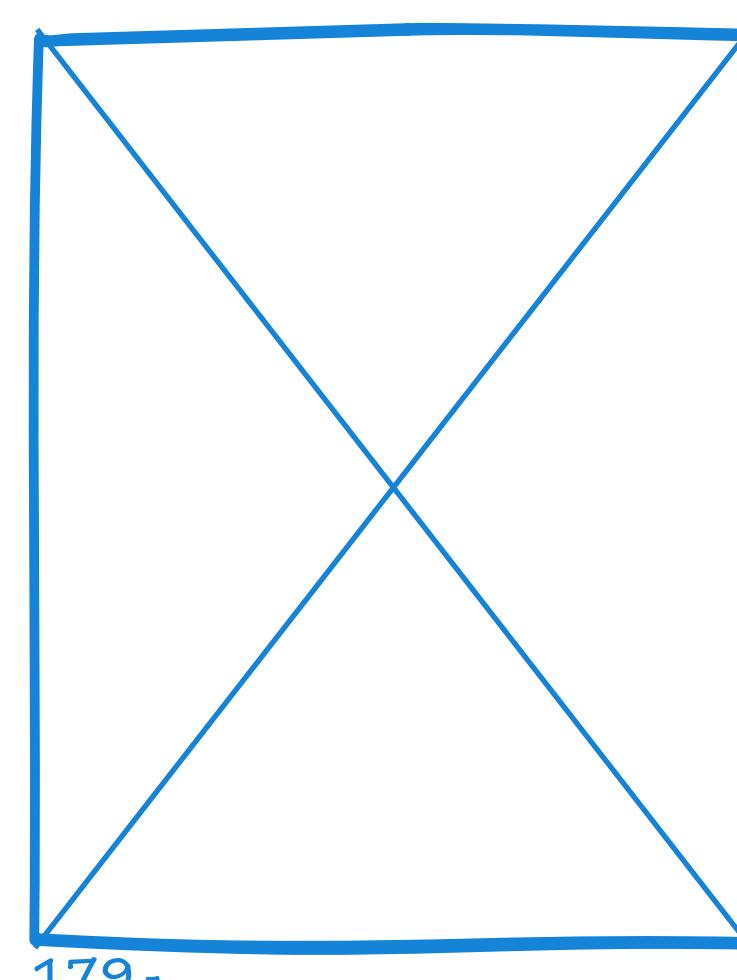
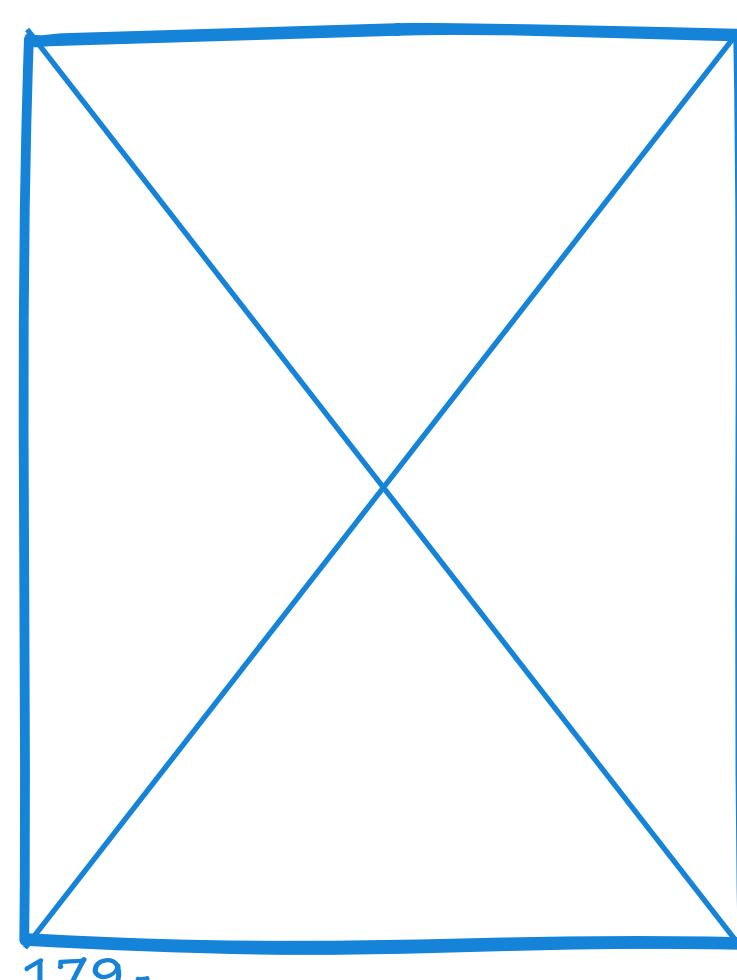
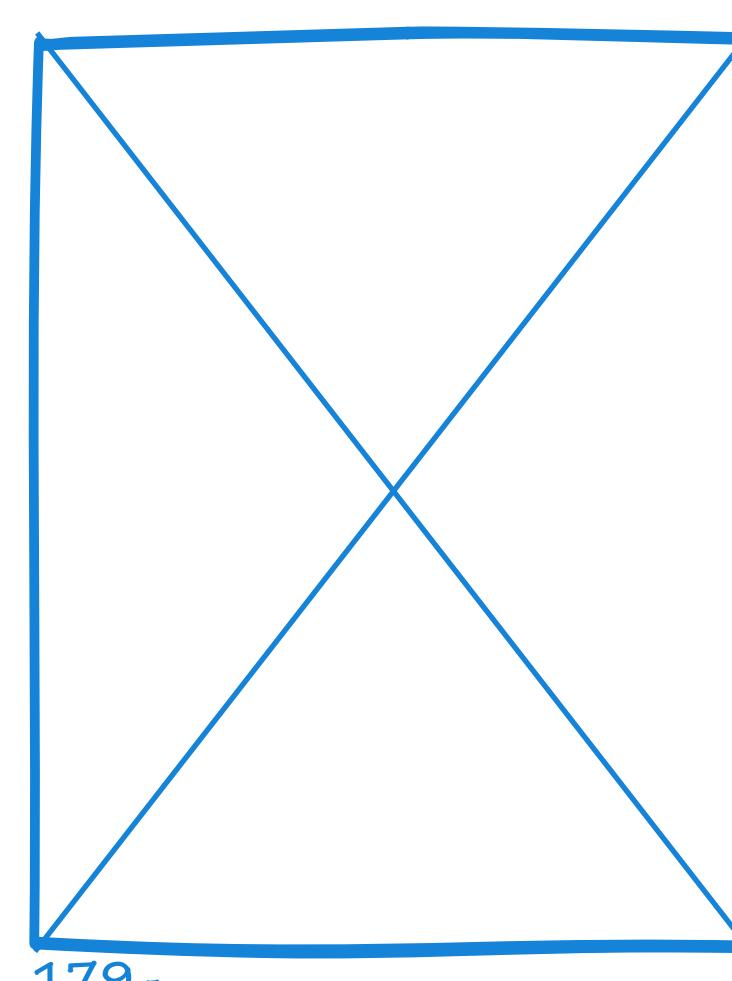
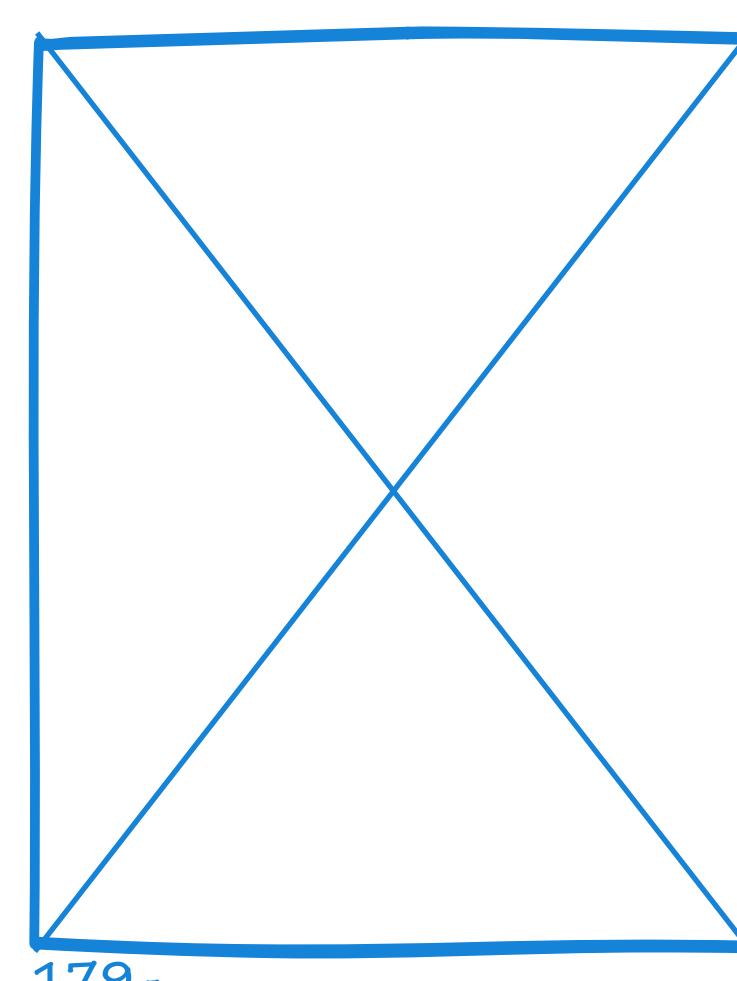
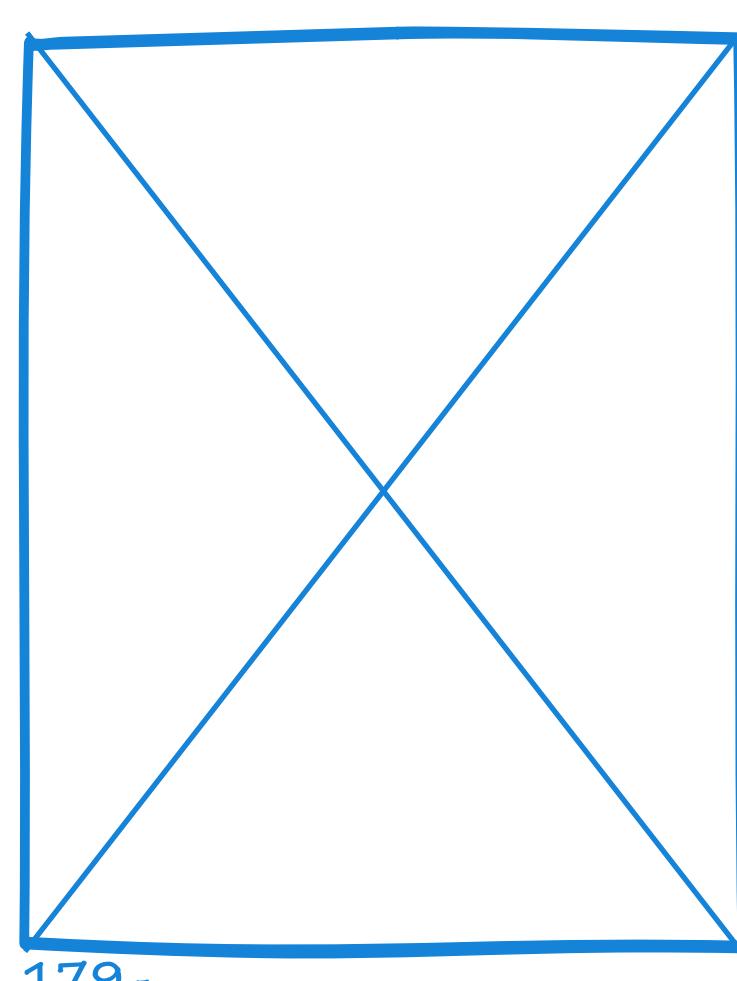
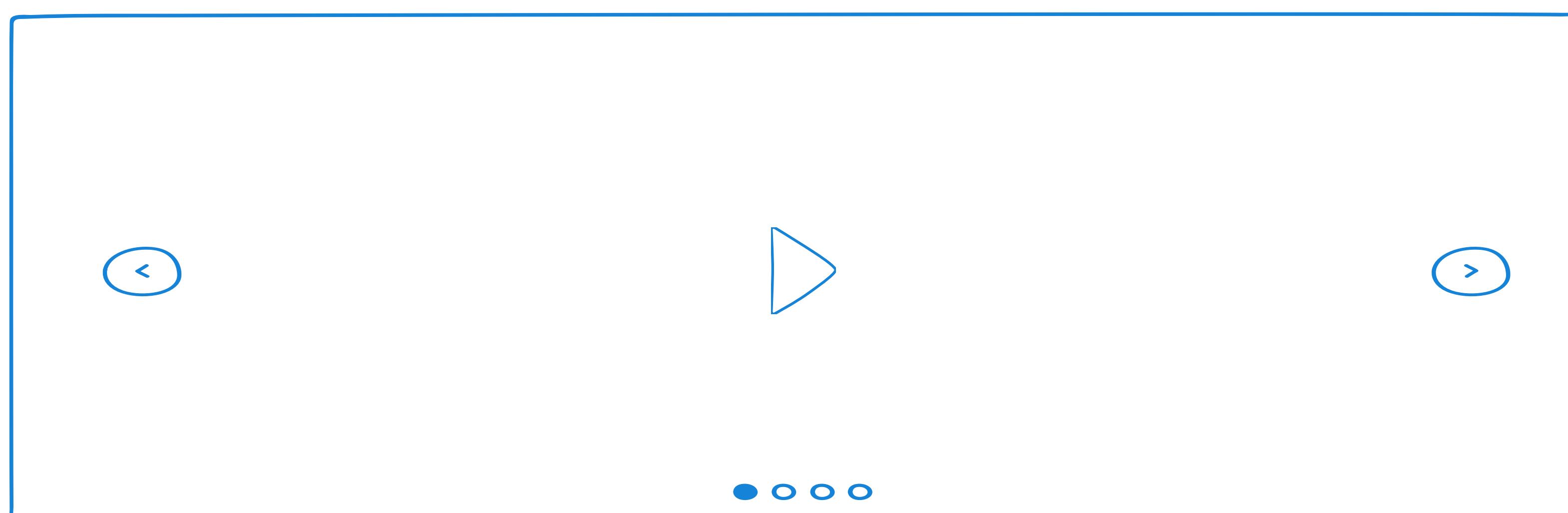
Farve ▾

Designer ▾

Mønster ▾



Featured



>

T-shirt designet af Gunnar



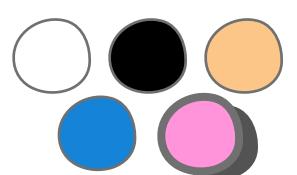
★ ★ ★ ★ ★ ▾

Vælg størrelse

XL ▾

Size guide

Farve

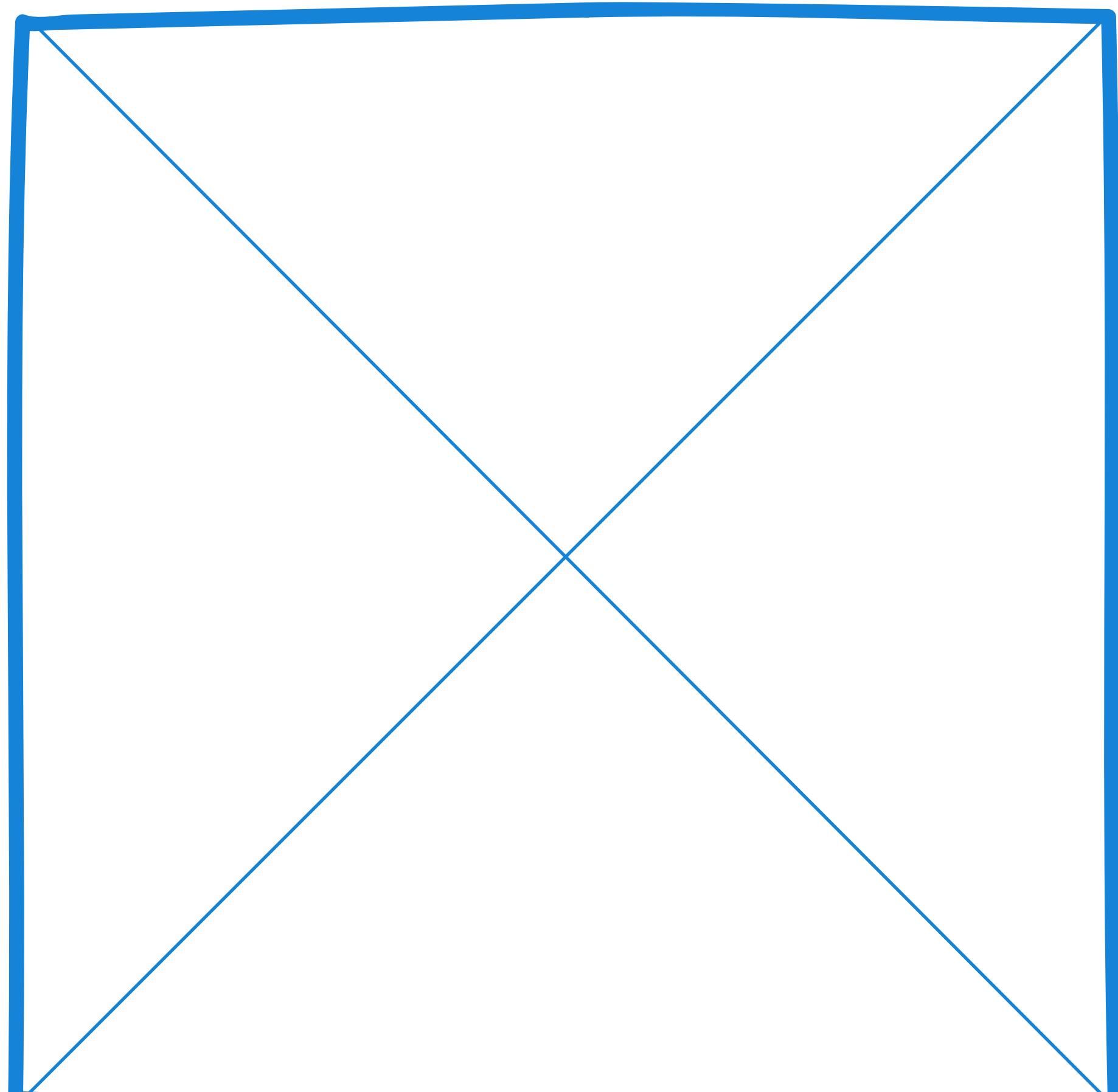


Materiale og vaskeanvisning

Information om produkt

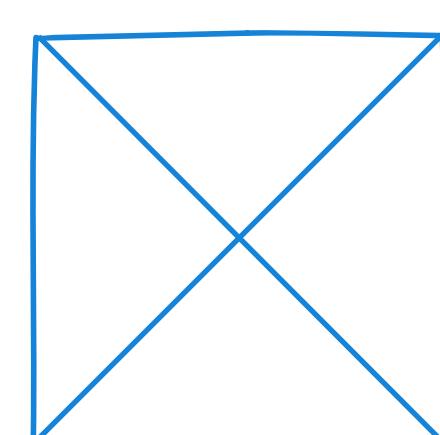
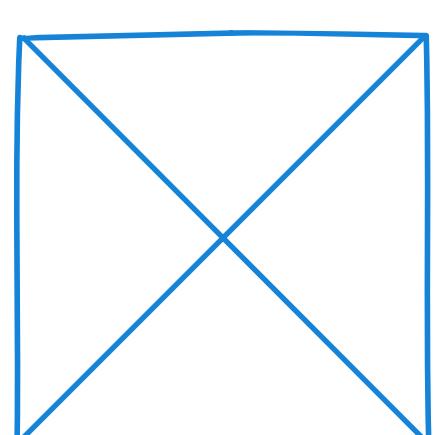
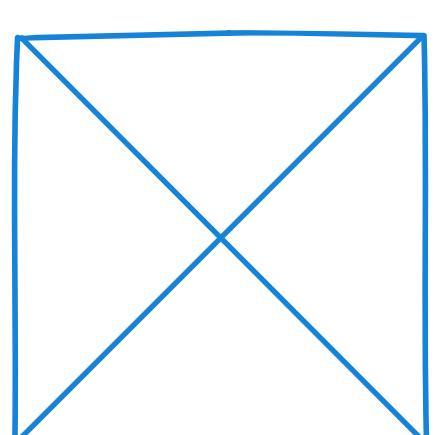
Fit: slim fit
Længde: Regular
Udskæring: Rund-halsudskæring
Varenummer: entotreo

Pasform

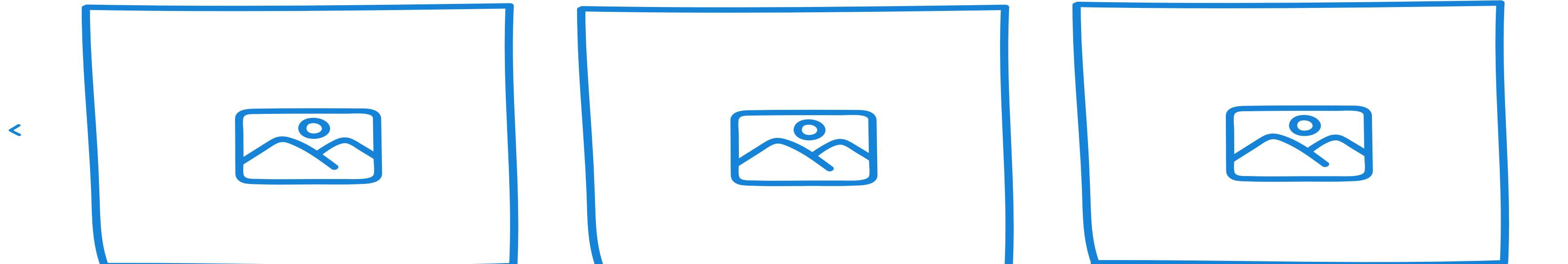


179,-

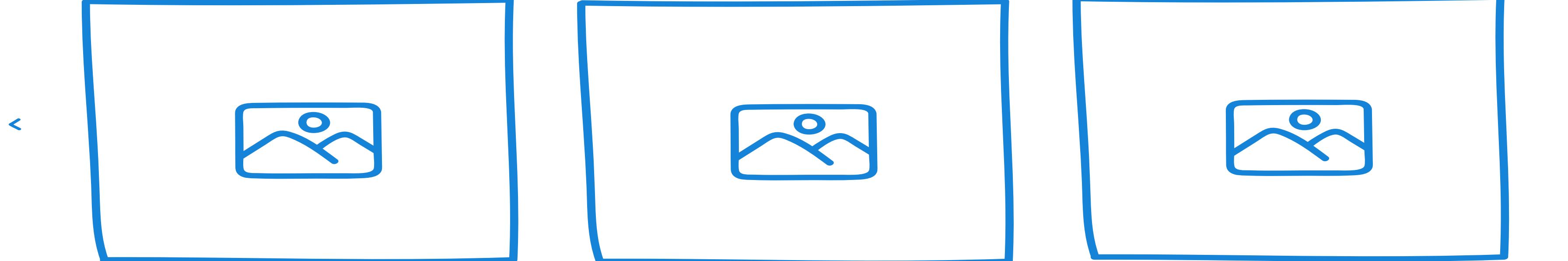
Føj til kurv



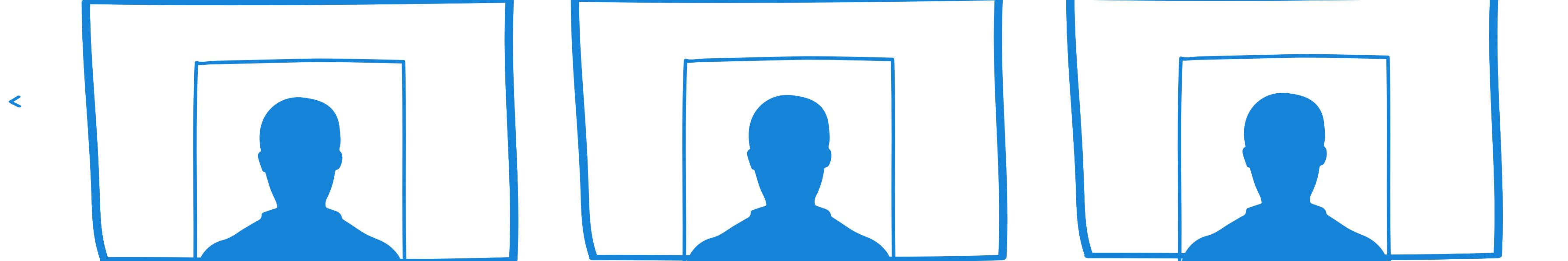
Lignende produkter



Matchende produkter



Med os



Check ud



Torben V. har designet dine T-shirts



Sådan!

Du er med til støtte
udsatte og hus forbi

Vi har sendt en odrebekræftelse til dig på lorem@ipsum.com

>

Check ud

1 2 3 4

Så tæt på!

Levering:

Land

Post nummer:

By:

Vej:

Hus nummer/etage:

NB! Vi leverer kun til Danmark

Vælg leverings type

Til adresse

Til pakkeboks

Vælg pakkeboks

Vi leverer med:

GLS

PostNord

Bring

Vælg betalingstype



Torben V. har designet dine T-shirts



Total:

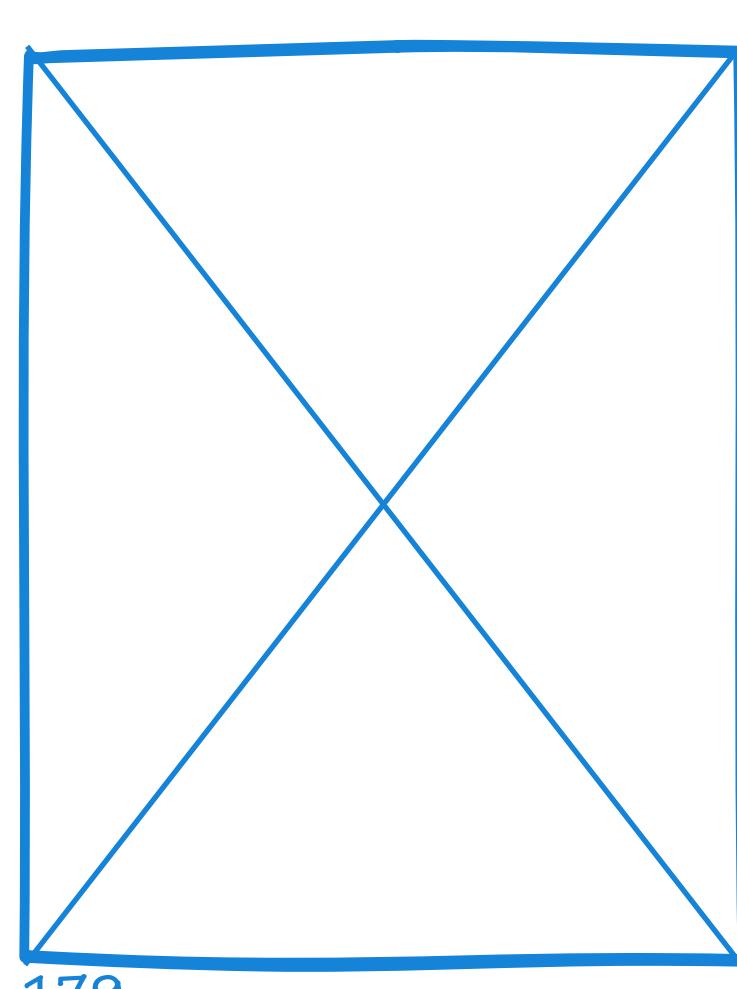
358,-

Forsæt

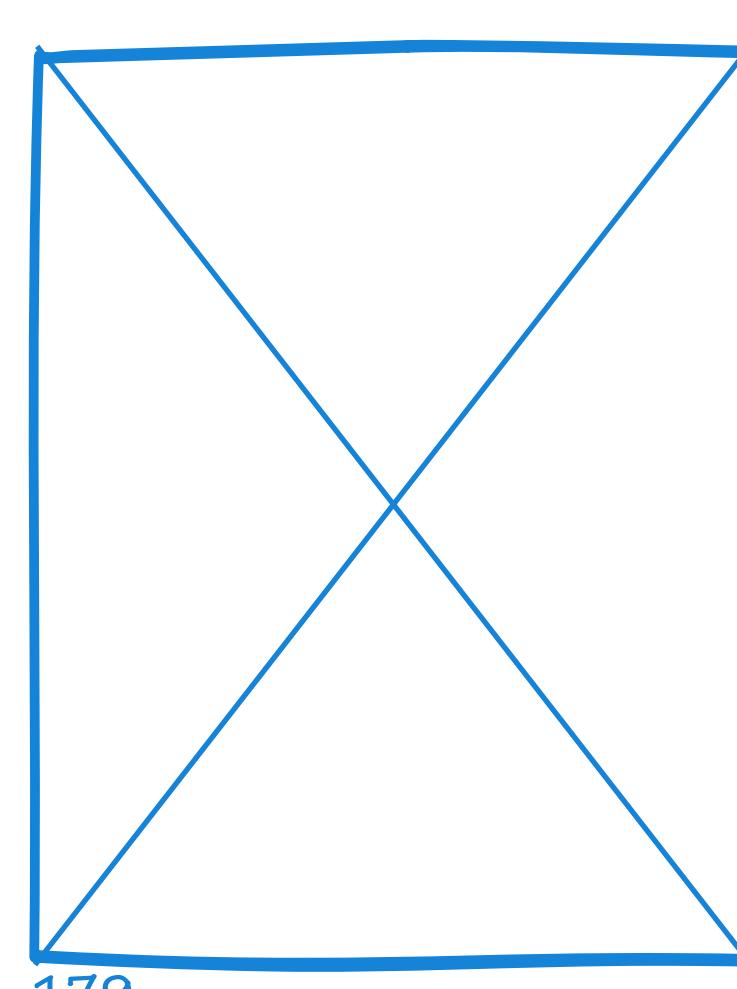
>

T-shirts

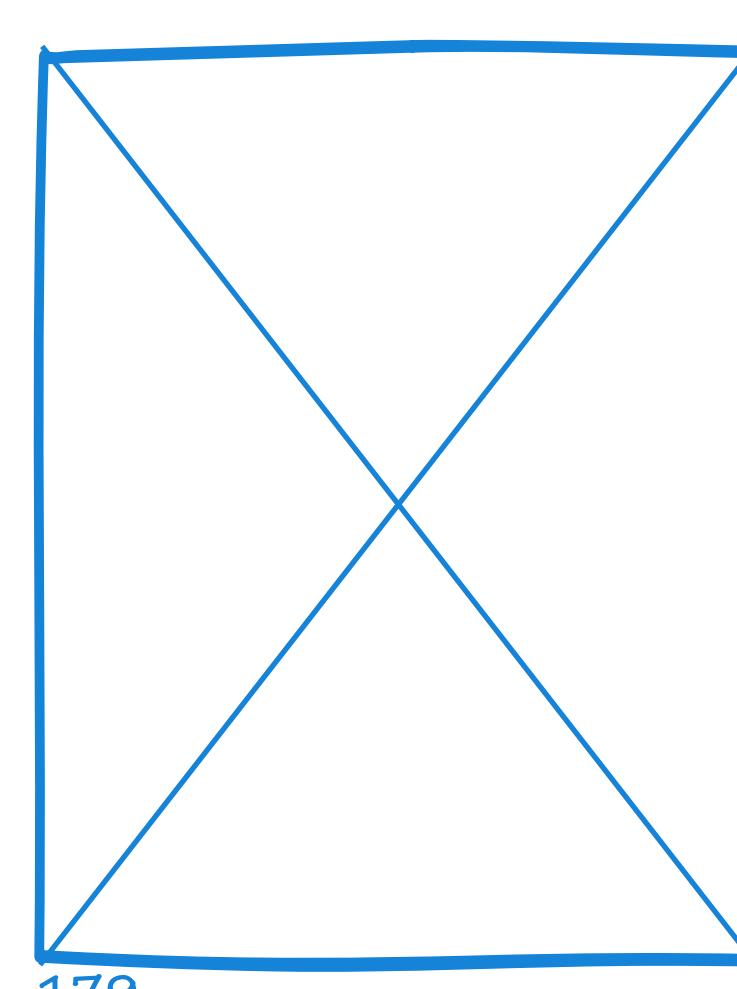
- [Sorter ▾](#)
- [Størrelse ▾](#)
- [Farve ▾](#)
- [Designer ▾](#)
- [Mønster ▾](#)



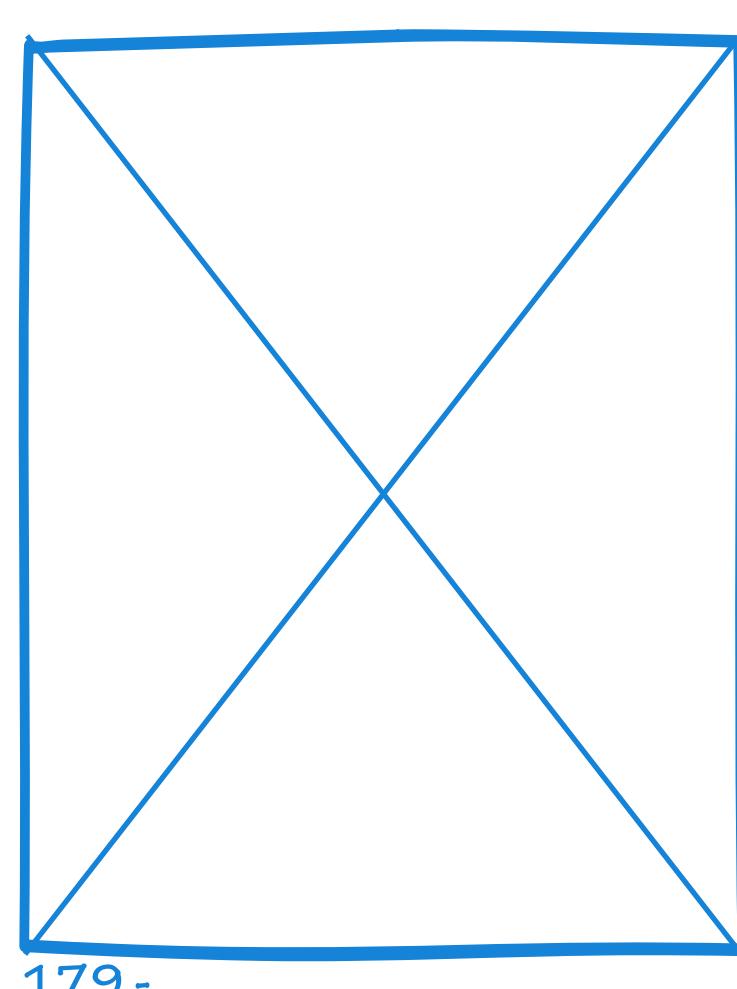
179,-



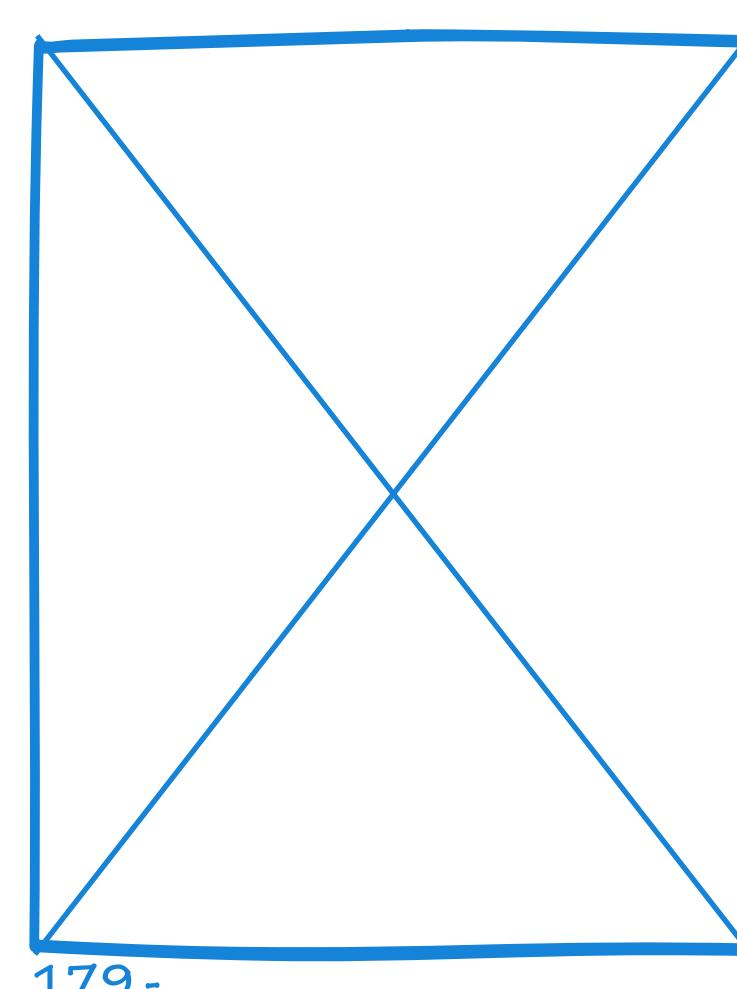
179,-



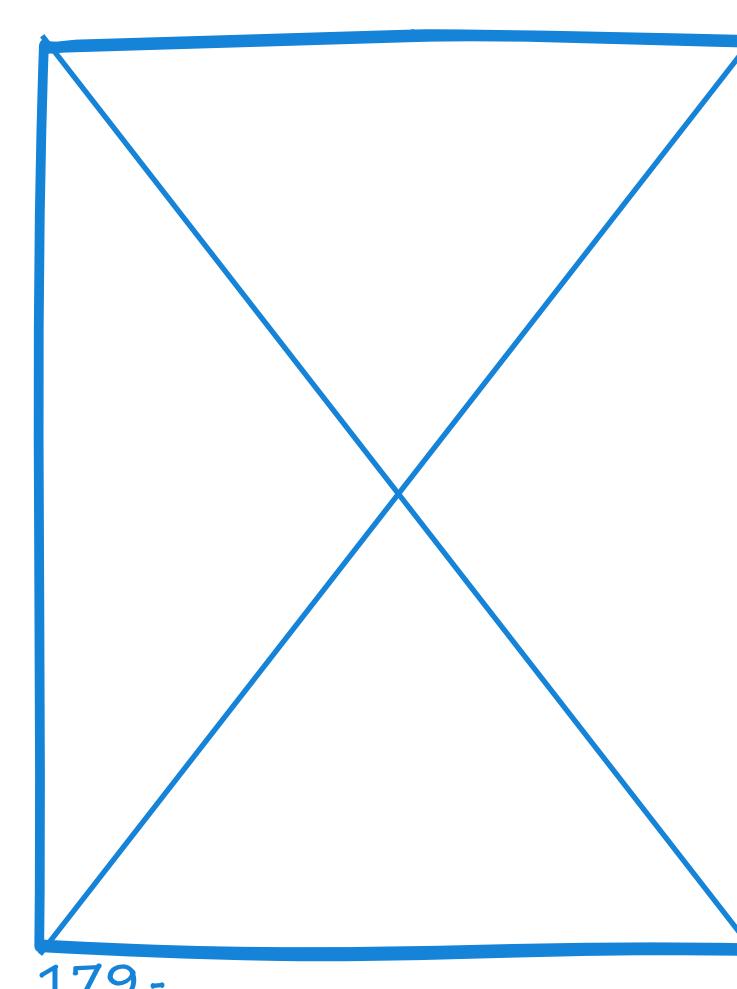
179,-



179,-

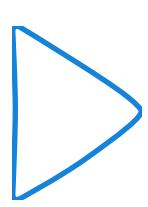
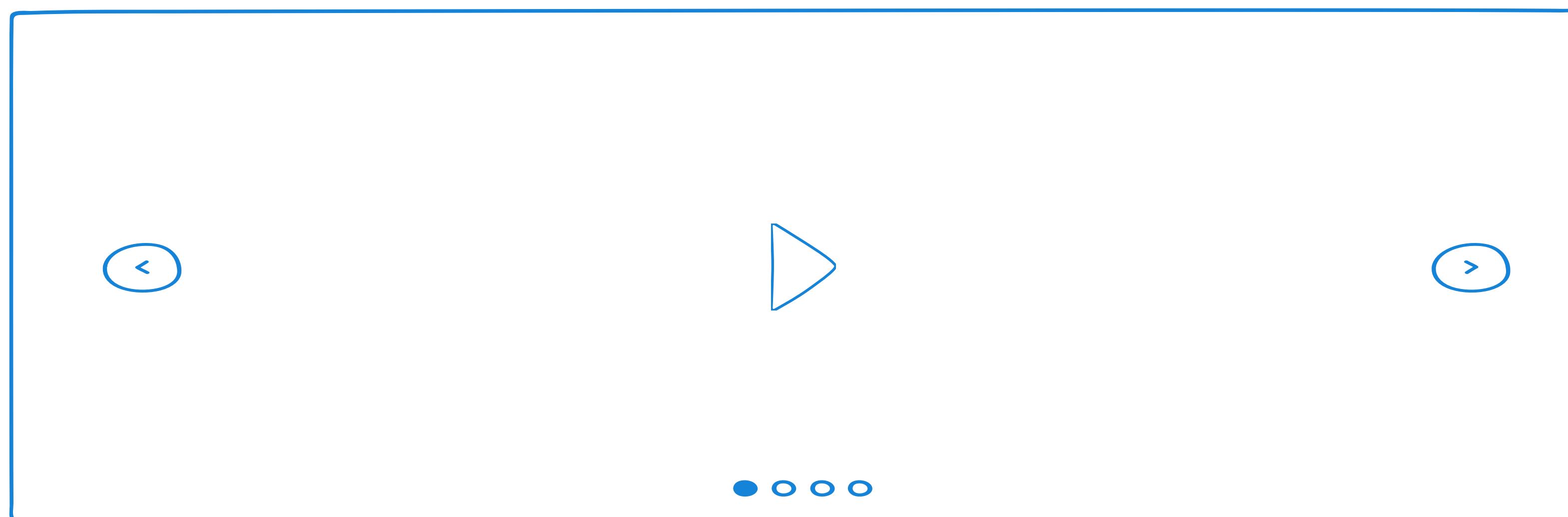


179,-

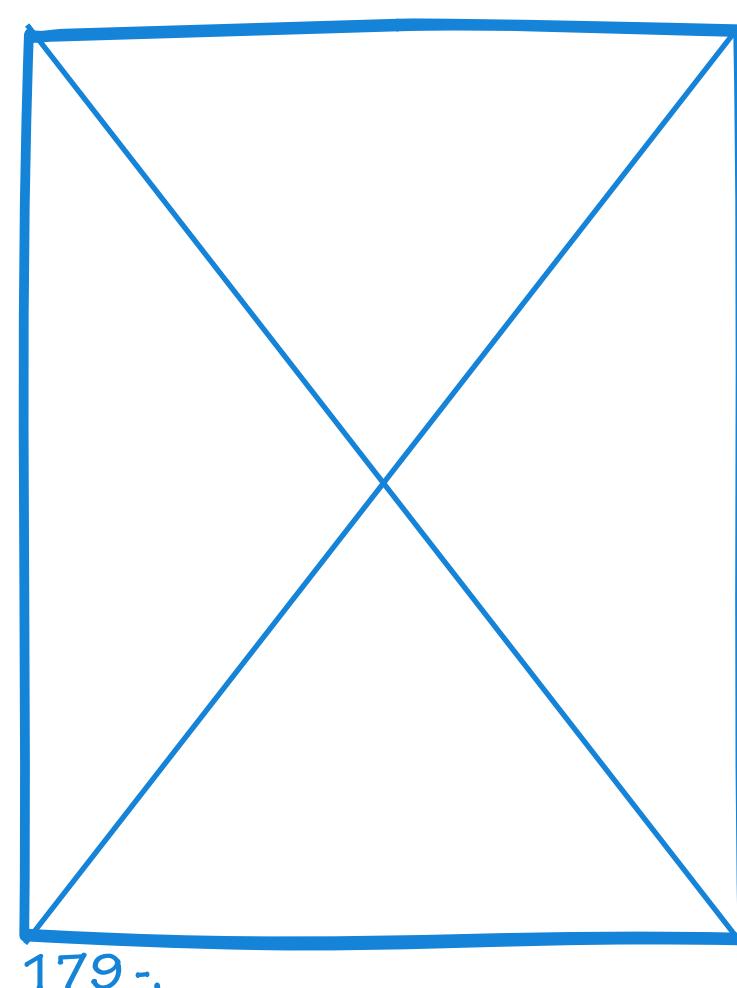


179,-

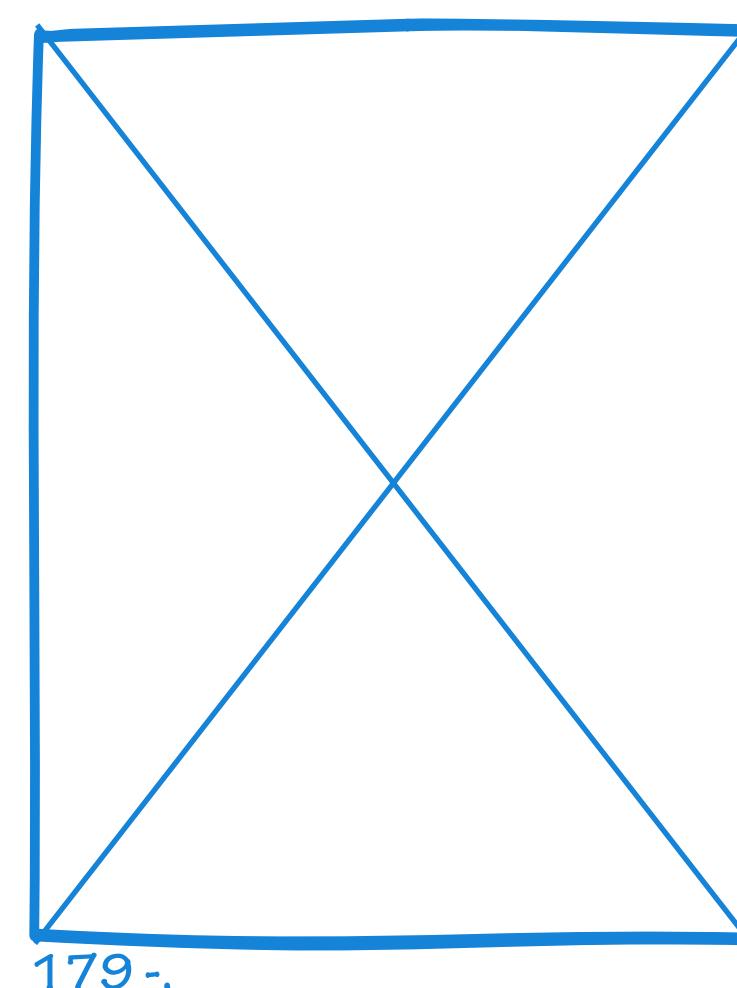
Featured



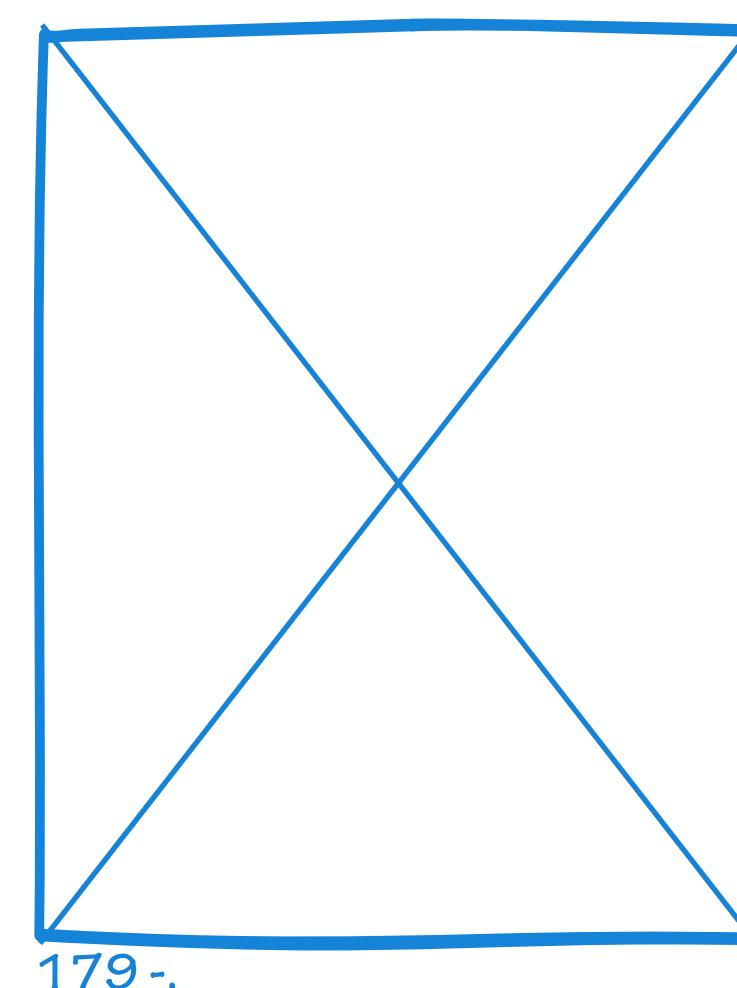
● ● ● ●



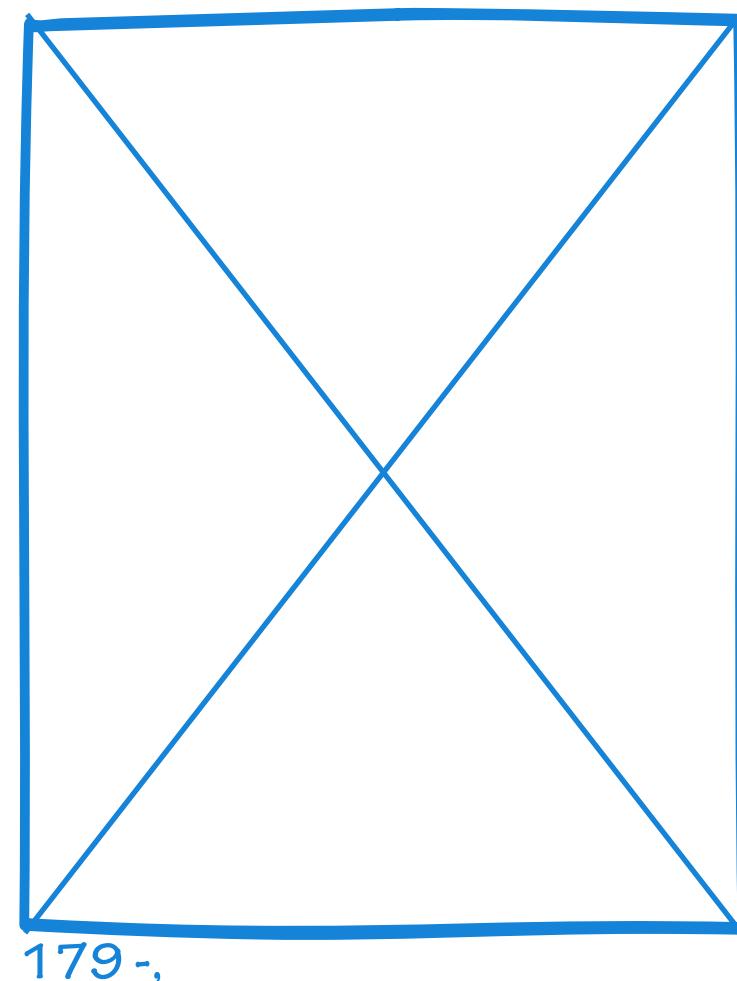
179,-



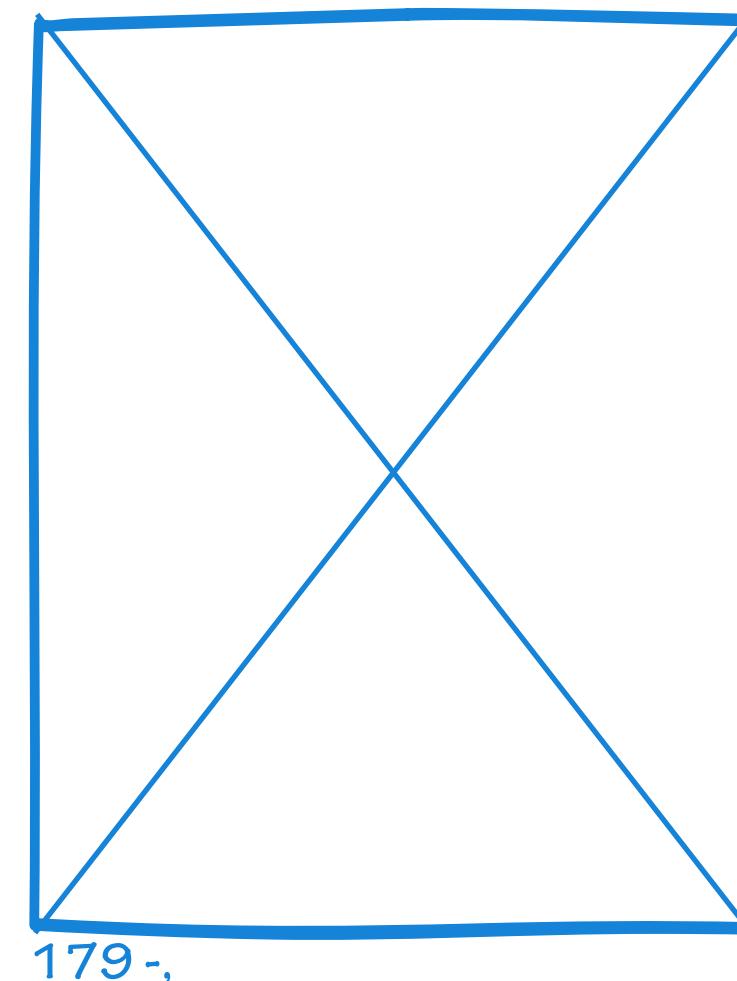
179,-



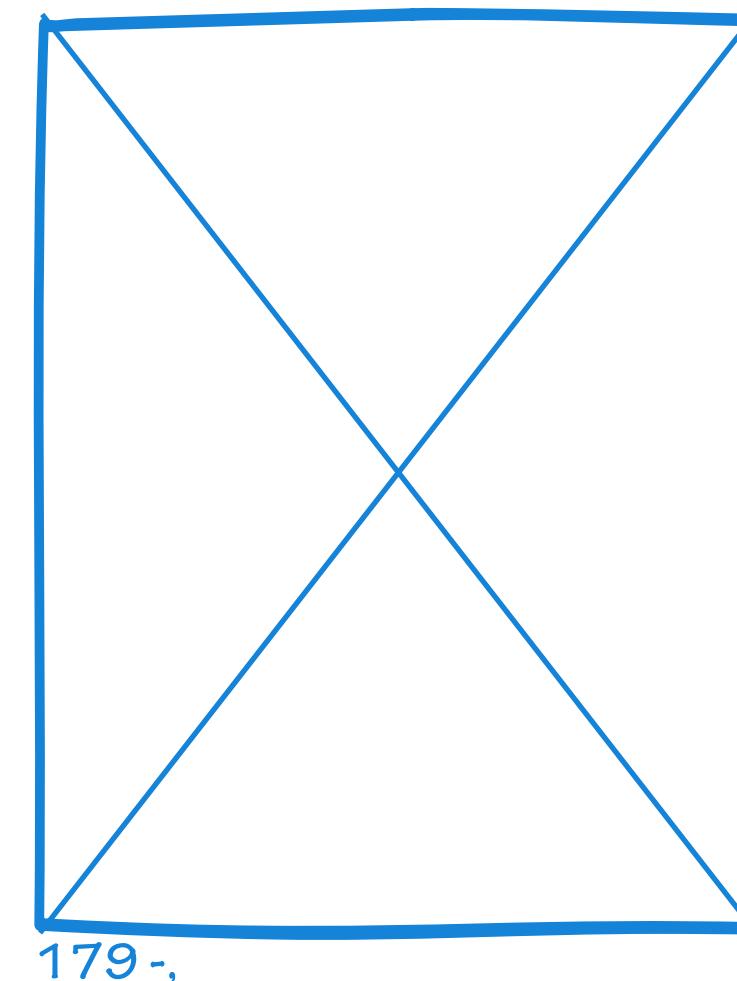
179,-



179,-



179,-



179,-

>

Genbrug

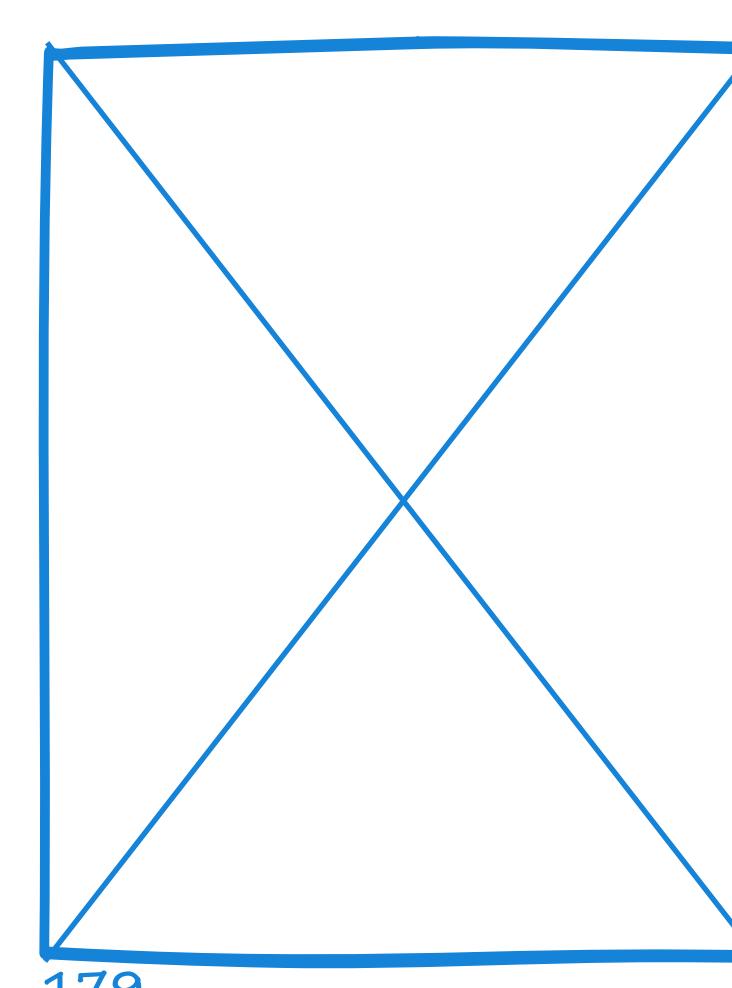
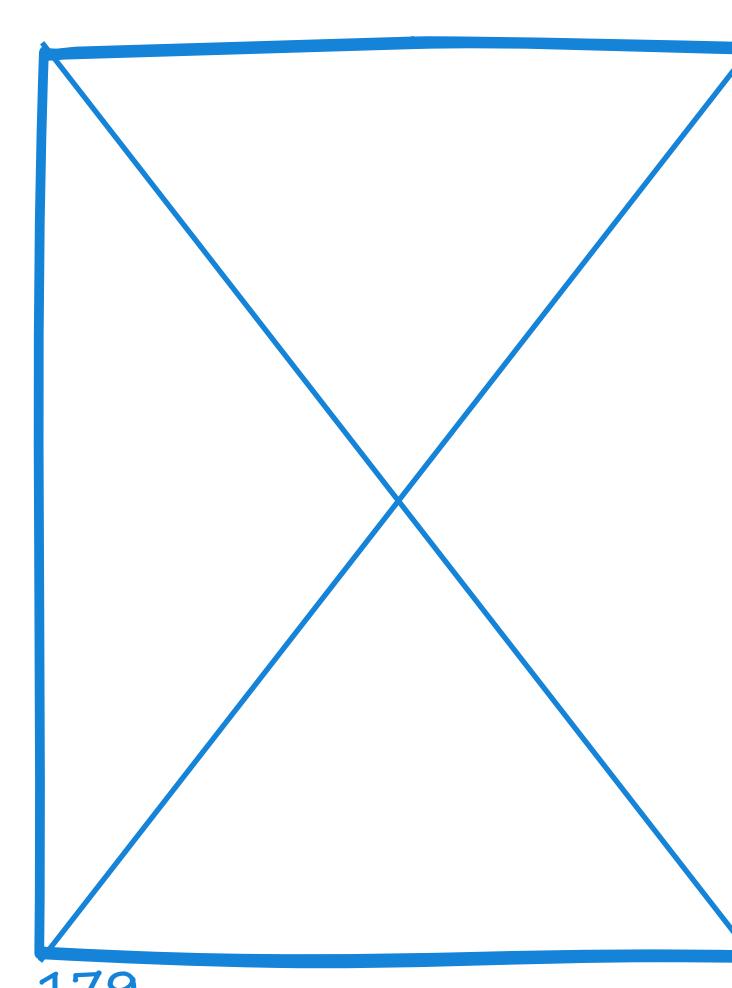
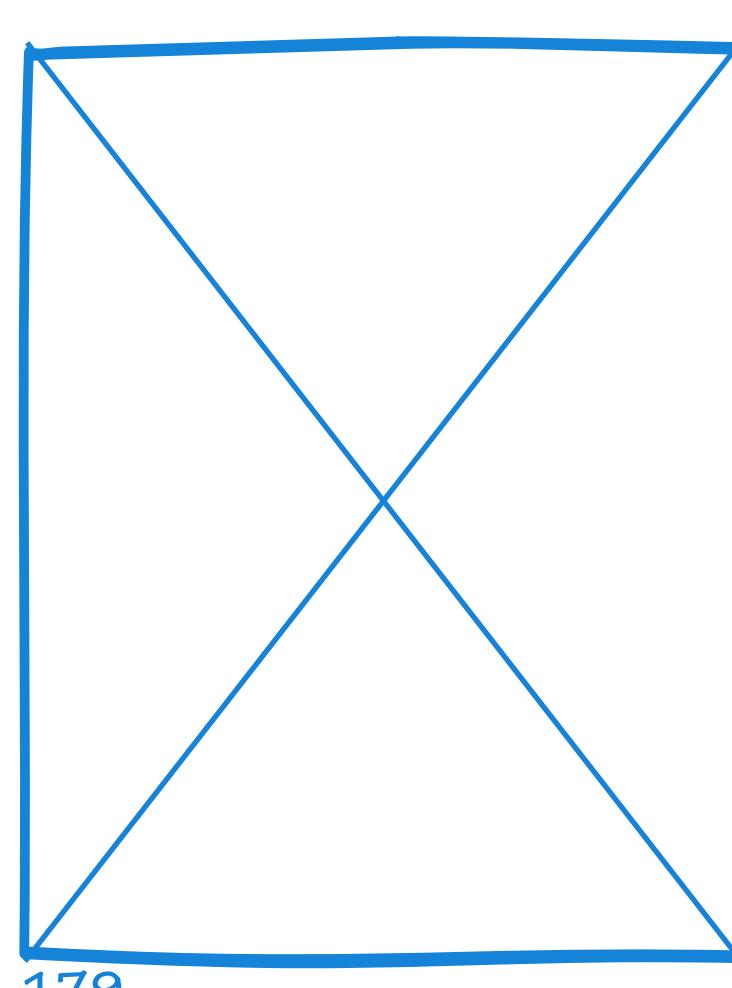
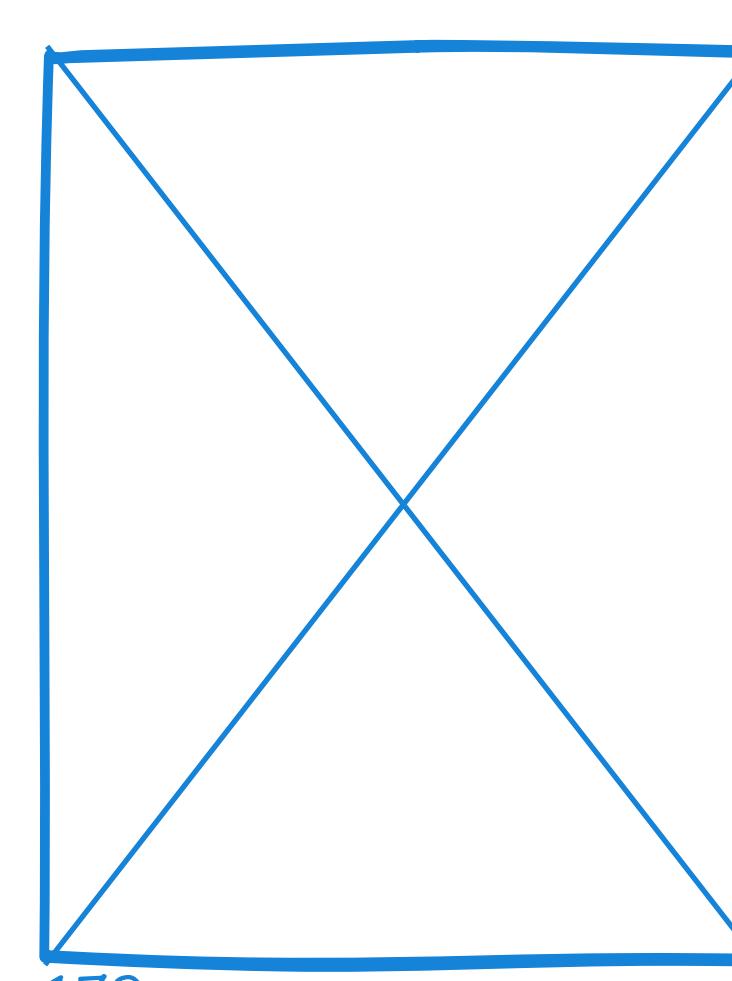
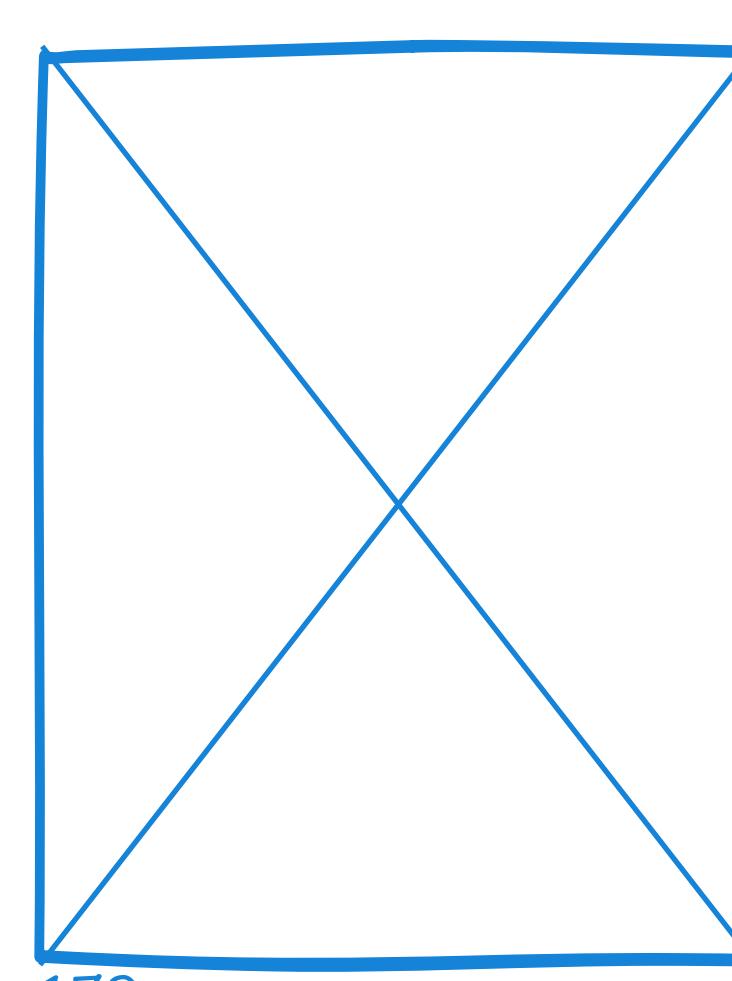
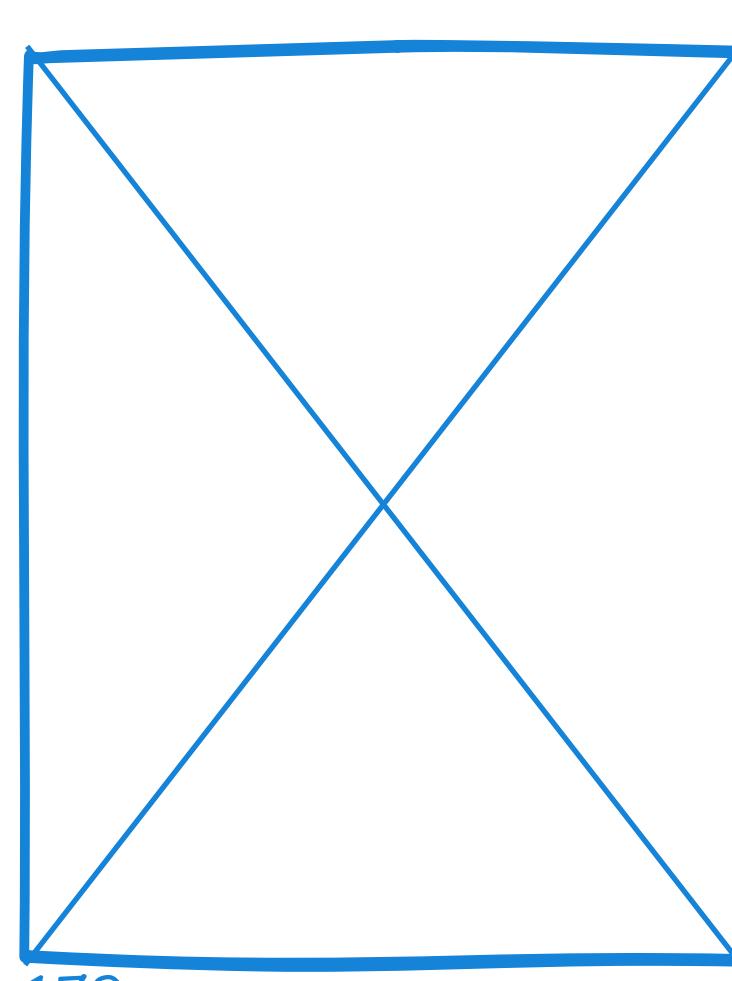
T-shirts
Skjorter
Sweatere
Strik
Hoodies
Fleece
Cardigans
Sweatshirts
Jakker
Frakker

Bukser

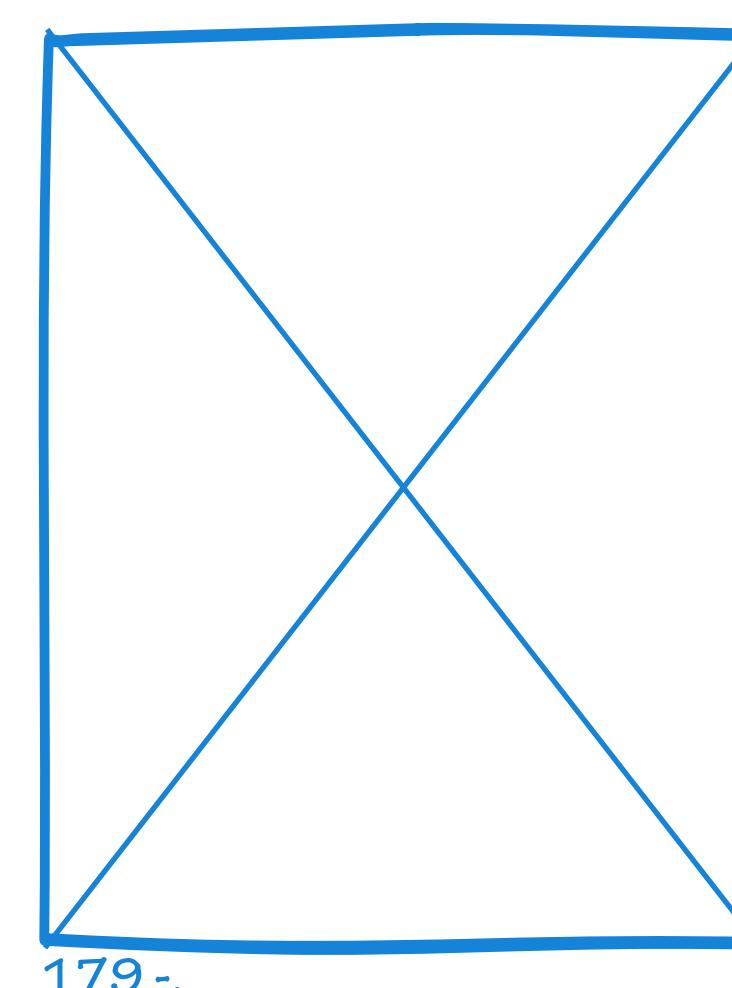
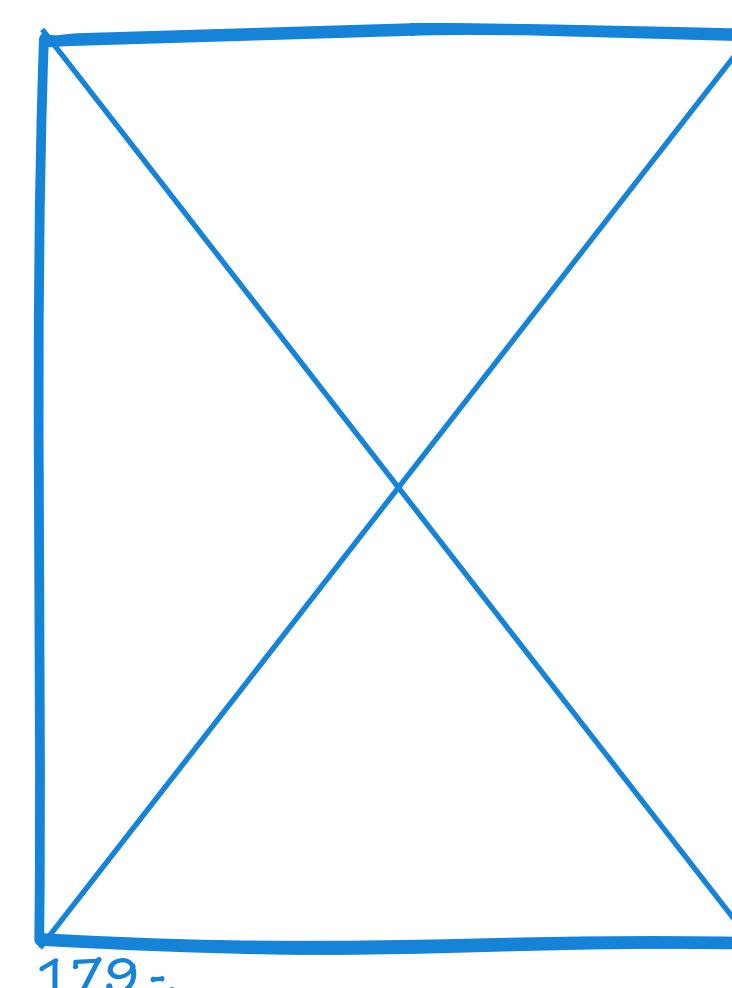
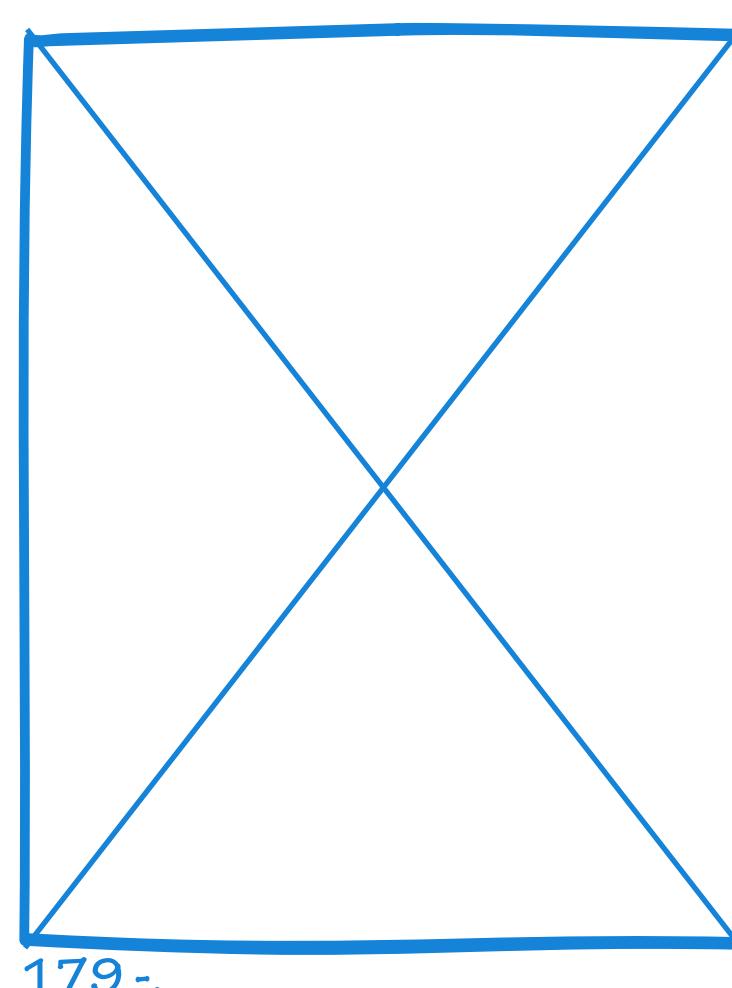
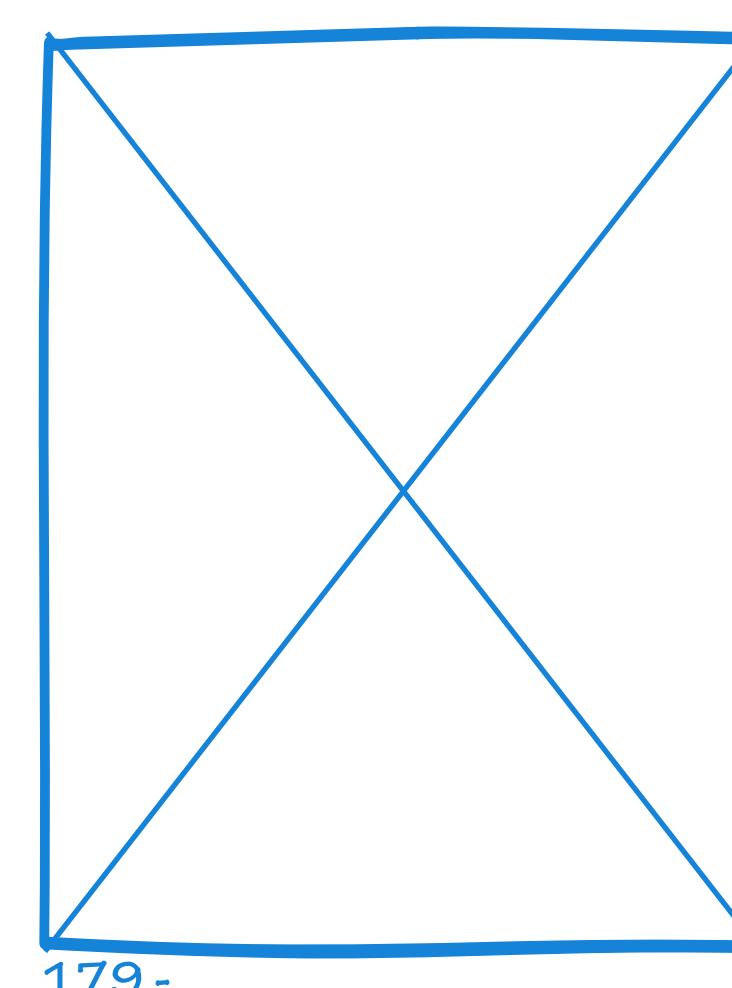
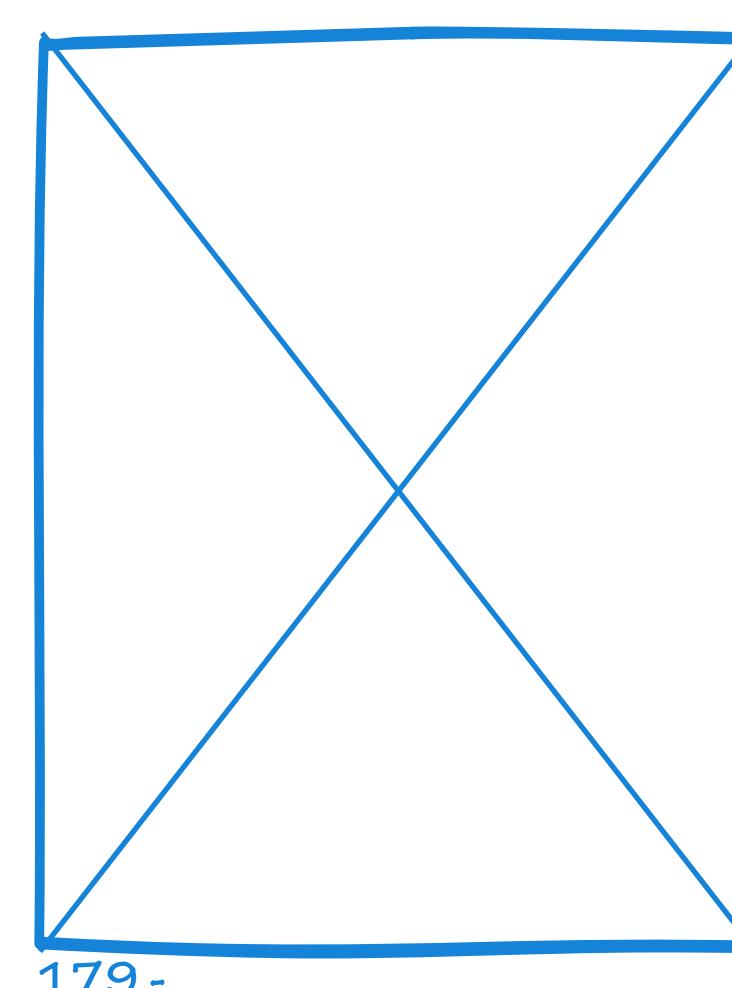
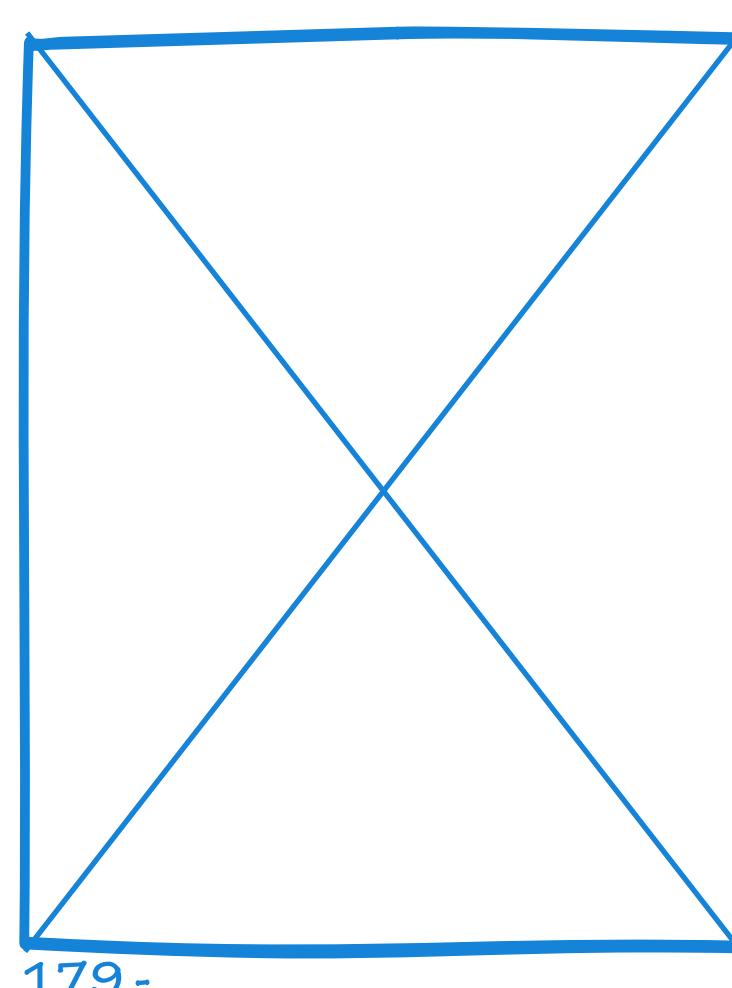
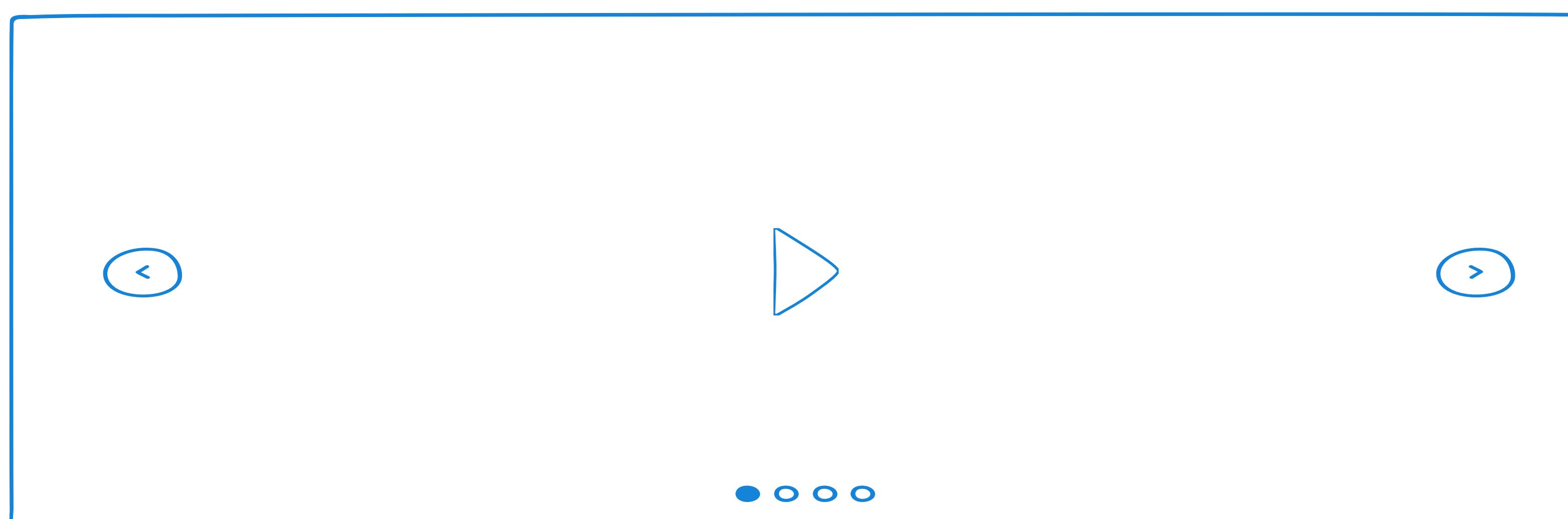
Sko

Kåber

Sorter
Størrelse
Farve
Mærke
Mønster



Featured



>

Overskrifter:

Overskrift H1

Font-size: 50px - Font-family: Open sans

Overskrift H2

Font-size: 40px - Font-family: Open sans

Overskrift H3

Font-size: 35px - Font-family: Roboto

Overskrift H4

Font-size: 25px - Font-family: Roboto

Brødtekst:

Lore ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Fusce quis lectus quis sem lacinia nonummy. Proin mollis lorem non dolor. In hac habitasse platea dictumst. Nulla ultrices odio. Donec augue. Phasellus dui. Maecenas facilisis nisl vitae nibh. Proin vel seo est vitae eros pretium dignissim. Aliquam aliquam sodales orci. Suspendisse potenti. Nunc adipiscing euismod arcu.

Font-size: 16px - Font-family: Roboto mono

Links og knapper:

Link

Link

I kurv

I kurv

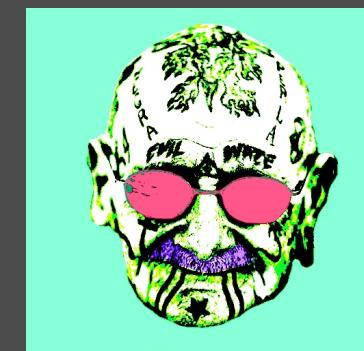
Font-size: 16px - Font-family: Roboto mono

Logo:

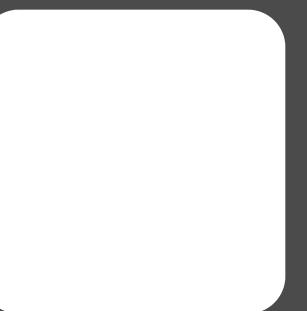
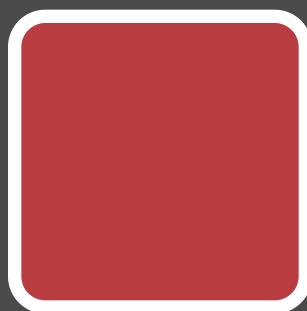


Stil

Simpelt, minimalistisk og råt udtryk. Massere af whitespace.



Farver:



Splash:





USP:

Unik tøj og kunst lavet gadens beboer - udsatte og hjemløse. Vær med til at støtte disse og give dem en ordentlig hverdag.

Tøj og kunst fra gaden.

Understøttes i produkter og stil.
Ærlighed, åbenhed, rå, brutalistisk, surreal.

Ukendt - anderkendt.

Fra ukendt til anderkendt

Copywriting:

Unikke, vilde designs. Lavet af ukendt og udsat.

Bryd normen.

Mærk gadens frihed.

Det ultimative dig.

Tag gaden med dig hjem.

Ukendt - anderkendt

Keywords:

Tøj, gaden, graphic print, støtter et godt formål, street, streetwear.

AGT x hus forbi er streetwear og kunst designet af gadens beboere.
Dit køb støtter hjemløse og udsatte i gade miljøer.

Kategoritekster:

Plakater:

Tag lidt af gaden med hjem.

T-shirts:

Tøj fra gaden

Streetwear fra gaden til dig

Genbrug

Brug mig lidt endnu.

Lad ikke godt tøj enden på gaden.

Productspec

T-shirt:

- Materiale + pleje
- Pasform
- Størrelsesguide
- Udkæring
- Designer

Plakat:

- Størrelse L x H x W
- Designer

Microcopy

- Udforsk nye designs her.
- Oplev/udforsk gaden her
- Dyk end i gaden
- Mød dine nye designere her
- Tilmeld nyhedsbrev
Og spar 10% på dit næste køb
- Din ordre/Din kurv
- Hvilken betalings mulighed vil du benytte?
- Din designer/din T-shirt

I Gå til kurv II Fortsæt med at handle I

Tak for dit køb! Du har støttet <navn>
og Danmarks udsatte.

Persuasion

- Fri fragt på ordre over 300kr (Oppe i toppen af siden)

- Lignende produkter/til dig

- Social proof
Så mange er blevet støttet

- Anmeldelser

- Rabatkoder kan fås af hus forbi sælgere - ikke nødvendigvis på siden

Tagline

- Gaden er frihed

- Frihed er gaden

- Helt unormalt

- ukendt - anderkendt

Du skal afprøve en prototype af en webshop der sælger T-shirts og plakater.
Koncept bliver ikke forklaret yderligere her, da jeg godt kunne tænke mig at høre din forståelse af det.

Interview spørgsmål

Før:

Hvor ofte shopper du på nettet?

Hvordan bære du dig ad hvis du skal finde en T-shirt på en webshop?

Undervejs:

Er det noget der stikker ud, som afbryder dit købs flow?

Hvad ville du forvente hvis X funktion/knap virkede.

Hvad tror du diverse ikoner betyder på siden?

Efter:

Hvad mener du om sidens udtryk?

Hvad mener du konceptet af webshoppen er?

Er der noget der virker forvirrende på siden?

Hvad er godt?

Hvad er dårligt?

Opgaver

Bevæg dig rundt på siden, som det føles naturligt for dig.

Gennemfør en transaktion.

Observations noter

Forside var forvirrende, knapper skal gøres større.

Koncept skal tydeliggøres mere.

Sortering på produkt oversigt skal linkes. Det var konfust at tilføj til kurv førte til betaling - tilføj kurve banner i stedet!.

Feedback ark til pitch af løsning

Webshop titel: Agt x hus forbi

UX-designer: Kasper Dahl

1

I hvor høj grad evner UX-designeren at præsentere research og indsigtet klart og overbevisende? Tip og godt råd til research og indsigtet:

Starter med et fængende anslag hvor konceptet bliver forklaret.

Kommer med et godt og fængende spørgsmål omkring hus forbi og kommer ind på konceptet for hjemmesiden

Problemstillingen bliver forklaret rigtig godt i starten, så man ved hvad det er man er gået ind til

2

I hvor høj grad evner UX-designeren at præsentere konceptet klart og overbevisende? Tip og godt råd til koncept:

Forklarer det super grundigt så det ikke misforstås. Både produktet og konceptet

Koncept er super fedt hvor man støtter en god sag.

Konceptet står klart, og man ved hvad man køber

Konceptet kan ikke misforstås og man får hurtigt at vide, hvad man støtter

3

I hvor høj grad evner UX-designeren at præsentere UX-prototypen klart og overbevisende? Tip og godt råd til UX-prototypen:

God gennemgang af de forskellige elementer og købsflowet. Farverne er super fede og passer godt sammen.

rigtig fin gennemgang af selve hjemmesiden og vildt gode visuals!

Gennemgår sin hjemmeside grundigt og forklarer sine valg af elementer på baggrund af brugere undersøgelser.

4

I hvor høj grad evner UX-designeren at præsentere indhold (foto og tekst) klart og overbevisende? Tip og godt råd til indhold:

Det er nogle meget flotte billeder der er brugt, og det gør helt klart noget for det visuelle

Billederne er rigtig fede og viser noget om de hjemløse og København. Det passer perfekt til konceptet

5

I hvor høj grad evner UX-designeren at præsentere test og redesign klart og overbevisende? Tip og godt råd til test:

Under fremvisning af hjemmeside forklare mange af ændringer og tilføjelser til hjemmesiden på baggrund af brugerundersøgelser.

6

I hvor høj grad lykkedes det UX-designeren at pitche en overbevisende løsning på T-shirt webshop-casen? Diskussion af den samlede UX-webshop løsning:

Konceptet er helt klart noget man bør gå videre med.

På sin unikke og cool case, formår der stadig at leveres en god løsning til problemstillingen.

Løsningen er overbevisende og bliver præsenteret på en god måde. Selve budskabet bliver præsenteret godt og man er ikke i tvivl om hvad man støtter. Meget unikt og virkelig flot lavet.

7

Diskussion

Hvordan er siden ift. hus forbi egens side?

- Jeg har brugt den røde linje fra hus forbis egen side og deres andre farver. Dog har jeg brugt nogle mildere versioner af farverne, som jeg mener giver et lidt pænere udtryk.

Tagline USP?

Min tag line er ukendt - anerkendt. Fordi jeg gerne vil anerkende de ukendte

Altså de udsatte og hjemløse i DK. De udsatte der er med til at designe skal også anerkendes.

Mit USP er tøj og kunst fra gaden. Det er unikt design og støtter en god sag aktivt.

Hvad vil du med projektet efter?

Jeg vil samle mine data, indsigtene og resultater og pitche det for hus forbi.

Overskrifter:

Overskrift H1

Font-size: 32px - Font-family: Acumin pro

Overskrift H2

Font-size: 36px - Font-family: Source Serif pro

Overskrift H3

Font-size: 24px - Font-family: Acumin pro

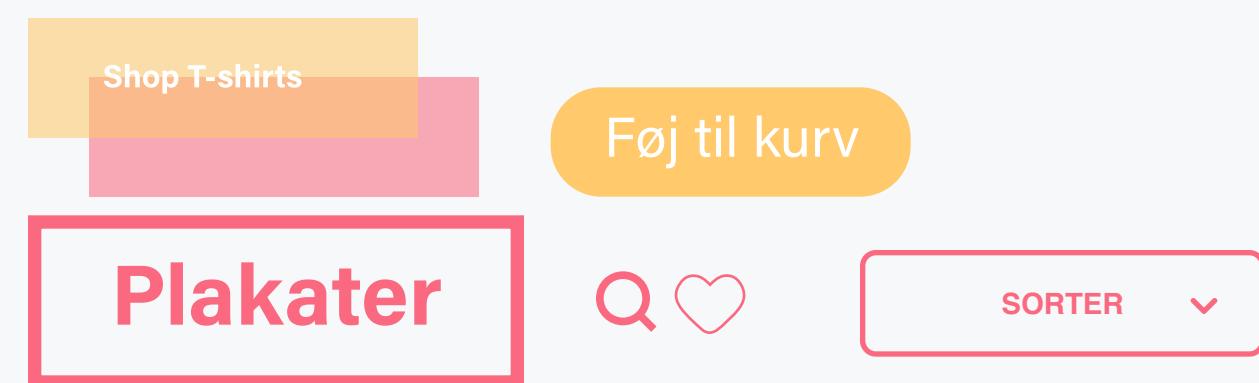
Overskrift H4

Font-size: 16px - Font-family: Acumin pro

Logo:

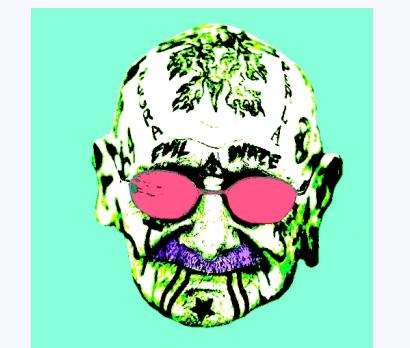


Links og knapper:

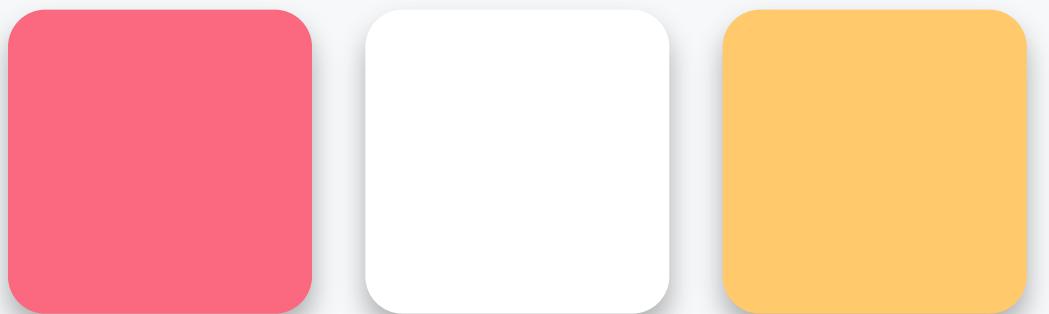


Stil

Simpelt, minimalistisk og råt udtryk. Massere af whitespace.



Farver:



Splash:

