

# Dokumentation Dokumenter

**Gruppenr.:** A4

## **Gruppemedlemmer**

Marco Nyborg

Katrin Maria Magnusdottir

Mette Tam Hedegaard Johnsen

Caroline Signe Prom Scharff

Helena Hoffmeyer Jakobsen

## **Link til kontrakt**

[https://docs.google.com/document/d/1tq6r20FGgka4UJXfpk4Boyk2Jm\\_mLbiOLFBK m4ke\\_JU/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/document/d/1tq6r20FGgka4UJXfpk4Boyk2Jm_mLbiOLFBK m4ke_JU/edit?usp=sharing)

## **LINK TIL LIGHTHOUSE TEST**

<https://drive.google.com/file/d/1GpGuRbaiVI7BhOxYmdVepocal0UtZ6OI/view?usp=sharing>

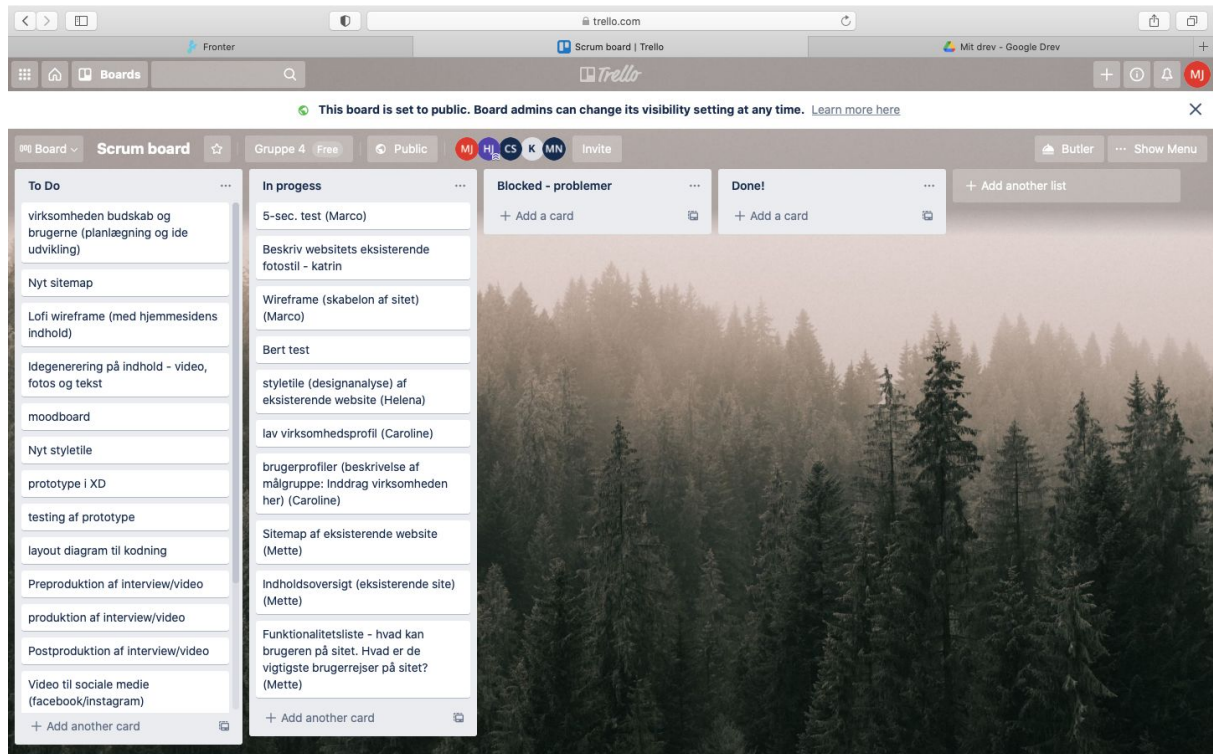
## **LINK TIL GITHUB**

<https://github.com/marconyborg/caf-altanen-redesign>

## **LINK TIL WEBSITE NETLIFY**

<https://pedantic-perlman-147a49.netlify.app/index.html>

# TRELLO SCREENDUMP 0.1



# SITEMAP AF EKSISTERENDE SITE

# Cafe Altanen

HTTP://CAFEALTANEN.DK

SPLASH PAGE

KONTAKT OS

Ekstern  
mailsystem



## INDHOLDSOVERSIGT OVER EKSISTERENDE SITE



Indholdet på eksisterende site af Café altanen indebære pt 'åbningstider', 'kontakt os' knap, 'Instagram' link samt 'Facebook' link.

## FUNKTIONALITETSLISTE AF EKSISTERENDE SITE

På nuværende site kan forbrugerne orientere sig om åbningstider, tage kontakt til caféen samt tilgå deres sociale medier (Facebook og Instagram).


De vigtigste 'brugerrejser' for brugeren på nuværende site er, at kunne tage kontakt til caféen samt se deres åbningstider.

### Style Tile af eksisterende site:

### Style Tile over det udvalgte site: <http://cafealtanen.dk/>

---

#### Logo





#### Overskift

#### Åbningstider:



#### Brødtekst

mandag | 8 - 18  
tirsdag | 8 - 18  
onsdag | 8 - 18  
torsdag | 8 - 18  
fredag | 8 - 18  
lørdag | 10 - 17  
søndag | 10 - 17


#### Fotostil



#### UI-elementer



#### Farvepalette



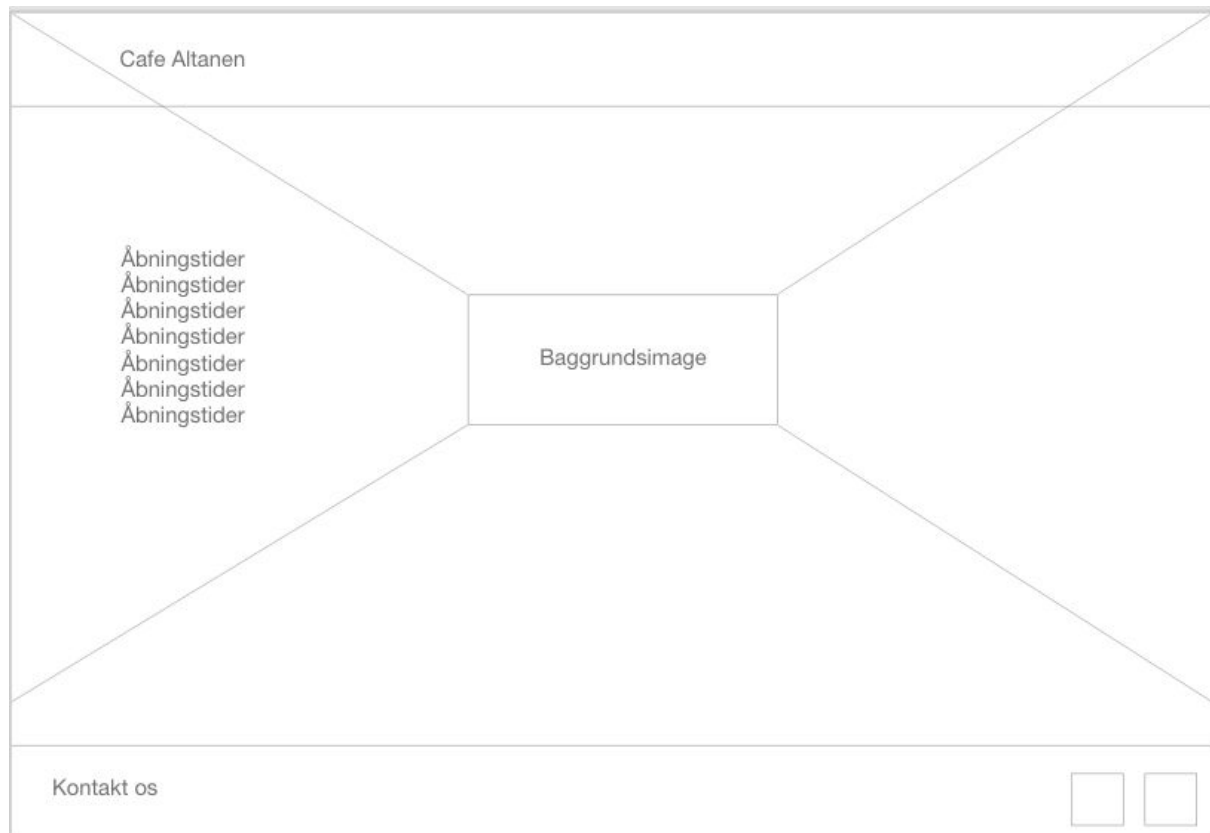
#737373   #3F403F   #535945   #F2F2F2   #BFBFBF

## **Beskrivelse af cafe-altan fotostil**

Billedstil på cafe altan skaber en meget naturlig og lækker atmosfære. Der bruges dagslys og enten planter eller træ i baggrunden af billederne. Caféen annoncerer sine lækre retter med billeder på sin instagram-side. Billederne er ikke meget produceret, farverne er lidt overdrevne, og der tilføjes et meget let filter på. Billederne er enten tæt på eller billeder af glade kunder. Der er en billede på deres hjemmeside, på den er meget let grå filter.



### Wireframe af eksisterende site:



### **BERT-TESTEN**

Bert-testen viste at 45,5% af respondenternes svar i forhold til om siden er brugervenligt, ikke synes den var dette, dog viste spørgsmålet om, om navigationen-systemet var nemt på websitet at 36,4% synes det var nemt (*dette kan skyldes, der ikke rigtig er nogen knapper som kan trykkes på, udover kontakt og link til sociale medier samt der kun findes en side, nemlig forsiden*). Endvidere synes 36,4% at det var et uprofessionelt design samt 27,3% synes både det var dårlig kvalitet, - og design.

### **5-sek test:**

**Hvad handler sitet om?**

**Test person 1:** Ud fra det korte blik på siden, ved jeg det ikke.

**Test person 2:** Det ligner lidt en Café.

**Hvad var mest iøjnefaldende på sitet?**

**Test person 1:** Figureerne i bunden af sitet.

**Test person 2:** Åbningstiderne.

**Beskriv hjemmesiden med ét ord.**

**Test person 1:** Forvirrende.

**Test person 2:** Lige gyldig (intetsigende).



## **Virksomhedsprofil:**

**Virksomhed:** Cafe altanen.

Cafe Altanen er ejet af Altan (Altan.dk) som er *"Danmarks førende virksomhed indenfor levering og etablering af elevatorer og altaner til eksisterende etageejendomme"*

Altan.dk har deres kontor liggende i samme bygning, og derfor fungerer caféen også som en slags kantine for dem. De bestiller deres daglige morgenmad, frokost, kaffe, te mm. i caféen. Når de har møder med kunder benytter de også caféen til at tilbyde kunden mad eller drikke.

## **Kundesegment:**

Cafe altanen prøver så vidt muligt at være lokale og få et fast kundesegment der. Det gør de bl.a. ved at have rabat-aftaler med nærliggende steder som Det Ny Teater, en Yoga-forening, og diverse nærliggende butikker.

Derudover er der også flere stamkunder, og folk fra lokalområdet, der med tiden har modtaget et kort, der giver dem 20 procent rabat på alt.

Deres kundesegment er meget bredt. Der er både skolebørn der bestiller varm kakao, unge der studerer, ældre kvinder der mødes til kaffe, og familier der kommer ned og køber søndags-brunch.

Mange kunder ligger dog imellem 30-40 år og tilhører lokalmiljøet.

## **Web research omkring virksomheden.**

### **TripAdvisor:**

På TripAdvisor har Café Altanen fået en masse gode anmeldelser for cafeens hyggelige lokaler/indretning, deres meget rimelige priser, samt deres meget søde og flinke personale og ikke mindst så får de ros for deres lækre udvalg af håndmader og kaffe.

[https://www.tripadvisor.dk/ShowUserReviews-g189541-d9697107-r778508323-Altan-en-Copenhagen\\_Zealand.html](https://www.tripadvisor.dk/ShowUserReviews-g189541-d9697107-r778508323-Altan-en-Copenhagen_Zealand.html)

### **Yelp:**

På Yelp får Cafe Altanen igen ros for deres meget "gode priser". Trods at kunderne ikke er "altankøber-målgruppen" gav deres besøg hos caféen dem stadig en masse værdi. Nemlig "sommerværdi".

<https://www.yelp.com/biz/caf%C3%A9-altanen-k%C3%B8benhavn?hrid=HvhT2a9YCr5YwOUAkgYtVg>

**Børn i byen:**

På Børn i byen bliver Cafe Altanen beskrevet som værende et sted som skiller sig ud fra Københavns mange andre caféer. Det gør de bl.a. med deres meget billige priser. Et menukort som indeholder håndmadder og et glas mælk. Der er også adgang til en baggård, hvor det gør det muligt for mødre at komme med deres barnevogne, som kan holdes under opsyn. Derudover har de en kælder, hvor mødrene kan side uforstyrret i et hyggeligt amme rum

<https://bornibyen.dk/koebenhavn/places/13833-cafe-altanen>

**Visit-Frederiksberg:**

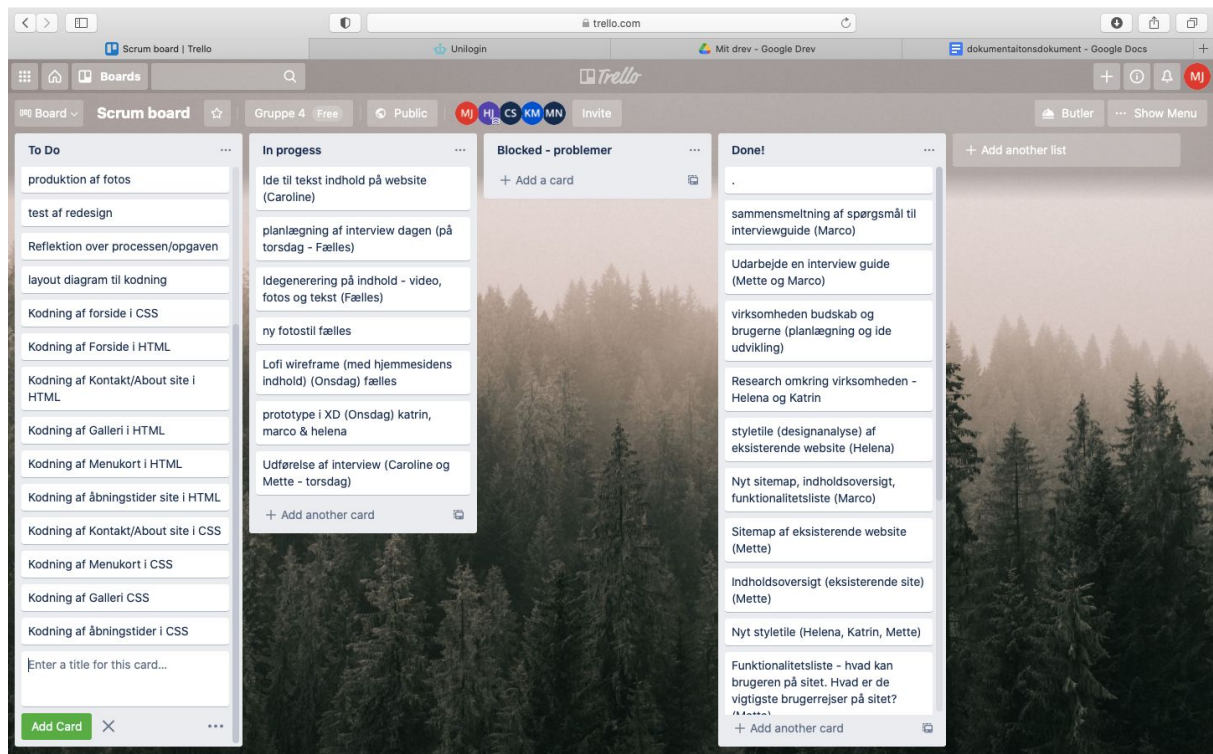
På Visit-Frederiksberg beskriver Caféen, at de går op i at alle føler sig velkomne. Caféen har besøg af mange som studerer eller arbejder på farten grundet de mange stikkontakter samt gratis WIFI, som gør det muligt. Deres menukort er simpel, men består af et bredt udvalg af f.eks. varme og kolde drikke. Derudover tilbyder de rugbrøds-madder, sandwich og andet lækkert. Der er også noget til den søde tand på menukortet. Størstedelen af Caféens råvarer er økologiske.

*" Så trænger du til noget let og lækkert til en fair pris. Og har du lidt svært ved at forestille dig, hvor meget plads der egentlig er på en altan, eller om man overhovedet kan sidde komfortabelt på de svævende kvadratmeter. Så er et besøg på vores café, værd at prioritere"*

<https://visitfrederiksberg.dk/emne/cafe-altanen/>



## TRELLO SCREENDUMP 0.2



## IDE til tekst indhold

### Kontakt os:

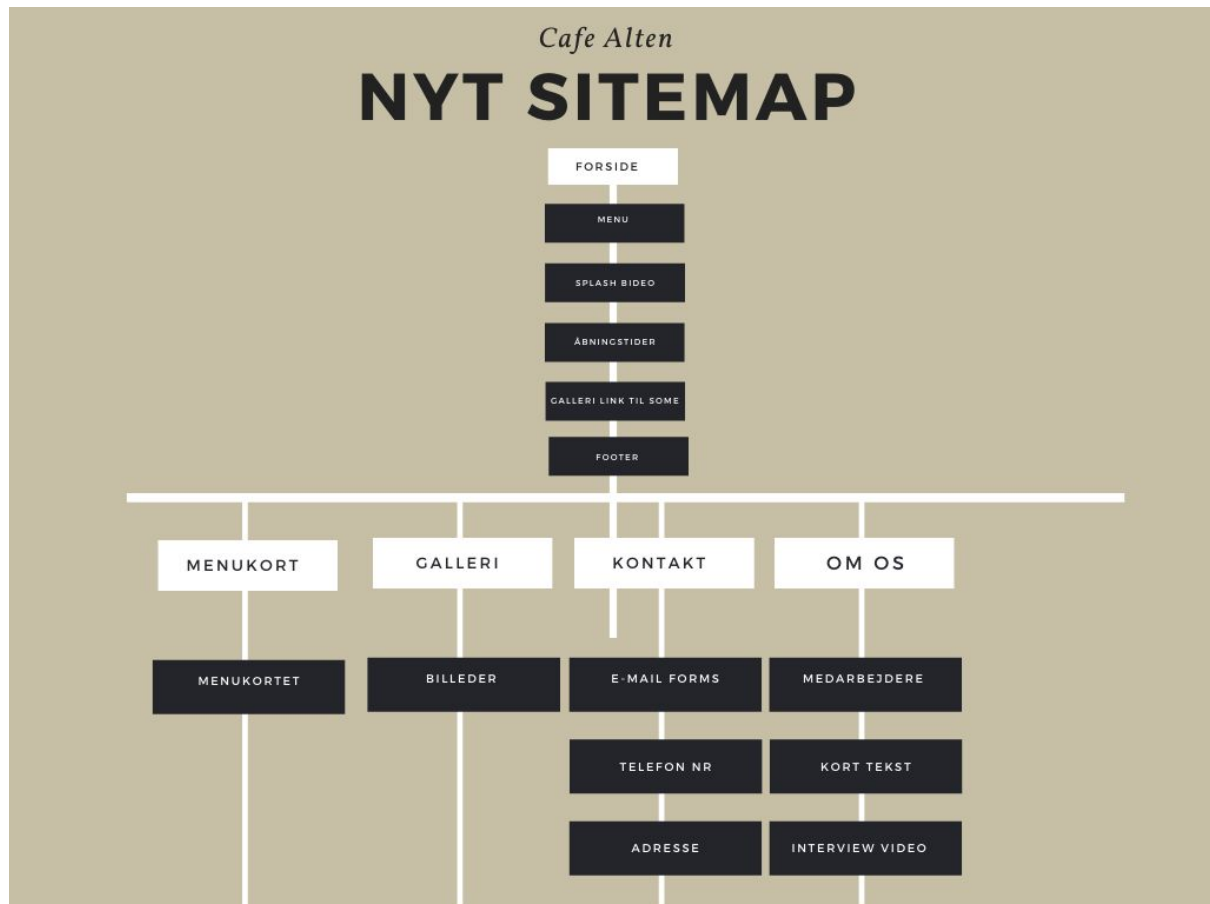
Vi glæder os til at høre fra dig

Har du nogle henvendelser vedr. Café besøg eller andet så bedes du udfylde formularen.

Øvrige henvendelser kan også besvares på telefonen i Caféens

åbningstider. Caféens kontaktoplysninger og åbningstider er at finde længere ned på siden.

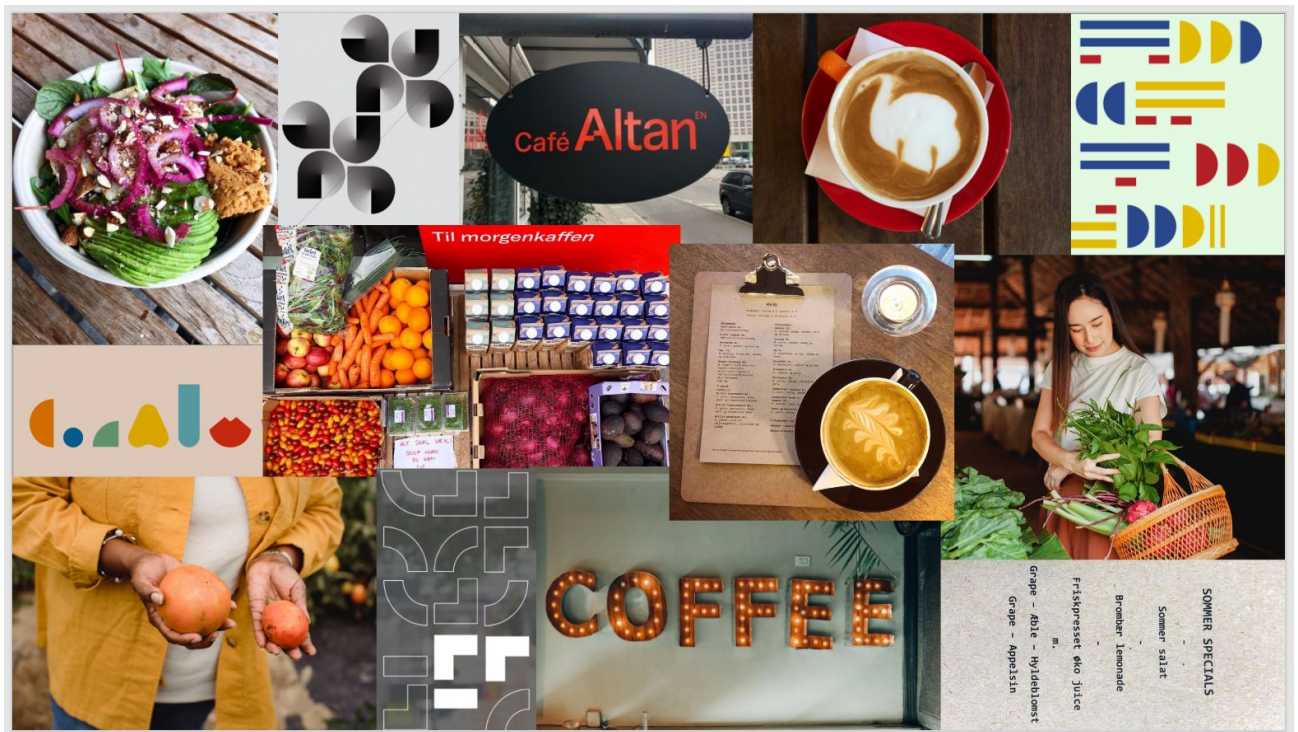
### Sitemap af det nye site:



### FUNKTIONALITETSLISTE AF NYT SITE:

I vores re-design ønskede vi at lave en globalmenu, så brugerne kunne få et bedre indblik i Café altanen både i form af, hvad de kan få at spise og drikke, billederne af caféen, om hvem de er samt en side, hvor kunderne kan kontakte dem.

## Moodboard



## Style Tile

### Style Tile - til redesign af Café Altanen

#### Fotostil



#### Farvepalette



#### UI-elementer



#### Logo



#### Overskrift/brødtekst: Roboto

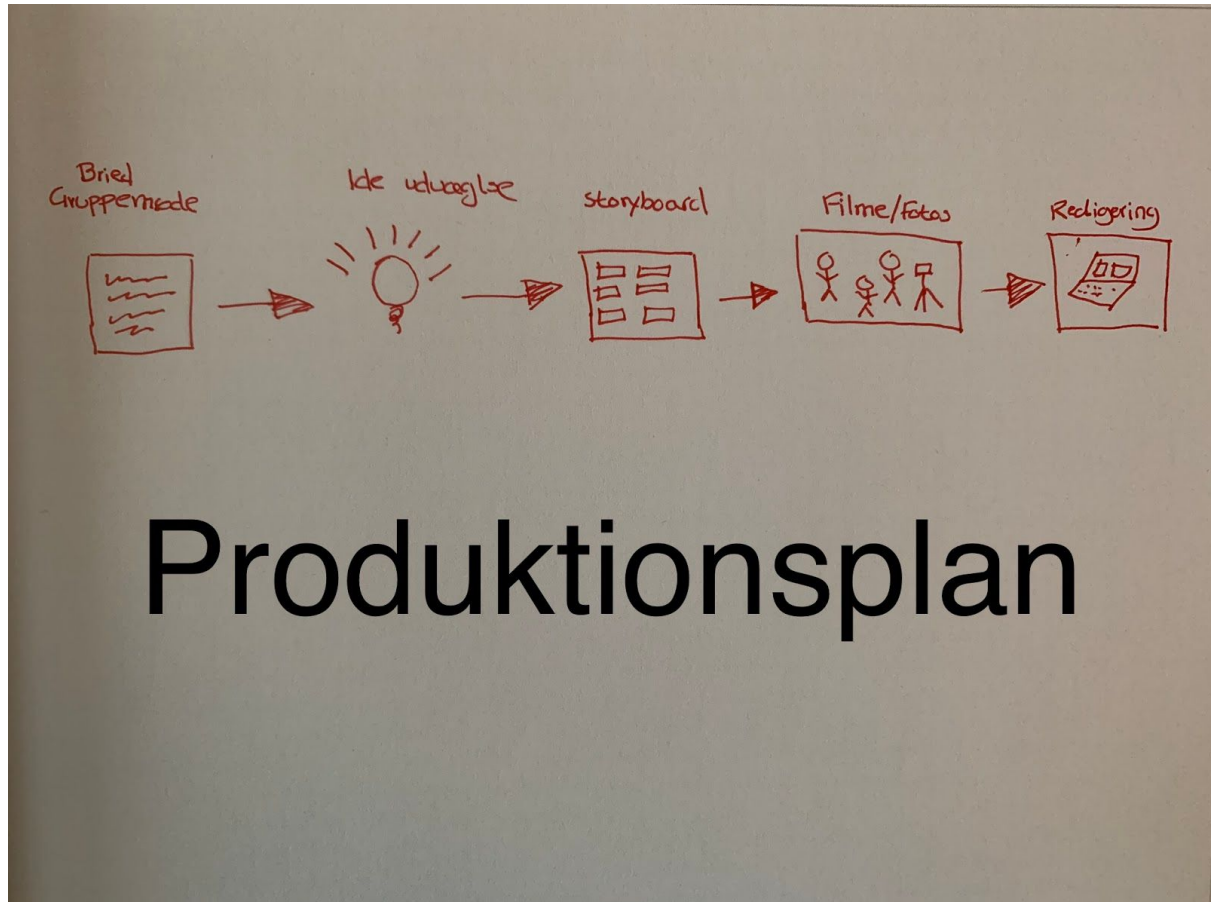
### OM OS

Lorem Ipsum is simply dummy text of the printing and typesetting industry. Lorem Ipsum has been the industry's standard dummy text ever since the 1500s, when an unknown printer took a galley of type and scrambled it to make a type specimen book.

Vi har valgt at gå efter et minimalistisk design, med et lille touch up af farver. det minimalistiske design skal gøre det nemt og overskueligt for brugeren at navigere rundt på siden. vi har valgt at anvende nogle lidt mere farverige farver på siden for at

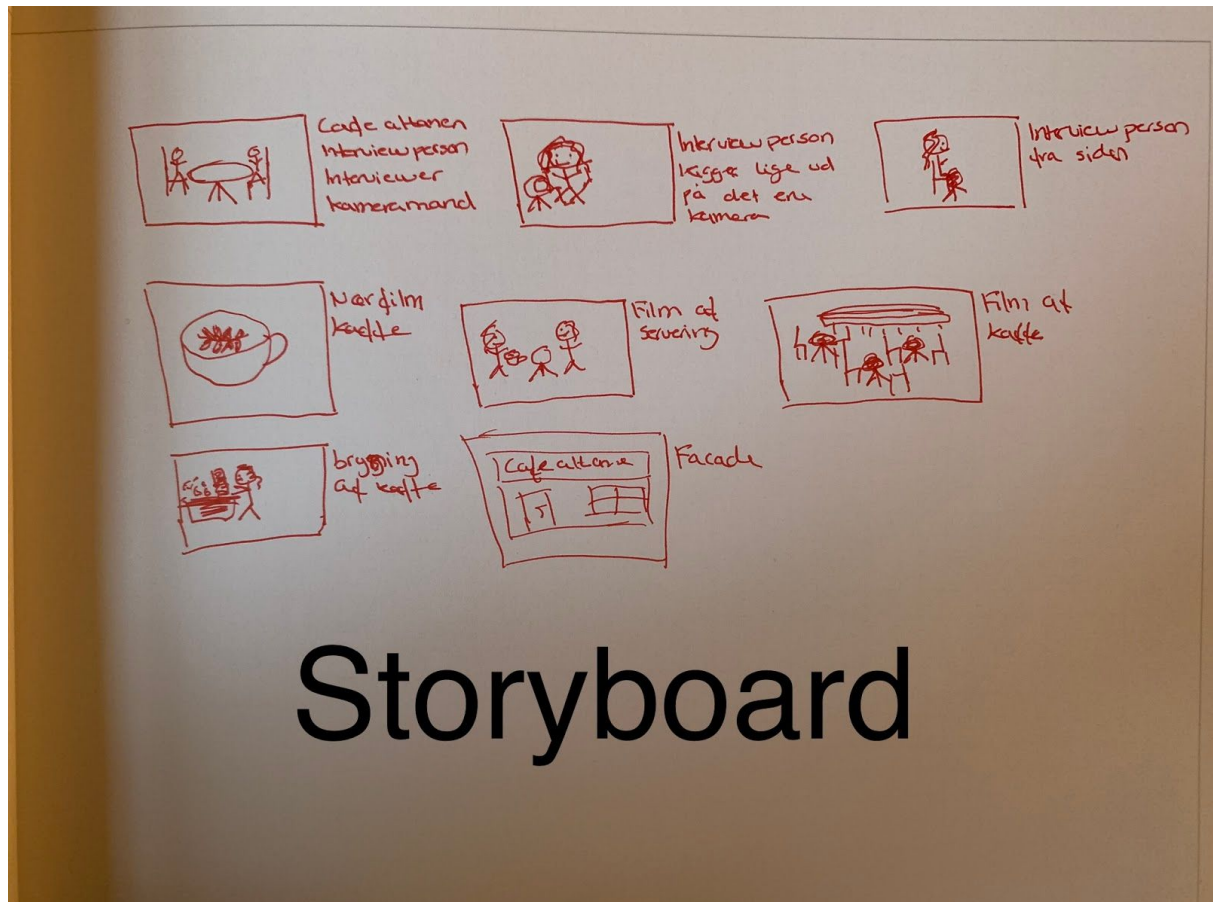
afspejle deres instagram, som er den platform de benytter mest til at kommunikerer med deres kunder på.

## STORYBOARD OG PRODUKTIONSPLAN:



Processen har været gruppemøder/brief omkring produktionen af interview, video og fotos hos Cafe Altanen. Ud fra vores research arbejde har vi udarbejdet nogle idéer og udvalgt én idé. Herefter har processen været et storyboard inden dagen for interviewet, videoen og fotos, som herefter skal redigeres.





# Storyboard

Ud fra vores research og dialog med caféen ville vi gerne imødekomme deres ønske om budskabet, hvor café altanen ønsker at være en lokalcafé for nærmiljøet på Vesterbro, hvor hjemlig hygge og afslapning er en stor faktor for atmosfæren i caféen. Endvidere med en del-fortælling om, at café altanen er en del af Altan.dk som opfører altaner rund omkring i landet og heraf også café altanens indretning med deres altaner og borde.

## INTERVIEWGUIDE:

Hvilket udtryk vil I gerne signalere? F.eks. billig, dyr, moderne stil osv.

Hvilken stemning ønsker I at skabe i caféen?

Hvad er jeres kendetegn? / Hvad gør caféaltanen speciel?

Hvordan gør I opmærksom på at caféen er for alle og ikke kun kunder og ansatte?

Ønsker I sammenhæng mellem websitet Altan.dk og Caféaltanen.dk?

Hvad kan man få hos café altanen?

Hvad er historien bag caféens eksistens?

Hvad kan kunderne forvente, når de kommer på besøg hos jer?

Kan du fortælle lidt om jeres råvarer i caféen, hvad I sælger?

Er jeres råvarer lokalt indkøbt?

Hvordan tager I imod kunder i caféen?

hvad primære kundesegment?

Går I op i at være en del af lokalmiljøet?

Udover at have rabat aftaler med lokalområdet, har I ellers andre tanker om at engagere dem mere i fremtiden?

Hvordan har I fået kundesegmentet ud til skolebørn, studerende og ældre?

## **postproduktion af fotos**

Web 1920 – 2

# Postproduktion

Da vi ikke selv har haft muligheden for at tage nogle billeder, da Caféen desværre måtte lukke ned, grundet lockdown, har vi stedet for modtaget nogle billeder fra caféen selv.

Da virksomheden i forvejen gør stor brug af deres instagram til at vise billeder af maden, stemningen osv., så var det nogle gode billeder vi havde modtaget som ikke behøvet meget redigering.

Den fotostil vi gik efter var GoPro. Derfor er det, som vi primært har gjort ved billederne er at, vi har gjort dem mere klare og forstærket farverne, hvilket gør at billederne får et mere friskt look.

Det har vi valgt at gøre, fordi at vi gerne vil prøve at ramme den stil de allerede havde på deres instagram, som nemlig var meget friske billeder med klare farver.

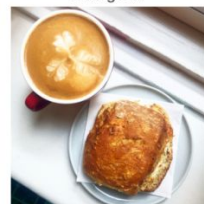
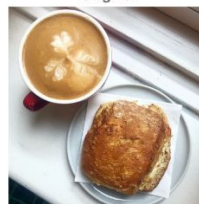
Det har vi gjort ved bl.a. at justerer på

- Color balance
- Brightness
- Hue/saturation

### Eksempler

Original

Redigeret



## Beskrivelse af fotostil

# Fotostil - GoPro

### Motiver:

Café Altanen har deres kommunikation rettet i mod deres kunder. De vil derfor gerne vise deres kunder, hvad de har at tilbyde og give dem en fornemmelse af stemningen i caféen. Det være sig i form af billeder af selve caféen, maden, drikkeelse og personalet selv.

### Billeder af maden/drikkeelsen:

Juice, Kaffe og smørrebrød.

### Billeder af Caféen:

Caféen, siddepladser og disken

### Billeder af personalet:

Ansæt der er i gang i køkkenet, ansæt sidder ude og en ansæt som nyder en kold drink fra menukortet.

### Fotostil:

#### Fotos har

- klare farver
- stærke farver
- frisk look
- står skarpt

#### Fotos virker:

- Instagram inspired
- Lidt opstillet (af maden og personalet)
- Virkelighedsnære (Caféen)

Mad/drikkeelse



Caféen



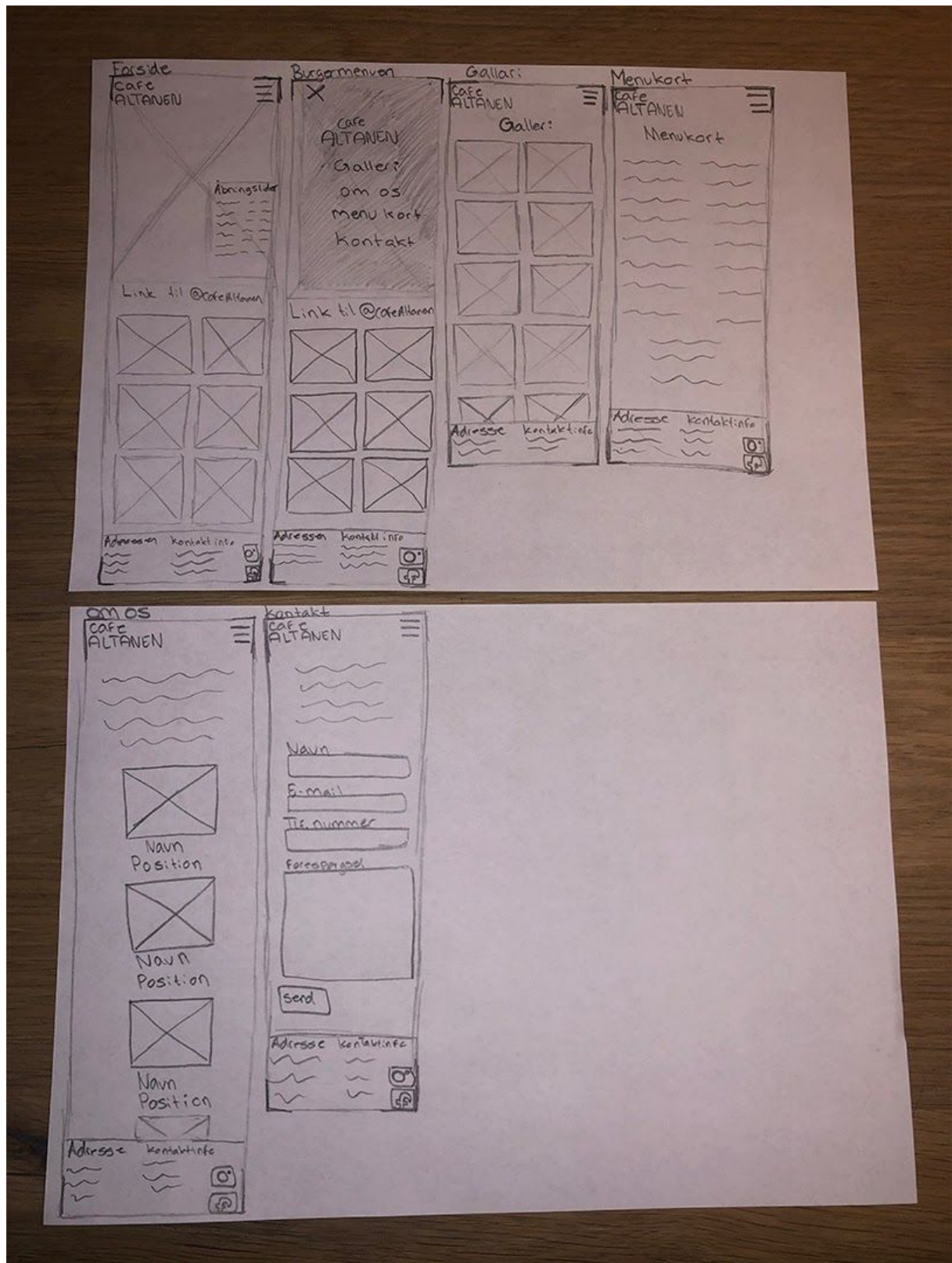
Personalet



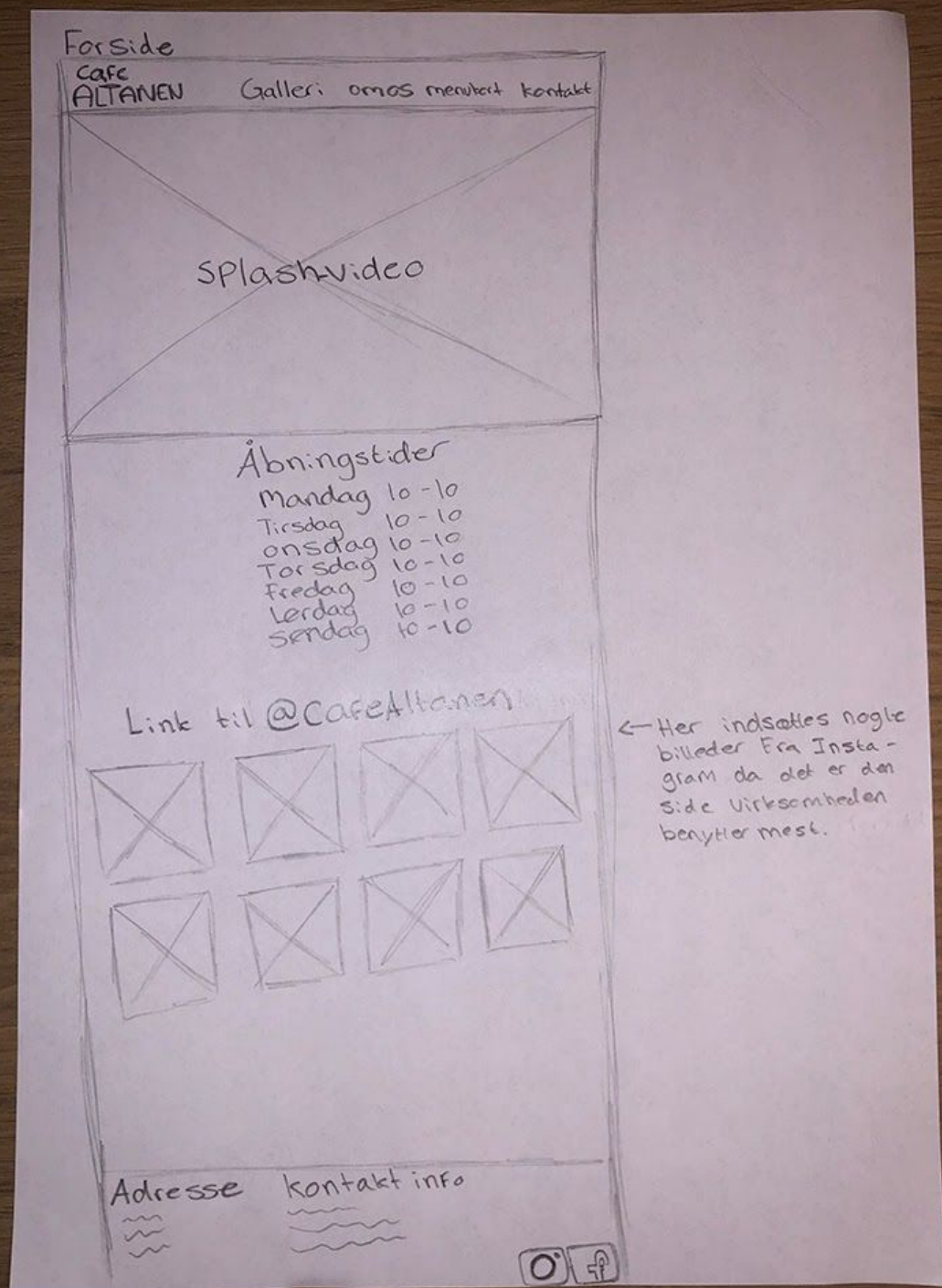


## Lofi Wireframe:

Mobil version.



Web version.





Galleri  
Cafe  
ALTANEN

Galleri omos menukort kontakt


Adresse kontaktinfo

Instagram Facebook

menukort  
Cafe  
ALTANEN

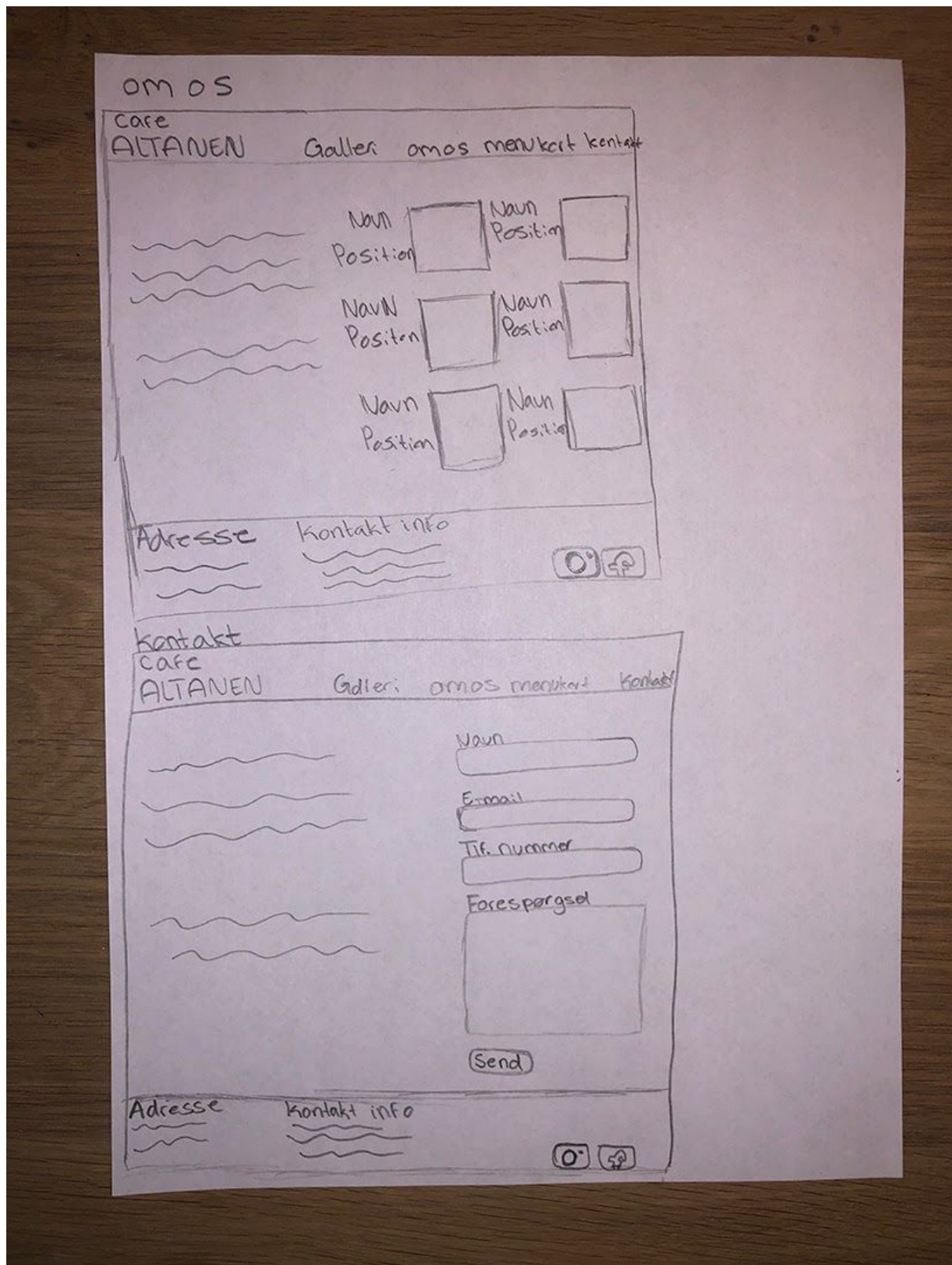
Galleri omos menukort kontakt

Menu kort


Adresse kontakt info

Instagram Facebook

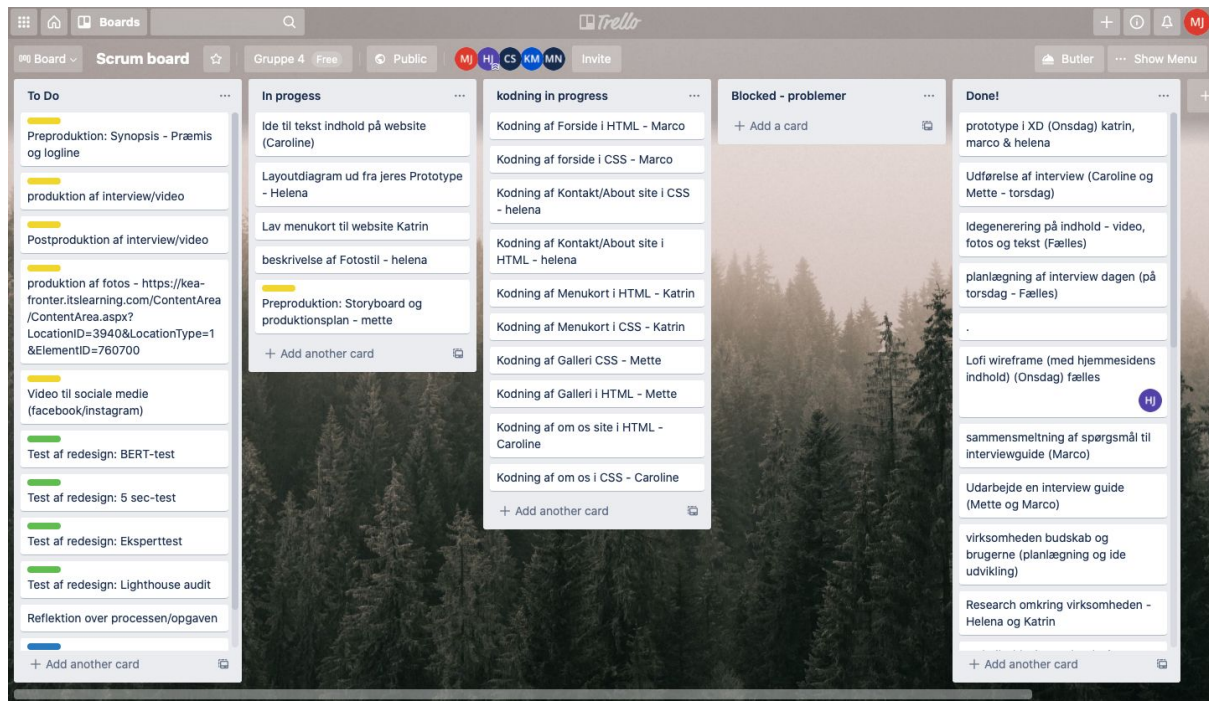
↑ skal vises  
som et Billede  
eller en PDF.



**Link til prototype**

<https://xd.adobe.com/view/75cb09bf-38bd-4e55-a850-9777f46889db-2098/>

## TRELLO SCREENDUMP 0.3



## LINKS TIL SPLASHVIDEOER:

web:

[http://bambu.dk/kea/05\\_content/splashvideo/splashvideo\\_ny.mp4](http://bambu.dk/kea/05_content/splashvideo/splashvideo_ny.mp4)

So-Me kanaler

kvadratisk:

[http://bambu.dk/kea/05\\_content/splashvideo/kvadratisk\\_video.mp4](http://bambu.dk/kea/05_content/splashvideo/kvadratisk_video.mp4)

Story:

[http://bambu.dk/kea/05\\_content/splashvideo/story\\_video.mp4](http://bambu.dk/kea/05_content/splashvideo/story_video.mp4)



## udvikling af menukort

<b>MORGENMAD</b>	<b>FROKOST SANDWICH</b>	<b>Frikadelle</b> m/rødbeder og karse 37
<b>Smurt bolle</b> Ost/syltetøj/honning 25	<b>Grillet tunasandwich</b> m/pesto, mozzarella, tomat, salat og hjemmelavet tunasalat 45	<b>Rullepølse</b> m/sennep, rødløg, comichoner og karse 37
<b>Ristet rugbrød</b> Smør/ost/syltetøj/honning 20	<b>Grillet humussandwich</b> m/pesto, mozzarella, tomat, salat og hjemmelavet humus 45	<b>Hjemmelavet tunsalat</b> m/chili, rødløg, purløg og tomat 37
<b>Havregrød</b> m/æbler, mandler og honning 25	<b>Sommersalat</b> m/grillet gedeost, humus, avocado, mandler og syltede rødløg 70	<b>Hjemmelavet hummus m/ soltørrede tomater</b> m/radiser, tomat og purløg 37
<b>Skyr</b> m/honning, friske bær, mandler og chokolade 30		<b>Tomat og mozzarella</b> m/pesto, rødløg og karse 37
<b>Morgen tallerken</b> m/valgfri lille varm drik appelsin/æblejuice Bolle/ristet rugbrød m. smør/ost/syltetøj/honning Skyr/havregrød Kogt æg 90	<b>HÅNDMADDER</b>	<b>4 håndmadder</b> 125
	<b>Gedeost</b> m/syltede rødløg, mandler, æbler og honning 37	<b>Håndmad + sodavand</b> 50
	<b>Avocado</b> m/pesto, syltede rødløg og purløg 37	<b>Ekstra tilberhør/pålæg</b> 10
	<b>Æg</b> m/mayonnaise, purløg, rødløg og tomat 37	
<b>Morgenmad</b> Hverdag 08.00-12.00 Weekend 10.00-14.00	<b>Kartoffel</b> m/mayonnaise, radiser og purløg 37	
<b>Frokost</b> Hverdag 11.00-18.00 Weekend 12.00-17.00		
<b>Café Altan<sup>EN</sup></b>		
Alle vores kager kommer fra Lagekagehuset og kan have spor af nødder		
Følg Café Altan på  		

## Logo

Café Altan<sup>EN</sup>  
Café Altan<sup>EN</sup>

## Eksperttest:

<b>Konistens og standard</b>	<p>Svært at sige fordi der ikke er så meget indhold på siderne men der er hvad der skal være!</p> <p>Kunne være fedt hvis billederne fra forsiden (taget fra deres insta) linkede til insta når man klikkede på dem - fremfor "link til @cafealtanen") Og ellers skal jeres "link til @cafealtanen" stå sammen med jeres insta ikon i bunden. Link til hvad ?? tænker man</p> <p>Jeres knapper er meget ens hvilket fungerer godt. Måske linket (nævnt ovenfor) kunne blive til en knap på samme måde? Med rød når man hover</p> <p>Valg af forskellige fonts skifter meget hvilket forvirrer lidt</p>	<p>Forside og evt galleri  <a href="http://marconyborg.dk/ke/a/05_content/midlertidig/ink/index.html">http://marconyborg.dk/ke/a/05_content/midlertidig/ink/index.html</a></p> <p>Knapperne på siderne: menukort og kontakt  <a href="http://marconyborg.dk/ke/a/05_content/midlertidig/ink/menuekort.html">http://marconyborg.dk/ke/a/05_content/midlertidig/ink/menuekort.html</a></p> <p>Generelt på hele sitet          Især forsiden skiller sig ud  <a href="http://marconyborg.dk/ke/a/05_content/midlertidig/ink/index.html">http://marconyborg.dk/ke/a/05_content/midlertidig/ink/index.html</a></p>			
------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--

### FRA GRUPPE A3 TIL GRUPPE A4

Grøn: Undersøges af eksperterne.

Rød: Undersøges af dem der har lavet sitet.

Hvilken Heuristik?	Hvad er problemet?	På hvilken side? (URL)	Hvor alvorligt er det? (Kategori)	Hvordan kan det løses?	Hvor lang tid vil det tage?
	Jeres logo i hjørnet virker ikke som 'hjem' knap kun 'cafe'-delen af logoet i firefox	Forside <a href="http://marconyborg.dk/ke/a/05_content/midlertidig/ink/index.html">http://marconyborg.dk/ke/a/05_content/midlertidig/ink/index.html</a>			
	OBS video virker heller ikke hos os i safari				
<b>Status synlighed</b>	Man får ikke en 'tak' for din besked når man har udfyldt jeres form. Ligner den bare forsvinder/ ikke går igennem og bliver sendt -> man ryger bare lige tilbage til forsiden	På kontakt-siden <a href="http://marconyborg.dk/ke/a/05_content/midlertidig/ink/kontakt.html">http://marconyborg.dk/ke/a/05_content/midlertidig/ink/kontakt.html</a>			

## REFLEKSIONSAFSNIT:

### Sitemap, funktionalitet liste og indholdsoversigt:

I forhold til vores proces med re-designet fra det eksisterende site til det nye ønskede vi at gøre det mere brugervenligt, da vi synes det gamle site var tungt i designet og ønskede at



give et bedre overblik både med informationer, hvad caféen tilbyder samt skabe en parallel i designet til deres [www.altan.dk](http://www.altan.dk) side. Endvidere er den originale hjemmeside meget sparsom med informationer og de eneste tilgængelige informationer er åbningstiderne. Brugeren får derfor et meget tomt indtryk af caféen. I vores re-design ville vi derfor gerne skabe et mere levende indtryk af caféen. Det har vi gjort ved at anvende flere billeder og videoer af caféens interiør, personale. Derudover har vi tilføjet et menukort, så brugeren kan få et overblik over, hvad caféen kan tilbyde.

### **MOODBOARD OG STYLETYPE:**

På deres eksisterende site havde Café altanen ingen billeder og derfor tog vi i vores proces udgangspunkt i deres instagram konto, hvor de har billeder liggende. Café altanens billeder på instagram er meget farverige og derfor ønskede vi at skabe samme design på websitet ved at gå mod Go Pro stilen, med stærke farver.

### **PRODUKTIONSPLAN, STORYBOARD OG INTERVIEWGUIDE:**

Café altanen havde ikke besluttet sig for det nye design eller videoen derfor havde vi meget frit spil. Vores ønske var at finde frem til café altanens kerne budskab og hvad der skabte værdi for dem og deres kunder. Ud fra vores research udarbejdede vi vores produktionsplan, storyboard og interviewguide.

### **POSTPRODUKTION OG FOTOSTIL:**

Da vi ikke selv har haft muligheden for at tage nogle billeder, da Caféen desværre måtte lukke ned, grundet lockdown, har vi stedet for modtaget nogle billeder fra caféen selv. Da virksomheden i forvejen gør stor brug af deres instagram til at vise billeder af maden, stemningen osv., så var det nogle gode billeder vi havde modtaget som ikke behøvet meget redigering. Den fotostil vi gik efter var GoPro. Derfor er det, som vi primært har gjort ved billederne er at, vi har gjort dem mere klare og forstærket farverne, hvilket gør at billederne får et mere friskt look. Det har vi valgt at gøre, fordi at vi gerne vil prøve at ramme den stil de allerede havde på deres instagram, som nemlig var meget friske billeder med klare farver.

### **LOFI WIREFRAME:**

Vi har placeret Café Altanens logo i venstre hjørne af hjemmesiden, da vi ønsker at give brugeren en genkendelsesfølelse og hermed skabe brugervenlighed af, hvor tingene 'plejer' at være placeret på hjemmesider. På denne måde bliver det også nemmere for brugerne at navigere rundt i - det samme gælder for vores placering af vores menu og footer.

Vores tilføjelse af splashvideo på forsiden har vi valgt på baggrund af, at kunne give et helhedsindtryk, levende indtryk af caféen samt det er også med til at skabe blikfang. Endvidere ønskede vi at placere elementer med de vigtige informationer såsom åbningstiderne så synligt som muligt for brugeren.

Vi har valgt at placere vores video om caféen på vores "om os" side, da det er her brugeren vil klikke hen, hvis de ønsker yderligere informationer om caféen.

I vores footer har vi valgt at give informationer om både adresse, kontakt og oplysninger. Dette valg er taget på baggrund af, at vi har vurderet de oplysninger som nogle af de mest søgte. Derfor ønskede vi at de var tilgængelige på alle sider. I forhold til genkendelighed er det også der brugeren forventer at kunne finde oplysninger. Vi har til slut også placeret både link til både caféens instagram og facebook i footeren. Det valg har vi taget, da det er caféens primære kommunikationsplatformer.

### **LOGO:**

Da virksomhedens originale hjemmeside ikke havde opdateret deres logo, har vi derfor valgt at gøre det på det nye site, så det er mere genkendeligt for brugerne.

### **BERT-TESTEN:**

Efter re-designet af sitet, er brugervenligheden fra at være ikke-brugervenligt til at ligge på 60% i den højeste skala som brugervenligt, dog synes 30% det er blevet svært at navigere rundt i, hvor 20% stadigvæk synes det er en nem navigation. professionaliteten af designet er blevet markant bedre samt en 40% vægtskål på at brugerne synes det er et flot design. Vi kan konkludere at vi stadigvæk kan gøre designet, navigationen og gøre sitet mere professionelt endnu bedre.

### **EKSPERTTESTEN:**

I eksperttesten ønskede vores opponentgruppe at på vores kontaktside, at når de trykkede 'send' gik til en 'tak' side, hvilket også giver mening i stedet for at gå tilbage til forsiden, hvilket vi har rettet til.

Noget af logoet virkede i firefox og 20% af logoet i siden ikke virkede, hvis man trykkede på dette, dette har vi dog ikke ændret, da vi ikke vidste hvad dette skyldes. Endvidere har vi rettet fontene til med samme font-weight, som giver et mere harmonisk og ensartet udtryk.

Opponentgruppen ønskede endvidere at billederne på forsiden skulle linke direkte til instagram når de klikkede på billederne. Dette har vi dog ikke valgt at gøre, da der er ét link lige ovenover samt i footeren, som fører direkte til SoMe kanalerne.

## **5 sek test nyt site:**

**Hvad handler sitet om?**

**Test person 1:** Siden handler om en café, det klart og tydeligt.

**Test person 2:** Café Altanen.

**Hvad var mest iøjnefaldende på sitet?**

**Test person 1:** splashvideoen med billeder fra caféen

**Test person 2:** logoet i venstre hjørne springer i øjnene.

**Beskriv hjemmesiden med ét ord.**

**Test person 1:** Moderne.

**Test person 2:** Brugervenlig.