

Gruppuppgift - Vinylbutik

Verksamhetsbeskrivning

Vad erbjuder vi?

Vi är Flex Records, en webbshop som säljer vinylskivor.

Vi erbjuder olika tjänster för musikälskare (så som rekommendationer och försäljning) med målet att skapa glädje och gemenskap genom kulturen vi erhåller i våran affär online. Hos oss kan du köpa vinylskivor. Vår målgrupp är musikälskare och entusiaster i alla åldrar. Ålder är över 18 år iom att man måste ha målsman för att få handla online, annars så finns det ingen specifik målgrupp för att använda personliga rekommendationer genom rådgivning. Vi lägger fokus på desktop och mobil-användare.

Natta

Står för homepage som ska innehålla:

- * Top records(slide med toppsäljare och aktuellt).
- * Senast inkommet (spelningar, plattor).
- * Senaste släppt.
- * Nyheter för sidan.
- * Varje album länkas ihop med Cameron sidor.

Emelie

Står för records sidan som ska innehålla:

- * Skivor (bilder med namn och pris).
- * Sidebar med valbara genrer som ska länkas ihop med skivorna.
- * Varje album länkas ihop med Cameron sidor.

Cameron

Står för single page (individuella artikelsidor för vinylerna) som ska innehålla:

- * Album art.
- * Info.
- * Pris.
- * Inkorg.

Razvan

Står för about us som ska innehålla:

- * Bild på oss.
- * Text om oss.
- * Våra styrkor.
- * Faq.
- * Personliga rekommendationer.

Och även Contact page som ska innehålla:

- * Namn.
- * Mail.
- * Formulär.
- * Telefonnummer.
- * Bild.

Grafisk profil

UI

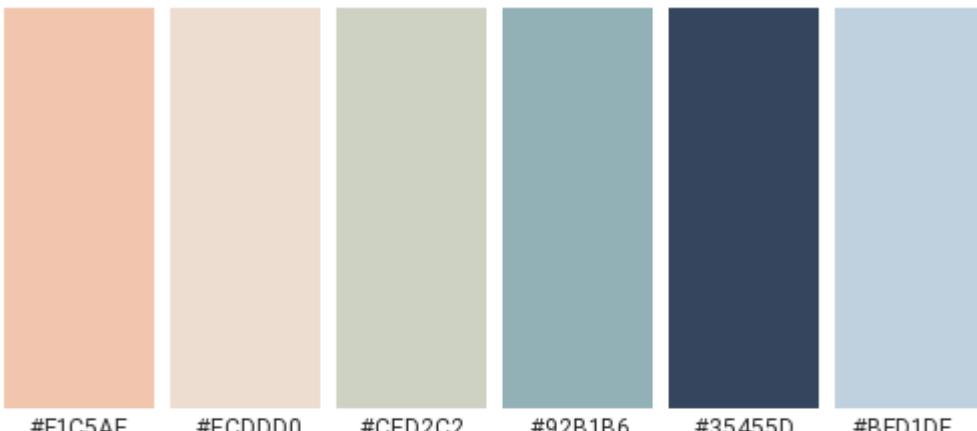
Logotyp:

En rund illustration med företagets namn. Vi valde formen för att den representerar en vinylskiva vilket gör att man lätt skapar förståelse för vad vi säljer. Logotypen innehåller även en lättläst text med vårat namn(Flex Records). Vår tanke är att den inte ska vara för krånglig, relativt simpel att urskilja namn och syfte med sidan.



Färgschema:

Vi ville ha pastelliga, jordiga färger som är lätt för ögat och trevliga i kombination. Vi pratade ihop oss om kombinationen att vi letade efter något roligare och kreativare som utmärker oss utöver det vanliga vita och sterila som webbshoppar tenderar att ha.



Typosnitt:

Vi valde typosnitt utefter något mera kreativt och estetiskt tilltalande som passar ihop med den övriga designen. Eczar kändes kreativ men samtidigt diskret.

[Eczar google fonts](#)

Responsiveness:

Målet är att varje sida ska vara responsiv och ha tre olika layouter för desktop, tablet och mobil.

UX

Accessibility:

Större träffyta på knapparna som är lätt att komma åt.

Vi skapar utifrån semantics, vänster till höger samt uppifrån till ner.

Loggan med vårt företagsnamn är det första man kommer se för att sedan dras till knapparna i headern i rätt ordning utefter webbsidans syfte.

Vi försöker tillämpa en searchbar för att underlätta användarens navigering för att komma åt det som hen söker fort utan att behöva leta.

Vårna nавигерingsknappar behålls simpla för att kunna hålla sig inom max 3-4 klick innan man är framme vid sitt mål.

Planering tillsammans

Koda Header först.

Koda Grund för Navbar (Sticky).

Koda in LOGO till Vänster.

Koda Länkar till olika sidor (sidor ej gjorda, visuella).

Koda Searchbar (?) till höger.

Koda placering för Searchknapp.

Koda Search-funktion.

Koda grund för Footer med en minimum höjd.

Koda Vänster del med Text & Carpe Diem.

Koda Mitt-del för Subscribers.

Koda Media-länkar(Visuella) & FOLLOW US!.

Koda Contact-uppgifter.