

2. DECEMBER 2021

Gruppenummer - 5

- Kristina Seefeld Andersen
- Frederik Heller
- Mille Bach
- Mathilde Gram Andersen

DOKUMENTATIONSdokument

05.02.01 REDESIGN OG TEMADOKUMENTATION

Gruppekontrakt

https://studkea-my.sharepoint.com/:w:/g/personal/fred04q4_stud_kea_dk/EdFLCyCKUpXLtLaU917xIQMBiq6cdb0-vk3kziqYyTufSw?e=B3NJAK

GitHub - <https://github.com/fred04q4/safari>

Hjemmeside - <https://loving-mayer-45c479.netlify.app>

Fra underviserne	3
Redesign løsning	3
Analyse af eksisterende Side	4
Funktionalitetsliste	4
Wireframes	4
StyleTile	5
Fotostil	5
Indholdsoversigt.....	5
Research	6
Desktop	6
Interview	6
Koncept	6
Afsender.....	9
Målgruppe.....	7
Produkter/services.....	7
USP	7
Hvilke brugerrejser/funktionaliteter fokuserer I på?	7
Test.....	8
Survey.....	8
5 sek.	9
BERT	11
Redesignede løsning	12
Tænk højt test.....	12
Heuristisk test	12
Lighthouse.....	12
Indholdsproduktion.....	13
Plan for fotos.....	14
Interviewguide	15
Storyboard & B-roll	16
Synopsis - præmis og logline.....	17

Produktionsplan	17
Planlægning.....	17
Billedmateriale	18
Beskrivelse af postproduktion for billeder	19
Videomateriale.....	21
Redesign	23
Moodboards.....	23
Styletile	23
Wireframe	24
Sketching	25
Prototype	25
Layoutdiagram	26
Kode	26
Process og planlægning	28
Burndown chart	29
Scrum	29
Trello	30
Double Diamond	32
Teknik	33
Validering af CSS & HTML	33
Refleksion Git / GitHub:	33
Refleksion sitet:.....	34
Refleksion videoproduktionen:.....	36

Fra underviserne

Alle understående overskrifter skal have noget indhold. Hvis I ikke mener det har været relevant for jeres løsning, skriver I bare det, men forklarer kort hvad man normalt bruger det til.

I refleksions-afsnittene vil vi gerne have, at I beskriver jeres redesign løsning med de fagudtryk, I har lært indenfor uddannelsens områder. Vi vil gerne have en beskrivelse af jeres proces og de eventuelle vanskeligheder, I er stødt på undervejs

Redesign løsning

Hvad går projektet ud på? Hvad skal det nye site kunne som det gamle ikke kan?

Vi skal redesigne en virksomheds hjemmeside og skabe en bedre brugeroplevelse samt at optimere designet.

Restaurant safaris hjemmeside har behov for en optimering af den røde tråd igennem sitet, sådan at konceptet skinner mere igennem.

Derudover er der også et behov for at uxor oplevelsen bliver forbedret

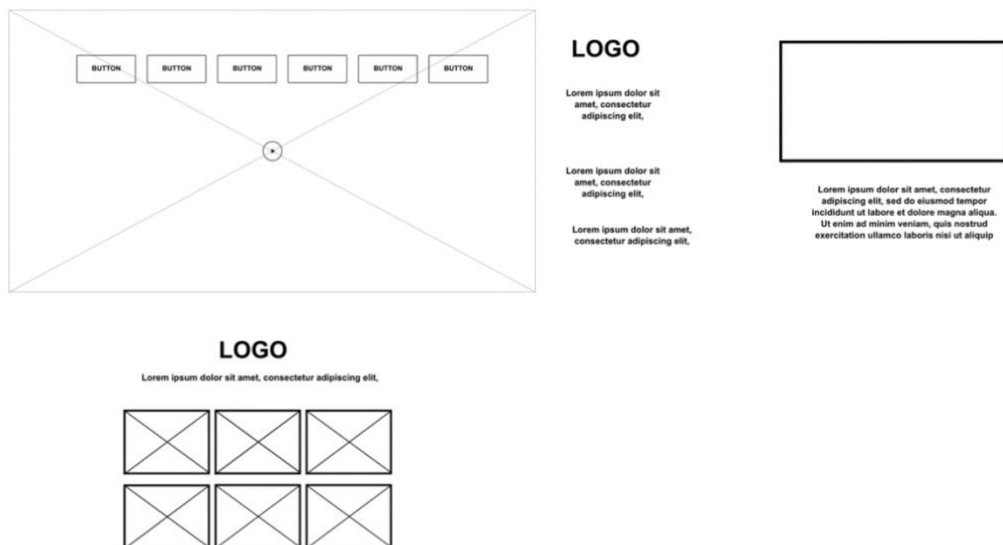
Analyse af eksisterende Side

Funktionalitetsliste

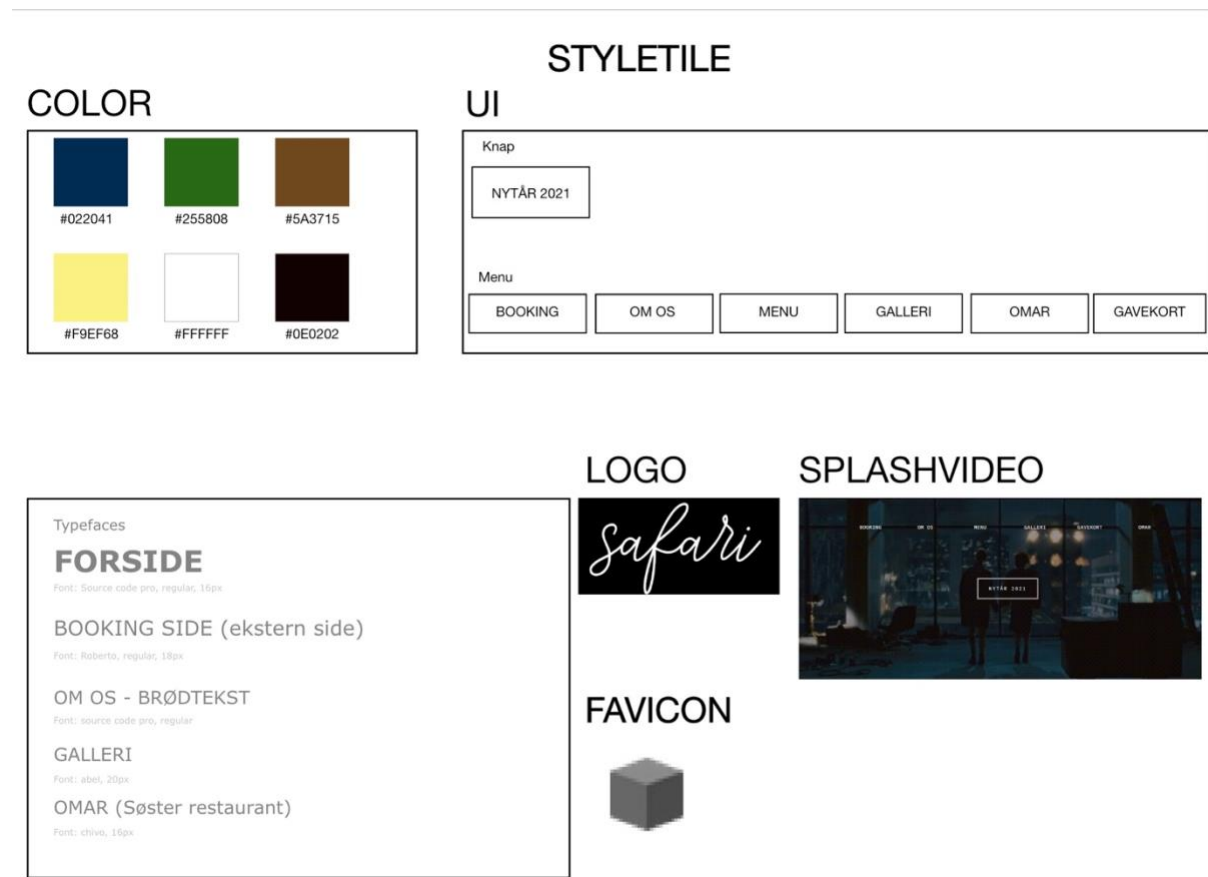
- Der er et aftenmenukort
- Der er et link til bordbooking
- Købe gavekort
- Der er et link til virksomhedens anden restaurant
- Kontakt information og lokation for restauranten
- Åbningstider

Wireframes

Det har kun været muligt at lave Wireframe over 3 af siden sider da resten af det er links til ekstern bordbooking og køb af gavekort.



Styletile



Fotostil

De har kun links til andre sider/tjenester med deres egen billeder, så som Instagram. Billederne er upolerede og personlige, da mange er taget fra deres instagram profil.

Indholdsoversigt

- Et billede galleri linket fra Instagram.
- Cover video på Forsiden.
- Kort over hvor de ligger.

Research

Desktop

Vi har i vores research omkring Restaurant Safari fundet en artikel med interview fra 2019 som vi har læst og taget udgangspunkt i. Vi har også kigget på artikler fra deres søster restaurant Omar, som overordnet bærer præg af samme koncept. Derudover har vi kigget på anmeldelser fra tripadvisor.dk.

Eksempel: <https://migogkbh.dk/ny-stam-restestaurant-og-vinbar-goer-en-dyd-ud-af-ubehoevlet-kaos/>

Interview

Et lille udsnit transskriberet fra interview

“HVOR FINDER I INSPIRATIONEN FRA?”

“Inspirationen til maden, hvis har nogen super dygtige kokke som har inspiration fra deres karriere fra forskellige køkkener. Men eller er det jo også helt lav praktisk lige at søge i kokebøger. Vi har en ret bred proces, når det kommer til at skabe vores menuer. Vi bruger lang tid på at lave smagninger og mødes og smage tingene igennem og det er først når det er virkelig sådan, det her kan vi fucking ikke undvære, det smager så godt, at det skal vi bare have mere af. Det er først der at tingene ligesom kommer med på menukortet. Men ellers lader man sig inspirere af udlandet også, følger med i restauranter vi synes der er fede, følger med i deres instagram, kigger på hvad gør de. Vi vil jo gerne holde det meget enkelt, få elementer med gode smage og man skal kunne se, hvad man får.”

Koncept & Afsender

Brand - hvilken historie vil virksomheden fortælle? Hvilket budskab?

Restaurant Safari tiltrækker deres kunder ved at skabe en gennemført stil samt et koncept, der skinner igennem fra man træder ind på restauranten. Bordene er ikke ens, billederne hænger skævt, det er uformelt, høj musik men afslappet og pissehyggeligt. Deres SoMe i form af Instagram er imødekommende, jargonen er som blandt gamle venner, her afspejles også deres koncept i form af farver og stil. Kontrasten mellem det uraffinerede møblement og interiørstil til de smukke simple serveringer med høje kvalitets-råvarer.

Alle er velkomne, så længe de kan tåle det uformelle.

Målgruppe

Hvem ønsker de at ramme og hvilken målgruppe vælger I?

Restaurant Safari har en forholdsvis bred målgruppe med hældning til folk over 25, oftest københavnere der foretrækker det mere uformelle og rå Nørrebro, men samtidig går op i kvalitets-råvarer.

Vi har ikke begrænset os i forhold til målgruppen, da vi lavede research, vi har taget alle voksne mennesker med i betragtningen, da god mad er for alle. Den eneste tanke vi har haft er at målgruppen skal kunne klare det lidt uformelle. Det er den samme tanke restauratørerne har haft.

Produkter/services

Safari sælger god mad til rimelige priser, 8 retter der serveres og deles family style. Maden er grøn, fisket, simpel og dogmefri. Tingene behøver ikke altid at passe sammen for at smage fantastisk. De to friske ejere af Restaurant Safari formår at få deres personlighed til at skinne igennem konceptet og man mærker tydeligt deres store kærlighed og passion til faget og restauranten. Dette medfører, at man får en afslappet og unik oplevelse i en intim atmosfære.

USP

Vi vil gerne lave fredagsvibe om mandagen også.

Hvilke brugerrejser/funkionaliteter fokuserer I på?

Nem og hurtig navigering med tydelige knapper og forsøgt at undgå unødvendige knapper for at undgå forvirring for forbrugeren.

Survey

[illegible]

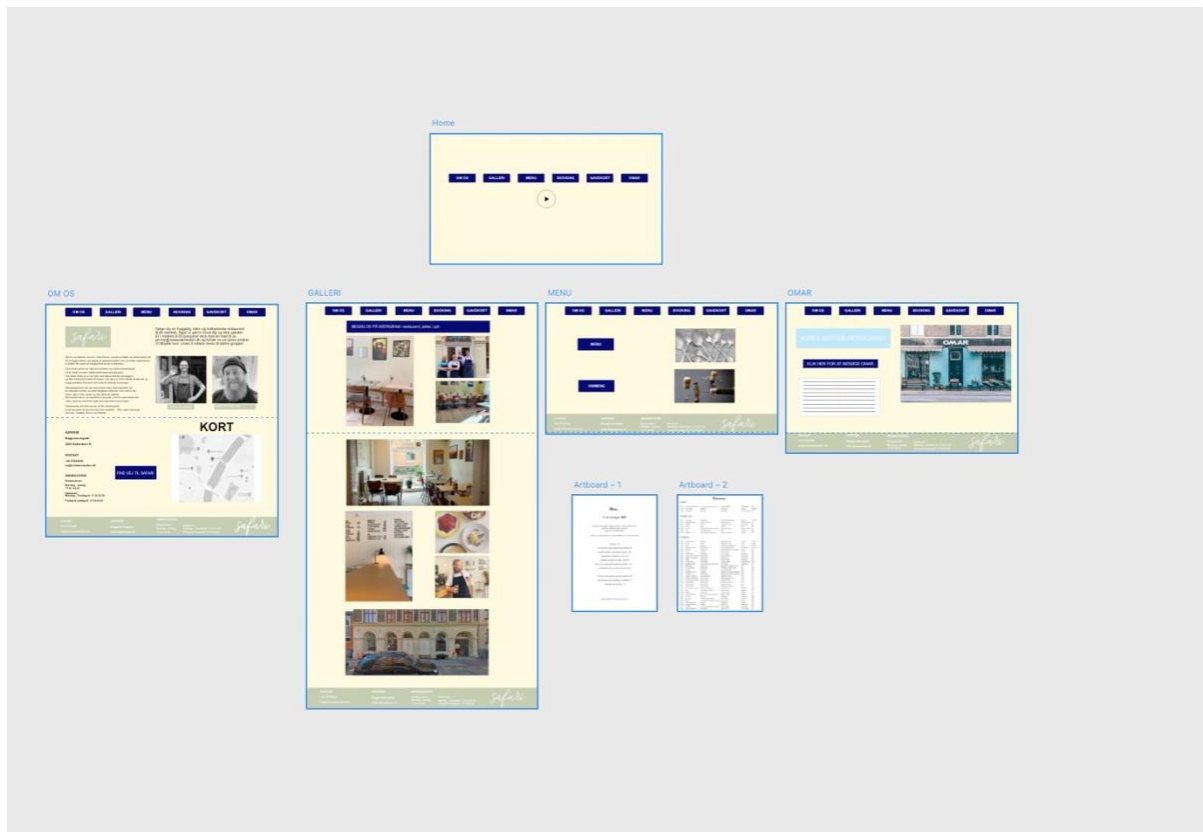
	Verly vs latinska SPM 1	Darlig - vs. Høj kombet SPM 2	High test vs. Antikvare SPM 3	Sofistikert vs. vaffert SPM 4	Prof. vs amher SPM 5	Grunt vs. poet SPM 6
Asmus	8	8	4	8	2	6
Mägr.	JAJNT FORELT FLEST 1 S	1 = 2 10 = 5 pers	DEJNT RADSL MIDT 5 = 8 pers	NÅSTEN 50/50 pos	HELLENGS MID FLEST 5 = 6 pers	LIGHER MEST MID FLEST 8 = 6 pers (13% her relativ)

SURVEY

	WEM NA VIGERING	OVERSKUVELS MENU	UTSEENDE/ DESIGN	GODE GILLEDER	KONCEPT SAMMEN- HÆNG
KOMMEN- TARER	15	14	8	4	3

EXTRA: ANMELDER / BOOKING / KONTAKT INFO

Tænke - højt test på vores prototype



- Den generelle feedback fra vores testpersoner på prototypen, handlede om at de efterspurgt endnu bedre navigering.
- Derudover manglede en homeknap oppe i toppen af sitet i stedet for at den kun sad nede i footeren.
- På menusen var feedbacken at knap til menu og billede skulle sammenkobles, så det ikke virkede forvirrende.

5 sek.

Nuværende løsning

Fælles for vores testpersoners respons var, at de tænkte fra første øjekast at det handlede om en film.

Nogle vidste ikke hvad det handlede om overhovedet.

"Det første jeg tænkte var, at det var et fightclub-klip"

"Det eneste jeg nåede at registrere, var at der stod nytårsmenu"

Redesignede løsning

Fælles for vores testpersoner var at de hurtigt opdagede at sitet handlede om mad og vin.

De synes det var en flot og indbydende video, da skabte blikfang.

Nogle efterspurgte også en større og tydeligere skrift.

"lækker video med lækkert mad"

"Skriften skal være større for bedre at kunne læse navigeringsmenuen"

BERT

Nuværende løsning

BERT-TEST					
(Inedkommende vs. Intimiderende)	(Pålig kvali vs. Høj Kvali)	(High-tech vs. Analfantisk)	(Sapibitet vs. Uaffineret)	(Professionelt vs. amatør)	(Grimt vs. Pant)
SPM 1	SPM 2	SPM 3	SPM 4	SPM 5	SPM 6
- Jæmt forstelt med en lille halding til intimiderende Flest på 5	- Jæmt forstelt på midten, men på yderpunkterne er der haldning til Høj kvalitet Der ligger 6% på niveau 1 for dårlig kvali. Der ligger 16% på høj kvali.	- Ligger på midten	- En meget lille haldning til Sapibitet (Nogen 50/50)	- En haldning mod Professionelt - Ellers ligeligt fordelt	- Ligger mest mod pant. (33% synes den er grim) (13% synes den er pant)

Redesignede løsning

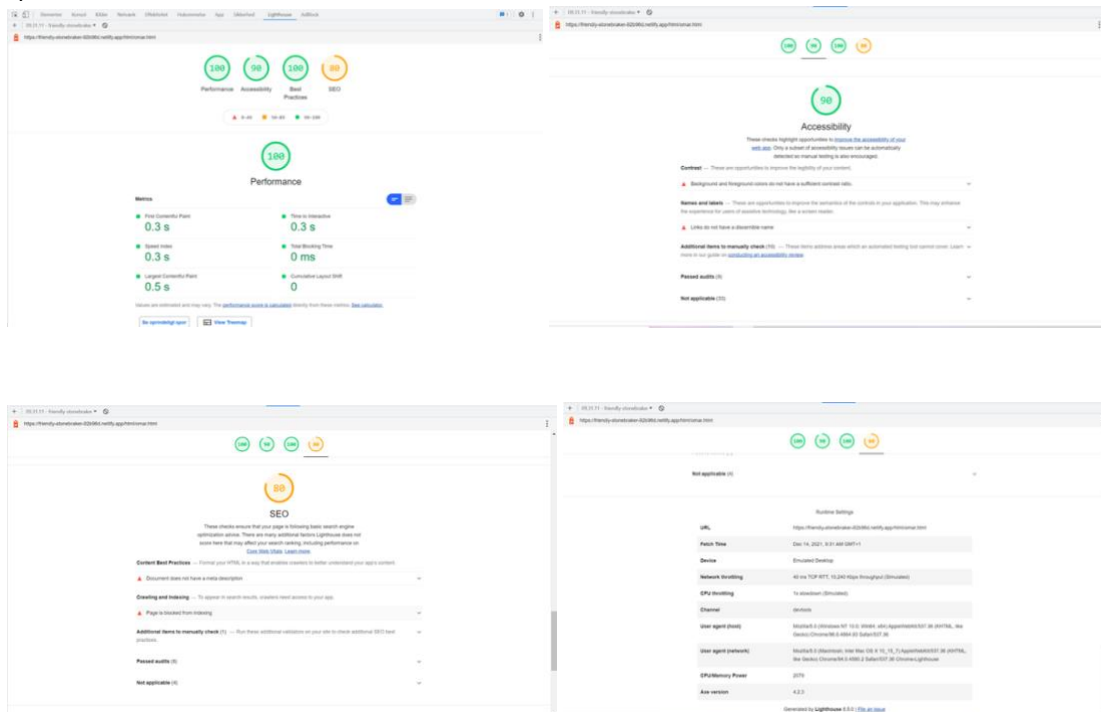
Redesignede løsning

Tænkehøjt test

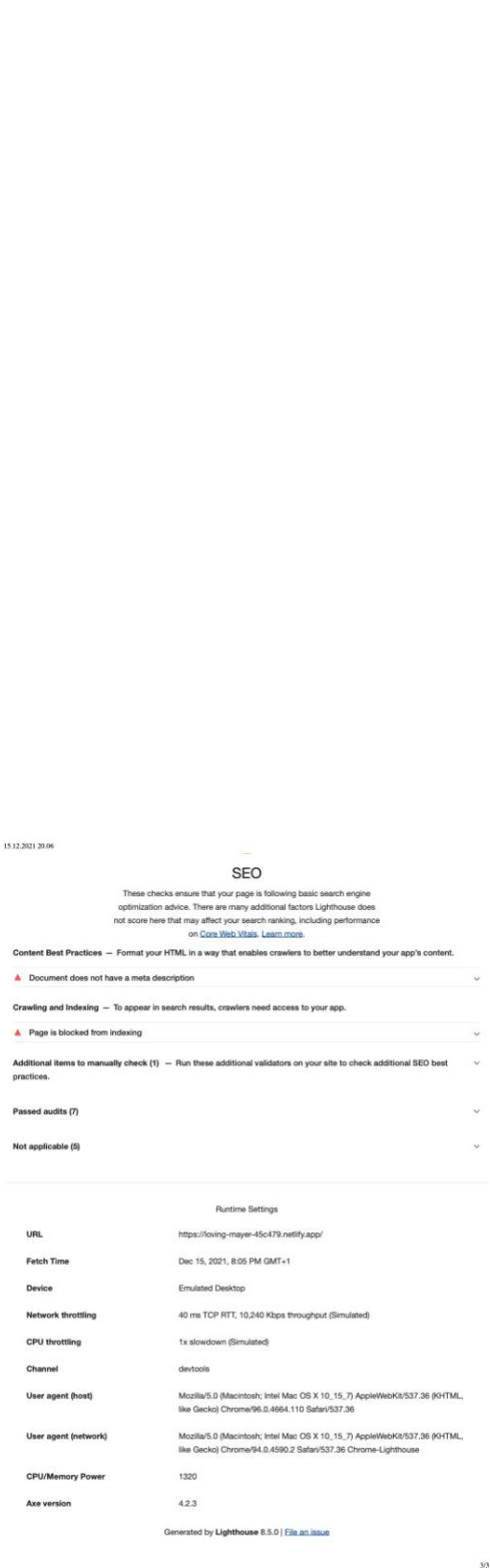
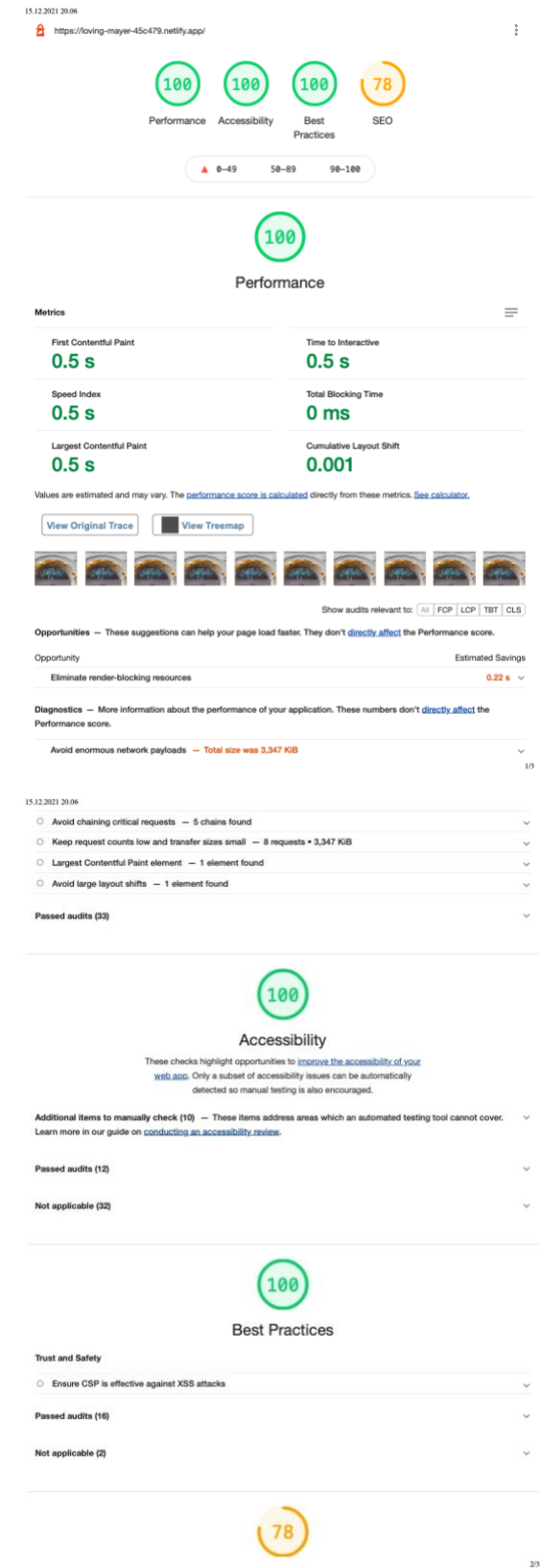
Heuristisk test

Lighthouse

før



After



Indholdsproduktion

Plan for fotos

+					
Motiver	1 vinkler/ framings/indstillinger	2 vinkler/ framings/indstillinger	3 vinkler/ framings/indstillinger	Højformat	Bredformat
Portræt	Hele figur Ude foran an Flot baggrund	Close up lidt fra siden	Et hvor der er bevægelse i billedet		
Gruppebillede	Gruppebillede i totalt lige på	Gruppebillede fra fugleperspektiv	Gruppebillede af kokkene ude i køkkenet		
Mad billede 1	Billede i køkkenet under forberedelse - Close up	Billede i køkkenet under forberedelse - fuld person	Halv totalt billede af kok der laver mad. Mad der ligger ved siden af menukortet		
Mad billede 2	Billede af en tjener der kommer med maden	Close up af maden hvor man stadig ser tjenerens hånd	Halv totalt af tjener der smiler ned til gæst - og gæst der smiler op til tjener		
Mad billede 3	Den færdig mad - fra oven	Den færdig mad - skråt fra	Den færdige mad - Close up		
Vin billede 1	Close up af vin med pæn baggrund	Ude foran måske op af facaden	Asmus der holder vinene foran halvdelen af sit ansigt.		
Vin billede 2	Vin med mad Close op	Vin med mad oppefra	Vin med mad taget længere fra, med restauranten i baggrunden.		
Vin billede 3	Asmus/gæst der drikker et glas vin	Close up af vinglasset	Close op af en eller flere enkle vine så man kan se labelsne		
Interiør billede 1	Vin skabet/vin hylder Total	Vin skabet/vin hylder Close up	Vin skabet/vin hylder Nede fra		

Interiør billede 2	Billede af fotografier hængende på væggen taget lige på	Helt close up	Taget fra siden		
Interiør billede 3	Billede af øl taget med restauranten i baggrunden (kan evt være et flot glas uden øl i)	Taget fra siden	Taget med frøperspektiv		

Interviewguide

[https://studkea-](https://studkea-my.sharepoint.com/:w:/g/personal/fred04q4_stud_kea_dk/EZ03MMBlzTdNh9jqY6Cf59gB3t0rpEukOAcgKggKSP-zCg?e=FbXMBT)

[my.sharepoint.com/:w:/g/personal/fred04q4_stud_kea_dk/EZ03MMBlzTdNh9jqY6Cf59gB3t0rpEukOAcgKggKSP-zCg?e=FbXMBT](https://studkea-my.sharepoint.com/:w:/g/personal/fred04q4_stud_kea_dk/EZ03MMBlzTdNh9jqY6Cf59gB3t0rpEukOAcgKggKSP-zCg?e=FbXMBT)

SPØRGSMÅL TIL INTERVIEW

Hvordan fik I idéen til Safari og hvornår åbnede I restauranten?

Hvad gør I for at tiltrække gæster?

Hvad er det der gør jeres restaurant speciel?

- Hvorfor skal man vælge Safari frem for andre restauranter?

Hvordan fandt du ud af, at du havde en passion for faget?

- Har du altid ville være kok og eje en restaurant?

Hvad er jeres tanker bag menukortet? Hvordan er det strukket sammen?

- Det lader til at I har mange vine på menuen, er det noget I går op i?

Hvem tænker du, er jeres målgruppe?

Hvorfor tror du de mennesker finder jeres koncept interessant?

Hvor finder du/i inspiration fra?

Kan du nævne et par eksempler hvor inspirationen bliver brugt?

Hvad er din/jeres største udfordringer eller frustrationer?

Fordelene og ulemper ved en dagligdag i restaurationsbranchen?

Hvad er din største drøm?

(Hvis du kunne ændre på din hjemmeside, hvad ville du så ændre/forbedre?)

Storyboard & B-roll



Synopsis - præmis og logline

Præmis:

At undersøge Restaurant Safaris koncept og opfattelse udadtil, og vække gæsternes opmærksomhed på websitet.

Budskabet er at give gæsterne en opfattelse af Restaurant Safaris koncept og stemning.

Log-line

Simon Leo og Asmus Rasmussen som er ejere af to anerkendte restauranter på Nørrebro, har bl.a. sin dagligdag på den klassiske Nørrebro-restaurant, Safari, hvor ord som kaos, hjemlige rammer og god stemning er nøgleordene bag.

Koncept:

Filmen optages i rå og autentiske Nørrebro på Restaurant Safari, hvor vi er omringet af en masse forskellig kunst hængende skævt på væggene samt unik forskellig møblering, der giver os en hjemlig og uformel stemning, hvor alle er velkomne, og kan nyde et godt glas vin. Vi møder Asmus Rasmussen, som byder velkommen og giver os en rundvisning i restauranten, samt et indblik i dagligdagen i køkkenet og restauranten. Herefter fortæller Asmus passioneret omkring de forskellige retter de tilbyder, samt stemningen og konceptet som de ønsker skal skinne igennem for gæsterne.

Farver: Farverigt med en blanding af pastel og hidsige farver inde i restauranten. Skal passe til den uformelle stemning, den hjemmelige hygge og det personlige præg.

Produktionsplan

Vi har lavet en gruppekontrakt, hvor vi aftalte at arbejde hver dag i 8 timer. Vi aftalte at mødes på skolen så tit som muligt, og når det ikke kunne lade sig gøre, ville vi bruge teams. Vores kommunikationsform for at komme i kontakt med hinanden, har været via messenger.

Vi startede projektet ud med at lave en fælles onedrive, hvor vi har lavet et filsystem der skulle være med til at strukturere filerne så de var lette at finde og tilgå.

På Trelloen har vi planlagt vores fælles og individuelle arbejde.

Planlægning

Vi har brugt vores Trelloboard til planlægning samt mindre gruppemøder.

Billedmateriale





Beskrivelse af postproduktion for billeder

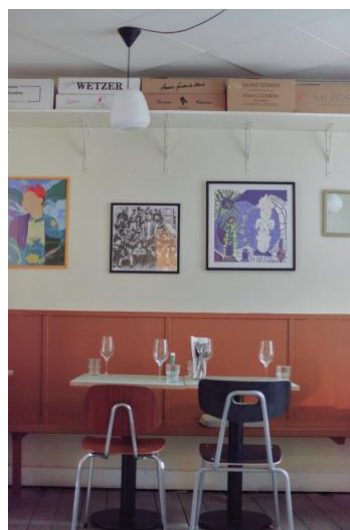
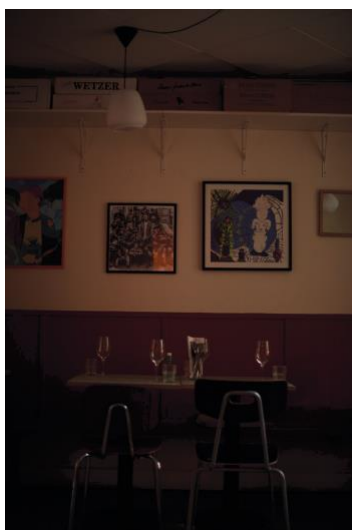
Der er på alle de 3 billeder blevet tilføjet et farvelag der er lavet ved at tilføje farve til highlight shadow og mit tone. Der er også blevet løftet i shadow på alle 3 billeder for at gøre dem lysere og synliggøre detaljer på dem alle.

De har også alle 3 fået en lysning i Vignetting, for også at give et mere lyst billede hele vejen i gemmen.

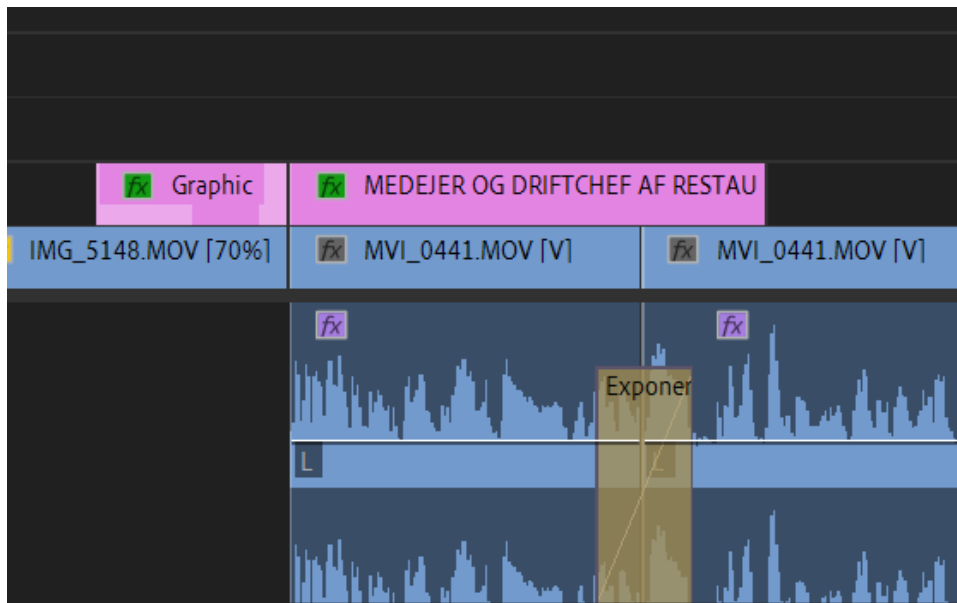
Originalbillede



Efterbehandlet

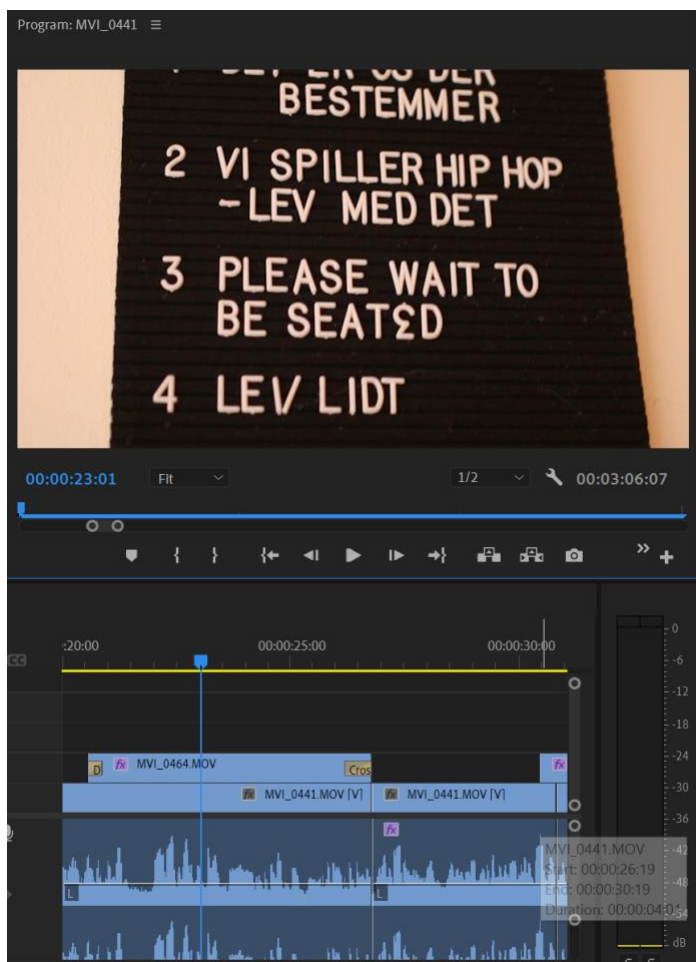


Videomateriale

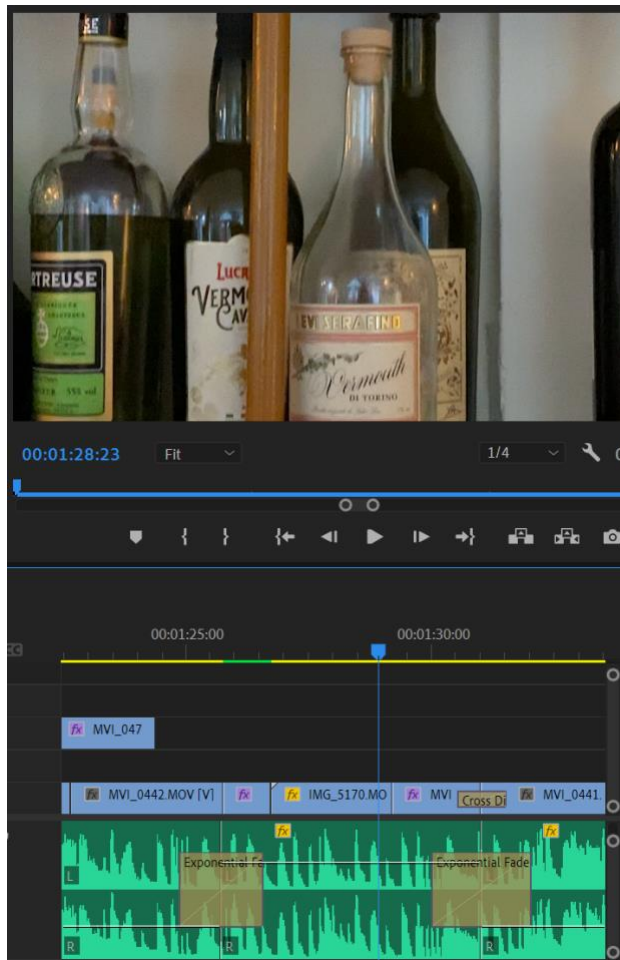


Screenshottet ovenfor viser at vi har brugt en audio transition som gør at lyden mellem klippene ikke vises så markant.

De pink bokse viser vores graphics hvor vi har skrevet “velkommen til safari” og sat lower third på første interviewklip med Asmus.



Ovenfor ser man et close up af Safaris budskab og holdninger.
Her ser man et eksempel på en B-roll der kører samtidig med lyden fra interviewet.



Klippet ovenfor her, viser en række af B-rolls der kun er tilføjet lyd på fra musikken, sådan at Asmus' lyd er klippet væk. Det har vi gjort for at skabe en pause når han starter på at snakke om et nyt område.

Redesign

Moodboard



Styletile

STYLETILE

FARVER

STIL: Kaos, farverig, uformel, hyggelig, intim, u raffineret, imødekommende, rå, maskulint.

UI

Knap

NYTÅR 2021

Menu

BOOKING

OM OS

MENU

GALLERI

OMAR

GAVEKORT

FONTE

Ubuntu

Restaurant safari byder velkommen Regular 400 - Brødtekst

Restaurant safari byder velkommen Medium regular 500 - UI

Architects daughter

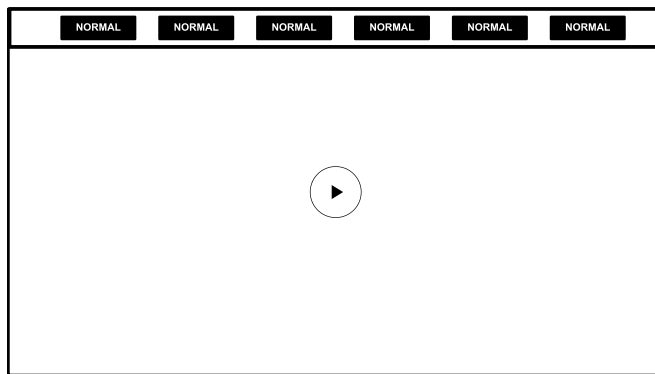
Restaurant safari byder velkommen Regular 400 - Om os

Courgette

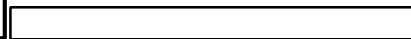
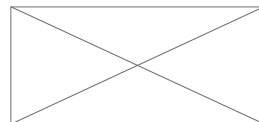
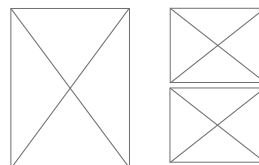
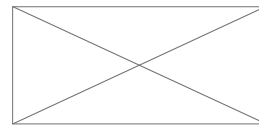
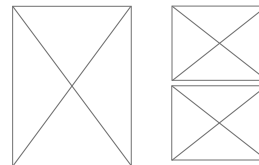
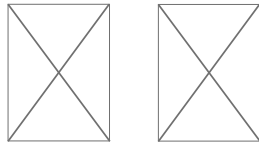
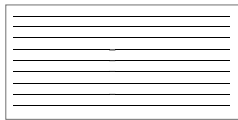
Restaurant safari byder velkommen Regular 400 - evt. til om os

LOGO

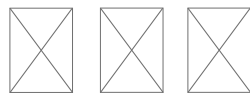
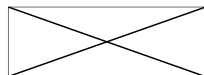
Wireframe



LOGO

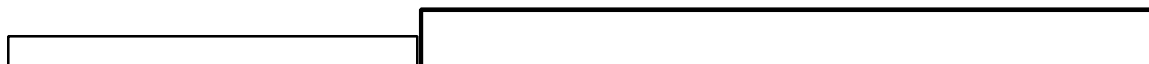
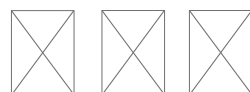
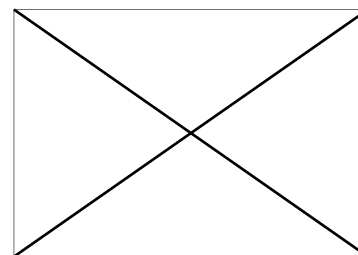
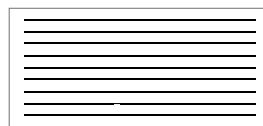
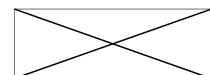


H1



H1

H1



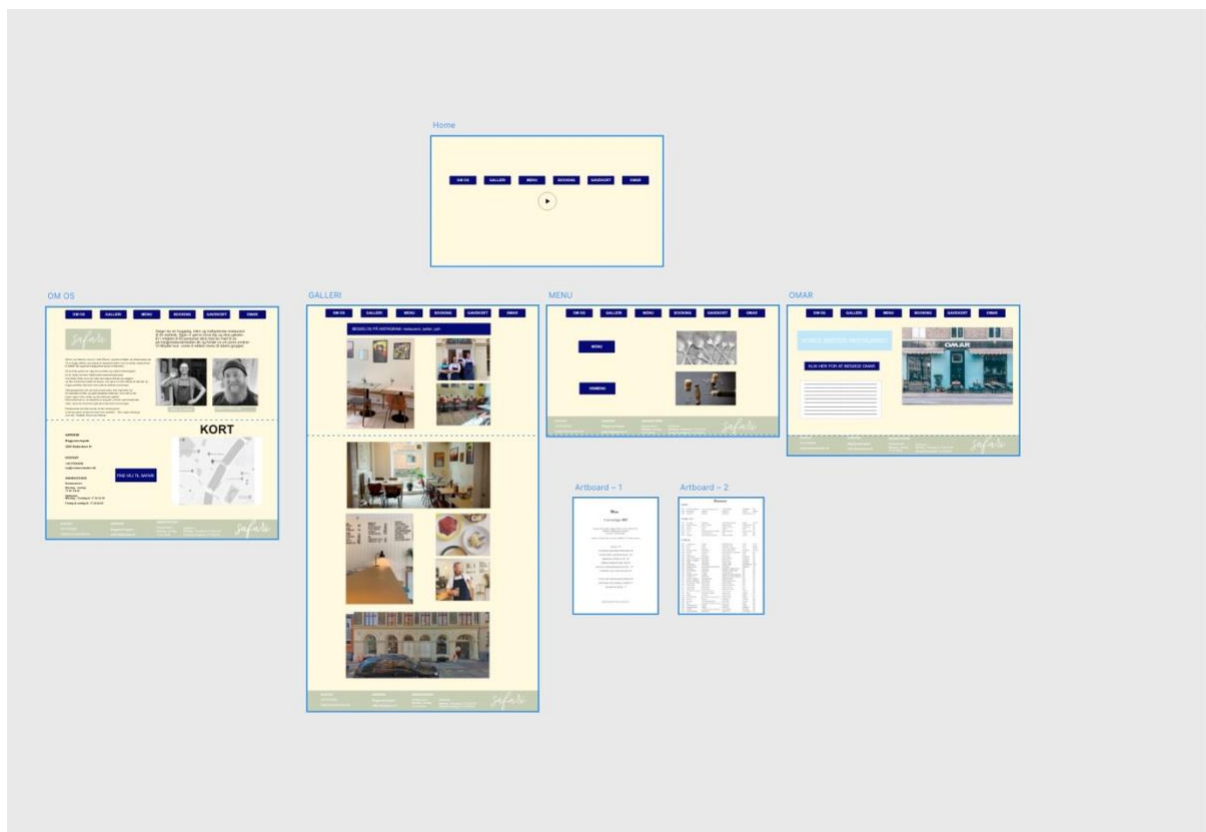
Sketching

Vi har her fokuseret på at lave mange dybdegående surveys, både for målgruppen og fra Restaurantens medejere for at få et indblik i hvad Ejerne er interesseret i og hvordan de ser deres egen hjemmeside.

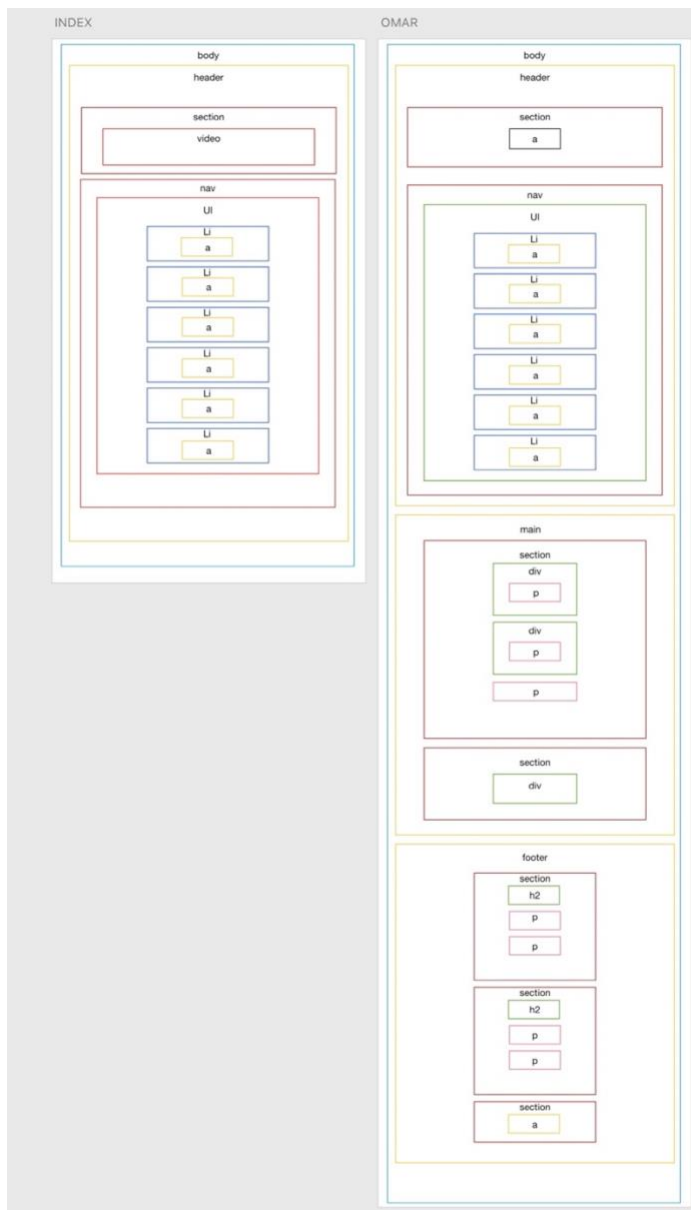
Målgruppens svar har både givet os indblik i hvad der er vigtigt for dem når de ser en hjemmeside samt hvad de fandt af mangler på Safaris nuværende site.

Prototype

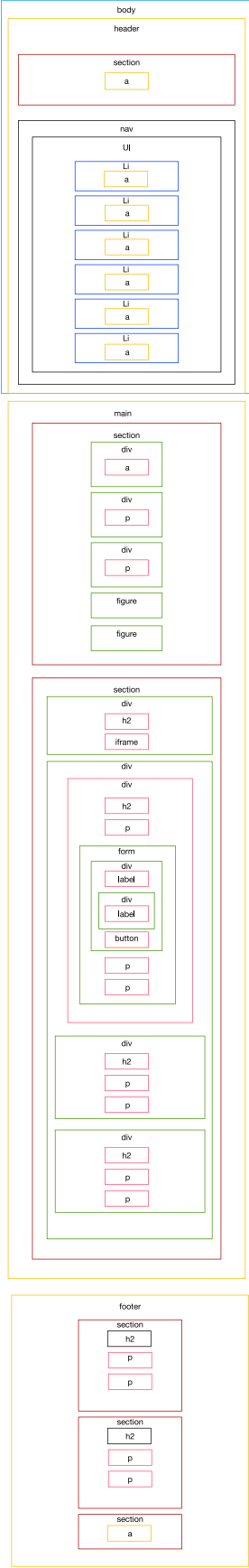
<https://xd.adobe.com/view/13345887-4ac0-4c87-87e5-9df606cb1c21-4667/>



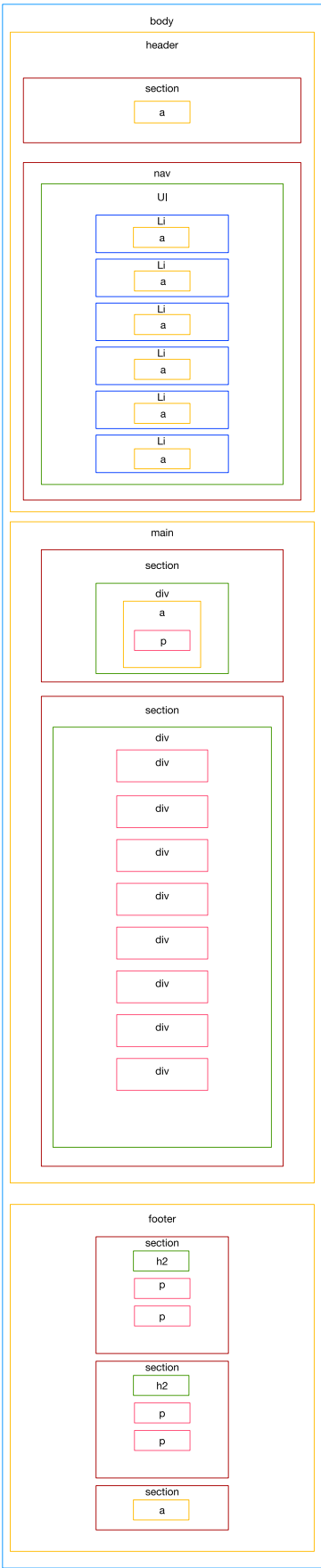
Layoutdiagram



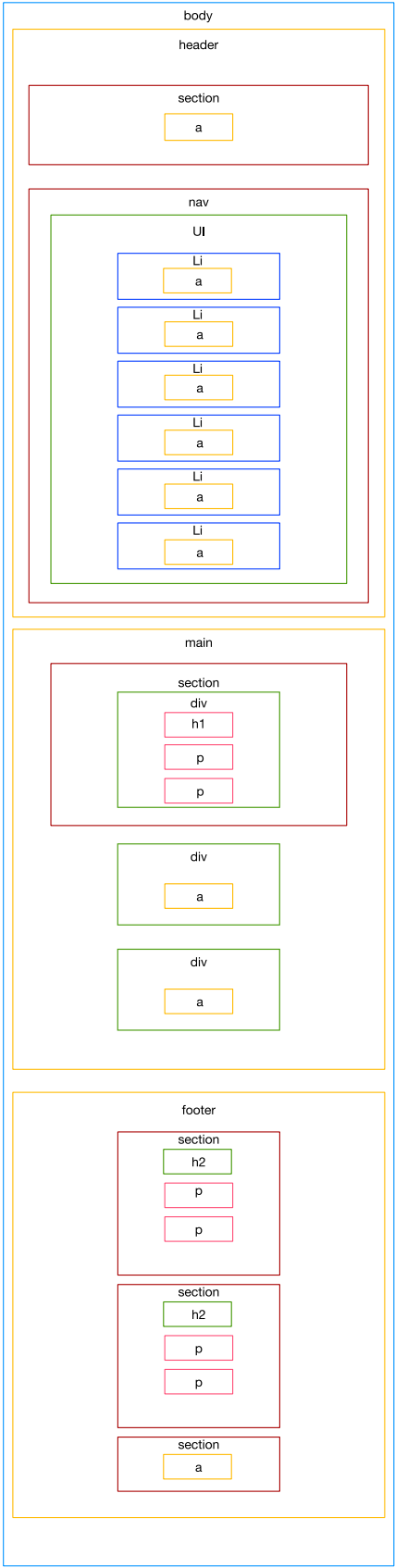
Galleri



om-os



Menu



Kode

Udvælg noget kode i evt. kunne være interessant for resten af holdet, eller noget hvor I er blevet meget klogere på egen hånd.

```
114 .....<iframe
115 .....class="kort"
116 .....src="https://www.google.com/maps/embed?pb=!1m14!1m8!1m3!1d8996.501910121648!2d12.5599168!3d55.
117 .....width="500"
118 .....height="400"
119 .....style="border: 0"
120 .....allowfullscreen=""
121 .....loading="lazy"
122 .....>
123 .....</iframe>
```

Vi har lavet en <iframe> som vi tidligere har haft brugt til at få YouTube videoer ind i vores kod med. Det har vi nu brugt til at få et interaktiv kort fra google maps til at være på vores side. På den måde kan bruger få en visuel oplevelse af hvor stedet ligger hende.

Kod stykket er hent ind fra google maps.

Process og planlægning

Burndown chart

Vi har valgt at nedprioritere det, da vi har valgt at ligge vores tid på noget andet.

Vi har i stedet brugt trello, som har fungeret godt for os.

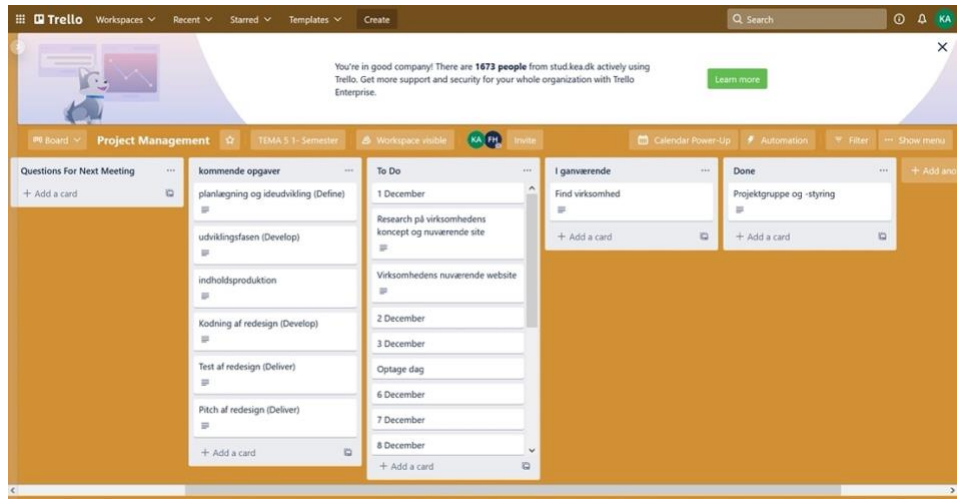
En burndown chart er en graf der viser hvor lang tid projektet kører over og hvad man skal have lavet. Hvor tiden vises på den vandrette akse og arbejdet vises på den lodrette.

Scrum

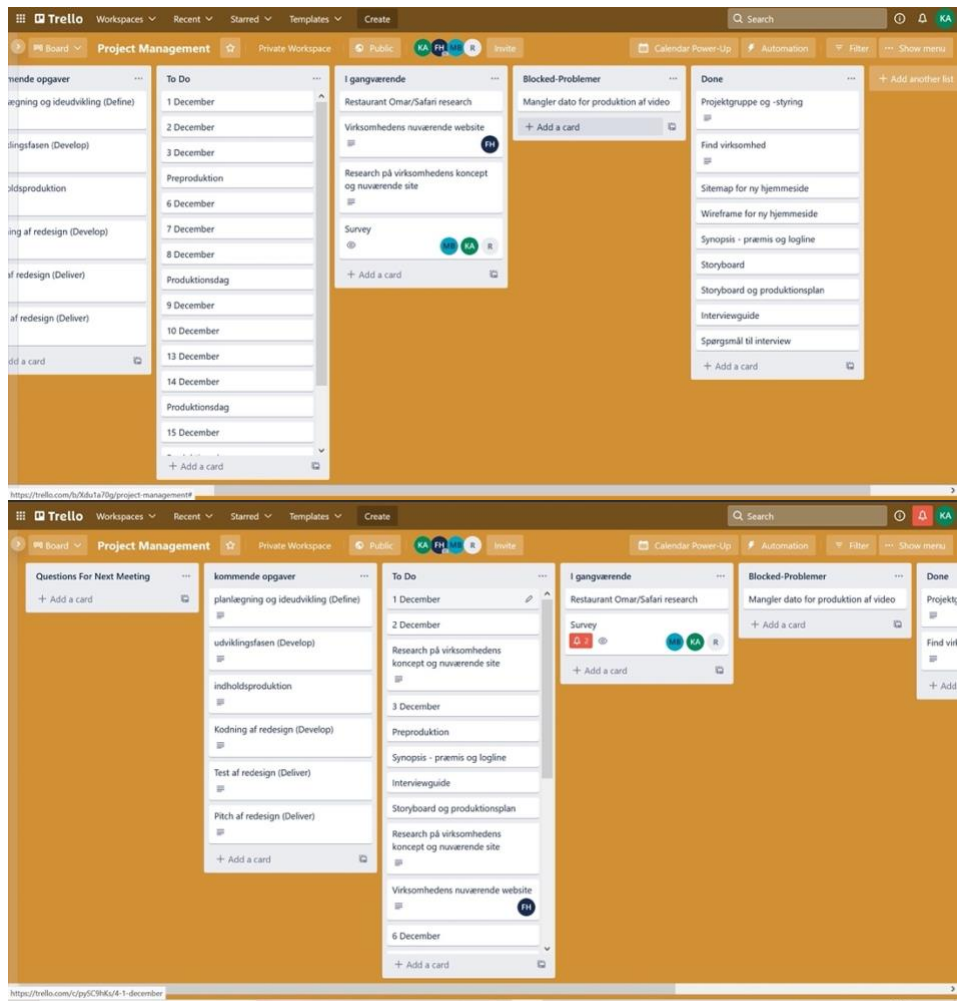
Vi har holdt scrum møder når det har været nødvendig. Ca. hver morgen har vi holdt et 15 minutters møde, for at sikre os at alle gruppemedlemmer har haft en relevant opgave at gå i gang med, så vi ikke ville ende med at lave dobbeltarbejde. Derudover har vi kunne se hvor mange opgaver vi manglede og hvad vi skulle gå i gang med dagen efter. Det har været med til at skabe overblik.

Trello

- 1 december



- 3 december



6 december

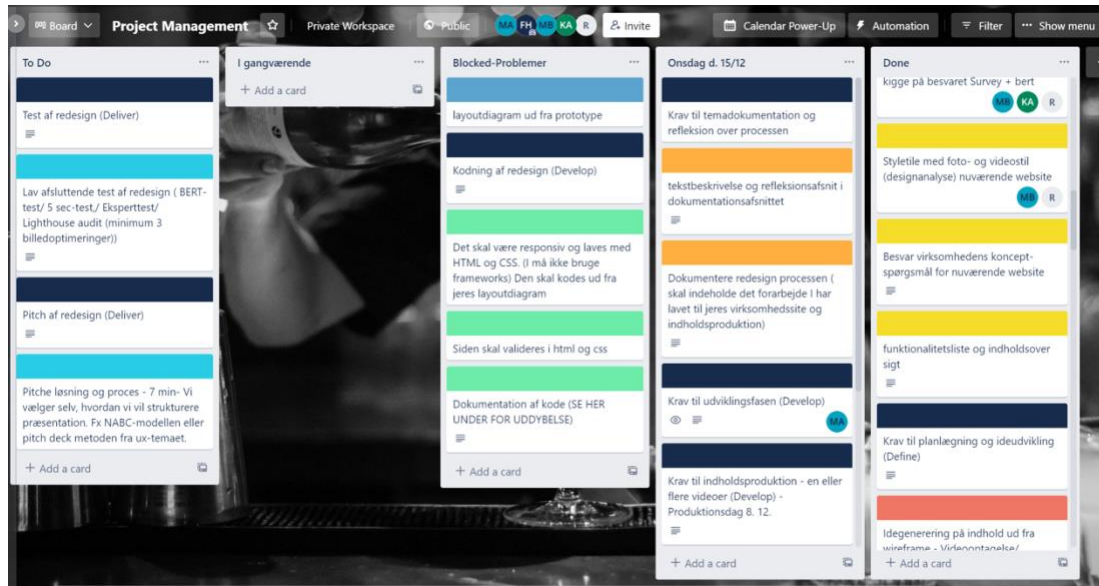
The image displays three sequential screenshots of a Trello project board titled "Project Management". The board is organized into columns representing different stages of a project, with tasks moving from left to right as they are completed.

Top Screenshot: Shows the initial state of the board. The "To Do" column (purple) contains tasks like "besvar virksomhedens konceptspørgsmål", "Moodboard -> hvilken stil/toner ønsker I at ramme for at fortælle den valgte historie/brand?", and "Produktionsdag optagelsesdag 8.12". The "I gangværende" column (yellow) has tasks like "Research på virksomhedens koncept og nuværende site", "Spørgsmål til interview", "Billede Skydnings Tjek Liste", "Hent video Kamara", "Kig på storyboard og interview spørgsmål", and "Styletile for ny hjemmeside". The "Mandag d. 6.12" column (blue) includes "Renskriv alle to do opgaver i trello-board", "Gennemgå spørgsmål til interview + sende dem til Asmus", "kigge på besvaret Survey + bert", and "Styletile med foto- og videotil (designanalyse) nuværende website". The "Done" column (green) lists completed tasks like "Projektgruppe og -styring og kontrakt", "Find virksomhed (restaurant safari)", "Sitemap for nuværende og ny hjemmeside", "Wireframe for ny hjemmeside", "Synopsis - præmis og logline", "Storyboard og produktionsplan", and "udstyr til video lånt".

Middle Screenshot: Shows progress. The "To Do" column remains the same. The "I gangværende" column now only has "Research på virksomhedens koncept og nuværende site". The "Mandag d. 6.12" column has "Renskriv alle to do opgaver i trello-board" and "Styletile med foto- og videotil (designanalyse) nuværende website". A new "Tirsdag d.7.12" column (orange) has been added with "Billede Skydnings Tjek Liste", "Styletile for ny hjemmeside", and "Tjekliste for produktionsdagen (har vi husket alt)". The "Done" column now includes "Synopsis - præmis og logline", "Storyboard og produktionsplan", "udstyr til video lånt", "Hent video Kamara", "Spørgsmål til interview", "Gennemgå spørgsmål til interview + sende dem til Asmus", and "kigge på besvaret Survey + bert".

Bottom Screenshot: Shows further progress. The "To Do" column now includes "Krav til indholdsproduktion - en eller flere videoer (Develop) - Produktionsdag 8.12.", "Videoproduktion- længde max 3 min", "establishing shot, samt en titel - min. 5 klip med min. 3 forskellige framings. (konceptet med master shots og b-roll)", "Interview med person - brug en ekstern lydoptager", and "lofi wireframe (papir + indholdsliste) for gammel hjemmeside". The "I gangværende" column has "Krav til temadokumentation", "Dokumentere redesign processen (skal indeholde det forarbejde I har lavet til jeres virksomheds site og indholdsproduktion)", "tekstbeskrivelse og refleksionsafsnit i dokumentationsafsnittet", "Krav til planlægning og ideudvikling (Define)", and "lofi wireframe (papir + indholdsliste) for gammel hjemmeside". The "Blocked-Problemer" column (grey) is empty. The "Tirsdag d.7.12" column has "HUSK AT MEDBRINGE: printede samtykkeklæringer", "Tjekliste for produktionsdagen (har vi husket alt)", "Billede Skydnings Tjek Liste", "Research", "Besvar virksomhedens konceptspørgsmål for nuværende website", and "funktionalitetstest og indholdslover". The "Done" column now includes "Projektgruppe og -styring og kontrakt", "Find virksomhed (restaurant safari)", "udstyr til video lånt", "Hent videokamera", "Renskriv alle to do opgaver i trello-board", "Survey og Bert-test laves og sendes ud", and "Styletile med foto- og videotil (designanalyse) nuværende website".

Onsdag 15/12



Double Diamond

Teknik

Validering af CSS & HTML

The screenshot shows the Nu Html Checker interface. At the top, it says "Nu Html Checker" and "This tool is an ongoing experiment in better HTML checking, and its behavior remains subject to change". Below this, it says "Showing results for https://loving-mayer-45c479.netlify.app/". The "Checker Input" section has tabs for "Show", "source", "outline", "image report", and "Options...". The "Check by" dropdown is set to "address", and the URL "https://loving-mayer-45c479.netlify.app/" is entered. A "Check" button is at the bottom of this section. Below the input section, there is a "Message Filtering" button and a note: "Use the Message Filtering button below to hide/show particular messages, and to see total counts of errors and warnings." The main results area shows a single warning: "Warning: Section lacks heading. Consider using h2 - h6 elements to add identifying headings to all sections. From line 23, column 7, to line 23, column 15". Below the warning, there is a code snippet: "<section>". At the bottom, a blue bar says "Document checking completed." and a small note says "Used the HTML parser. Externally specified character encoding was UTF-8. Total execution time 204 milliseconds."

Refleksion Git / GitHub:

Hvad ville vi evt. have gjort anderledes?

Vi vil have skriget også at der var beder styr på hvem der arbejder i hvilket dokument.

Men også at vi lavet en lokal kopi af vores opgave på en computer uden Git Contion undervejs da der let kan komme problemer, vis man ikke kender Github, godt nok.

Det er også en god måde at have en mulighed for at man kan lav et nyt Repositories ud fra den gemt fil.

Refleksion sitet:

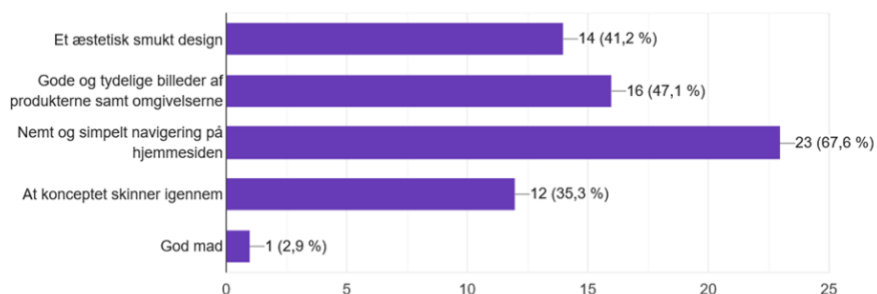
Hvad lægger du vægt på, når du besøger en restaurants hjemmeside?

34 svar

- Nem, overskuelig og frem for alt på en eller anden måde "spiselig".
- Indholdet
- Nemt at finde menuen og nemt at booke bord
- At det er overskueligt
- Menukort
- Menu, åbningstider, lokation, tlf nr. Udseende, om den er mobile compatible.
- Pæn æstetik, billeder af stedet så man kan se om det er hyggeligt. Og måske nogle anmeldelser. Og selvfølgelig menuen.
- Nem at navigere
- At jeg nemt kan komme til menuen og se priser og at jeg får et billede af hvordan stemningen er på stedet.

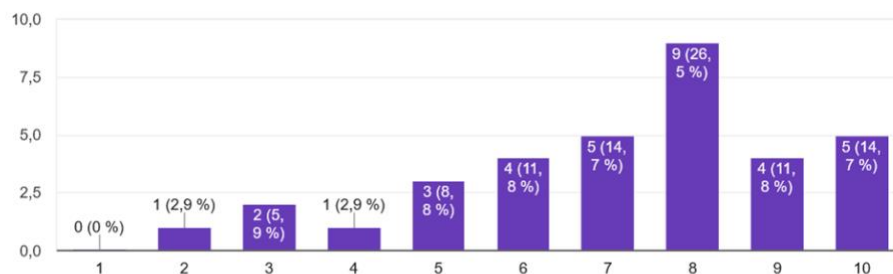
Hvad fanger dig generelt når du kommer ind på en hjemmeside?

34 svar



Hvor vigtig er sammenhængen mellem forretningskonceptet og designet på hjemmesiden for dig? (skala 1-10 vigtig – mindre vigtig)

34 svar



Da ovenstående svar fra surveyen viser, at der er stor efterspørgsel omkring nem og overskuelig navigering, tydelig sammenhæng mellem design og koncept, samt vigtigheden af et flot og gennemført design, der afspejler virksomhedens koncept – har vi på det redesignede website forsøgt at lave en optimering i forhold til det visuelle og æstetiske udtryk, sådan at det har en sammenhæng i forhold til restaurantens stil og indretning.

Konceptet skinner igennem fra start til slut.

Den røde tråd er dermed blevet markant tydeliggjort.

Derudover er UX på sitet blevet optimeret ved en nem og overskuelig navigering.

Da restaurant safari har knald på farverne, og bl.a. har gule vægge, har vi implementeret det på det redesignede website, sådan at den lysegule baggrundsfarve medvirker til at tydeliggøre konceptets design. På den måde får forbrugeren som har besøgt restauranten fra første blik på websitet, en følelse af det velkendte og kan hurtigt se sammenhæng mellem website og Restaurant.

Forbrugeren som ikke har besøgt Safari eller sitet før, får en varm og farverig velkomst på landing page hvor splash-videoen er med til at skabe blikfang, samtidig med at den viser stemningen på restauranten. Dermed får forbrugeren nærmest en oplevelse af at være inde på restauranten og kunne se stemningen for sig, se stilen og mærke den indbydende indretning med det farverige og skæve interiør.

Navigeringen i mørkeblå står i skarp kontrast til den pastelgule baggrund og skal skabe et hurtigt og overskueligt overblik for forbrugeren.

De ny-redigerede billeder på galleriet, skal også være med til at underbygge Safaris skæve, farverige koncept samt have en skarphed der gør, at forbrugeren tydeligt kan se og forstå Safaris stil og intime atmosfære.

Billederne skal samtidig afspejle det upolerede og uformelle ved restauranten. Forbrugeren skal kunne mærke personalets glæde og deres personlighed skal skinne igennem som den gør på restauranten.

På den front kunne vi have forbedret galleriet/billederne, ved at gøre dem endnu mere personlige og upolerede, så de passer endnu mere til Safaris koncept med at det hele godt må være rigtig skævt og ikke behøver at være så æstetisk smukt.

Refleksion videoproduktionen:

Videoen med inkluderende interview er lavet for at skabe indblik i Restaurant Safaris koncept med henblik på at vise den hyggelige, hjemlige og intime restaurant. De kan lide det uformelle, men de går samtidig ikke på kompromis med kvalitet og råvarer.

Videoen viser den hjemlige og hyggelige stemning i form af indretningen i den lille restaurant. Vi fokuserer her på de farvede vægge, malerier og sjove quotes rundt omkring i restauranten.

Vi filmer derudover i restaurantens køkken, hvor man her ser de to kokke forberede sig til en travl aften fyldt med glade gæster. Man fornemmer hurtigt den gode stemning og interesse for faget blandt kokkene.

Den gode stemning skinner også igennem hos restaurantchef Asmus Stærk Juul-Rasmussen, som, i starten af videoen, byder os velkommen ind i restauranten, og fortæller passioneret om den travle hverdag i restaurationsbranchen.