

Eksamen 2.Semester

Dette projekt er udarbejdet af

Mul B Gruppe 11:

Pernille Lind

cph-pl190@cphbusiness.dk

Markus Pettersen

cph-mp527@cphbusiness.dk

Louise Henningsen

cph-lh368@cphbusiness.dk

URL til siden: <http://markuspettersen.dk/Livredning/>

Link til Github: <https://github.com/markuspettersen1/eksamen>

Antal anslag i
rapporten: XX



Eksamen 2.Semester

Backend tilgang til hjemmesiden i Wordpress:

URL login : <http://markuspettersen.dk/Livredning/wp-login.php>

Brugernavn: eksamen123

Adgangskode: E6MV*up4zVMiQILf



Indholdsfortegnelse

Indholdsfortegnelse

Backend tilgang til hjemmesiden i Wordpress:2

2

Indledning 4

Problemstilling 4

Problemformulering 4

Ideudvikling 5

Brainstorm 5

Ideudvikling 6

Design Thinking 6

Ideudvikling 7

Ideudvikling 8

Ideudvikling 9

Indledning

Problemstilling

Der er ikke nok personer i danmark som ved at der er forskel på - , og hvad man skal gøre i en situation hvor der er brug for livreddende førstehjælp knyttet til vand.

Problemformulering

Vi vil gennem en Design Thinking process, finde frem til hvordan vi via en digital platform, kan hjælpe folk til at lære, på en spændende og interessant måde, hvordan man udfører en person i en drukneulykke. Denne skal samtidig skille sig ud fra eksisterende side.....



Ideudvikling

Brainstorm

Opgaven vi har fået stillet, er at udvikle en digital platform, hvor vi skal lære nogen noget. For at finde frem til hvordan vi ville gribe opgaven an, startede vi med en brainstorm. Ud fra denne, faldt vi over at at Markus har været livredder i 4 år, og han fortalte om udfordringen i, at mange faktisk ikke kender forskellen på generel livreddende førstehjælp, og livreddende førstehjælp knyttet til vand. Med den ide, var vi enige om at gå videre med at undersøge grundlaget for en digital platform, med læring i livreddende førstehjælp knyttet til vand.

Gennem videre online undersøgelser, fik vi bekræftet at dette var et spændende emne, som vi gerne ville arbejde videre med.



Tryk på billedet for at se større

Ideudvikling

Design Thinking

Empathize:

I første fase ønskede vi at lære brugerne at kende og forstå deres behov og indsigt i deres kundskaber. Vi startet denne proces med at samle ind den tilgængelige information vi kunne finde om generel livredning i Danmark, før vi lavede en online spørreundersøgelse. Tanken bag undersøgelsen var at finde ud af hvor mange en gennemsnitlig dansker vidste om netop livredning knyttet til vand.

Vi har brugt en kvantitativ undersøgelsesmetode i form af en spørgeskemaundersøgelse med 6 spørgsmål, som vi sendte ud på facebook. Vi fik 90 svar på denne, og vi har derved vurderet at det var nok svar til at konkludere ud fra, med forbehold.

Vi har også lavet et kvalitativt interview over telefon, med mere dybdegående og forklarende samtale.

Livreddende førstehjælp, knyttet til vand

En kort undersøgelse om kendskab til førstehjælp i forbindelse med vand

Kan du livreddende førstehjælp? (Her menes hjerte-/lungeredning) *

- ☐ Ja, det vil jeg mene at jeg kan
- ☐ Ja, jeg har taget kursus i det
- ☐ Nej, jeg er dog interesseret i at lære det
- ☐ Nej, det må andre tage sig af

Tryk på billedet for at se hele undersøgelsen

Ideudvikling

Undersøgelse resultat:

Den største gruppen som tok online undersøkelsen var foreldre med barn, med unge frie 1. som den andre største gruppen. Trenden i svarene vi fikk fra de totalt 90 brukerne, viste at de fleste har vært gjennom livredning på et tidspunkt. Dog viste resultatene at usikkerheden vedrørende livredning forhold til vand var stor. Over halvdelen av de som svarte visste ikke at det var en forskjell på livredning på land eller en knyttet til drukning.

Undersøgelsen viste også at over 73% af de adspurgte flere gange om året, befinner sig steder hvor livreddende førstehjælp knyttet til vand, kan være relevant at kunne. (eks. stand, badebassin, svømmehal, badeferie ol.)

Det mest positive som kom ut fra undersøkelsen var at hele 79% ønsket at lære seg nettopp livredning i henhold til vand.

Forbehold i spørgeskemaundersøgelse:

- Misforståelse af spørgsmål
- Forkert fortolkning af livsfasegruppe
- Geografisk har den nok været delt mest blandt personer i og omkring københavn



Tryk på billedet for at se hele undersøgelsen

Ideudvikling

Define:

Som en konklusjon af undersøgelserne, har vi afdækket at den generelle kendskab til livredning er god, men at viden om livredning i forbindelse med vand er for lav. Selv om over halvparten av de der tok undersøkelsen badet mer en 5 ganger om året, og befant seg på steder hvor de kunne ha bruk for det, kunne de det rett og slett ikke.

Et eksempel på feilinformasjon er siden siden til falck, hvor de informerer at man gjøre 2 innblåsninger og 30 kompresjoner ved drukning (Krag, 2020), noe som strider med det redningsselskapet.dk, trygfonden og sunhed.dk anbefaler som er at starte med 5 innblåsninger (Foss, 2020).

Som intervjuobjektet "Mariell" nevnte, er det for mange som er uviten om emne. Dessuten er informasjonen som ligger tilgjengelig i dag ikke særlig lære-vennlig med hovedsakelig informativ.

Eksempler, tryk og se:

[Falck.dk](#)

[Redningsselskapet.no](#)

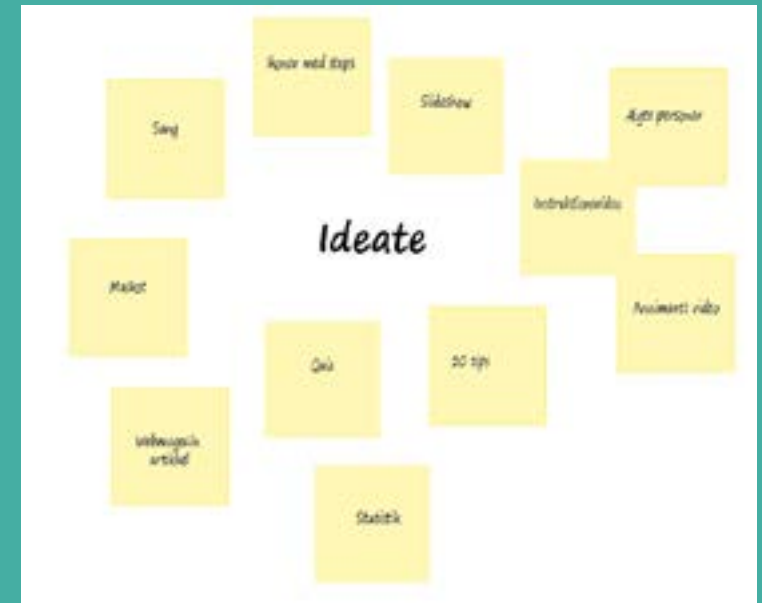
[Sundhed.dk](#)

Ideudvikling

Ideate:

Grundet den fra start stillede opgave, ved vi allerede at vi skal lave en platform, hvor vi skal lære nogen noget. Derfor har vi valgt at fokusere vores ideate-fase på hvordan vi skal lære vores målgruppe om vores problemstilling.

Ud fra vår ideate brainstorm valgte vi at gå videre med ikoner, instruktionsvideo og quiz.

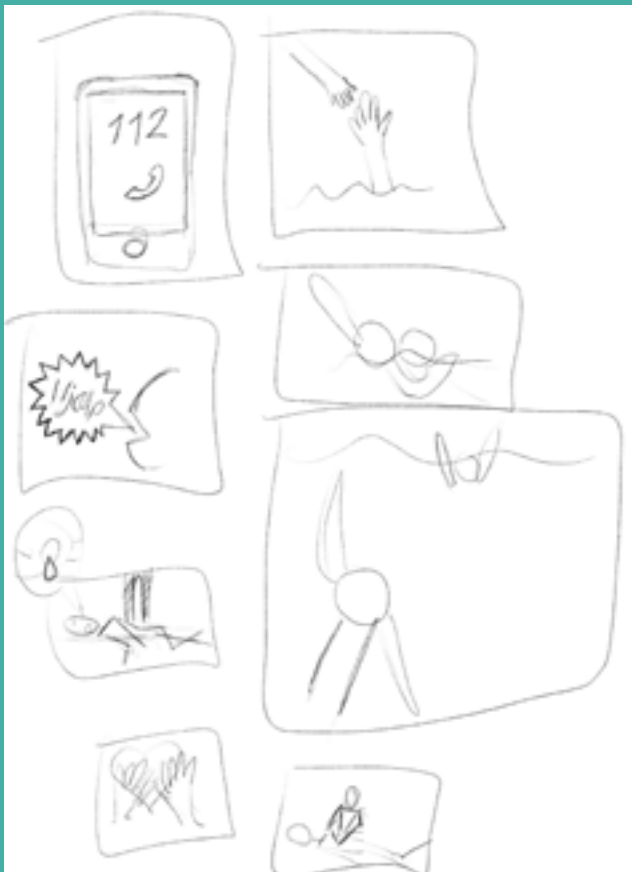


Tryk på billedet for at se hele undersøgelsen

Ideudvikling

Prototype:

Steps Illustration/ikoner



Prototype:

Quiz

Hvor mange inblesninger er det man starter med ved drukning?

- 2
● 5
○ 3

Hva anbefales det at man skal først når man ser en drukning?

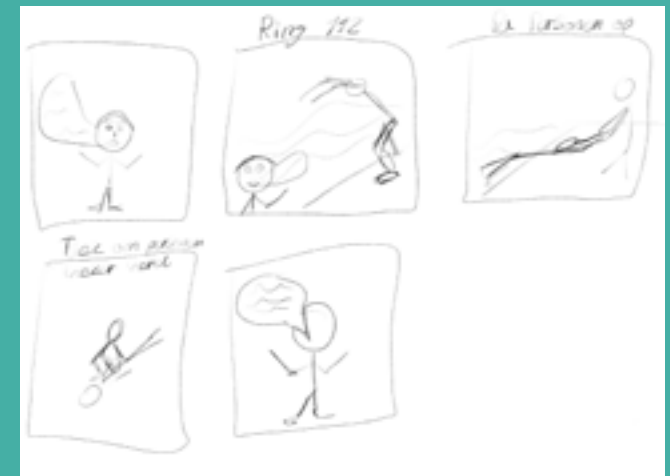
- ☐ Hoppe i og redde
☒ Ringe 112
☐ Løpe fra

Hvor mange innblesninger laver man ved hjertelungeredning?

- 30
 ○ 20
 ○ 32

Prototype:

Storyboard video



Ideudvikling

Test:

Test af 3 personer, ved interview. Besvarelser samlet i en.

Konklusion af prototypetest:

Vi har testet prototyperne på 3 personer, og generelt kan vi konkludere at vi er på rette vej. I det at det kun er tidlige prototyper, kan det være lidt svært for testerne at se det store billede, og flere har gjort os opmærksomme på at siden hverken må blive for enkel eller for rodet, og at vi skal være opmærksomme på om der kommer nok tekstindhold.

Igennem testene, fik vi flere gode input. Blandt andet at quizzen kunne være i både top og bund af siden, så man kan teste sin viden før og efter læringen på siden.

Test resultater:

Vil du kunne lære noget af siden?

- Ja
- Ja det tror jeg

Er indholdet på siden formuleret på en god måde?

Det er svært at svare på nu da det kun er en prototype.

Er indholdet på siden sat op på en overskuelig måde?

ja umiddelbart, synes at det er en rigtig god ide med at have quizzen både først og til sidst.

Er der noget på siden som vi skal tænke over?

- Måske for lidt indhold?
- Pas på at den ikke bliver enden for enkelt eller for rodet.
- Sørg for at quizzen ikke kan tages igen i starten af siden, men skrive at man kan tage den om i bunden af siden.
- Siden i sig selv virker god, men den appellere til personer som søger efter viden ikke.
- Er det et landing page eller er det en side med flere sider på?

Projektplanlægning

Gantt-kort

Vi lavede et gant-kort til at holde styr på tidslinjen i vores projekt. I det store hele er den fulgt meget godt, men undervejs er der kommet ændringer, hvor vi har brugt Trello til den daglige strukturering.

Trello

Vi har igennem hele projektet anvendt Trello som arbejdsrum til organisering af deadlines og opgaver.

Vi har her lavet forskellige lister, to-dos, deadlines, arbejdsfordeliger og huskelister. Trello fungerer rigtig godt til denne uformelle strukturering af projektet.



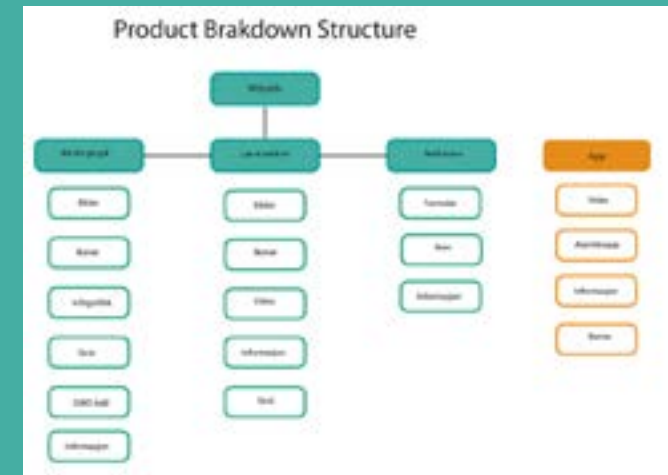
Tryk på billedet for at se større



Projektplanlægning

Produkt Breakdown Structure

Vi har lavet en PBS, som viser strukturen over vores website, og hvad den består af.



[Tryk på billedet for at se større](#)

Work Breakdown Structure

Vores WBS vider strukturen over vores arbejdsopgaver i forbindelse med denne eksamensopgave, fra projektplanlægning til efterarbejde efter eksamen.



[Tryk på billedet for at se større](#)

Analyser

Målgruppe ud fra Design Thinking:

Vi valgte ud fra Design Thinking, at afgrænse vores målgruppe til voksne mennesker i Danmark, med tilknytning til børn, og som i en krisesituation, vil hjælpe sine medmennesker. Dette gjorde vi fordi:

- Det er meget relevant for dem at kende til livreddende førstehjælp for alle aldre
- Det er dem der fysisk kan yde førstehjælp ved drukneulykker
- Målgruppen indeholder bl.a. voksne i børnefamilier, som ofte er at finde ved hav og badesøer.

Ved hjælp af segmentering, har vi specificeret målgruppen yderligere.

Segmentering

I første fase av vår segmentering har vi tatt for oss brukere som har de generelle forutsetningene for at kunne besøke siden vår. Det krever tilgang til vår nettside enten via mobil, tablett eller datamaskin. Utover dette vil det også være en naturlig forutsetning å forstå og kunne læse dansk, da alt innholdet er kommunisert på dansk.

Analyser

Livsfase segmentering

Primær: Forældre

Sekundære: Teenager, ung frie 1, seniorer frie 2.

Interesser og adfærd: Badeferier, strandture, badebassin, natur, gåture

Vi har valgt at segmentere ud fra livsfasemodellen, da den giver god mening i forhold til at udskille dem som opholder sig mest i forbindelse med vand, og samtidig har ansvaret der; forældre, og til dels bedste-forældre, unge og andre der har med børn at gøre.

Vi overvejede i processen at bruge andre modeller som minerva-modellen og smuk modellen, men konklusionen var at disse ikke var relevante for vores side.

Tryk på billedet for at se større

Analyser

Endelige målgrupper

Primær målgruppe: Voksne med tilknytning til børn:

Vi har valgt at fokusere på livsfasen 'Forældre' som vores primære målgruppe, da det er den fase hvor de voksne har den tætteste kontakt med børn, og generelt er en fase hvor personerne er i en alder som har mulighed for at kunne yde livreddende førstehjælp. Dette er også i denne fase man ofte besøger strande, bader i badebassiner og tager på badeferier o.l.

Sekundær målgruppe: Personer der har lidt eller ingen kendskab til livredning knyttet til vand, og personer der søger kundskab inden for dette.

Det vil også være personer som ikke er i forældrefasen, men som har samme interesser for steder med bademulighed.

Personer

Sofie Jensen



Om Sofie:
Jeg bor i Randers med min mand, og 2 små børn. I løbet af de sidste 5 år har vi været på stranden mange, og det er blevet en del af vores liv. Jeg elsker at være ude i naturen og nyde solen. Jeg har også været på stranden med min mand og børn, og det er meget sjovt. Jeg har også været på stranden med min mand og børn, og det er meget sjovt.

Frustrasjoner:
Jeg føler mig lidt usikker på, om jeg er god nok til at hjælpe andre. Jeg har også været på stranden med min mand og børn, og det er meget sjovt.


Mål:
Jeg vil gerne lære mere om, hvordan jeg kan hjælpe andre. Jeg vil også gerne lære mere om, hvordan jeg kan hjælpe andre.

Quote:
"Jeg vil gerne lære mere om, hvordan jeg kan hjælpe andre."

Metadata:
Alder: 34
Job: Læge
Status: Gift og 2 børn

Tryk på billedet for at se større

Per Sørensen



Om Per:
Jeg er 52 år gammel og bor i København. Jeg har været på stranden mange gange, og det er meget sjovt. Jeg har også været på stranden med min mand og børn, og det er meget sjovt.

Frustrasjoner:
Jeg føler mig lidt usikker på, om jeg er god nok til at hjælpe andre. Jeg har også været på stranden med min mand og børn, og det er meget sjovt.

Mål:
Jeg vil gerne lære mere om, hvordan jeg kan hjælpe andre. Jeg vil også gerne lære mere om, hvordan jeg kan hjælpe andre.

Quote:
"Jeg vil gerne lære mere om, hvordan jeg kan hjælpe andre."

Metadata:
Alder: 52
Job: Bank rådgiver
Status: Gift og har to udeboende børn

Tryk på billedet for at se større

Konsept

Kommunikasjonsstrategi

Som utgangspunkt er det ingen kommersiell motivasjon bak lærings-siden vår, dog er det et formål om å lære noe vekk. Vi ønsker at brukere skal sitte med mer kunnskap når de forlater plattformen, enn de hadde fra tidligere. Derfor er verdiene våre basert på å lære noe vekk, men også det å gi god informasjon som kan bidra til økt sikkerhet og kunnskap blant folk generelt.

De som primært blir berørt av siden er de som har lite eller ingen kunnskap fra tidligere. Men også de som har noe foreliggende kunnskap, men som kanskje er usikker eller nysgjerrig. Informasjonen på siden tar i utgangspunktet kun høyde for de mest generelle stegene knyttet til en ulykkessituasjon, noe som gjort bevisst, for å ikke oversvømme brukeren med informasjon.

Det vi håper er at en som besøker siden plukker med seg nyttig informasjon som de selv kan bruke for om en ulykkessituasjon skulle oppstå. På den andre siden er det verst tenkelig scenario, at siden vår ikke kan bidra med den informasjonen brukeren søker, eller at noe på siden blir tolket feil



Konsept

Markedsføring

Vår overordnede strategi og markedsplan for videreutvikling, er å bli den ledende plattform for læring av livredning knyttet til vann. Vårt mål er å skille oss ut, å gi brukeren en annen type opplevelse enn de konkurrerende plattformer. I et marked som er sterkt preget av mye informasjon og tekst, har vi valgt å legge mer fokus på video, illustrasjoner og informasjonsgrafikk.

Måten vi ønsker å nå ut til målgruppen på er hovedsaklig gjennom sosiale plattformer og kampanjer via Trygfonden. Strategien vil være å skape oppmerksomhet rundt en emne, på en måte som interesserer men også vekker følelser hos brukeren. Den kombinasjonen vil kunne skape en reaksjon og muligens ubehag for brukeren. Men det er dog viktig å poengtere at kampanjen skal skape oppmerksomhet på en måte som ikke avskrekker, men gjør brukern nysgjerrig og interessert. Dersom kampanjen tjener sin hensikt, vil brukeren besøke nettsiden og finne svar på det de ble usikker på.



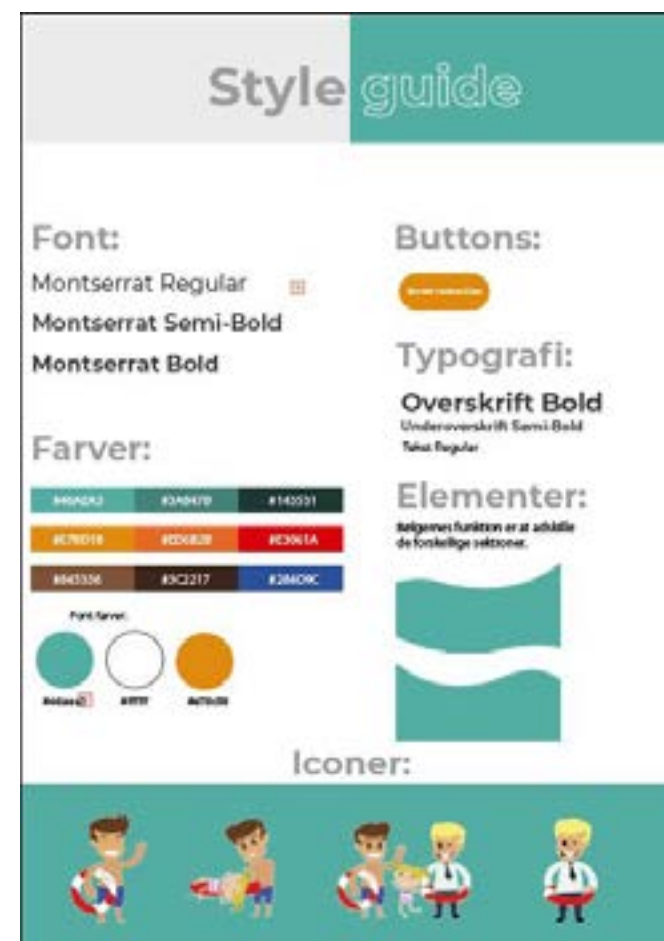
Konsept

Styleguide

Styleguiden er en sammensetning av de sentrale elementene vi bruker i vår læringsplattform samt app, og hvordan f.eks farger, font, overskrifter og ikoner brukes. Styleguiden er utviklet gjennom flere steg og har løpende fått sitt endelige uttrykk. Underveis i prosessen har styleguiden hatt en viktig funksjon som veileder. Utviklingen av selve styleguiden er gjort i Adobe Illustrator.



Version 1



Endelig version

Konsept

Informationsarkitektur

Med utgangspunkt i å skape en lærerik plattform, har vi lagt mye vekt i hvordan informasjonen vår skal formidles. Som Peter Morville (2012) sier er formålet med informationsarkitektur å hjelpe brukeren å forstå innholdet. (Rold, 2019, s.87). På bakgrunn av dette har vi valgt å dele informasjonen opp i seksjoner, så det er tydelig for brukeren hvor hvert avsnitt med informasjon starter og slutter.

På forsiden “Når det går galt” er formålet å belyse forskjellen mellom alminnelig og livredning knyttet til vann, men også å appellere til brukerens følelser. Dette ville vi gjøre gjennom informative tekster, informasjonsgrafikk og en quiz som tester brukerens kunnskaper fra tidligere.

Samspillet mellom disse tre skal forhåpentligvis gi brukeren lyst til å ville utforske mer av innholdet. Innledende på siden blir brukeren presentert for informasjon som skal gi en følelse av nysgjerrighet og usikkerhet.

Her blir det også gitt mulighet om å teste ferdigheter i en quiz. Lengre ned på siden blir det presentert informasjonsgrafikk, i form av 3 sirkler der inneholder statistikk hentet fra Statens Institutt (Møller & Laursen, 2019). Hensikten bak statistikken er å illustrere nøkkeltall, som understøtter viktigheten av emne.

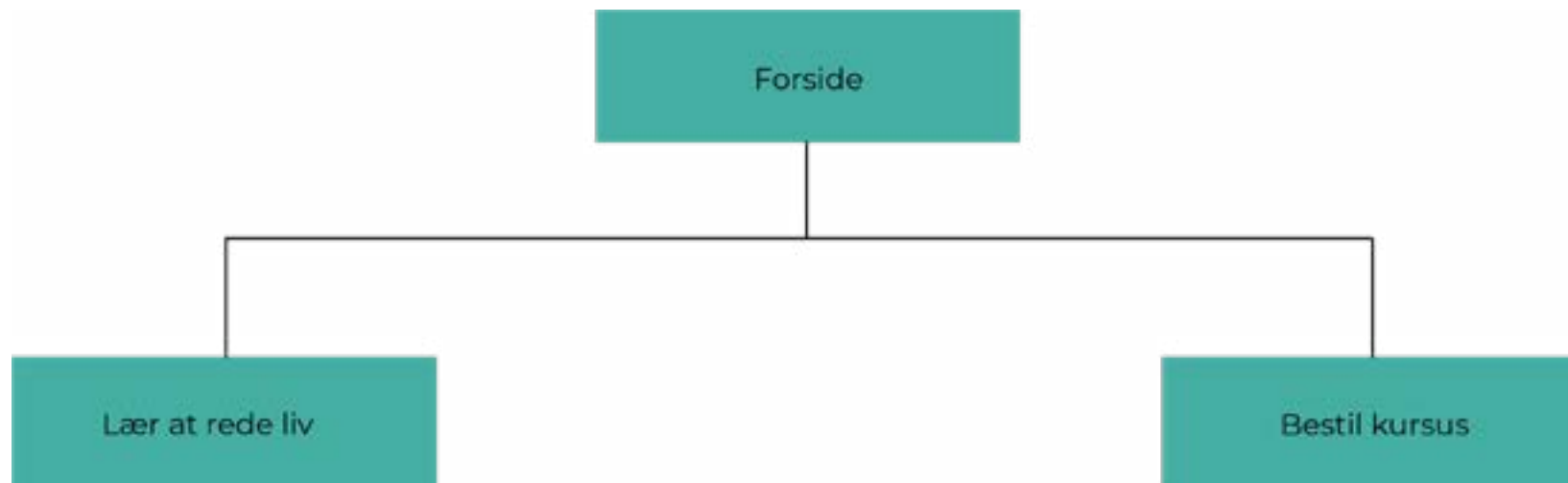
Siden “Lær at rede liv” er bygget opp på en litt annerledes måte en forsiden. Da hensikten her er å gi brukeren en step-by-step guide på hvordan man utfører livredning. Desto viktigere er det at de forskjellige stegene er fordelt og kategorisert på en god måte.

Her har vi valgt å plassere en badering med tall i hver seksjon, for å illustrere hvilke steg brukeren er på. Dette er så understøttet av en overskrift og en video med de samme instruksene. Fordelen dette gir oss er at brukeren selv kan velge hvordan informasjonen skal inntas.

Koncept

Sitemap

Da vores side er meget simpelt bygget op, er navigationshierakiet også ligetil.



Design dokumentation

Website design

Den følgende dokumentasjon, og alt innholdet på siden inklusive videoer, bilder, quiz, informasjonsgrafikk er egenprodusert. Bilder og video er tatt og spilt inn på strender i københavn og optimalisert og redigert i Adobe sine programmer.



Design dokumentation

indsæt inspirations billeder

Website design

Udgangspunktet i vores design er baseret på ideen om at lave en platform som skiller sig ud fra de nuværende på markedet - som interessant og lærende. Gennem brainstorming og research, har vi hentet inspiration og ideer til hvordan platformen skulle se ud. Her fik bl.a. inspiration til at dele indholdet op i sektioner.

Vi ledte også efter inspiration til hvordan vi kunne få brugerne til at være engagerede og lære. Som citatet beskriver:

“Tell me and I forget, teach me and I may remember, involve me and I learn”.

Gjorde vi os tanker om hvordan vi på den bedste måde, kunne involvere brugeren på vores digitale læringsplatform. Vores tanke var derfor at implementere en quiz i starten af siden, og igen i slutningen, så brugeren har mulighed for at teste sine færdigheder før og efter indholdet.

<https://www.kattegatcentret.dk>

<https://visitaqua.dk>

<https://atlantis-aquarium.de>

<https://www.tryghed.dk>

<https://royallifesavingwa.com.au/training/first-aid/c-25/c-81>

<https://www.mybeach.com.au/courses-programs/>

<https://denblaaplanet.dk>

Design dokumentation

Website design

- Fra ide til prototype

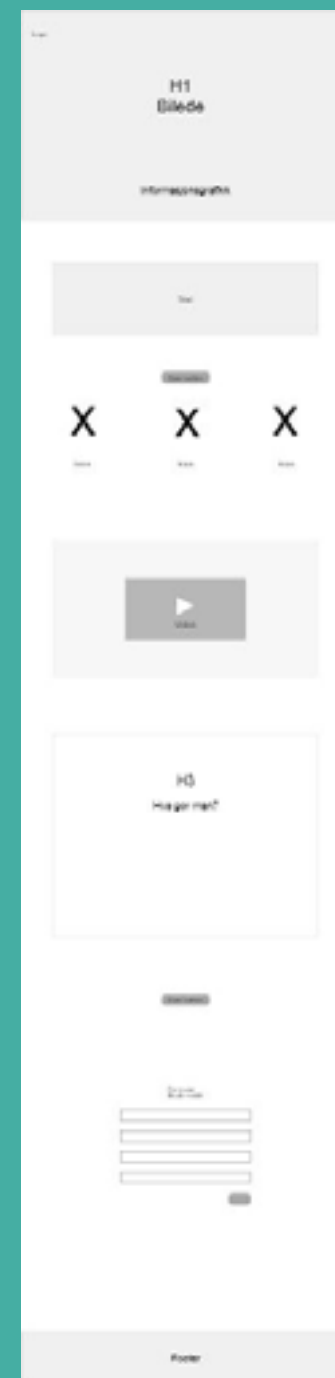
For å skaffe oss et overblikk over hvordan dette kunne se ut, startet vi å designe en Wireframe. Utgangspunktet vårt var å samle alt innholdet på en onepager, da vi tenkte siden skulle være helt simpel.

Mockup version 1.1

Da vi følte oss ferdig med wireframen startet vi å utvikle en mockup. Det ga oss muligheten til å starte testing av farger, fonts og informasjonsgrafikk.

Udseendesmessig ville vi lave en side som var positivt, optimistisk og indbydende - altså ikke skræmmende. Livredning som emne kan nemt blive afskrækkende, hvis det bliver præsenteret på den forkerte måde. Eksempelvis kunne vi have valgt et header-billede af en person som lå i vandkanten, eller på anden vis et billede som symboliserede en nødsituation, men dette ville skabe unødigt frygt, og sende det forkerte signal.

Derfor valgte vi en mere rolig, positiv tilgang, som er baseret på at skabe lyst til at lære, og opmærksomhed på emnet på en good-feel måde. Umiddelbart var det naturligt, at farver og illustrationer og billeder, skulle relateres til vand.



Tryk på billedet og se hele XD filen

Design dokumentation

Mockup version 1.1

I første omgang, lavede vi os fast på et design, som tog emnet alvorligt, brugte dybe blå farver, som symboliserer myndighed og røde som symboliserer fare.



Tryk på billedet og se hele XD filen



Design dokumentation

Test af mockup version 1.1

Vi fik underviseren Merete til at kigge på vores mockup, og hun mente at de mørkeblå og røde farver gjorde at det så meget myndigt, alvorligt ud, og mest af alt lignede en side fra Nordea.

Vi fortalte hende vores ønske med siden, at den skulle være interessant, og at man skulle have lyst til at se videre på siden og lære.

Hun sagde at siden var meget tung at være på og den var tangerende til kedelig. Hun savnede at der var mere grafik på siden og at farverne på siden godt måtte være mere friske.

Resultat af test mockup version 1

Det gik op for os efter test, at sitet ikke passede ind i hvad vi egentlig ville med det - det skulle være spændende, interessant og lærerigt, samt ikke skræmmende. Desværre var det lige det modsatte vi havde fået lavet.

Det var alt for alvorligt, og ikke ret spændende og interessant.

Derfor lavede vi en kovending, og skiftede fuldstændig design, med inspirations ordene: interessant, frisk, lærerig og spændende.

Designet blev lysere og mere spændende farver, mere grafisk, rundere former. Vi gik fra tanken om en onepage, til flere sider, da omfanget af indholdet blev større og større.

Design dokumentation

Mockup 2.0

Bølger:

Med fra vores inspiration tog vi, at opdele siden i tydelige afsnit. Dette understøttes af gestalt reglerne om lukkethed, fordi det tydeliggøres at indholdet i de forskellige afsnit hører sammen.

Farvevalg:

Vi valgte en turkis farge, som symboliserer balance, ro og samt gir en oppløftende energi til siden (Olesen, 2020). vi ville gerne væk fra den tidligere mørke blå farve, en stadig gerne holde os inden for naturfarver.(blå/grøn som vandet og luften).

Den røde farve på infografikken skulle stille ud, og matche logoet.

Ikoner:

I første version indsatte vi inspirationsbilleder til en grafisk maskot. Han skulle være livredder, og føre brugeren gennem siden med små tips og tricks.



Tryk på billedet og se hele XD filen

Design dokumentation

Logo:

Logoet blev udviklet ud fra TrygFondens Logo, og tilpasset til at dette er en side hvor man skal lære at redde liv ved vandet. derfor kom TrygFondens egen liv redningskrans på, og en mindre tekst "Red liv ved vandet". TrygFonden står også bag sider som eks. Hjerteløber.

Infografik:

Da vores mål var at lave læringen på siden interessant og legende, indsatte vi animeret informationsgrafik, som skulle gøre siden spændende og interessant. Dette gør at brugeren kan se alvoren, og bliver klar over at der her er et problem. At illustrere statistik, og gøre det 'levende' på denne måde, gør det mere fængende og interessant, og dermed forstærker vi motivationen til at lære det ønskede.

Her brainstormede vi ideer som kart fra flourish, charts og andre grafer, men vi ønskede at præsentere statistik på en anden og mere simpel måde. Derfor landede vi på en "counter" som starter på "0" når siden loader, og tæller opad indtil det endelige tal, hvor den stopper. Her tænkte vi også at have noget supplerende tekst under grafikken, som giver en forklaring, Ideen var en skræmmende data, som skulle være i starten for at vække interesse og motivation for at lære mere om dette emne.



Design dokumentation

Mockup 2.1

I takt med at vi producerede indhold til den endelige side, opdaterede vi mockupen. Det kommer til udtryk i version 2.1, 2.2, 2.3 og 2.4.

Farvevalg - kontrast:

Fargen som også er å bemerke seg på siden utover turkis fargen, er oransje fargen som er tatt i bruk. Den står i sterk kontrast til andre elementer på siden, og er primært tatt i bruk på våre call to action knapper, men også i noen sosiale medier ikonene, som er links. Kontrasten er med å gi en øyenfallende effekt, og trekker brukerens oppmerksomhet mot knappene.

Informationsgrafik - utvikling:

Vi besluttet at "skræmmekampagnen" måtte slutte helt, og vi rykket derfor informationsgrafikken lengere ned på siden, og ændrede farverne, til en orange cirkel. 2 mere blev tilføjet, for indholdets skyld.



Tryk på billedet og se hele XD filen

Design dokumentation

Webbanner:

Vi ville have en webbanner som skulle reklamere for den app vi også skulle lave.

Quiz:

Vi tilføjede quizzen som noget af det første man møder på siden, og som det sidste, for at kunne teste brugerens viden før og efter besøget på siden. Tanken var en popup med multiple choice svar.

Footer:

Footeren skulle være en god afslutning på hver side, enkel, med os som afsendere, linket til vores egne portfolioer. og en link til dokumentation bag siden, altså denne rapport.

Lærings side:

Læringssiden blev designet - vi ville have en step by step guide, med videoklip af de forskellige steps, og en forklarende tekst.



Tryk på billedet og se hele XD filen

Design dokumentation

Test af mockup 2.1

Test på Malene og Sara - medstuderende

Malene og Sara kikkede på den nye mockup så synes de at den var meget legene at være på og de var dog lidt bekymret over at vi kombinere virkelige billeder og ikoner sammen. det syntes at det godt kunne ligne at man har klistret noget på skærmen. De spurgte om det var vores plan at lave en længere video, som viste alt det man skal gøre.

Resultat af test

Efter testen af Malene og Sara, fik vi nogle gode ideer, og blev generelt bekræftet endnu engang i at vi er på rette vej.

Design dokumentation

Version 2.2

I version 2.2 fik vi indsat første forsøg på maskotten.

Vi indsatte en fuld video i toppen af læringssiden, for at give brugerne mulighed for at lære på den måde de lærer bedst - se video eller læse.

Vi fik også lavet kontakt siden, hvor man skulle kunne bestille et førstehjælps kursus.

Version 2.3

Her fik vi tilføjet designet af forsiden som responsiv. Dette giver mening, da de fleste i dag jo faktisk bruger mobilen til at browse på.

Der er også kommet flere varianter af maskotter/grafiske elementer med, som understøtter handlingen i teksten.

Og en ny version af webbanner design.



Tryk på billedet og se hele XD filen



Tryk på billedet og se hele XD filen

Design dokumentation

Endelig mockup version

Sidste opdaterede mockup bød på endnu flere grafiske elementer /maskotten i forskellige situationer, og et begyndende design af læringssiden responsiv. på dette tidspunkt begyndte vi dog at finde ud af, at responsivitets designet ikke rigtigt holdt stik i wordpress, så derfor stoppede vi med det, og tod det responsive design som det kom.

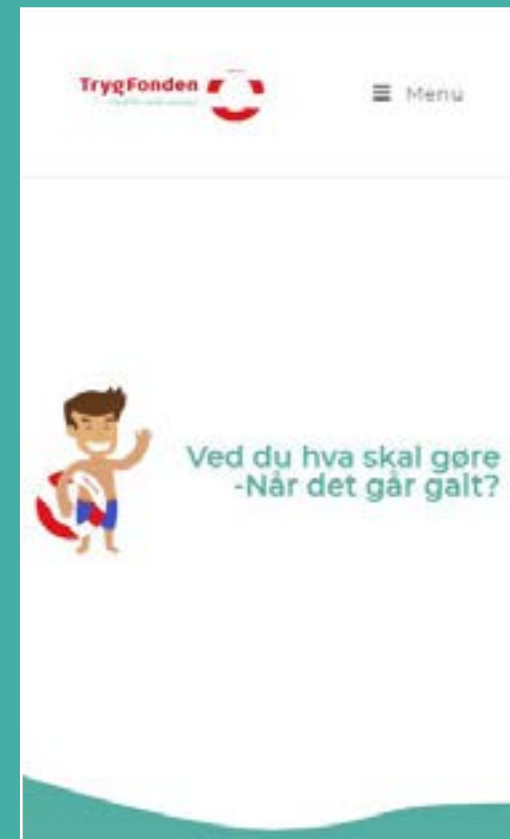


Design dokumentation

Udviklingen fra mockup, til endeligt design

I dette avsnittet tar for oss utviklingen av designet fra ide til det endelige produkt. Selve utviklingen av nettsiden ble gjort gjennom flere faser. Etter vi hadde bestemt os for udseendet via vore mockup, begyndte vi utvikling af endeligt materiale til siden. Sideløbende blev designet af mockupen forbedret og finpudset.

Utviklingen av et responsivt design var for oss en essensiell del av nettsiden. Som Thomas Breinstrup skriver i sin artikkel "Danmark er det land i verden, hvor flest har en smartphone telefon" (Breinstrup, 2017), Vi ønsket derfor å lage nettsiden så brukervennlig som mulig på alle plattformer. Vi startet derfor med å utvikle nettsiden for mobil, for å unngå senere potensielle problemer med tilpasning.



Fuldt responsivt design

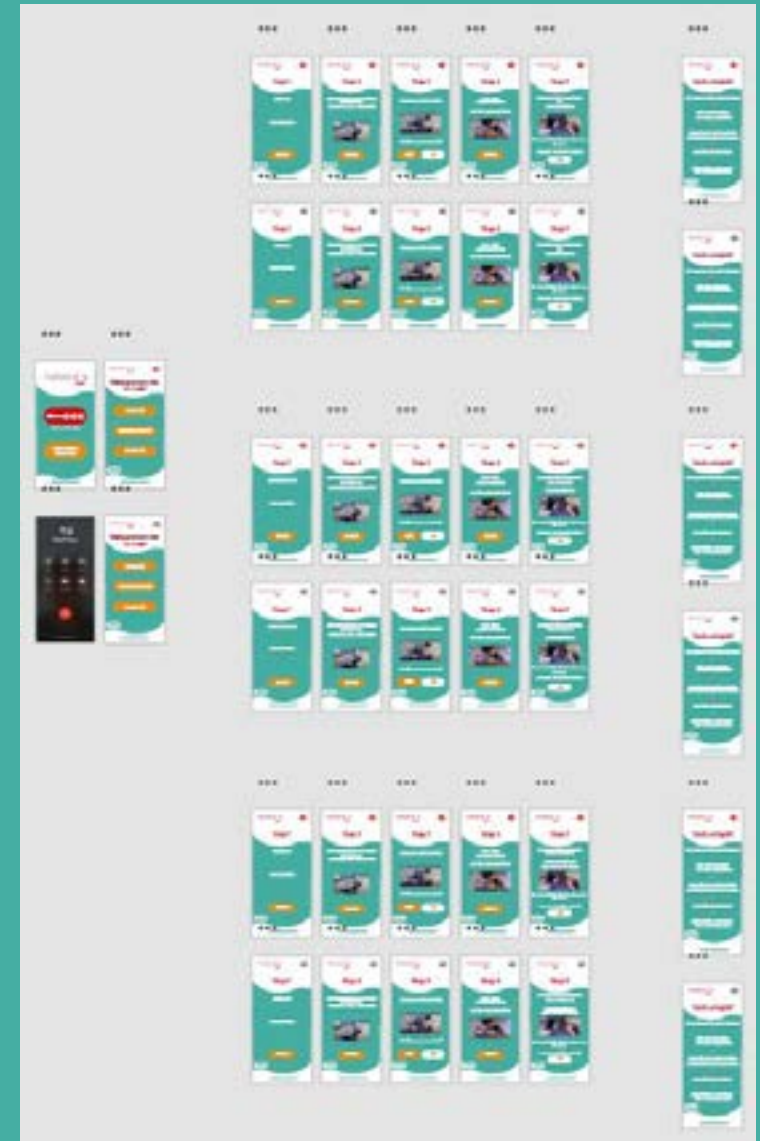
Design dokumentation

App

Tanken bag

Tanken bag appen er at vejlede brugeren igennem en livreddende situation, men også at den kan bruges til forberedende at lære den anbefalede process step-by-step.

Da appen skal bruges i nødsituationer, skal den være meget simpel, så det er nemt, hurtigt, overskueligt, og uden dikkedarer, at bruge appen i en presset situation. appen skulle kunne bruges af en hjælper som kan styre telefonen, men også hvis man er alene i situationen. Vi har derfor valgt at gå med en meget simpelt design, som udstråler professionalisme, alvor og handling.



Design dokumentation

App

Version 1

På forsiden placerede vi afsender og logo centralt, så det hurtigt giver overblik over at det er den rette app man er inde på. Dernæst en stor og synlig alarm knap, som ringer 112 og deler telefonens placering hertil. Til sidst, en stor synlig knap til at påbegynde guidet livreddende førstehjælp. Vi har valgt at bruge farven rød, som symbolisere energi, fare og er brugt meget til illustration af nødsituation.

Når guiden påbegyndes, bliver brugeren ført igennem de forskellige steps i livreddende førstehjælp, og skal igennem guiden besvare korte spørgsmål, som føre ham til det rette næste step.

Appen har lyd, som forklarer hvad brugeren skal gøre i dette step, denne kan slås til og fra nemt på alle sider. Ideen er, at appen skal ignorere lydløs tilstand, og afspille lyd som default.

I bunden af hvert step, vises et kort videoklip af det step der skal udføres.

Første version tænkte vi at skulle have alarmknap, og så ikoner med forklaring en efter en ned ad siden.



App version 1.1

Design dokumentation

Udvikling af version 1

Vi blev efterfølgende enige om, at for at guide brugeren bedst muligt igennem en nødsituation med stress og eventuel panik, måtte vi gøre det hele endnu mere simpelt, så brugeren ikke kunne springe steps over ved et uheld.

Version 2

Efter vi ændrede designet på hele siden, måtte appen jo følge med. Vi lavede derfor designet om så det passede til hjemmesiden, men beholdte opsætningen som i tidligere version.

Endeligt resultat

Den endelige app lavet i xd, er virkende og gennemført. Den fører brugeren igennem steppene på en nem og rolig måde, med både lyd, video og forklaring. appen kan bruges både hvis man alene, eller af en hjælper.

Tanken er at der er lyd på (speak) som default, men at denne nemt kan slås fra.



App version 1.2



App version 2



App endelig version

Design dokumentation

Banner add

Version 1

Version 1 blev designet til første version af websidens design.

Version 2

Optimeret i forhold til det nye design, med nye farver, maskot og app design.

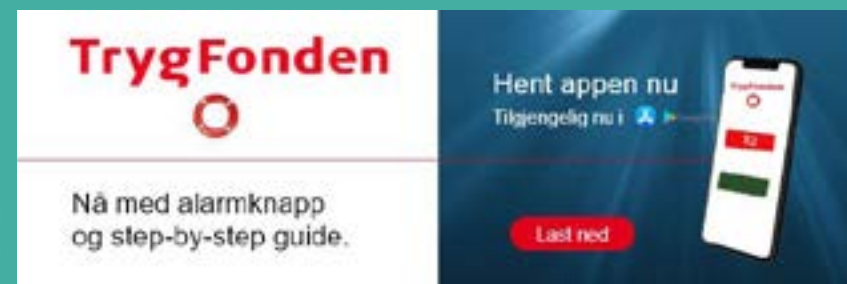
Endeligt resultat

Det endelige resultat blev noget anderledes end vi gerne ville have haft den, da vi har lagt stor vægt på at den er responsiv. Dette umuliggjorde desværre det mere komplekse design.

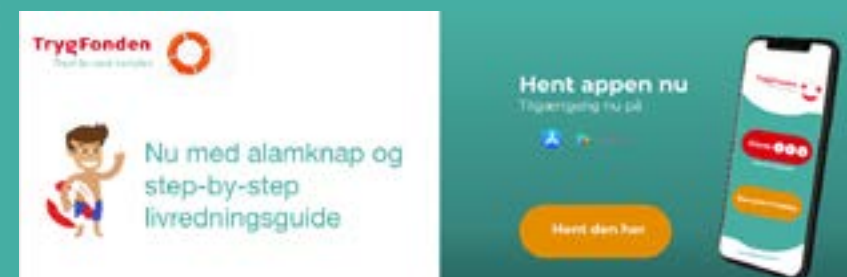
Tilgængelig er vi lykkedes med at den er responsiv, og ser lækker ud lige meget hvilken skærmstørrelse der



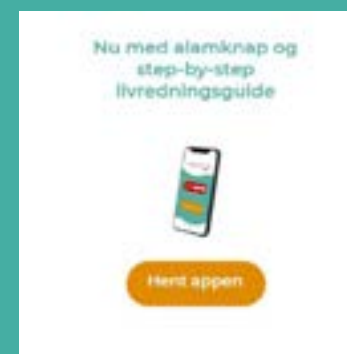
Tryk på billedet for at se Webbanneren live



Version 1



Version 2



Endelig version responsiv på mobil

Design dokumentation

Illustrationer

Da vi fandt ud af at vi gerne ville have en maskot på siden, så gik vi gang med at finde noget inspiration og snakke om hvordan han skulle se ud. Vi blev hurtigt enig om at vores maskot skulle bruges igennem hele siden, og vi snakkede også om at den skulle være i vores video.

Vi søgte på nettet og fandt nogle illustrationer på google, og vi fandt en cartoon serie ved navn "eventyrtid" (Nohns, 2014) . Efter at vi har søgt efter inspiration, fandt vi hurtigt ud af at vi ville have at den skulle være cartoons på den måde kunne vi få den til at udstråle venlig, tillid, sjov, legede og rolig.

Vi lavede en hurtig skitse af vores maskot som skulle byde brugerne velkommen. Så begyndte vi at lave vores maskot. for at få vores maskot til at udstråle venlig og imødekommende så lavede vi ham så hele hans ansigt smilede. når man smiler virkelig meget så ligger man øjne og smiler med tænder og det er sådan vi har lavet vores maskot.

Han udstråler også at han er selvsikker fordi at vi har lavet ham så glad og på den måde føler man at han har styr på det hele.



Skitse af maskot



Færdig maskot

Design dokumentation

Ud Over hans ansigt så har vi også lavet ham så han vinker brugerne velkommen på siden.

Efter at vi havde lavet ham så fandt vi ud af at vi også godt ville have en illustration som skulle vise en forvirret mand.

Den forvirret mand skulle udstråle stresset, forvirret, uvidende og uforberedt. For at få ham til at udstråle det så valgte vi at lave hans øjne forskellige størrelse og at han skulle skære tænder.

Vi valgte også at lave en lille pige som vores maskot skulle redde. Den lille pige ville vi bare have til at forstille et barn. Måden at vi har gjort det på er ved at hun er meget mindre end både vores maskot og den forvirret mand. Udover det så har vi gjort så den pose som hun er i forstiller at hun hopper.

Mens vi designede vores illustrationer har vi hele tiden sørget for at de passer ind på vores hjemmeside og hvad den skal udstråle.

Logo og step

Vi havde fundet ud af at vi ville have trygfonden som afsender. Måden at vi fandt på vores logo var at vi havde kigget lidt på hjerteløber siden også har vi kikkede på livredder udstyr. Det er så her at vi fandt redningskrans som vi fik nogle ideer med. vi ville kunne bruge den til at vise step med tal og så ville den være den illustration som der blev forbundet til siden sammen med vores maskot.



Logo



Illustrations familie



Step ikon

Teknisk dokumentation

SEO

Prosessen for å gjøre siden vår optimal for SEO ble gjort gjennomført i tre steg. Til å starte med undersøkte vi de mest relevante og mest søkte nøkkelordene knyttet mot vårt emne. Gjennom bruk af Google Søketrrender og Übersuggest kunne vi kartlegge hvilke ord som brukere oftest søker etter.

Generelt var det lite trafikk knyttet mot livredning knyttet til vann, men det var nok til at skaffe oss et grunnlag. Videre valgte vi ut de fire ordene som ga best resultater, de fire vi valgte var førstehjelp, drukning, drukneulykke og bevidstløs.



Design dokumentation

Video

Ideen med videoen har været den samme hele vejen; vi ville lave en video som skulle gøre det nemt og overskueligt at lære de forskellige steps.

Ideerne:

I vores første storyline-ide, var det meningen at vi ville bruge nogle klip, som markus havde lavet i en svømmehal for nogle år siden. På grund af de omstændigheder som vi befandt os i (corona nedlukning) i starten af eksamensperioden, havde vi heller ikke mulighed for at filme sådanne klip selv.

Men da svømmehals billeder ikke ligefrem passer ind i designet på vores hjemmeside med inspiration fra havet, ville vi meget gerne lave nye klip selv i stedet. Samtidig åbnede Danmark mere og mere op, og vi endte derfor med at få Markus og kæresten til at lave Corona-tilladt video. Vi syntes ogsså at det ville være for nemt bare at sammensætte gamle klip.

En andet storyline-ide var, at have en maskot som skulle fortælle og vise hvad man skulle gøre. Vi snakkede om at hele videoen skulle være animeret, men igen stødte vi på, at vores video ide ikke passede ind med designet på vores mockup til vores hjemmeside. Denne video ville tage for lang tid at lave og ... Så vi valgte at droppe denne ide.

Vores endelige storyline er en blanding af tidligere ideer; vi har filmet selv, som viser hvad man skal gøre, men vi har tilføjet grafik, og vores maskot, som mellem klippene kommer ind og gennemgår hvad der sker i steppet.

Design dokumentation

Da vi lavede storyboardet, snakkede vi om at vi skulle tage højde for, at man lære forskelligt. Måden at vi ville løse det på var, at vi både viser hvordan man skal gøre, skriver hvordan man skal gøre, og tilføjer en stemme som fortæller hvordan man skal gøre.

Vi ville ramme de samme ord; legene, overskuelig og enkel, som er de samme ord som vores hjemmeside skulle udstråle.

Vi vil prøve at få det til at se så ægte ud som muligt i videoen, og for at gøre det overskueligt, har vi lagt vores step-ikon ind i venstre hjørne, hvor der også kommer noget tekst ind samt med en hvid opacitets boks. Det er for at gøre det nemt og overskueligt.

Til at starte med, havde vi lavet en video som varede 1 minut, dog syntes vi ikke den forklarede så godt, så vi blev enige om at vi hellere ville have en længere video som var spændende, og man lærte af, end en kort kedelig video, som man ikke lærte af.

Vi valgte at sætte vores maskot og hvad man skal gøre i stikord, ind i mellem hvert videoklip. Vi lagde speak ind over, som fortæller hvad man skal. Det gør at videoen bliver mere spændende at se på, da det er mere personligt at maskotten følger brugeren gennem steppene.

Storyboard



Sidestruktur

Gestaltlove:

A: Lukkethed: afsnit delt af bølger

B: Lighed: knapper er ens, maskotter har samme udtryk

C: kontinuitet: venstre stillet tekster og info-grafik med tilhørende forklaring

D: Nærhed: ikonerne tæt på tilhørende tekst



A



B



C



D

Sidestruktur

Visuelt hieraki:

Ved at benytte reglerne inden for visuelt hieraki, kan vi nemt føre brugernes opmærksomhed på lige præcis det vi hgerne vil have dem til at se, i den rækkefølge vi ønsker med designet (Rold, 2019).

Vi har brugt mange forskellige regler til at skabe visuelt hieraki, og til at understøtte hvilken vigtighed indholdet har på vores platform.

Størrelsen på teksten er der tænkt over. Blandt andet overskrifterne på forsiden og “Lær at redde liv”. På begge sider er overskriften delt i 2 linjer, men størrelsen på de 2 linjer er forskellig, og også byttet rundt på de 2 sider.

På forsiden er den vigtigste sætning, og den der lægges tryk på, den nederste. derfor er den lavet større end den øverste:

På “Lær at redde liv” siden er det omvendt, den øverste linje der er vigtigst, og derfor den er gjort størst.

Generelt har vi også bare brugt størrelsen på overskrifter vs. brødtekst, som udtryk for visuelt hieraki.:



Ved du hvad du skal gøre
- Når det går galt?

Forside

Lær at rede liv
- Når det virkelig gælder!

Lær at rede liv

Sidestruktur

Farver og kontrast har vi også brugt til at vise vigtighed - f.eks. på vores knapper, som er orange, og dermed en kontrastfarve til den turkise som er basis på resten af siden. Derfor udstråler den orange farve "KIG HER" og bliver hævet til det vigtigste lige her og nu. Rundt om knapperne har vi også sat meget luft, så de træder endnu mere frem (Rold, 2019).

Vi har **justeret** tekst afsnittene på den måde at den er nogle steder er samlet i venstre side i et afsnit, og højre i et andet. dette gør at man tydelig kan se hvor hvad hører til, og dette skaber god visuel orden.

Gentagelse af de 3 informationsgrafikker efter hinanden udtrykker at disse 3 har samme niveau i det visuelle hieraki.

Vi har også brugt **animation** på de fremtrædende elementer, som overskrifter, knapper og infografik, for at man lægger endnu mere mærke til disse med det samme.



Farver og kontrast



Gentagelse

Sidestruktur

Visuelt flow

Det visuelle flow har vi tænkt over i designet. Vi ved at på sider som denne, følger øjnenes flow helt automatisk et Z. Vi har derfor valgt f.eks. på forsiden, at sætte vores logo i øvre venstre hjørne, da dette giver genkendelighed, hvad det er for en side man er kommet på (TrygFonden).

Derefter vores fængende overskrift, som skaber interesse og vækker følelser, i midten til højre.

Og til sidst, i nedre venstre hjørne, har vi sat vores maskot, som en velkomst. Han følger brugeren rundt på hele sitet, så dette er en god velkomst til brugeren.



Teknisk dokumentation

Custom javascript

Tanken bag vår custom javascript var at implementere et form hvor brukerne kunne bestille kursus. Dette gjorde vi gjennom elementors custom HTML5 kode funksjon. Som er en funksjon der baserer seg på friflytende tekst hvor man limer inn valgfri kode. Skjemaet er formvalidert og gir feedback til brukeren dersom noen av feltene ikke er fylt ut.

```
function validateForm() {
    var valid = 1;
    var email = document.getElementById("email");
    var email_validation = document.getElementById("email_validation");
    var name = document.getElementById("name");
    var name_validation = document.getElementById("name_validation");
    var message_validation = document.getElementById("message_validation");

    if (name.value == "") {
        valid = 0;
        name_validation.innerHTML = "Venligst skriv dit navn";
        name_validation.style.display = "block";
    }
    else {
        name_validation.style.display = "none";
        name_validation.parentNode.style.backgroundColor = "transparent";
    }

    if (message.value == "") {
        valid = 0;
    }
    else {
        message_validation.style.display = "none";
        message_validation.parentNode.style.backgroundColor = "transparent";
    }

    if (email.value == "") {
        valid = 0;
        email_validation.innerHTML = "Field Required";
        email_validation.style.display = "block";
    }
    else {
        email_validation.style.display = "none";
        email_validation.parentNode.style.backgroundColor = "transparent";
    }

    if (Filter_text(email.value)) {
        valid = 0;
        email_validation.innerHTML = "Venligst skriv din Email";
        email_validation.style.display = "block";
    }
    else {
        email_validation.style.display = "none";
        email_validation.parentNode.style.backgroundColor = "transparent";
    }
}
```

Custom javascript

Fuldt navn:*

Venligst skriv dit navn

Telefonnummer

Email:*

Venligst skriv din Email

Besked:*

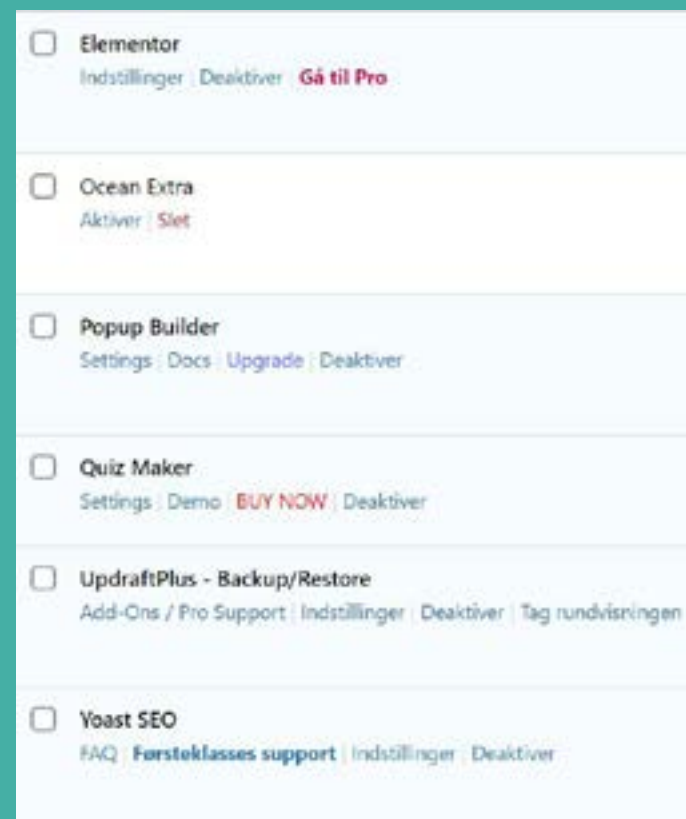
Output af custom javascript

Teknisk dokumentation

Plugins

Elementor valgte vi å ta i bruk for å bygge innholdet på siden vår. Et enkelt plugin å bruke, spesielt når vi er flere i gruppen. Også et naturlig valg da vi både har hatt gjennomgang i undervisningen, og samtlige i gruppen har kjenskap til det fra tidligere. Den samarbeider også godt med OceanWP.

YoastSEO gir oss flere muligheter knyttet til søkeoptimalisering, det er dog en plugin med mange funksjoner, som krever at man setter seg inn, b.la tags, kategorier. Vi har valgt å fokusere på de områdene vi kjenner til. Til å starte med kjørte vi en SEO validering av siden som viste seg å være feilfri. Utover det har vi lagt inn en meta description som kort beskriver sidens funksjon.



Teknisk dokumentation

Plugins

UpdraftPlus - Backup/Restore lager alt innholdet vårt, i en backup lokalisert i Google drev . Så vi kan arbeide på nettsiden uten å bekymre oss for at innholdet går tapt.

Quiz Maker har vi brukt for å få laget quizzerne til siden. Vi prøvde flere forskjellige plugins til dette, men denne fungerte bedst for os, med henblik på design, og funksjonalitet.

Popup Builder har vi brukt til at få quizzen til at vises som popup. Vi prøvde flere forskjellige plugins med dette formål , men denne virkede bedst med henblik på design.

<input type="checkbox"/> Title ▾	Category	Shortcode	Code include
<input type="checkbox"/> Quiz-time vol. 2!	Uncategorized	[ays_quiz id="8"]	<?php echo do_sh
<input type="checkbox"/> Quiz-time vol. 1!	Uncategorized	[ays_quiz id="7"]	<?php echo do_sh

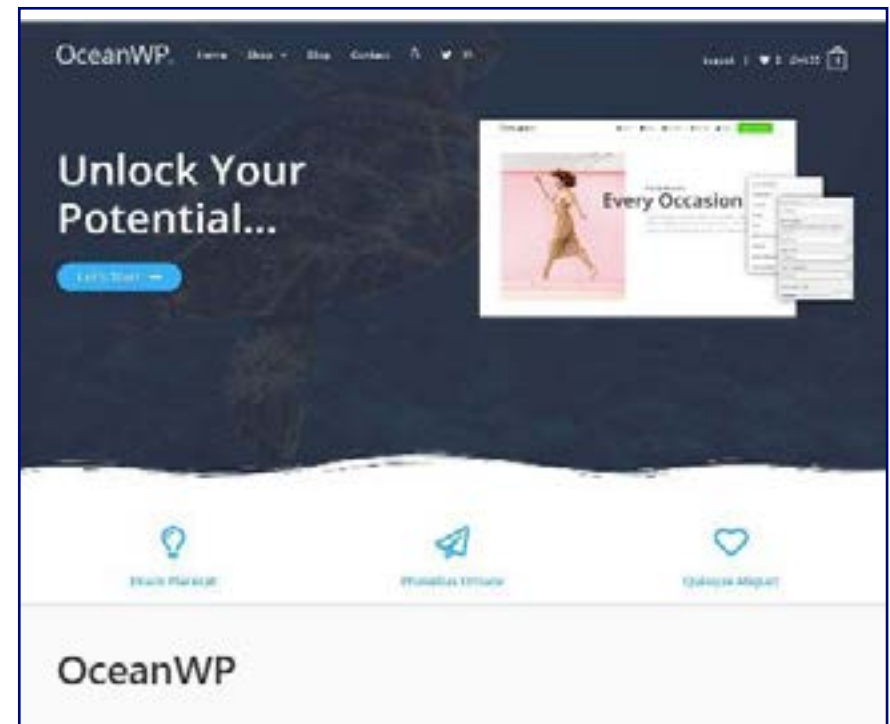
Quiz Maker

Teknisk Dokumentation

Temaer

OceanWP er et populært tema som gir oss innholdsutviklere mye spillerom. Da temaet er frittflytende gir det oss flere bruksmuligheter, til å tilpasse innholdet på siden. Utover dette støtter OceanWP de plugin'ene som elementor, og de andre vi har valgt å bruke.

Det er også andre praktiske fordeler, bl.a oppdateres OceanWP ofte da den har over 2.5 millioner downloads på tvers av verden. Som gruppe har vi også god erfaring med dette temaet, og fant det passende for denne oppgaven.



Teknisk dokumentation

SEO

I neste fase brukte vi google sin “anbefalt/andre søker på” funksjon for å finne de spørsmålene andre har søkt på. Som nøkkelord undersøkelsen også viste er det ikke så enkelt å finne de som søker direkte etter livredning i vann. Men vi er også ute etter de som vil lære generell livredning.

hvordan utfører man hj - Google Søk

hvordan utfører man **hjerte-lunge-redning**

hvordan utfører **du** korrekt hjerte- og lungeredning (hjr)

hvordan utfører **du** korrekt hjerte- og lungeredning

hvordan utfører liv

hvordan **utføre** livreddende førstehjelp

hvordan **utføre** livredning i vann

Teknisk dokumentation

SEO

Tredje fase gikk ut på å implementere resultatene fra undersøkelsen til innholdet vår. Dette gjorde vi ved at bruke nøkkelordene i innhold som f.eks. bilder, overskrifter og meta description selv om sistnevnte ikke har bevist effekt, forteller det stadig brukeren hva siden handler om.

Utover det spurte vi oss selv hvordan vi kunne svare på spørsmålene brukerne søker etter. Dette løste vi på forskjellige måder, den ene var at lave en step by step guide på livreddende førstehjelp knyttet til vand, hvor vi også tar i bruk nøkkelordene. Denne funksjonen har blitt et populært verktøy på Google de siste årene (Patel, 2020).

Til slutt forsøkte vi å svare på noen fler af de spørsmålene brukerne søker på, ved å plassere spørsmålene i noen av våres overskrifter som vi så forsøkte vi å svare i teksten under.



Teknisk dokumentation

Child-theme

I dette avsnittet tar vi for oss følgende endringer som er blitt gjort i vårt child-theme.

Vi har gjort de fleste endringene i navigasjonen og ved footeren. Med unntak av noen generelle endringer av knapper og etc. Ettersom sidens innhold er bygget av pluginen “Elementer” gjorde vi endringene i de delene som var igjen fra det originale temaet.

Disse er bilder av den originale navigasjon som er implementert i temaet OceanWP (med unntak av logoen).

I denne navigasjonen ønsket vi og gjøre noen praktiske og visuelle endringer, for å skape et samspill mellom sidens innhold, og utseende. Som illustrert over er den en liten top bar og en header helt i toppen, de konkluderte vi med ikke egnet seg til vår side, derfor ble det fjernet. (`#top-bar {display:none;}`)



```
/*Den originale header fra OceanWP temaet*/
.page-header {
    display: none;
}
```

Teknisk dokumentation

Child-theme

Det neste vi gjorde var å gi navigasjonen den fonten, størrelse og fargen så det samspilte med resten av innholdet.

```
.text-wrap{
  color: #45aea3;
  font-size: 14px;
  font-family: montserrat, arial, sans-serif;
}
```

Ytterligere tilføyde vi en underline til meny-punktene når brukeren holder over en valgt element, det vi kaller en "Hover-effekt", denne også i samme farge som teksten.

```
.text-wrap:hover{
  border-bottom: solid 1px;
  border-bottom-color: #45aea3;
  cursor: pointer;
}
```

Vi fjernet også søkeikonet som originalt var plassert lengst til høyre i navigasjonen. Da siden vår ikke innholdt nok informasjon til at det ble et relevant element.

```
.icon-magnifier{
  display: none;
}

#mobile-search{
  display: none;
}
```

Teknisk dokumentation

Child-theme

Den originale navigationen ønsket vi å gi mer luft, dette valgte vi å gjøre ved å bruke en padding. Utover det ville vi også markere hvilke side brukeren med å gi den aktuelle siden en bold-effekt.

De siste to endringene vi gjorde var å fjerne det som var fra den originale footeren så vi kunne implementere vår egen custom footer i elementor.

```
/*Padding til headeren*/
#site-header{
    padding: 20px;
}

/*Bold menypunkt på den siden brukeren er på*/
.current-menu-item a span{
    font-weight: 800;
}

.current_page_item a span{
    font-weight: 800;
}
```

```
/*Footeren fjernet samt copyright delen av footeren*/
#footer {
    background-color: red;
    display: none;
}

#copyright {
    display: none;
}
```


Opsummering

Afgrænsning

Vores første plan var at kode siden fra bunden, ved brug af b.la. bootstrap, men da vi lavede sidens design helt om, lå designet bedre til at lave siden i wordpress. Desuden følte vi i gruppen at vi ville være mest sikre i at kode fra bunden, og derfor valgte vi at udfordre os selv, og bruge denne opgave som læring i wordpress.

Vores spørgeskema er sendt ud via vores egne facebook sider, og vi kan derfor ikke være sikre på at vi har det mest nuancerede billede af den danske befolkning, bla. da vi alle er bosat i københavnsområdet.

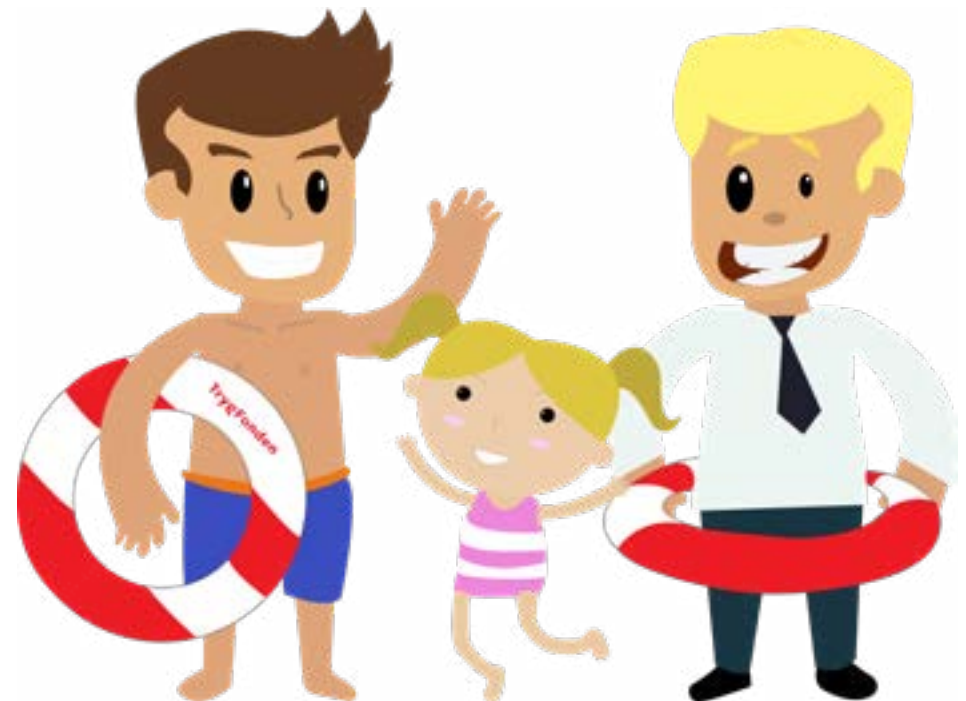
Videoen kunne være uddybet mere ift. børn, vi kunne have filmet hvordan førstehjælp udøves på dem, istedet for kun at beskrive det, og vise det på voksen. Vi valgte at hoppe nemt over dette, da det ikke ville vise mere teknisk kunnen.



Opsummering

Konklusjon

Den digitale plattformen vi har skapt, tilbyr læring på en måte som skiller ut fra de eksisterende. Ved bruk av quiz, informasjonsgrafikk, video og bilder hadde vi muligheten til å formidle læringen på en spennende og original måte. Derimot har også siden sine begrensninger i form av mye innhold, deriblant en del tekst for å kunne formidle den riktige informasjonen. Problemstillingen anses som løst men, grunnet



Opsummering

Refleksjon

Udfordringer knyttet til corona-situasjonen.

Som følge av de restriksjonene som var, og har vært under corona, har prosjektet hatt sine praktiske utfordringer. En av begrensningene lå i undersøkelsene, som ble gjennomført i empathize fasen av design-thinking. Hvor vi i utgangspunktet ville gjøre flere in depth intervjuer ute blant folk, for å skaffe et større grunnlag for oppgaven. Det var også et hinder i forskjellige test-faser, hvor man tidligere kunne teste dette på medstuderende i et klasserommet, eller på venner i større forsamlinger. Det ble det derfor mer aktuelt med tester som tenk-høyt-test som ble gjennomført over nettet med skjermdeling.

Men situasjonen vi har vært i, har også hatt sine lyse sider. Gruppearbeidet har ført til større krav til oss som gruppe i henhold til strukturering og tillit. Noe vi ser tilbake på og er veldig fornøyd med hvordan vi har løst. Hyppig bruk av organiseringsverktøyet trello og filde-lings plattformen github, har holdt oss innenfor de rammer som skulle til for at prosjektet skulle lykkes.

Tidsforbruk

Med lite erfaring som gruppe på et større prosjekt enn vi har arbeidet med tidligere. Fant vi det utfordrende å balansere hva vi skulle bruke tid på, og hvor mye. Selv med verktøy som gantt chart var det vanskelig å tolke hvordan vi som gruppe ville bruke tiden. Et eksempel vi ser tilbake på, og kunne tenkt oss å gjøre på en annen måte, er prototypen av appen vi laget. Vi hadde ikke sett for oss at den skulle kreve så mye tid av oss som gruppe, men vi forsto underveis at dette var noe vi kunne vært foruten.

Utfordringen lå i at siden krevde så mange undersider som skulle linkes, og informasjonen skulle rettes i takt med den på nettsiden. Tiden vi brukte på appen ble gjenspeilet i tidspresset vi havnet i under rapportskrivning som var datert til å starte tidligere enn den gjorde.

Opsummering

Perspektivering

Som følge av dagens teknologiske utvikling, har mobiltelefoner blitt en av de største om ikke den største plattformen i verden. Og det er blitt mer aktuelt enn noen gang med apper og nettsider, som er optimalisert for mindre skjermer. Det gir også muligheten til å nå en annen målgruppe med en annen form for innhold. Nettsiden vår som baserer seg på livredning rettet mot voksne og eldre. Kunne tatt en annen retning hvor fokuset ble snudd til å lære barn/unge om livredningsformen. Det ville gi muligheter for andre typer for læring, og fokuset ville vært rettet ennå mer mot interaktivitet som spill og ikoner.

Tanken bak appen ville være å opplyse de yngre om de sentrale forskjellene og hvordan man kan hjelpe i en ulykkessituasjon. Ikke som på nettsiden hvor fokuset er rettet mot selve livredningen og stegene. Som spørreundersøkelsen innledende i oppgaven vår viste, var det fler som aldri hadde hatt noe form for gjennomgang, eller kunnskap til livredning knyttet til vann. Det å lage en app/side rettet mot barn kunne bidratt til å øke kjennskapen i en tidligere livsfase, som man kunne ta med seg videre i livet. Utfordringen ligger dog i å gjøre en sånn app/side interessant nok for barn.



Bilag

Kortsorteringstest

<https://documentcloud.adobe.com/link/review?uri=urn:aaid:scds:US:8e663953-46ba-4d86-92c1-56e867378a5c>

Quiz

<https://documentcloud.adobe.com/link/review?uri=urn:aaid:scds:US:3311ef07-6db0-4490-854e-f63f95af008a>

Test av prototype Mockup

<https://documentcloud.adobe.com/link/review?uri=urn:aaid:scds:US:f1f9b8e8-e643-4b19-92af-b8e08c3dd7e3>

Test av endelig side

<https://documentcloud.adobe.com/link/review?uri=urn:aaid:scds:US:6745abbe-58cc-4e43-a78e-357e543a5081>

Test med Mariell Aasen

<https://documentcloud.adobe.com/link/review?uri=urn:aaid:scds:US:4794a8c0-f6be-4e90-8680-290a5509bef3>

Litteraturliste

Thomas Breinstrup. (2017, 06 December) -Danmark har flest smartphones i verden. Berlingske. Hentet fra [berlingske.dk/](https://www.berlingske.dk/).

Rold, M (2019). Interfacedesign, -Fra ide til digital prototype (1. utg). Forfatteren og Samfundslitteratur. 2019.

Legehåndbogen, (2020.02 april). Hjerte-Lunge-redning basal, barn. Hentet fra <https://www.sundhed.dk/sundhedsfaglig/laegehaandbogen/akut-og-foerstehjaelp/tilstande-og-sygdomme/foerstehjaelp/hjerte-lunge-redning/hjerte-lunge-redning-basal-barn/>

Foss, N., Larsen, E & Nord, G. (2020, 02.april) Drukning. Hentet fra <https://www.sundhed.dk/sundhedsfaglig/laegehaandbogen/akut-og-foerstehjaelp/tilstande-og-sygdomme/foerstehjaelp/hjerte-lunge-redning/drukning/>

Møller, S & Laursen, B (2019). Druknedødsfald i danmark 2001-2017, 6-17, 28-43. https://www.sdu.dk/sif/-/media/images/sif/udgivelser/2019/druknedoedsfald_i_danmark_2001-2017.pdf

Litteraturliste

Bang-Mørch, U & Bonde, N. (2018, 09.juni). 4000 falder i hvert år. Flere drukner i havnen end ved stranden. DR. Hentet fra <https://www.dr.dk/>.

Trygfonden. (2020). Hvert minutt er viktig. https://hjertestarter.dk/saadanredder-duliv/hjertestart-trin-for-trin?gclid=CjwKCAjw7-P1BRA2EiwAXoPWAy3pPUfzI-U5M8B5moLRJ9TIC1SY6Xh78JxsiIyCiD89sCQS43G05SBoC3GwQAvD_BwE

Patel, N (2020). A simple step-by-step guide to SEO. Hentet fra <https://neilpatel.com/blog/simple-guide-to-seo/>

Olsen, J (2020). Farvesymbolik- Lær om farver og farvers betydning. Hentet fra <https://www.farvesymbolik.dk/>

Krag, T (2020, 20. april) En drukneulykke -Hva gør du?. Falck. Hentet fra <https://www.falck.dk/foerstehjaelp/saadan-goer-du/drukne/genoplivning/>