

Forside

Gruppemedlemmer:

Elias Marco Lip, Aske Dahl, Mathilde Ulvig Pedersen, Sophie Engelbreth.

Link til website:

mathildeulvig.dk/kea/03-video/03-redesign/finalsite/forside.html

Password til website:

Brugernavn: kea

Kode: kea

Gruppenummer:

24.

Indhold

beskrivelse af den valgte målgruppe:

Hvem er afsenderen?

Afsenderen er en personlig Ingolfs Kaffebær og ikke en informativ virksomhed.

Hvem er målgruppen?

Målgruppen er omkring 20-80 årige, den er bred i alderen men den besøgende søger ofte det afslappede, retro og den lidt flippede stemning. Derudover passer cirkus teamet også til familier med børn.

Hvad er afsenderens budskab?

De skal tale til folket og fortælle hvilken oplevelse det er at besøge stedet, ikke blot være informativ. På forsiden skal det være en fortælling med en rød tråd, det skal omhandle stedet, maden og atmosfæren.

Hvad skal målgruppen tænke?

Målgruppen skal tænke at det er en oplevelse at komme, et sted hvor der er ro og fred, et fællesskab, men hvor der også kan være gang i den. De skal føle sig velkommen og føle som om de træder ind i en ny verden der ikke er præget af stressen fra arbejde og hverdagen.

Analyse af eksisterende website:

Hvordan er sidens visuelt samlede udtryk?

Ingolfs Kaffebær kører en gennemgående random stilart, det er kaotisk, farverigt og festlig stemning. Det bærer præg af retro design med en masse skøre elementer, blandt andet en masse billeder og kontrastrige farver.

Komposition på siden?

Siden har meget whitespace i sine marginaler, der er dog indsat baggrundsbilleder for at fylde dette rum ud, disse billeder repræsenterer stedets stil og ånd.

Menuen er indsat på det top-venstre gyldne snit, så det er i fokus, hvilket giver god mening, da det bruges som navigation gennem sitet.

Der bliver brugt loven om nærhed, billederne sidder op af hinanden, som om de hænger sammen.

Der bliver også brugt loven om lighed, menuen sidder sammen og i samme farver, den har også samme farve som titlen, som om det et overordnet element.

Den sidste lov som bliver brugt er lukkethed, her har man inddelt tekster og givet dem en baggrundsfarve, så det bliver lukket inde i en "boks".

Alt indhold er sat i midten af hjemmesiden. Billederne er sat i hver side og information er sat centeret. Det giver god mening at siden er symmetrisk, det giver overblik, specielt når der er mange farver og kontraster.

Siden er statisk, alt er på sin plads selvom du trækker i skærmen.

Funktionalitet?

Selvom siden er kaotisk får man hurtigt en lille intro tekst om hvad det drejer sig om. Titlen er stor og som navnet indikere, omhandler det en kaffebare. Menuen er en smule forvirrende, man er ikke helt sikker på hvad man kan forvente når man klikker på de individuelle punkter. Der gennemgående overskrifter så man har en ide om, hvad de forskellige afsnit omhandler.

Man kan godt komme ud for, at man klikker på et punkt og den videresender en til et link, hvilket godt kan være irriterende.

Derudover er der mange informationer man ikke nødvendigvis søger efter som kunde, blandt andet at de søger en kok til deres køkken, det vil man som kunde umiddelbart ikke vide når man besøger en kaffebars hjemmeside.

Relevans?

Billeder er typisk stemningsbilleder, de har nødvendigvis ikke en direkte forbindelse til netop dét der sker, i kaffebaren, i øjeblikket. De bruges som en slags historie for kaffebaren, så folk kan se hvilken slags atmosfære der befinder sig på stedet.

Farver?

Siden gør brug af en stor farvepalette - alt fra stærke og skarpe farver, til mere sarte og lyse farver. De mest gennemgående farver er de tertiære lyselilla (baggrundsfarven) og turkis (logo og menu). Den lyselilla farve fremstår varm, mens de turkise farver fremstår kold - derfor er der tale om en kontrast.

Brugen af de mange farver hænger godt sammen med kaffebarens indretning, som er meget farverig, finurlig, skør og cirkus inspireret. Hjemmesiden giver derfor udtryk for, at dette er en lidt uformel kaffebare, hvor hyggen er i højsædet.

Den heftige brug af forskellige farver er dog også med til at skabe en uro. Der er både gjort brug af farverige felter i rubrikken, samt i overskriften og menu feltet, hvilket gør det svært at vurdere hvor den vigtige information gemmer sig, ved det første øjekast. Brugen af farverne er derfor blevet brugt til at placere informationen forkert, som ikke gør hjemmesiden så brugervenlig.

Typografi?

Introduktionen af hjemmesiden er skrevet med den eneste serif-typografi "American Typewriter" , og denne skrifttype bliver brugt som brødtekst på størstedelen af websitet.

Resten af hjemmesiden er skrevet med sans-serif typografierne Helvetica, Verdana, Arial og Avenir Light. Sans-serif typografierne bliver brugt på menukortet, som overskrift, fed brødtekst i et jobopslag på forsiden, og som information nederst på siden.

Serif-typografien "American Typewriter" fungerer lidt uprofessionelt på websitet, fordi den ikke er optimal at bruge som brødtekst. Samtidig er skrifttypen dog med til at fremme en uformel stemning, som også findes på Kaffebaren, og hænger derfor godt sammen med budskabet.

Sans-serif typografien "Helvetica" som bliver brugt i overskrifterne, er kendt for sin læsbarhed, og er derfor god til at fremme informationen på sitet.

Skiften mellem serif-typografien og sans-typografien adskiller sig meget fra hinanden, og fungerer derfor ikke harmonisk sammen. Fordi resten af sitet er så "kaotisk" i sit udseende, ville det nok have klædt sitet bedst, hvis man havde brugt færre skrifttyper, som helst lå inden under den samme skrift-familie.

Hvordan er tonen?

Tonen er meget lys igennem hele siden. Her er man glad og åben, så det sender et godt signal til brugerne.

Er teksten overskuelig?

Siden er meget kaotisk og har mange forskellige skrifttyper, samt skriftstørrelser. Noget af teksten flyder sammen og er svær at læse. Her har man ikke kørt et gennemgående tema med teksten, det er mere hvad man lige synes passede når man skrev teksten. Teksten kan også blive uoverskuelig grundet de mange forskellige farver og billeder på siden, det forstyrre øjet.

Er der meget eller lidt tekst? Er der mange indgange?

Der er ikke så meget tekst og typisk 2-3 afsnit på hver side på siden. Det er nemt at finde indgange da sektionerne typisk er inddelt i bokse med forskellige farver, som på den måde adskiller dem.

Er der tydelig størrelsesforskel ml. Rubrikker, brødtekst og links?

Der er store forskelle mellem rubrik, brødtekst og links. Som nævnt tidligere er teksten og design lavet med den slags størrelse og teksttype man synes passer til. Noget tekst er fed skrift mens andre er tyndt, noget er større end andre og med forskellig mellemrum.

Koncept og idé

Vi har prøvet at redesigne siden så den stadig levede op til det lidt retro agtige look, så vi på den måde kan bibeholde målgruppen. Det har vi gjort ved at bruge et baggrundsbillede som illustrere Ingolfs Kaffebars mange muligheder og faciliteter samt repræsentere atmosfæren på Kaffebaren. Billedet er lavet ud fra Kaffebarens Instagram profil, som er billeder de bruger på nuværende site.

Vi har beholdt Ingolfs Kaffebars logo i toppen af siden, da vi synes det vigtigt, at have elementer som kunderne genkender og går igen.



Menuen er placeret i toppen og har en baggrundsfarve, som adskiller den fra baggrundsbilledet, så vi på den måde kan fremhæve den.



Forside og Menu har deres sektioner i gennemsigtige hvide bokse med margin, så det adskiller sig fra de andre elementer på sitet, altså gestaltloven, loven om nærhed. Boksene kan flekse alt efter størrelsen på enheden.

Vi har indsat forskellige CSS elementer som giver siden et lidt mere professionelt look, f.eks. inde på Foto siden hvor billederne bliver større når musen er over.

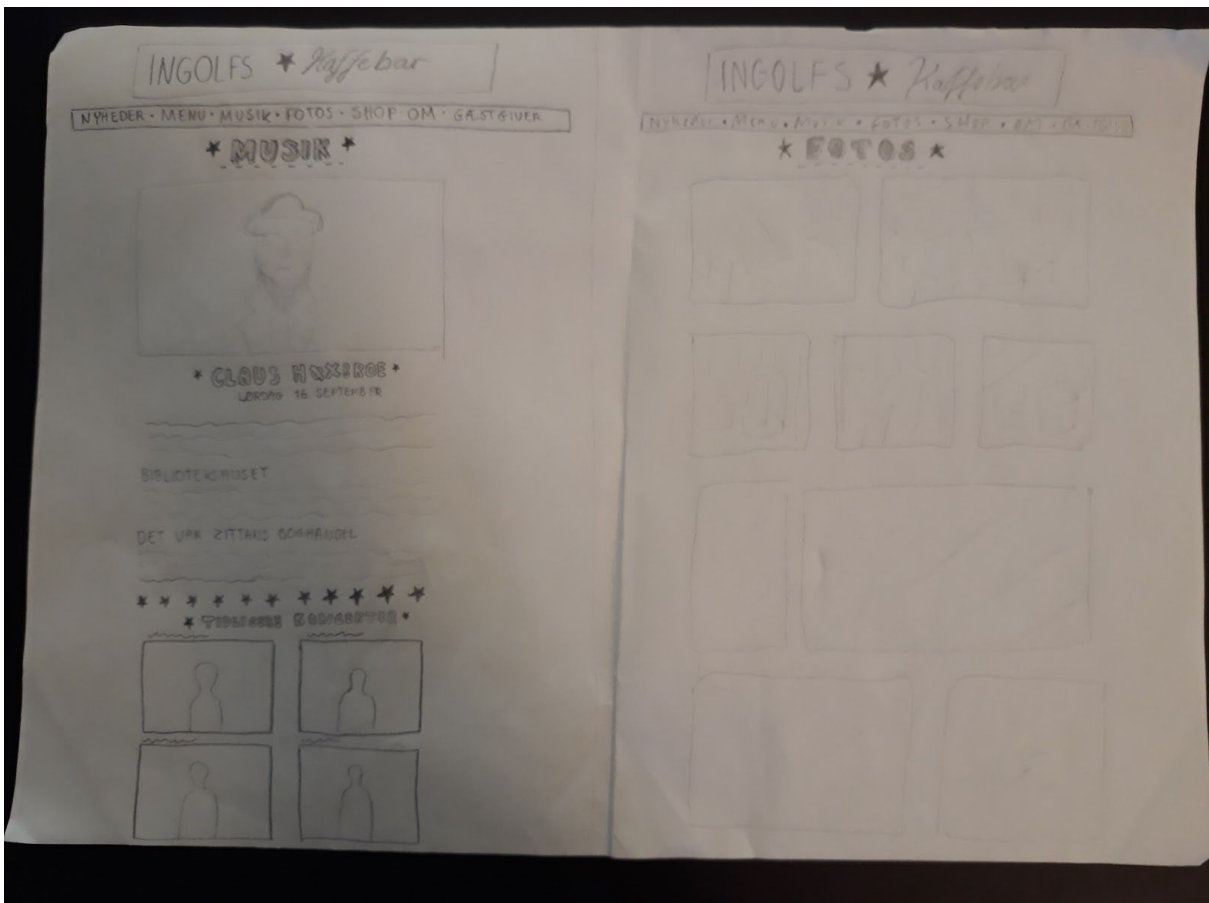
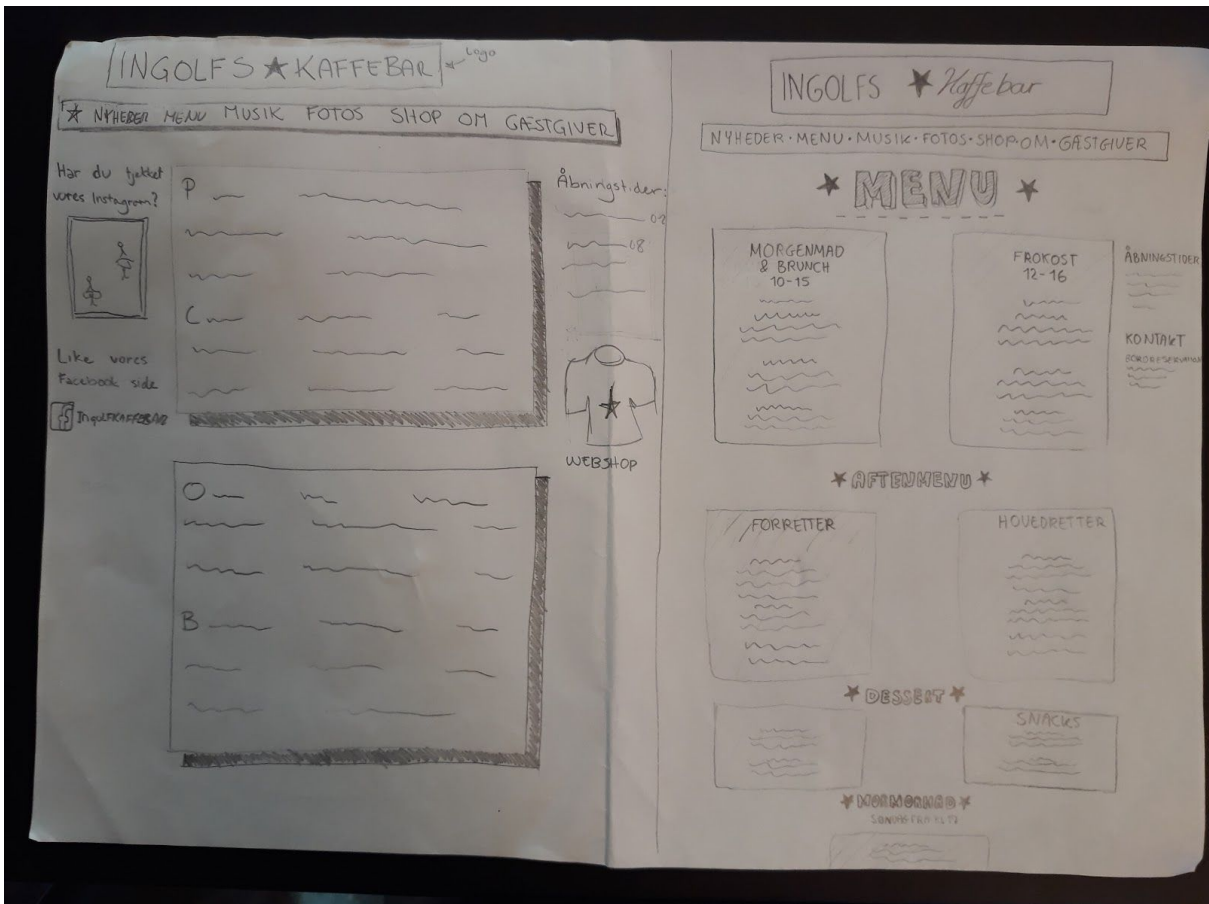
Vores ide med de ændringer til siden er at forenkle den uden det skader Kaffebarens image. På samme måde har vi valgt at udføre nogle ting på samme måde som forrige side, men med et mere enkelt design, det ses blandt andet ved forsiden hvor teksten er centreret i midten og fjernet nogle af de overflødige billeder.

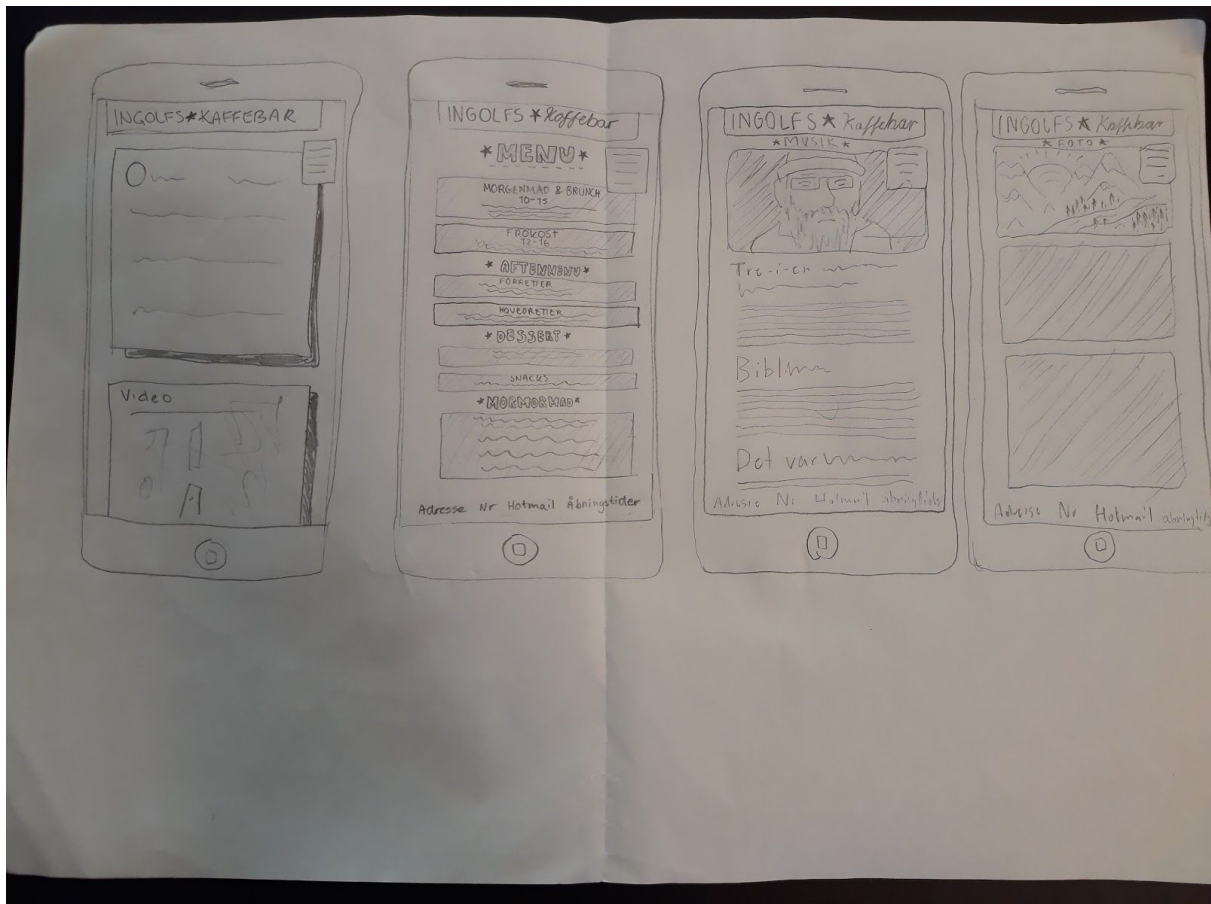
Vi har også kørt gennemgående temaer på siden, fonte, farver og stile. Vi arbejder kun med to fonte gennem siderne, så det både bliver genkendeligt og forståeligt. Derudover har vi kørt et farvetema som var bredt men stadig varmt og behageligt at bevæge sig rundt i, de kan blandt andet ses på vores Styletile. Stilen er gennemgående, sektionerne er centeret, der er struktur, på den måde at alle siderne har samme opsætning, f.eks marginer og paddings.

Styletile:



Wireframes:





Layout diagrammer:

<https://docs.google.com/presentation/d/1h6cAIP8Dvn6ldBMNHAge5UYyJjAnoFKtB6yFg9rFSvl/edit#slide=id.p>

Kodning (udvælg og forklar minimum ét interessant HTML-eksempel med tilhørende CSS):

```
<h3>Tidligere koncerter</h3>
<div class="foto_container">
  <div class="musik_foto">
    <h4>Marco Facchini - 16. Juli 2017</h4>
    
  </div>
  <div class="musik_foto">
    <h4>Pil - 11. Maj 2017</h4>
    
  </div>
  <div class="musik_foto">
    <h4>The Ramblin Bandits - 3. Marts 2017</h4>
    
  </div>
</div>
<div class="foto_container">
  <div class="musik_foto">
    <h4>Klaus Handsome og Stig Møller - 23. Februar 2017</h4>
    
  </div>
  <div class="musik_foto">
    <h4>Juncker - 19. Februar 2015</h4>
    
  </div>
  <div class="musik_foto">
    <h4>Tue West - 4. April 2013</h4>
    
  </div>
</div>
</div>
```

```
.musik_foto {
  flex-grow: 1;
  flex-basis: 400px;
  margin: 1em;
  align-self: flex-end;
}

.content_musik {
  margin: 1vw 11vw 1vw 11vw;
  padding: 2vw;
  background-color: rgba(255, 255, 255, 0.5);
}

.musik_foto {
  flex-grow: 1;
  flex-basis: 400px;
  -moz-transition: all 0.3s;
  -webkit-transition: all 0.3s;
  transition: all 0.3s;
}

.musik_foto:hover img {
  -moz-transform: scale(1.2);
  -webkit-transform: scale(1.2);
  transform: scale(1.2);
  z-index: 1;
}
```

Rent html mæssig er det nederste af musik siden ikke super spændinger, den består af nogle div bokse, så der var mulighed for at lave flexbox på billederne. Den består af to overordnet bokse vi har valgt at kalde foto_container, hver af disse bokse indeholder tre bokse hvor billederne og overskrifterne ligger.

På css siden er der lavet flexbox på billederne så der ligger tre ved siden af hinanden på computersiden. Derudover er der blevet gjort brug af en hover på billederne, der sammen med en transform gør at billederne bliver større når man holder over dem, da de både på musiksiden og fotosiden er meget små på både desktop og tablet. For at gøre overgangen letter at se på der er sat en transition på på nogle millisekunder der gør at man ikke nødvendigvis lægger mærke til den.

Beskrivelse af test og testresultater, herunder SEO test:

Hvilken Heuristik?	Hvad er problemet?	På hvilken side? (URL)	Hvor alvorligt er det? (Kategori)	Hvordan kan det løses?	Hvor lang tid vil det tage?
Status Synlighed	Stjerne på menubar er svær at tyde	Alle sider	1	Skal ikke løses	
Status Synlighed	Ingen oversigt over menuen for mad	http://elip.dk/kea/03-video/03-rede-sign/finalsite/menu.html	2	HTML + CSS	4 timer
Status Synlighed	Ingen kategori for billeder, så de alle i en lang køre	http://elip.dk/kea/03-video/03-rede-sign/finalsite/foto.html	2	HTML + CSS	10 timer
Status synlighed	Ingen kalender oversigt vedrørende fremtidige musikere	http://elip.dk/kea/03-video/03-rede-sign/finalsite/musik.html	1	Ved ikke	???
Konsistens og standarder	Baggrunden er ikke den samme ved alle sites	Alle sider	0	Skal ikke ændres	
Æstetisk og minimalistisk design	Baggrunden indeholder mange elementer	http://elip.dk/kea/03-video/03-rede-sign/finalsite/forside.html ,	0	Skal ikke ændres	

		http://elip.dk/kea/03-video/03-redesign/finalsite/menu.html			
--	--	---	--	--	--

Refleksion over processen:

Testen viser fejl og mangler som ellers ikke ville være fundet på nuværende tidspunkt. Nogle af "fejlene" er med vilje, da det passe til virksomhedens målgruppe og vision. Derudover er der "fejl" som kunne være udbedret hvis man på forhånd vidste det skulle være der, foreksempel menu bar vedrørende mad menu. Det er en ændring der er svær at implementere nu, da det kræver både HTML og CSS samt en ændring i layoutdiagram.

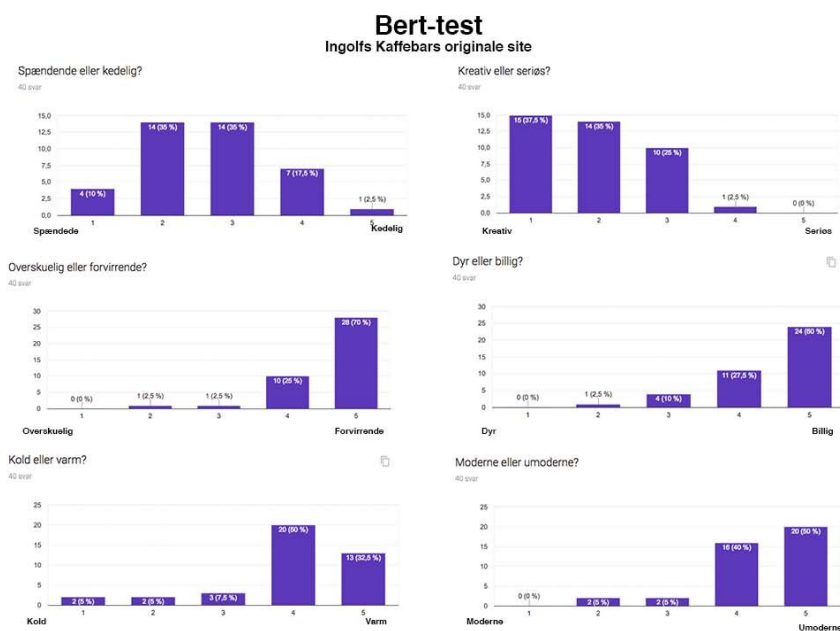
Bilag

Gruppekontrakt:

<https://docs.google.com/document/d/1jLF4zKEuPiMkKfUbomX2v1rly7GzjhJyDwCphio5uCE/edit>

5 sekunderstest - dokumentation:

BERT test - dokumentation:



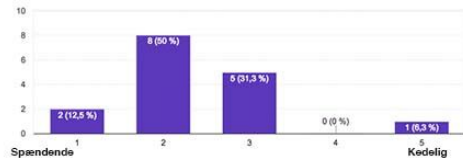
Bert-testen af Ingolfs Kaffebars originale hjemmeside viser, at folk synes det er en kreativ side som er "varm", hvilket beskriver godt hvordan indretningen og den afslappede stemning som der er på caféen. Der er dog en stor enighed om at hjemmesiden er forvirrende og billig, hvilket er en negativ faktor, da det kan skræmme kunder væk. Det store flertal som synes at hjemmesiden er umoderne, kan opfattes på forskellige måder. Caféen har et gennemgående vintage tema, og vil derfor ikke opfattes som "moderne", så det er måske meget troværdigt, at hjemmesiden så heller ikke er det. Men samtidig kan det også opfattes at folk synes den er umoderne på en kikset måde, og som derfor ikke tiltrække de trendy mennesker.

BERT-test

Redesign af Ingolfs Kaffebars hjemmeside

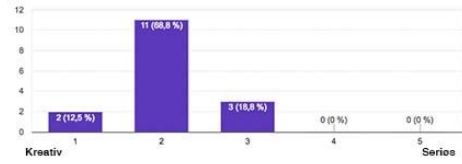
Spændende eller kedelig?

16 svar



Kreativ eller seriøs?

16 svar



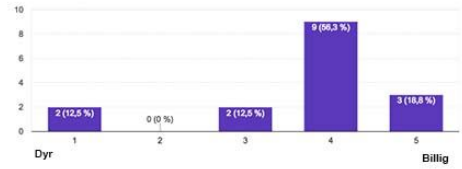
Overskuelig eller forvirrende?

16 svar



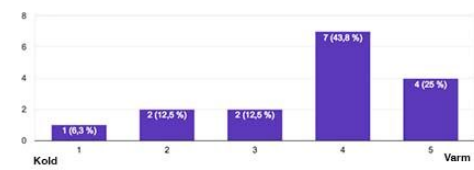
Dyr eller billig?

16 svar



Kold eller varm?

16 svar



Moderne eller umoderne?

16 svar

