

Gruppe 2

Link til website

<http://www.michalarose.dk/kea/03-video/03-redesign/finalsite>

Username:

kea

Password:

kea

GRUPPEKONTRAKT

https://drive.google.com/drive/folders/0B7bJX_us5IJTRDRROUhJM2hZYkk

MÅLGRUPPE

Virksomheden er en natklub i indre København. Derudover er det en torsdagsklub. Vi kan på baggrund af dette konkludere, at brugeren er de (16)18-25 årige. Det er desuden for mennesker, der ikke har noget imod at gå i byen på en hverdag. Denne torsdagsklub har åbent fra kl 22-05 (afhængigt af publikummet den pågældende aften). Klubben kan siges at være et hipt sted, som anses som en af de mere populære klubber i københavn. Denne torsdagsklub er en forlængelse af den endnu mere populære weekendsklub HIVE. Som der på nuværende tidspunkt står på forsidens af sitet, bliver der spillet elektronisk musik. Derudover er musikgenren R'n'B og Pop. For at holde klubben attraktiv om torsdagen, afholdes der særlige arrangementer. Dette består bl.a. af diverse kunstrnere, som periodisk kommer og optræder.

DESIGN ANALYSE

Stilarten

Sidens visuelt samlede udtryk er ikke særlig tiltalende. Sitet er meget enkelt og derved kedeligt. Dette stemmer ikke overens med, at hjemmesiden er for en natklub.

Funktionalitet

Det er ikke til at se hvad der er hovedindhold, menu, overskrifter og links. Sitet er så begrænset og mangelfuldt, at der ikke kan siges at være noget hovedindhold, overskrifter m.m.

Farver/Typografi

Der er ikke gjort brug af nogle særlig typografi, blot en helt enkelt. Desuden står det meste tekst skrevet med blokbogstaver. Valget af skifter passer på ingen måde med sidens budskab og indhold. Der er dog gjort brug af en fangende overskrift, klubbens logo.

Relevans

Hjemmesiden indeholder på nuværende tidspunkt ingen billeder. Dette er ellers et centralt element der burde være, da dette kan illustrere hvem natklubben tilegner sig til - samt hvad man kan forvente at se derinde. Derudover er ikke gjort brug af illustrationer og grafik relevans i fht. sidens indhold og funktion. Siden besidder ikke andet end bordbestillinger, priser samt en kort tekst, som ikke giver en fornemmelse om hvad klubbens egentlig formål er. Dog kan det siges, at de ting der er på sitet på nuværende tidspunkt, også skal integreres i vores redesign. Siden er dog meget mangelfuld.

DESIGN ANALYSE FORTSAT

Sproglige virkemidler

Sproget

I den korte tekst på hjemmesiden forside, er der gjort brug af ord som “*opulent aura*”, “*in-crowd*” m.m..

Dette skaber en intens tekst, der skal fange brugeren. Teksten er desuden skrevet med slang ord for at fange den unge bruger, som målgruppen for klubben også er. Teksten beskriver desuden hvad man kan forvente at opleve på klubben, fx:

(...) gør det muligt (..) at give slip på egen krop og blot give sanserne en føler, når elektroniske rytmer og den djærve stemning går op i en højere enhed.

Vi får derved en fornemmelse af, hvad det er for en klub, og kan fornemme, at de ønsker at folk slår sig løs. Dette vil vi ligeledes gerne få integreret i vores redesign.

KONCEPT OG IDE

Vores klients virksomhed har etableret en ungdommelig natklub, hvis koncept tager udgangspunkt i den unge målgruppe. Natklubben forsøger at gøre sig tilgængelig og attraktiv for de yngre gæster i københavns natteliv. Det gør de f.eks ved at tilbyde fri bar, booking af mainstream DJ's, samt arrangere events/konserter med aktuelle artister. Derfor har vi valgt, at udnytte disse retningslinjer til at redesign deres website, så virksomhedens koncept kommer til udtryk på et dybere plan. Vi ønsker at gøre hjemmesiden flerdimensionel ved at tilføje flere lag og sektioner, så gæsterne kan få en bedre indsigt i hvilken oplevelse og service de kan forvente sig, når de besøger Enzo. Vi har taget udgangspunkt i Enzos eget koncept, og fuldt disse retningslinjer så websitet stadig er genkendeligt, men forbedret på samtlige tekniske områder.

#000027

#1a1a58

#08e7eb

#a5e9f3

#f366b1

#f245af

#d71a5e

ENZO



GOBOLD BOLD

DENNE FONT BLIVER BRUGT I DERES KAMPANGER
-VI VIL BRUGE DENNE TIL HJEMMESIDEN

LUCOSI

DENNE FONT BLIVER BRUGT I DERES FACEBOOK COVER-BILLEDER

SEATTLE SANS

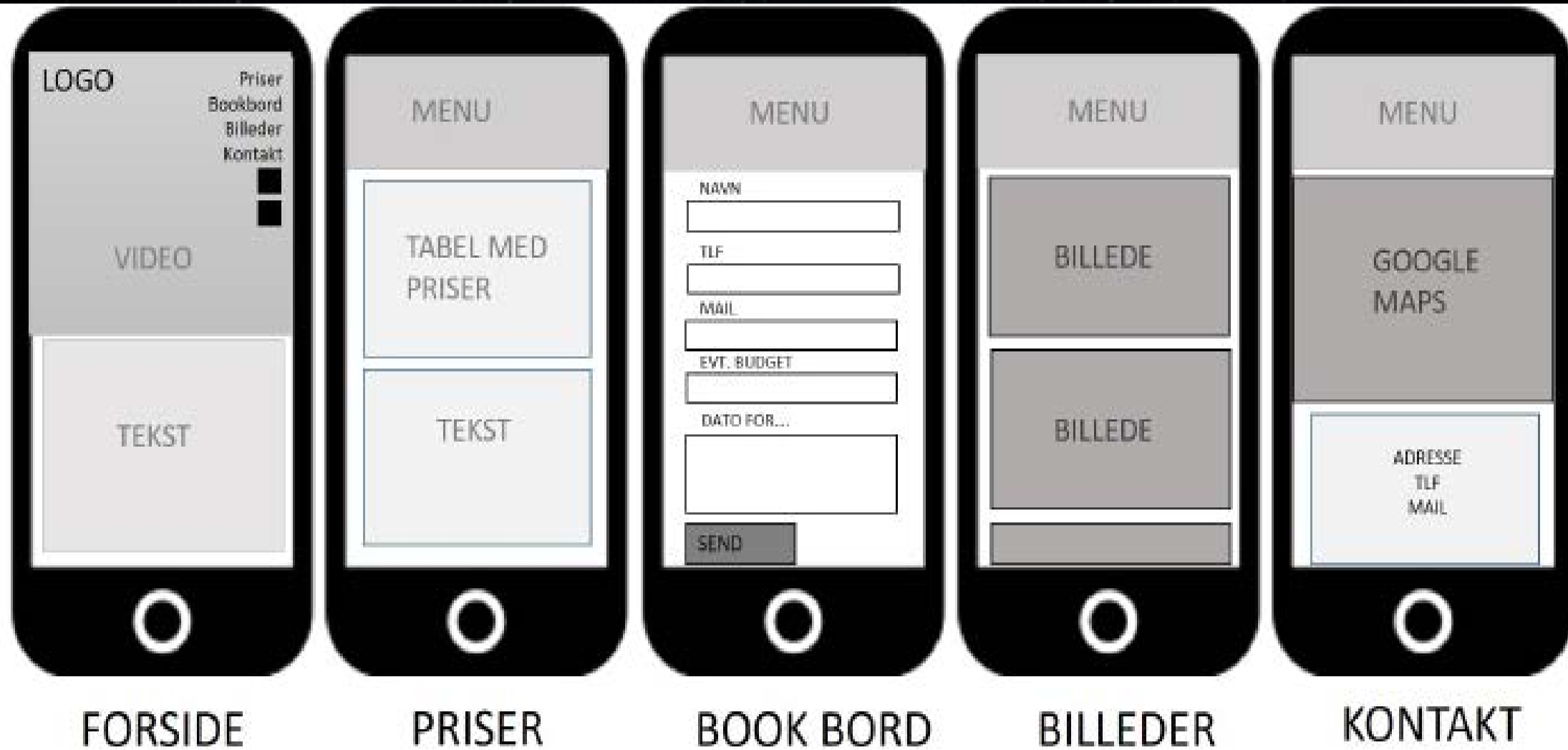
Bliver brugt i kampanger

DETECTIVES INC

BLIVER BRUGT I KAMPANGER

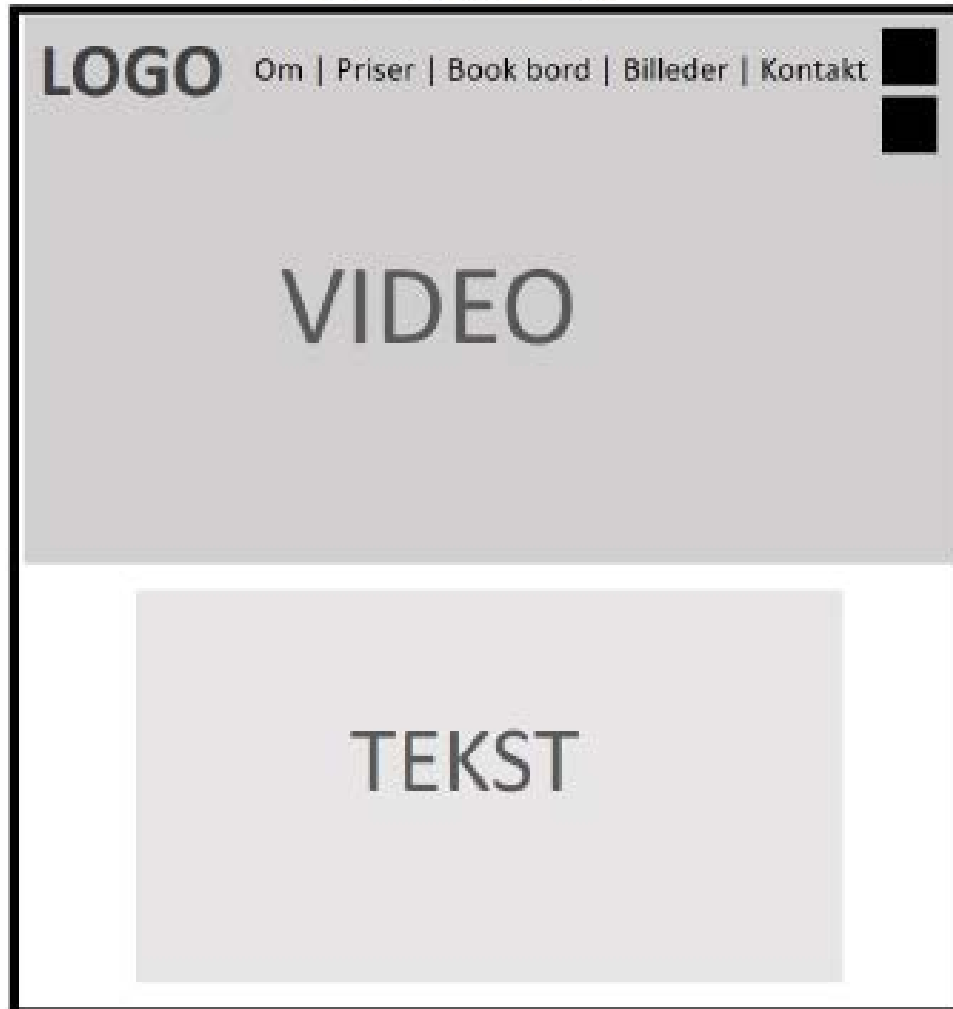


WIREFRAMES - MOBIL:

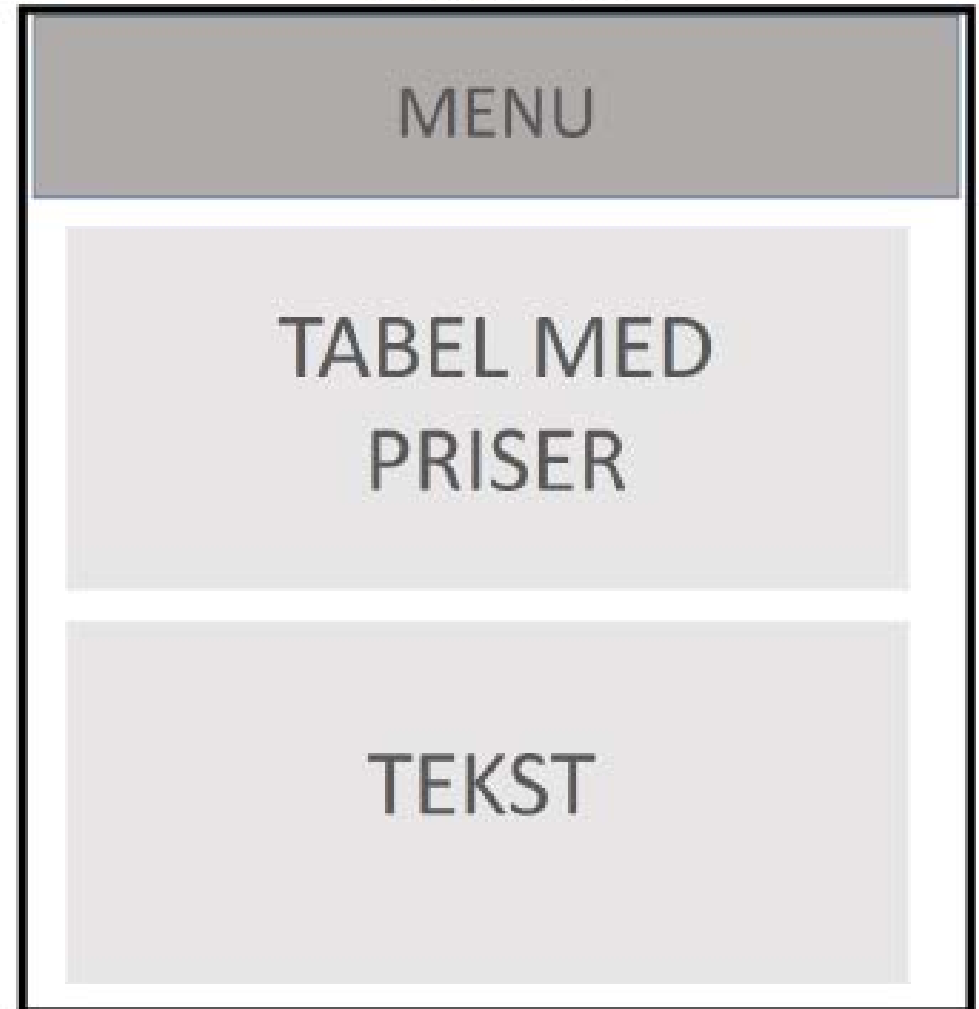


WIREFRAMES - DESKTOP:

FORSIDE



PRISER



BOOK BORD

MENU

NAVN

MAIL

TLF

DATO

BUDGET

SEND

BILLEDER

MENU

BILLEDER

KONTAKT

MENU

GOOGLE MAPS

ADRESSE

TLF

MAIL

Layout: index.html

header

nav

section#splash

section#om

.sectionwrapper

.content

footer

Layout: priser.html



Layout: bookbord.html

header

nav

section#bookbord

.sectionwrapper

.content_top

.column

.column

.content_bottom

footer

Layout: billeder.html

header

nav

section#billeder

.sectionwrapper

.content

footer

Layout: kontakt.html

header

nav

section#kontakt

.sectionwrapper

.top

.bottom

footer

KODNING

Udvælg og forklar minimum ét interessant HTML-eksempel med tilhørende CSS.

```
<section id="bookbord">
  <div class="sectionwrapper">
    <form class="booking">
      <div class="content_top">

        <div class="column">

          <label class="tekst"
            for="fname1">Navn</label>
          <input type="text" id="fname1"
            name="fname">
          <br>

          <label class="tekst"
            for="fname2">Mail</label>
          <input type="text" id="fname2"
            name="fname">

        </div>
```

```
#bookbord .sectionwrapper {
  padding: 200px 0px 40px 0px;
  max-width: 600px;
  margin: 0 auto;
}

#bookbord .content_top {
  display: flex;
  flex-direction: row;
  flex-wrap: wrap;
  max-width: 600px;
  margin: 40px;
}

.column:first-child {
  max-width: 100%;
  margin: auto;
}

.column:last-child {
  max-width: 100%;
  margin: auto;
}
```

Dette HTML-eksempel med tilhørende CSS er et udsnit fra bookbord.html. Dette eksempel viser, at vi har benyttet os af en <form class> til at danne de bokse brugeren kan skrive sine oplysninger ind i. For at få dette til at fungere, har vi desuden brugt CSS til at style. Vi har i den forbindelse benyttet os af first- og last child, til at få boksene til at opfører sig som vi ønsker. Dette har ligeledes bevirket, at vi senere hen kunne justere, hvordan disse skal optræde på henholdsvis desktop og mobilversion.

EKSPERT 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	Vi har ingen overskrifter eller anden indikation af hvor man er på hjemmesiden. Andet end indholdet, som viser det ret godt.	http://www.michal arose.dk/kea/03-video/03-redesign/finalsiteriser.html	1	1 CSS 'en. Vi vil prøve at få menuen til at indikere, hvilken side man er på.	5 min.
Konsistens og standarder	Menu feltet går ind under logoet, når den skrifter.	http://www.michal arose.dk/kea/03-video/03-redesign/finalsiteriser.html	3	1 CSS 'en	15 min.
Æstetisk og minimalistisk design	Billeder på hjemmesiden fra Facebook, er på sin vis irrelevante. Vi synes dog, at det gør noget for hjemmesidens generelle udtryk.	http://www.michal arose.dk/kea/03-video/03-redesign/finalsiteriser.html	0	Vi vil ikke ændre noget.	-

TESTS

5 sekunderstest

Denne test går ud på at afdække brugerens førstehånds-indtryk af sitet. Vi har gennem denne test forsøgt, at få en forståelse for, om brugeren er i stand til hurtigt at afkode hvad websitet handler om. Vi har bedt tre personer om at svare på følgende spørgsmål:

Hvem er afsender?

Hvad kan man på dette site?

Hvad var mest i øjenfaldene på sitet?

Beskriv hjemmesiden med ét ord!

Vi har hertil kunnet konkludere, at tre tilfældige brugere, har kunnet være i stand til at afkode hvad websitet handler om. Vi kan desuden konkludere, at dette skyldes den så enkle website, som derfor kategoriseres som kedelig. Se bilag 1 for yderligere information. Vi vil derfor have fokus på at optimere hjemmesiden.

Første BERT-test: 31 respondenter.

Dette er en kvantitativ analyse. Navnet i denne test stammer fra det vi undersøger. B = Det er en bipolar test. Dette betyder, at testen besidder to poler. E = Emotionel: vi tester følelsesladede værdier. R = Respons: Brugernes tilbagemelding. T: Test.

BERT er god til at få feedback på design fra brugere - og til at sammenligne forskellige designs.

Vi har lavet denne test på Google Forms. Svarene fordeler sig således: Størstedelen synes, at sitet er kedeligt. Sitet er delvist moderne/umoderne. Der er delte meninger om, at sitet er lavet delvist professionelt og amatør. Der var en negativ hældning om, at brugerne ikke ville besøge klubben. Det var forholdsvis enstemmigt at sitet er overskueligt. Derudover var der kun 3,2% der mente, at sitet var pænt. Hvorimod 35,5% mente det var meget grimt.

TESTS

Anden BERT-test: 31 respondenter.

Efter endt redesign forløb, har vi valgt at lave en ny BERT-test, baseret på de samme spørgsmål som forinden forløbet. Dette har vi gjort for at kunne sammenligne resultaterne for henholdsvis test 1 og test 2. Vi har dog tilføjet to yderligere spørgsmål: Er det tydeligt at Enzo er en klub? Føler du at du får tilstrækkelige oplysninger om klubben?

Sammenligning med første BERT test:

I den anden test mente 20 personer, at sitet er spændende, mens størstedelen mente at sitet var kedeligt, i den første test. I forhold til sidens modernitet, har 2/3 svaret, at siden er moderne - tidligere var der delte meninger om, at sitet var delvist moderne- og umoderne. Der er derudover delte meninger om siden er henholdsvis professionel- eller amatør. Dette er det samme resultat som den første test viste.

Der er dog i den anden test 24 respondenter der mener, at sitet er middel eller derover i denne kategori.

Størstedelen mener at sitet er overskueligt. Dette er også det samme resultat som den første BERT-test.

Der er en bred enighed om, at det er tydeligt at se, at Enzo er en klub. Derudover mener størstedelen, at de får tilstrækkelige oplysninger om klubben.

Disse svar stemmer overens med vores første antagelser omkring Enzo's site. Vi konkluderede ud fra første BERT-test, at sitet var kedeligt og mangelfuldt. Vi har derfor forsøgt at optimere dette site, ved at gøre det mere interessant. Ud fra vores resultater kan det udledes, at dette delvist er lykkedes. Vi har fået skabt et site der er mere spændende og fået udtrykt Enzos koncept.

SEO-TEST

Vi har valgt at udføre en SEO-test på følgende hjemmesider:

<https://www.google.com/webmasters/tools/mobile-friendly/>
<https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>

Den første hjemmeside anviser, at vores mobilsite er godkendt, og dermed mobilvenligt.

Ud fra den anden hjemmeside, kan det udledes, at der er en række rettelser. Tre af vores logoer kan komprimeres yderligere, da dette vil forøge vores indlæsningstid. Vi fik også en optimeret version af vores CSS, som ville fjerne de ligegyldige koder. Vi undlod dog at implementere alle rettelserne, da de ikke var omfattende nok, samt havde slettet de personlige notater som vi gerne ville beholde i CSS.

REFLEKSION OVER PROCESSEN:

Vores arbejdsproces har været præget af vores gruppekontrakt. Via gruppekontrakten har vi etableret et udgangspunkt, som vi har forsøgt at følge så nøje som muligt, hvilket vi egentlig har formået at gøre.

Vores gruppe har skabt en intern dialog for at målsætte vores ambitioner med projektet, samt understrege hvert enkelte medlems tekniske/faglige styrker. Det gjorde vi med henblik på, at kunne uddele passende opgaver til hinanden, og dermed øge arbejds effektiviteten. Vi har løbende præsenteret vores arbejde for hinanden, for at få indblik i hinandens individuelle arbejdsproces, samt give konstruktiv feedback til hinanden. Ydermere har det resulteret i en gennemgående rød tråd, hvilket gjorde det nemmere for alle gruppens medlemmer, at forholde sig til projektet.

Vi stødte naturligvis på nogle tekniske vanskeligheder i løbet af ugen, men formåede at arbejde os igennem dem via vejledning fra lærere og tutorer, samt indbyrdes hjælp fra gruppens medlemmer. Vi benyttede også sider som Seositecheck-up.com og developers.google.com til, at få et indblik i vores hjemmesides indlæsningstid, samt andre tekniske "fejl".

BILAG 1: 5 SEKUNDERSTEST

Svarperson: Sofie Svendsen

Hvem er afsender?

Enzo

Hvad kan man på dette site?

Booke bord

Hvad var mest i øjenfaldene på sitet?

Enzo logo

Beskriv hjemmesiden med ét ord!

Tør

Svarperson: Emma Lenstjerne

Hvem er afsender?

Enzo

Hvad kan man på dette site?

Booke bord og se priser

Hvad var mest i øjenfaldene på sitet?

Enzo logoet

Beskriv hjemmesiden med ét ord!

Kedelig

BILAG 1 FORTSAT: 5 SEKUNDERSTEST

Svarperson: Mikkel Hein

Hvem er afsender?

Enzo

Hvad kan man på dette site?

Booke bord

Hvad var mest i øjenfaldene på sitet?

Navnet

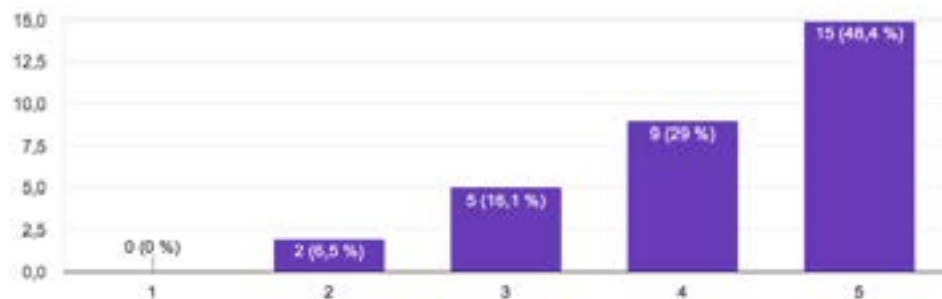
Beskriv hjemmesiden med ét ord!

Kedelig

BILAG 2: 1.BERT-test

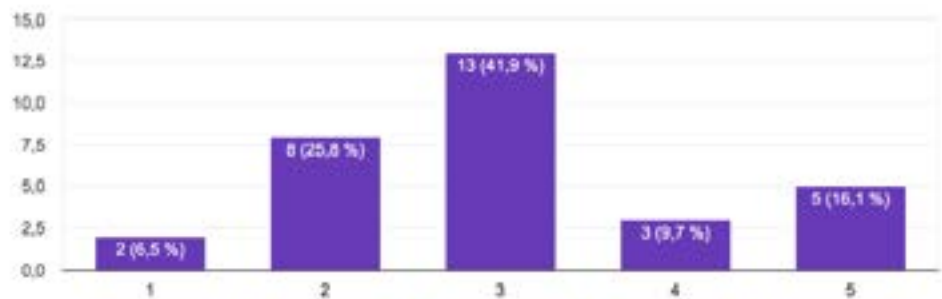
Spændende eller kedelig?

31 svar



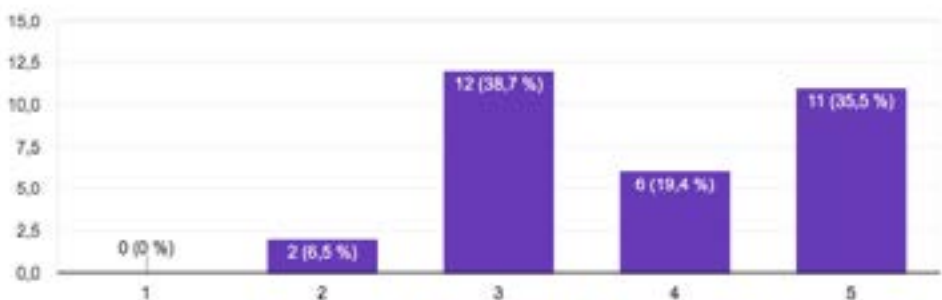
Moderne eller umoderne?

31 svar



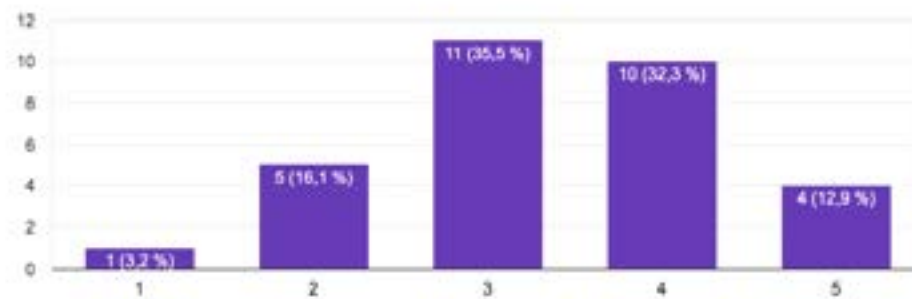
Professionel eller amatør?

31 svar



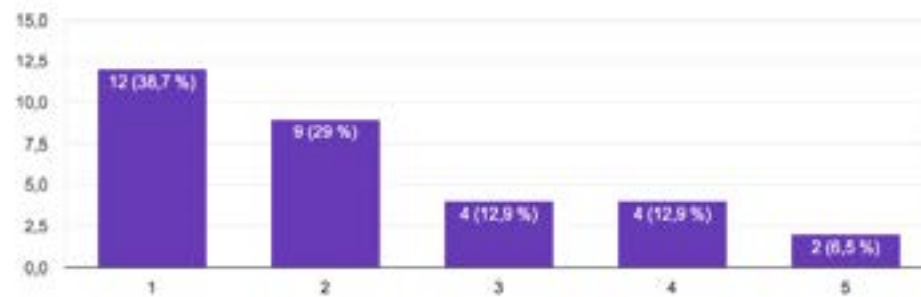
Vil du besøge klubben?

31 svar



Overskuelig eller rodet?

31 svar



Pæn eller grim?

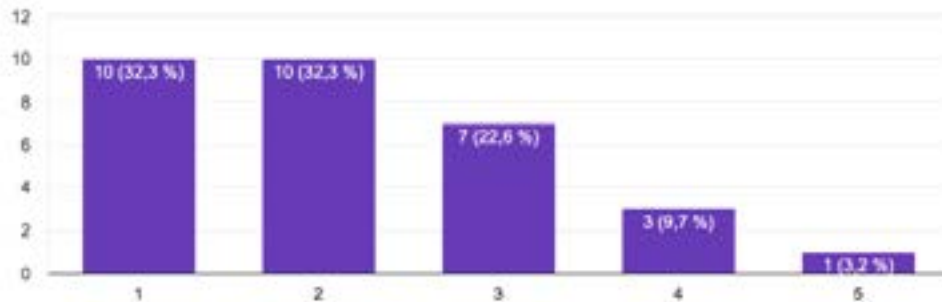
31 svar



BILAG 3: 2.BERT-test

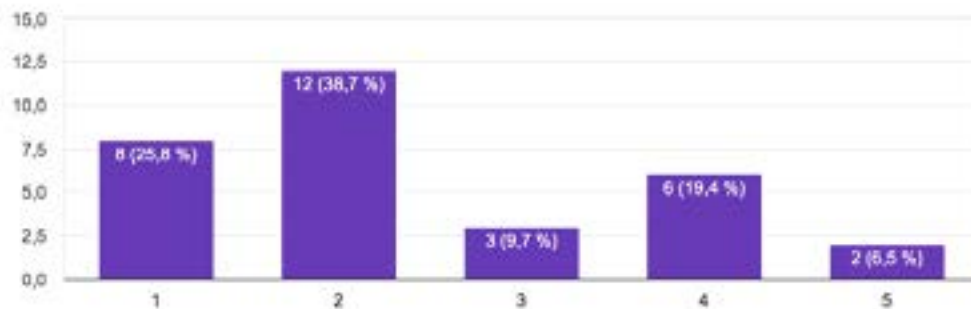
Spændende eller kedelig?

31 svar



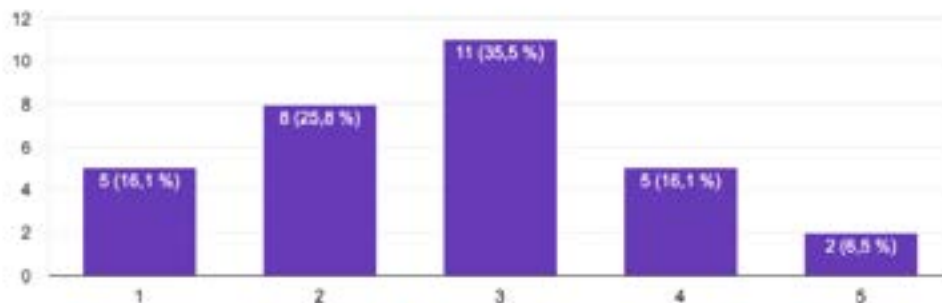
Moderne eller umoderne?

31 svar



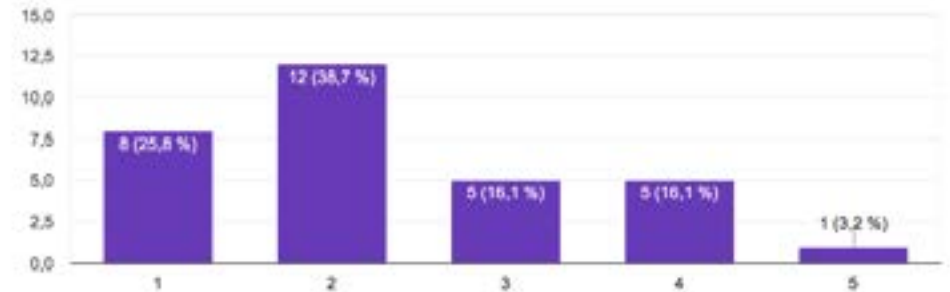
Professionel eller amatør?

31 svar



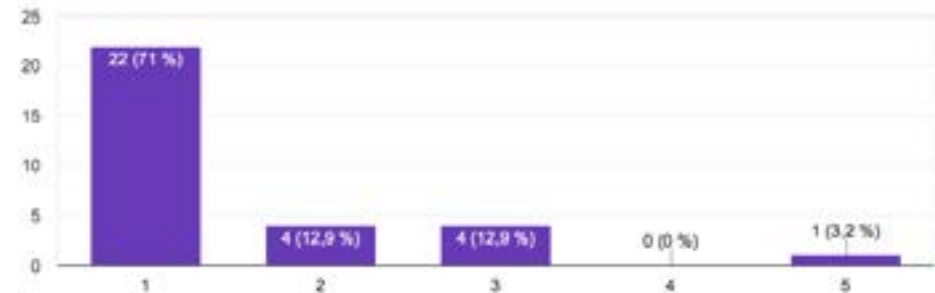
Overskuelig eller rodet?

31 svar



Er det tydeligt at Enzo er en klub?

31 svar



Er du at du får tilstrækkelige oplysninger om klubben?

31 svar

