

## **Opgave 1: Fra UX Research til Ide**

### **Mit Emne for shoppen**

Målgruppen skal hovedsageligt være unge fra 15-30 års alderen.

Jeg tilbyder oversized t-shirts som er egnet til unge, da det er meget "in" i streetwear. Andre hjemmesider der udelukkende sælger t-shirts er de meget formelle og tætsiddende. De har ikke særligt meget flair. Derfor vil målet være at finde den perfekte oversized-boxy t-shirt. Hjemmesiden skal være minimalistisk, men inkludere en specifik "in-your-face" farve som gør siden og brandet genkendeligt.

Siden skal være minimalistisk, fungere på Mobil, Tablet og Computer.

Reklamering igennem sociale medier. Evt. influencere.

### **Problemstillinger/Udfordringer**

Det største problem er at komme ind på et marked som allerede er stort i forvejen, med mange forskellige firmaer.

En stor udfordring at gøre brandet "hype" og interessant for unge.

At skabe en forretningsmodel med produkter som har en lang levetid, da mode og trends inden for tøjbranchen ændrer sig hele tiden.

### **Databehandling af de 40 indsigter**

#### **Webshoppens design og layout og tilgængelighed**

- Det er yderst vigtigt have en let tilgængelig og flot visuel webshop, ikke kun på desktop men også mobil.
- Mulighed for tilvalg af bestemt størrelse og pris.
- Webshoppen skal være nem og bekvemt at navigere rundt i.
- Billeder med tøjet i fokus.
- Webshoppen skal især være lækker på mobile enheder. (måske en app).
- Webshoppen skal have søgeværktøjer, da de fleste i nogen grad ved hvad de søger når de skal shoppe, det gør det nemt for forbrugeren at finde det de ønsker.
- Mulighed for at betale med Kort, Apple Pay og Mobilepay.

### **T-shirts som produkt**

- Kvalitets T-shirts til lidt dyrere pris, sælger bedre end billige lavkvalitets T-shirts.
- Generelt har bæredygtighed ikke den store betydning for forbrugeren. Men det er aldrig et minus.
- Kunder er villige til at betale mere for god kvalitet.
- Der er evidens for at kunderne ofte køber flere t-shirts på en gang, og handler tøj ofte. Derfor er der et marked for at kunne have en abonnements-løsning
- Kunder er villige til at betale mere for god kvalitet.

### **Branding og reklame**

- Produktet skal ud på sociale medier og diverse apps, det er der forbrugeren får øje på dem.
- Vedligehold kontakt med kunderne via. Email, nyhedsbreve mm.

### **God service**

- God service er KEY.
- Hurtig levering.
- Vigtigt med muligheden for medlemskaber med medlemsrabatter.
- Vedligehold kontakt med kunderne via. Email, nyhedsbreve mm.
- Mulighed for at betale med Kort, Apple Pay og Mobilepay.
- Vigtigt med gratis returnering, så kunden nemt kan bestille en anden størrelse.
- Lækker indpakning af tøjet når man får det, må gerne være en smule personlig.
- Du får mail der informere dig om at nu har shoppen modtaget dine returvarer og pengene er tilbage på din konto.
- Der skal være en kundeservice knap på hjemmesiden, så man kan komme i kontakt hurtigt. Det skal erstatte den traditionelle retail-arbejder i tøjbutikkerne.
- 

### **Webshoppens design og layout og tilgængelighed**

- Det er yderst vigtigt have en let tilgængelig og flot visuel webshop, ikke kun på desktop men også mobil.
- Mulighed for tilvalg af bestemt størrelse og pris.
- Webshoppen skal være nem at betjene.
- Billeder med tøjet i fokus.
- Webshoppen skal især være lækker på mobile enheder. (måske en app).

- Webshoppen skal have søgeværktøjer, da de fleste i nogen grad ved hvad de søger når de skal shoppe, det gør det nemt for forbrugeren at finde det de ønsker.
- Mulighed for at betale med Kort, Apple Pay og Mobilepay.

### **T-shirts som produkt**

Kvalitets T-shirts til lidt dyrere pris, sælger bedre end billige lavkvalitets T-shirts.

Generelt har bæredygtighed ikke den store betydning for forbrugeren. Men det er aldrig et minus.

Kunder er villige til at betale mere for god kvalitet.

Der er evidens for at kunderne ofte køber flere t-shirts på en gang, og handler tøj ofte. Derfor er der et marked for at kunne have en abonnements-løsning

Kunder er villige til at betale mere for god kvalitet.

### **Branding og reklame**

Produktet skal ud på sociale medier og diverse apps, det er der forbrugeren får øje på dem.

Vedligehold kontakt med kunderne via. Email, nyhedsbreve mm.

### **God service**

- God service er KEY.
- Hurtig levering.
- Vigtigt med muligheden for medlemskaber med medlemsrabatter.
- Vedligehold kontakt med kunderne via. Email, nyhedsbreve mm.
- Mulighed for at betale med Kort, Apple Pay og Mobilepay.
- Vigtigt med gratis returnering, så kunden nemt kan bestille en anden størrelse.
- Lækker indpakning af tøjet når man får det, må gerne være en smule personlig.
- Du får mail der informere dig om at nu har shoppen modtaget dine returvarer og pengene er tilbage på din konto.
- Der skal være en kundeservice knap på hjemmesiden, så man kan komme i kontakt hurtigt. Det skal erstatte den traditionelle retail-arbejder i tøjbutikkerne.

## Opgave 2: Lightning demos

Liste:

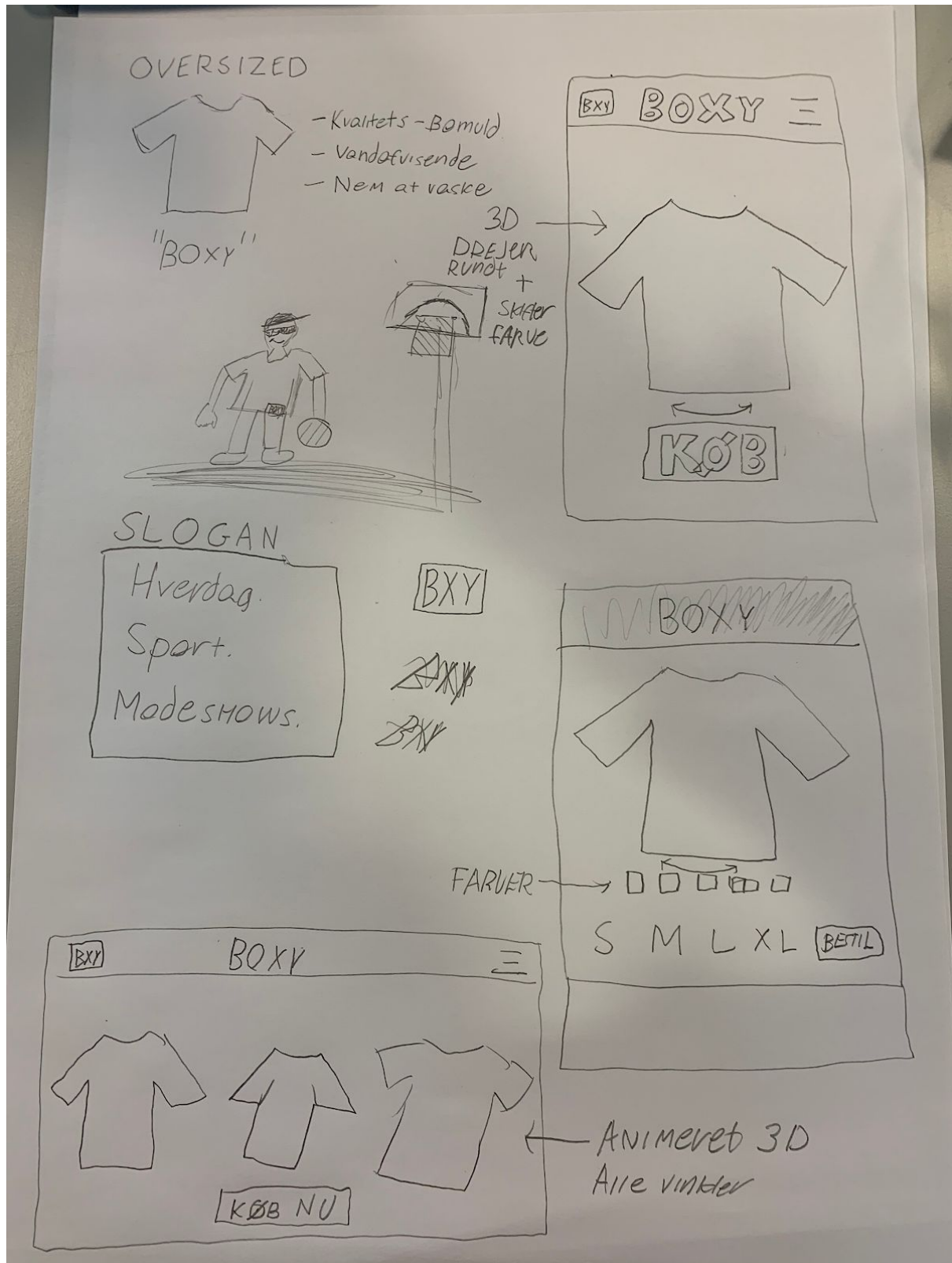
- Artikel omkring spændende nyt hjemmesidedesign der mikser kunst og web-shops:
- <https://www.fastcompany.com/90521691/first-look-kanye-wests-new-website-turns-s-hopping-into-art>
- Flot design:
- <https://www.off---white.com/en-dk/>
- Timer gør det eksklusivt og spændende:
- <https://www.yeezysupply.com/>
- Fed måde at præsentere produktlinjen:
- <https://www.supremenewyork.com/shop>
- Klogt brug af logoer:
- <https://www.palaceskateboards.com/>

3 Delt med team:

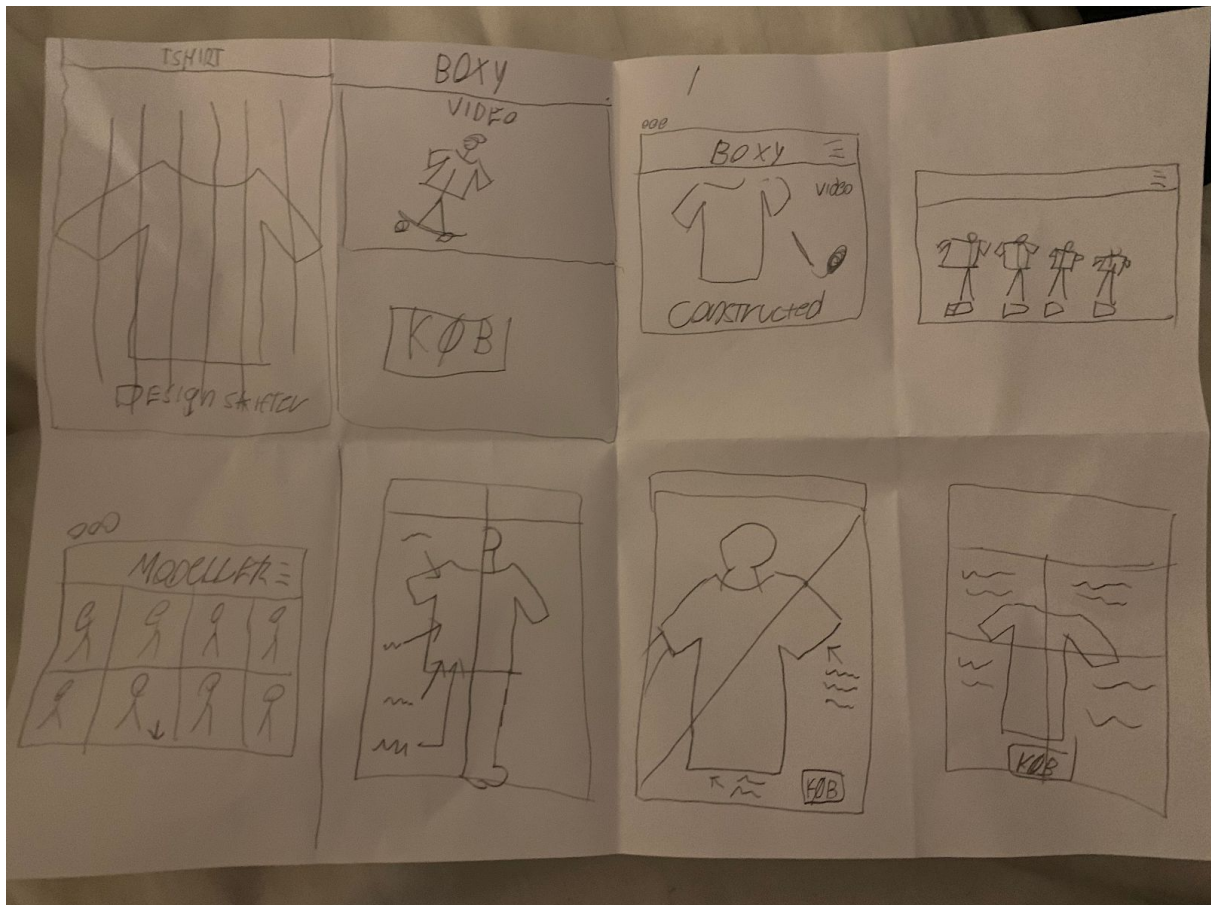
- <https://www.yeezysupply.com/>
- <https://www.supremenewyork.com/shop>
- <https://www.fastcompany.com/90521691/first-look-kanye-wests-new-website-turns-s-hopping-into-art>

## Opgave 3: Sketch

Ideas:



**Crazy 8's:**



**Solution Sketch:**

