

Navne: Emil Gade, Villiam Faber og Phillip Winther Stæhr

Mails: cph-eg52@cphbusiness.dk, cph-vf41@cphbusiness.dk, cph-ps204@cphbusiness.dk

Link hjemmeside: www.portfolioafemil.dk

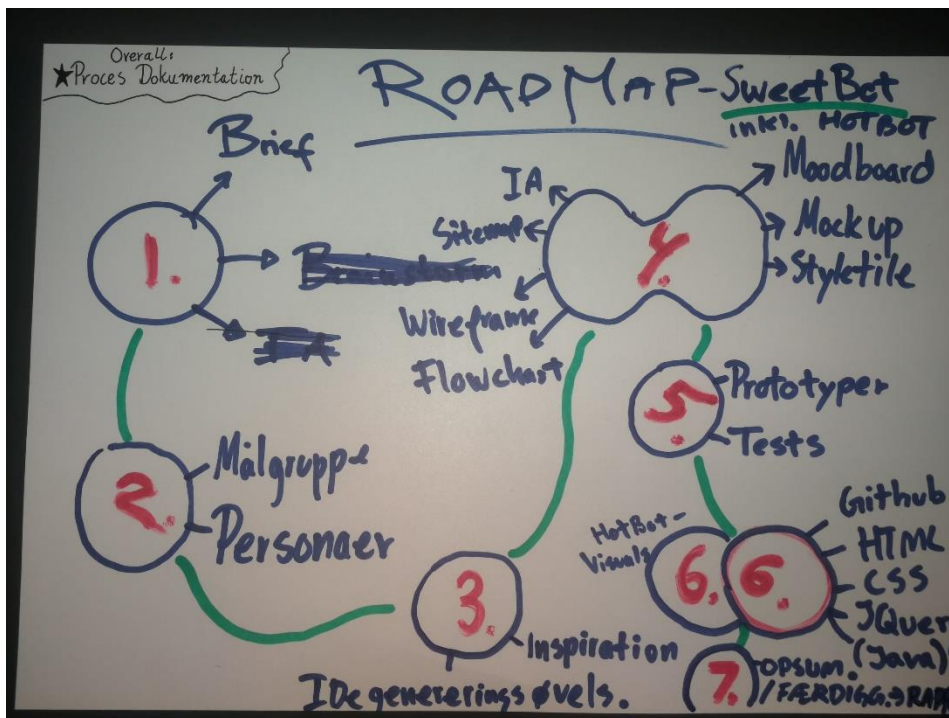
Wireframe link Xd publish: <https://xd.adobe.com/view/4229f500-00f7-497b-48ad-88e8fe0e2a8f-3418/>

Link GitHub repository: <https://github.com/msad99/sweetbot.design-gruppe-5>

GitHub strategi

Vi har gjort brug af forks og pull request for at arbejde over flere computere.

Vores roadmap:



Sweetbots - Målgruppe:

Virksomheder af mindre eller middel størrelser:

Indsnævring:

Virksomheder, som ikke nødvendigvis kan betale fuldtid for developers til udvikling, service og branding.

Dette ville være online webshop sites, som vil prøve at ramme flere kunder. Men ikke nødvendigvis har tiden til at brande ud selv.

Virksomheder, der ikke har plads til flere medarbejdere indhouse og derfor outsource nogle elementer. Såsom service af deres site.

Hotbot, her er der fokus på vores b2b kunders b2c kunder. Dvs. danske consumers. Det er folk der handler meget på nettet, så det er fra 16 år (har betalingskort) til 60 år. Webkunden har et stort behov for et tillidsvækkende design og en intuitiv og forståelig informationsstruktur. Udover vores "kunders kunder", er det også vigtigt for vores b2b kunder, at de har et system der er let at arbejde med og er driftssikkert. Tænker nyetablerede webshops, og virksomheder der evt. vil have en e-handelsløsning tilføjet en fysisk virksomhed, eller som et ydre område for deres virksomhed.

Sweetbots - Personaer:

Navn: Michael Ferdinand



Uddannelse:

I bachelor i marketing og kommunikation fra Copenhagen Business School

Firma:

"Hillerød Møbler" (Produktion og salg)

Alder: 43

Civilstatus: Gift

Erhvervs erfaring: 18 år og 8 år som chef alle i "Hillerød Møbler"

Bopæl: Hillerød, DK

Børn: 3

Job/Stilling: Afdelingschef for marketing og kommunikation

Løn: 60.000

Medarbejder: 20

Besøgte hjemmesider: Miljø og fødevarerministeriets, Weekendavisen, Ingeniøren, Lokalavis, Medlem af dansk cyklist forbund, Internationale nyheder/ samfund

Interesser: Cykle, Svømme, Kunst, Design

Kunder: Andre virksomheder, det offentlige og privatpersoner

Personlighed: Tænkende (Sæt figur ind her)

Sociale Medier: Facebook, LinkedIn

Værdier: Effektivitet, god kommunikation, professionalisme og punktlighed.

Mål: Forbedre kommunikation med kunder og øge omsætningen og styrke branding/ omdømmet.

Udfordringer: Vil have designet hjemmeside der er let at finde rundt på for virksomhedens kunder.

Kendetegn/ Personlighed: Hårdtarbejdende, intelligent og behagelig.

Hans Benjamin Pedersen



Uddannelse:

Anlægsstruktør, bygningsstruktør og brolægger.

Virksomhedsnavn:

Pedersens brolægning og entreprenør.

Arbejdserfaringer:

Tog erhvervsuddannelsen i brolægning og har arbejdet for tre forskellige firmaer som brolægger, har derefter startet sit eget lille bygge og brolægnings firma op. Det består af ham selv og to svende og to arbejdsmand.

Citat:

*Der er ikke noget bedre
end at vågne og vide at
der er styr på lortet.*

Demografi

Alder: 34 år.

Køn: Mand.

Status: Gift.

Familie: Kone og 2 børn.

Løn: 40000 kr.

Lokation: Roskilde.

Interesser:

Boksning, motorcykler, gør det selv projekter og havearbejde.

Hjemmesider der besøges:

B.T. Sport, ao.dk, virk.dk, skat.dk, rudersdaludlejning.dk, fightersport.dk

Bruger du sociale medier:

LinkedIn, Instagram og Facebook. Jeg surfer på Facebook for at holde kontakt med mit netværk.

Kunder:

Private, det offentlige, samarbejde med andre entreprenører og virksomheder.

Værdier:

Effektivitet, punktlighed og ben i næsen.

Mål:

En hjemmeside der fungerer og har de vigtige punkter.

Udfordringer:

Vil have designet en hjemmeside der let at finde rundt på for vores kunder.

Design Thinking Process

EMPATHIZE: Forstå modtageren (briefing) – hvad ønsker virksomheden vi skal designe til?

DEFINE: Hvem er modtageren for virksomhedens produkt? Målgrupper, segmentering, personas.

IDEATE: Idéudvikling.

PROTOTYPE: IA, sitemap, flowchart, styletyle, mock-up, wireframe, skitser, storyboard, XD – low/high fidelity prototypes.

Første fase - Empathize

Et godt brief beskriver et ønske eller et krav, aldrig løsningen selv.

DESIGN BRIEF for SweetBot

* Ønsker en dansk udgave af deres website – websitet skal være optimeret til mobile enheder (responsive design).

* jQuery elementer skal indgå i løsningen.

* Ønsker et bud på en IA til sitet.

* Ønsker bud på visuelle elementer til sitet.

* Løsningen skal overholde SweetBots styleguide, herunder logo.

* Ønsker brugertest af sitet.

Desuden

- * Ønsker logo og ikoner til deres nye e-commerce løsning HotBot.
- * Nyt logo og ikoner skal skrives ind i nuværende styleguide.
- * Løsningen til HotBot skal præsenteres i den online website løsning til SweetBot.

Anden fase – Definer

Målgruppe, segmentering, personas.

Tredje fase – Ide udvikling

Moodboard, brainstorm, brug design modeller som eks. CRAP til at idéudvikle.

Fjerde fase – Prototype

Skitsér analogt eller digitalt.

Femte fase - Test

Tænk-højt test for prototype

Sjette fase – Produktion

Kode

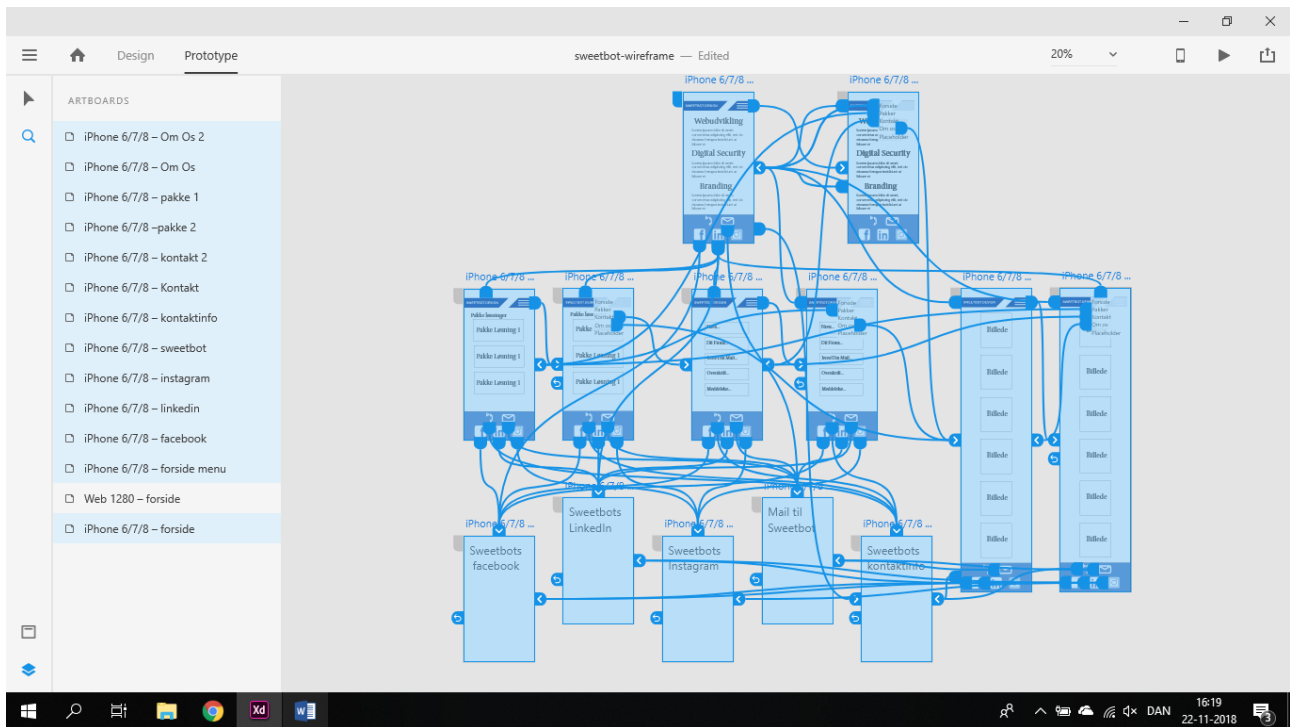
DESIGN PRINCIPPER: CRAP-AIDA-GRID-GESTALT

Good design is CRAP (en forsimplet udgave af Gestalt).

- Contrast (create hierarchy and put dominant elements in front)
- Repetition (repeat design principles to create a flow)
- Alignment (combine elements to create visual flow)
- Proximity (group related items/separate non-related items)

Informationsarkitektur:

Flowchart:



Brugertest: Tænke højt test over prototype

Testperson blev meget forvirret over hvilken side han startede på da han ikke kunne se at det var forsiden. Han var i tvivl om hvad hjemmesidens formål er. Testpersonen forventede at se information om hvad firmaet var, når han klikkede på "om os" men i stedet ser han billeder af medarbejdere. Han har svært ved at se at billederne er af medarbejdere, da der ingen beskrivelse er til billederne. Testpersonen forventer at se kontaktinfo til firmaet når han klikker på "Kontakt" men ser i stedet hvordan han kan efterlade sine kontaktinfo. Når han klikker på pakkeløsninger ser han hvad han forventer, og kan først her tænke sig frem til at hjemmesiden sælger noget. Testpersonen forventer at blive bragt ud til hjemmesidens eksterne medier som Facebook når han klikker på de respektive ikoner, hvilket der også er simuleret, at de gør.

Vi har gjort forsiden mere tydelig ved at give den et banner og en mission statement. Billederne af medarbejderne har vi gjort tydeligere ved at give dem noget tekst. Kontaktinfo har vi rykket ned i footeren så man kan finde det med det samme på alle sider. Vi har rykket pakke delen frem på forsiden så det er tydeligt hvad hjemmesidens formål er.