

Vintage fodbold T-shirts

Fra UX Research til Idé

Målgruppe:

- Fodboldinteresserede
- Typisk drenge/mænd fra teenagealderen og op, men nok mere 18+.
- Kvalitetsbevidste
- Samlere der søger en bestemt trøje for eksempelvis at fuldføre en kollektion.

Produkter:

- Klassiske fodboldtrøjer
- Genbrug. Du kan sende dine gamle (eller nye) fodboldtrøjer ind, som du ikke længere bruger eller har behov for, eller få den afhentet hjemme hos dig selv. Så modtager du et rimeligt beløb for den pågældende trøje, som vurderes af eksperter.
- Derefter vil trøjen blive rengjort og sat til salg på hjemmesiden, så andre kan få glæde af dine ikke længere ønskede trøjer.
- Sponsor aftaler med sportsklubber både nationalt og internationalt, som donerer gamle trøjer. Disse trøjer kan sendes til utsatte, fattige lande og områder, hvor børnene ikke har råd til en lækker fodboldtrøje → godt formål → undgår at destruere trøjer og bliver i stedet doneret til god sag.
- Hjemmesiden skal have et vintage retro look, der afspejler autenticiteten af trøjerne.
- Skal være af god kvalitet, men til en rimelig pris ift. konkurrenterne.
- **Vigtig grundlæggende feature:** Du kan byde på en trøje der er sat til salg. Så det fungerer som en online auktion, hvor 5-10% af hvert salg, går til et godt formål.

Afsender:

- Pensionerede fodboldspillere –og eksperter
- Sportsjournalister
- Eksperter indenfor området

- Brugere skal have noget at se op til. Eks. Videoer af spillere der bærer den specifikke trøje eller gamle videoklip fra en specifik kamp, hvor spilleren spiller i den præcise trøje man kan købe → vil skabe en enorm interesse og autenticitet/eksklusivitet.

Problemstillinger/udfordringer:

- Brugere/købere kan blive skræmt væk af, at det er allerede "brugte" trøjer
- Donatorer af en trøje kan være utilfredse med den pris der modtages
- Der skal skabes en trend omkring at man ikke smide gamle brugte fodboldtrøjer ud. Både på privat og professionelt plan. Det kan godt være svært. Men med auktions-featuren der indeholder elementer af velgørenhed, kan det blive muligt.
- Brugere kan ikke mærke kvaliteten/slitage på trøjerne. Medmindre man laver en fysisk butik/auktion også.

Databehandling af indsigtter:

Layout af website:

- Desk: "*Galleri-design. Et let tilgængeligt design, der er overskueligt at navigere i, og som indeholder de mest nødvendige informationer.*"

Kvalitet/pris/bæredygtighed:

- Survey: "*Pris og kvalitet er i høj grad det vigtigste når der handles, og bæredygtighed betyder ikke meget.*"
- Interview: "*Fokuserer mest på pris frem for kvalitet, mærker eller bæredygtighed ved køb af T-shirt.*"

Levering:

- Desk: "*Det skal ikke være svært for brugeren at finde frem til leveringsoplysninger, som leveringstid, pris, leverandør. Her er det vigtigt at have troværdige oplysninger, så brugeren ikke bliver mistroisk.*"

Betaling:

- Survey: "MobilePay er umiddelbart en betalingsmetode der bliver mere og mere udbredt"

Auto-udfyld-funktionen:

- Survey: "Selvom "auto-udfyld"-funktionen er en feature der skal gøre e-handels-oplevelsen nemmere for brugeren, foretrækker over 50% ikke at benytte det."
- Observation: "Brugeren har bestilt et produkt fra hjemmesiden tidligere, og udnytter derfor funktionen "auto-udfyld"-funktionen til indtastning af personlige oplysninger."

Returnering:

- Survey: "Returneringsprocessen er generelt for besværlig"
- Survey: "Der er i høj grad en tendens til at fortryde online køb af tøj"

Motivation - Reklamer på sociale medier + tilbudskampagner:

- Survey: "Reklamer (og dermed også cookies) på sociale medier har en stor indflydelse på køb af tøj."
- Desk: "Nye produkter eller tilbudsprodukter kan skabe en motivation hos brugeren. Undersøgelser viser også at brugeren mere og mere kigger efter om et produkt kunne have vundet nogle "awards", og naturligvis foretrækker disse produkter. Også reklamer/annoncer på blandt andet sociale medier, kan have en indvirkning her."
- Interview: "Annoncer på sociale medier har en indvirkning. Specielt tilbudsannoncer."

Website vs. fysisk butik:

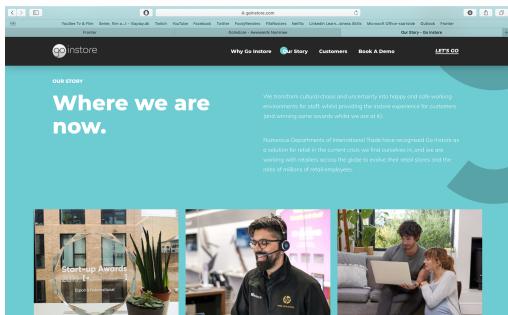
- Interview: "Foretrækker køb af T-shirts i butik frem for online."
- Interview: "Man får en bedre helhedsoplevelse ved at prøve tøjet fysisk i en butik."

Priser + synlighed:

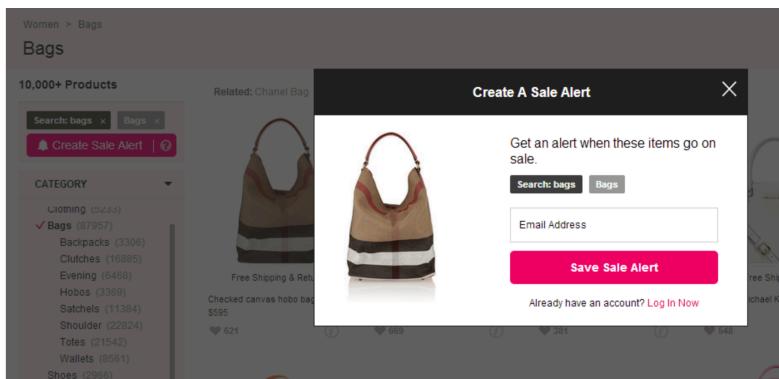
- Desk: "En vigtig feature, så man fx ikke risikerer at skræmme brugeren væk, når der klikkes ind på det pågældende produkt."

Lightning Demos

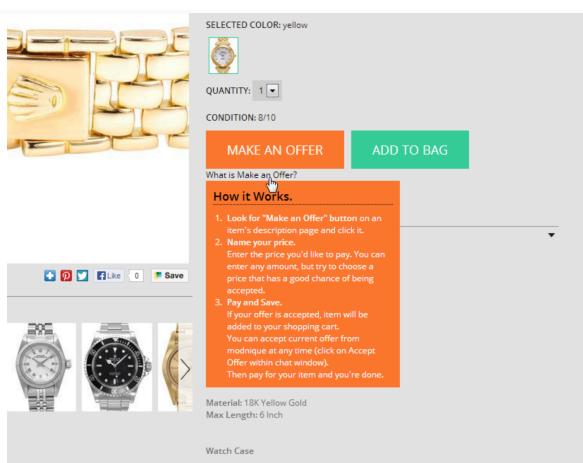
- EA SPORTS FIFA kort design → kan måske bruges til at sammensætte et anderledes galleri
→ indeholder elementer fra "samleobjekter" + inspiration fra fodboldens verden.
- <https://www.goinstore.com> → Historiefortællingen, levende billeder, troværdighed



- <https://longstoryshortdesign.co.uk>. → Layout af hjemmeside og historiefortællingen
- Da en fodbold T-shirt kan være dyr og eksklusiv, er det en fed feature at gøre så brugeren kan modtage en mail/sms, hvis et produkt bliver sat ned i pris.

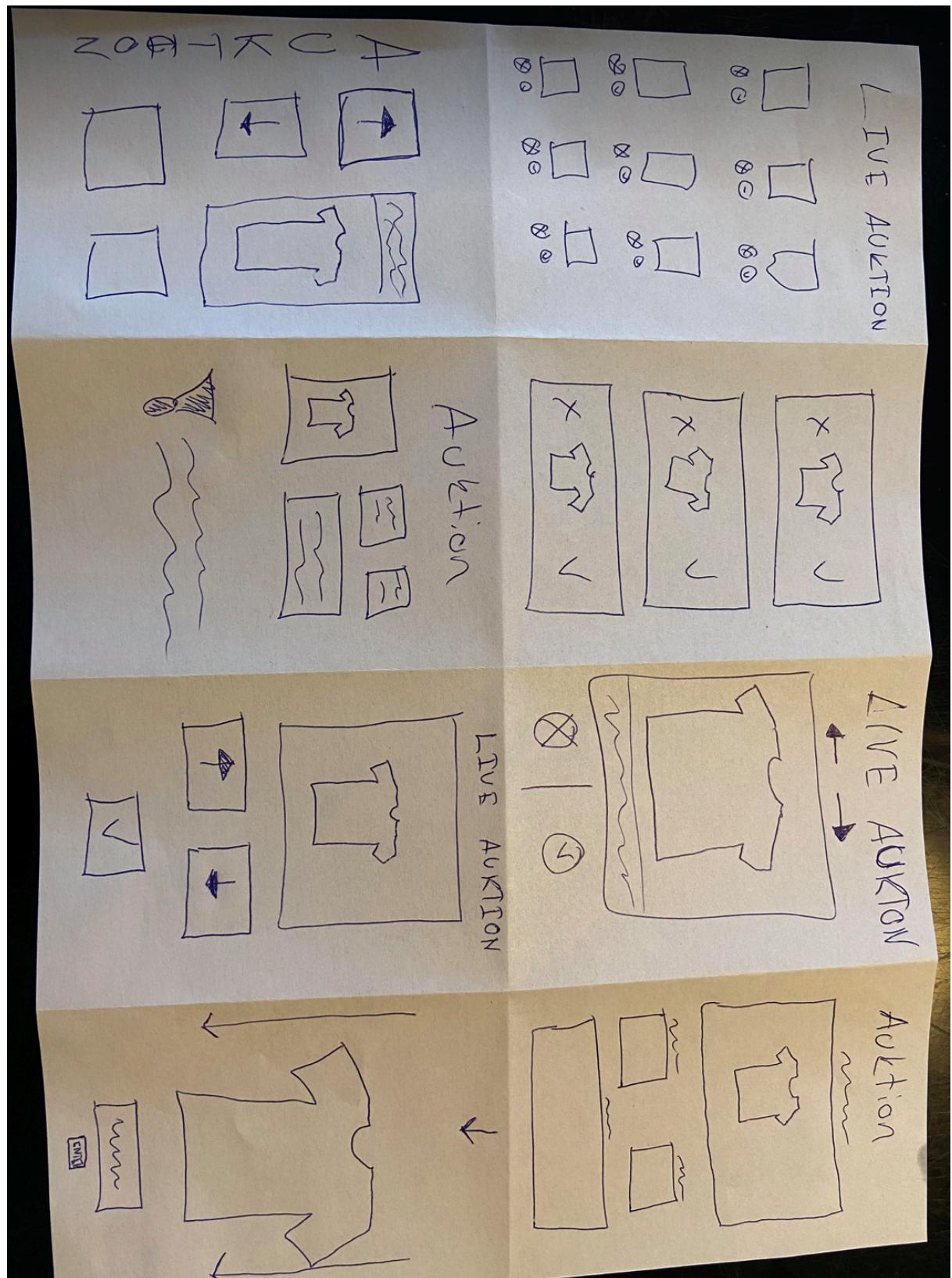


- Brugeren skal have mulighed for at byde på en vare ligesom til en auktion



- Inspiration til app-design. <https://www.pinterest.dk/pin/781374604077736079/>

Sketch



I DEAS

Auktions-fcature



! How it works

Donation

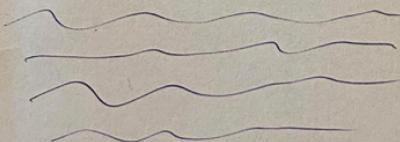
En procentdel af et køb på auktion går til velgørenhed/et godt formål. På den måde kan brugeren selv være med til at vurdere, hvor meget en t-shirt skal vurderes til.
Obs. man skal også kunne købe uden at det skal være gennem auktion

Historie fortelling

Why us?



The Story.



Vigtigt for at fortælle formålet ved websitet og konceptet.

Her skal eksperter og idoler også præsenteres m. video

Appellerer til brugers følelser

Auktion - Alert



Man skal kunne gemme et produkt. Og når der er tilpas mange interesserende, vil man blive oplyst om at auktionen starter på et specifikt tidspunkt.

Notifikation/advarsel/påmindelse skal ske over app(notifikation) eller SMS/mail.

AUKTIONS-FEATURE

The wireframe illustrates a mobile application interface for a live auction feature. On the left, a vertical sidebar contains navigation links: SHOP, THE STORY, WHY GO INSTORE, YOUR SELECTION, AUCTION, CONTACT, SOCIAL MEDIA (with icons for Facebook, Instagram, and Twitter), and DONATE YOUR T-SHIRT. At the bottom of this sidebar is the text YOUR RIGHTS.

The main content area is titled "Live Auktion". It features a large central box showing a t-shirt outline with a starting price indicated above it. To the right of this box are three sections: "YOUR OFFER", "OTHER BIDS", and "YOUR BAG". Above the "YOUR OFFER" section is a "Time left" indicator with a clock icon. Below the central box are two buttons: an upward arrow and a crossed-out downward arrow.

A callout box labeled "How it works" points to the "YOUR OFFER" and "YOUR BAG" sections. Another callout box points to the crossed-out arrow button, with the text "Increase your offer". A third callout box points to the downward arrow button, with the text "Leave the auction".

At the bottom left, there's a smartphone icon showing a timer for "12:00" and a message "Auction starts in 30 min" with a "Swipe Right" instruction. To the right of the phone is a section titled "THE PROJECT OF THE MONTH" with several wavy lines and a small square icon.