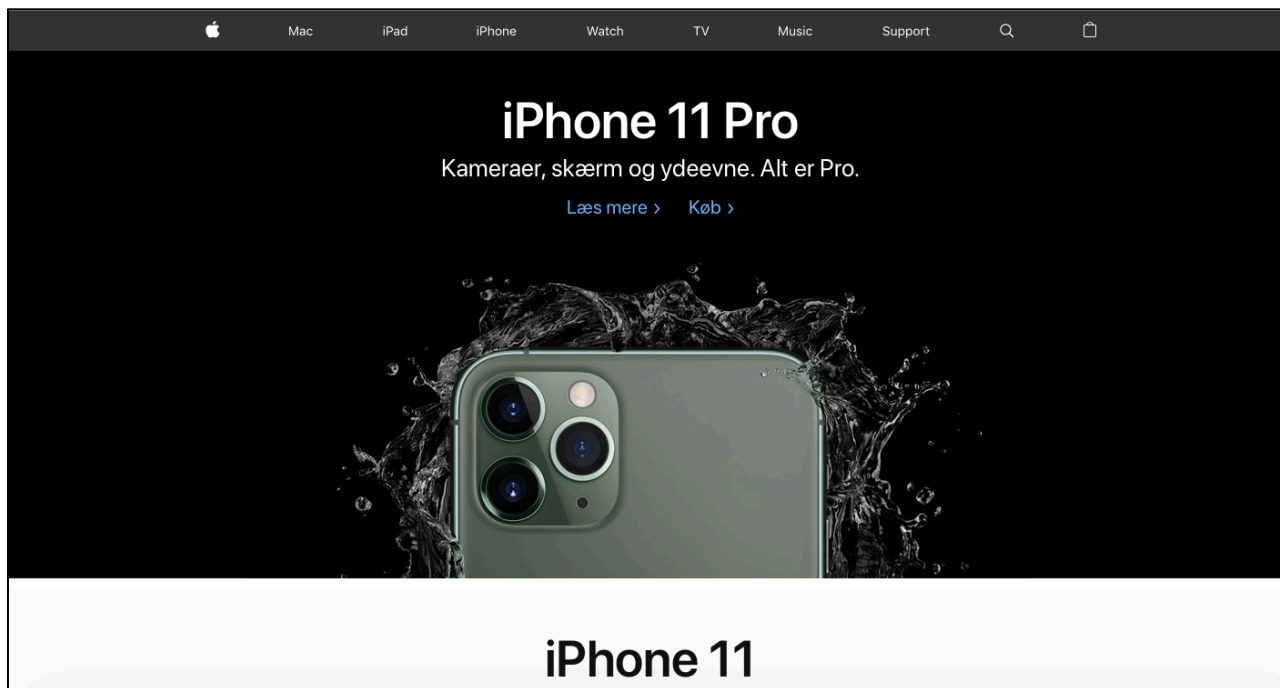


# Forskellige typer inden for microcopy

## Links :



### Et godt eksempel på links

Apple.com benytter sig af links på hele deres hjemmeside. De bruger det i forbindelse med deres produkter. De viser deres produkter visuelt, da det er det vigtigste for dem. Trykker du på "Læs mere" eller "Køb" bliver du taget til en anden side med informationer om produktet.

### Et dårligt eksempel på links

Boligsiden.dk har et felt på deres side hvor der står 'Kom godt i gang med din boligsøgning'.

I den røde boks er et eksempel med forskellige overskrifter, som man forventer er klikbare i forhold til at læse mere om emnet. Først til sidst står der 'Se flere gode tips'. Her bliver man som bruger lidt forvirret, og forventer at man kan komme direkte til siden – klikker man på flere gode tips kommer man ind på en uoverskuelig side.



Når du har klikket ind på hvad du troede var de links de havde opgivet, ender man på denne side. Uoverskueligt at navigere i.

## Formularer :

### Placeholders

#### Et dårligt eksempel på formular

Her ses et dårligt eksempel på placeholder. Begynder man at udfylde formularen forsvinder retningslinjerne, der står i felterne. Det kan forvirre brugeren og man kan glemme hvad der stod. Eksemplet er fra mitblad.dk.

The screenshot shows a form titled "Dine betalingsoplysninger" (Your payment information) on the MitBlad.dk website. The form contains several input fields: "Email \*", "Navn \*", "Evt. Firmanavn", "Adresse \*", "Telefon \*", and "Fødselsdato". Each field has a placeholder text that disappears as soon as the user starts typing. Below the fields, there is a checkbox labeled "Klik her for anden modtageradresse." and a dropdown menu for "Vælg ønsket startdato" (Select desired start date) with the selected option "Levering hurtigst muligt (17-10-2019)". At the bottom, there are two buttons: "Retur til tilbud" (Return to offer) and "Til betaling" (To payment).

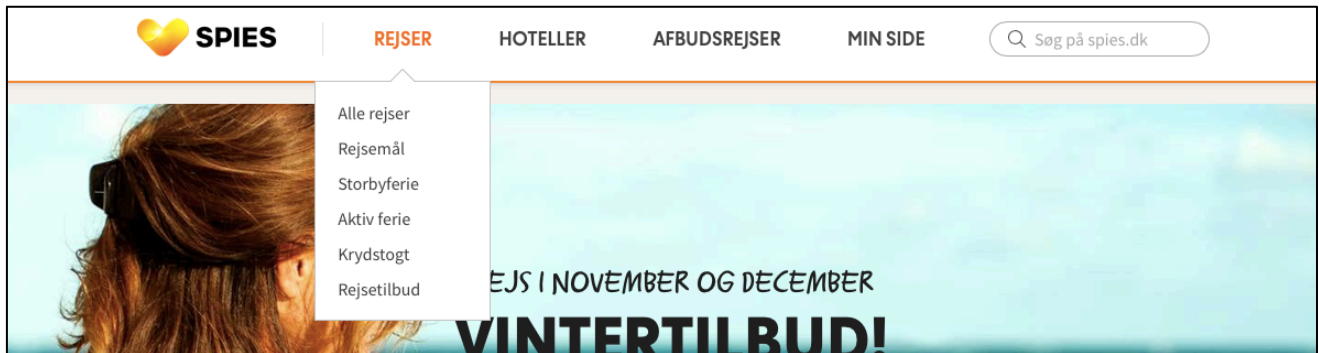
#### Et godt eksempel på formular

LinkedIn.com benytter en anden måde at vise deres placeholder. De har valgt at skrive deres guidelines udenfor boksen, så man hele tiden kan se hvilke ting man skal udfylde i boksene.

The screenshot shows the LinkedIn sign-up form. The form is titled "LinkedIn" and "Make the most of your professional life". It contains several input fields: "First name", "Last name", "Email", and "Password (6 or more characters)". Each field has a placeholder text that remains visible even when the user starts typing. Below the fields, there is a checkbox labeled "You agree to the LinkedIn User Agreement, Privacy Policy, and Cookie Policy." and a button labeled "Agree & Join". Below the button, there is a link "or" and a button labeled "Continue with Facebook". At the bottom, there is a link "Already on LinkedIn? Sign in".

## Menupunkter :

### Et godt eksempel på menupunkter



Spies.dk benytter sig af gode menupunkter. Når man holder musen over et søgeord kommer der flere specifikke kategorier frem brugeren kan trykke ind på. Menuen bliver oppe i toppen. Hvis ikke deres forslåede kategorier er nok, har de placeret deres søgefelt sammen med menuen, så man har mulighed for hurtigt at finde det man ønsker.

### Et dårligt eksempel på menupunkter

merimeri.dk er en blog, og et godt eksempel på en dårlig menulinje. Menuen er i selv ret enkel, men klikker man på 'archive' er den kilometer lang. Man skal scrolle helt ned i bunden, og der er datoer helt tilbage fra januar 2012. Her kunne det have været en god idé bare at opdele det i år, og under år kunne klikke ind på måneder – det ville gøre det overskueligt for brugeren på siden.



## Heading :

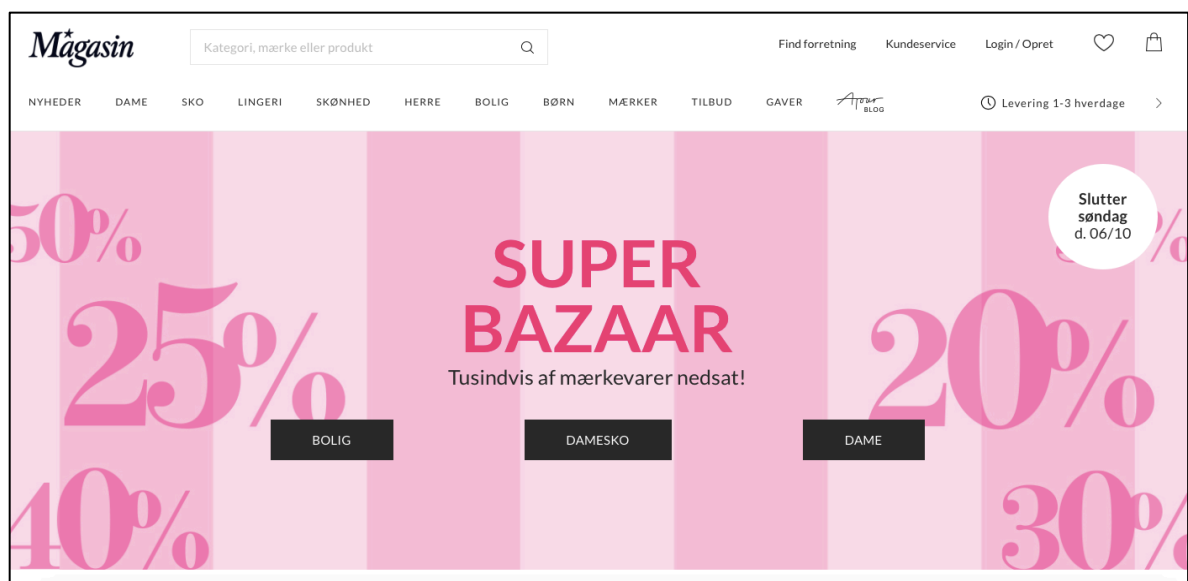
### Et dårligt eksempel på heading

En sushi restaurant Lucky Sushi – har en forvirrende hjemmeside når man kommer ind på den. Man er ikke helt klar over hvad man har med at gøre, og hvilken slags mad du kan få. Der er et stort tilbud midt på siden, og lidt gemt oppe i venstre hjørne ser vi et logo 'Lucky Sushi', som først der siger noget om hvad de tilbyder.



### Et godt eksempel på heading

Et bedre eksempel på heading er på Magasin.dk. Her bliver vi mødt med 'super bazar', som er den tekst øjet fanger først. Vi bliver oplyst om hvad vi sparer via alle deres procenttal, og vi har nogle forskellige kategorier vi kan komme ind på.



## Call to action :

### Et dårligt eksempel på Call to action

På desenio.dk ses et dårligt eksempel på Call to action. Når man har tilføjet et produkt til sin kurv, er der flere knapper man kan trykke på. Det naturlige ville være bare at benytte sig af betal knappen, da det er det man ønsker. Men inden man kan gøre det, skal man udfylde 'dine oplysninger', som ikke umiddelbart ligner felter der er nødvendige at udfylde for at fortsætte.

The screenshot shows the Desenio checkout page. At the top right is a 'TIL KASSEN' button. The main section is titled 'Dine oplysninger' with a subtext 'Adresse skal være i Danmark'. It contains two input fields: 'E-mailadresse' and 'Postnummer'. Below these fields is a link 'Indstillinger & Automatisk udfyldelse • Vilkår Klama' and a 'Fortsæt' button. The 'Levering' section has a message 'Indtast venligst dine adresseoplysninger først'. Below this is a table showing the order summary:

Monstera Three (21x30)	69 DKK
Levering	29 DKK
I alt inkl. levering og moms	98 DKK
Moms	19,60 DKK

Below the table is a link 'I alt inkl. levering og moms [Skjul detaljer](#)'. The total amount '98 DKK' is displayed prominently. At the bottom is a 'Betal' button.

### Et godt eksempel på Call to action

Hos nemlig.com har placeret deres 'Gå til betaling' både i top og bund, hvilket en god ting for brugeren hvis der er mange ting i indkøbskurven. Den primær knap som de vil have os til at trykke på for at betale, har en grøn farve samt en placering lille pil der indikerer at når vi trykker på den kommer vi videre i vores bestilling.

Den sekundære knap har fået en grå farve, som ikke gør den så tydelig. Den fortæller os at vi kan fortsætte vores køb hvis ikke vi er helt færdig. Placeringen af knappen giver også effekten af at vi kommer tilbage i systemet hvis vi trykker på den.



Fejlbesked :

### Et godt eksempel på fejlbesked

Desenio.dk kan bruges som et godt eksempel på fejlbesked. Når man som bruger trykker på betal uden at udfylde 'dine oplysninger' kommer den op med to røde bokse. Både farven i boksene og teksten 'påkrævet' fortæller, at disse oplysninger skal være udfyldt før man kan fortsætte sin handel på deres hjemmeside. Det er en god måde at vise fejlbesked på. Fordi felterne får en farve, og der står hvad vi skal udfylde eks. 'E-mailadresse – Påkrævet'.

DESENIODiv

TIL KASSEN

Dine oplysninger

Adresse skal være i Danmark

E-mailadresse - Påkrævet

Postnummer - Påkrævet

[Indstillinger & Automatisk udfyldelse](#) • [Vilkår](#) [Klarna](#)

Fortsæt

Levering

Indtast venligst dine adresseoplysninger først

Monstera Three (21x30)	69 DKK
Levering	29 DKK
<hr/>	
I alt inkl. levering og moms	98 DKK
Moms	19,60 DKK

I alt inkl. levering og moms [Skjul detaljer](#)

98 DKK

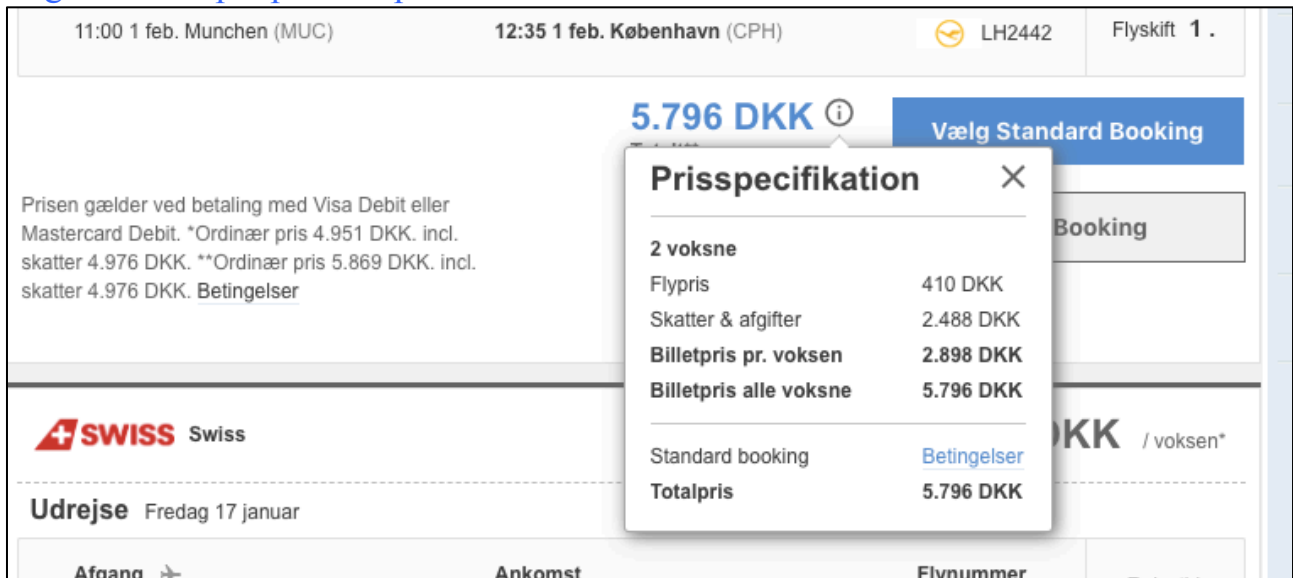
Betal

^



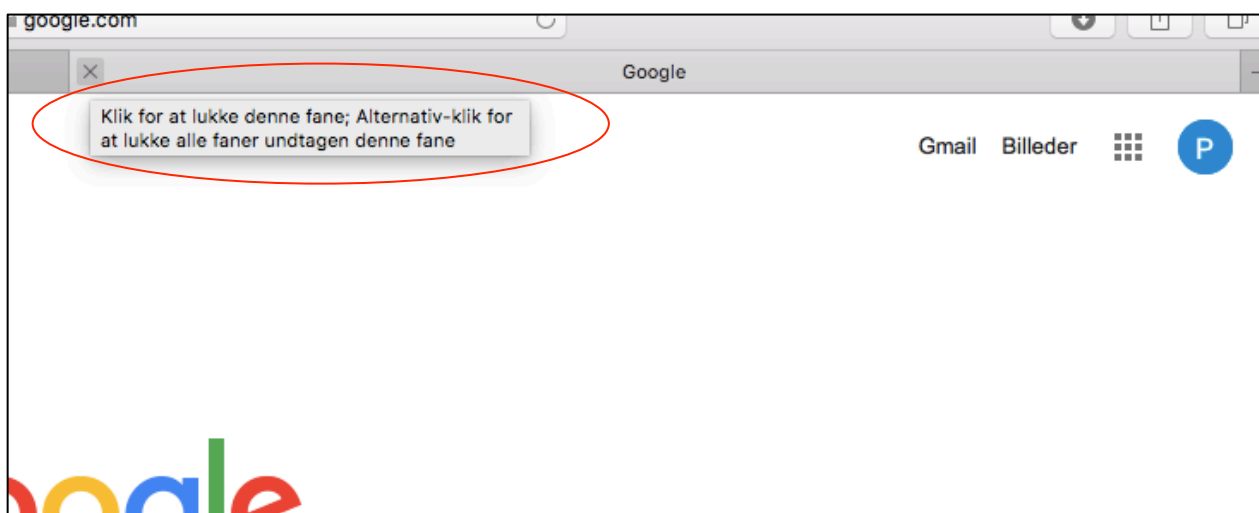
Tooltip :

### Et godt eksempel på tooltip



Ticket.dk benytter sig af tooltips. De benytter et info ikon som man kan holde musen over, inden man vælger sin betalingsmetode. Her kan man se hvad man betaler for inden man går videre i sin betaling. Som bruger er det rat at få dannet sig et overblik inden man begynder at skrive alle sine kortoplysninger ind.

### Et dårligt "mindre godt" eksempel på tooltip



Safari browseren benytter sig af tooltip – hvis man vil lukke en fane gør den opmærksom på hvad der sker med fanen. Det er smart at benytte tooltips, når folk bevæger sig rundt på hjemmesider. I dette tilfælde er det dog indlysende hvad der sker når man trykker på krydset. Symbolet i sig selv indikerer handlingen, og det bliver bare en ekstra ting/effekt.