

REDESIGN AF IMTEX

GRUPPE 1

Ingrid Netvold

Magnus B. Kvoldbaek

Samoon Hewaddost

Rasmus Merhøj

Maide Kaygisiz

LINK TIL WEBSITE:

<http://ingridhn.com/kea/03-video/03-redesign/finalsite/index.html>

PASSWORD: kea



BESKRIVELSE AF DEN VALGTE MÅLGRUPPE

Afsender: Imtex, leverandør af engangsartikler til medicinalbranchen mm.

Målgruppe: Hospitaler, tandlæger, laboratorier, kemisk industri, frisører, tatovører og autoværksteder, alle brancher hvor personlig beskyttelse er et must.

Afsenders budskab: At de levere kvalitetsprodukter indenfor engangsartikler

Hvad skal målgruppen tænke?: At Imtex er en serviceminded virksomhed med kvalitetsprodukter indenfor engangsartikler.

Selvom virksomhedens har et bredt segment, der går op i et moderne look, virker hjemmesiden forældet ift. deres segment.

For at gøre hjemmesiden mere attraktiv for deres målgruppe, burde siden være mere struktureret og let tilgængelig. Den virker blot forvirrende pga. de mange navigationsmuligheder.

ANALYSE AF EKSISTERENDE WEBSITE

Design Analyse - Grafiske virkemidler

Hvad er stilarten eller den røde tråd på siden?
Hvordan er sidens visuelt samlede udtryk?

Vores stilart på sitet er ligesom ‘Flatdesign’, da typografien er let forstående og layoutet er simpelt. Sitet rummer alle de nødvendige informationer, men da skriften og tekstmængden fylder væsentlig mere end billederne, bliver hjemmesiden hurtig kedelig og gammeldags i sit layout.

Man kan finde det, man leder efter, hvis man er ihærdig og almen mediebruger, men det virker uoverskueligt og rodet. Der er alt for mange navigationsmuligheder. Mange af dem kunne samles i én og samme. De har en lang række forskellige produkter og et bredt produktsortiment alt fra engangshandsker til laboratoriestole og derfor levere vare til mange forskellige kunder, det er derfor vigtigt for den enkelte kundegruppe hurtigt at kunne finde det de skal bruge.

KOMPOSITION PÅ SIDEN?
Whitespace / Det gyldne snit / Gestaltlove / Symmetri / Dyna-

Splashbilledet og generelt billederne på startsiden appelerer ikke særlig godt til kunden og hjemmesidens udtryk.

Hjemmesiden virker ustruktureret og rodet. Den er enkel og rolig, men dårlig opsat ift. links og der er alt for mange navigations muligheder. Hjemmesiden ser generelt ud som om den ikke er helt færdig opsat.

Når man kommer ind på siden ser man bl.a. dette billede af to globus. Det er en dansk virksomhed, men pga. billedet ville man tro at det var et international firma.



Udover der står nyhed på forsiden er der også to andre kategorier der hedder nyheder, hvilket er lidt forvirrende da man skal kigge flere steder for at se det sidste nye.

Nyhed!!

Imtex har indgået samarbejde med Dauphin A/S, og kan derfor nu tilbyde vores kur laboratoriestole og renrumsstole. Se mere [HER](#)

- Renrum
- Laboratorier
- Dental
- Medical
- Møbler - NYHED
- Industri
- NYHEDER

Har du spørgsmål til produkter, så ring eller send os en e-mail, så finder vi sammen en løsning.
KUNDECENTER TLF.: 36 45 45 91 - E-mail.: hot@imtex.dk eller Sales@imtex.dk
IMTEX • Vallensbækvej 18 • 2605 Brøndby • Danmark • Phone: +45 3645 4591 • E-mail: Sales@imtex.dk • CVR: DK-31601363

FARVEPALETTE

Sidens farvepalette bevæger består af sort, hvid, orange og blå som en gennemgående bestanddel af billeder. Den orange farve er gennemgående på hele siden, og kommer af det orange “X” fra firmaets logo består af. I forhold til sidens budskab og indhold stemmer det fint overens. Målgruppen er nemlig laboratorier, tandlæger, hospitaler etc og det er af den grund ønskværdigt, at siden skal fremstå seriøs og professionel. De få farver er med til at skabe ro på siden.

Til logoet er der brugt komplementær farver som orange, hvilket er blikfangene og trænger igennem den hvide baggrund. Selvom den orange farve virker meget skarpt på den hvide baggrund, virker det ikke forstyrrende, da den er brugt få steder.

TYPOGRAFI

Typografien minder om “Times new roman” og er let læselig, men virker kedelig og derfor får man ikke lyst til at læse teksten.

Der er ikke anvendt blikfangene typografier udover logoet på siden. Teksten og layoutet virker uinteressant og forældet.

Logonavnet “Imtex” er lidt sløret og uklar hvilket ikke professionel.

Skriftyperne på siden harmonerer ikke så godt, da der ikke er anvendt forskellige typografier udover at gøre teksten **fed** eller *kursiv*.



SPROGLIGE VIRKEMIDLER

Hvordan er tonen?

Tonen er formel og levende. Der bliver brugt tillægsord som “stærkt” og “kvalitet”, som sætter en professionel og troværdig tone. Derudover er der også et touch af, at tonen er personlig, hvilket ses i kontakt delen:

“Har du spørgsmål til produkter, så ring eller send os en e-mail, så finder vi sammen en løsning.”

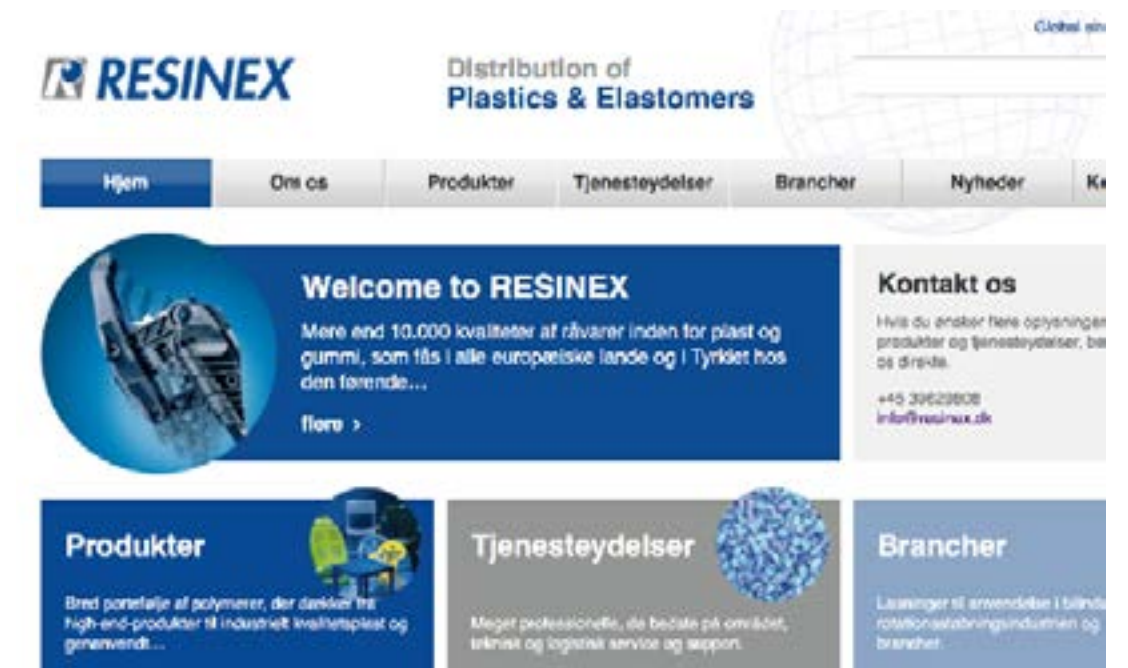
Teksten er ikke overskuelig, da det er en lille og ikke tydelig tekststørrelse. Der er ikke meget tekst, men det ser mindre ud, da tekststørrelsen er for lille. Der er 3 indgange i teksten, som fungerer. Der er tydeligt størrelsesforskel mellem rubrik, brødtekst og links.

Der bruges fagord der beskriver produkter. Dog blandes engelsk og dansk, hvilket kan forvirre nogle i produktkategorien f.eks. **“Renrum, Laboratorier, Dental, Medical, Nyheder mm.”**

RESEACH

Ift. Resindex’s hjemmeside som er mere iøjenfaldende, hvor der er anvendt væsentlig mange flere billeder. De har anvendt forskellige typografier og sat dem ind i farvebokse. Derudover, er deres navigationsmenu i toppen af sitet og de har en sektion til nyheder. Deres kontaktinfo er også i en separat tekstboks.

Resinex virker til at være en større virksomhed end Imtex, og virker mere professionelle ud fra deres hjemmeside.



<http://www.resinex.dk>

KONCEPT OG IDE

Vi vil gerne forbedre og modernisere hjemmesiden, så den bliver rettet meremod målgruppen og selve virksomhedens formål.

Den hvide farve går meget igen på den nuværende hjemmeside, hvilket burde få hjemmesiden til at være mere enkel og overskuelig. Dog synes vi trods den hvide baggrundsfarve, at der er givet for lidt plads til billeder og for meget plads til lange tekster på selve hjemmesiden.

Vi vil gerne gøre det nemmere for kunderne, hurtigt at kunne finde de produkter der passer til deres sektor og gøre produkt informationer mere let tilgængelige uden, at skulle læse hele siden igennem for at få et overblik over produkterne.

Hjemmesiden skal gøres mere overskuelig og interessant, hvor kunden skal kunne navigeres hurtigt rundt.

Dette indebærer en remodanisering, med et stort splashbillede på forsiden, og produktkategorierne skal vises med billeder i stedet for tekstbokse, hvor man ved at holde musen henover billedet skal kunne se alle produkter indenfor den enkelte kategori. Vi vil erstatte den hvide baggrund med et billede, som stadig vil skabe et enkelt men mere moderne udseende.

Farvevalg:

Den orange farve fra firmaets logo, kan stadig få plads på siden som den er. Orange er en farve som er meget positiv og giver varme og kan også være god til at bryde med det sorte og hvide. Den blå er mere kold, men kan også understøtte sidens budskab og indhold, ved at da den symboliserer renlighed og kan give et mere sterilt look.

Blå: Stabil, troværdig, tillidsvækkende, seriøs.

Orange: Varm, Tryghed,



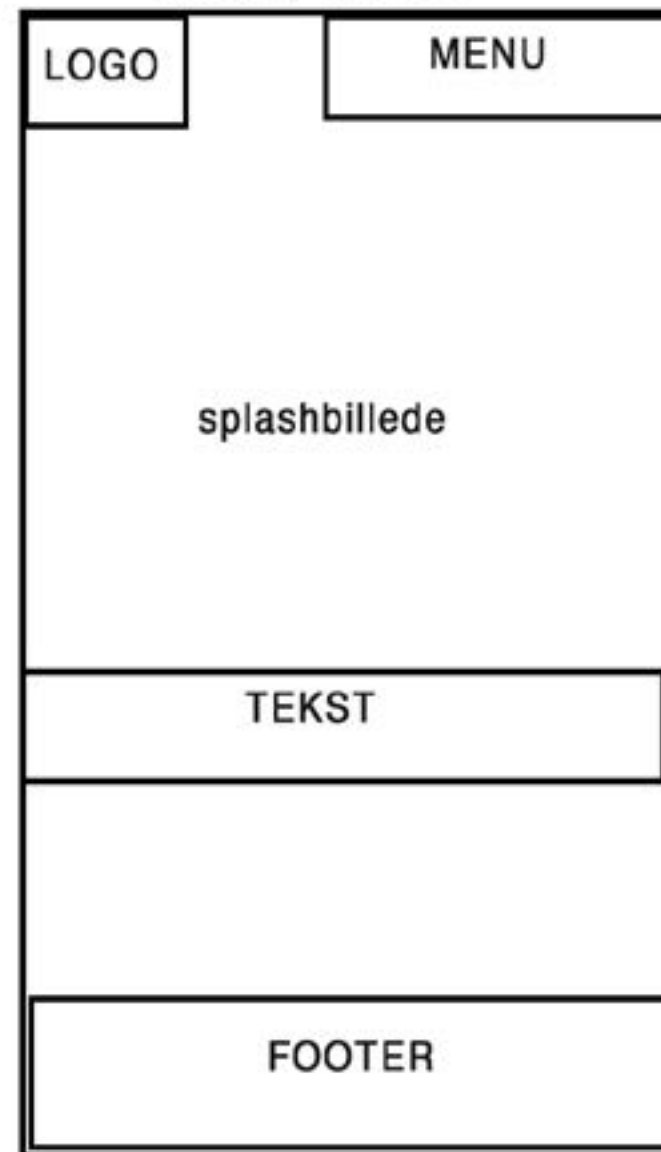
STYLESTYLE



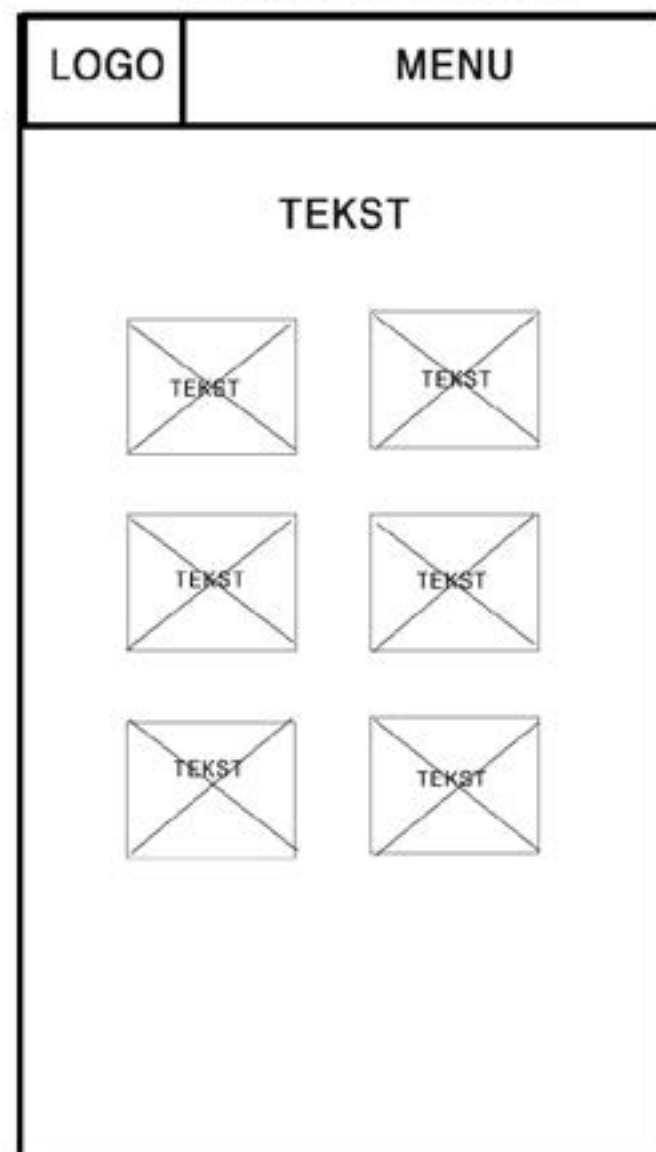
WIREFRAME

Mobile

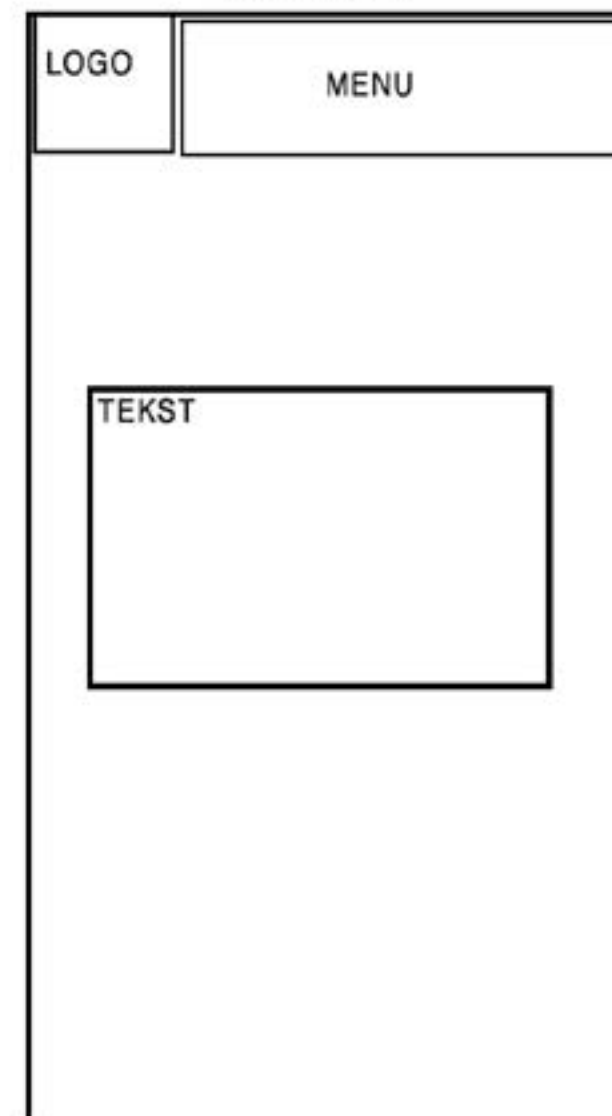
HTML.FORSIDE



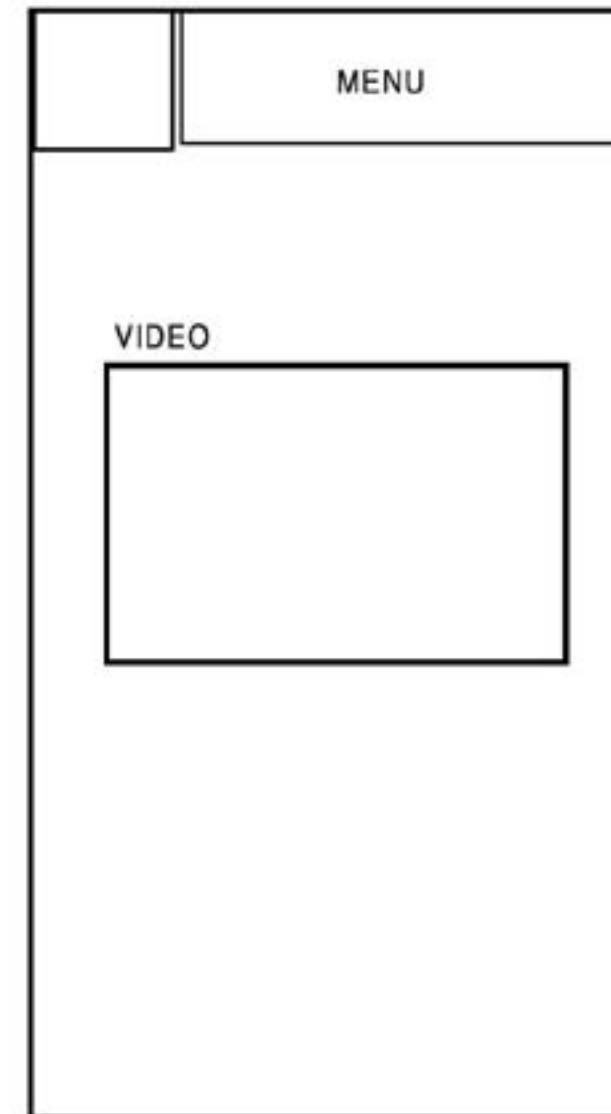
HTML.PRODUKTER

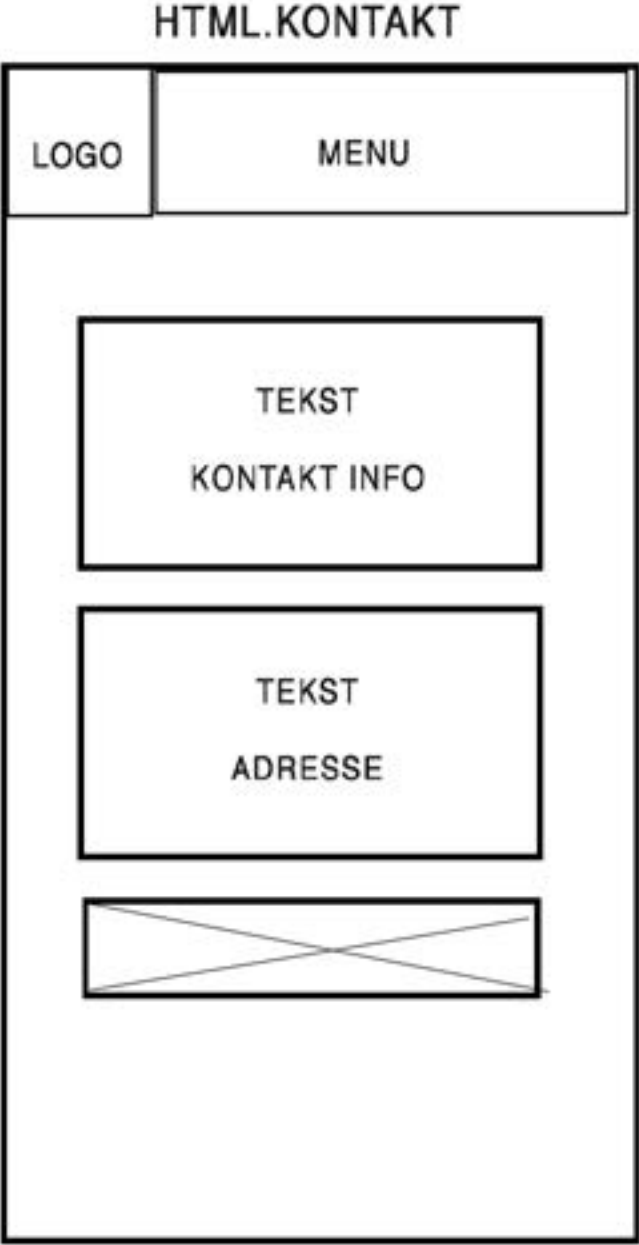


HTML.OM



HTML.VIDEO



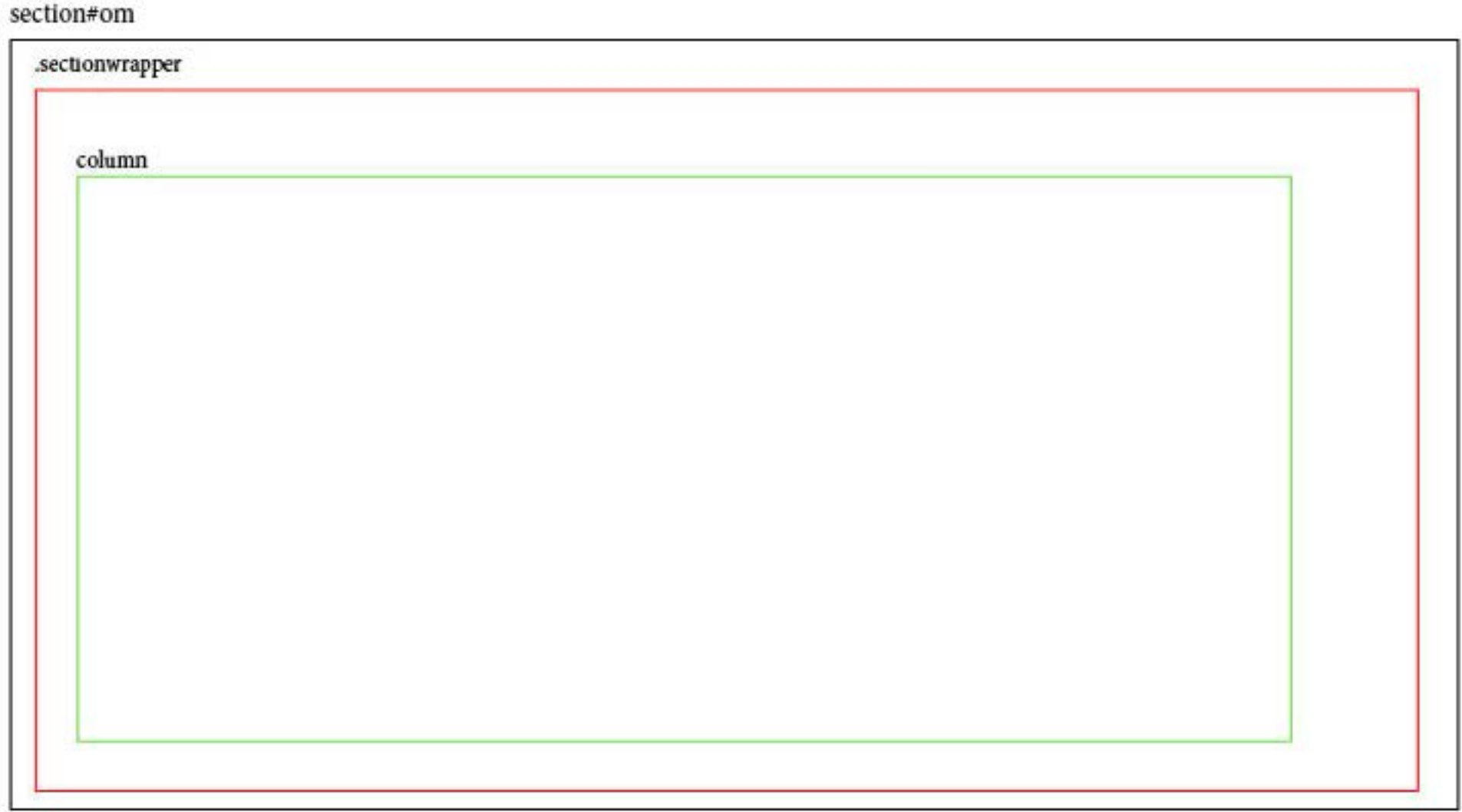


LAYOUT DIAGRAM

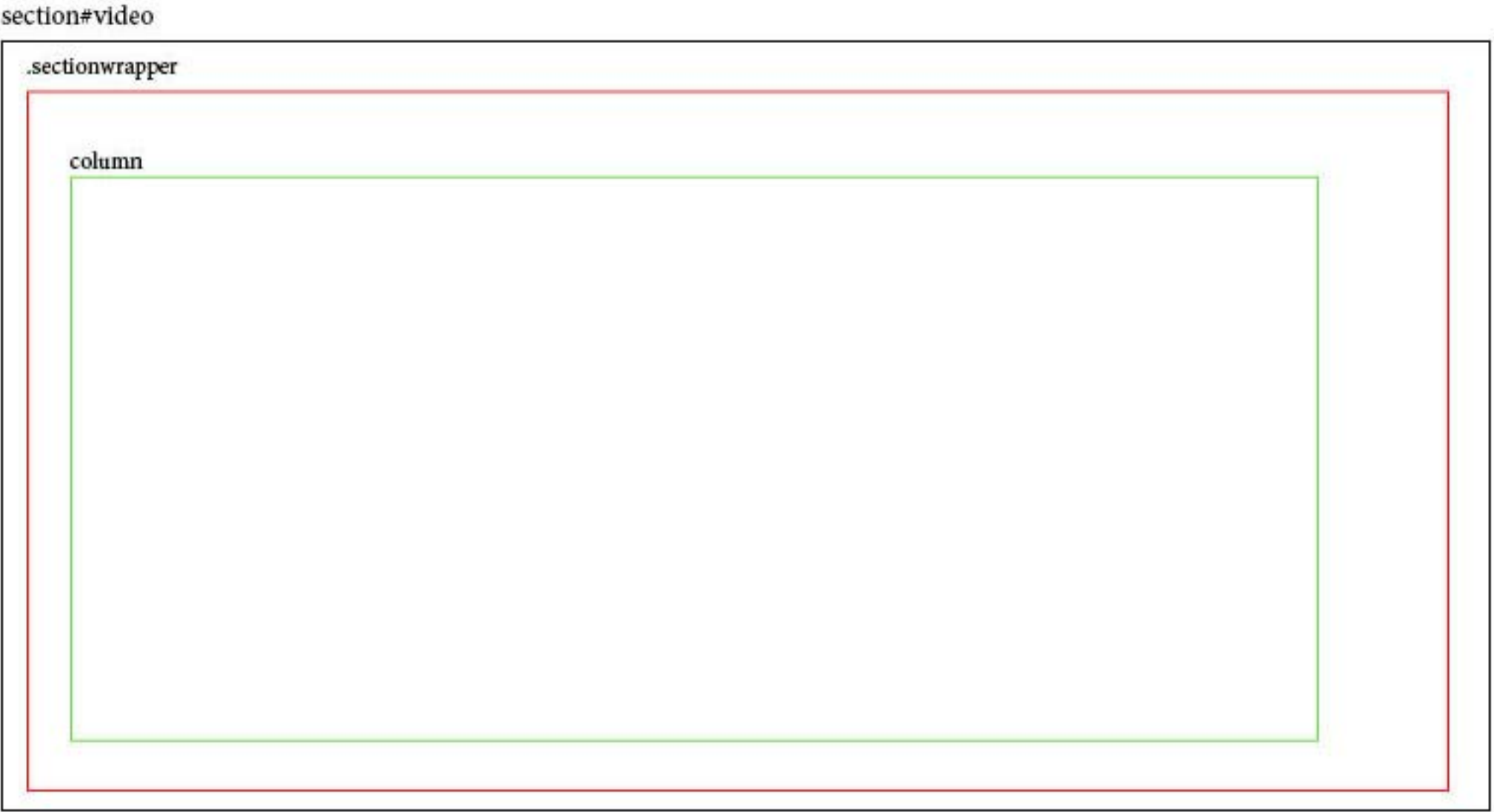
1 #section.splash



2 #section.om

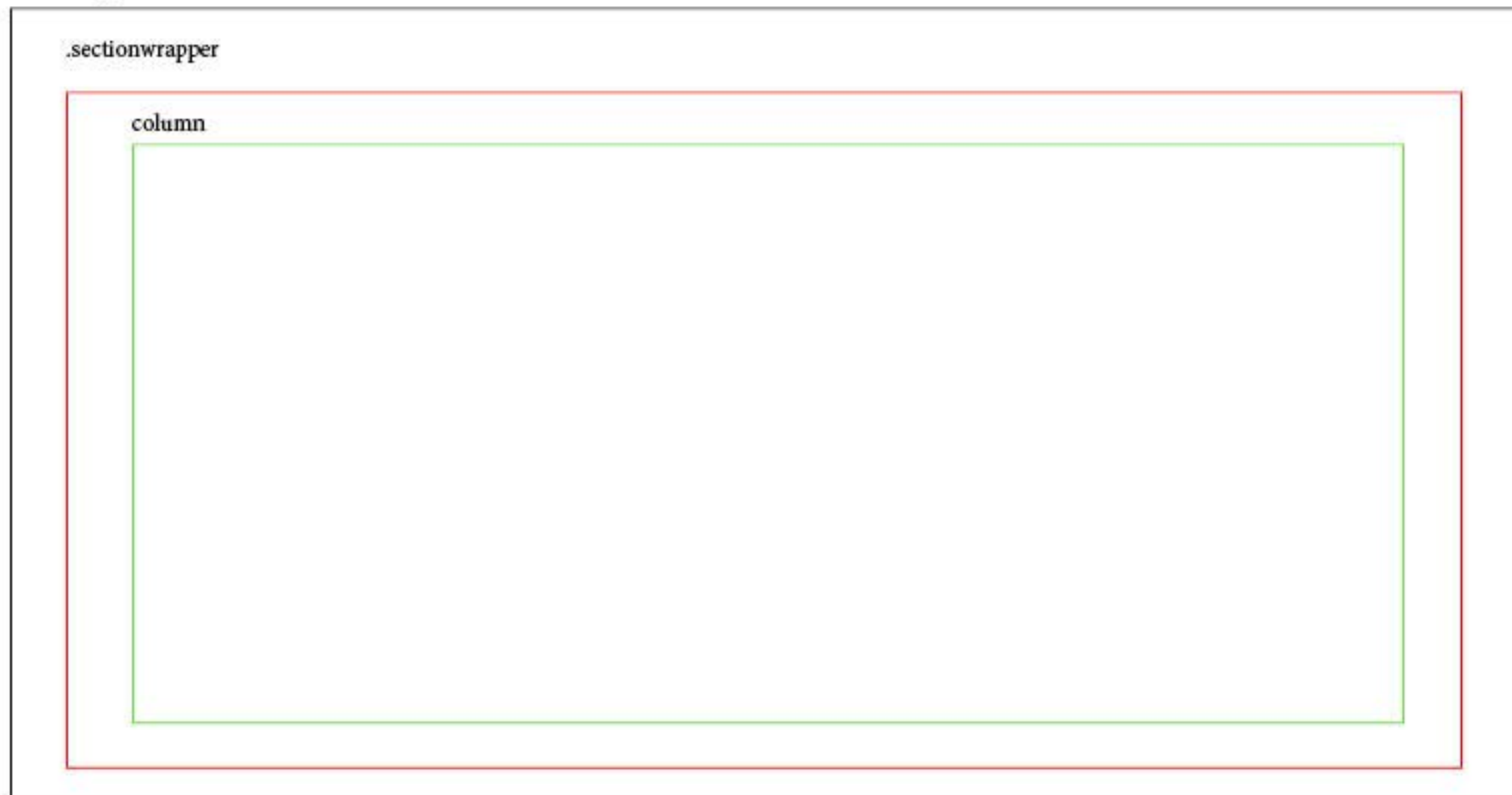


3 #section.video



4 #section.produkter

section#produkter



5 #section.kontakt

section#kontakt



KODNING

HTML

```
<section id="produkter">
  <h3>Produktkategorier</h3>
  <br>
  <br>
  <div class="parent">
    <div class="box box1">
      <a href="">
        <h2><b>DENTAL</b></h2>
      </a>
    </div>
    <div class="box box2">
      <a href="">
        <h2><b>MEDICAL</b></h2>
      </a>
    </div>
    <div class="box box3">
      <a href="">
        <h2><b>LABORATORIE</b></h2>
      </a>
    </div>
    <div class="box box4">
      <a href="">
        <h2><b>RENDRUM</b></h2>
      </a>
    </div>
    <div class="box box5">
      <a href="">
        <h2><b>INDUSTRI</b></h2>
      </a>
    </div>
    <div class="box box6">
      <a href="">
        <h2><b>NYHEDER</b></h2>
      </a>
    </div>
  </div>
</section>
```

CSS

```
parent .box h2 {
  text-align: center;
  font-family: sans-serif;
  text-decoration: none;
  top: 130px;
  width: 80%;
  font-size: 20px;
  position: absolute;
}

.box a h2 {
  color: black;
  font-size: 30px;
  background-color: white;
  opacity: 0.8;
  text-decoration: none;
}

.box a h2:hover {
  color: orange;
}

.parent {
  display: flex;
  flex-wrap: wrap;
}

.box {
  width: 250px;
  height: 250px;
```

I afsnittet #produkter, har vi valgt at bruge HTML-delen til at inddele billederne i 6 forskellige “div”, da vi netop gerne vil have en overskrift tilknyttet til hvert billede. Dette har vi gjort så overskriften kan følge med billedet f.eks. når det bliver vist på mobile størrelse. Vi har derimod som lært ikke valgt at sætte billederne ind i HTML’en, men derimod brugt billederne som baggrundsbillede i CSS’en. *(ikke alt CSS’en ses her på siden)*

Yderligere, har vi valgt at sætte en farve effekt på teksten som er ovenpå billederne, således at de skifter farve fra sort til orange, så man kan blive navigeret videre til de enkelte produktsider.

I CSS’en har vi valgt at bruge “margin” til, at skabe plads mellem billederne så de ikke lå op ad hinanden.

SEO - 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?
Visibility of system status	Der er ikke overskrift på kontakt		0	Løses i HTML	10 min
Consistency and standards	Viden ikke centreret (iframe)		3	Løses i CSS og HTML	1 time
Aesthetic and minimalist design	Transparent baggrund på navigatoren		0	Løses ikke	10 min

REFLEKTION

Undervejs projektet har vi haft vanskeligheder med vores design af vores sider. Efter vi havde udarbejdet alle sider, lagde vi mærke til, at én af vores sider i princippet ikke var et redesign, men mere eller mindre den samme side som virksomheden allerede havde på sit eget site. Derfor valgt vi at slette denne side, da vi ikke var tilfredse med resultatet.

Vi har yderligere gået fra en 5-siders site til en one-page webside, da vi synes dette gjorde hele siden mere enkel og passede bedre til konceptet, nemlig at gøre det hele mere minimalist og enkelt.

Især de to overnævnte emner har vi brugt ekstra tid på at ændre, hvilket har været spild af vores arbejdstid, da vi burde have gennemtænkt siden mere detaljeret fra starten da vi godt kunne mærke, at vi var gået for hurtig igang og havde misset de vigtige detaljer.

Alt i alt føler vi alle, at det har været en lærerig process hvor vi har stødt på design og tekniske problemer med bl.a. “git” engang imellem. Problemerne har gjort at klogere på hvilke detaljer der skal udarbejdes mere grundigt fra starten og dermed også fået kendskab til de problemer der kan opstå når man arbejder i “git” som en gruppe.

Bilag

Gruppekontrakt

Gruppe medlem-mernes fulde navne	Email-adresse	Telefonnummer
Ingrid	lnestvold@gmail.com	93893165
Magnus	magnuskvol@hotmail.com	53603150
Rasmus	rasmusmerhoej@hotmail.com	51318399
Maide	Mk_denizli@hotmail.com	42154643
Somoon	Samoonh@hotmail.com	50545198

Aftaleemne	Aftalt af gruppens medlemmer
Gruppens formål	Fuldføre opgaven
Gruppens målsætninger	At vi alle i fælleskab hjælper hinanden
Hvert gruppe-medlems målsætning	
Hvilke kompetencer ønsker gruppen at udvikle?	At lære at bruge Github og udarbejde en htm1 med flere sider
Gruppens strategi (hvordan vi gruppen sørge for at hvert enkelt medlem udvikler de ønskede kompetencer)	At hvert enkelt gruppe-medlem skal deltage aktivt og møde op, da vi skal lave noget forskelligt hverdag.
Hvor mange timer dagligt vil gruppen arbejde sammen og hver for sig?	Vi vil arbejde på projektet gennem hele ugen, og udenfor normal hverdagstid hvis nødvendigt.
Hvilke aktiviteter udenfor studiet prioriterer hvert enkelt studie-medlem?	Arbejde samt træning.
Hvornår vil gruppen mødes for at udføre sine opgaver sammen? Mødeplan.	Alle dage i denne uge

I hvordan vil gruppen gribe opgaverne/projektet an?	Først vil vi sidde sammen og lave en plan over hvordan og hvornår vi vil filme, og finde en dag som passer alle til at filme (tirsdag eftermiddag). Diskuter omkring filmens indhold.
Og samle arbejdet til fælles resultater?	
Hvilke imitations-momenter kan opstå i gruppe-arbejdet?	<ul style="list-style-type: none">- Hvis man ikke dukker op til aftalt tid- At hvis et gruppe-medlem er for passiv mht. fællesarbejdet
I hvordan vil gruppen tackle problemerne, hvis gruppearbejdet går i hårdknude?	Snakke om problemet og hvorfor det endte som det gjorde
Hvilke hamorer (forudsigelige, uforudsigelige) kan hindre gruppen i at nå sine mål for projektet?	<ul style="list-style-type: none">- Hvis virksomheden ikke er til rådighed i de timer vi har sat af til projektet- Hvis udstyret ikke virker optimalt
I hvordan vil gruppen gardere sig mod overstående?	Kontakt skolen mht. Udstyret Find en ny virksomhed

Hvordan vil gruppen til sidst i projekforløbet evaluere sit samarbejde og sin evne til at nå sine mål?	Være enige om, at vi har et fællesmål omkring projektet.
Hvilke fordele ønsker gruppen at heste af at have lavet samarbejds-aftalen?	Ved at bruge hinanden og lytte til hinandens meninger
Hvordan vil I sikre deling af materiale i gruppen? (f.eks Google drev eller dropbox.)	Dropbox

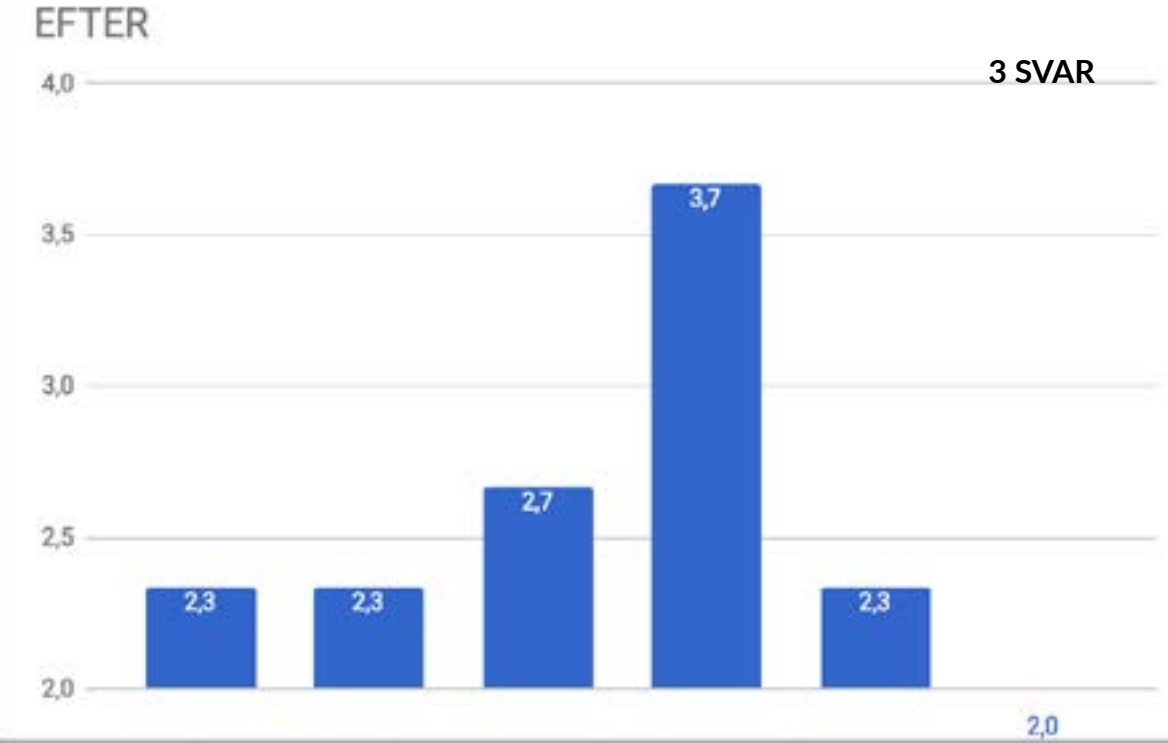
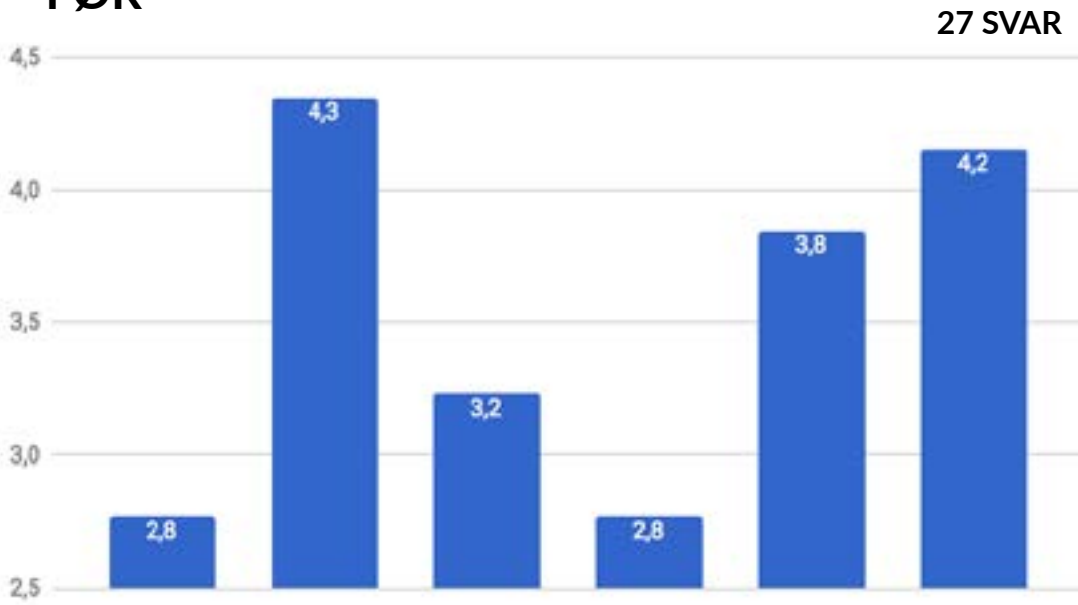
BERT test

Spørgsmålene er stillet efter en skala fra 1-5.

Hvordan er din opfattelse af hjemmesidens udtryk?
(<http://imtex.dk/shop/frontpage.html>)

- 1. Brugervenlig - ikke brugervenlig
- 2. Indbydende - kede
- 3. Professionel - amatør
- 4. Uoverskuelig - struktureret
- 5. Opdateret - forældet
- 6. Moderne - gammeldags

FØR



Ud fra graferne kan vi se, at brugernes opfattelse af brugervenligheden er ens både før og efter redesign af hjemmesiden. Derimod, er der sket en forbedring mht. Designet som virker mere indbydende ift. før. Brugerne opfatter også siden som værende mere professionel samt overskuelig efter redesign processen. Opfattelsen af om siden er opdateret eller forældet er dog stadig den samme. Brugerne finder siden mere moderne og struktureret end før.

Vi kan konkludere ud fra graferne, at der har været en forbedring af designet efter efter redesignet.

5 sekunderstest

Imtex

Hvad kan man på dette site?

Rengøring eller bestilling af software

Hvad var mest iøjnefaldende på sitet?

Intet iøjnefaldende, udover den orange farve

Beskriv hjemmesiden med ét ord!

Uoverskuelig

Bemærkninger

-Meget information

-Meget hvidt

-Lille og for meget tekst

-Manglende blikfang