

# Procesdokumentation

# Virksomhedssite

## Links

### Teamkontrakt

- [https://docs.google.com/document/d/1Cx\\_tFB6dCyUuoR8HSHPfc1E21IU87uGr2197cO36UK8/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/document/d/1Cx_tFB6dCyUuoR8HSHPfc1E21IU87uGr2197cO36UK8/edit?usp=sharing)

### GitHub repository

- [https://github.com/segronkjaer/bagerdygtigt\\_site](https://github.com/segronkjaer/bagerdygtigt_site)

### Netlify med teamets kodede site

- [https://segronkjaer.github.io/bagerdygtigt\\_site/](https://segronkjaer.github.io/bagerdygtigt_site/)

### Video

- [https://segproject.dk/kea/05\\_grundl%C3%A6ggende\\_indhold/virksomhedsopgave/virksomhedssite\\_video\\_done.mp4](https://segproject.dk/kea/05_grundl%C3%A6ggende_indhold/virksomhedsopgave/virksomhedssite_video_done.mp4)

### Teamets pitch

- [https://docs.google.com/presentation/d/15ztzNmGj1mQ6ahpQ7LQ83R8j\\_OT6BK3b73r4HcnymB4/edit#slide=id.p](https://docs.google.com/presentation/d/15ztzNmGj1mQ6ahpQ7LQ83R8j_OT6BK3b73r4HcnymB4/edit#slide=id.p)

---

## Team 2

Rebecca Paaschburg, Sara Grønkjær, Maria Rose Andersen og Sylvester Nielsen

---

# Indholdsfortegnelse

<b>Planlægning og projektstyring</b>	<b>4</b>
Teamkontrakt	4
Scrum	4
Trello	4
<b>Medvirkende virksomhed</b>	<b>4</b>
Oplysninger om virksomheden	4
Virksomhedens adresser	4
Kontaktpersoner i virksomheden	4
Virksomhedens website	4
Virksomhedens SoMe profiler	5
Aftale med virksomheden	5
Valg af virksomhed	5
<b>Research: Virksomhedens eksisterende site</b>	<b>5</b>
Sitemap	5
Funktionalitetsliste	6
Wireframes	6
Styletile	7
Brugertest	7
5-sek. test	7
BERT-test	8
Sammenligning af de to test	13
<b>Research: Virksomhedens forretningskoncept</b>	<b>13</b>
Afsender	13
Målgruppe	13
Produkter/services	14
Unique Selling Proposition (UPS)	15
Virksomhedens redesignede website	15
<b>Idéudvikling</b>	<b>15</b>
Moodboard	15
Styletile	16
Wireframes og sitemap	17
Prototype i Figma	18
<b>Test af redesign</b>	<b>18</b>
5 sek. test	18
BERT-test	19
Sammenligning af de to test	23

Lighthouse test	23
<b>Indhold til site</b>	<b>24</b>
Video	24
Billeder	24
Tekst	25
<b>Refleksion af indholdsproduktion</b>	<b>25</b>
Video, billeder og tekst	25
<b>Kode</b>	<b>26</b>
Eksempel på kode	26
Validering af HTML og CSS	27
<b>Refleksion af redesign</b>	<b>28</b>
Forbedringer ud fra testresultater	28

# Planlægning og projektstyring

## Teamkontrakt

For at sætte rammerne for et velfungerende og godt samarbejde i teamet har vi udarbejdet en teamkontrakt som er at finde via følgende link:

- [https://docs.google.com/document/d/1Cx\\_tFB6dCyUuoR8HSHPfc1E21IU87uGr2197cO36UK8/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/document/d/1Cx_tFB6dCyUuoR8HSHPfc1E21IU87uGr2197cO36UK8/edit?usp=sharing)

## Scrum

Foruden en teamkontrakt har vi anvendt metoden 'scrum' til at få overblik over arbejdsprocessen og løbende følge op på, hvorvidt vi har nået diverse delmål. Denne iterative tilgang har været til stor gavn, idet den har muliggjort kontinuerlig forbedring og fleksibilitet for opgaven.

## Trello

Vi har ligeledes brugt 'Trello' til at skabe overblik over opgaven ved at nedskrive alle de forskellige ting, der skulle udføres i forløbet. Det har givet os et godt grundlag for arbejdsprocessen og dermed også større gennemsigtighed i forhold til retningen for opgaven.

# Medvirkende virksomhed

## Oplysninger om virksomheden

Vi har valgt Bagerdygtigt til vores case. Virksomheden har følgende oplysninger:

### Virksomhedens adresser

1. Valby - Valby Langgade 185, 2500 Valby
2. Vesterbro - Istedgade 120, 1650 København V
3. Amager - Amagerbrogade 72, 2300 København S
4. Sydhavnen - Borgbjergsvej 39, 2450 København SV
5. Enghave - Enghavevej 71

### Kontaktpersoner i virksomheden

- Michael Balmer

### Virksomhedens website

- [https://bagerdygtigt.dk/?fbclid=IwAR0zAzqrTeC-BdFjFd6Ya\\_YSxam6NMr8AUleaSpPlfpIw2h0wpJ3FAdKBPY](https://bagerdygtigt.dk/?fbclid=IwAR0zAzqrTeC-BdFjFd6Ya_YSxam6NMr8AUleaSpPlfpIw2h0wpJ3FAdKBPY)

## Virksomhedens SoMe profiler

- Instagram: <https://www.instagram.com/bagerdygtigt/>
- Facebook:
  1. Valby - <https://www.facebook.com/BagerdygtigtValby>
  2. Vesterbro - <https://www.facebook.com/Bagerdygtigt>
  3. Amager - <https://www.facebook.com/bagerdygtigt.amager>
  4. Sydhavnen - <https://www.facebook.com/BD2450>
  5. Enghave - <https://www.facebook.com/Bagerdygtigt.enghave>

## Aftale med virksomheden

Vi har forsøgt at få en skriftlig bekræftelse på vores mundtlige aftale med Michael Balmer, men grundet travlhed i virksomheden har det ikke været muligt for dem at give os det.

## Valg af virksomhed

Efter at have gennemgået et bredt udvalg af hjemmesider, fangede Bagerdygtigs bagerikoncept og værdier vores opmærksomhed. Vi fandt dog deres nuværende hjemmesides design mangelfuld og bemærkede også adskillige fejl og mangler såsom stavefejl, forskellige skriftyper og størrelser, samt ujævne mellemrum og sideformater.

Trods disse mangler var vi enige om, at deres fokus på økologi og bæredygtighed var både interessant og værd at forbedre. Vi følte enstemmt, at deres hjemmeside kunne drage stor fordel af et nyt og forbedret design, der bedre kunne afspejle deres engagement i kvalitet og bæredygtighed. Dette ville også kunne forbedre brugeroplevelsen og give en mere sammenhængende præsentation af deres værdier og koncept.

## Research: Virksomhedens eksisterende site

Bagerdygtigs nuværende hjemmeside kan ses via dette link:

- [https://bagerdygtigt.dk/?fbclid=IwAR0zAzqrTeC-BdFjFd6Ya\\_YSxam6NMr8AUleaSpPIfpIw2h0wpJ3FAdKBPY](https://bagerdygtigt.dk/?fbclid=IwAR0zAzqrTeC-BdFjFd6Ya_YSxam6NMr8AUleaSpPIfpIw2h0wpJ3FAdKBPY)

## Sitemap

Hjemmesiden er bygget op omkring følgende struktur:

### Header

Globalt element:

- Menu med links til de forskellige sider ('hjem', 'bagværk', 'bageriet', 'bestilling' og 'menu')
- Link til deres instagram-profil (pånær på forsiden)

### Body

Globale elementer:

- Hero-billede (af brød, kaffe og juice m.m.) som er på alle siderne
- Logo i øverste venstre hjørne som er på alle sider pånær forsiden

Lokale elementer:

- H1, H2, p og billeder

## Footer

- Den er forskellig fra forsiden og de resterende sider
- På forsiden er der logo samt link til deres Instagram-profil i footeren

## Funktionalitetsliste

Som bruger kan du navigere rundt på de fem forskellige sider via menuen i header. Disse er som nævnt 'hjem', 'bagværk', 'bageriet', 'bestilling' og 'menu'.

### User stories på sitet:

- **Bagværk:** Som bruger kan du igennem siden "bagværk" gå ind og se en oversigt over deres forskellige udvalg af brød og kager. Her kan man klikke ind på hvert produkt og se et forstørret billede af udvalget.
- **Bageriet:** Her kan man læse om henholdsvis deres brød og historie
- **Bestilling:** Her kan brugeren vælge mellem privat levering og catering/event
  - Privat levering via: WOLT
  - Catering/Event: Telefon og e-mail info
- **Menu:** Her kan man se virksomhedens forskellige udvalg af morgenmad og frokost
- **Hjem (forsiden):** På deres forside er der mulighed for at klikke på link til deres sociale medier. Heraf Instagram og Facebook.
- På forsiden kan brugeren også finde frem til:
  - E-mail
  - Telefonnummer
  - Adresser på alle virksomhedens andre butikker
  - Åbningstider
  - Kontrol rapport
  - Logo som linker til hjem
  - Citat / slogan i hero-billedet

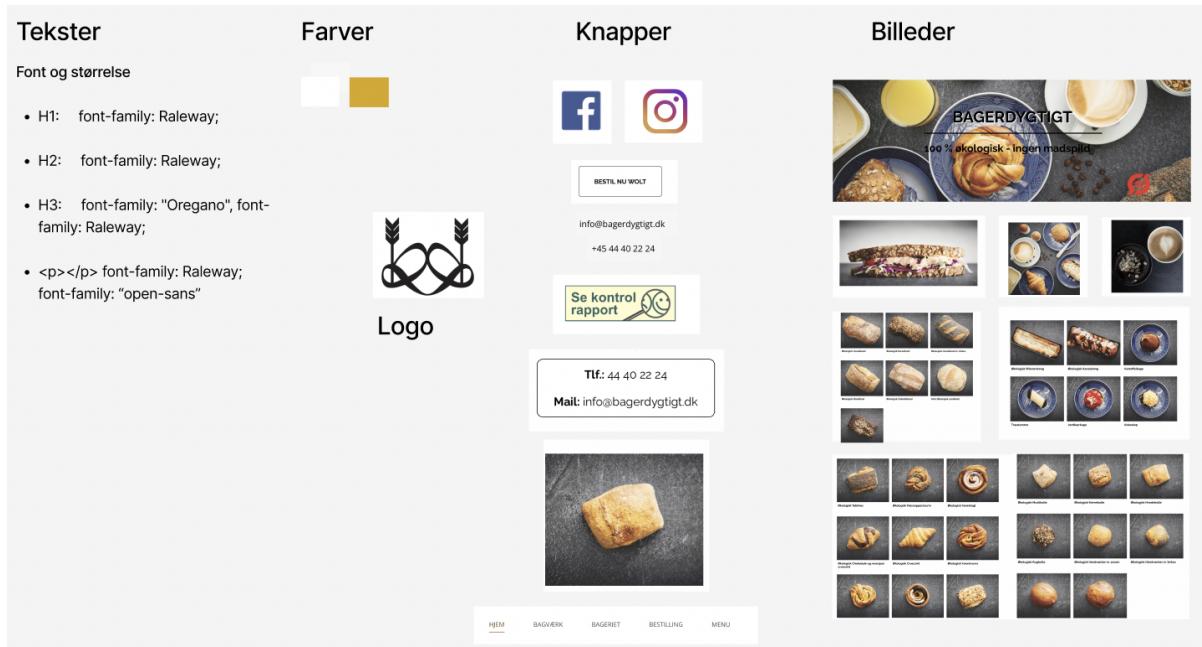
## Wireframes

For at kunne forstå opbygningen af det eksisterende site har vi lavet LoFi-wireframes som kan ses via dette link:

- <https://www.figma.com/file/vvDvDbjHO4MQ5Qua8vmqev/Wireframe-LoFi-og-HiFi?type=design&node-id=0-1&mode=design&t=7eR7b9lhE2JfxzLF-0>

## Styletile

Generelt har sitet et simpelt udtryk med få farver og fonte. Dog mener vi at billederne fremstår en anelse 'tunge', idet de fleste af dem har en mørkegrå baggrund og relativ hård kontrast. Desuden er billederne meget opstillede. For at få billederne mere i øjenhøjde med kunderne ønsker vi at producere noget content der er lyst, naturligt og indbydende i udtrykket.



Styletilet kan også ses via dette link:

- <https://www.figma.com/file/nrEukv5llsfLrpD1kwXUsN/ldeudvikling-og-desk-research?type=whiteboard&node-id=0-1&t=4DDTV8pTzD1TwQdj-0>

## Brugertest

For at få en forståelse af hvordan virksomhedens nuværende site opleves fra brugerens synspunkt med henblik på design og funktionalitet, har vi valgt at udføre forskellige test.

### 5-sek. test

**Formål:** Testen anvendes til at undersøge brugernes oplevelse af sitets forside for at finde ud af, hvorvidt den kommunikerer det den skal eller ej.

**Udførelse:** Testpersonen kigger på forsiden i 5 sekunder. Herefter stilles nogle uddybende spørgsmål. Vi valgte at spørge om følgende:

- Hvad er formålet med sitet?
- Hvad var det mest iøjenvældende?
- Beskriv sitet med 3 ord

**Resultat:** Ud fra testen fik vi disse resultater:

Testperson	Hvad er formålet med sitet?	Hvad var mest iøjnefaldende?	Beskriv sitet med 3 ord
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Omhandler bæredygtighed</li> <li>• Et bageri</li> <li>• Jeg så en croissant</li> </ul>	Billeder af noget med bagerbrød/croissant	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Overskueligt</li> <li>• Pænt layout</li> <li>• Bager</li> </ul>
2	<ul style="list-style-type: none"> <li>• At informere om en bagerbutik</li> <li>• Information om lokation og åbningstider</li> </ul>	Økologi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Økologi</li> <li>• Overskueligt</li> <li>• Simpelt</li> </ul>
3	<ul style="list-style-type: none"> <li>• At fortælle om bageriet og hvor man kan finde dem</li> </ul>	Billedet og menulinjen	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Overskueligt</li> <li>• Enkelt</li> <li>• Pæn</li> </ul>
4	<ul style="list-style-type: none"> <li>• At vise hvor de forskellige butikker er</li> </ul>	Billedet hvor der stod bagerdygtigt	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Overskueligt</li> <li>• Simpelt</li> <li>• Let at navigere i</li> </ul>
5	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bageri</li> <li>• Sociale medier</li> <li>• Økologisk brød</li> </ul>	Billedet	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bager</li> <li>• Sociale medier</li> <li>• Logo</li> </ul>

- Størstedelen af testpersonerne nævnte, at det var et bageri, da vi spurte ind til formålet med sitet. Derudover var der flere, der fremhævede at siden var informerende på den ene eller anden måde fx med henblik på lokation, åbningstider, selve bageriet m.m.
- Ved det mest iøjnefaldende var hero-billedet noget hele 4 ud af 5 testpersoner påpegede.
- Da testpersonerne skulle beskrive sitet, nævnte størstedelen af dem, at det var overskueligt og enkelt/simpelt.

**Konklusion:** Ud fra testresultaterne kan det konkluderes, at forsiden tydeligt kommunikerer, at det er et bageri med diverse praktiske informationer såsom lokation og åbningstider. Derudover er hero-billedet klart noget de fleste lagde mærke til. Endeligt opfattes layoutet som overskueligt og enkelt.

## BERT-test

**Formål:** Vi har valgt at benytte Bert-test, da vi gerne vil undersøge, hvad gennemsnittet mener om de nedenstående poler. Det er vigtigt for os, at få et indtryk af, hvordan den gennemsnitlige bruger anser hjemmesiden, for at få en forståelse omkring virksomhedens syn på dem selv og om det stemmer overens med opfattelsen.

**Udførelse:** Vores testpersoner blev rekrutteret fra KEA, hvor vi først sikrede os, at de ikke havde en uddannelse som multimediedesignere eller var i gang med en sådan uddannelse. Testpersonerne blev introduceret til Bagerdygtigs hjemmeside, som de derefter selv skulle udforskede.

Efterfølgende blev de præsenteret for et spørgeskema, som vi havde oprettet ved hjælp af Google forms. Her skulle de vurdere sitet på fra en skala fra 1-7 i forhold til forskellige

modpoler vi havde udvalgt, for eksempel venlig vs intimiderende, for at forstå deres opfattelse af sitet. De valgte modpoler var som følger:

- Venlig - Intimiderende
- Eksklusivt - Billigt
- Professionel - Uprofessionel
- Opfyldende - Mangelfuld
- Overskuelig - Rodet
- Varme - Kulde
- Inspirerende - Uinspirerende

Testen kan ses via dette link: <https://forms.gle/x6GbAFhXTguVubLT6>

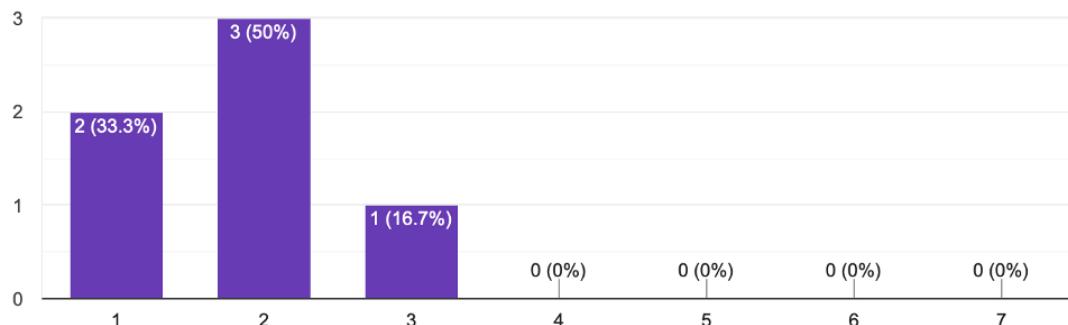
**Resultat:** Ud fra testen fik vi disse resultater:

- Venlig - Intimiderende: gennemsnit: 1.8
- Eksklusivt - Billigt: gennemsnit: 4.2
- Professionel - Uprofessionel: gennemsnit: 4.2
- Opfyldende - Mangelfuld: gennemsnit: 3.8
- Overskuelig - Rodet: gennemsnit: 2.8
- Varme - Kulde: gennemsnit: 3.3
- Inspirerende - Uinspirerende: gennemsnit: 3.8

#### Venlig - Intimiderende

 Copy

6 responses



#### Venlig / Intimiderende

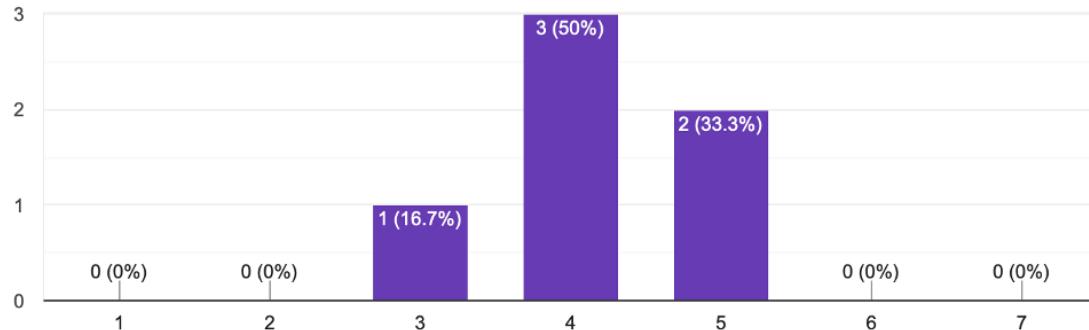
Ud fra denne besvarelse kan vi konkludere at der er enighed omkring, at hjemmesiden fremstår som venlig.

**Udtrykket på sitet**

 Copy

**Ekslusivt - Billigt**

6 responses



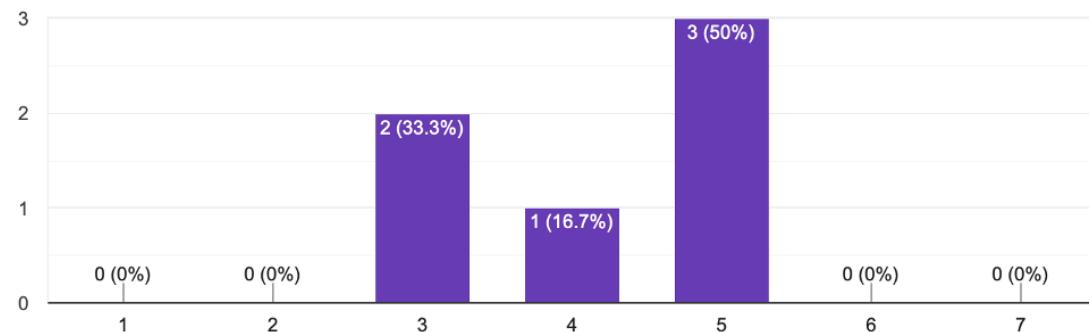
**Eksklusivt / Billigt**

Viser endnu engang en klar enighed, at den hverken ligger sig oppe af den ene eller anden pol.

**Professional - Uprofessional**

 Copy

6 responses



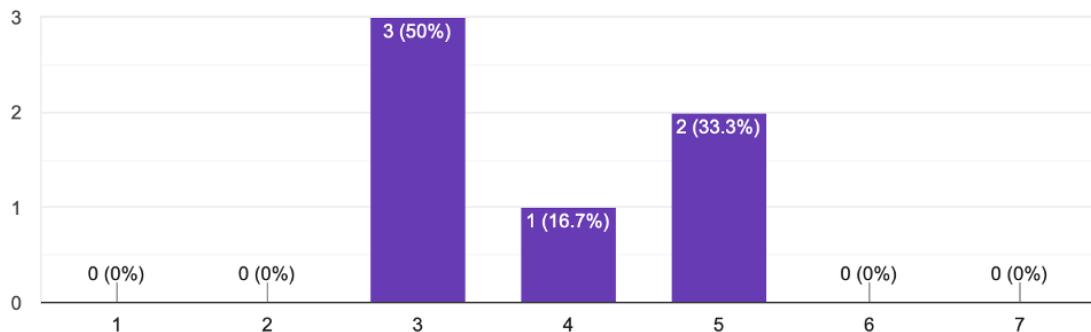
**Professional / uprofessionelt**

Skemaet viser en enighed i at sitet hælder mest mod den uprofessionelle side da gennemsnittet siger 4,2.

### Opfyldende - Mangelfuld

 Copy

6 responses



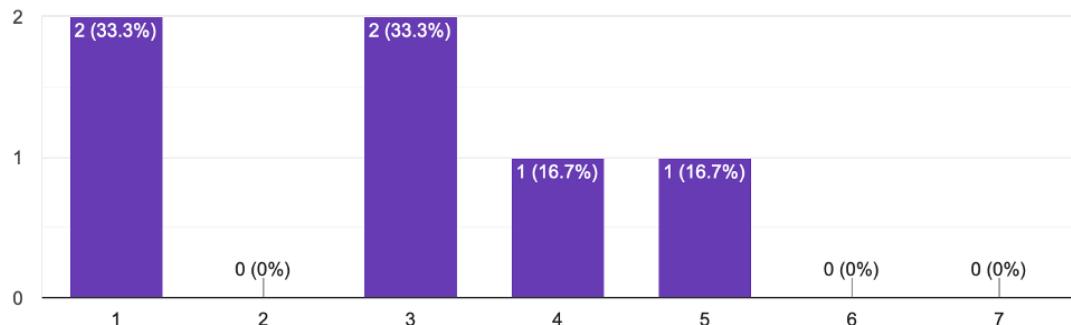
### Opfyldende / Mangelfuld

Denne besvarelse kan vi se, at der er enighed om at der er plads til forbedringer, men den opfylder de basale krav for hjemmesidens information.

### Overskuelig - Rodet

 Copy

6 responses



### Overskuelig / rodet

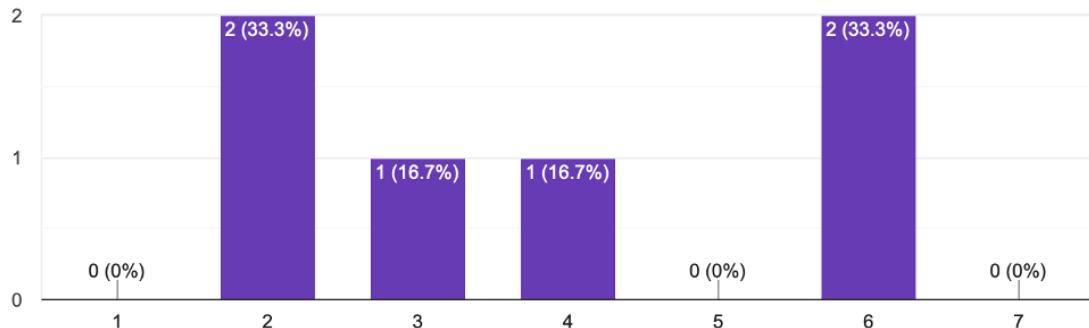
Dette var en af de besvarelser med mest uenighed blandt deltagerne. Gennemsnittet viser dog hælder mere mod den rodet pol, end den overskuelige del af sitets design.

Billeder

 Copy

Inspirerende - Uinspirerende

6 responses



**Inspirerende / Uinspirerende**

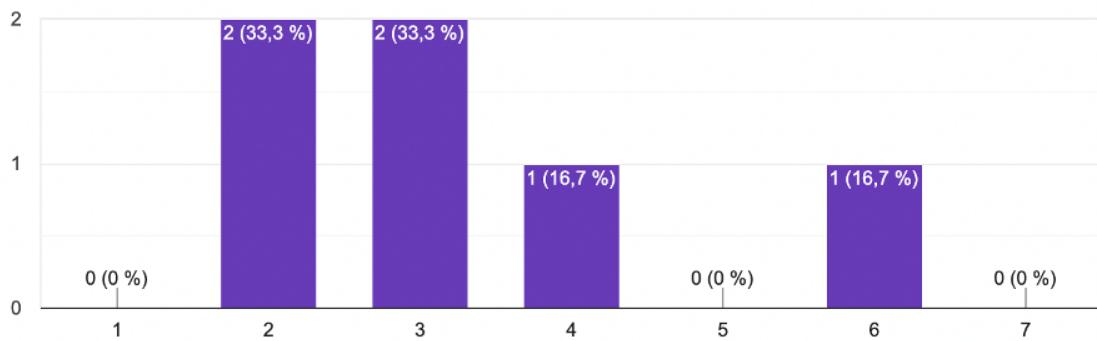
Tabellen viser en bred uenighed blandt brugernes undersøgelse. Det gennemsnitlige svar hælder dog mod en enighed i at sitet ikke fremstod særligt fængslende. Dette vises dog også i at brugerne dårligt kunne huske sitet, ved spørgeskemaet.

Farver på hjemmesiden

 Kopié

Varme - Kulde

6 svar



**Varme / kulde**

Besvarelserne er heller mod midten og dette afslører, at der er enighed om, at hjemmesiden hverken har et koldt eller varmt udtryk. Hvis der er gjort nogle tanker omkring dette, kan vi arbejde os hen mod en af polerne.

**Samlet konklusion:** Ud fra ovenstående poler, kan vi se at mange af besvarelserne hælder mod midten, hvilket kan betyde, at der ikke er gjort de store overvejelser omkring hvilket udtryk de gerne vil give. Den opfattes generelt som velfungerende, idet den opfylder de basale krav for en hjemmeside, men alligevel fremstår den uprofessionelt med diverse fejl og mangler. Brugere efterlades ikke med et bemærkelsesværdigt indtryk, da flere havde svært ved at erindre sitet.

## Sammenligning af de to test

Stiller man de to test op imod hinanden, er der nogle tydelige sammenhænge mellem resultaterne. Overordnet set kommunikerer siden dets ønskede formål, men der er nogle tydelige mangler og fejl som gør at den fremstår uprofessionelt. Derfor bakker det vores påstand op omkring det faktum, at der er et behov for forbedringer både med henblik på layout og funktionalitet for at styrke kundekredsen og øge omsætningen.

# Research: Virksomhedens forretningskoncept

## Afsender

Virksomheden Bagerdygtigt formidler en historie om dedikation til økologi og bæredygtighed i deres bageri. Deres budskab fokuserer på flere centrale elementer:

- **Økologisk engagement:** Bagerdygtigt er ikke blot et bageri; det er et økologisk bageri med en forpligtelse til at leve høj kvalitet og bæredygtighed. De understreger dette ved at bruge 100% økologiske råvarer og fremhæver fordelene ved økologisk bagværk, især surdejsbrød, der har en kompleks smag og længere holdbarhed.
- **Miljøbevidsthed:** Ved at tilbyde alternativ mælk og ved at sælge økologisk pålægschokolade fremhæver de deres miljøvenlige tilgang og diversitet i produkterne for at imødekomme forskellige præferencer og kostbehov.
- **Lokalt fokus:** Deres brug af hashtags som #lokalt og placeringen af deres bageri i Solrød Strand indikerer en forbindelse til lokalsamfundet og muligvis også en støtte til lokale leverandører af økologiske råvarer.
- **Kundeorientering:** Deres tilbud om levering igennem Wolt og muligheden for catering og events viser en tilgængelighed og ønsket om at imødekomme kundernes behov, uanset om det er til dagligdagen eller særlige anledninger.

Alt i alt fortæller Bagerdygtigt historien om et bageri, der ikke kun handler om at lave fantastisk bagværk, men også om at gøre det med respekt for miljøet og med fokus på at tilfredsstille deres kunders behov på en bæredygtig måde.

## Målgruppe

### Hjem ønsker de at ramme?

Bagerdygtigt stræber efter at nå en bred vifte af kunder. De ønsker at tiltrække et varieret publikum. Det har vist sig at være svært at præcisere en specifik målgruppe, idet Bagerdygtigt tiltrækker et bredt spektrum af besøgende fra forskellige aldersgrupper og livsstile, heriblandt familier, ældre, unge og folk i en travl hverdag.

### Hvilke behov opfylder virksomheden for målgruppen?

Bagerdygtigt prøver at tiltrække deres målgruppe ved at tilbyde kvalitets bagværk og drikkevarer, der er økologiske og bæredygtige. Bagerdygtig på Amager tilbyder flere siddepladser, som er indbydende for familier og større grupper. De præsenterer varierede

menuer, der imødekommer gæsternes forskellige behov. Det kan være en brunch menu, der inviterer folk til at slå sig ned hos bageren, eller en hurtig kaffe og bolle til den travle forbipasserende. Deres fokus på sundhed og bæredygtighed appellerer til kunder, der prioriterer disse værdier. Dette prøver de at gøre via deres hjemmeside og andre SoMe-profiler.

### Hvordan tiltrækker de målgruppen?

Vores samtal med Michael Balmer, ejeren af Bagerdygtigt, afslørede ønsket om at være konkurrencedygtige med andre populære bagerier. Han understregede vigtigheden af at gøre stedet mere attraktivt, moderne og social media-venligt for at tiltrække og fastholde en bredere kundebase. Selvom der ikke var en specifik målgruppe under vores besøg, var det klart, at Bagerdygtigt sigter mod at tilfredsstille behovene hos forskellige typer af kunder, hvilket kan være nøglen til deres succes.

Under vores besøg oplevede vi, at atmosfæren på Bagerdygtigt var hyggelig og indbydende. Dog bemærkede vi, at der var et potentiale for forbedringer for at modernisere stedet. For at tiltrække den ønskede målgruppe mener vi, at det er nødvendigt for Bagerdygtigt at opgradere deres fysiske miljø og skabe en mere moderne atmosfære. Dette kan omfatte ændringer i indretning, belysning og design, som kan bidrage til at gøre stedet mere tiltalende og i tråd med moderne forventninger. Ved at kombinere den hyggelige stemning med en opdateret og moderne atmosfære kan Bagerdygtigt appellere bredere og tiltrække flere kunder fra forskellige aldersgrupper og livsstile.

De ønsker desuden at styrke deres tilstedeværelse på sociale medier for bedre at kommunikere deres produkter og stemning ud til forskellige grupper. Ved at tilbyde muligheder både for at sidde ned og tage maden med sig, ønsker de at imødekomme forskellige behov og appellere til et bredere publikum.

## Produkter/services

Bagerdygtigt har en bred menu til morgenmad med brød, kaffe, juice og yoghurt samt lækkre sandwiches til frokost. Uover disse tilbyder de catering og eventservice til begivenheder. De leverer også til privatadresser gennem Wolt, hvilket gør det nemt at nyde deres lækkre mad derhjemme.

Bagerdygtigt's selling propositions er baseret på deres engagement i økologisk bagværk og især deres specialisering i surdejsbrød:

- **100% økologisk:** Alt bagværk er økologisk, appellerer til dem, der prioriterer sundhed og bæredygtighed.
- **Surdejsbrødets kvalitet:** Deres fokus på surdejsbrød giver en unik, aromatisk smag og længere holdbarhed.
- **Lokal produktion:** Bagt i stenovne i deres økologiske bageri i Solrød strand, giver en forbindelse til lokal produktion og traditionelle bagemetoder.

Samlet set er deres selling propositions baseret på økologi, unikke smagsoplevelser, forlænget friskhed og en forbindelse til lokal produktion og traditionelle bagemetoder. Det giver potentielle kunder en række overbevisende grunde til at vælge deres økologiske bageri.

## Unique Selling Proposition (UPS)

Virksomhedens Unique Selling Proposition (USP) er deres fokus på økologi og kvalitet i deres produkter. Den særlige egenskab ved deres produkter og services er det unikke tilbud af 100% økologiske varer og især deres surdejsbrød med sin unikke smag og længere holdbarhed.

De forsøger at tiltrække deres målgruppe ved at fremhæve fordelene ved deres økologiske tilgang, hvor de særligt fokuserer på smagen, den forlængede holdbarhed af deres produkter samt den autenticitet og kvalitet, der kommer fra deres lokale produktion.

## Virksomhedens redesignede website

Vi fokuserer på at opdatere Bagerdygtigs hjemmeside for at gøre den mere moderne og tiltrækende. Målgruppen omfatter familier, ældre, unge og travle besøgende. Vores ambition er at skabe en digital platform, der appellerer til disse forskellige grupper ved at tilbyde en brugervenlig oplevelse samt relevant information om Bagerdygtigs produkter og services.

Når vi ser på den nuværende brugerrejse og funktionaliteter på hjemmesiden, lægger vi vægt på flere aspekter. Vi stræber efter at forbedre brugeroplevelsen ved at modernisere designet, gøre det mere intuitivt og nemt at navigere i. Dette vil involvere opdateringer af layout, billeder og farver for at skabe en mere indbydende atmosfære.

Ydermere ønsker vi at fremhæve en væsentlig detalje ved Bagerdygtigs butik på Amager. De har meget plads i butikken til gæster, herunder en hyggelig baggård til sommerbrug og et stort baglokale, som også kan lejes af gæster. Under vores første besøg på Bagerdygt Amager lagde vi ikke umiddelbart mærke til de mange siddepladser i baglokalet eller gården. Disse faciliteter er ikke klart fremhævet hverken udefra eller på deres hjemmeside. Derfor vil vi forsøge at gøre disse områder mere synlige og tydelige for gæsterne, så de bedre kan nyde disse faciliteter, når de besøger Bagerdygtigt.

## Idéudvikling

I idéudviklingsfasen har vi udarbejdet et moodboard og styletile for at finde frem til stil, tone og hvilke konkrete elementer der skal indgå på sitet såsom fonte, knapper osv. Derudover har vi lavet desk research for at finde inspiration til layoutet og det æstetiske udtryk.

Både moodboard, styletile og desk research kan ses via dette link:

- <https://www.figma.com/file/nrEukv5IlsfLrpD1kwXUsN/Ideudvikling-og-desk-research?type=whiteboard&t=JSBHsT62r5CBKgPF-0>

## Moodboard

Som tidligere beskrevet går vi efter et **minimalistisk, nutidigt og indbydende** udtryk på hjemmesiden. Layoutet skal sætte rammen for den historie Bagerdygtigt søger at fortælle om deres fokus på kvalitet, økologi og bæredygtighed. Samtidigt skal det content vi tager

være stemningsfuldt, så potentielle kunder får en fornemmelse af stedets hyggelige atmosfære.



Shop Wholesale Locations Jobs Contact  
<https://www.dafontfree.io/avenir-next-font/>

## HELGES OST

<https://fonts.adobe.com/fonts/brandongrotesque>

### Åbningstider

Mandag – Fredag: 10 – 18  
Lørdag: 9 – 15  
Sen- og helligdage: Lukket

[https://fonts.google.com/knowledge/glossary/sans\\_serif](https://fonts.google.com/knowledge/glossary/sans_serif)

"We start our day at 3am to make sure yours begins the way it should - with the perfect coffee and croissant"

<https://freefonts.co/fonts/avenir-medium>

## Styletile

For at opnå en minimalistisk og moderne stil har vi valgt at gå med en font uden serif, en neutral baggrundsfarve der ikke 'larmer' og simple billeder, der fremhæver atmosfæren og de forskellige produkter.

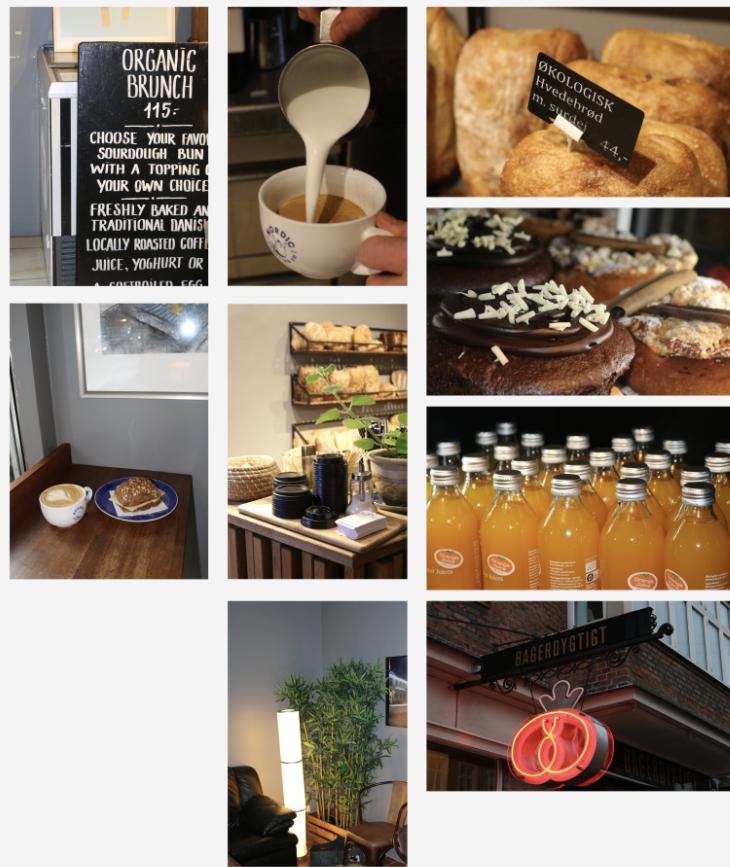
## Styletile - redesign

### Tekster

#### Font og størrelse

- Menu: Brandon Grotesque Medium (Adobe), 1rem
- H1: Brandon Grotesque Medium (Adobe), 3.4rem
- H2: Brandon Grotesque Medium (Adobe), 1.8rem
- H3: Brandon Grotesque Medium (Adobe), 1.2rem
- <p></p>: Brandon Grotesque Medium (Adobe), 1.2rem

### Billeder



### Knapper



### Farver



### Logo



## Wireframes og sitemap

Vores tanke bag opbygningen af sitet er, at det skal være overskueligt og nemt at navigere rundt i for brugeren. Et af problemerne med det nuværende site er netop, at layoutet ikke er ens på alle sider, hvilket skaber forvirring og dermed forringen brugervenligheden.

For at skabe mere sammenhæng har vi bygget sitet op ud fra følgende designkonventioner:

- **Konsistent navigation:** Det nye design skal indeholde nogle globale elementer såsom menu og footer, der skal danne rammen for en velfungerende brugergrænseflade.
- **Brugervenligt layout:** Indholdet på de respektive sider skal følge et simpelt layout således at billeder og tekst kommer i fokus. Det nuværende site har eksempelvis en del forstyrrende elementer på forsiden, der fjerner fokus fra sidens formål.
- **Responsivt design:** Brugeren skal uden problemer kunne opleve websitet fra desktop såvel som mobil.

- **Kontaktinformation og sociale medier:** Vi har tydeliggjort kontaktinformation samt ikoner/links til deres profiler på sociale medier, så det er nemt at komme i kontakt med dem.
- **Læselighed og typografi:** Alle fonte er letlæselige og i forskellige størrelser så det danner et hierarki for hvad der er vigtigst. Fx er H1'ere større end p'ere således at man hurtigt forstår hvilken side man er landet på og hvad det drejer sig om.

Både LoFi og HiFi wireframes til henholdsvis desktop og mobil kan ses via dette link:

- <https://www.figma.com/file/vvDvDbjHO4MQ5Qua8vmqev/Wireframe-LoFi-og-HiFi?type=design&node-id=2-3&mode=design&t=bwDsIAOygGhLstcD-0>

## Prototype i Figma

I og med at designet for sitet er så simpelt, fandt vi det ikke nødvendigt at lave en klikbar prototype af den i Figma. Vi kunne rent visuelt godt forestille os hvordan sitet ville fungere i praksis.

## Test af redesign

Til at teste vores redesignede site har vi valgt at benytte henholdsvis 5 sek. test, BERT-test og lighthousetest. De to første test anvender vi for at kunne sammenligne med testresultaterne af det nuværende site. Derudover kører vi en lighthousetest for at undersøge, hvorvidt der er behov for optimeringer på sitet.

Vi har bevidst valgt ikke at udføre en heuristisk test, da den ikke gav mening for det sted vi var i processen da den skulle udføres. Her kan der henvises til vores brug af scrum-metoden, der beskrives under punktet "Planlægning og projektstyring". Denne iterative metode har netop muliggjort en kontinuerlig forbedring og konstant bevidsthed om, hvor langt man er nået med opgaven og hvad der eventuelt mangler.

### 5 sek. test

**Formål og udførelse:** Beskrivelse af dette kan findes i den tidligere 5 sek test som vi udførte på det eksisterende site. Vi har valgt at bruge de samme spørgsmål for bedre at kunne sammenligne resultaterne:

- Hvad er formålet med sitet?
- Hvad var det mest iøjefaldende?
- Beskriv sitet med 3 ord

**Resultat:** Ud fra testen fik vi disse resultater:

Testperson	Hvad er formålet med sitet?	Hvad var mest iøjnefaldende?	Beskriv sitet med 3 ord
1	At skabe et overblik	Billederne	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ästetisk</li><li>• Nemt at finde rundt i</li><li>• Kort og godt</li></ul>

<b>2</b>	Ligner et site for en bager Vise hvad man kan få hos bageren	Brødet og juice	<ul style="list-style-type: none"> <li>Indbydende</li> <li>Rart</li> <li>Hyggeligt</li> </ul>
<b>3</b>	Bageri	Det rene design og videoen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Minimalistisk</li> <li>Varmt</li> <li>Elegant</li> </ul>
<b>4</b>	Bageri	Lattearten på video sam med videoen og bagværket	<ul style="list-style-type: none"> <li>God</li> <li>Stærk begyndelse på siden</li> <li>Kedelig slutning på siden</li> </ul>
<b>5</b>	Bagerdygtigt	Videoen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Minimalistisk</li> <li>Pænt rent visuelt</li> <li>Informativt</li> </ul>

- Størstedelen af testpersonerne svarede, at formålet med sitet er et bageri.
- Både videoen og billederne blev flere gange nævnt som det mest øjnefaldende på forsiden.
- Flere testpersoner beskriver siden som værende minimalistisk og at enkelte påpeger at det har et æstetisk, varmt og indbydende udtryk. Derudover var der én af testpersonerne der mente, at forsiden havde en "stærk" begyndelse med hero-videoen og at det resterende på siden var mere kedeligt.

**Konklusion:** Ud fra testresultaterne kan det konkluderes, at formålet med sitet står klart. Den fremstår ifølge testpersonerne som minimalistisk og indbydende.

## BERT-test

**Formål og udførelse:** Beskrivelse af dette kan findes i den tidligere BERT-test som vi udførte på det eksisterende site. Vi har valgt de samme modpoler for bedre at kunne sammenligne resultaterne:

- Venlig - Intimiderende
- Eksklusivt - Billigt
- Professional - Uprofessional
- Opfyldende - Mangelfuld
- Overskuelig - Rodet
- Varme - Kulde
- Inspirerende - Uinspirerende

Testen kan ses via dette link: <https://forms.gle/x6GbAFhXTguVubLT6>

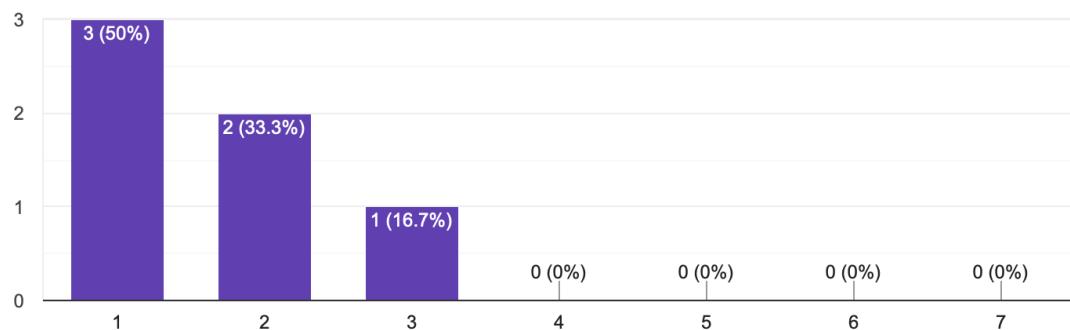
**Resultat:** Ud fra testen fik vi disse resultater:

- Venlig - Intimiderende: gennemsnit: 1.6
- Eksklusivt - Billigt: gennemsnit: 2.5
- Professionel - Uprofessionel: gennemsnit: 2.3
- Opfyldende - Mangelfuld: gennemsnit: 1.8
- Overskuelig - Rodet: gennemsnit: 1.8
- Varme - Kulde: gennemsnit: 2
- Inspirerende - Uinspirerende: gennemsnit: 1.2

#### Venlig - Intimiderende

 Copy

6 responses



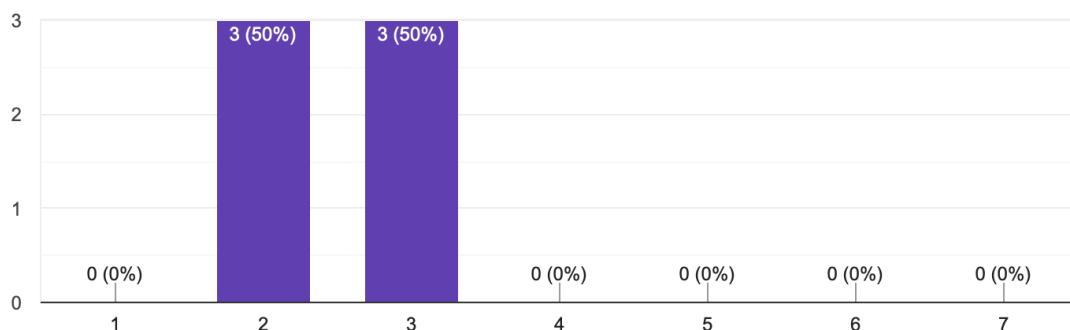
Skemaet viser et positivt udslag. Dette kan også ses på gennemsnit resultatet som lander i den høje ende på 1.6, hvilket kan indikere at siden har et meget positivt og venligt udtryk.

#### Udtrykket på sitet

 Copy

#### Eksklusivt - Billigt

6 responses

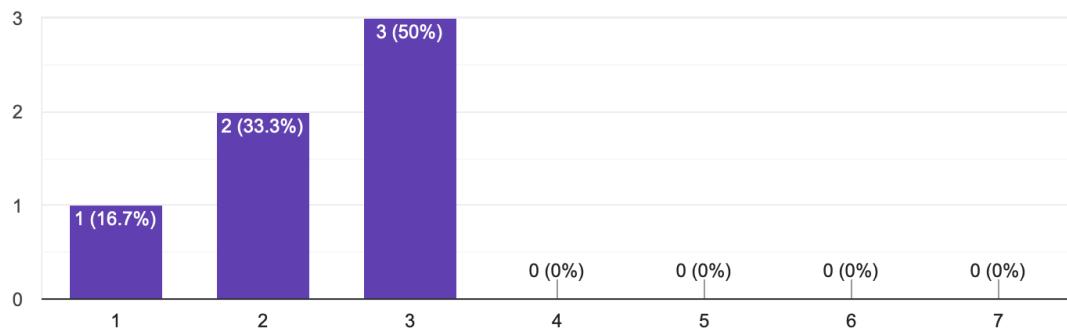


Her ses det, at vores site hælder mod det eksklusive med en stor enighed.

Professional - Uprofessional

 Copy

6 responses

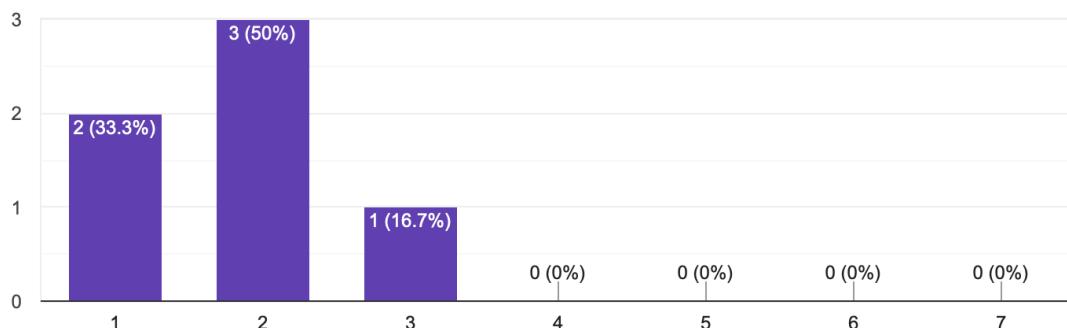


Her ses det, at vores site er vurderet til at være professionelt. Der forekommer dog en smule uenighed i vurderingen, da 50% hælder mod 3.

Opfyldende - Mangelfuld

 Copy

6 responses

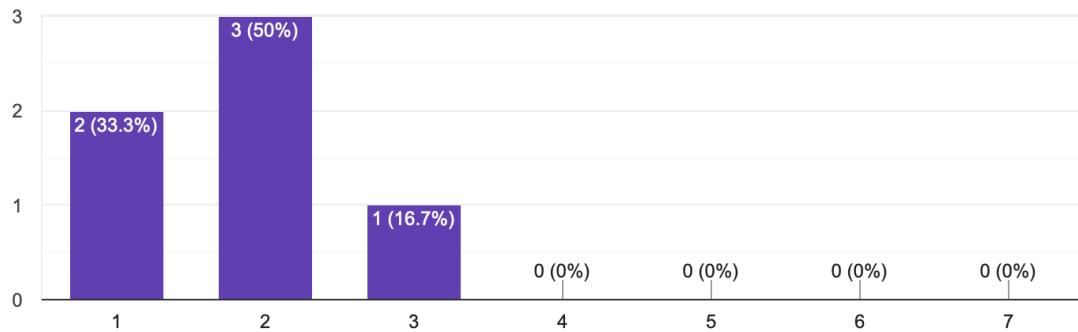


Skemaet scorer her 1.8 i gennemsnit, hvilket peger på at sitet opfylder de generelle krav for en hjemmeside og at den indeholder informative detaljer.

Overskuelig - Rodet

 Copy

6 responses



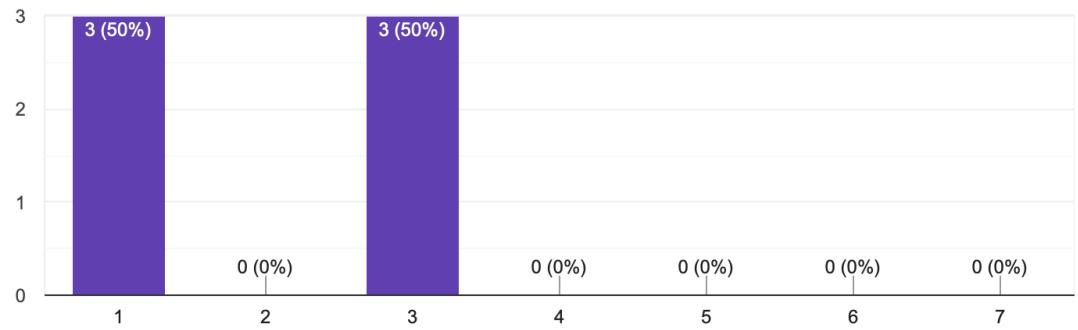
Vores side vurderes til at give et overskueligt udtryk. Der er ikke meget enighed i hvilket grad.

Farver på hjemmesiden

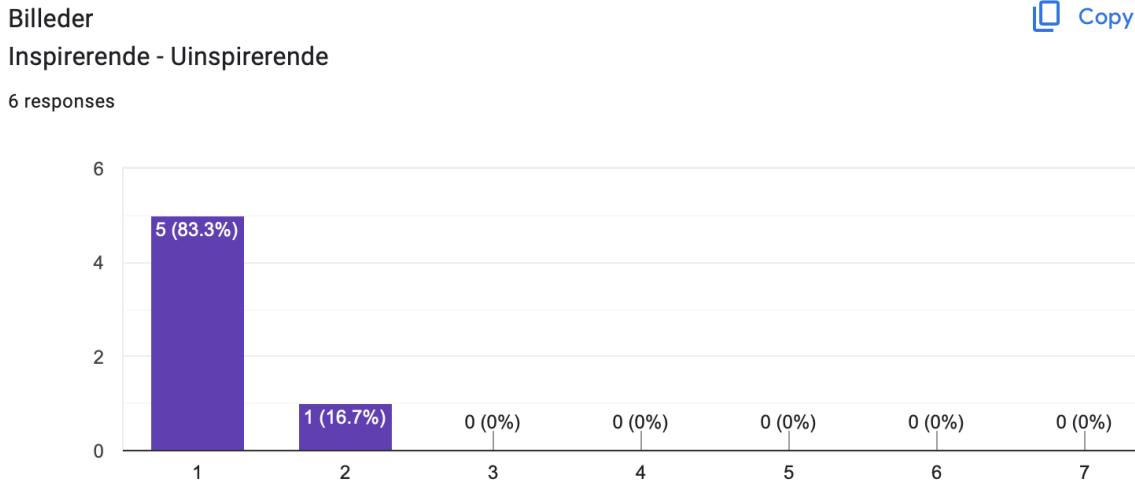
 Copy

Varme - Kulde

6 responses



Her opnår skemaet et gennemsnitligt svar på 2 fra vores adspurgte deltager. Dette kan analyseres som en overordnet positiv holdning til sidens varme og indbydende form.



Her lander vi på en gennemsnitlig bred enighed blandt vores adspurgte deltager. Gennemsnittet landede på 1.2, hvilket kan analyseres som et bredt og enigt svar på at hjemmesidens site fremstår let og inspirerende.

### Konklusion:

Ud fra vores BERT-test kan vi udlede, at deltagerne generelt set anskuede vores site som værende mere eller mindre optimalt. Vi lå i samtlige vurderinger mod den positive pol, og generelt set var der ikke megen uenighed. Det vil sige, at den ifølge disse testpersoner i overvejende grad fremstår venlig, inspirerende, varm, overskuelig og opfyldende.

### Sammenligning af de to test

Vi har sammenlignet vores to tests, BERT og 5 sek. test, og baseret på dette har vi udarbejdet en overordnet konklusion, som lyder: Sitet fremstår let og inspirerende med en overskuelig tilgang til sitet og informationen som skal findes her på. Overordnet set fremstår sitet rent visuelt venligt og indbydende.

### Lighthouse test

**Formål:** Intentionen med denne test er at undersøge forskellige aspekter af sitets ydeevne, tilgængeligt, søgemaskineoptimering (SEO) og Progressive Web App (PWA)-funktionalitet.

**Udførelse:** Testen udføres via 'inspect'-funktionen i browseren. Her vælges 'lighthouse' og med få klik kan man få den til at køre testen automatisk.

**Resultater:** Vi har samlet resultaterne af testen i følgende dokument:

- <https://docs.google.com/document/d/19sP6ISHNG0b9fP5eM3aekCNBFVA42h9PufJzfJvb5D8/edit>

**Konklusion:** Overordnet set scorer hjemmesiden generelt høje karakterer i alle kategorier pånær 'SEO,' hvor der blandt andet skal tilføjes en metabeskrivelse. Siden dette blot er et udkast til et design har vi ikke fokuseret på SEO-delen. Trods de høje scorer er der på de

enkelte sider behov for forbedringer for at optimere brugeroplevelsen. Her gælder det blandt andet om at sørge for at billederne er i det rigtige format og andre lignende småjusteringer.

## Indhold til site

### Video

Vi har valgt at producere en kort hero-video til forsiden, der har til formål at give kunden en fornemmelse af stedet. Dette indebærer blandt andet klip af baristakaffe, bagværk og stemning fra caféen. Stilmæssigt læner videoen sig meget op af de forskellige stillbilleder vi har taget til sitet.

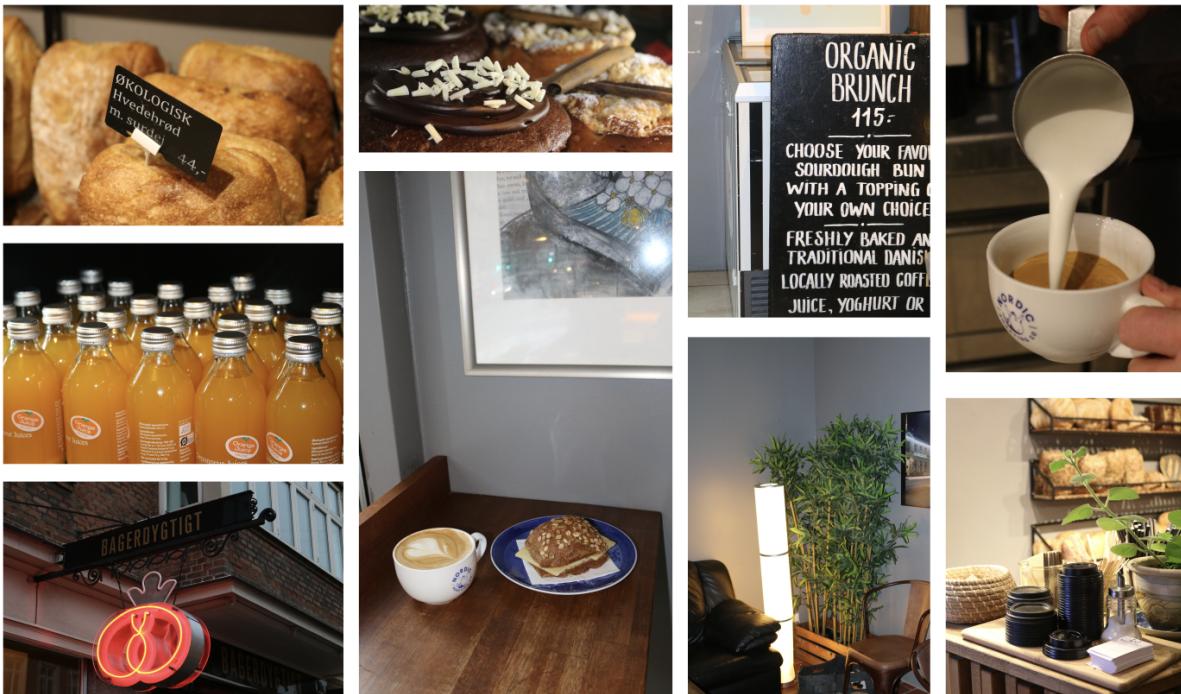
Med inspiration fra denne video fra Emmerys hjemmeside (<https://job.emmerys.dk/>) samt andre lignende brands har vi taget nogle bevidste valg i forhold til efterbehandlingen af videoen. Først og fremmest har vi gjort den kort (omkring 25 sekunder), da vi med udgangspunkt i nutidens 'swipe-kultur' og øgede tempo tror på, at det er hvad folk helst vil se. Derudover har vi valgt at den ikke indeholder lyd, da dette blot ville være et forstyrrende element der fjerner fokus på sidens formål. Endelig har vi undladt at implementere transitions, da vi synes det fungerer bedst uden.

Videoen vi har produceret til det redesignede site kan ses via dette link:

- [https://segproject.dk/kea/05\\_grundl%C3%A6ggende\\_indhold/virksomhedsopgave/virksomhedssite\\_video\\_done.mp4](https://segproject.dk/kea/05_grundl%C3%A6ggende_indhold/virksomhedsopgave/virksomhedssite_video_done.mp4)

### Billeder

I vores valg af billeder til sitet har vi, som før nævnt, haft fokus på at fremhæve atmosfæren i caféen og et udvalg af deres produkter. Vi har ikke efterbehandlet billederne i Photoshop, da vi synes originalerne afspejlede det vi gerne ville opnå med henblik på lys, kontraster og farvetoner.



Billederne kan også ses via dette link:

- <https://www.figma.com/file/vvDvDbjHO4MQ5Qua8vmqev/Wireframe-LoFi-og-HiFi?type=design&node-id=176-14&mode=design&t=Tfug1MuLnVoUilzB-0>

## Tekst

I forhold til tekst har vi både gjort brug af copy og micro-copy. På flere af siderne er der copy-tekst og et eksempel herpå er fra forsiden, hvor der står en kort tekst om bageriet:

- *“Bagerdygtigt startede på Vesterbro i 2012 med en passion for økologisk bagning. I dag kan du finde 5 af vores butikker i København. I Solrød har vi vores eget 700 kvm bageri, hvor vores bagere dagligt skaber økologisk brød. Velkommen til vores verden af bæredygtig bagning og passion!”*

Derudover er der knapper på forsiden og siden “bestilling”, som hver har micro-copy tekst. Eksempler herpå er “bestil nu” og “kontakt” som altså hver leder brugerne videre til andre sider.

## Refleksion af indholdsproduktion

### Video, billeder og tekst

Overordnet set er vi tilfredse med det content vi har produceret. Dog kunne både billeder og video klart blive optimeret hvis der mere lys på den lokation vi skød på, men grundet årstiden og det tidspunkt vi kom på var det klart en udfordring. Derudover var selve caféen relativt mørkt indrettet og med julepynt, så det i sig selv besværliggjorde også produktionen af indhold. Generelt var der en del kunder, som man konstant skulle tage hensyn til og

undgå at få med på billederne, så til en anden gang kunne man eventuelt foreslå at komme udenfor åbningstiderne.

## Kode

### Eksempel på kode

Vi har valgt at tage udgangspunkt i forsiden af Bagerdygtigs redesignede hjemmeside.

Videoen på forsiden af Bagerdygtigs redesignede hjemmeside er designet til at tiltrække opmærksomhed for de besøgende. Den visuelle dynamik suppleres af billeder og knapper, der direkte linket til sider som Menu, Lokationer, Om og Bestilling. Dette skaber en enkel og lettilgængelig måde for brugerne at udforske forskellige sektioner uden for mange forstyrrelser fra andet indhold på siden. Med tydelige billeder og enkelte knapper skabes en let og enkel navigering, der gør det behageligt for brugerne at udforske og lære mere om Bagerdygtigt. Denne tilgang sigter mod at give en behagelig brugeroplevelse og øge brugernes engagement og interaktion med virksomheden.

Koden bag autoplay, muted og loop attributterne i videoelementet på Bagerdygtigs hjemmeside tjener til at forbedre brugeroplevelsen på forskellige niveauer.

- **Autoplay:** Denne attribut tillader videoen at starte automatisk, uden at brugeren manuelt skal trykke på afspilningsknappen. Dette øjeblikkelige visuelle element fanger straks opmærksomheden og kan skabe en mere indbydende introduktion til hjemmesiden.
- **Muted:** Ved at have lyden muted forhindrer vi uventet eller forstyrrende lyd, hvilket er almindeligt på hjemmesider med autoplay-funktioner. Dette skaber en mere behagelig browsing-oplevelse og undgår at forstyrre brugeren med uventet støj.
- **Loop:** Loop-attributten sikrer, at videoen gentages kontinuerligt efter afslutningen, hvilket skaber en følelse af kontinuitet og vedvarende visuel interesse. Dette kan være med til at fastholde brugernes opmærksomhed og lade dem fordybe sig i indholdet uden afbrydelser.

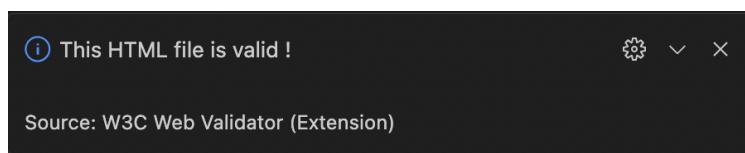
Samlet set arbejder disse attributter sammen om at levere en mere engagerende og brugervenlig oplevelse. De skaber et indbydende visuelt element uden at være forstyrrende, hvilket er med til at give besøgende en positiv introduktion til hjemmesiden og virksomheden.

HiFi wireframe og kode for redesign af forsiden:

```
<main>
  <div class="hero_video">
    <video autoplay muted loop
      src="https://segproject.dk/kea/05_grundl%C3%A6ggende_inhold/virksomhedsopgave/video_smal.mp4"></video>
  </div>
  <div class="grid_1-1_forside">
    <div class="grid4_forside">
      <div class="knap4">
        <a href="om.html">BAGERDYGTIGTS HISTORIE</a>
      </div>
      <div class="ppp">
        <p> Bagerdygtigt startede på Vesterbro i 2012 med en passion for økologisk bagning. I dag kan du
          finde 5
          af vores butikker i København. I Solrød har vi vores eget 700 kvm bageri, hvor vores bagere
          dagligt
          skaber økologisk brød. Velkommen til vores verden af bæredygtig bagning og passion!</p>
      </div>
    </div>
    <div class="grid1_forside">
      <div> <a href="lokationer.html"></a>
        <p>Besøg Bagerdygtigt på vores forskellige lokationer</p>
        <div class="knap11"><a href="lokationer.html">LOKATIONER</a></div>
      </div>
    </div>
    <div class="grid2_forside">
      <div> <a href="menu.html"></a>
        <div class="pp">
          <p>Udforsk vores lækre og spændende udvalg</p>
        </div>
        <div class="knap2"> <a href="menu.html">MENU</a></div>
      </div>
    </div>
    <div class="grid3_forside">
      <div>
        <a href="bestilling.html"></a>
        <p>Dine yndlingsprodukter leveret direkte til døren</p>
        <div class="knap3"> <a href="bestilling.html">BESTILLING</a>
      </div>
    </div>
  </div>    sara gronkjaer, last week • index
</main>
```

## Validering af HTML og CSS

Vi har brugt W3C Web validator i VS code til at teste, hvorvidt der er fejl i koden eller ej. I første omgang var der 3 errors men efter at have rettet disse småfejl validerede den.



## Refleksion ift. Git/GitHub

Generelt set har vores refleksioner omkring brugen af Git/GitHub i vores fire-personers gruppe været positive, men der er områder, hvor vi kunne have gjort tingene anderledes. Især i begyndelsen stødte vi på udfordringer med forskellig kodestil og vores begrænsede

erfaring inden for kodning, hvilket resulterede i situationer, hvor vi utilsigtet arbejdede i samme dokument eller ændrede/slettede hinandens kode på grund af manglende kommunikation.

Vi prøvede at samle alle CSS-stilarter i én fil til alle HTML-siderne, men det skabte kaos med kodestykker, der overskrev hinanden. Derfor valgte vi at beholde separate CSS-filer til hver HTML-side for at undgå dette problem.

Alt i alt har vores første erfaring med GitHub været lærerig. Vi ser nu, hvor vigtigt det er med tydelige kommunikationskanaler og etablering af fælles retningslinjer for at undgå konflikter i koden. Denne erfaring har været værdifuld og vil hjælpe os med at forbedre vores fremtidige samarbejde og projekter.

## Refleksion af redesign

### Forbedringer ud fra testresultater

Ud fra konklusionen af de test, som er udført henholdsvis på den gamle (virksomhedens nuværende site) og vores redesign, kan vi udlede at vores site præsterer markant bedre. Dette ses ved, at samtlige punkter i BERT-testen præsterer bedre. Man kan altså sige, at vi har formået at opnå formålet ved, at udføre vores retake på hjemmesiden, nemlig overskueliggøre siden og gøre det nemmere for brugeren. Førhen var der fejl og mangler, som påvirkede forrige test og dette ses tydeligt i vores nye resultater.

Vi har forbedret følgende i vores redesign:

- **Tydeliggørelse af sitets vigtigste indhold** ved at fjerne tekst/billeder der, i vores optik, var unødvendige. Ved at holde et minimalistisk layout fremhæves det væsentligste content. Derudover har vi gjort henholdsvis menu og footer til globale elementer, således at de er ens på alle sider. Dette var netop ét af problemerne ved det eksisterende site.
- **Reducere antal fonts** så der kun er én font på hele sitet. Dette har hjulpet med at gøre sitet let og overskueligt, i modsætningen til de 6 fonts Bagerdygtigt har brugt på deres eksisterende site.
- **Skabe sammenhæng på sitet** ved blandt andet at bruge billeder der rent visuelt har samme stil og udtryk samt at tilpasse baggrundsfarve og font hertil. Vi har valgt at bruge langt færre billeder end der er på det eksisterende site for at holde det enkelt og overskueligt.
- **Optimere og fremhæve information** således at brugeren ikke forvirres af eksempelvis tomme links til sociale medier eller stavfejl.
- **Brug af designkonventioner** for at optimere siden og brugervenligheden generelt. Disse er tidligere beskrevet under punktet "Wireframes og sitemap."