

## Forside

---

### Procesdokumentation Af: Tema 3/Grundlæggende UX/UI

Af: Rebecca Paaschburg

Figma/Prototyper

- Mobil site – Prototype
  - o <https://www.figma.com/proto/wHkaQU7XuTzUNRwGQsPI47/StyleTile?page-id=28%3A719&type=design&node-id=67-2706&viewport=226%2C-1102%2C0.15&t=d2UGt0LdQJxocHfW-1&scaling=scale-down&starting-point-node-id=67%3A2679&mode=design>
  
- Desktop site – Prototype
  - o <https://www.figma.com/proto/wHkaQU7XuTzUNRwGQsPI47/StyleTile?page-id=4%3A5&type=design&node-id=249-4262&viewport=505%2C1609%2C0.33&t=ZcaDbmg1hfIfOuG4-1&scaling=scale-down&starting-point-node-id=28%3A995&mode=design>
  
- Kodet site - Link
  - Link (Skal åbnes i google Chrome)
    - o [https://rebeccapaaschburg.dk/kea/03\\_ux/01\\_kodet\\_site/index.html](https://rebeccapaaschburg.dk/kea/03_ux/01_kodet_site/index.html)

## Research og Idé

---

### Emne: Brugt rideudstyr (hestetrendsales)

Med min egen erfaring inden for ridesporten, ønsker jeg at skabe en dedikeret platform, som et alternativ til de eksisterende online markedspladser som Facebook Marketplace og den blå avis. Målet er at tilbyde en bedre løsning for køb og salg af brugt rideudstyr, da jeg har bemærket, at de nuværende muligheder er begrænsede. Formålet med denne hjemmeside er at skabe en brugervenlig platform, der forbinder folk med genbrugsudstyr, fremmer bæredygtighed og reducerer affald.

### Hjemmesiden skal opfylde følgende mål:

- Produktpræsentation: Præsenter genbrugsudstyr i forskellige kategorier som rideudstyr, staldudstyr, tøj osv. Give detaljerede beskrivelser, billeder og priser for at hjælpe brugerne med at træffe informerede valg.
- Søgning og filtrering: Implementer en effektiv søgefunktion og filtreringsmuligheder, så brugerne nemt kan finde det udstyr, de leder efter. Dette kan omfatte filtrering efter kategori, pris, placering og tilstand.
- Brugervenlighed og mobilvenlighed: Sørg for, at hjemmesiden er let at bruge på både computere og mobile enheder, da brugere kan tilgå den fra forskellige platforme.

### Målgruppe:

- Primært enkeltpersoner og husstande, der søger genbrugsudstyr til personlig brug, samt organisationer og virksomheder, der ønsker at sælge eller genbruge udstyr.

### Fordeler for brugeren skal være:

- Sparepenge på udstyr
- Tjene penge på det brugte udstyr man ikke længere bruger
- Blive inspireret af udstyr muligheder
- Information om de forskellige udstyr og brands

### Research: metoder og resultat

Under min research brugte jeg to metoder, her af Interview og Observation. Min testbruger bestod af en kvinde på 50 år, som arbejder på Novo nordisk. Interessere sig for indretning og naturen. Har haft egen hest/heste i mere end ti år, har derfor haft/har stort forbrug. Testbruger køber/sælger derfor ofte nyt og brugt udstyr. Har derfor erfaring med rideudstyrbutikker og genbrugsplattorme som Facebook Marketplace.

Interview - Afsøgning af behov: Brugerens behov af køb og salg af brugt udstyr.

*Intro: "Tak fordi du har lyst til at deltage i interviewet. Er du ok med at jeg optager dig på lyd?"*

- "Ja"

*"Til en start, kan du så fortælle kort om dig selv, og hvordan du blev interesseret i heste og rideudstyr?"*

- "Jeg har altid holdt meget af heste, og det som følger med er at man jo skal bruge meget rideudstyr når man har mange heste og rider meget"

*Midte: "Kan du gennemgå hvilke behov du har for udstyr, og hvad du oftest mangler."*

- *Ridebukser, Hovedtøj, ridehjelm, sadler, men er en specialvare som er svært at få styr på og finde brugt. Derfor ender man som oftest, med at bruge mange penge på at finde den perfekte sadel. Når man som rykker rider meget og har mange heste, og selv uden skal man bruge hele pakken, bliver det ret dyrt at være hesteejer. Da man jo skal bruge alt, og have noget at skifte i mellem og ønsker god kvalitet."*

*"Hvordan finder du nyt udstyr ellers?"*

- *Jeg kigger for det meste meget på internettet, og de forskellige butikker som markedsføre sig derigennem, det ikke særligt ofte at jeg køber i butik, da det som oftest er en del dyre end på nettet. Derfor bruger jeg også meget tid på at finde udstyr brugt, specielt på Facebook. Det dumme ved Facebook er der er mange svindlere.*

*"Er der nogle særlige udstyr du har mere behov for end andre?"*

- *"Rigtig gode ridebukser bruger man mange af, ridehjelm, ridestøvler, sadel underlag alt"*

*"Hvad gør du hvis du ønsker at sælge dit brugte udstyr?"*

- *"Prøver at sælge det over facebook, men er håbløst da der er mange som ønsker at snyde, eller får ingen respons tilbage eller henvendelser"*

*"Hvad er det bedste ved at finde nyt udstyr og tøj på nettet?"*

- *"Spare penge, man finde nogle gode tilbud ofte til halvpris - det en meget dyr sport, så leder ofte efter tilbud"*

### *Slutning*

*"Tak for din tid. Jeg har et afsluttende spørgsmål; Hvordan vil du anbefale en person der ikke er vant til at købe og sælge udstyr, om hvordan de skal gøre?"*

- *"Ingen gode råd at give videre andet en køb og salg på Facebook Marketplace"*

Observation – forberedelse 1: Gennemgang af et websites hvor det muligt at købe nyt rideudstyr og genbrug.

- *Jeg gav min interviewperson Facebook Marketplace og <https://ryttersridesport.dk> og observerede hvordan hun som forbruger navigere rundt når hun skal bruge nyt/brugt udstyr/tøj til ridesporten.*

### Ryttersridesport.dk

- Meget tilfældig søgning.
- Det irriterende når det for indviklet skal være nemt og lige til.
- Går efter kvalitet.
- Går efter de brands personen kender til
- Svært at lære og vide noget om brands

## Facebook Market Place

- Søger specifik i søgefeltet: fx hovedtøj
- Kan ikke bruge grupper
- Kan ikke se str. bliver nødt til at se det hele igennem
- For forvirrende at finde rundt på.
- Bruger lang tid på at udforske.
- Ved interesse, spørger om varen stadig er til salg.
- Ønsker at hente det personligt ved dyre ting, for at være sikker.
- Kan godt finde på at købe dyre ting, men så skal man mødes face to face.

Observation - forberedelse 2: Gå med min interviewperson ned i en rideudstyrssbutik og observer stemning, kunden/kunderne, produkter mv.

- Går altid efter tilbud.
- Køber oftest aldrig noget til fuldpris da det for dyrt
- Går efter ting som hænger på stativ, svært at overskue ting som lægger på et bord.
- Går efter sektioner som er opdelt, om det til rytter eller hest.
- Henvender sig ofte til en butiksbestyre for at få hjælp til at finde de rette ting.
- Går hvis tingende er for dyre.

## Inspiration og ideudvikling

Min første inspiration på min ideudvikling var at finde lignende produkter. Jeg tog her en del inspiration fra det populære genbrugs platform trendsales, DBA og kendte rideudstyr websites. Jeg ønskede stadig at holde en kvalitetsbevidste og elegante tone, selvom der er tale om genbrug. Derfor fandt jeg inspiration fra mere æstetiske og elegante hjemmesider, som jeg fandt på Landbook.dk

Lignende produkter: Trendsales (<https://trendsales.dk>), DBA (<https://www.dba.dk/boeger-om-at-indrette-sig-med/id-1083381096/>), Rytters ridesport (<https://ryttersridesport.dk>).



Inspirerende websites: Reome (<https://reome.com/?ref=land-book.com>), The studio (<https://www.the-studio.se/>), tatata (<https://www.tatatat.se/?ref=land-book.com>)



Efter at have ladet mig inspirere første gang, udforskede jeg videre på de samme og nye hjemmesider for at afdække de gængse konventioner og designelementer, der viste sig at være effektive for de forskellige hjemmesider. Jeg rettede særlig opmærksomhed mod Zara, H&M og Trendsales' hjemmesider og lod mig inspirere af deres navigationssystemer, som omfattede:

Brødkrummesti, Burgermenu, Header, Footer, Tilbageknap, Ikoner og Søgefelter

A collage of wireframes and screenshots from various websites. It includes a detailed wireframe of a navigation menu with filters, a screenshot of the REOME website featuring a hand icon and a search bar, a screenshot of the Trendsales website with a sidebar filter, and a screenshot of the tatata website showing a grid of interior design projects. The collage illustrates the research and inspiration phase, focusing on how different websites structure their user interfaces.

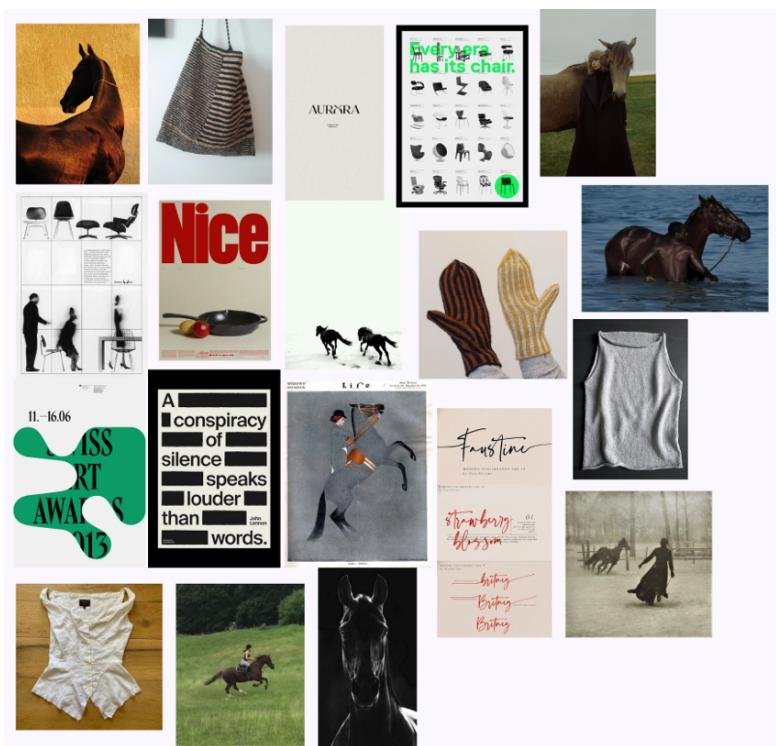
Jeg lod mig inspirere af brugerflow og fandt mange ideer på Zara og H&M's hjemmesider, da jeg stræbte efter at skabe et så enkelt og overskueligt brugerflow som muligt, i håb om at skabe en så nem og problemfri brugeroplevelse som muligt:



### Moodboard:

Jeg fandt en stor inspirationskilde til mit moodboard på Pinterest. Jeg ønskede at indfange en tydelig og kreativ atmosfære, hvor jeg kunne forene gamle og nye elementer. Dette skulle give indtrykket af brugte ting, samtidig med at de blev præsenteret på en ny og elegant måde, så det fremstod så eksklusivt som muligt, selvom det er brugte genstande (genbrug).

Billeder af både vintage og moderne objekter skulle hjælpe med at formidle konceptet om at give nyt liv til det brugte. Farvepaletten var domineret af klare og enkle jordfarver med det formål at fastholde en eksklusiv og klassisk atmosfære (lidt old-school). Billederne af heste og natur skulle give os et indblik i vigtigheden af genbrug og samtidig forbinde det med miljøet og klimaet



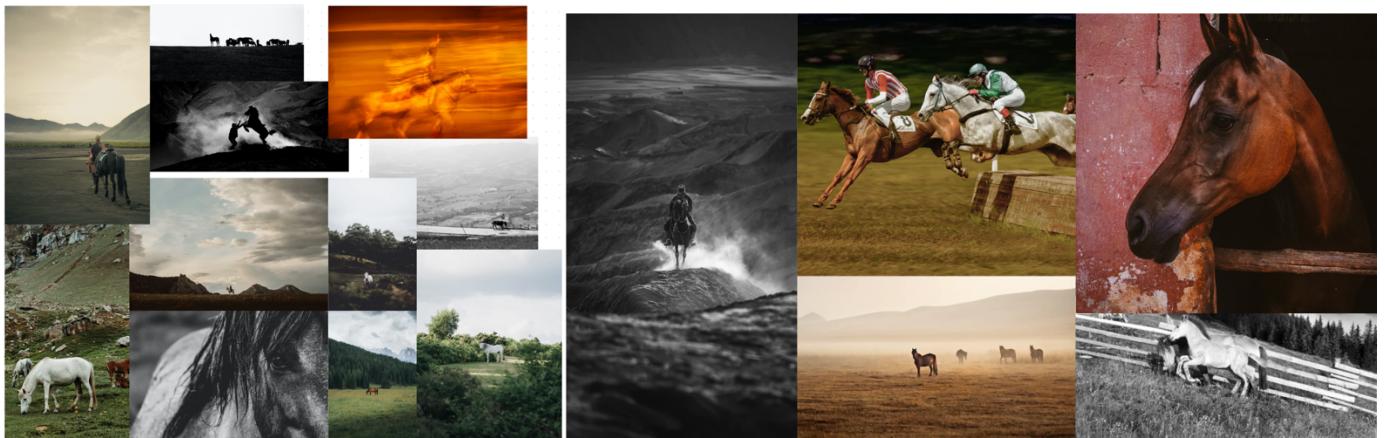
### Indhold: tekster og billeder

Jeg ønskede at have så lidt tekst, som muligt på forsiden for at holde et klart og simpelt udtryk, som kunne være muligt uden at afvige fra konventionerne og bruger flowet. Derfor brugte jeg copy og microscopy, hvor den primære copy, skulle foregå igennem et link fra microscopy.

I begyndelsen overvejede jeg at inkludere en smule tekst i footersektionen, men under prototypens udvikling indså jeg, at dette ikke fungerede som ønsket.

Jeg ønskede, at mine billeder skulle bevare en den mørke tone, men med enkelte farveelementer. Nogle billeder skulle være dynamiske, mens andre skulle være mere stillestående. Jeg fandt billederne på forskellige gratis billedwebsites og undlod at bruge illustrationer eller grafik.

Det var dog en stor udfordring at finde de ønskede billeder, der passede til mit moodboard, især fordi jeg udelukkende søgte på gratis platforme. Så dette blev desværre ikke helt opfyldt, som ønsket.



### Wireframes

Lofi wireframes desktop:

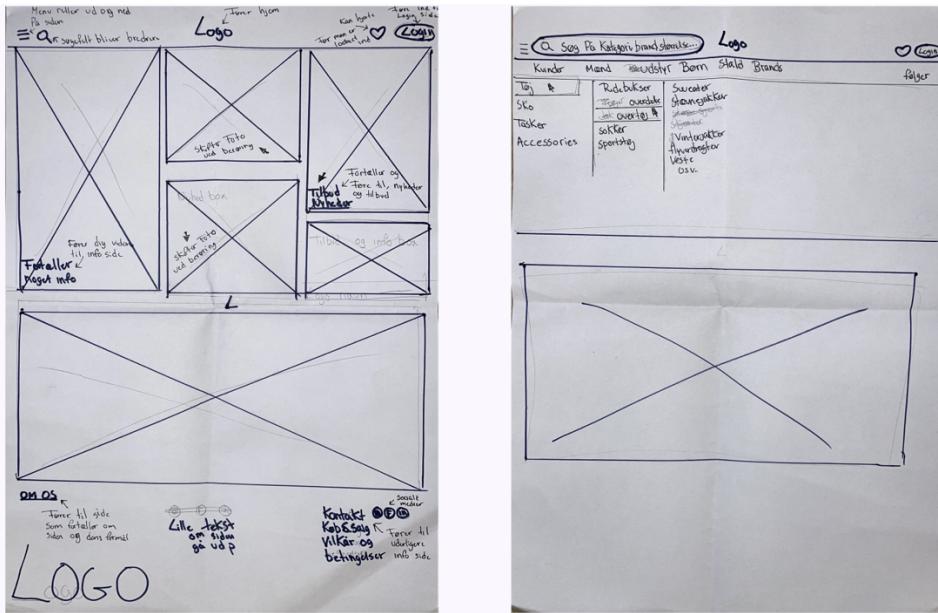
<https://www.figma.com/file/wHkaQU7XuTzUNRwGQsPI47/StyleTile?type=design&node-id=4%3A6&mode=design&t=S5fjA7Y5ZjZHcmTO-1>

Lofi wireframes mobile:

<https://www.figma.com/file/wHkaQU7XuTzUNRwGQsPI47/StyleTile?type=design&node-id=28%3A486&mode=design&t=S5fjA7Y5ZjZHcmTO-1>

### Udkast til løsningen

Resultat af mine første skitser af min første løsning på mit website – udviklet efter Brainstorm & 8 crazy test



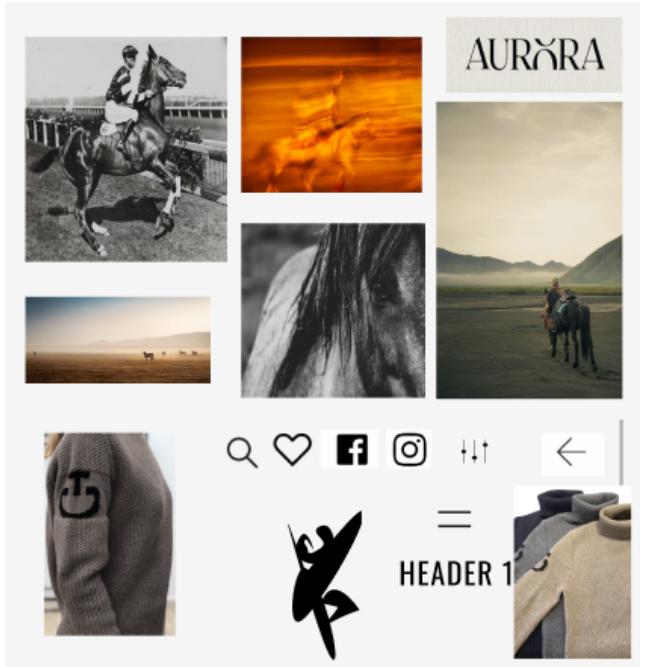
### Test af første ide/udkast

Vi kørte de første test for hinanden i grupperne, vi fik tildelt i klassen. Her testede og fremlagde vi de bedste ideer og løsninger vi havde fundet frem til. Her fik jeg en god inspiration og positiv feedback fra mit hold, og nye ideer til videre udvikling.

The image is a collage of various website designs and wireframe sketches. It includes five screenshots of different websites: 'Rebekka' (a food-related site), 'REOME' (a furniture store), 'Meryem' (a fashion brand), 'Mathilde' (curtains), and 'Rose' (a travel or lifestyle blog). Below these are three hand-drawn wireframe sketches. The top sketch is titled 'Section 3' and lists links to Pinterest pins. The middle sketch is titled 'Skitse' and shows a wireframe for a hero section with 'Hero Pic', 'Body', and 'Footer' sections. The bottom sketch shows wireframes for 'Les Palmiers' with sections for 'Hero', 'Body', and 'Footer'.

## Digital prototype

### Dokumentation af visuelle valg



Logo/hjemmesidenavn

**EQUUS X CLARE**

Tekst type: Corporate A Pro Demi Italic  
(dog fra adoppe, skal downloades)

**AURORA**

**HEADER 1**

Bruges på:  
Login, H1, Filter og Pris  
Tekst Type: Oswald  
Farve: Sort

Header 2, 3

Bruges på:  
• Burger menu, Tekst boks. 1,2,3,4,  
• H2, H3  
Tekst Type: Libre Franklin  
Farve: Sort

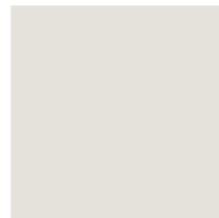
Fotter og "OM OS"  
Tekst type: Libre Baskerville  
Farve: sort

Krummespor og Filter  
Tekst type: Lohit Tamil  
Farve sort

Tekst som skal bruges i OM OS

Hos XX, tror vi på at fremme bæredygtige valg inden for ridesporten ved at tilbyde brugt udstyr, der giver både økonomiske fordele og miljømæssige gevinstre. Giv dit brugte tøj og udstyr en ny chance for at finde en glad rytter, mens du tjener penge på de ting, du ikke længere bruger. På XX kan du udforske og opleve en spændende verden med et bredt udvalg af bæredygtigt rideudstyr og mode i god kvalitet.

Baggrundsfarve: E5E2DB



Mit endelige StyleTile blev valgt med henblik på at skabe et eksklusivt og elegant udseende på webstedet. Desværre blev de billeder, jeg valgte, ikke som ønsket på grund af det begrænsede udvalg på de gratis imagesites som havde til rådighed. Hvis dette var et rigtigt websted og jeg havde haft mere tid til udvikling, ville jeg sandsynligvis have valgt at tage mine egne billeder for at sikre, at de passede nøjagtigt til mit ønskede moodboard.

Jeg opdagede også, at teksten ikke passede som forventet, mens jeg arbejdede på prototypen, og blev derfor nødt til at justere dem løbende. Jeg begrænsede mig derfor til tre skriftyper for at opretholde konsistens og enkelhed i designet.

Jeg har arbejdet b.la. også ud fra mine tre værdig-ord, som er

- Økonomisk (Se dyrt ud, selvom de billigere)
- Miljøet i fokus/skabe omtanke
- Stilfuld/inspirerende

### Økonomisk (se dyrt ud selvom det billigere):

Jeg har forsøgt at skabe et luksuriøst design, så du ikke behøver at gå på kompromis med kvaliteten, når du vælger genbrugsprodukter. Mit mål har været at prøve, at gøre køb af genbrugselementer til en lækkeroplevelse, inden for hesteverdenen, da det eneste alternativ var Facebook Marketplace. Dette kommer efter min research, hvor jeg har opdaget, at brugerne/køberne kan blive afskrækket, hvis prisen og besværet ved at erhverve genbrugsudstyr og genstande bliver for højt

### Stilfuld/inspirerende:

Ved hjælp af min brugerundersøgelse afslørede, at brugerne mister interessen, hvis en proces bliver for kompleks og besværlig. Derfor har jeg bestræbt mig på at gøre det enkelt og letforståeligt, med andre ord, nemt og tilgængeligt. Jeg har prøvet at skabe en stilfuld og inspirerende hjemmeside, der skal prøve at motivere køberen/bruger til at udforske og foretage køb på min platform i stedet for at søge andre steder og købe nyt

### Miljøet i fokus/skabe omtanke:

Miljøet er skabt i fokus igennem billeder, i håb om at vække brugerens nysgerrighed og omtanke—med det mål at inspirere til at vælge mere bæredygtige genbrugsløsninger

### Farver

- Jeg har bevidst valgt at anvende dæmpede farver, primært jordnære toner, for at skabe en fornemmelse af elegance og luksus. Dette er med det formål at gøre det så tiltalende som muligt for brugeren at vælge brugte varer i stedet for nye.

### Billeder

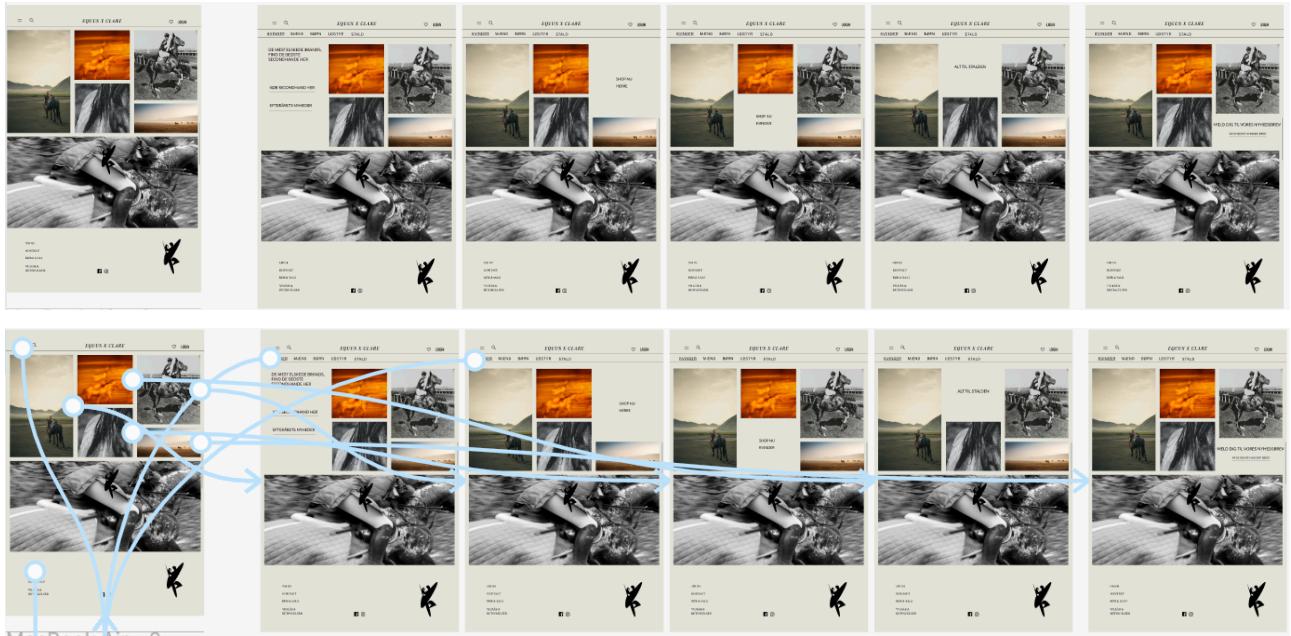
- Jeg har bevidst valgt at bruge dynamiske billeder med naturskønne elementer for at fremhæve den grønne tankegang. Efter mine brugerundersøgelser har jeg tilpasset billedeffekterne, så hvert billede relaterer til et nyt emnenår du kører musen henover.
- Hvilket gør det endnu nemmere og mere intuitivt for brugerne at finde deres 'nye køb'. Billederne er arrangeret i et Grid "gittermønster" for at opretholde konsistens, samtidig med at de skaber en naturlig struktur og hierarki på siden

## Dokumentation af arbejdet i Figma (screenshots og beskrivelser)

Desktop digital prototype

The screenshots illustrate the user interface of the Equus X Clare website, designed in Figma. The site features a clean, modern aesthetic with a light color palette and large, clear typography. It includes a header with navigation links for Kvinder, Mænd, Børn, Udstyr, and Stald, along with a search bar and login options. The homepage displays a grid of images related to equestrian life, including landscapes, horses, and riders. Product pages like 'SWEATER' show a list of items with filters for brand, gender, size, and price. A detailed product page for 'CAVALLERO TOSCANO SWEATER' provides a description, price (KR. 600), and a large image of the sweater. The 'ABOUT US' page contains a brief history and mission statement.

I min proces med at lave en klikbar prototype i Figma, oprettede jeg blandt andet en ny side for hvert tekst-til-billede-element for at skabe en hover-effekt for at skabe forståelse for mine visioner i det færdige site. Mens jeg arbejdede med at gøre det klikbart, fandt jeg personligt, at det blev lidt for komplekst, og derfor ønsker jeg at udforske alternative metoder for at gøre det mere enkelt og brugervenligt for mig selv, når jeg arbejder i Figma.



### Digital prototype mobile:

The digital prototype consists of four mobile screens showing a horizontal scroll of product categories:

- Screen 1 (Left):** Shows categories KVINDER, MÆND, BØRN, UDSTYR, and STALD. Below is a search bar and footer links for OM OS, KONTAKT, KØB & SALG, VILKÅR & BETINGELSER, and social media.
- Screen 2 (Second from Left):** Shows categories KVINDER, TØJ, SKO, TASKER, and ACCESSORIES. Below is a search bar and footer links for OM OS, KONTAKT, KØB & SALG, VILKÅR & BETINGELSER, and social media.
- Screen 3 (Third from Left):** Shows categories RIDEBUKSER, OVERDELE, OVERTØJ, and SORTSTØJ. Below is a search bar and footer links for OM OS, KONTAKT, KØB & SALG, VILKÅR & BETINGELSER, and social media.
- Screen 4 (Right):** Shows categories SWEATER, VESTE, STÆVNEJAKKER, JAKKE, and FLYVERDAGTER. Below is a search bar and footer links for OM OS, KONTAKT, KØB & SALG, VILKÅR & BETINGELSER, and social media.

The screenshots illustrate the mobile user interface of the EQUUS X CLARE website. The first screenshot shows a product page for a 'CAVALLIRO SWEATER' (KR. 600, STR. M) with two images. The second screenshot shows a 'FILTER' menu with categories like KATEGORI, BRANDS, STØRRELSE, VARE STAND, FARVE, and PRIS. The third screenshot shows the 'OM OS' page with a large image of a person riding a horse, a short text blurb, and links to OM OS, KONTAKT, and BETINGELSER.

Min oprindelige hovereffekt fungerede ikke som ønsket på den mobile version af websitet, jeg blev derfor nødt til at omtænke og revidere den. Jeg besluttede at placere mit hero-billede øverst på siden og anbringe teksterne nedenunder som direkte navigationsmuligheder. Samtidig flyttede jeg søgefeltet ned på siden i stedet for at have det i headeren, Og gjorde så den altid er tilgængelig uanset hvor Brugeren befinner sig på websitet.



## Test og resultater

Jeg lavede 3 test i alt

- 1. 5 sek. test og 2 tænke højt test
- 5. Sek., testen gav mit ønskede resultat. Testpersonerne fangede hurtigt formålet med siden, som jeg var lidt nervøs for da jeg havde fjernet så meget tekst. Bl.a. Opdagede de at det var en Webshop, Omhandler noget med heste og Udstyr

Det som de huskede tydeligst var

- Billederne
- Logoet
- Hestene

Jeg spurgte dem om de kunne beskrive siden med tre ord, hvilket gav ønskede resultater, da de overordnede set ramte mine egne tre værdior - ordene bestod b.la.

- o Overskueligt
- o Farverigt/livlig
- o stilrent

Tænke højt test, var den som var mest brugbar i forhold til konstruktivkritik og ændringer til mit site, og var med til at forbedre mine resultater og give en fin forståelse for hvad der fungerede og ikke fungerede og hvad der kunne gøres for at effektivisere min side. Her endte jeg b.la. Med at lave min købside helt om og ændre på rækkefølgen efter testpersons udtagelser, gjorde min navigation mere ligetil med flere tilbage muligheder.

5 sekunders test:

1. Hvad er formålet med siden
  - Web shop
  - Omhandler noget med heste
  - Udstyr
2. Hvilket element husker du bedst?
  - Billederne
  - Logo
  - Begge er meget i øjefaldende
  - Farver
  - Heste på alle billederne
3. Beskriv siden med tre ord?
  - Overskueligt
  - Farverigt/livligt
  - Stilrent

## Tænke høj – test

Baggrundsviden og personen

Køn: kvinde

Alder: 26

Hvad gør du først når du kommer ind på sitet

- For lyst til at vide hvad billeder står for

Hvad synes du om design og layout

- Enkelt
- Levende billeder
- Mennesker
- Ikke animeret
- Giver forståelse
- Godt med en knap i en anden farve

Hvad er dit umiddelbare indtryk

- Får lyst til at trykke ind på noget specifikt
- Flere billeder er fedt
- Mangler at hvis man ruller ned og menuen folder ud

Hvordan virker teksten på forsiden

- Fed effekt
- Får forståelse af at det en side til hestegenbrug

Negativ:

Mangler futter

Ændre logi på sweater, går direkte ind

Styr på futter

Gå tilbage til forsiden igennem logo

Tænke højt test på kvinde

Køn: kvinde

Alder: 47

Indledning spørgsmål

- Hvad gør du først når du kommer ind på sitet

Trykke på billeder for at se hvad der sker, og finde ud af hvad der ellers er på site

- Hvad synes du om design og layout

synes godt om stilens,

Spændende

Dyrt

- Hvad får du ud af teksten på forsiden?

teksten giver mening

- Hvad er dit umiddelbare indtryk

det dyrt

Virker ikke billigt

Hvis det var billigt skulle der være reklamer eller bander med det samme

Forventer at alle billeder føre til noget

Billeder som matcher til teksten

Opgaver til sitet

- Hvis du vil købe en sweater, hvordan gør du

Nemt

Videre direkte tilbage til forsiden

Reklame i fokus, ved menu linje

Skrift ved filter

Hvis du vil finde frem til yderligere information på siden, hvordan vil du gøre det

Springer i tekst

Secebdhands

Billeder skulle føre til et nyt sted på sitet

Synes godt om teksten kommer frem

Der skal ske noget på alle billederne

Ryger væk fra sweater

## Kodet site

---

### VS Studio kode

Jeg vil gerne fremvise HTML og CSS-koden for min mobilvenlige carousel, som jeg anvendte i mit købslide. Dette ønsker jeg at dele, da jeg brugte mest tid på at løse denne del af projektet.

```
<a href="#liked"></a>
<a href="#login"></a>
| <a href="#login">LOGIN</a>
</div>
</div>
</nav>

</header>

<main>
  <div class="swipe">
    <div class="wrapper">
      <div class="carousel">
        <div class="prev"></div>
        <div class="next"></div>
        <div class="slide">
          
        </div>
        <div class="slide">
          
        </div>
        <div class="slide">
          
        </div>
        <div class="slide">
          
        </div>
        <div class="slide">
          
        </div>
      </div>
    </div>
  </div>
</main>

<div class="grid_1-1-1">
  <div class="salg">
    <h1>CAVALLERIA TOSCANIAN SWEATER</h1>
    <h2>SWEATER</h2>
  </div>
</div>
```

```
.carousel {
  width: 100%;
  overflow: hidden;
  position: relative;
}

.slide {
  width: 100%;
  display: none;
  position: relative;
  /* Tilføj position relative */
}

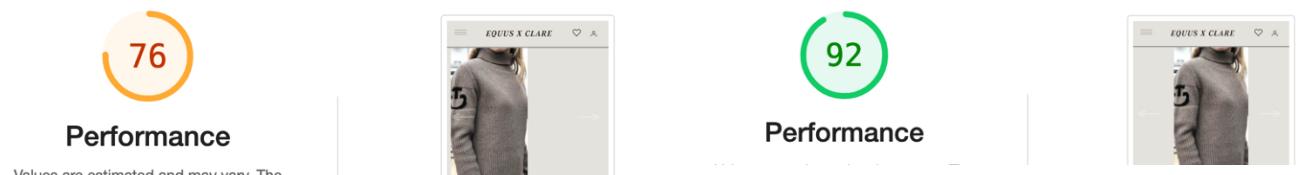
img {
  width: 100%;
  height: auto;
}

.slide {
  height: 50%;
  width: 50%;
  position: relative;
  margin: 0 auto;
}

.slide-image {
  height: 50%;
}

.prev {
  left: 10px;
}
.next {
  right: 10px;
}
.prev,
.next {
  color: #fff;
  font-size: 4rem;
  opacity: 0.3;
  transition: 0.5s;
  cursor: pointer;
}
```

### Lighthousetest:



Jeg opdagede, at min CSS-kode for carousellen ikke fungerede så godt som ønsket. Som følge heraf besluttede jeg at foretage nogle ændringer i min CSS-fil specifikt inden for carousellen. Her ændrede jeg positionen til "relative" for at centrere billedet i midten. Jeg justerede også fontstørrelsen for h1-elementet til en mindre font størrelse, når det vises på mobil. Efter at have gennemført disse ændringer, bemærkede jeg en positiv forbedring, da jeg kørte Lighthouse-testen igen.

### **Præsentation**

#### PowerPoint af præsentation

- Bliver også sendt som bilag, hvis der er problemer med åbning af linket
- [file:///Users/rebeccapaaschburg/Library/Containers/com.apple.mail/Data/Library/Mail%20Downloads/F7618C06-7B05-4731-A245-7659EF61AB9E/030401\\_pr%C3%A6sentation\\_rebecca\\_p.pdf](file:///Users/rebeccapaaschburg/Library/Containers/com.apple.mail/Data/Library/Mail%20Downloads/F7618C06-7B05-4731-A245-7659EF61AB9E/030401_pr%C3%A6sentation_rebecca_p.pdf)

#### Feedback fra præsentationen

- Feedback af Peter

Samlet set var præsentationen god, men dog skal jeg arbejde på at stramme den yderligere op. Jeg har en tendens til at have for meget, jeg ønsker at fortælle- har derfor for meget information. Jeg skal blive bedre og øve mig i at have/udvælge de allervigtigste punkter til min fremlæggelse.