

Forsiden skal indeholde:.....	2
Planlægning og projektstyring.....	2
Teamkontrakt.....	2
Scrum.....	2
Trello.....	2
Medvirkende virksomhed.....	2
Virksomhedsnavn.....	2
Virksomhedsadresse.....	2
Kontaktpersoner i virksomheden.....	2
Virksomhedens website.....	2
Virksomhedens some profiler.....	2
Aftale med virksomhed.....	2
Beskriv hvordan I har fundet frem til virksomheden.....	2
Research: Virksomhedens nuværende website.....	2
Sitemap.....	3
Funktionalitetsliste.....	3
Wireframe.....	3
Styletile.....	3
Indholdsoversigt.....	3
Analyse af brugernes opfattelse af eksisterende site.....	3
5-sec test.....	3
BERT.....	3
Research: Virksomhedens forretningskoncept.....	3
Afsender.....	3
Målgruppe.....	3
Produkter/services.....	3
Unique selling proposition (USP).....	3
Virksomhedens redesignede website.....	3
Idéudvikling.....	3
Sitemap / wireframe /prototype.....	4
Moodboard.....	4
Styletile.....	4
Prototype.....	4
Test.....	4
Tænke-højt-test.....	4
5 sek.....	4

BERT.....	4
Heuristisk test.....	4
Lighthouse.....	4
Video.....	4
Tekst.....	5
Fotos.....	5
Billedmateriale.....	5
Refleksion indholdsproduktion:.....	5
Foto.....	5
Tekst.....	5
Video.....	5
Kode.....	5
Validering af CSS & HTML.....	5
Refleksion Git / GitHub:.....	5
Præsentation.....	5
Link til præsentationen.....	5
Feedback fra præsentationen.....	5
Refleksion.....	5
Refleksion sitet:.....	6

## Fra underviserne

Alle understående overskrifter skal have noget indhold. Hvis I ikke mener det har været relevant for jeres løsning, skriver I bare det, og forklarer kort hvorfor.

Rigtig meget kan dokumenteres let med skærmdumps, og det er helt ok at linke til de enkelte undersøgelser hvis de ligger i selvstændige dokumenter (f.eks. Google docs).

I refleksions-afsnittene vil vi gerne have, at I beskriver jeres redesign løsning med de fagudtryk, I har lært indenfor uddannelsens områder. Vi vil gerne have en beskrivelse af jeres proces og de eventuelle vanskeligheder, I er stødt på undervejs.

Forsiden skal indeholde:

- **Teamnummer:** 3
- **Navn på alle teammedlemmer:** Amalie, Andreas, Carl & Ea

- Link til teamkontrakten
  - [https://docs.google.com/document/d/1VYh-BOB3\\_mf\\_bj3fFTG8HMXz-9CCKLXscstUsozwV8/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/document/d/1VYh-BOB3_mf_bj3fFTG8HMXz-9CCKLXscstUsozwV8/edit?usp=sharing)
- Link til GitHub repository
  - [https://github.com/sagecave/bak\\_website2.git](https://github.com/sagecave/bak_website2.git)
- Link til Netlify med teamets kodede site
 

https://clever-pothos-311e02.netlify.app/
- Link til kvadratisk video
  - <https://www.youtube.com/shorts/4bHAbDyHjrg>
- Link til teamets pitch
  - [https://studkea-my.sharepoint.com/:p/r/personal/amhe0001\\_stud\\_kead/Documents/Pr%C3%A6sentation-%20gruppe%203.pptx?d=wffe78ca6893148cb70d286a4ac4b388&csf=1&web=1&e=soe4A2](https://studkea-my.sharepoint.com/:p/r/personal/amhe0001_stud_kead/Documents/Pr%C3%A6sentation-%20gruppe%203.pptx?d=wffe78ca6893148cb70d286a4ac4b388&csf=1&web=1&e=soe4A2)

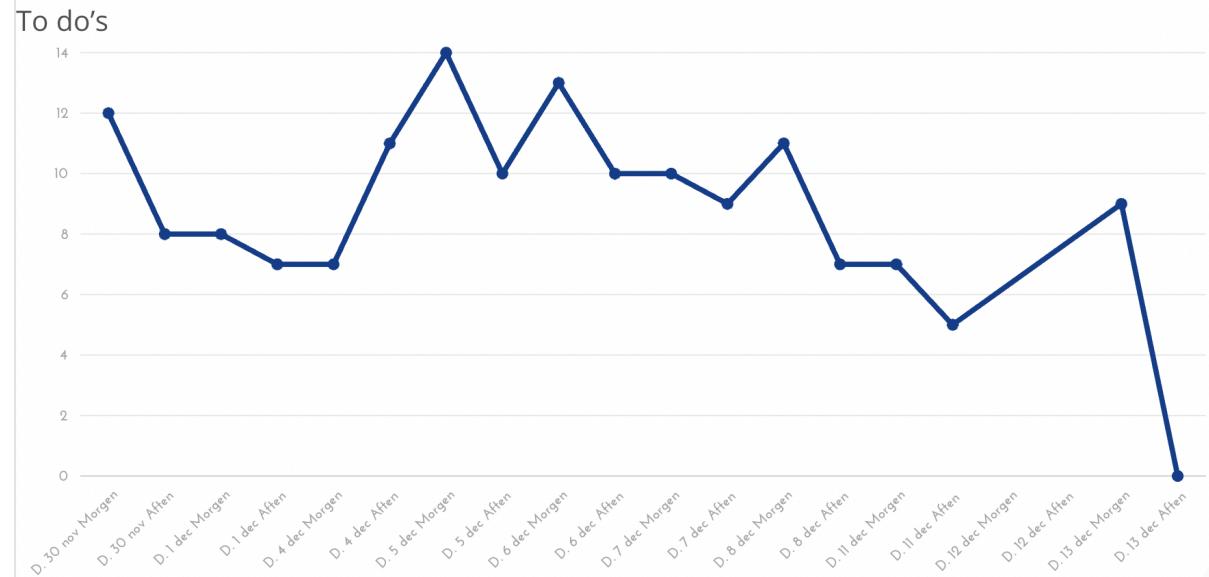
## Planlægning og projektstyring

Teamdannelse, proces, planlægning, projektgruppe og -styring

### Teamkontrakt

- [https://docs.google.com/document/d/1VYh-BOB3\\_mf\\_bj3fFTG8HMXz-9CCKLXscstUsozwV8/edit?usp=sharing](https://docs.google.com/document/d/1VYh-BOB3_mf_bj3fFTG8HMXz-9CCKLXscstUsozwV8/edit?usp=sharing)

### Scrum



### Trello

- <https://trello.com/invite/b/HWbOnIsG/ATTI94ae718eeb4425e52119fdb25b2c57c9FCB9D1F3/team-5>

## Medvirkende virksomhed

**Virksomhedsnavn**

Navn på virksomheden: BAK

**Virksomhedsadresse**

BAK's adresse Store Kongensgade 54, 1264 København

**Kontaktpersoner i virksomheden**

Betina Bak

**Virksomhedens website**

BAK's nuværende hjemmeside: <https://baksandwich.dk/>

**Virksomhedens SoMe profiler**

BAK's SoMe profiler består af Facebook og Instagram

Facebook: <https://www.facebook.com/people/BAK-Sandwich/100063597342000/>

Instagram: <https://www.instagram.com/baksandwich/>

**Aftale med virksomhed**

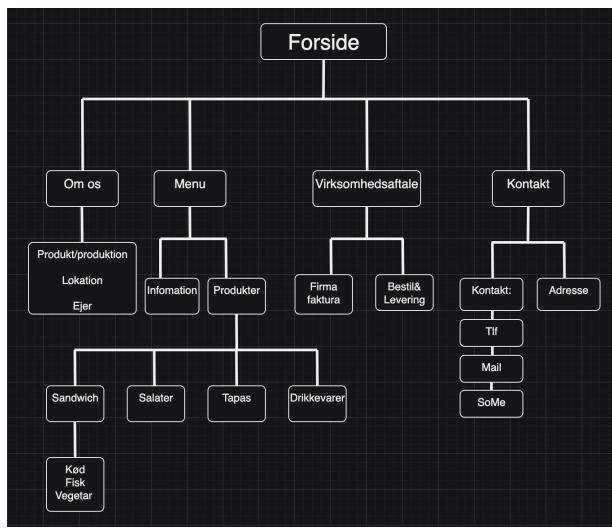
De har ikke interesse i at ændre deres hjemmeside.

**Beskriv hvordan I har fundet frem til virksomheden.**

Vi brainstormede samlet hvem vi kendte der enten havde eller arbejdede i en virksomhed, der også havde en fysisk forretning vi kunne filme i. Til sidst fandt vi frem til Carls mor, Betina ville være det bedste match.

**Research: Virksomhedens nuværende website****Sitemap**

Overblik over sitets struktur.



## Funktionalitetsliste

De vigtigste brugerrejser/user stories på sitet:

User stories:

**Som (rolle)** en person der arbejder hårdt.

**Vil Jeg (opgave)** gerne have noget mad.

**Så jeg (fordel)** så jeg kan få energien tilbage til at arbejde.

Menu

Åbningstider og adresse

Mandag 08-16

Tirsdag 08-16

Onsdag 08-16

Torsdag 08-16

Fredag 08-16

Lørdag: Efter aftale

Søndag: Lukket

St. Kongensgade 54

1264 København K

Kontakt

Tlf: 30 11 30 41

Mail: kontakt@baksandwich.dk

Sociale medier (facebook, instragram)

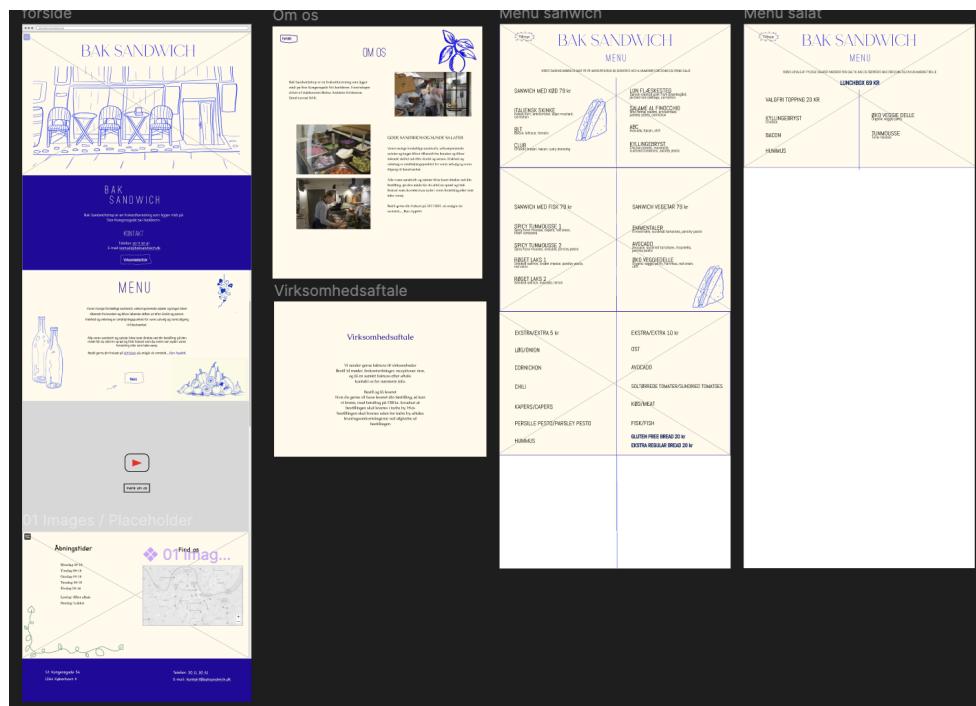
<https://www.instagram.com/baksandwich/>

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100063597342000&ref=ts>

## Wireframe

**Sidernes layout og elementernes placering: navigation, header, footer etc. Vælg fx 3 sider, som går igen flest gange på sitet.**

Vores wireframe, er blevet til vores prototype, da vi bare har arbejdet videre på selve wireframen. dette er grunden til at vi ikke kan fremvise en wireframe.



## Styletile

Foto- og videostil (designanalyse)



## Indholdsoversigt

Hvad er der af indhold på det eksisterende site

- Forside
- Om os
- Virksomhedsaftale
- Menu
- Kontakt

Analyse af brugernes opfattelse af eksisterende site

BERT

Sjov	Serios
50 %	20 %
Varm	Kold
20 %	80 %
Imødekommenende	Intimiderende
40 %	30 %
Pæn	Grim
50 %	30 %
Professional	Amator
60 %	30 %
Uformel	Formel
70 %	10 %
Simpel	Kompleks
50 %	10 %
Moderne	Forældet
50 %	30 %

## Research: Virksomhedens forretningskoncept

Undersøg hvad virksomhedens forretningskoncept og budskab er. Beskriv hvilke metoder I har brugt til at afklare nedenstående.

### Afsender

- Brand - hvilken historie vil virksomheden fortælle? Hvilket budskab?
  - At de har gode, friske muligheder for mad og det er nemt tilgængeligt, især for virksomheder der ønsker nem og lækker mad til hele kontoret

### Målgruppe

- Hvem ønsker de at ramme og hvilken målgruppe vælger I?
  - Forbipasserende, turister, lokale og virksomheder. Vi har valgt turister og virksomheder
- Hvilke behov opfylder virksomheden for målgruppen?
  - De ligger lokalt, så det er nemt tilgængeligt. De har et bredt udvalg af varer, og har god mulighed for at kontakte og bestille.
- Hvordan tiltrækker de målgruppen?
  - God placering, venligt personale og friske varer

### Produkter/services

- Hvilke produkter eller services sælger virksomheden?
  - Sandwich
  - Drikkevarer
  - Salater
  - Tapas
  - Morgenmad
- Hvad er deres selling propositions?

- Det er frisklavet
- Det er nemt
- lokalt/placering

### Unique Selling proposition (USP)

- Hvad er virksomhedens USP?
  - Det er frisklavet
  - Det er nemt
  - lokalt/placering
- Hvordan overtaler de målgruppen til at købe?
  - At de laver maden på bestilling, så det er frisklavet
  - Det er nemt at kontakte og bestille

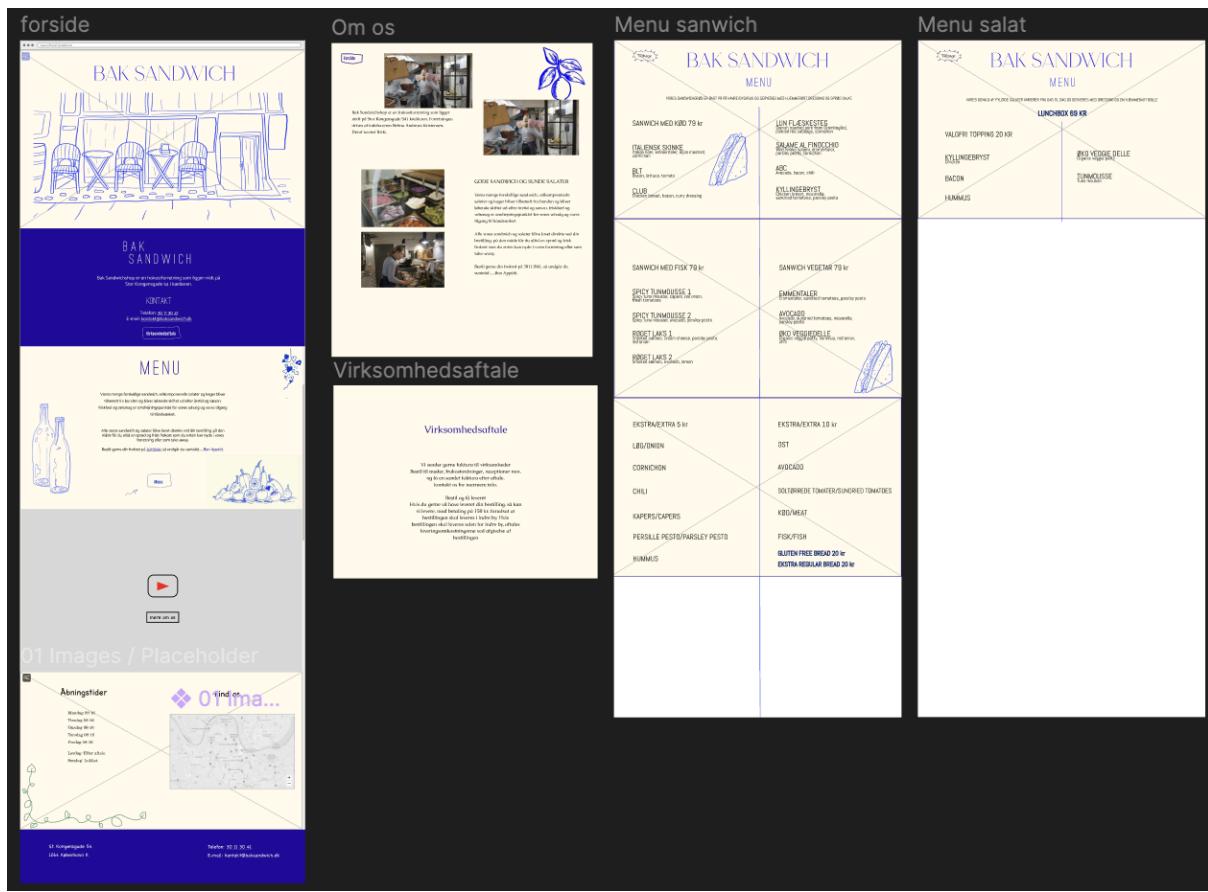
### Virksomhedens redesignede website

- Hvilken målgruppe vælger I at fokusere på?
  - Vi fokuserer på turister og virksomheder der laver virksomhedsaftaler på bestilling
- Hvilke brugerrejser/funktionaliteter fokuserer I på?
  - Vi har fokuseret på virksomheder og turister. Virksomhederne har vi fokuseret på, ved at få det til at se mere professionelt ud, mere imødekommande, og mere overskueligt inde på siden, så det er nemmere at lave en bestilling. Turisterne har vi fokuseret på ved at lave menuen til engelsk.

## Idéudvikling

### Sitemap / wireframe /prototype

- Hvor skal indhold være på websitet, og hvordan skal det indgå i layoutet af siderne? (lofi **wireframe** på papir + liste over indhold). Brug evt. inspiration til fremgangsmåde fra grundlæggende UX's Design Sprints Sketch-dag. (Lightning demos, Crazy 8's og Solution Sketch)



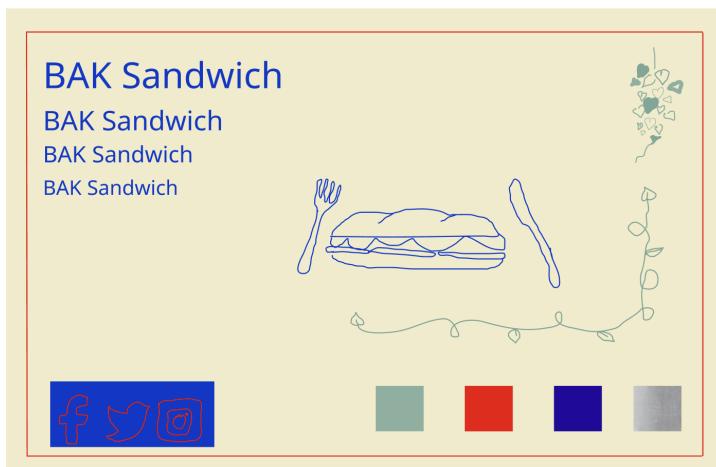
## Moodboard

Vi lavede ét moodboard hver, og valgte at gå videre med to af dem. De ord vi valgte at fokusere på er: Indbydende, uformel og friskhed



## Styletile

- Hvilket udtryk vil I bruge? Vis det i et Styletile (herunder fotostil eksemplificeret ved nogle af jeres motiver i det valgte format og framing).



## Prototype

- Prototype i Figma. I skal lave for desktop, gerne mobil, hvis I har behov for det.

link til prototype i

figma:<https://www.figma.com/file/dX16FTzUV9Te44T3PILyy/team3-wireframes?type=design&node-id=68%3A464&mode=design&t=6fvFo81sSgDiYtGv-1>

## Test

BERT

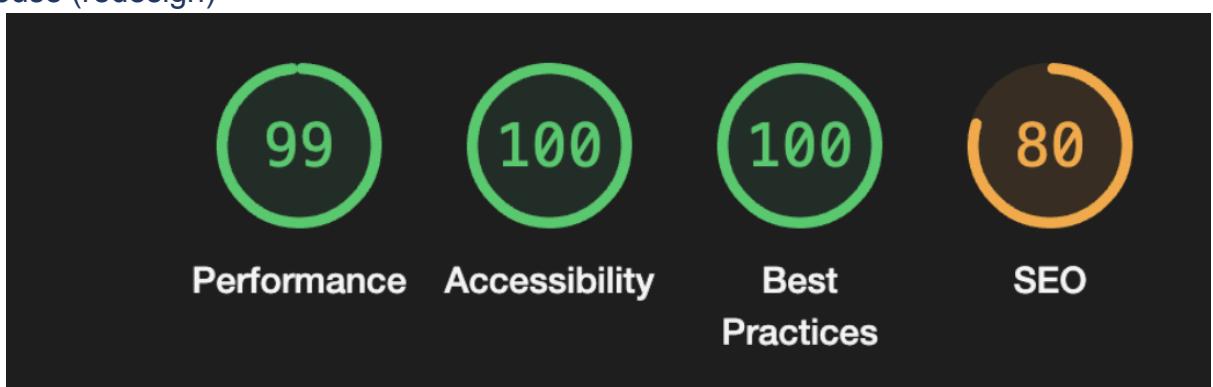
### Eksisterende site

Sjov	Seriøs
50 %	20 %
Varm	Kold
20 %	80 %
Imødekommen	Intimiderende
40 %	30 %
Pæn	Grim
50 %	30 %
Professionel	Amatør
60 %	30 %
Uformel	Formel
70 %	10 %
Simpel	Kompleks
50 %	10 %
Moderne	Forældet
50 %	30 %

### Redesign

Sjov	Seriøs
0 %	100 %
Varm	Kold
50 %	0 %
Imødekommen	Intimiderende
100 %	0 %
Pæn	Grim
90 %	10 %
Professionel	Amatør
100 %	0 %
Uformel	Formel
0 %	70 %
Simpel	Kompleks
70 %	0 %
Moderne	Forældet
100 %	0 %

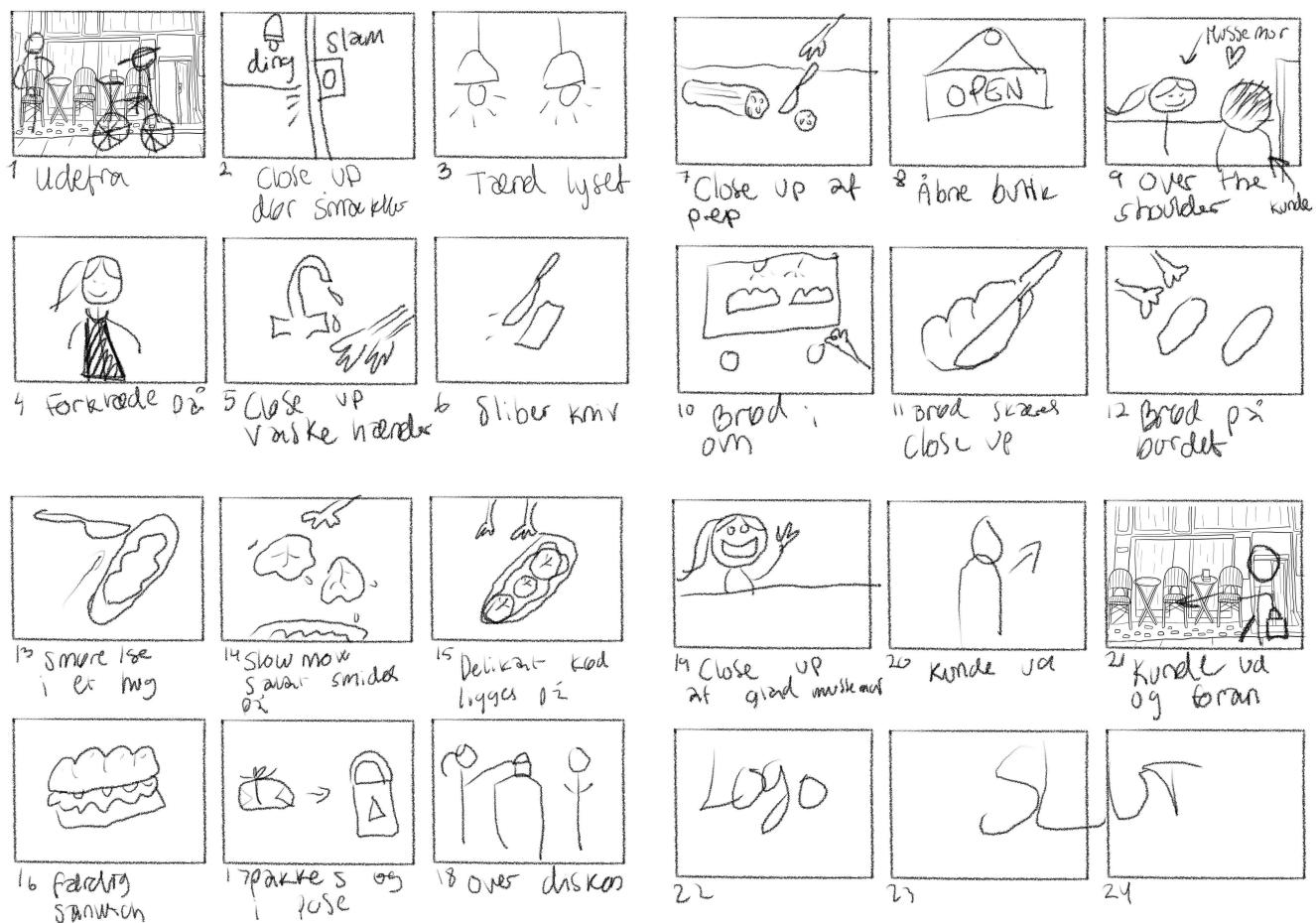
## Lighthouse (redesign)



# Indholdsproduktion

## Video

### Storyboard

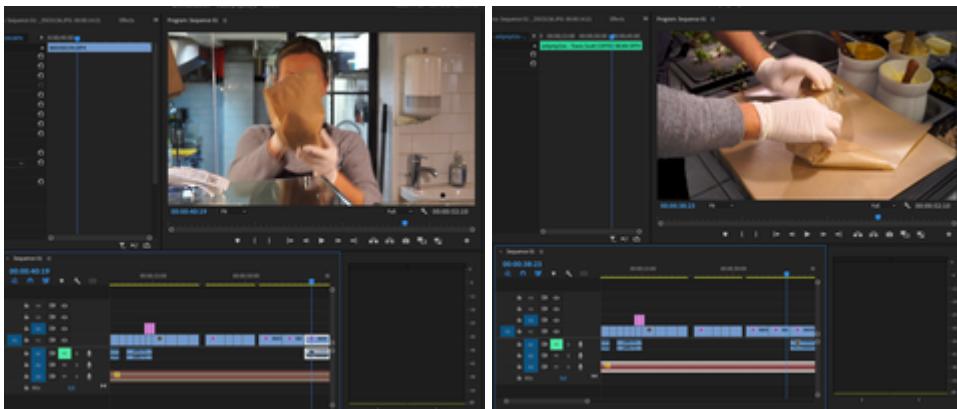


### Klippeteknik og indstillinger

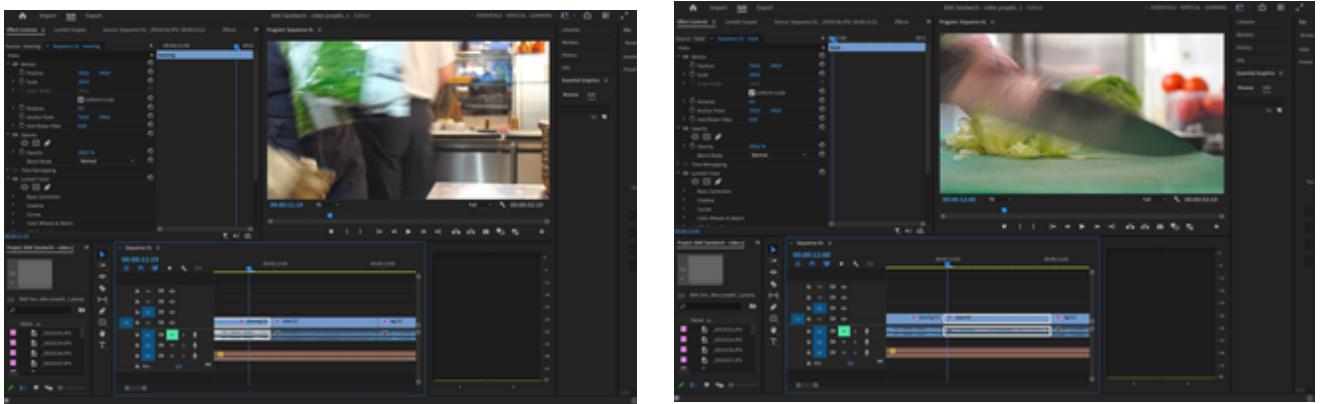
Vi har taget inspiration fra Filmcentralens hjemmeside, om "Klip i bevægelse".

Indstillingen begynder som en bevægelse, der fortsætter ind i den næste indstilling. Det er for at skabe en slags usynlig klipning, fordi seeren har sin opmærksomhed på bevægelsen. Derfor lægger man ikke mærke til, at der er klip mellem indstillerne - fordi seeren er optaget af bevægelsen, og derfor overser, at der bliver klippet.

Indstillerne i bevægelse i Premiere Pro:



Eksempel 2:



## Link til vores video

<https://www.youtube.com/watch?v=YU2stOYtm7c>

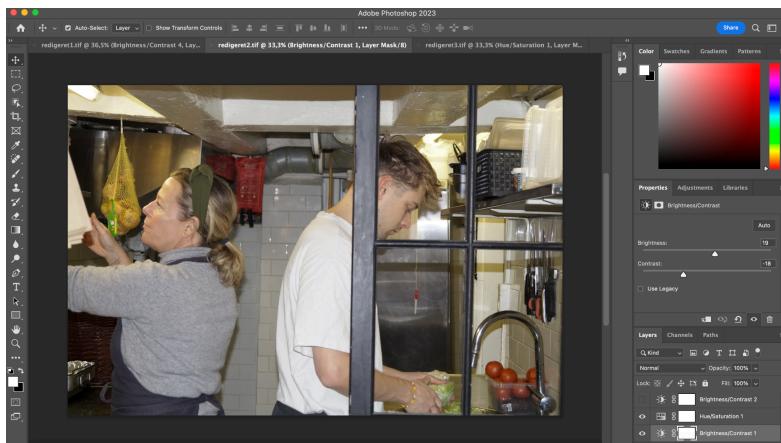
### Tekst

copy, microcopy

### Fotos

Billedmateriale

- I redigeringen af billederne, valgte vi at få lavere kontrast, gøre det en anelse lysere og en smule varmere. Vi redigerede billederne i Photoshop. Dette gjorde vi i overensstemmelse med virksomhedens budskab og nøgleord, som fx indbydende og uformel



Her ligger alle jeres stillfotos i høj og bredformat. Kan f.eks. være skærmdump fra Finder eller Lightroom eller lign. Det er en go' ide at have minimum 10 motiver som alle er taget i 3 forskellige vinkler og både høj og bredformat (se skema i 'Tjekliste til optagelse' på Fronter). Så er man sikker på at der er nok at vælge imellem.

Husk beskrivelse af processen af jeres postproduktion. Eksemplificer jeres originalbilleder med mindst 3 stk og forklar, hvordan og hvorfor de er efterbehandlet.

### Refleksion indholdsproduktion:

Hvad ville I evt. have gjort anderledes

Vi forestiller os at I skriver ca. en halv side

#### Foto

- Til refleksion ville vi gerne have haft lys med næste gang. Det havde ikke indgået i vores overvejelser at medbringe lys, da vores tidligere oplevelse med at filme ikke gav grundlag for det. Men fejlen lå i at vi filmede om morgenen, da der var mørkt, og lyset i forretningen var ret skarp og kold. Det ville passe bedre overens med vores vision, hvis de var blødere og varmere i udtrykket.  
Overordnet set kunne vi godt have taget flere billeder under optagelserne, da det ville gøre det nemmere hvis vi havde flere billeder at vælge mellem.

#### Tekst

- Vi har taget teksten der var på den eksisterende site, så der er ikke mange ændringer. Nogle af de få ændringer vi har foretaget os er i menuen, hvor vi har ændret det til engelsk, for at det skulle være mere inklusivt for turister. Hvis vi havde evner og tiden til det, ville vi gerne have lavet en knap så man kunne vælge hvilket sprog sitet skulle vises i.

#### Video

- Vi havde lånt et spejleffektkamera i Kea's lab, samt tripod. Udover en belysning, der gav en dårlig forudsætning, havde ingen i vores gruppe den store erfaring med kameraer. Fokus og andre indstillinger på kameraet kunne have været bedre - hvis vi var bedre til at operere udstyret. Et kamerastativ havde også været bedre end en tripod.

Vi optog i butikken under åbningstid. Dette betød, at flere af vores optagelser fik et forsøg. Skulle der ikke skæres mere flæskesteg, skulle der ikke skæres mere flæskesteg. Og af hensyn til butikken og medarbejderne prøvede vi ikke at forstyrre deres arbejdsproces for meget. Set tilbage kunne det evt have været en god idé at filme senere på dagen (efter rushperioden) -eller efter lukketid.

#### Kode

**Udvælg noget kode i evt. kunne være interessant for resten af holdet, eller noget hvor I er blevet meget klogere på egen hånd.**

Dette stykke koden har været et vigtigt element for opbyggelsen af vores hjemmeside, da denne kode har været grundlæggelse for at vi kunne manipulere højden af vores hjemmeside og derved skabe forskellige højder som enten er vist som en hel side eller som en mindre boks der indeholder viden.

```
● ● ●

<section id="menuSide" class="menu_section">
  <div class="menu_afstand grid_1-1-1">
    <h2>MENU</h2>
    <p>
      Vores mange forskellige sandwich, velkomponerede salater og kager
      bliver <br />
      tilberedt fra bunden og bliver løbende skiftet ud efter årstid og
      sæson. <br />
      friskhed og velsmag er omdrejningspunktet for vores udvalg og vores
      tilgang <br />
      til håndværket.
    </p>
    <p>
      Alle vores sandwich og salater blive lavet direkte ved din
      bestilling. <br />på den måde får du altid en sprød og frisk frokost
      som du enten kan nyde i vores <br />
      forretning eller som take-away.
    </p>
    <div class="tekst_knap_p">
      <p>
        Bestil gerne din frokost på 30113041, så undgår du
        ventetid.....Bon Appétit.
      </p>
      <button class="menuFoside_knap_lined_thin_forside"
        onclick="window.location.href='menu.html'">
        
      </button>
    </div>
    
    
    
  </div>
</section>
```

```
● ● ●

.menu_section {
  width: 100%;
  height: 100vh;
}
```

- **Layoutdiagrammet for redesign**

## header

```
div .burger_menu
```

```
<button>
```

## main

```
section sandwich_kød
```

```
div .col_column  
<h3>  
<h3, p *3>
```

```
div .col_column  
<h3, p *4>
```

```
section .menu_page .grid_1-1
```

```
div .col_row
```

```
div .col_row
```

```
div .col_column  
<img>  
<img>
```

```
div .col_column  
<h2>  
<p>
```

- **Er den responsiv**

Den er responsiv på den måde at den benytter sig af værdier som respondere lidt. (vh,vw,rem,em), men den er ikke blevet gjort helt responsiv, da hjemmesiden ikke er understøttet af @media screen and (min-width).

- Hvis I bruger kode fra andre sites, ex. menu eller gallery, skal I beskrive, hvor I har hentet koden, samt hvordan I har implementeret den.

Dette er ikke noget vi genkender i vores kode.

## Validering af CSS & HTML

Indsæt skærmdump med ét eksempel.

```

1. Info Trailing slash on void elements has no effect and interacts badly with unquoted attribute values.
From line 5, column 3; to line 5, column 26
<head>... <meta charset="UTF-8" />... <me

2. Info Trailing slash on void elements has no effect and interacts badly with unquoted attribute values.
From line 6, column 3; to line 6, column 74
F-8" />... <meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1.0" />... <me

3. Info Trailing slash on void elements has no effect and interacts badly with unquoted attribute values.
From line 7, column 3; to line 7, column 52
1.0" />... <meta name="robots" content="noindex,nofollow" />... <ti

4. Info Trailing slash on void elements has no effect and interacts badly with unquoted attribute values.
From line 9, column 3; to line 9, column 49
</title>... <link rel="stylesheet" href="css/layout.css" />... <li

5. Info Trailing slash on void elements has no effect and interacts badly with unquoted attribute values.
From line 10, column 3; to line 10, column 48
css" />... <link rel="stylesheet" href="css/style.css" />... <li

6. Info Trailing slash on void elements has no effect and interacts badly with unquoted attribute values.
From line 11, column 3; to line 11, column 49
css" />... <link rel="stylesheet" href="css/hjemmeside.css" />... </head>

```

## Refleksion Git / GitHub:

Hvad ville vi evt. have gjort anderledes

Sammen er vi som gruppe kommet til en konklusion på at vi skulle have kommunikeret bedre i forhold til hvornår og hvem der var i gang med at lave noget på hjemmesiden, samt at vi skulle være bedre til at uploadet man havde lavet så ikke kom til at forstyrre processen senere hen. Dette var noget vi oplevede, da noget magen til skete og hjemmesiden gik op i hat og briller. Og derved lærte vi også altid at have en kopi af projektet.

## Præsentation

Link til præsentationen

[https://studkea-my.sharepoint.com/:p/r/personal/amhe0001\\_stud\\_ke\\_a\\_dk/Documents/Pr%C3%A6sentation-%20gruppe%203.pptx?d=wffe78ca6893148c2b70d286a4ac4b388&csf=1&web=1&e=soe4A2](https://studkea-my.sharepoint.com/:p/r/personal/amhe0001_stud_ke_a_dk/Documents/Pr%C3%A6sentation-%20gruppe%203.pptx?d=wffe78ca6893148c2b70d286a4ac4b388&csf=1&web=1&e=soe4A2)

Feedback fra præsentationen

- Vi skulle vise mere af vores proces
- Være bedre til at understøtte hvad vi siger om den nuværende hjemmeside
- God hjemmeside
- God video
- Bruge flere fagbegreber vi har lært i undervisningen
- Vi havde ikke fremvist borttesten på den rigtige måde

## Refleksion

### Refleksion sitet:

Hvad kan det nye site bedre end det gamle? Hvilke testresultater har påvirket redesignløsningen. Og hvordan?

Hvad ville vi evt. have gjort anderledes.

**Vi forestiller os at I skriver ca. en halv side**

Vi har fokuseret på at lave BERT og lighthouse test, for at måle både kodningen og brugeroplevelsen. Når det kommer til lighthouse, har vi forbedret alle parametrene. Det som vi skulle have gjort bedre, var SEO. Noget af det vi kunne have forbedret var “Eliminate render-blocking resources” og “Enable text compression”. I vores BERT test af den eksisterende site, vurderede kun 20% af siden var “varm”, kun 40% synes den var imødekommande og kun 50% synes den var simpel/overskuelig. Disse ting var noget som vi gerne ville fokusere på i vores redesign. Ved testning af vores redesign vurderede 50% at siden var varm, 100% synes den var imødekommande og 70% synes den var simpel/overskuelig. Dermed kan vi vurdere, at vi er kommet godt i mål med vores forudsætninger.

Der er nogle ting vi gerne ville have gjort anderledes mht vores tests. Ift lighthouse, ville vi som sagt have forbedret SEO. På bert testen ville vi gerne have opstillet vores informationer anderledes. Så det ville være nemmere at læse. Det ville bla. vise vores mål op imod det egentlige resultat. Samtidig ville vi ikke have spørgsmålet “Er den grim eller pæn” med, da det ikke giver den mest brugbare information at gå videre med.

Overordnet set har det nye website et mere moderne og stilrent udtryk. Derudover fanger den blå farve en interesse, som den sort/hvide website ikke kan på samme måde. Vi har forsøgt at gøre hjemmesiden mere delikat, ved at bruge tegninger af facaden og små billeder rundt på siden. Så passer det bedre ind i det københavnske moderne website univers for restauranter og barer.

I selve vores arbejdsproces som team, skulle vi have brugt lidt længere tid på at få lavet et bedre skema over, hvad vi gjorde hvornår. Vi kunne generelt godt have været bedre til at planlægge vores processer, selvom vi endte ud med et tilfredsstillende resultat. Dermed har der været en rolig og pæn tone og et godt samarbejde.