

Idrætshøjskolen Sønderborg

Tema 9 case

Gruppe 4

Sara Johanne Nielsen - sara345a@stud.kea.dk
http://sarajohanne.dk/kea/2.semester/tema_09/IHS_wordpress/index.html

Sara Bitten Heberg - sara815f@stud.kea.dk
http://bittenbybeauty.dk/kea/0.2/tema9/tema9_ihs/

Siff Leva Jensen - siff0077@stud.kea.dk
http://siffleva.dk/kea/09_CMS/09_05_01_IHS/index.html

Sarah Isabella Frederiksen - sara616b@stud.kea.dk
https://sarahfrederiksen.dk/kea/2_semester/tema9/ihs/index.html

Julie Mandrup Otte - juli88e8@stud.kea.dk
http://jmotte.dk/kea/2_semester/tema_09/ihs/index.html

Indholdsfortegnelse

Indledning	3
Problemstilling	3
Projektstyring	3
Planlægning	3
 Research	 4
Målgruppe	4
Desk research:	4
Survey indsigter	5
Personas	8
Empathy Map	9
Detaljeret sitemap	9
IA-analyse	10
Business Model Canvas	11
Content Outlines og detaljeret sitemap	12
SWOT- og TOWS-analyse	12
KPI'er	14
SEO-analyse	14
Costumer journey	15
Konklusion på research	16
 Proces	 17
Redegørelse for tolkning af klientens behov	17
Designguide	18
Moodboard	19
Styletile	20
Fonte	20
Farver	20
Teknisk Dokumentation	21
Wireframes	21
Kode	23
Wordpress Back-end, WP REST API og JSON	23

SEO-analyse af vores site	26
Test	28
Redegørelse for valg af testpersoner	28
Brugertest	29
Card sorting	30
Konklusion på test	31

Konklusion	32
-------------------------	-----------

Referenceliste/kilder	33
------------------------------------	-----------

Bilag	33
--------------------	-----------

BERT-test - IHS hjemmeside	33
----------------------------------	----

BERT-test - Prototype	34
-----------------------------	----

Card sorting test.....	36
------------------------	----

Indledning

Sønderborg Idrætshøjskole, forkortet IHS, er en unik højskole, som har en masse spændende oplevelser at tilbyde. Dog kræver mængden af spændende tilbud også en stor mængde information, som skal ud til de mange, der overvejer et højskoleophold på IHS. Størstedelen af informationen på IHS' site er relevant, men hvordan kan vi nemmest få konstrueret et site, som er spændende, indbydende og overskueligt, hvor ingen information går tabt? Det vil vi give vores bud på i dette projekt.

Problemstilling

Da IHS, som sagt, har en hel del information, som skal ud til brugerne, har de brug for hjælp til at udvikle en overskuelig og god informationsarkitektur på deres site. Vi vil i denne rapport undersøge, hvordan brugerne vurderer IHS' originale site, da vi på den måde kan finde ud af, hvor de største problematikker ligger. Derudover vil vi undersøge, hvilke ønsker brugerne generelt har til et højskole-site, samt hvilke typer information de primært ville søge efter, og hvor de ville søge efter dem henne.

Vores mål er at gøre det så nemt for brugeren som muligt at finde de ønskede informationer samt skabe et site, som er indbydende og spændende, så det stemmer overens med den ånd og stemning, som IHS skaber for sine højskoleelever.

Projektstyring

Link til [Google Drev](#)

Planlægning

Link til [Trello](#)

Link til [gruppekontrakt](#)

Link til [tidsoversigt](#)

For at have de bedst mulige forudsætninger i vores gruppearbejde og for at kunne bevare overblikket gennem projektet, har vi indgået en gruppekontrakt samt opsat et Trelloboard. Ved at have udarbejdet en gruppekontrakt har vi sørget for at forventningsafstemme og på denne måde skabe en fælles forståelse for, hvordan vi gerne vil have, at projektet skal forløbe.

Vores Trelloboard er udarbejdet med inspiration fra SCRUM. Vi holder så vidt muligt et "daily SCRUM"-møde, hvor vi opsummerer, hvad der er blevet lavet, hvad der er i gang, og hvad der skal laves. Vores Trelloboard er essentielt, da det er der, vi har overblik over de forskellige elementer af projektet. Boardet er inddelt i *deadlines*, *To do*, *doing*, *done* og *afleveret*. Inddelingen gør, at vi hurtigt kan få et overblik over, hvor langt vi er i processen, samt hvad der evt. måtte mangle. Vi tilføjer desuden løbende punkter til boardet, mens projektet skrider frem. Til slut estimerede vi kort, hvor lang tid der skulle bruges på de enkelte opgaver. Dette hjælper med, at vi kan overholde vores deadlines, samt at der ikke bliver brugt unødigt tid på enkelte opgaver.

Research

Målgruppe

Link til [målgruppeanalyse](#)

Desk research:

Vi brugte desk research til at finde relevant viden om højskoler, og hvem der vælger at tage på højskoleophold. De vigtigste indsigter, vi har fundet frem til, fandt vi på IHS.dk, Danmarks statistik og højskolerne.dk.

Gennem højskolerne.dk fandt vi en grundlæggende viden om, hvem der tager på højskole. Vi fandt ud af, at man skal være 17,5 år for at måtte tage på højskole, og at det oftest er de unge mellem 18-25 år, som tager afsted. Familier og seniorer tager oftest på de korte kurser, som tilbydes (Højskolerne, n.d.).

Fra IHS' eget site kan vi se at deres primære målgruppe er unge mellem 18-24 år. Heraf er størstedelen mellem 19-21 år (Idrætshøjskolen Sønderborg, n.d). Man kunne antage, at denne del af eleverne har sabbatår, inden de starter en videregående uddannelse. Skolen har også en god portion elever mellem 22 og 26 år, som formentlig tager pause mellem deres bachelor og kandidatuddannelse eller efter en erhvervsuddannelse, inden de skal ud på arbejdsmarkedet. Derudover skriver de, at der er en nogenlunde lige fordeling mellem drenge og piger på højskolen.

Danmarks Statistik har lavet statistikker på, hvem der tager på højskole. 68% af dem er kvinder. Det er de unge, som tager afsted på længere ophold, hvor størstedelen på 59% er mellem 20-29 år. Kun 17% er mellem 30 og 50+ år. Dem over 50 år er dog typisk kursister på højskolernes kurser, hvor de udgør 58% af kursisterne (Høiriis, 2020).

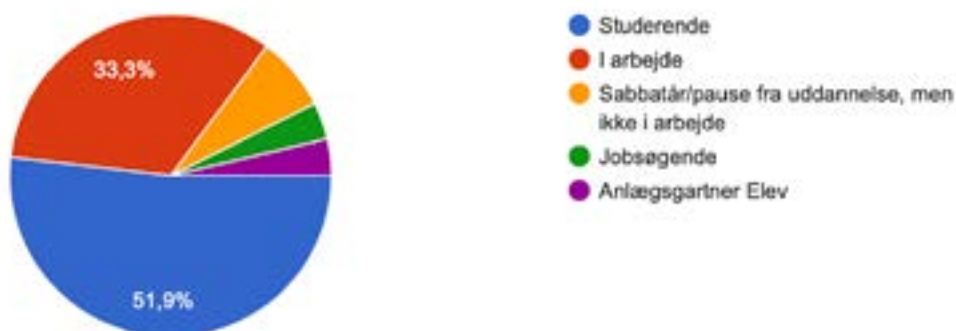
Vores fokus er primært på højskole-delen af sitet. Ud fra overstående desk research har vi valgt de unge mellem 19-26 år som vores målgruppe, da det er dem, der tager afsted på de længerevarende højskoleophold. For at undersøge vores målgruppe nærmere har vi kigget på Conzoom grupperne, samt udarbejdet et survey. Vores målgruppe passer godt i conzoom gruppe H: 'Unge på vej'. Her er de fleste unge singler under 30 år, som oftest er under uddannelse eller nyuddannede. Dele af gruppen tager sig tid til at finde den rette vej i livet. Dette kunne f.eks. være via et sabbatår. Størstedelen af 'unge på vej' bor i lejelejligheder tæt på storbyerne, hvor uddannelsesstederne er. Indkomsten kommer af SU eller deltid/studiejobs. De er en meget social gruppe, både online og offline, og de bruger gerne penge på at gå i byen, på cafeer og til koncerter.

Survey indsigter

Hensigten med survey-undersøgelsen var at få undersøgt målgruppen nærmere, samt at finde ud af deres præferencer ift. informationssøgning. Vi kan se, at langt de fleste ud af de 27, der har svaret på spørgeskemaet, er mellem 20-23 år og nogenlunde lige fordelt mellem piger og drenge. De fleste bor inde mod København, hvilket passer med vores conzom-gruppe.

Hvad er din hverdagsbeskæftigelse?

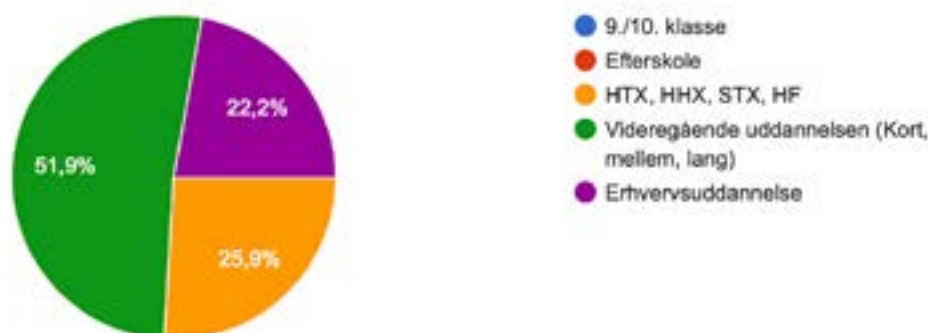
27 svar



Langt størstedelen er studerende, men en håndfuld er også i arbejde.

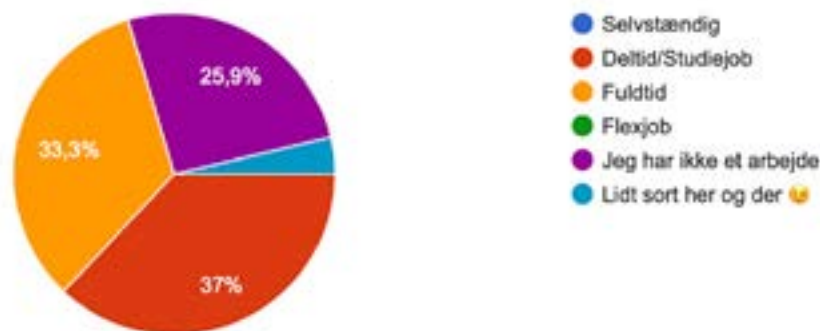
Hvilken type uddannelse går du på/har du senest færdiggjort?

27 svar



Over halvdelen af testpersonerne går eller har afsluttet en videregående uddannelse, mens resten af svarene fordeler sig på erhvervs- og gymnasiale uddannelser.

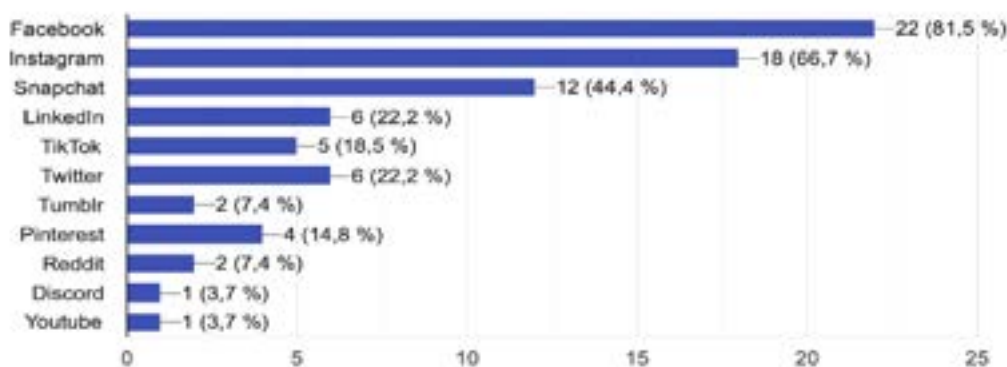
27 svar



37% af de adspurgte personer har deltids/studiejob, mens en god portion på 33% har fuldtidsjobs.

Hvilke sociale medier bruger du oftest?

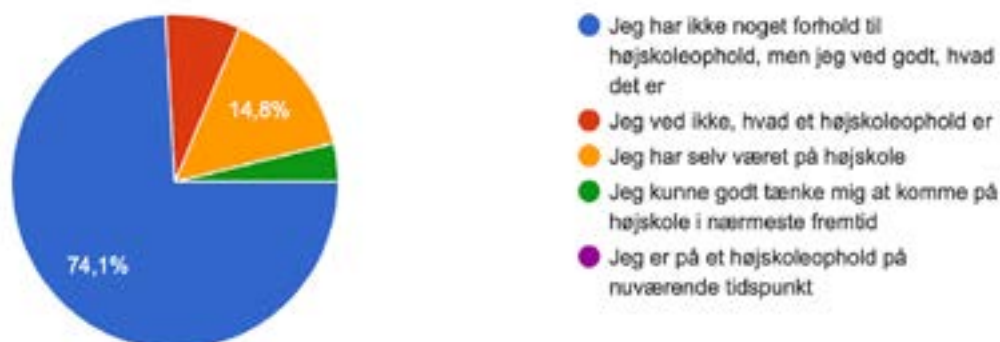
27 svar



Langt de fleste testpersoner bruger Facebook og Instagram som deres primære sociale medier. Det vil derfor være der, at man kunne fange deres opmærksomhed.

Hvad er dit forhold til højskoleophold?

27 svar

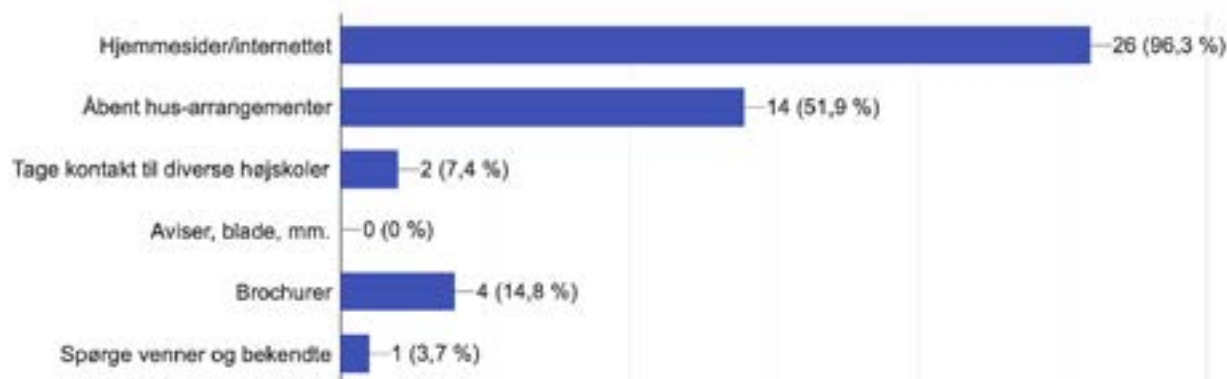


Ca. $\frac{3}{4}$ har ikke været på højskole, men de ved godt, hvad det er. Kun få af de adspurgte har været eller overvejer at tage på højskole.

Vi spurgte derudover ind til, hvilke informationer vores testpersoner gerne ville finde, hvis de evt. skulle på et højskoleophold. De vil gerne vide, hvor højskolen ligger samt vide mere om området generelt. Dernæst hvad for en slags højskole det er, og hvilke linjer, fag og evt. rejser de tilbyder. Testpersonerne vil gerne vide noget om opholdets længde og pris. En håndfuld vil gerne vide, hvordan værelsesfaciliteterne er, og hvilken mad man kan regne med at få serveret. Enkelte vil desuden gerne høre meninger om højskolen fra tidligere elever. Til slut vil testpersonerne gerne kunne finde ud af, hvornår der er åbent hus-arrangementer, og hvordan de kan tilmelde sig.

Hvor ville du umiddelbart søge efter oplysninger, hvis du overvejede et højskoleophold?

27 svar



For at finde information om højskoler ville de fleste søge på internettet og på højskolens site. Mange ville dog også tage til åbent hus-arrangementer.

Personas

På baggrund af vores målgruppeanalyse og research har vi udarbejdet to personas.

Emma

Persona 1



Information

ALDER: 24

KØN: Kvinde

INDKOMST: Vikar job

UDANNELSE: Afsluttet bachelor i dansk og engelsk

BESKÆFTIGELSE: Studieløb

CIVIL STATUS: Single

LOKATION: København

CONZOOM TYPE: E & H



Bio

Emma er en ung kvinde som har afsluttet sin bachelor på KU. Hun holder sabbatår inden hun starter på sin kandidatusdannelse, da hun gerne vil have en pause fra studiet, så hun kan udvikle sig selv og finde den vej i livet hun gerne vil gå. Til dagligt bor Emma i København og er derfor en flittig bruger af sin cykel og det byens offentlige transport. Hun er meget socialt anlagt og er del af mange fællesskaber bl.a. i udvalg på universitetet, til fritidsinteresser, samt fynd og online med hendes venner. Emma går meget op i sundhed og træner flere gange ugentligt nede i fitness world og hun prøver at spise sundt når inspirationen til lækre retter er der.

Digital Profil

Emma er som de fleste andre unge på sociale medier og især Instagram hvor hun opdaterer sine følgere om sin hverdag, samt følger sine venner og studiekamerater. Facebook bruger hun mest til at holde sig opdateret på nyheder, samt være del af studenterrelaterede grupper. Hun bruger et par timer om dagen på sociale medier og oftest som tilfældigvis. Emma streamer også serier og film på Netflix og Viaplay, gerne de nyeste rom-coms og true-crime serier. Musik hører hun på Spotify især når hun træner.

Personlighed



Udfordringer / Frustrationer

- Ikke at vide 100% hvad hun vil med sit liv efter sin uddannelse.
- At få arbejde, træning og det sociale liv til at hænge sammen og nå det hele.
- At tjene nok penge til at få økonomien til at hænge sammen, samt at have råd til at lave fede ting i sabbatåret.

Scenarie

Emma holder pause fra studiet og arbejder som vikar for at kunne spare nogen penge op. Hun er skoletræt og ved ikke rigtig hvad hun vil med sit liv og hvilken retning hun skal tage sin uddannelse i. Emma vil i sit sabbatår gerne udfordre og udvikle sig selv og ser gerne at hun kan få nogen nye kompetencer som hun kan bruge i fremtiden. Samt vil hun gerne indgå i nye fællesskaber. Hvad gør Emma?

Brands



Mads

Persona 2



Information

ALDER: 20

KØN: Mand

INDKOMST: Ca. 10.000 kr. om måneden

UDANNELSE: Afsluttet STX

BESKÆFTIGELSE: Butiksassistent i Netto

CIVIL STATUS: Single

LOKATION: Stenløse

CONZOOM TYPE: E & H



Bio

Mads er en ung fyr som for nyligt er blevet færdig med gymnasiet. Han bor hjemme hos sine forældre i Stenløse og arbejder næsten fuld tid som butiksassistent i Netto. Han prøver at spare sine penge op så han kan komme på Højskole senere i sit sabbatår. Mads er meget social og elsker at bruge tid sammen med sine venner uanset det om det er til at spille fodbold eller en tur i byen med en masse shots. Han kan godt lide at være aktiv og holde sig i god form, men det er ikke noget han går op i mere end at dyrke forskellige slags sport en gang imellem. Han ved endnu ikke hvad han skal i fremtiden med uddannelse og job, men mener at det skal han nok finde ud af når sabbatåret er ryddet.

Digital Profil

Mads bruger som mange andre unge sine sociale medier meget. Et par timer om dagen bruger han dem til tilfældigvis. Han bruger sin Instagram til at følge med i vennernes liv og så følger han også en del fodboldspillere og et par lækre modeller. Hans Insta-story bliver også flittigt brugt, især når Mads og hans gutter er i byen. Mads spiller meget Playstation og især Fifa online sammen med drengene. Han streamer film og serier fra Netflix hvor især komedieserier er lige ham. Samt har han sportsjakken hos Viaplay så han kan følge med i alle fodboldkampene.

Personlighed



Udfordringer / Frustrationer

- At spare penge op til at lave noget i sabbatåret fremfor at bruge dem på byture med drengene.
- At finde den helt rigtige højskole hvor han kan prøve en masse sportsgrene og andre aktiviteter af.
- Ikke at vide hvad han vil med sit liv nu han er færdig med gymnasiet.

Scenarie

Mads har sabbatår og vil gerne lave noget fedt, så han ikke kun arbejder året helt væk. Han kan godt lide at spille fodbold med sine venner og vil egentlig også gerne prøve nogle andre sportsgrene og fysiske aktiviteter af så han kan udfordre sig selv. Samt vil han også gerne indgå i nye fællesskaber og danne nye relationer da han altid er nygerrig og klar på at lære nye mennesker at kende. Han tænker at en højskole ville være et perfekt sted for ham at få disse "årsker" opfyldt. Men hvilken højskole skal Mads vælge?

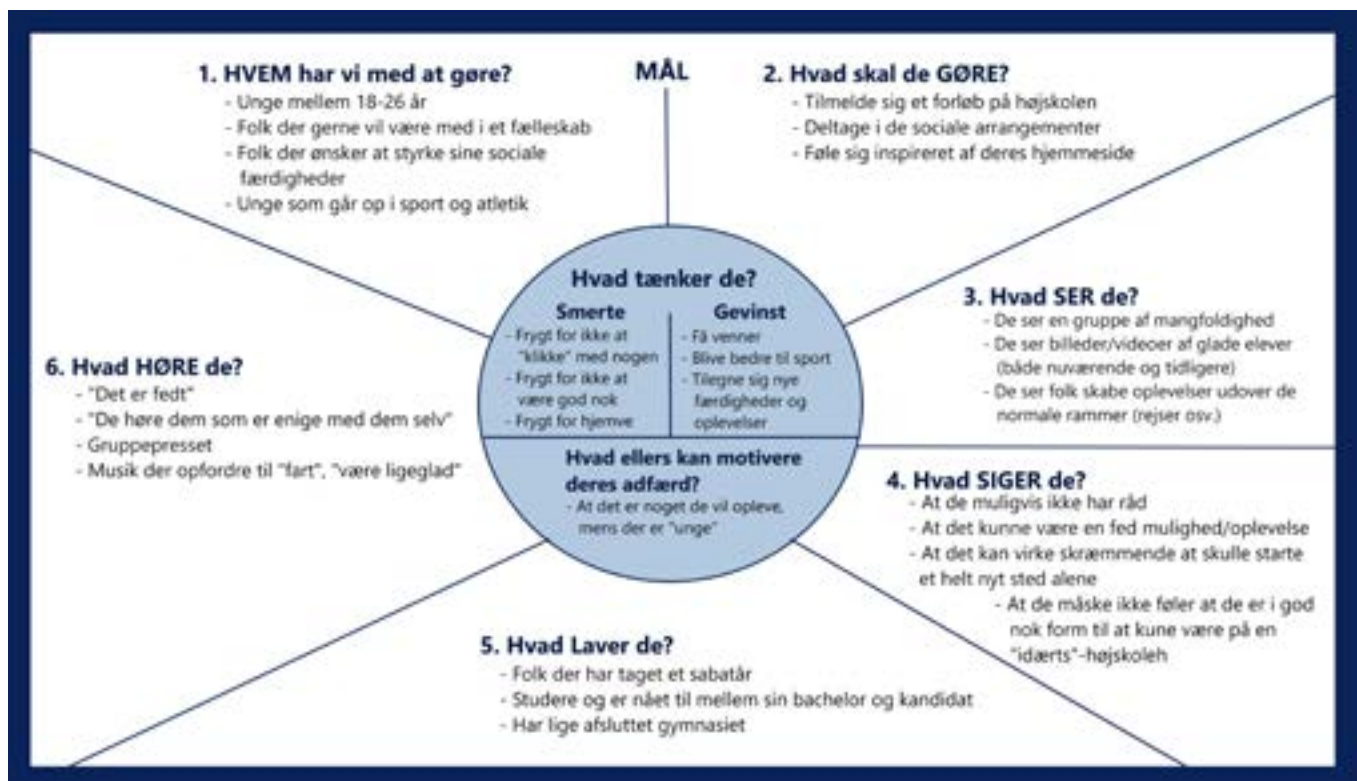
Brands



Empathy Map

Link til [Empathy map](#)

Empathy maps er en kortlægning af en persona's oplevelse af en given situation. Med empathy maps forsøger man altså at forstå sine brugere som et menneskeligt individ og ikke kun som kunder eller brugere. Vi har i punkt 1 sat vores persona, der i dette tilfælde er unge mellem 18-26 år, som går op i sport og stræber efter personlig udvikling. De resterende punkter 2-6 er henholdsvis "hvad skal de gøre", "hvad ser de", "hvad siger de" og "hvad laver de", som går ud på at kortlægge personaens handlinger og opfattelser og evt. ønsker til dem i form af "hvad skal de gøre". Som en del af processen, har vi anvendt analysemetoden denne metode for lettere at kunne danne et overblik over, hvad brugerne ser som styrker og svagheder ved IHS.



Detaljeret sitemap

Link til [Konceptuelt Sitemap](#)

Link til [Detaljeret sitemap](#)

For at skabe et overblik over IHS' originale site, har vi lavet et sitemap. Dette sitemap har hjulpet os til at få indblik i, hvor der var nogle større problematikker. Bl.a. er der flere knapper, som ikke har nogen funktion. Enkelte filer, som brugeren kan hente ned, bliver hentet som Word-fil fremfor PDF. Derudover er vi blevet opmærksomme på, at opsætningen på mange punkter ikke er konsekvent. Dette bryder med gestaltloven om genkendelighed. En bruger forventer og bliver kraftigt hjulpet af, at opsætningen på et site er gennemgående, hvilket den ikke er på IHS' site.

IA-analyse

Med IA-analysen har vi fået inddelt sitets indhold ift., hvad vi selv synes fungerer, og hvad der ikke fungerer. Sådan ved vi, hvilke elementer vi gerne vil optimere eller fjerne fra IHS' site. Vi kom frem til, at indholdet på sitet er struktureret således, at vi har et hierarki med dybde.

Der er en del minusser, som gør brugeroplevelsen dårlig. F.eks. er IHS ikke konsekvent i deres layout af navigation, disse er både horisontale og vertikale. Generelt er sitet rodet ift. opsætningen. Footeren er desuden særdeleshed iøjnefaldende pga. det kaotiske layout.

En anden væsentlig faktor er mængden af information, IHS forsøger at få kommunikeret via sitet. Her clasher de med deres uoverskuelige layout og fejler derfor. Eksempler på dette er, at deres mange underpunkter og voldsomme mængde af information bliver unødvendigt gentaget flere steder på sitet.

IHS fejler desværre også i helt elementære principper inden for design. Det ses bl.a. ved, at indholdet ikke flugter på sitet, noget brødtekst er midtestillet, og deres logo repræsenterer og kommunikerer ikke, at de er en idrætshøjskole. Vi er kommet frem til, at sitet kunne gøre gavn af flere call-to-action knapper, hvilket vi ønsker at optimere.

I IA-analysen udplukkede vi til slut elementer, som vi fandt tilfredsstillende. Vi kom frem til, at den information, IHS forsøger at kommunikere, er udmærket og relevant, men at det blot er gentagelser og layout, der spænder ben. Dog skiller tilmelding- og FAQ-siden sig ud, da de ikke er lige så kaotiske, som de andre. IHS anvender desuden mange billeder, hvilket skaber en god stemning og idé om, hvad der foregår på højskolen, og deres brug af farver er passende og naturlige.

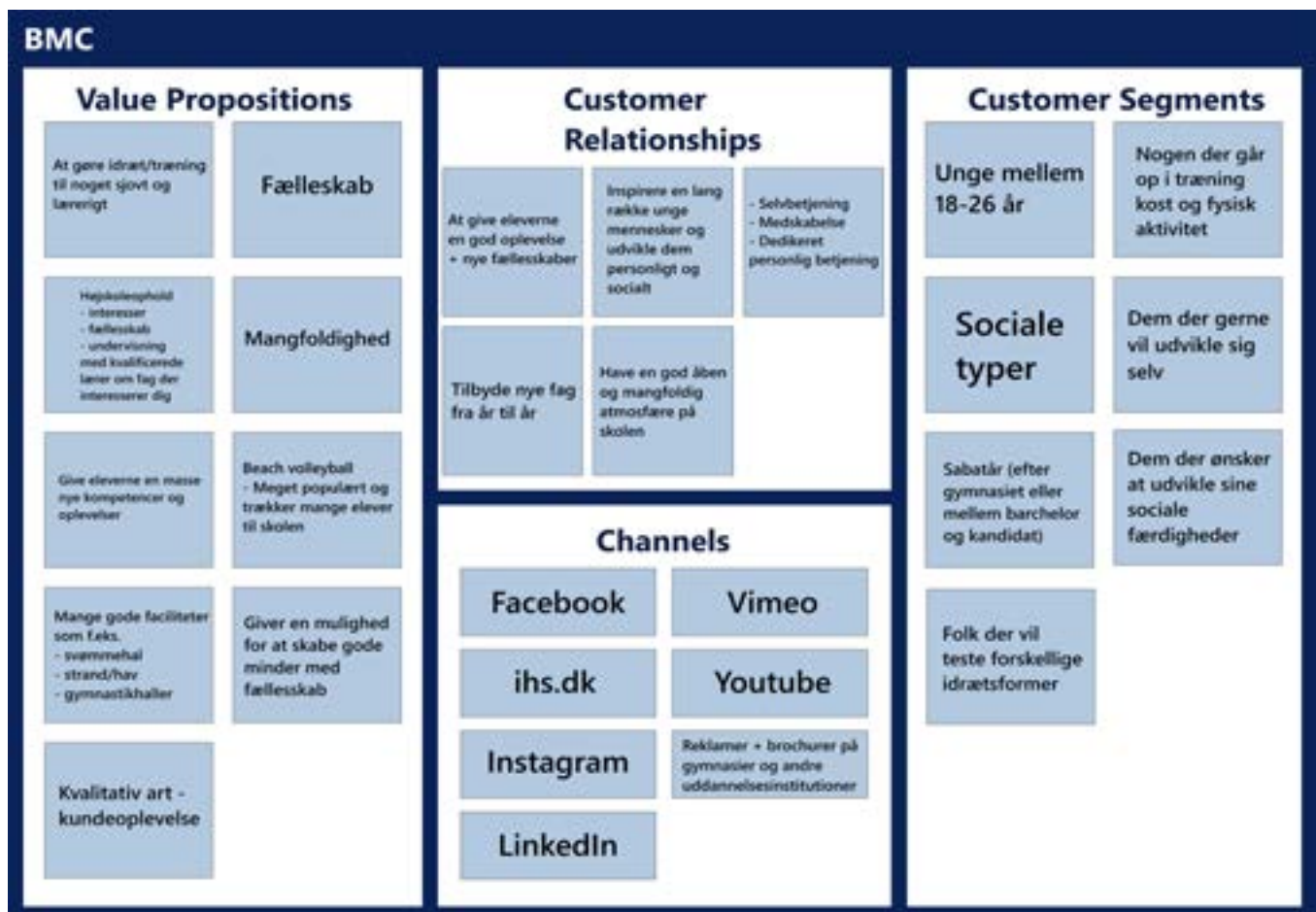
Det overordnede formål med at besøge sitet ud fra den nuværende struktur er at få information omkring IHS. Mængden af information er dog meget omfattende, så det handler mere om, hvad IHS er, og hvad de tilbyder, mens det handler knap så meget om at få lysten frem i folk til at tilmelde sig.

Business Model Canvas

Link til [Business Model Canvas](#)

Ovenfor ses vores Business Model Canvas (BMC). Oprindeligt indeholder denne yderligere 5 punkter, men vi har udplukket disse 4 punkter, da de er mest relevante at kigge på som multimediedesigner.

Ved at lave vores BMC har vi prøvet at dokumentere IHS' eksisterende forretningsmodel. På den måde har vi bedre kunne skabe overblik over de 4 punkter, hvor vi ser på, hvem der passer til deres kundesegment, hvilke værdier de kan tilbyde, hvordan deres relation er til kunden, og hvordan de når ud til deres kunder. Herefter har vi brugt den information, vi har tilegnet os til at blive klogere på den målgruppe, vi ønsker at tiltrække gennem vores site, og hvilke værdier vi ønsker at fremhæve på sitet.



Content Outlines og detaljeret sitemap

Link til [Content Outlines](#)

Link til [sitemap](#)

Som en videre proces ift. at skabe et udgangspunkt til det nye site, udarbejdede vi 'Content Outlines'.

Disse hjælper os til at skabe en struktur, som vi kan følge gennem projektet ifm. strukturering af sitet, opsætning og valg af indhold. Uden vores 'Content Outlines' ville vi have svært ved at have overblik over den opsætning, som vi havde planlagt, da det er så omfattende et site. De er derfor en vigtig faktor i processen til at konstruere vores bud på et site til IHS.

Ud fra vores nye content outlines har vi udarbejdet et nyt detaljeret sitemap til vores bud på en løsning. Vi har formindsket mængden af undersider en hel del ift. IHS' originale site. Strukturen over indholdet er lettere og mere overskueligt at finde rundt i. Udarbejdelsen af både content outlines og det nye sitemap har gjort det lettere for os i vores videre arbejde ifm. at sætte et nyt IHS-site op i Wordpress.

SWOT- og TOWS-analyse

Herunder ses vores SWOT-analyse, der har givet os et indblik i, hvilke styrker, svagheder, muligheder og trusler der er for IHS og deres site.



På baggrund af vores SWOT-analyse kan vi herefter udarbejde en TOWS-analyse. Her om-danner vi svaghederne og truslerne til henholdsvis styrker og muligheder.

Ift. IHS' svagheder kan vi konkludere, at det er en svaghed, at det originale site er så uover-skueligt. Til gengæld er deres overflod af information også en fordel, da det er relevant in-formation, og en meget motiveret bruger vil kunne finde det, som de havde brug for at vide på sitet.

Derudover kan penge/prisen for et ophold være en svaghed, men hvis IHS sørger for at ska-be et godt ry blandt de yngre (f.eks. dem, som ikke er i målgruppen endnu, men kommer til at være det indenfor nogle år), så kan man satse på, at de vil gøre sig ulejligheden at spare op til et ophold, da IHS har så meget at tilbyde. Her kunne det også tænkes, at forældre ville spare op for deres børn, hvis de selv har gået på IHS og haft en god oplevelse eller kender nogen, som har.

Kigger vi på truslerne, så kan vi se, at IHS har mange konkurrenter. Dette kunne man vende til en mulighed, da IHS pga. de mange andre højskoler har et bredt indblik i, hvad der fanger højskoledeltagere, og samtidig har mulighed for at se, hvordan de kan skille sig ud fra mængden. Derudover er IHS' målgruppe i denne tid udsat for et stort pres og har travlt med at kæmpe sig igennem uddannelsessystemet. Her kunne man se det som en mulighed for at fremvise IHS som et sted, hvor man kan fjerne presset, men samtidig udvikle sig og skabe et nyt netværk, så tiden derfor ikke er "spildt".

Det handler altså om, at vi gennem IHS' site skal promovere alle fordelene ved et højskoleo-phold, pausen fra presset på uddannelse ift. de unge, have fokus på den personlige ud-vikling, fællesskabet og det nye netværk samt den unikke oplevelse på IHS kontra andre højskoler.

KPI'er

Link til [KPI'er](#)

KPI'erne skal klargøre, hvilket resultat vi ønsker, hvordan det gavner IHS, hvordan vi kan arbejde os hen mod resultatet, samt hvordan vi kan måle på processen. Vores ønskede resultat bygger på at få skabt et moderne site, som er enkelt og overskueligt. Derudover skal det gerne være intuitivt, så brugeren nemt kan finde frem til den ønskede information. Dette har en betydning for IHS, da det vil give fremtidige brugere et bedre indtryk af IHS og dermed skabe et bedre ry i længden. Hvis en bruger får et dårligt indtryk allerede på sitet, kan det være skyld i, at vedkommende flytter sin interesse til en konkurrent. Vi vil påvirke resultatet ved at arbejde med det designmæssige udtryk. Vi vil arbejde imod at skabe et konsekvent udseende, men som samtidig er spændende og indbydende. Til slut ønsker vi at mindske antallet af gentagelser på sitet kontra det originale site. Med disse tiltag håber vi at kunne skabe en bedre oplevelse for brugeren.

For at måle om vores arbejde har haft den ønskede effekt, vil vi senere hen kunne måle på:

- *Website traffic (måling af besøgende på webside)*
- *Salgstal/Antal tilmeldte*
- *Følgere, kommentarer, omtale, og likes på sociale medier*
- *Målinger fra tests (Berttest, 5 sekunders test)*

SEO-analyse

Link til [SEO-analyse](#)

Vores tekniske SEO-analyse viste, at deres site havde en del performance-problemer. F.eks. mangler 103 sider H1'ere, ved klik på deres Facebook-link får brugeren en 404 ERROR, der er 182 billeder, som er over 100kb, hvilket kan være en af grundene til, at deres site loader langsomt. Dette er nogle problemer, som vi vil prøve at løse.

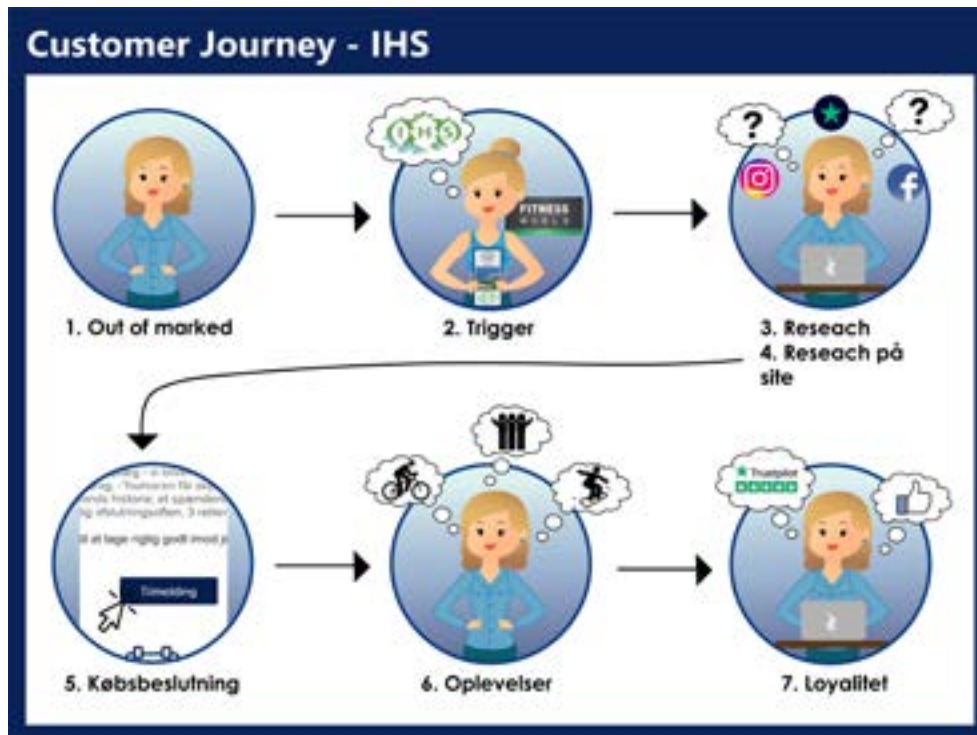
Med en kort søgeplanlægning, valgte vi nogle søgeord, som vi regner med at kunne koble til IHS. Her var vores tanke, at man med bl.a. disse søgeord, skulle kunne finde frem til sitet, herunder 'Idrætshøjskole', 'Højskole Jylland' og 'højskole for unge'. Disse søgeord har 100-1000 antal søgninger og derfor en middel konkurrence.

Til slut undersøgte vi hvilke samarbejdspartnere, som kunne være gode for IHS. Her fandt vi frem til, at bl.a. Facebook og Instagram kunne være gode muligheder. Der er potentiale i de sociale medier, da det ifølge vores målgruppeanalyse er her, at vi bedst kan nå ud til vores målgruppe. Det er samtidig et godt sted at skabe et "ansigt udadtil", hvor man kan dele stemningsbilleder, videoer, mm., hvorimod der vil blive lagt nyt indhold på sitet knap så ofte. Derudover kunne man samarbejde med sejladsklubber, skisportssteder eller lignende, som derfor har en relation til IHS. Her kunne samarbejdspartneren henvise de unge til IHS og omvendt. Samtidig kunne Sønderborg kommune samt gymnasier og ungdomsuddannelser være muligheder. Her kunne IHS eller stedets uddannelsesvejledere holde foredrag, hvor elever bliver oplyst om, hvad IHS er og kan.

Alt dette er med til at skabe trafik på IHS' site. Derudover kunne man skabe mere trafik på sitet gennem traditionelle reklamer, større kampagner, udelte flyers/brochurer, åbent hus-arangementer samt nyhedsbreve på e-mail.

Customer journey

I denne Customer Journey følger vi Emma (persona nr. 1), da vi mener, at hun deler mange af de egenskaber, som de fleste i vores målgruppe har. Bl.a. at være ekstrovert og social, elske fællesskaber og have en interesse for idræt. I vores Customer journey har vi valgt at tage udgangspunkt i OMD-modellen, som består af disse punkter:



1. Out of market

Emma kender på nuværende tidspunkt ikke til IHS.

2. Trigger

Emma er oppe at træne i Fitness World med sine veninder. Mens Emma holder sig en pause fra løbebåndet, falder hun over en bunke brochure fra IHS. Emma bladrer brochuren igennem og får et godt indtryk af IHS, og hvad de kan tilbyde. Her bliver hendes interesse for IHS triggeret.

3. Informationssøgningen

Emma ønsker at finde mere information om IHS. Hun undersøger IHS' site og ser, at de bl.a. også linker videre til deres Facebook- og instagram-side, som hun vælger at kigge på. Efter at have læst og set, hvor glade folk er for IHS på flere platforme, undersøger hun nærmere ift., hvordan hun tilmelder sig, og hvad det koster.

4. Købsbeslutning

Emma beslutter sig for at ville tilmelde sig IHS' højskoleophold, da det lige er det, som hun har brug for i sit sabbatår.

5. Oplevelse

Efter endt højskoleophold på IHS tænker Emma på alle de gode oplevelser, som hun har fået, og hvordan IHS har været med til at udvikle hende personligt.

6. Loyalitet

Emma vælger at dele sin oplevelse på SoMe og Trustpilot, hvor hun vælger at anbefale IHS til alle, som ønsker at tage et højskoleophold eller bare få en fed oplevelse med i bagagen. På den måde har hun en form for loyalitet til IHS.

Konklusion på research

På baggrund af vores research og analyse kan vi hermed konkludere, at vi arbejder med en ung målgruppe i alderen 19-26 år. Målgruppen har fart på og fungerer godt i sociale sammenhænge. Derudover kan vi ud fra vores data konkludere, at det mest optimale for IHS ville være, hvis de kunne få et site, som kunne indeholde al deres brugbare information, samtidig med at sitet har et moderne, enkelt og intuitivt udtryk, så brugerne hurtigst og nemmest muligt kan finde den information, som de søger. Endvidere ville det gavne sitet, hvis vi kunne mindske antallet af gentagelser og skabe en mere konsekvent opsætning af indholdet. Derudover må designet gerne være spændende, indbydende og udtrykke stemningen, som man møder som elev på IHS. Dette er altså vores mål på baggrund af vores fundne data.

Proces

Redegørelse for tolkning af klientens behov

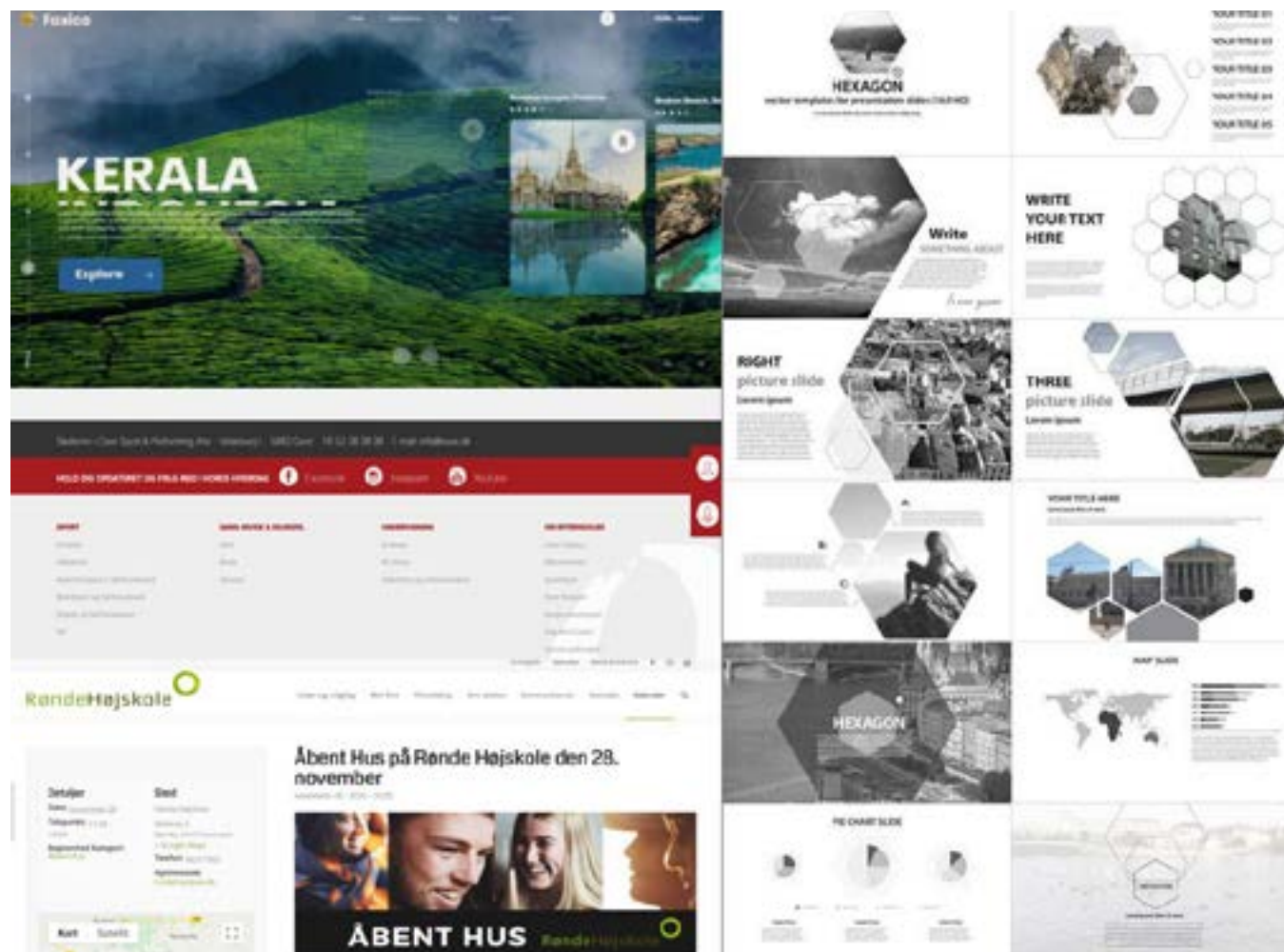
På baggrund af vores research og analyser samt klientoplægget fra forløbets start, har vi fundet frem til, hvad klientens udfordringer og behov ifm. sitet er. I klientoplægget nævner George fra IHS, at de på deres site har svært ved at få de rigtige informationer ud på de rigtige kanaler. På det originale site er der et hav af undersider, hvilket gør, at mange ringer til højskolen for at få information, som ellers står på sitet, men som er alt for svært for brugerne at finde. De har altså behov for en bedre informationsarkitektur på deres site. De vil samtidig gerne formidle, hvordan det er at være elev på IHS gennem deres site og fortælle mere om selve højskolen, det skal dog være mere præcist og kortfattet end på det originale site. Til slut skal sitet formidle IHS' tre vigtigste ord: Fællesskab, kompetencer og oplevelser.

Vi har vurderet, at vi i vores løsning vil fokusere mest på at give IHS et site, som indeholder al deres information, men sat op på en ny og overskuelig måde med færre undersider og med en enklere navigation. Dette vil gøre det nemmere for brugerne at finde den information, de søger. Desuden vil færre undersider mindske antallet af gentagelser, som der findes rundt om på det originale site. Derudover vil vi gerne skabe et konsekvent design over hele sitet, så der skabes en tydelig visuel identitet.

Designguide

Inspiration

Selve inspirationscollagen er meget simpelt og indeholder få elementer. Billedet i top-venstre hjørne blev inspirationen til vores listevue. Vi fandt derudover inspiration fra andre skolars sites til bl.a. SoMe-bjælken. Billedet yderst til højre inspirerede os til at gøre brug af geometri på en måde, så det skabte dynamik på sitet.



Moodboard

Vores moodboard viser den følelse og stemning, som vi gerne vil skabe på IHS' nye site. Da vi ved, at vores primære målgruppe er unge friske mennesker, så vil vi gerne sørge for, at sitet er moderne, frisk og udviser en masse følelser. Et højskoleophold indebærer en masse positive følelser, da man her skaber fællesskaber og venskaber, det vil vi gerne afspejle gennem sitet. Derfor arbejder vi med enkle farver, men med billeder med action og spræl, som skaber stemning og viser de store oplevelser, som IHS kan tilbyde.



Styletile



Fonte

Vi har valgt at gå med fonten Proxima Nova, som IHS allerede gør brug af på deres site. Den vil vi bruge til vores brødtekst, da den er enkel, simpel og god til længere tekster online, da den er let læselig på skærme. I kombination med Proxima Nova har vi valgt fonten Gelo til vores overskrifter, da den er lidt mere spændende og kreativ. Dog har Gelo stadig et simpelt udtryk, og den passer derfor godt til Proxima Nova. Brugen af de 2 fonte vil desuden skabe et synligt og overskueligt hierarki på sitet.

Farver

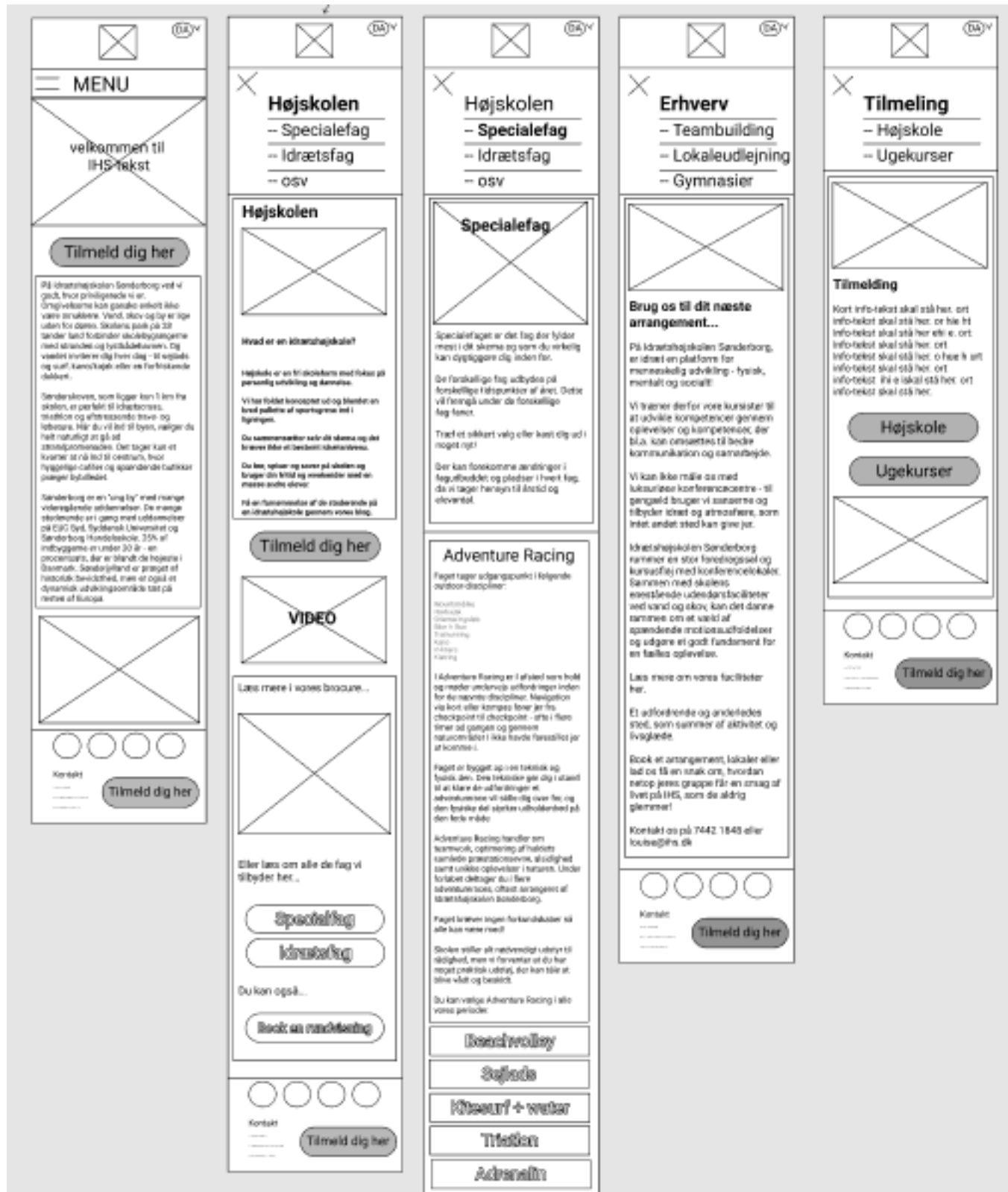
Vi har valgt at tage udgangspunkt i de eksisterende farver fra IHS' logo og originale site. Vi synes, at farverne fungerer godt sammen, hvor de mørkeblå nuancer skaber noget ro for øjnene og bygger op om det simple udtryk. Den grønne farve har vi trukket ud fra IHS' eksisterende logo og implementeret den i designet. Samtidig har den grønne farve en god kontrast til de blå og den hvide farve, som ellers dominerer vores design. Da disse farver allerede bruges på IHS' site, ændrer vi altså ikke for meget på IHS' visuelle identitet. Dette vil hjælpe brugere, som allerede har kendskab til IHS med at genkende det trods et nyt design af sitet.

Teknisk Dokumentation

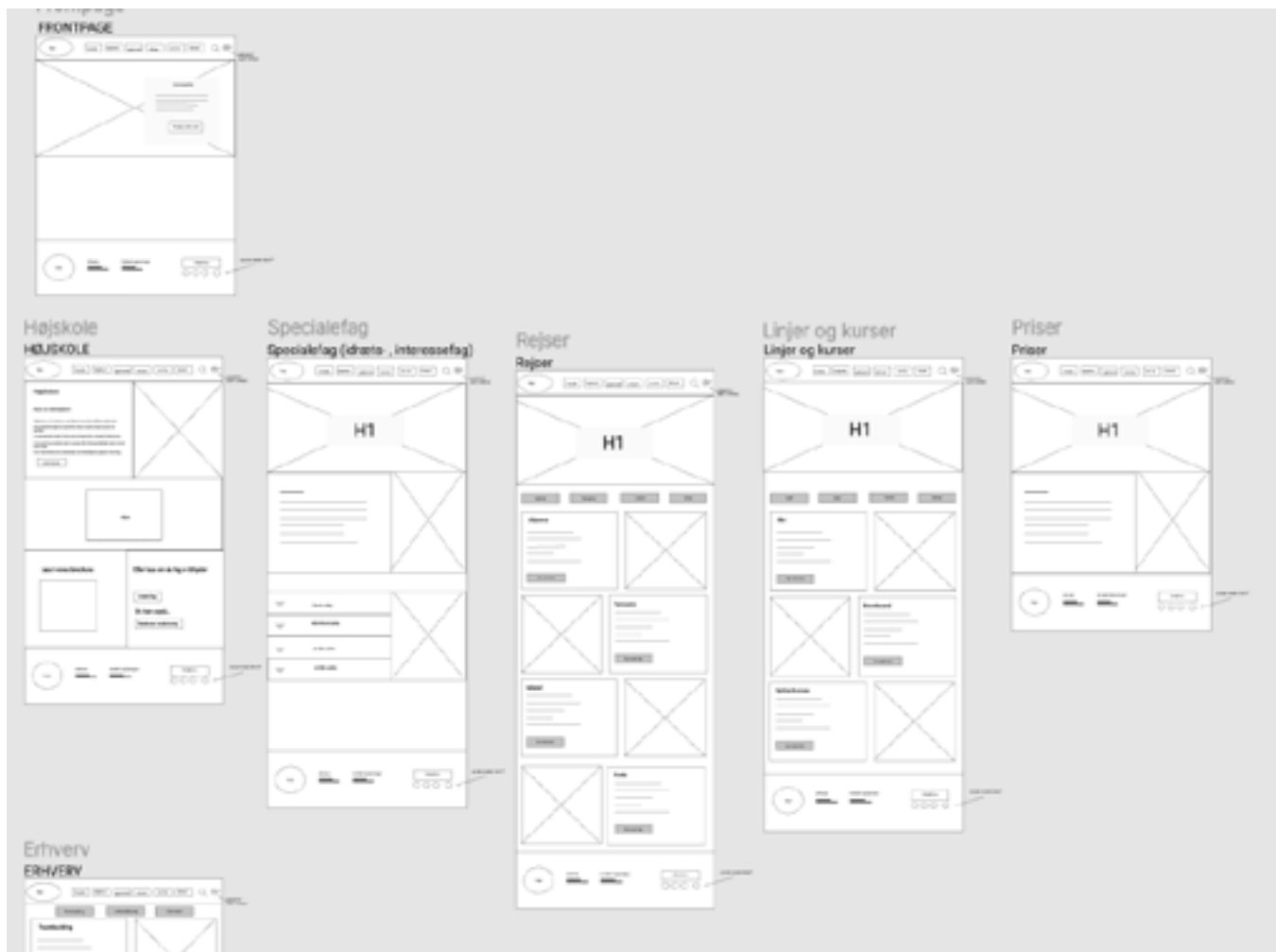
Wireframes

Vi har designet og kodet med princippet om mobile-first.

Wireframes til mobile



Wireframes til desktop



Hi-fi prototype

Link til [XD prototype](#)

Kode

Link til [GitHub](#)

Da vi begyndte at kode sitet, oprettede vi et GitHub repository for, at alle gruppens medlemmer havde mulighed for at følge med. I det daglige arbejde opdaterede vi ofte hinanden ift. sitets fremgang og blev enige om en måde at opbygge WordPress back-enden, der gav mening sammenlignet med den content-outline, vi havde udviklet.

Wordpress Back-end, WP REST API og JSON

Vores site er bygget op med en back-end, der styres med WordPress via JSON og WP REST API. Informationen fra back-enden hentes ned via JavaScript i koden.

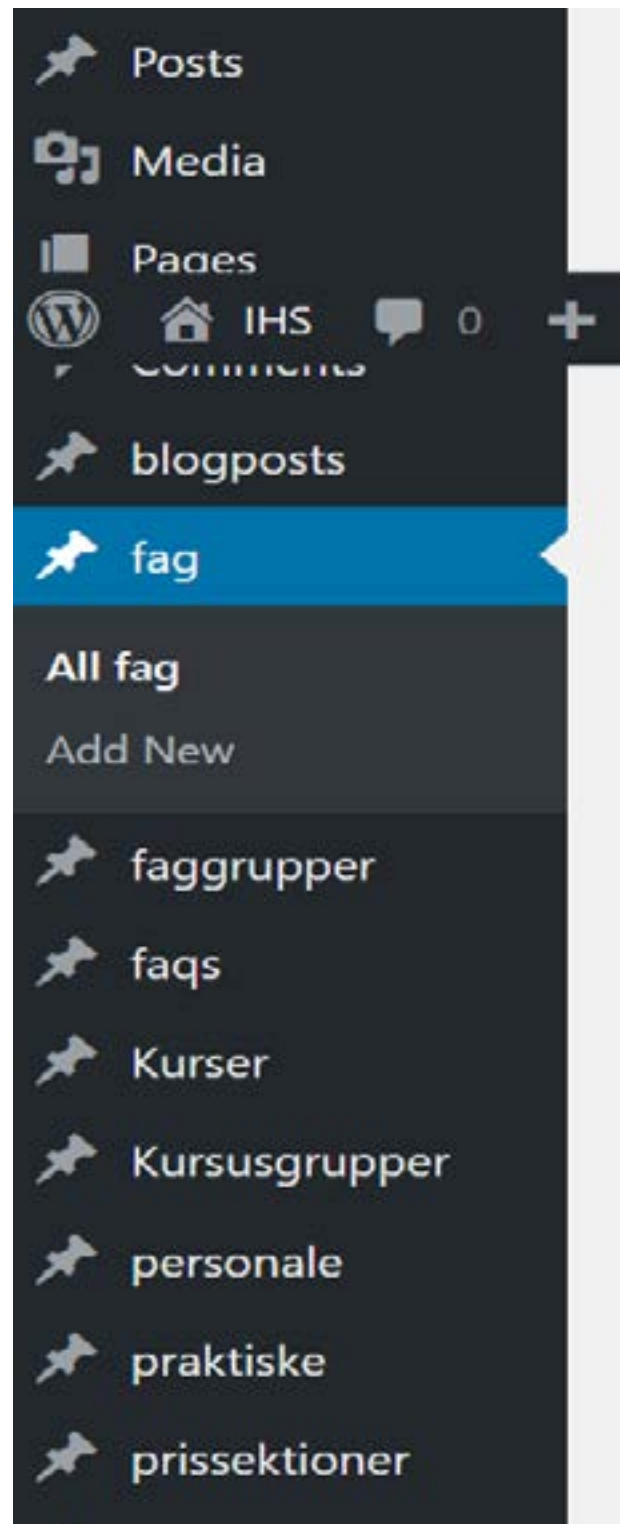
For at strukturere vores indhold har vi brugt wordpress plug-in'et: *PODS*. Med dette har vi lavet individuelle post-opsætninger til: *fag*, *faggrupper*, *kurser*, *kursusgrupper*, *rejser* og *blogposts*.

F.eks. er *fag*-posttypen bygget op med

- *Titel*, *Lang brødtekst om faget*
- *Kategori*, hvor der vælges mellem forudbestemte kategorier
- *Kort-intro*, en kort beskrivelse, der vises i *loopviewet*
- *Splashbillede*

Under *faggrupper* er der lavet sider til alle de forskellige grupper af *fag*, f.eks. *Special-efag*, der bygges op med

- *Titel*
- *Splashbillede*.



I koden (nedenfor ses *specialefag.html* og *specialefag.js*) hentes *titel* og *splashbillede* fra denne side og sættes ind i henholdsvis *titel* og som background-image i splash-sektionen. Hvert enkelt fag bygges op via en template, der loopes igennem i JavaScriptet med en *forEach*-loop. Her sorteres de, og hvis det enkelt fag tilhører, i dette tilfælde: *Specialefag*, udfyldes templatens med *titel*, *intro*-tekst og baggrundsbillede.

I koden ses en *div* med class'en *mere*. Her indsættes selve indholdet fra fag-siden i *html*'en. Denne *div* er også som default stilet med *display:none*. Når der trykkes på knappen *Læs mere her*, ændres det til *display:block* og teksten vises.

```

14 <body>
15   <main id="container">
16     <header>
17       </header>
18     </header>
19
20     <!--splashsektion med billede og intro-->
21     <section id="splash" style="min-height: 500px">
22       <h1 id="title">
23         </h1>
24       </section>
25
26     <!--loopview hvor fagartiklerne bliver sat ind-->
27     <section id="fag-content">
28       </section>
29
30     <!--template til hvert fag-->
31     <template>
32       <article class="fagartikel">
33         <div class="fagelement">
34           <h2></h2>
35           <p></p>
36           <button class="lukket">Læs mere her</button>
37
38         </div>
39         <div class="mere lukket" style="display: none;">
40           </div>
41       </article>
42     </template>
43
44     <!--speciale medie links her-->
45     <section id="sociale">
46       <p><span class="lang">Hold dig opdateret og følg med på...</span><span class="kort">Følg med på...</span></p>
47       <a href="https://www.instagram.com/ihedk/">
48         
49       </a>
50       <a href="https://www.facebook.com/IldrethshojkolenSonderborg">
51         
52       </a>
53       <a href="https://www.facebook.com/IldrethshojkolenSonderborg">
54         
55       </a>
56     </section>
57
58     <!--Footer, der er delt op i tre kolonner-->
59     <footer>
60       <div class="left_footer">
61         <div class="map">
62           <iframe src="https://www.google.com/maps/embed?pb=!1m18!1m12!1m3!1d1001.8884091200978!2d6.901800818883066"
63             </div>
64           <p>FIND OS</p>Ildrethshojkolen Sønderborg</p>Friheds Alle 42, </p>6400 Sønderborg, </p>Danmark</p>
65         </div>
66       </div>
67       <div class="right_footer">
68         <div class="right_footer1">
69           <p>KONTAKT OS</p>7442 1848</p>info@ihs.dk</p>
70           
71         </div>
72         <div class="right_footer2">
73           <a href="index.html"></a>
74           <button><a href="tilmelding.html">Tilmeld dig her</a></button>
75         </div>
76       </div>
77     </footer>
78
79     <!--script der henter og sætter json data fra wordpress-->
80     <script src="scripts/specialefag.js"></script>
81     <!--script der får burgermenu til at vises-->
82     <script src="scripts/menu.js"></script>
83     <script>
84       document.addEventListener("DOMContentLoaded", (event) => {
85         document.querySelector("#speciale_menu").style.fontWeight = "bold";
86       });
87     </script>
88   </main>
89 </body>

```



```

document.addEventListener("DOMContentLoaded", hentData);

let template = document.querySelector("template");
let fag;
let container = document.querySelector("#fag-content");

//Henter json data og starter højskole-siden (asynk for at få loadet json før man går videre)
async function hentData() {
  console.log("hentData");

  //json link: https://sarahfrederiksen.dk/kea/2_semester/tema9/ihs/wordpress/wp-json/wp/v2/
  const link = "https://sarahfrederiksen.dk/kea/2_semester/tema9/ihs/wordpress/wp-json/wp/v2/faggruppe/6?";
  const respons = await fetch(link);
  const json = await respons.json();

  //vis splash
  vis(json);

  //filtrer fagene
  filterContent();
}

//Indsætter data fra wordpress på rette pladser på forsiden
function vis(data) {
  console.log("vis");

  //TODO - sæt billeder og tekstfelter i wordpress og definer dem her
  document.querySelector("#splash").style.backgroundImage = "url(" + data.splashbillede.guid + ")";
  document.querySelector("#title").innerHTML = data.title.rendered;
}

//filtrer fagene efter faggruppe og viser dem
async function filterContent() {
  //json link: https://sarahfrederiksen.dk/kea/2_semester/tema9/ihs/wordpress/wp-json/wp/v2/
  const faglink = "https://sarahfrederiksen.dk/kea/2_semester/tema9/ihs/wordpress/wp-json/wp/v2/fag?per_page=100";
  const responsfag = await fetch(faglink);
  const jsonfag = await responsfag.json();
  let filtrerede;
  console.log("Det virker!!!");

  console.log(jsonfag);

  //filtrer efter kategori og vis
  jsonfag.forEach((fag) => {
    if (fag.kategori == "specielefag") {
      const klon = template.cloneNode(true).content;
      klon.querySelector("h2").textContent = fag.title.rendered;
      klon.querySelector("p").textContent = fag.kortintro;
      klon.querySelector(".fagelement").style.backgroundImage = "url(" + fag.billede.guid + ")";

      klon.querySelector("button").id = fag.slug;
      klon.querySelector("button").addEventListener("click", visMere);

      klon.querySelector(".mere").id = fag.slug + "mere";
      klon.querySelector(".mere").innerHTML = fag.content.rendered;

      container.appendChild(klon);
      console.log("appendChild");
    }
  })
}

function visMere() {
  console.log("viser mere info");

  if (this.classList.contains("lukket")) {
    this.classList = "open"
    document.querySelector("#" + this.id + "mere").style.display = "block";
  } else {
    this.classList = "lukket"
    document.querySelector("#" + this.id + "mere").style.display = "none";
  }
  /*
  document.querySelector("#" + this.id + "mere").style.display = "block";*/
}

```


Hele sitet er overordnet layoutet med grid. Indenfor hvert grid-område er der brugt flex-box eller nogle steder også grid, f.eks. på personale-siden, hvor det fungerede godt at have et grid til at styre størrelse og placering af hver person.

```

    margin: auto;
}

main {
  width: 100%;
  height: 100vh;
  display: grid;
  grid-template-columns: repeat(4, 1fr);
  /*-----template rækker indsatte med indhold som følger: header - splash - indhold - sociale medier - footer ----*/
  grid-template-rows: auto auto auto auto 200px;
  grid-gap: 0;
}

/*----- header og navigation -----*/

```

SEO-analyse af vores site

Da sitet nærmede sig sit endelige stadie, analyserede vi det med værktøjet Screaming Frog. Vi har sørget for at opfylde anbefalingerne om:

- Responsivt site til alle skærmstørrelser
- Relevante og forskellige sidetitler og H1'ere
- Ingen 404 eller 505 fejl
- Gode, relevante billeder og videoindhold
- Interne links
- Links til eksterne sites, så som sociale medier

Ifølge analyseværktøjet [PageSpeed Insights](#) loades sitet en smule langsomt med en score på 61/100. Her kunne man optimere billederne til et bedre filformat, da det primært er billederne, der tager tid at hente.

Muligheder — Disse forslag kan være med til at forbedre indlæsningsiden for din side. De **berører ikke** direkte resultatet.

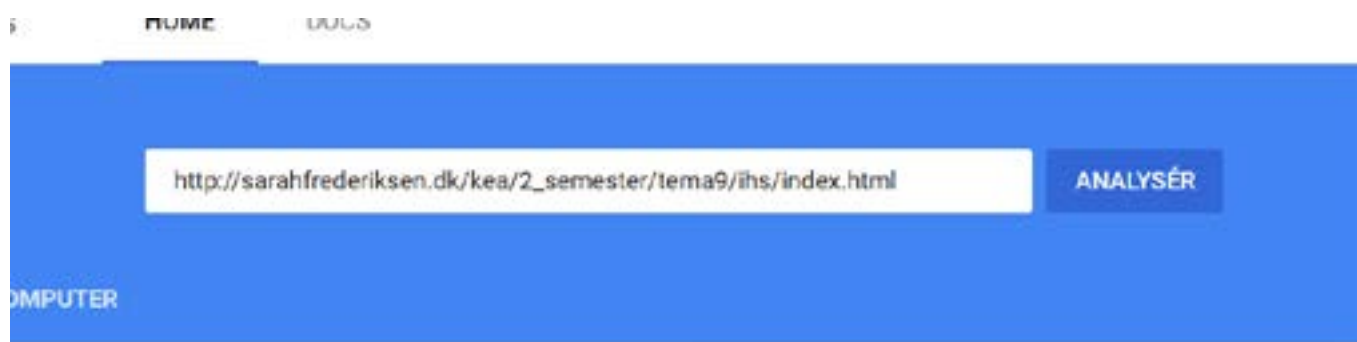
Mulighed	Estimeret tidsbesparelse
▲ Vis billeder i formater af næste generation	13,47 s ▼
■ Fjern JavaScript, som ikke bruges	0,45 s ▼
■ Fjern ressourcer til blokering af gengivelse	0,15 s ▼
■ Brug korrekte billedstørrelser	0,15 s ▼
■ Aktivér tekstkomprimering	0,15 s ▼

Sammenlignes vores site med deres gamle, ses der en tydelig forbedring af loading-hastigheden. (screenshots taget 13/11/2020, kl. 10.20)



<https://www.ihs.dk/>

0-49 50-89 90-100 ⓘ



http://sarahfrederiksen.dk/kea/2_semester/tema9/ihs/index.html

0-49 50-89 90-100 ⓘ

Test

Redegørelse for valg af testpersoner

Ifølge vores eksterne klient befinder højskolens målgruppe sig i aldersgruppen 18 til 24 år, hvor langt de fleste er mellem 18 og 21 år. Dog har højskolen også en god portion ældre elever i aldersgruppen 22 til 26 år. Testpersonerne er i alderen 19-26 år, hvilket kan begrundes med vores målgruppeanalyse. Samt har vi ud fra vores desk research erfaret, at det langt henad vejen er denne aldersgruppe, som tager på de længerevarende højskoleophold, og dermed er det også dem, som højskoleledelsen af sitet skal henvende sig til.

Testpersonerne er fundet i projektgruppens eget netværk, da vi i gruppen alle går ind under den valgte alders- og målgruppe. Vi valgte ikke at søge efter testpersoner i vores klasse på KEA, da vi gerne ville have nogle svar, som ikke var farvet af den viden, som vi har fået tildelt i klassen ifm. projektet. Vi vurderer dermed, at svarene i vores test er blevet givet på et mere neutralt og realistisk grundlag.

Redegørelse for brug af test

BERT-test på IHS' originale site:

For at finde frem til vores endelige løsning på en ny hjemmeside struktur for IHS har vi gjort brug af en række forskellige test til at komme frem til det endelige resultat. I starten af processen udarbejdede vi en BERT-test på IHS' originale site for at få nogle indsigter i, hvad målgruppen syntes om det eksisterende design, og hvor vi evt. kunne gå ind og forbedre det i vores bud på en løsning.

Ud fra BERT-testen kan man se en tendens til at testpersonerne synes, at indholdet på forsiden er spændende og indbydende og at sitet generelt ser ret moderne ud. Testpersonerne mener overvejende også, at indholdsmængden er for stor på sitet. Herefter er der blandede meninger om, hvorvidt strukturen på sitet er forvirrende eller ej. Dog er der en god portion af de adspurgte, som finder sitets opbygning forvirrende.

Vi havde efter denne BERT-test nogle punkter vi kunne forbedre, henholdsvis indholdsmængden på sitets forskellige sider, gøre strukturen mindre forvirrende samt bibeholde det moderne design.

Bert-test på prototype

Vi udførte senere i processen en opfølgende BERT-test på vores mockup, da vi gerne ville have noget indsigt i, om vores design samt struktur fungerede, som ønsket. Vi valgte derfor at genbruge modpolerne, som vi brugte i BERT-testen tidligere. Vi fik nogle få besvarelser, men vi kan ud fra disse se, at den samlede tendens er positiv. Vores testpersoner mener overvejende, at indholdsmængden er tilpas på sitet, at det har et moderne udtryk, er spændende og indbydende samt enkelt og overskueligt. Præcis det, som vi har gået efter med vores design. Vi er altså blevet bekræftet i, at vi som udgangspunkt er på rette vej med vores site.

Brugertest

Link til [brugertest](#)

For at teste vores bud på et site, udførte vi en brugertest, hvor vi bad 5 testpersoner om at finde frem til noget bestemt på sitet. På den måde kan vi se, hvor intuitiv sitet er. Kernefunktionen for IHS' site er at give deres brugere relevant og nyttig information om deres tilbud, samt at bruge sitet som helhed til at vække interessen hos brugerne, så flest muligt tilmelder sig et af IHS' tilbud. Vi vurderer, at nogle af de vigtigste features på IHS' site er at finde frem til et bestemt fag, finde priser på ophold samt finde frem til bloggen, så man kan få større indsigt i tidligere elevers oplevelser. For at dokumentere testen har vi optaget deres søgning på sitet og bedt dem sige højt, når de har fundet frem til løsningen på de enkelte opgaver.

Inden vi lavede testen på vores 5 testpersoner, lavede vi en pilot test for at vurdere, om der var noget ved testen, som ikke fungerede. Det vi kom frem til her var, at opgaven om at finde et specifikt fag skulle ændres fra beachvolley til noget andet, da det for vores pilottest var en anelse forvirrende, om der var tale om volleyball eller beachvolley, samt hvorvidt disse to reelt set var det samme. Derfor ændrede vi faget til sejlads.

Det, vi fandt frem til efter udførelse af testen, var, at alle vores opgaver kunne løses og findes på sitet. Klikmæssigt brugte ingen af vores testpersoner mere end 1-2 klik yderligere end vores optimale resultat, hvilket tyder på, at strukturen er overskuelig og er intuitiv. Dog bruger testpersonerne en del flere sekunder på at navigerer rundt på sitet for at finde opgavernes løsninger. Dette kan dog forklares med, at vi i gruppen er mere hjemmевante på sitet, idet vi har udviklet strukturen. Vi fik få kommentarer fra testpersonerne om at navigationen virkede god og overskuelig, men at priser på højskoleophold f.eks. både kunne stå på en side for sig selv, men også under tilmelding. Dette har vi valgt at implementere på sitet.

Card sorting

Vi har derudover gjort brug af en Card Sorting test for at undersøge, hvordan vores nye struktur for IHS' site fungerede for brugerne. Vi opsatte den navigationsmenu, som var vores umiddelbare bedste bud. Herefter lod vi 5 testpersoner, hvoraf 4 var indenfor målgruppen, opstille den navigationsmenu, som de følte gav bedst mening for dem personligt med de menupunkter, som vi havde fundet frem til. Her skal vi også gøre opmærksom på, at testpersonerne ikke kendte til vores bud på en navigationsmenu. Herunder ses vores resultater. Testpersonernes bud kan findes i vores bilag.

Vores startbud					
Forside	Højskole	Ugekurser	Erhverv	Om IHS	Tilmelding
	Specialefag	Golf	Teambuilding	Praktisk info	Ugekursus
	Sejlads	Dans	Lokaleudlejning	Personale og bestyrelse	Højskole
	m.m	Familie	Gymnasier	Blog - tidligere elever	
	Idrætsfag	Øvrige		FAQ	
	m.m				

Sammenligning mellem vores første bud og testsvarene					
Forside	Højskole	Ugekurser	Erhverv	Om IHS	Tilmelding
	Specialefag	Golf	Teambuilding	Praktisk info	Ugekursus
	Sejlads	Dans	Lokaleudlejning	Personale og bestyrelse	Højskole
	m.m	Familie	Gymnasier	Blog - tidligere elever	
	Idrætsfag	Øvrige		FAQ	
	m.m				

Vores endelige bud					
Forside	Højskole	Ugekurser	Erhverv	Om IHS	Tilmelding
	Specialefag	Golf	Teambuilding	Praktisk info	Ugekursus
	Sejlads	Dans	Lokaleudlejning	Personale og bestyrelse	Højskole
	m.m	Familie	Gymnasier	FAQ	
	Idrætsfag	Øvrige			
	m.m				
	Blog - tidligere elever				

Ovenover sås billeder af henholdsvis vores eget bud, en opsamling, hvor vi sammenligner testpersonernes forslag med vores eget samt det endelige bud. Navigationspunkterne, som går igen hos alle testpersonerne er grønne, og dem, som går igen hos over halvdelen af vores testpersoner, er mørkeblå. Ud fra dette har vi konkluderet, at vores egen navigationsstruktur er et godt udgangspunkt. Dog har vi med inspiration fra nogle af testpersonerne valgt at rykke punktet *'blog - tidligere elever'* ind under *'højskole'*.

Det skal dog bemærkes, at det ville have skabt et bedre udgangspunkt for vores testpersoner, hvis vi ikke havde nøjedes med at skrive *'mm.'* på 2 af punkterne ifm. fagkategorierne/fagene. Til en anden gang skulle navigationspunkterne være fuldstændig penslet ud, da testpersonerne ikke står en chance for at forstå, hvad *'mm.'* refererer til.

Konklusion på test

På baggrund af vores tests fandt vi altså ud af, at IHS' originale site har brug for en optimering på flere områder. Her kan vi via vores card sorting samt anden BERT-test på prototypen konkludere, at vi er nået ret godt i mål med vores bud på en løsning, da vores testpersoner i vores card sorting var enige med vores opsætning af navigation langt hen af vejen. Desuden var vores testpersoner overvejende positive i vores anden BERT-test. Vi vurderer derfor, at vi er på rette vej med vores løsning.

Konklusion

Vi kan konkludere, at vi opnår de mål, som vi har sat for vores projekt og løsning. Vores målsætning var at skabe et moderne, spændende og indbydende site. Sitet skulle derudover også have en helt ny informationsarkitektur, så brugeren nemt og hurtigt kan finde frem til de informationer, som vedkommende nu måtte søge. Vi ville til slut gerne skabe en mere dybdegående visuel identitet for IHS' site ved at gøre opsætningen på de forskellige sider konsekvent og så ens som muligt og på den måde hjælpe brugeren rundt på sitet.

Dette understøtter vores testresultater. Vores testpersoner er besvare hovedsageligt positivt på vores BERT-test. Derudover er de overvejende enige i vores navigationsstruktur. Vi kan altså afsluttende konkludere, at det lykkes os at ramme vores målgruppe, dvs. 19- til 26-årige, med den løsning, som vi har fundet frem til. Dette skyldes specielt vores designmæssige udtryk, hvor vi sørger for at holde sitet enkelt og moderne, men samtidig skabe noget stemning, dynamik og spræl gennem brugen af billeder fra IHS.

Vores generelle konklusion på hele projektet er hermed, at vi overvejende er lykkedes med vores målsætninger og vores bud på et site til IHS.

Referenceliste/kilder

Højskolerne, n.d. *Hvad er en højskole?*. <https://www.hojskolerne.dk/om-hoejskole/hvad-er-en-hoejskole/>. [Lokaliseret d. 13.11.2020]

Høiriis, Katja, 2020. *Ny viden om højskoleelever fra Danmarks Statistik*. https://www.vifo.dk/nyheder/nyheder/2020/0531_ny-viden-om-hoejskoleelever-fra-danmarks-statistik/. [Lokaliseret d. 13.11.2020]

Idrætshøjskolen Sønderborg, n.d. *FAQ*. <https://www.ihs.dk/faq>. [Lokaliseret d. 13.11.2020]

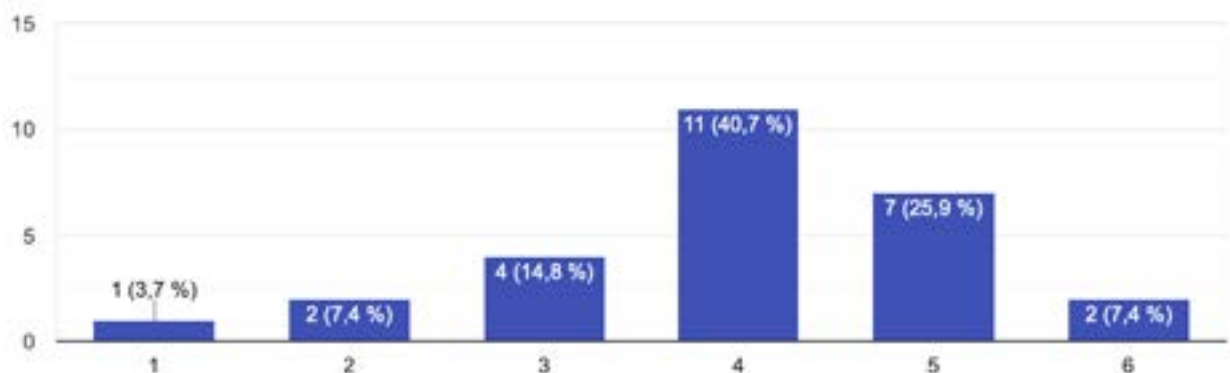
Palfi, George Gergő, 2020. *IHS-præsentation*. <https://prezi.com/view/sCsVt68j8VJS0Im0rgAq/>
<https://prezi.com/view/WL6E1VLD0MTClqrXSZzm/>
 [Lokaliseret d. 13.11.2020]

Bilag

BERT-test - IHS hjemmeside

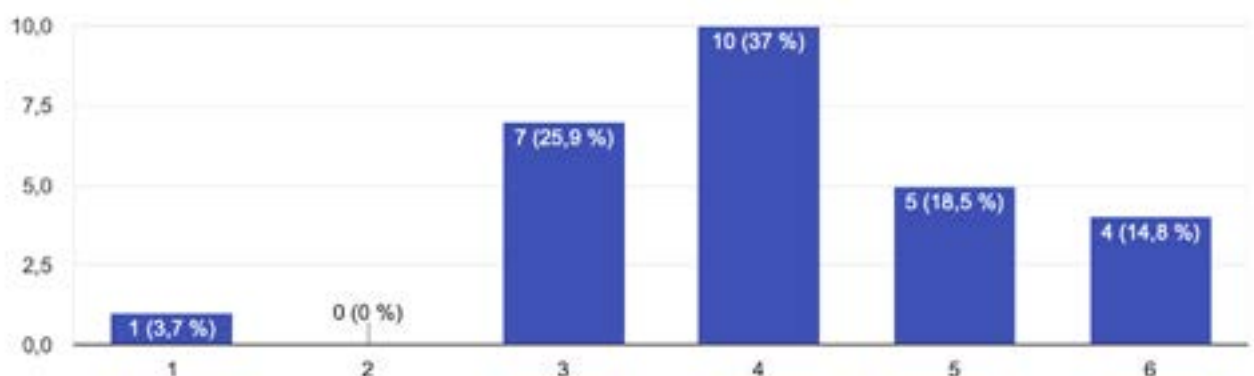
Hvordan oplever du hjemmesidens forside?

27 svar



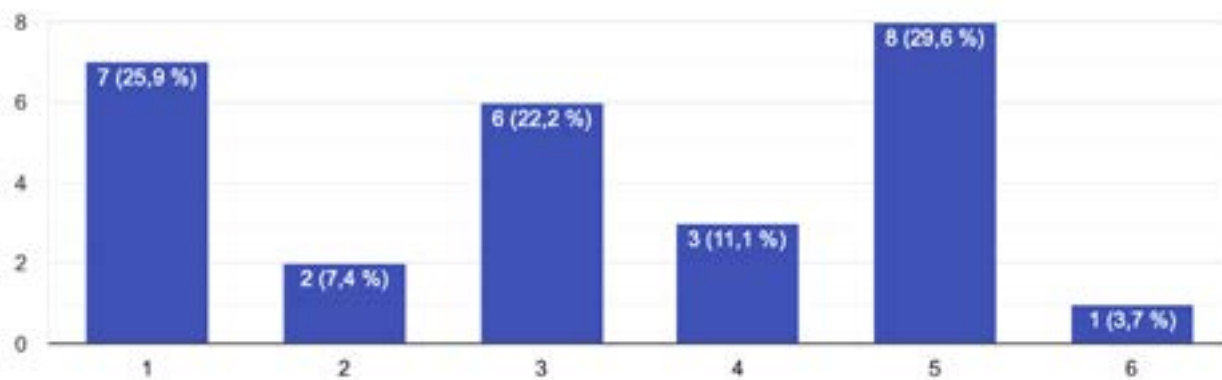
Hvad tænker du om hjemmesidens udseende?

27 svar



Hvad tænker du om hjemmesidens struktur?

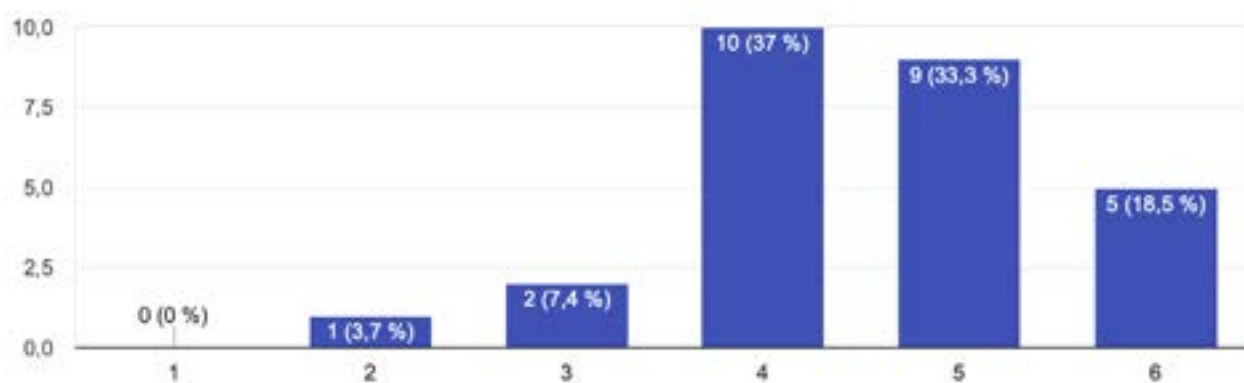
27 svar



Hvad synes du om indholdsmængden på hjemmesiden? (Tekst, billeder, mm.)



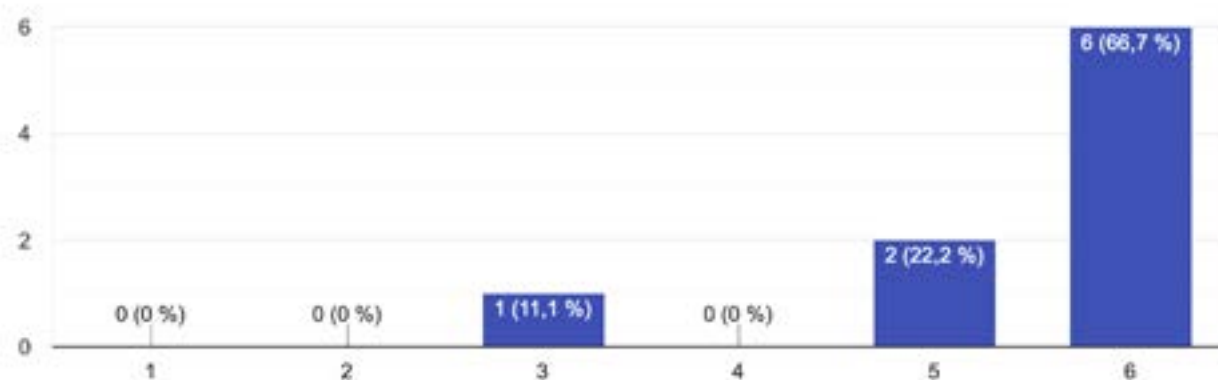
27 svar



BERT-test - Prototype

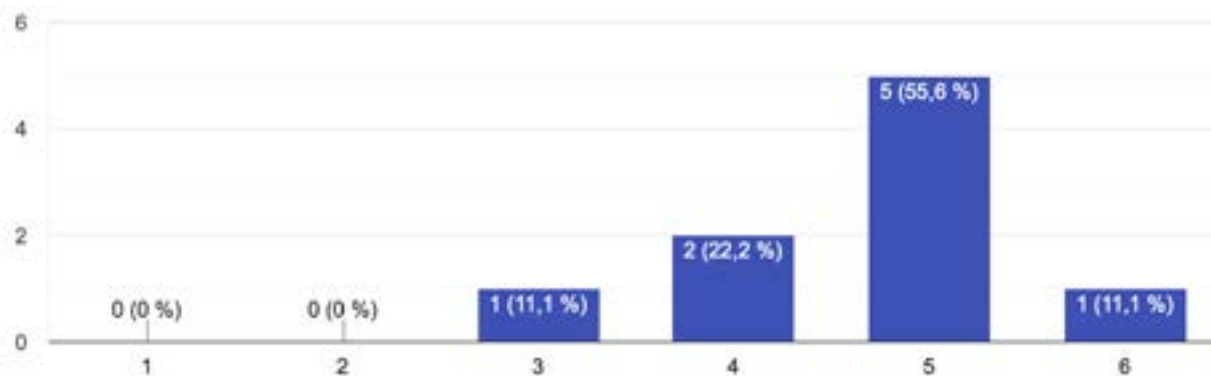
Hvad tænker du om prototypens struktur og opsætning? (Forvirrende/uoverskuelig vs. enkel/overskuelig)

9 svar



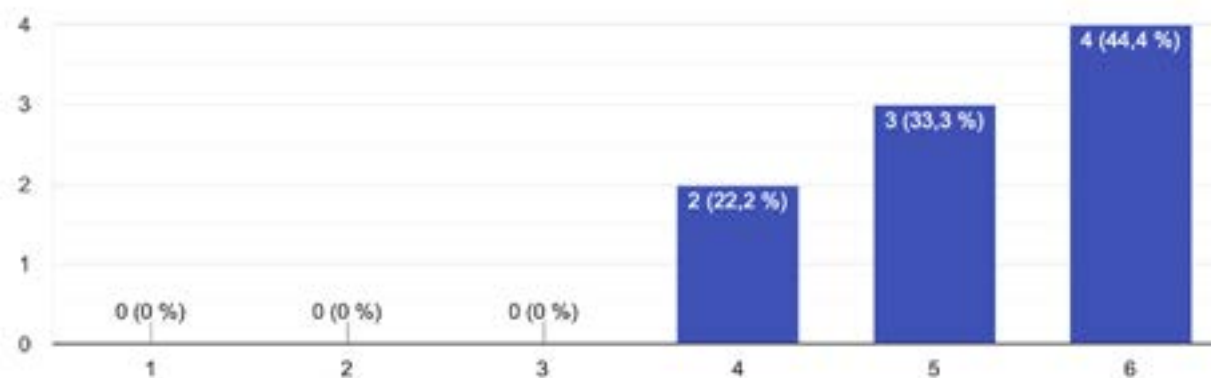
Hvordan oplever du prototypen generelt? (Kedelig vs. spændende/indbydende)

9 svar



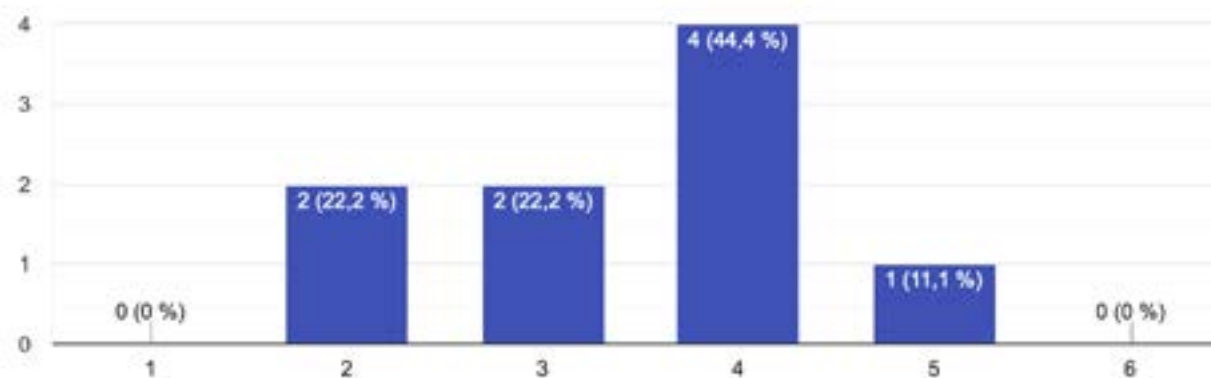
Hvad tænker du om prototypens generelle udseende? (Umoderne vs. moderne)

9 svar



Hvad synes du om indholdsmængden i prototypen? (For lidt indhold vs. for meget indhold)

9 svar



Card sorting test

Oliver, 21 år

Forside	Om IHS	Højskole	Øvrige	Erhverv	FAQ
	Praktisk info	Tilmelding	Blog - tidligere elever	Teambuilding	m.m
	Personale og bestyrelse	Dans	Specialefag	Ugekurser	m.m
		Idrætsfag	Familie	Gymnasier	
		Lokaleudlejning		Ugekursus	
		Sejlads			
		Golf			

Rasmus, 25 år

Forside	Højskole	Om IHS	Erhverv	Tilmelding
	Ugekurser	Personale og bestyrelse	Lokaleudlejning	Ugekursus
	Specialefag	Praktisk info	Teambuilding	Golf
	Idrætsfag	Højskole	Gymnasier	Familie
	m.m	FAQ		Dans
	Sejlads			Øvrige
	m.m			
	Blog - tidligere elever			

Sara F, 25 år

Forside	Højskole	Erhverv	Ugekurser	Tilmelding	Praktisk info
Om IHS	Specialefag	Teambuilding	Familie	Højskole	FAQ
Blog - tidligere elever	Sejlads	Lokaleudlejning	Golf	Ugekursus	Personale og bestyrelse
	m.m	Gymnasier	Dans		
	Idrætsfag		Øvrige		
	m.m				

Stephanie, 22 år

Forside	Højskole	Ugekurser	Erhverv	Tilmelding	Om IHS
	Idrætsfag	Golf	Teambuilding	Højskole	Personale og bestyrelse
	m.m	Dans	Lokaleudlejning	Ugekursus	Praktisk info
	Specialefag	Familie	Gymnasier		FAQ
	Sejlads	Øvrige			
	m.m				
	Blog - tidligere elever				

Tobias, 17 år

Forside

Praktisk info

Højskole**Ugekurser****Erhverv****FAQ**

Specialefag

Golf**Gymnasier****Om IHS**

Idrætsfag

Dans

Teambuilding

Blog - tidligere
elever**Sejlads****Familie****Tilmelding****Øvrige**

Lokaleudlejning

Personale og
bestyrelse