

Dokumentationsrapport

WeShelter – Team 4

Celina, Emilie, Mara & Signe

Link til Figma:

[https://www.figma.com/files/team/1476189619773039158/project/344071500/Team-project?
fuid=1410522998655824540](https://www.figma.com/files/team/1476189619773039158/project/344071500/Team-project?fuid=1410522998655824540)

Link til Github:

<https://github.com/sign7595/weshelter.git>

Link til hjemmesiden:

<https://weshelter-team4.netlify.app>

Indholdsfortegnelse

Introduktion	<hr/>	3
Metoder og værktøjer	<hr/>	4
 Discover	<hr/>	 5
Research	<hr/>	5
Research på interview	<hr/>	7
 Define	<hr/>	 8
Design process	<hr/>	8
Moodboard	<hr/>	9
Style tile	<hr/>	11
 Develop	<hr/>	 12
Fra ide til design	<hr/>	12
Wireframe	<hr/>	13
Udvikling af komponenter	<hr/>	14
 Prototype	<hr/>	 15
Likert test	<hr/>	17
5 sekunders test	<hr/>	18
Tænke højt test	<hr/>	19
 Deliver	<hr/>	 19
Udviklingsproces	<hr/>	19
 Konklusion	<hr/>	 22

Introduktion

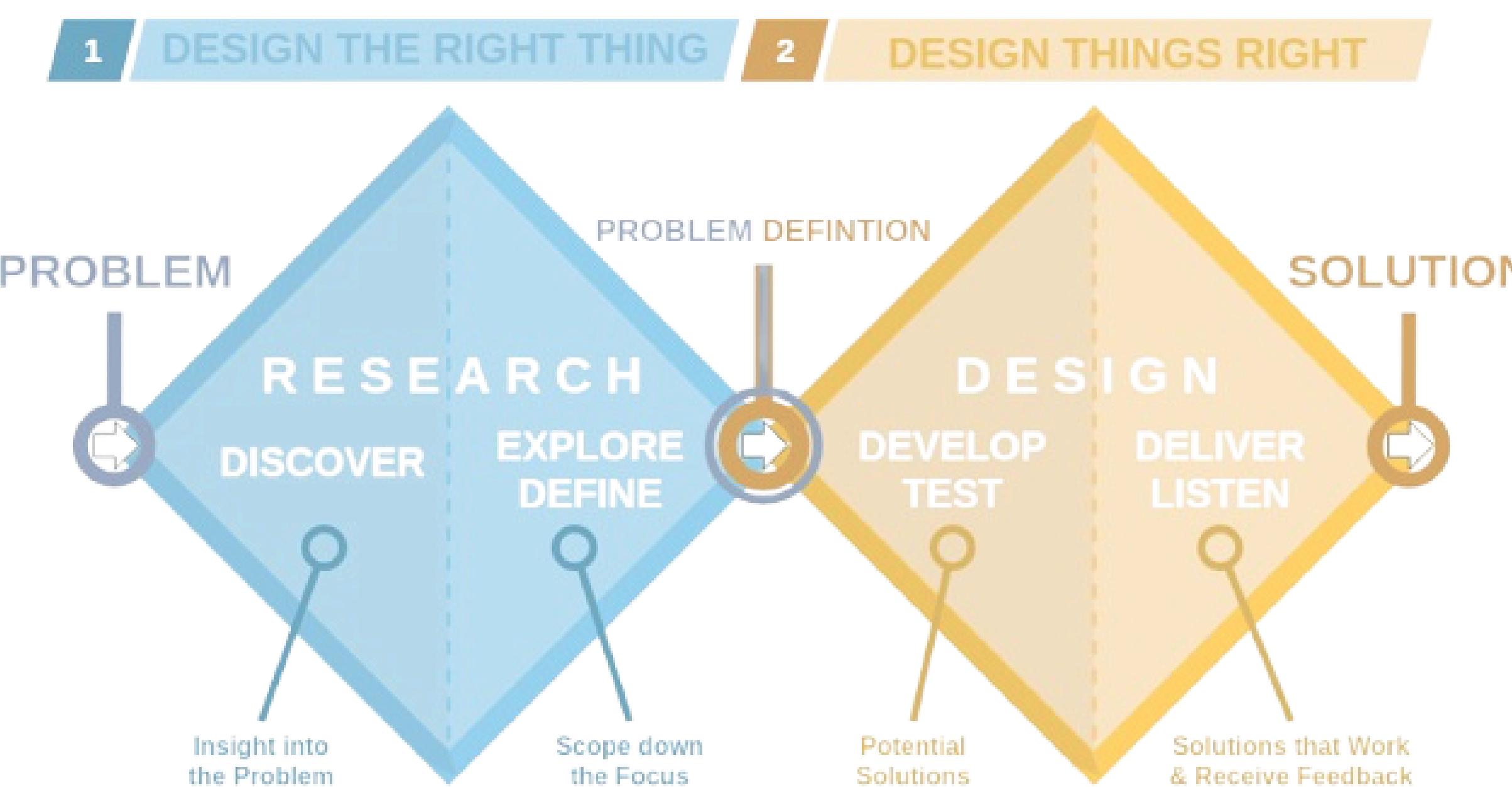
Vi har i dette tema skulle udarbejde en digital løsning til Weshelter, som er en dansk NGO, der arbejder for at bekæmpe tre store samfundsproblemer: hjemløshed, ensomhed og psykisk mistrivsel. Vi har sat fokus på at udarbejde en løsning til case 2, hvor vi vha. Research og design, vil designe en kampagneside, som afspejler NGO'ens identitet, imødekommer brugernes behov, og tager udgangspunkt i Best Practices indenfor webdesign.

WeShelter
Social arbejde siden 1893

Metoder og værktøjer

Vi har gennem hele processen brugt Double Diamond tankegangen (se skema nedenfor). Vi har i **Discover** fasen brugt metoder såsom interviews, research på svarene fra vores interviews og research på lignende hjemmesider. Derefter har vi sammenfattet vores indsigtter og fokuseret på de vigtigste fund i discover fasen, som ledte os til **Define** fasen, hvor vi begyndte at udarbejde løsninger ud fra vores research. Herefter gik vi i gang med at udarbejde

(**Develop**) selve websitet. Herefter startede vi med at udvikle wireframes, hvor vi med hjælp af crazy 8's fik skabt de færdige wireframes. Derefter udarbejdede vi vores prototype for både mobil og desktop, hvorefter vi brugertestede vores prototype og fik indsigtter i potentielle rettelser, som ville forbedre brugeroplevelsen. Til sidst nåede vi til **Deliver** fasen, hvor vi kodede vores site færdigt og offentliggjorde det på internettet.



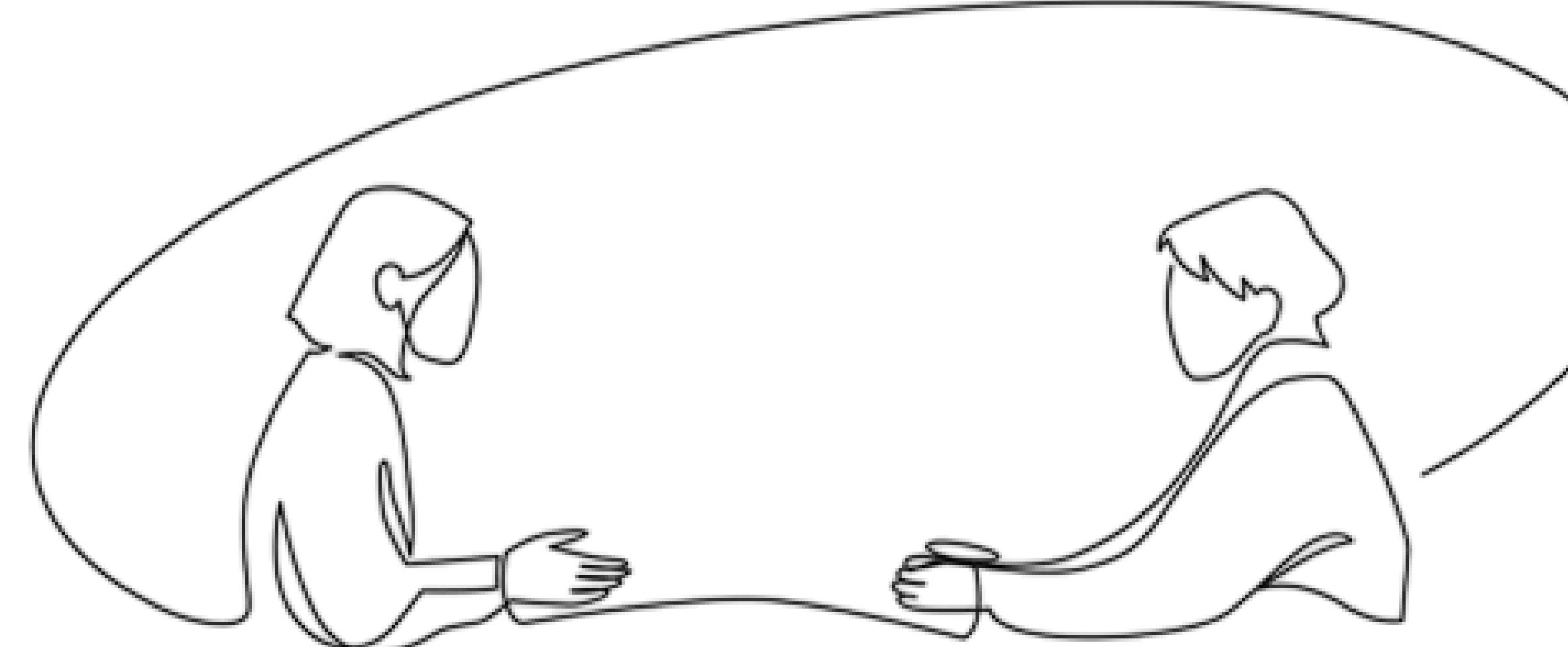
Discover

Research

Vi startede med at lave research på andre lignende hjemmesider, hvorefter vi udarbejdede en liste med de designmæssige tiltag der er taget på de specifikke sider. Her kiggede vi bl.a. på hjemmesider såsom Børns Vilkår, Røde Kors og Mændenes Hjem, som hver især lagde vægt på forskellige virkemåder. Børns Vilkår lagde hovedsageligt vægt på; illustrationer, de taler direkte til modtageren vha. pronomener såsom "du" og de gør brug af flere forskellige farver på deres site for at skabe kontraster og blikfang. Røde Kors gjorde brug af deres gennemgående røde farve, som spiller sammen med deres logo, derudover gjorde de også brug af store øjnefaldende UI-elementer som fx "Støt vores arbejde". Til sidst gjorde Mændenes Hjem brug af et simpelt layout, en overskuelig statistik og et billede på forsiden som repræsenterede mændenes hjem og placeringen af det.

Efter research af ovenstående hjemmesider opstillede vi et interview, med fokus på at forstå menneskenes tilgang til frivilligt arbejde. Vi sørgede for at alle lavede mindst 1 interview pr. person, hvilket resulterede i 4 interviews i alt. Ud fra de 4 interviews lavede vi en fælles research på alle interviewene, som resulterede i fem overordnede overskrifter, som indsigt fra interviewene kunne puttes ind; Barrierer/Tid, Information, Fællesskab, Troværdighed og Tilgængelighed (se billede nedenfor). Fællesnævnerne for interviewene er dermed:

- ◆ **Interesse for frivilligt arbejde**
- ◆ **Motivation for at hjælpe andre**
- ◆ **Tvivl omkring tid**
- ◆ **Personlig udvikling**
- ◆ **Ingen tidligere erfaring**



Ud fra disse indsigt vurderede vi dermed den generelle profil, som kunne have interesse i at være frivillig, til at være en empatisk person, som gerne vil hjælpe andre. Personen vil være åben overfor frivilligt arbejde, men mangler dybdegående viden om, hvordan man kommer i gang, eller frygter, at det vil kræve for meget tid. Personen ser det som en mulighed for at gøre noget meningsfuldt, men også som en chance for at lære mere om sig selv og samfundet.

Herefter lavede vi research på tidens trends, som bl.a. er Bento gids, 3D, blur/fade og stor typografi som bevæger sig.

Research på interview

Barrierer / tid



Fællesskab



Troværdighed



Information



Tilgængelighed



"Det ville være fint hvis der var et krav om at tage x antal vagter om måneden så de er sikre på at have nok frivillige om måneden." - Maise

"Personlige fortællinger gør at man hellere vil melde sig som frivillig, at man gør en forskel" - Caroline

"Hvis jeg skulle være frivillig skulle det være noget socialt, men tiden er ikke til det" - Lauritz

"Det skal være nemt tilgengængeligt for brugeren. Det skal ikke kræve særlig meget af den frivillige at melde sig ind." - Kristian

Kristian - Det var vigtigt med meget information om de opgaver de frivillige kunne påtage sig, da de ellers kan føle de ikke kan udrette den hjælp de har brug for.

"Omtale, et genkendeligt navn. En CSR side på deres hjemmeside med fokus på social bæredygtighed, hvor pengene går til, hvad det har en indvirkning på. Gennemsigtighed så man ved alt før man giver sin tid til en organisation." - Maise

Tiden er en barriere

"Kan jeg genkende mig selv eller er det mig og 6 damer på 80 som er pensionister der kommer til at sidde der? Er der nogen som jeg har noget til fælles med?" - Maise



Design process

Efter vores grundige research besluttede vi, at hjemmesiden skulle indeholde omfattende information. Brugeren skal have adgang til så meget information som muligt omkring frivilligt arbejde, da vores interviews viste, at tid og fleksibilitet er to afgørende faktorer for at ville engagere sig. Ved at give brugeren fyldestgørende information håber vi at øge motivationen for at blive frivillig, da de på forhånd får et klart billede af arbejdets omstændigheder. Dertil kom vi på ideen til forsiden om at lave en karrusel med informationer om de frivillige arbejdsformer. På den måde ville brugeren hurtigt få et overblik over de forskellige arbejdsformer, hvor der her skulle være links, som gav brugeren mulighed for at få yderligere information

om den givne arbejdsform. Under karrusellen ville vi lave en tilmeldingsblanket med henblik på at brugeren skulle kunne tilmelde sig nemt og problemfrit. Dertil ville vi bruge den genkendelige blå farve, som understøtter WeShelters brandidentitet, men det er også en farve som skaber meget blikfang og synlighed.
Til undersiden ville vi understøtte vores beslutning om omfattende information. Hertil valgte vi desuden at lave et faneblad med overskrifter, som skulle give de vigtigste og mest relevante informationer til brugeren på en let og overskuelig måde.

Moodboard

For at skabe en visuel identitet, der afspejler WeShelters værdier og samtidig styrker deres brandidentitet, har vi udarbejdet et moodboard, der samler vores designmæssige inspirationer og retning. Vi har bevidst valgt at arbejde med WeShelters eksisterende farvepalette for at bevare genkendeligheden og forstærke deres visuelle udtryk. De blå nuancer, som er gennemgående i deres brand, signalerer tryghed, troværdighed og ro, hvilket vi har suppleret med varme kontrastfarver for at skabe dynamik og fremhæve vigtige elementer på kampagnesiden.



Gennem vores research opdagede vi, at WeShelter aktivt anvender illustrationer på deres Facebook-side til at formidle deres arbejde og værdier. Disse illustrationer ønskede vi at integrere i endnu højere grad for at understøtte deres identitet og skabe en rød tråd i det visuelle udtryk. Derudover har vi kombineret dem med en typografi, der blander stærke, øjnefaldende skriftyper med mere organiske, håndskrevne elementer. Dette valg hjælper med at balancere det professionelle med det personlige, hvilket gør budskabet mere relaterbart og engagerende. For yderligere at understøtte storytelling på kampagnesiden har vi arbejdet med infografikker og billeder, der både informerer og skaber en emotionel forbindelse til brugeren. Ved at samle disse elementer i moodboardet sikrer vi en sammenhængende visuel stil, der ikke blot respekterer WeShelters eksisterende brandidentitet, men også forstærker deres visuelle udtryk og gør kampagnesiden mere indbydende og engagerende.

Style Tile

På baggrund af vores moodboard lavede vi et styletile, der bedre definerer de visuelle retningslinjer for vores udgave af kampagnesiden. Som tidligere nævnt valgte vi at arbejde med WeShelters eksisterende farvepalette for at bevare og styrke deres brandidentitet. De udvalgte skriftyper, Anton, Figtree og Nanum Pen, skaber en balance mellem et professionelt, letlæseligt udtryk og en mere personlig, håndskrevet stil. Derudover var de eksisterende illustrationer fra WeShelter, samt et selvdesignet LGBT+ flag, centrale elementer i vores visuelle udtryk, da de understøtter kampagnens budskab og skaber en genkendelig og sammenhængende identitet.

Hero tekst
Nanum Pen

Overskrift
Anton

Underoverskrift
Figtree, Bold Brødtekst
Figtree Menu tekst
Figtree, Light

#256AF6 #0F172A #FFFFFF #FC9027

WeShelter
Socialt arbejde siden 1899

Tilbage ←

Bliv frivillig

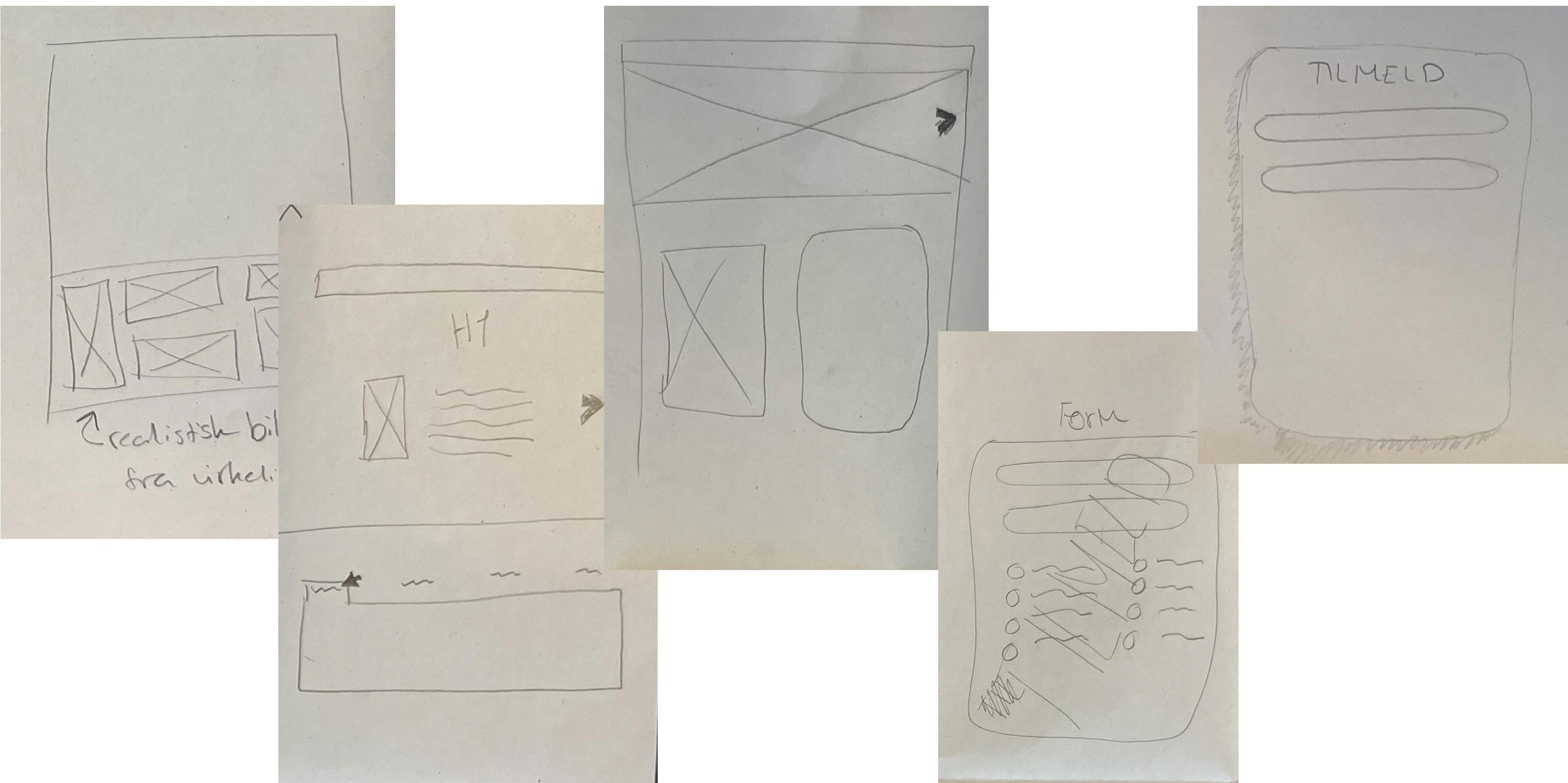
STØT

The illustrations include: 1. Two people cooking. 2. A person meditating. 3. A person working on a computer. 4. A person riding a skateboard. 5. A group of people. 6. A person holding a document. 7. A couple. 8. A person working at a desk. 9. A rainbow flag.

Devvello

Fra ide til design

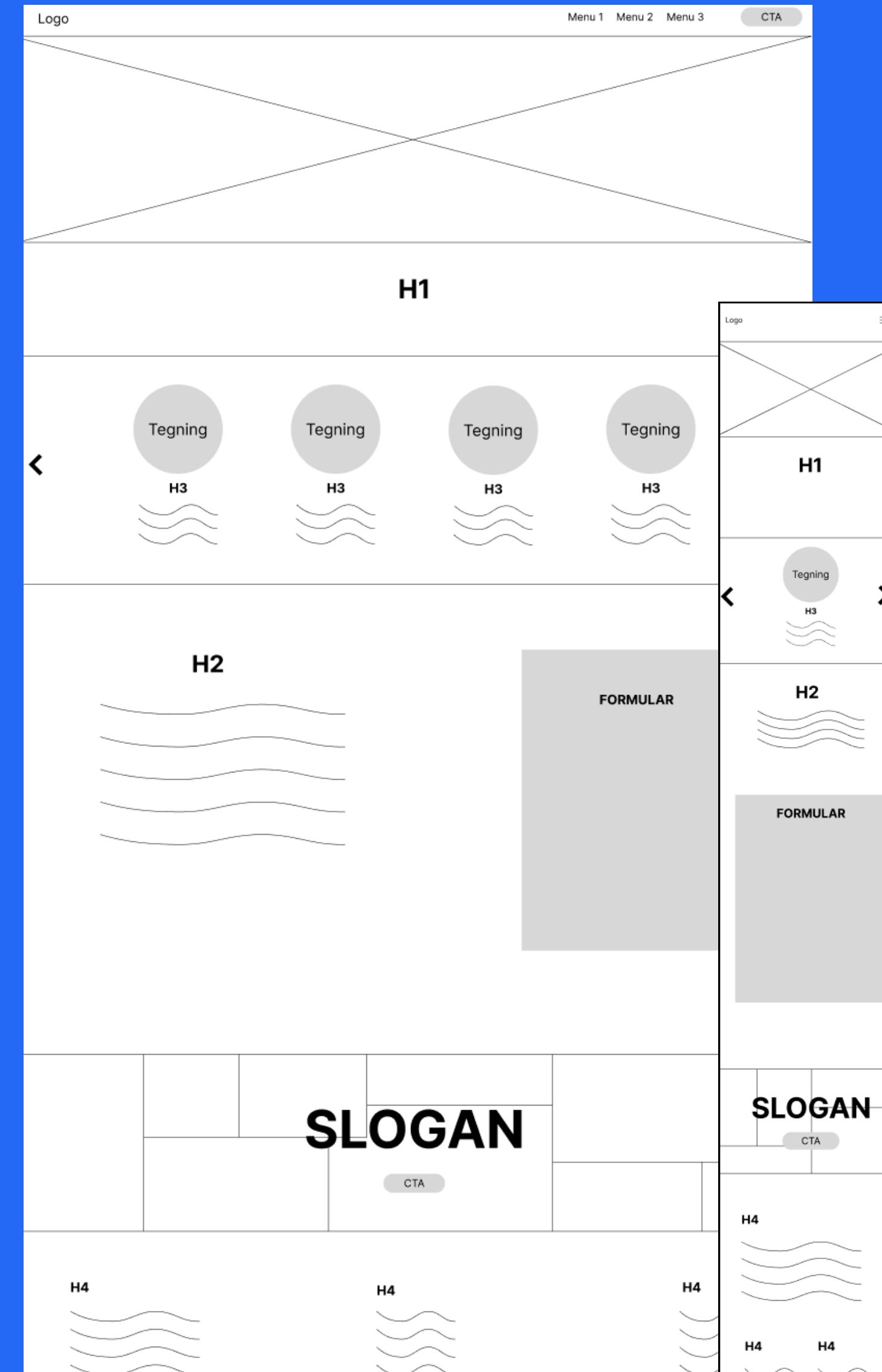
Vi er nu nået til den fase, hvor vi skal konkretisere vores idéer til at opnå et færdigt produkt. Vi startede med at lave crazy 8's for at skabe det bedste fundament for udviklingen af wireframes. Her udviklede vi ideerne om, hvordan tilmeldingsblanketten skal se ud og legede med opsætningen af hjemmesiderne ift. billeder og tekst.



Wireframes

På baggrund af vores crazy 8's udarbejdede vi wireframes til både mobile og desktop, så vi kunne få klarlagt hvordan sidens opbygning skulle være. Denne proces hjalp os med at konkretisere og strukturere vores idéer, så vi fik et klart overblik over, hvordan sidens layout, navigation og indholdselementer skulle placeres. Wireframes fungerede også som et fælles referencepunkt for teamet og gjorde det lettere at træffe velovervejede designbeslutninger gennem resten af projektet.

FORSIDE

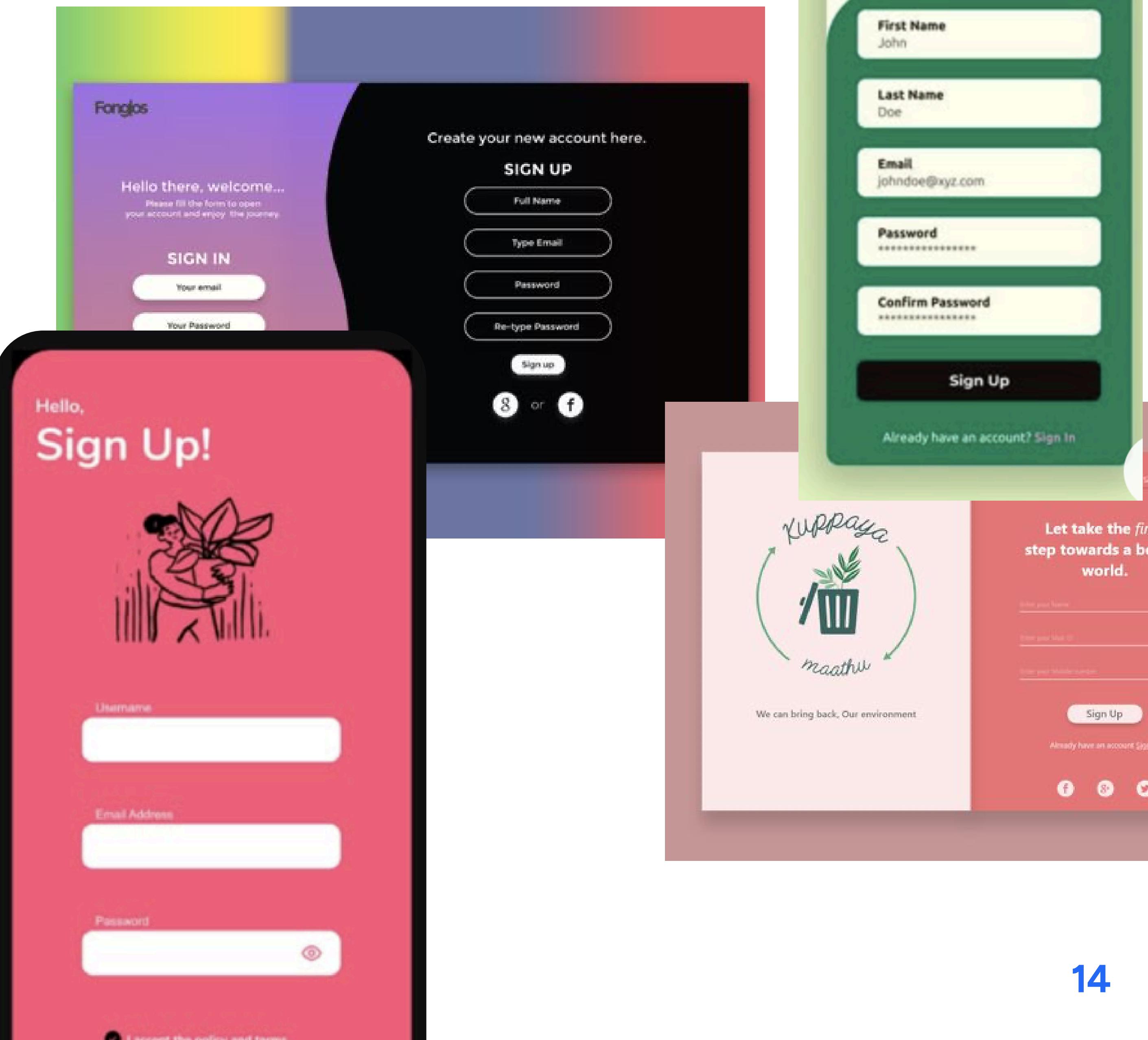


UNDERSIDE



Udvikling af komponenter

Efter udviklingen af wireframes, kiggede vi på de enkelte komponenter. Vi startede med at ville designe tilmeldingsblanketten, hvor vi ved hjælp af Pinterest udarbejdede et moodboard, der skulle visualisere det ønskede æstetiske udtryk. Vi besluttede os for at bruge den genkendelige blå farve, men overvejede, om vi skulle arbejde med en alternativ nuance.



På billedet helt til højre kan man se den farvepalette vi havde af overvejelser, men efter omtanke valgte vi at gå med den traditionelle blå, da vi mente nuancerne ikke kunne stå indenfor WeShelters brand identitet.

Til sidst overvejede vi at integrere et legende tegnet designelement i formularen for at øge brugerens motivation for at tilmelde sig som frivillig. Elementet skulle ikke blot fungere som blikfang, men også tilføre formularen personlighed og menneskelighed. Målet var at differentiere den fra en traditionel og upersonlig nyhedsbrevsformular og skabe en engagerende, indbydende og let tilgængelig brugeroplevelse.



FORSIDE

Prototype

Herefter begyndte vi at udvikle vores prototype. For at gøre denne proces nemmest mulig arbejdede vi med komponentopbygning, så vi kunne genbruge komponenter rundt omkring i prototypen. Dette gjorde det også nemmere at sikre ensartethed på tværs af siden og dermed skabe en stabil og god brugeroplevelse.

I denne proces fik vi også mulighed for virkelig at se vores tanker og visioner komme til live og samle alle elementer i et sammenhængende design.

Vi testede tidligt for at sikre, at prototypen fungerede som forventet, og at brugernes interaktion med komponenterne føltes intuitiv og flydende.

Til dette gjorde vi brug af **5-sekunders test** og **”Tænk højt”-test** for hurtigt at få en idé om, hvad der fungerede godt, og hvad der burde forbedres for det mest optimale resultat.



UNDERSIDE



<https://www.figma.com/proto/>

Spørgsmål

1. Hvad tror du siden handler om?
2. Hvad lagde du først mærke til på siden?
3. Hvad kunne du ikke lide?
4. Hvad kunne du særligt godt lide?
5. Virker det nemt at tilmelde sig?

5 sekunders test

På baggrund af 5-sekunders testen fandt vi frem til, at testpersonerne ved første øjekast sagtens kunne afkode, hvad siden omhandlede. Især illustrationerne blev fremhævet som øjnerefaldende og var et af de elementer, som testpersonerne godt kunne lide. Derudover blev teksten med de større bogstaver og den orange farve nævnt som blikfang, der effektivt tiltrak opmærksomhed.

“Det virker nemt at tilmelde sig”

“Jeg tror det er en frivillig side”

“... skilte sig ud og var blå”

Tænke højt test

Udover 5-sekunders testen lavede vi også en tænke-høj test med forskellige testpersoner. Når det kom til at finde madklub-siden, foregik alt forholdsvis intuitivt, og testpersonerne fandt hurtigt vej via menuens dropdown.

Derudover blev testpersonerne bedt om at registrere sig som frivillig gennem formularen. En testperson registrerede hurtigt den blå formular, mens en anden testperson i første omgang troede, at det var en footer. På dette tidspunkt var hele formularen, inklusive overskrift, blå med hvid skrift. Vi indså derfor, at vi burde justere designet for at tydeliggøre formularen, da den er sidens vigtigste element.

For at forbedre dette rykkede vi overskriften væk fra den blå baggrund for at skabe mere blikfang. Dette gjorde også, at den blå del ikke dominerede skærmen for meget, hvilket gav en bedre visuel balance og gjorde det tydeligere, at siden kunne scrolles videre.

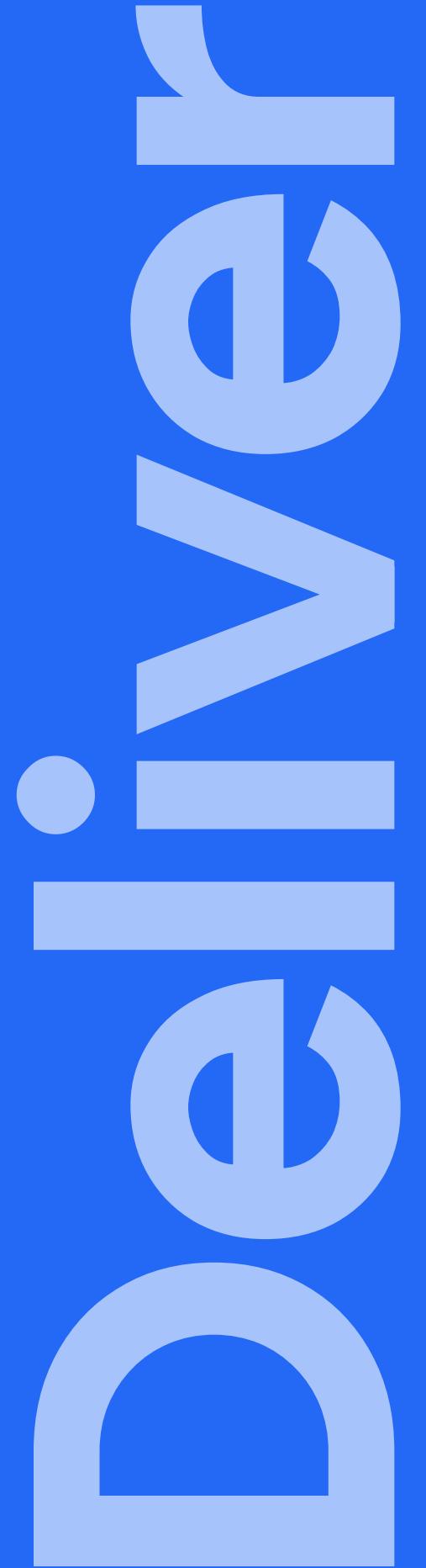
Gennem udviklingen af prototypen og de efterfølgende brugertests fik vi værdifuld indsigt i, hvordan siden blev opfattet og anvendt. Testene hjalp os med at finjustere designet, så det blev mere intuitivt og visuelt indbydende. De justeringer, vi foretog, bidrog til en mere brugervenlig oplevelse, hvor de vigtigste elementer fremstod tydelige, og navigationen fungerede problemfrit.

Opgave 1

Find ud af hvornår der er madklub arrangementer

Opgave 2

Tilmeld dig som frivillig i lgbt+ venner



Udviklingsproces i Astro

I vores projekt har vi brugt Astro til at kode en organiseret og struktureret hjemmeside på baggrund af vores prototype. Vi bruger komponenter til at dele koden op i små dele og skaber dermed en mere overskuelige kode hvor html, css og JavaScript er opdelt i mindre dele.

Før vi begyndte at kode i Visual studio code aftalte vi hvilke elementer der skulle være komponenter, og hvordan det skulle kodes i Astro. Vi arbejdede sammen i Figma , hvor vi kiggede mobil prototypen igennem, da vi arbejder mobile-first og navngav de forskellige typer komponenter.



WeShelter

Socialt arbejde siden 1893



← Tilbage

De sociale madklubber



I vores sociale madklubber er det gode måltid samlingspunktet for frivillige, hjemløse og socialt utsatte. Planlægning, indkøb og tilberedningen klares i fællesskab. Der er plads til alle, også selvom overskuddet kun rækker til foldning af middagsservietter ved spisebordet. For mange er maden i madklubben det eneste varme måltid, de får på ugen. For andre er selskabet og de gode samtaler et tiltrængt pusterum fra ensomheden derhjemme.



Aktivitetsklubber

Frivillige oplevelser og fællesskab til mennesker i rusmiddelbehandling og unge hjemløse gennem sociale gruppeaktiviteter.

Bliv frivillig i dag

Gør en forskel

Vælg dit bidrag

- De sociale madklubber
- Økonomirådgivningen
- Aktivitetsklubber
- Yoga
- Møbelhjælp
- Netværksvenner
- Peer-to-peer
- LGBT+ venner
- Massage
- Ledelse af en aktivitet

NÆSTE

Et eksempel på vores brug af komponenter er i cards.astro, som gør det nemmere at genbruge koden og holde en ensartet stil på tværs af sitet. Derfra kunne vi gå i gang med at kode sitet i VS Code. Vi gjorde brug af Props i forskellige komponenter, hermed i card.astro, hvor de forskellige cards til karrusellen skulle laves. Vi har også brugt Props til at lave vores tre forskellige CTA'er. Hver CTA har sin egen komponent hvor det bliver stylet, som derefter kan indsættes på tværs af sitet med et ensartet look.

Vi har indsat generelle.css i layout.astro for at sikre en ensartet struktur på tværs af siderne. Vores menu-karrusel fungerer ved at brugeren kan trykke på pileknapperne for at skifte mellem kortene. Den er lavet med JavaScript, CSS, props og komponenter i Astro.

På mobil vises et kort ad gangen og på desktop vises fire kort ad gangen ved hjælp af CSS og JavaScript hvor karrusellen automatisk tilpasser sig skærmstørrelsen. Kortene bliver vist ved hjælp af cards.astro, hvor hvert card får sin data fra arrayet i index.astro.

```
const { img, overskrift, beskrivelse } = Astro.props;

<div class="card">
  <img src={img} alt={overskrift} />
  <h3>{overskrift}</h3>
  <h4>{beskrivelse}</h4>
```

```
src > components > CTA.astro > ...
1
2 const { button } = Astro.props;
3
4
5 <article>
6   <a href="#">{button}</a>
7 </article>
8
9 <style>
10  a {
11    border-radius: 20px;
12    background-color: #0076f1;
13    color: white;
14    text-decoration: none;
15    padding: 10px;
16  }
```

MOBIL SITE



```
8   <section class="carousel">
9     <button id="prev"></button>
10    <div class="carousel-container">
11      {
12        cards.map((card, index) => (
13          <div class="carousel-slide">
14            <Card
15              img={card.img}
16              overskrift={card.overskrift}
17              beskrivelse={card.beskrivelse}
18            />
19          </div>
20        ))
21      }
22    </div>
23    <button id="next"></button>
24  </section>
25
26
```

Aktivitetsklubber

Frivillige oplevelser og fællesskab til mennesker i rusmiddelbehandling og unge hjemløse gennem sociale gruppeaktiviteter.

WEBSITE

The website interface features a horizontal row of four service icons. From left to right: 1. Aktivitetsklubber (Icon: person working in a garden). 2. Møbelhjælp (Icon: person moving a large piece of furniture). 3. Peer-to-peer (Icon: two people hugging). 4. LGBT+ venner (Icon: a rainbow flag).

This block shows a detailed view of the 'Aktivitetsklubber' card from the website's carousel. It includes the title, a descriptive text, and the original code for the card component.

Aktivitetsklubber

Frivillige oplevelser og fællesskab til mennesker i rusmiddelbehandling og unge hjemløse gennem sociale gruppeaktiviteter.

Møbelhjælp

Gennem indsamling og transport af møbler hjælper vi hjemløse, der finder en bolig, med at gøre den til et hjem.

Peer-to-peer

Peer-frivillige er personer, som har erfaring med hjemløshed, der støtter nuværende hjemløse.

LGBT+ venner

LGBT+ venner tilbyder deres venskab og omsorg til en social udsat LGBT+ person.

Konklusion

Det at arbejde struktureret ud fra Double Diamond-modellen har hjulpet os til at sikre en velovervejet og gennemarbejdet løsning. Grundig research, interviews og brugertests gav os indsigt, som var afgørende for at sikre os et produkt, der imødekommer brugerens behov og skaber den bedst mulige brugeroplevelse fra start til slut. Arbejdet med Astro var en ny udfordring, men vi oplevede, at komponentbaseret udvikling gjorde vores kode mere struktureret og

overskuelig. Det gjorde det også nemmere at sidde flere om den samme side, uden at man reelt set arbejder i samme fil. Desuden bidrog det til en mere struktureret tilgang, hvor vi kunne genbruge komponenter og dermed effektivisere udviklingsprocessen. Samlet set er vi tilfredse med vores løsning og mener, at den imødekommer WeShelters behov og målgruppe på en intuitiv og informativ måde.

Samarbejdet i gruppen har fungeret rigtig godt, og alle har haft en aktiv rolle i hele projektet. Selvom vi har haft en naturlig opdeling af arbejdsopgaver, har vi arbejdet tæt sammen og sikret, at alle var involveret i de forskellige dele af processen. Vi har løbende sparret med hinanden, givet feedback og delt vores individuelle kompetencer, hvilket har styrket både kvaliteten af arbejdet og vores fælles forståelse for projektet. Den åbne kommunikation og det gode samarbejdsmiljø har gjort det muligt at løse udfordringer effektivt og finde de bedste løsninger i fællesskab.

Samlet set har projektet været en lærerig proces, hvor vi har udviklet både vores tekniske færdigheder og samarbejdsevner. Vi er tilfredse med resultatet og de erfaringer, vi har fået undervejs, som vi kan tage med os i fremtidige projekter.

Gruppemedlemmer

Team 4

