# Virksomhedssite 05.02.01

## Team 01, Svenskarna och Danskarna

Sofia W., Nora, August og Joris

Team canvas

Github Repository

Netlify site

Link til kvadratisk video

Link til teamets pitch

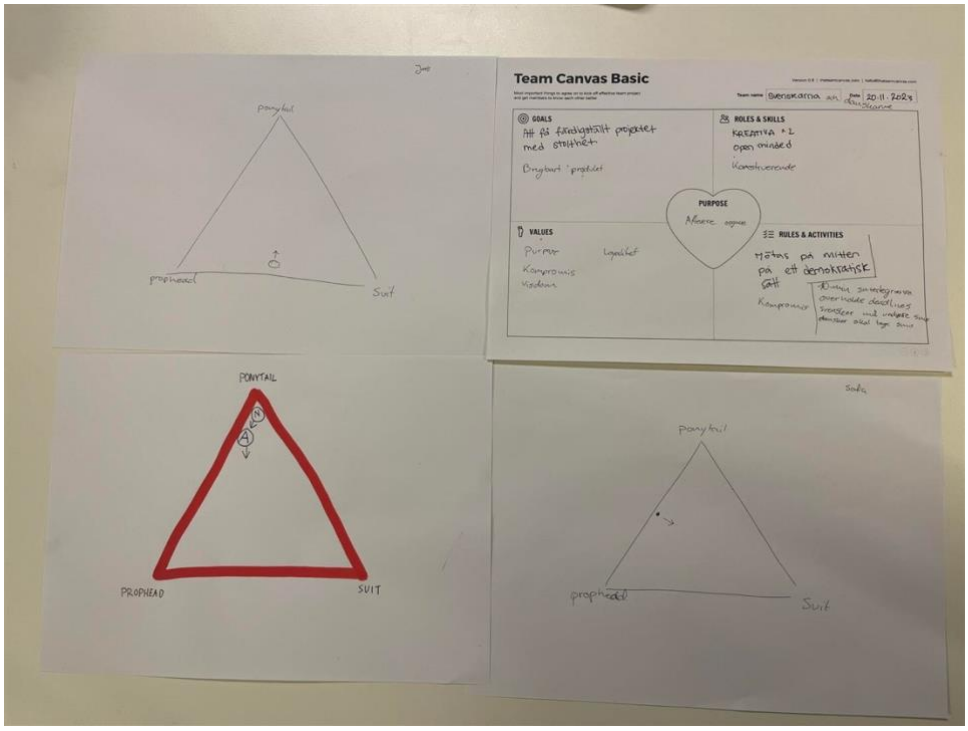
Forsiden skal indeholde: ..... **Error! Bookmark not defined.**
Planlægning og projektstyring ..... 4
Teamkontrakt ..... 4
Scrum ..... 4
Trello ..... 4
Medvirkende virksomhed ..... 6
Virksomhedsnavn ..... 6
Virksomhedsadresse ..... 6
Kontaktpersoner i virksomheden ..... 6
Virksomhedens website ..... 6
Virksomhedens SoMe profiler ..... 6
Aftale med virksomhed ..... 6
Beskriv hvordan I har fundet frem til virksomheden ..... 6
Research: Virksomhedens nuværende website ..... 7
Sitemap ..... 7
Funktionalitetsliste ..... 7
Wireframe ..... 8
Styletile ..... 8
Indholdsoversigt ..... 9
Analyse af brugernes opfattelse af eksisterende site ..... 12
5-sec test ..... 12
Nuværende løsning ..... 12
BERT ..... 13
Heuristisk test ..... 13
Tænke-højt-test Nuværende løsning ..... 15
Research: Virksomhedens forretningskoncept ..... 17
Afsender ..... 17
Målgruppe ..... 17
Produkter/Unique Selling proposition (USP) ..... 18
Virksomhedens redesignede website ..... 18
Idéudvikling ..... 18
Sitemap / wireframe /prototype/skitser ..... 20
Skitser ..... 20
Moodboard ..... 20

Styletile ..... 21
Prototype ..... 21
Test ..... 21
Tænke-højt-test ..... 21
Redesignede løsning ..... 21
5 sek ..... 23
Redesignede løsning ..... 23
BERT ..... 24
Heuristisk test ..... 24
Lighthouse ..... 26
Video ..... 27
Tekst ..... 28
Fotos ..... 28
Billedmateriale ..... 28
Refleksion indholdsproduktion: ..... 29
Foto ..... 29
Tekst ..... 30
Video ..... 30
Kode ..... 30
Validering af HTML& CSS ..... 31
Refleksion Git / GitHub: ..... 31
Præsentation ..... 31
Link til præsentationen ..... 31
Feedback fra præsentationen ..... 31
Refleksion ..... 31
Refleksion sitet: ..... 31
Inspo hjemmesider ..... 32

## Planlægning og projektstyring

Vi var to par til at begynde med, som søgte en gruppe. Vi blev en gruppe helt tilfældigt da Brian parrede os sammen. Efterfølgende gik vi i gang med at lave vores teamkontrakt. Vi blev enige om alt der står beskrevet i kontrakten. Derefter blev Joris udpeget som scrummaster. Vi har hold scrum-møder hver gang vi mødtes hvor vi har talt om hvad vi har lavet siden sidst – og hvad vi skal fremover. Desuden har vi også haft mindre udfordringer op og vende, eller hvis der er spørgsmål.

### Teamkontrakt




### Scrum

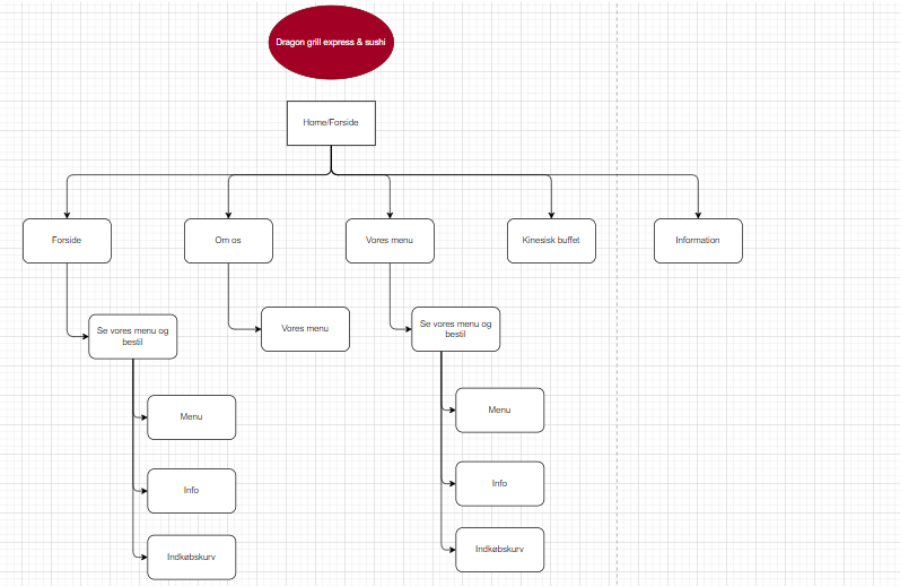
**Scrum-referat-dokument:**

https://docs.google.com/document/d/1P3kHCba6Bv2XVcCS97y2h3daXziYeF_Oxvi6nVv73yo/edit?usp=sharing

### Trello

https://trello.com/b/Eouv4BiR/virksomhedssite-050202

**Sitemap:**




## Virksomedens koncept utifrån hemmsidan.

- Informerande, (kontaktinfo/beställningsark/ men också Vad det är för typ av mat)
- aptitlig, (Framförallt i form av bilder)
- Locka kunder (Kampagner och söljande ("Se vores store udvalg")

## Indholdsliste

Forside:

- Kampagne
- Våres store udvalg
- Månadens menu

Om os:

- Om os

Våres menu:

- Menu og priser

Kinesisk buffet:

- Menu over kinesisk buffet

# Medvirkende virksomhed

## Virksomhedsnavn

Dragon Grill

## Virksomhedsadresse

Amagerbrogade 186, 2300 København S

## Kontaktpersoner i virksomheden

Rebecca Ding

## Virksomhedens website

https://dragongrill.dk/

## Virksomhedens SoMe profiler

https://www.facebook.com/Dragongrillexpress/?locale=da_DK

https://www.instagram.com/dragongrill/

## Aftale med virksomhed

Husk i forhold til jeres aftale med virksomheden – I leverer ikke en færdig løsning til virksomheden, men et forslag til et redesign, hvis virksomheden vil bruge jeres løsning, skal I aftale efterfølgende.

- Bruge deres hjemmeside som udgangspunkt for re-design.
- Re-designe logo
- Optage videomateriale i restaurant - herunder interview, billeder og b-rolls.
- Forældre ønsker ikke at medvirke på videomateriale.

## Beskriv hvordan I har fundet frem til virksomheden.

Gruppemedlems veninde arbejder i virksomheden. Venindes forældre ejer virksomheden. Taget kontakt over Messenger.

# Research: Virksomhedens nuværende website

## Sitemap

Overblik over sitets struktur.

## Funktionalitetsliste

- Index
- Om os
- Vores menu
- Kinesisk buffet

Vigtigste vej er muligvis "Vores menu"

**User stories:**

*Storyboard eksempel 1*

Som sulten grillnyder, vil jeg researche på hjemmesiden, inden jeg køber mad.

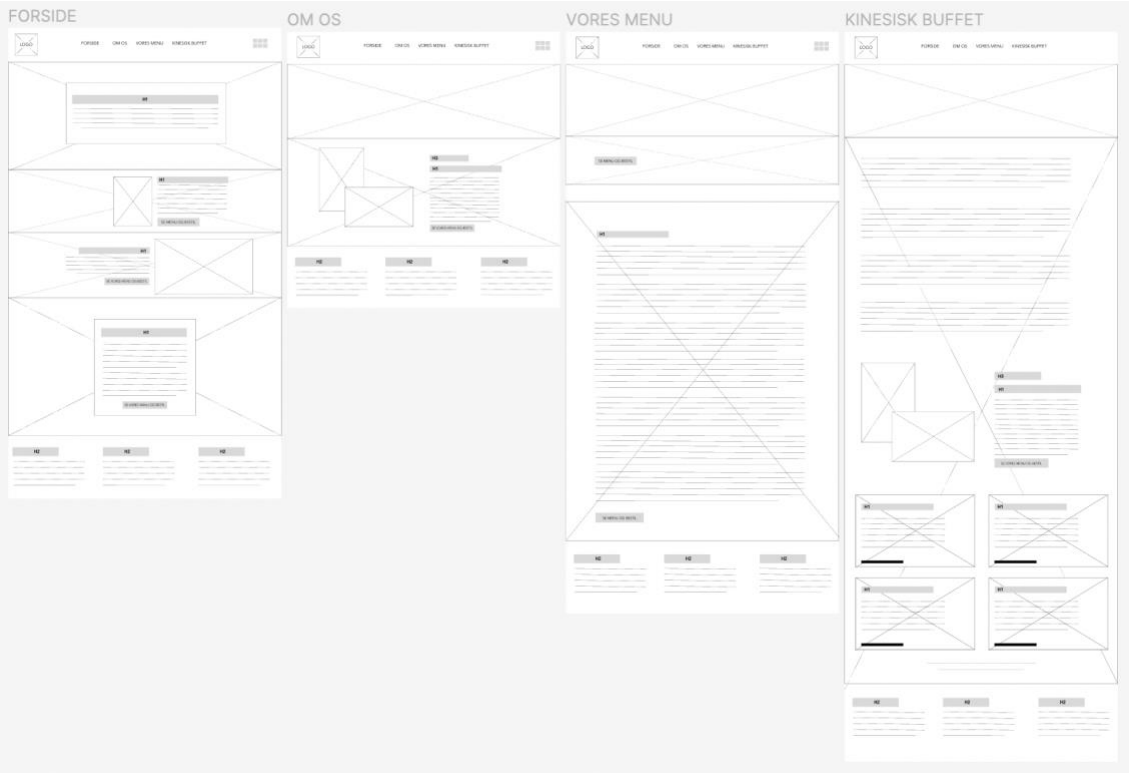
"Brugeren er muligvis sulten, og beslutter sig for at hente take-away hos den lokale grill. Brugeren vælger at lave research forinden, på telefonen, for at se om grillen har noget de kan lide. På siden ses to burgermenuer og brugeren bliver lidt forvirret. Brugeren får åbnet den rigtige burgermenu, og navigerer til siden *vores menu* og bliver noget overrasket over valgmulighederne, som er en lang kontinuerlig liste. Brugeren bliver desuden i tvivl om priserne til de enkelte varer. Brugeren beslutter sig for at gå ned til restauranten og får en forrygende service. Brugeren husker til næste gang ikke at bruge deres hjemmeside da den er forvirrende og uoverskuelig"

*Storyboard eksempel 2*

Som sulten grillnyder, vil jeg vide hvornår restauranten holder åbent, inden jeg køber mad.

## Wireframe

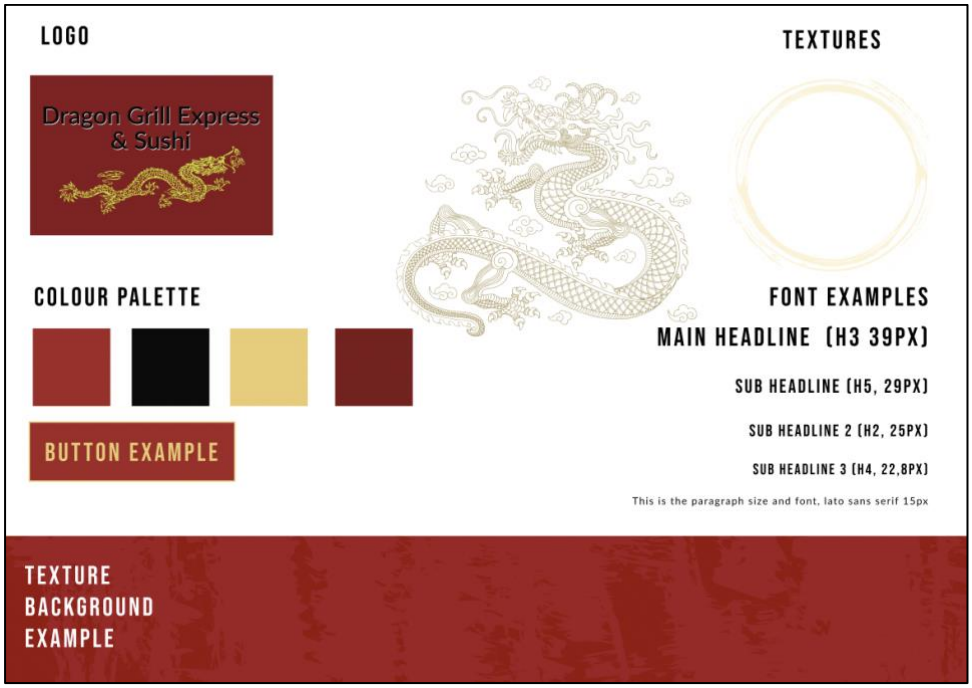
[Link til vores lo-fi wireframes]




## Styletile

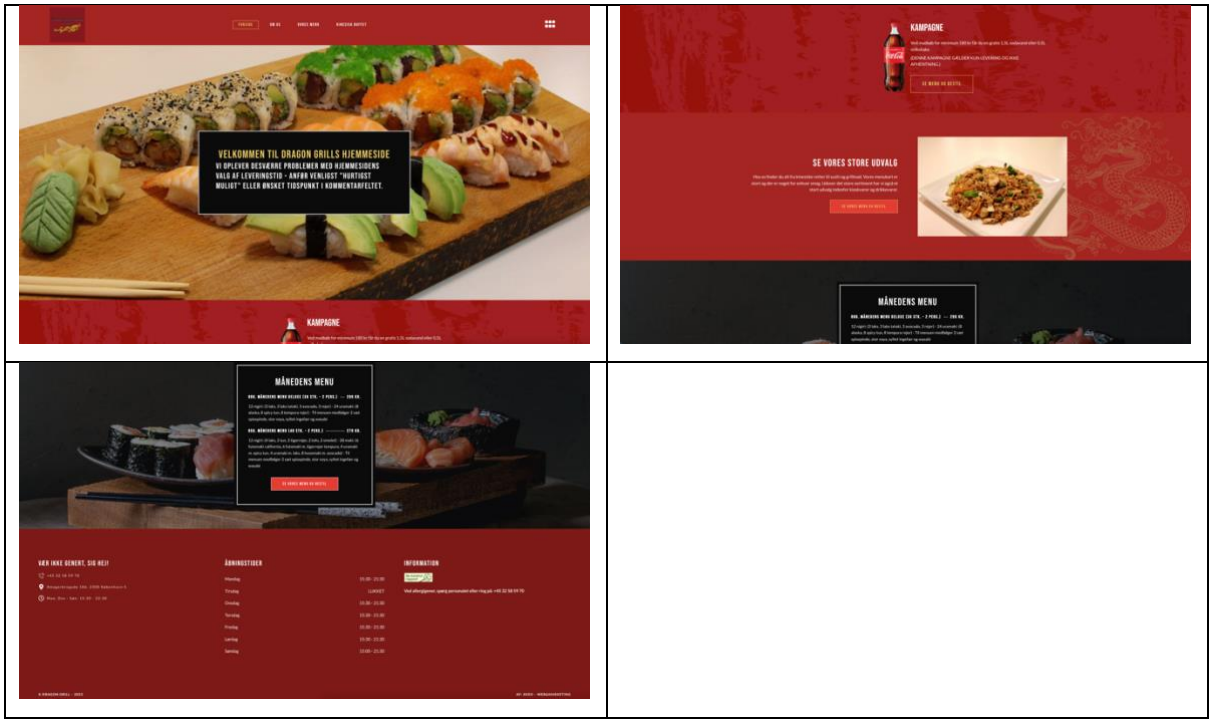
Foto- og videostil (designanalyse)

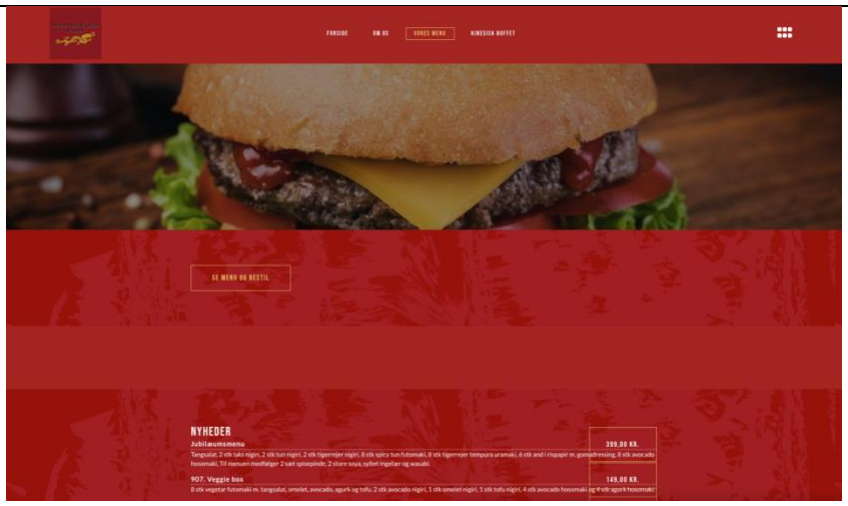
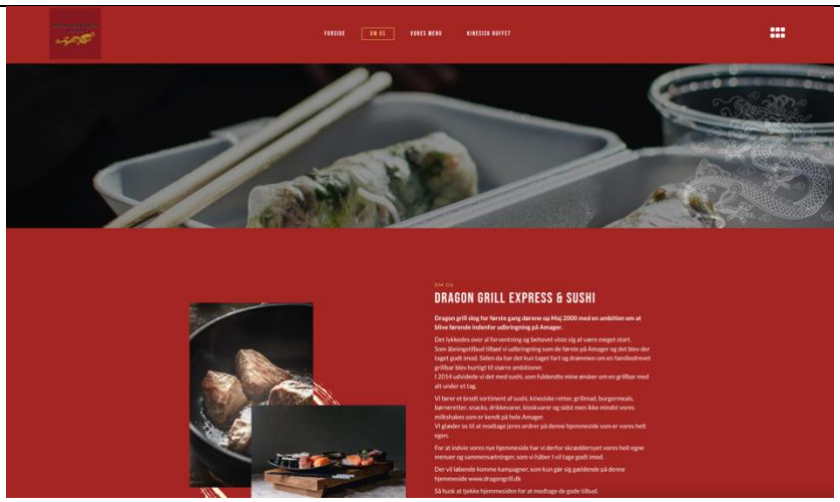
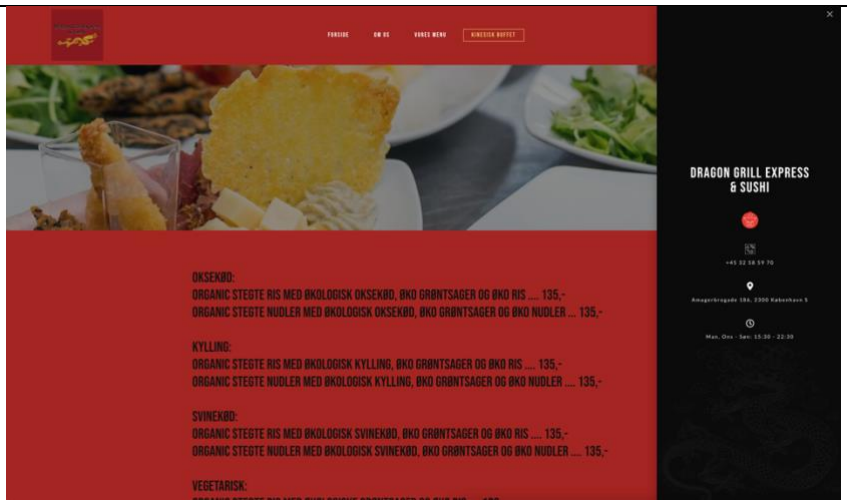
[Link til styletile, eksisterende side]

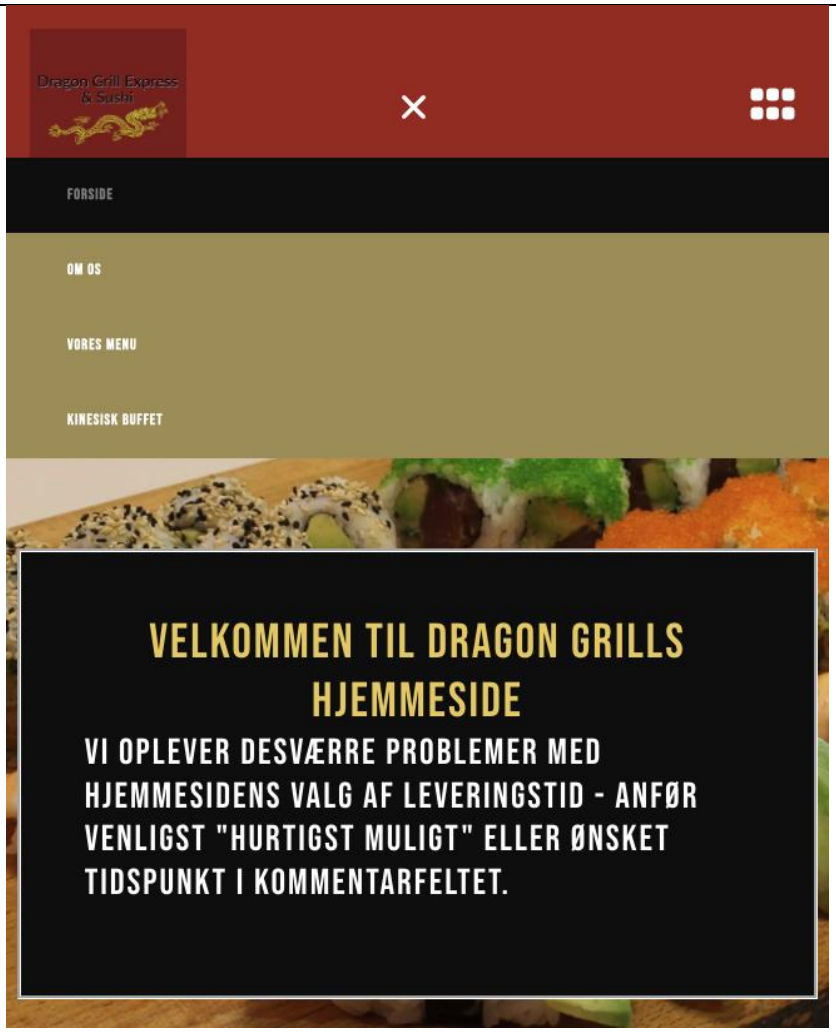



## Indholdsoversigt

**INDEX**



| | |
|---|---|
| Vores menu |  |
| Om os |  |
| Burgermenu til kontaktinformation |  |

| | |
|---|---|
| Burgermenu |  Dragon Grill Express & Sushi<br>FORSIDE<br>OM OS<br>VORES MENU<br>KINESISK BUFFET<br>VELKOMMEN TIL DRAGON GRILLS HJEMMESIDE<br>VI OPLEVER DESVÆRRE PROBLEMER MED HJEMMESIDENS VALG AF LEVERINGSTID - ANFØR VENLIGST "HURTIGST MULIGT" ELLER ØNSKET TIDSPUNKT I KOMMENTARFELTET. |

| | | |
|---|---|---|
| Eksempel på *Vores menu* i mobile | <br>Rødvin 79,00 KR.<br>Hvidvin 79,00 KR.<br>Rose Vin 79,00 KR.<br>1 flaske<br>Vodka 160,00 KR.<br>1 flaske<br>KIOSKVARER<br>KIMS Havsalt 30,00 KR.<br>KIMS Sour Cream & Onion 30,00 KR.<br>KIMS Barbecue 30,00 KR.<br>KIMS Kanon kugler 30,00 KR.<br>KIMS Snack m. Krydderier 30,00 KR.<br>KIMS Sprøde Flæskesvær 30,00 KR.<br>Saltede Peanuts 27,00 KR.<br>Multi Mix 29,00 KR.<br>Stor<br>Twix 21,00 KR.<br>Stor<br>Yankie Bar 15,00 KR.<br>Marabou Mælk 38,00 KR.<br>Marabou Sweizer Nød 38,00 KR.<br>Marabou Daim 38,00 KR.<br>Marabou Mørk Chokolade 38,00 KR.<br>M&M's Chokolade 38,00 KR.<br>M&M's Peanuts 38,00 KR.<br>Maltesers 38,00 KR.<br>Haribo Click Mix 29,00 KR.<br>Haribo Stjerne Mix Sour 29,00 KR.<br>Lakerol 13,00 KR.<br>Salvi lilla<br>Stjernemix 29,00 KR.<br>Stor<br>Mars 15,00 KR. | <br>pers.)<br>12 nigiri: (4 laks, 2 tun, 2 tigerrejer, 2 tofu, 2 omelet) – 28 maki: (6 futomaki california, 6 futomaki m. tigerrejer tempura, 4 uramaki m. spicy tun, 4 uramaki m. laks, 8 hosomaki m. avocado) - Til menuen medfølger 2 sæt spisepinde, stor soya, syltet ingefær og wasabi<br>SUSHI MENUER<br>890. Dragon Sushi 1 115,00 KR.<br>10 stk. til ca. 1 person 2 laks Nigiri 2 tun Nigiri 2 reje Nigiri 2 Calinornia Futomaki 2 Laks Futomaki<br>891. Dragon Sushi 2 155,00 KR.<br>13 stk. til ca. 1 person 1 Laks Nigiri 1 Tun Nigiri 1 Kingfisk Nigiri 1 Reje Nigiri 1 Omelet Nigiri 1 Tofu Nigiri 3 Tigerrejer Nigiri 4 California Futomaki<br>892. Dragon Sushi 3 175,00 KR.<br>22 stk. til ca. 1 person 1 Laks Nigiri 1 Tun Nigiri 1 Kingfisk Nigiri 1 Reje Nigiri 1 Omelet Nigiri 1 Tofu Nigiri 8 Tigerrejer Tempura Futomaki 8 Laks Hosomaki<br>893. Dragon Sushi 4 135,00 KR.<br>16 stk. til ca. 1 person 2 Laks Nigiri 2 Tun Nigiri 4 Laks Hosomaki 8 California Futomaki<br>894. Dragon Sushi 5 135,00 KR.<br>14 stk. til ca. 1 person 2 laks nigiri 2 tun nigiri 2 kingfisk nigiri 8 laks maki<br>895. Dragon Sushi 6 195,00 KR.<br>17 stk. til ca. 1 person 3 laks nigiri 3 tun nigiri 3 reje nigiri 8 tigerreje tempura<br>896. Dragon Sushi 7 275,00 KR.<br>26 stk. til ca. 2 personer 2 laks nigiri 2 tun nigiri 2 kingfisk nigiri 2 reje nigiri 2 omelet nigiri 8 California Futomaki 8 spicy laks uramaki<br>897. Dragon Sushi 8 285,00 KR.<br>28 stk. til ca. 2 personer 2 laks nigiri 2 tun nigiri 2 kingfisk nigiri 2 reje nigiri 2 omelet nigiri 2 tofu nigiri 8 Alaska uramaki 8 tigerreje tempura<br>898. Kaburamaki Menu 219,00 KR.<br>16 stk. til ca. 1 person. 8 stk kaburamaki med tigerrejer toppet med avocado, chilimayo, teriyaki og sesam. 8 stk kaburamaki med tigerrejer toppet med laks, chilimayo og sesam.<br>899. Flamberet Nigiri Menu: 199,00 KR.<br>12 stk. til ca. 1 person. 3 flamberet laks nigiri m. hvidløg 3 flamberet spicy laks nigiri 3 flamberet spicy tun nigiri 3 flamberet tun nigiri m. hvidløg<br>900. Laks Menu 139,00 KR.<br>13 stk. til ca. 1 person 5 laks nigiri 8 laks maki med agurk og avocado<br>901. Tun Menu 139,00 KR. |

## Analyse af brugernes opfattelse af eksisterende site

## 5-sec test

## Nuværende løsning

| **5 sek test Nuværende løsning** |
|---|
| **Noter:**<br>**Test 1**<br>Sushi. Burgermenu ligner flag<br><br>**Test 2**<br>Sushi restaurant, lagde mærke til logo |

Ekspert opfatter siden som ukonsistent i både desktop og mobil. Forskellige informationer på forskellige sider (åbningstider)

## BERT

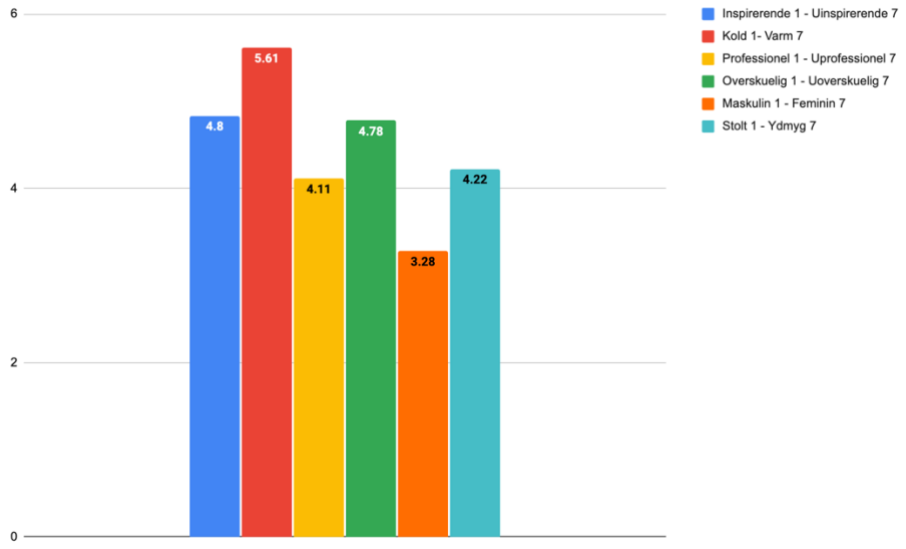
https://forms.gle/mhiFdKyp28w2o8D58

**Resultater af BERT-testen.**

Vores BERT-test er nået ud til 18 svarende deltagere.

Deltagerne blev bedt om at svare på en skala fra 1-7. Nedstående data er det gennemsnitlige svar.

Vores data ligger meget i midten af skalaen (4). Dette fortolker vi som, at der på nogle punkter bør fremtræde stærkere, eksempelvis keywordet *Inspirerende,* som bør ligge på en lavere værdi, altså at hjemmesiden bør være mere inspirerende. Dette ses også i keywordet *Overskuelig* hvor vi vil foretrække hvis vi værdien lå lavere i vores fremtidige løsning.




## Heuristisk test

| Hvilken heuristik? | Hvad er problemet? | På hvilken | Hvor alvorligt er det? | Hvordan kan det løses? | Hvor lang tid |
|---|---|---|---|---|---|

| | | side er det? | | | vil det tage? |
|---|---|---|---|---|---|
| Konsistens og standarder | Ikke standard burgermenu.<br>Ikke konsistent i burgermenu mobile.<br><br>Inkonsistente fonte | Alle sider<br><br>Kinesisk buffet. | 4<br><br>3 | CSS og html<br><br>CSS | Lang tid |
| Æstetik og minimalistisk design | Ikke pænt sat op.<br>Ikke minimalitisk.<br>Meget whitespace.<br><br>Store bogstaver.<br><br>Linje over priskatalog | Forside (og andre sider)<br><br>Kinesisk buffet<br><br>Vores menu | 3<br><br>1<br><br>4 | CSS<br><br>CSS<br><br>CSS | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Statussynlighed | Vi ved hvilken side vi er på.<br><br>Burgermenuen whaaaat , ingen konvention. | Alle sider | 0<br><br>4 | Ingen rettelse<br><br>Re-design HTML og CSS | |

## Tænke-højt-test Nuværende løsning

| |
|---|
| **Opgave 1:** Find frem til restaurantens drikkevaremenu |
| **Mål - Brugervenlighedsfokus:**<br>Oplev restaurantens menu |
| **Opgavetrin, optimal rute:**<br>• Forside > vores menu (main navigation) > scroll ned<br><br>**Alternativ rute:**<br>• Forside > CTA "se vores menu her" > scroll ned |
| **Tidsramme:** 3 klik |
| **Opgavebeskrivelse:** |

**Noter:**

**Test 1**

Forside > vores menu > scroll ned > scroll ned > scroll ned

Forsøg 2: forside > se menu og bestil > ekstern menu > scroll ned > scroll ned > leder > ser der er mange ting > bliver sulten > fandt på ekstern menu

**Test 2**

Forside > vores menu > scroll ned > scroll op > scroll ned > forvirret følelse, overvældet > scroll ned > fandt drikkevarer (1.5min)

**Opgave 2:** Find restaurantens åbningstider

**Mål - Brugervenlighedsfokus:**

Find ud af hvor længe restauranten har åbent

**Opgavetrin, optimal rute:**

- Forside > scroll ned

**Alternativ rute:**

- Forside > brugermenu

**Tidsramme:** 1 klik

**Opgavebeskrivelse:**

**Noter:**

**Test 1**

Forside >

- Forside > åbnet burgermenuen > aflæste (forvirret over ikonet)

**Test 2**

Forside > scroll til footer  aflæst (10 sek)

## Research: Virksomhedens forretningskoncept

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

Med hensyn til virksomhedens forrentningskoncept, har vi valgt at foretage en analyse af virksomhedens målgruppe, hvor vi tager udgangspunkt ud fra blandt andet Maslows behovspyramide, deres sortiment og geografi.

### Afsender

En familiedrevet grillbar med en ambition om at blive førende indenfor udbringning på Amager. Det en virksomhed som forsøger at appellere til sultne kunder.

### Målgruppe

De har et bredt og dybt sortiment, som består af mange forskellige varianter af både sushi, kinesisk mad, kioskvarer samt friturestegte retter og burger. Af denne grund ønsker de at ramme en bred målgruppe gennem deres sortiment.

De appellerer til både sultne kunder, der ønsker enten sushi, kinesisk mad eller grillmad men også til folk, der er efter kioskvarer. Det kan enten være familie eller enkelte personer bestående af alle aldersgrupper.

Restauranten befinder sig derudover også på Amager, hvor de eventuelt har adapteret deres varegrupper, så de appellerer mere til de lokale. Virksomheden opfylder de fysiske behov for målgruppen, da de sælger mad.

Den primære målgruppe kan derfor være rettet imod kunder fra alle aldersgrupper, hvor de søger efter at opfylde deres fysiske behov.

### Produkter/Unique Selling proposition (USP)

Deres sortiment er både bredt og dybt. Virksomheden sælger forskellige varianter indenfor både sushi, kinesisk mad, kioskvarer samt grillmad.

De skiller sig ud fra de andre virksomheder indenfor den samme branche, ved at de har et meget bredt sortiment, hvor de samtidigt sælger kioskvarer – hvilket man ikke ser ofte i andre grillsteder. Dette tilvalg gør at de rammer en bredere målgruppe, som muligvis ikke er der for at spise, men for at købe kioskvarer, blandt andet cigaretter, chips og slik. Derudover kan det også være en faktor for kunden at vælger at bestille fra virksomheden, da de kan købe kioskvarer og deres mad samlet, så det ikke behøves at gøre to forskellige steder.

Udover JustEat og Wolt  tilbyder de også deres egen udbringning, som de første på Amager. Dette er med til at de har et bedre overblik over udbringningen, men også at de kan bidrage med yderligere service til kunderne og give dem en bedre købsoplevelse.

Deres USP er derfor at de tilbyder kioskvarer og deres egen udbringning udover andre udbringningstjenester. De fører også kampagner, som er med til at overtale kunderne til at købe mere.

### Virksomhedens redesignede website

I forhold til målgruppen, tager vi udgangspunkt ud fra deres primære målgruppe, hvilket er de folk, der søger efter at opfylde deres fysiske behov men også de lokale, der bor på Amager. Derfor ønsker vi at kunne bidrage med en nemmere og hurtigere brugerrejse for kunderne, der leder efter mad, med den redesignede hjemmeside.

# Idéudvikling

## Inspo hjemmesider

https://sushiyama.se/

https://koieramen.no/

https://ramentobiiru.dk/norrebro/

https://propagandakitchen.dk/

https://www.slurpramen.dk/

**RAMME FOR REDESIGN:**

Nyt logo

Nogenlunde samme farvetema

Nye teksturer

Fonteoptimering

Ny burgermenu

Menuoptimering

**Førbættringar:**

**Forside:**

- Ett bra intro, bra startplats.
- Mer oversikt och pitch, logo?
- Knapp till beställningssidan. bra

**Om os:**

- bilder?

**Menu:**

- fler undersidor, dela upp den enorma menyn

**Kinesisk Buffet**

- likadan som de förgående sidorna?

**Infoknapp**

- göra den mer info-liknande?

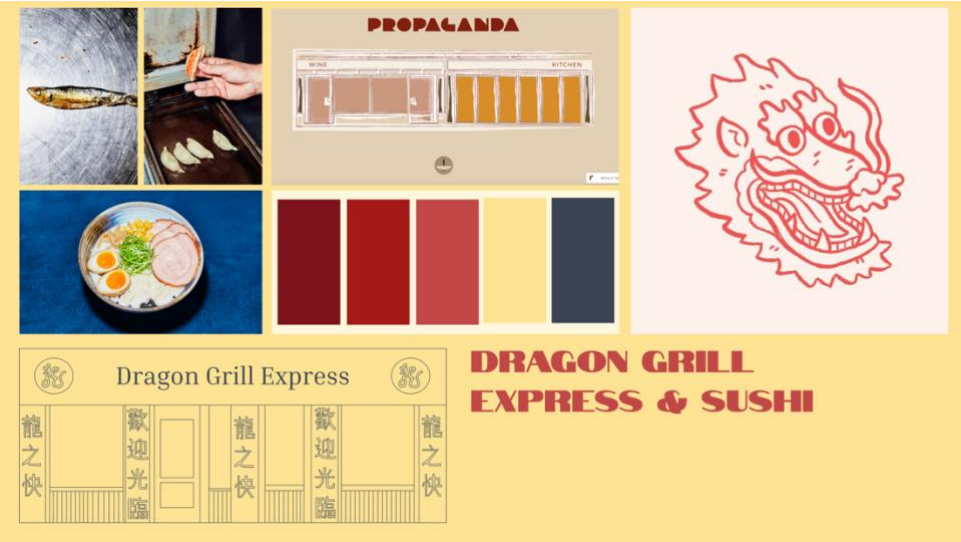
**Allmänt:**

- aptitligare font?
- Coolare färgkombinationer

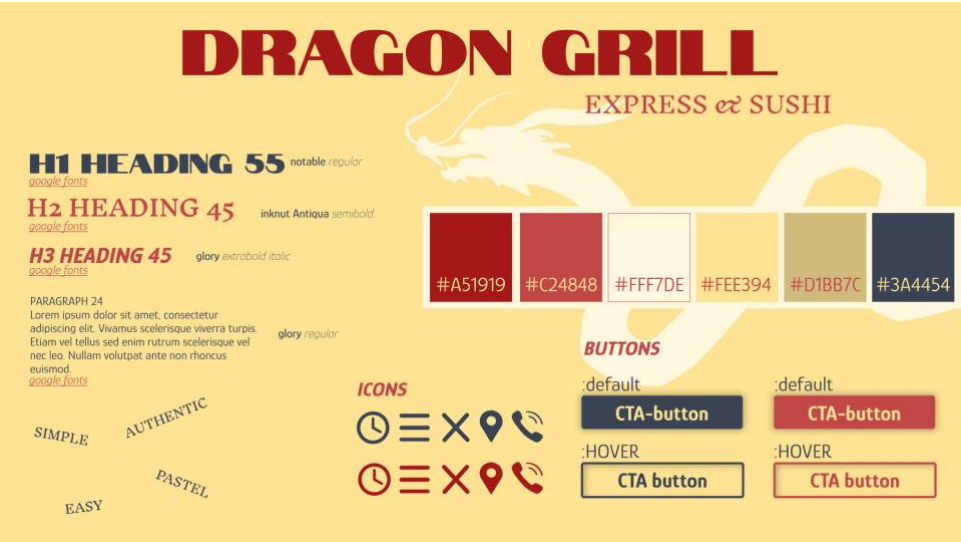
# Sitemap / wireframe /prototype/skitser

## Skitser

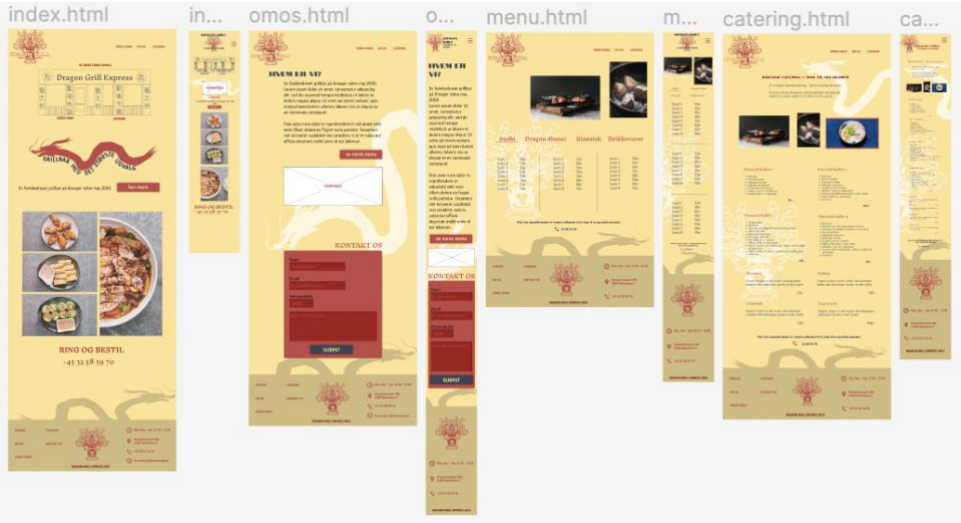
## Moodboard



## Styletile




## Prototype




## Test

### Tænke-højt-test

### Redesignede løsning

| |
|---|
| **Opgave 1:** Find frem til restaurantens drikkevaremenu |
| **Mål - Brugervenlighedsfokus:**<br>Oplev restaurantens menu |

**Opgavetrin, optimal rute:**

- Forside > vores menu (main navigation) > click drikkevarer

**Alternativ rute:**

- Forside > CTA "se vores menu her" > click drikkevarer

**Tidsramme:** 3 klik

**Opgavebeskrivelse:**

**Noter:**

**Test 1**

Forside > menu header > drikkevarer

**Test 2**

Forside > menu gennem forside illustration >drikkevare

**Opgave 2:** Find restaurantens åbningstider

**Mål - Brugervenlighedsfokus:**

Find ud af hvor længe restauranten har åbent

| |
|---|
| **Opgavetrin, optimal rute:**<br>• Forside > scroll ned<br><br>**Alternativ rute:**<br>• Forside > om os > scroll ned |
| **Tidsramme:** 2 klik |
| **Opgavebeskrivelse:** |
| **Noter:**<br>**Test 1**<br>Forside > om os > scroll ned (lagde mærke til link i footer)<br><br>**Test 2**<br>Forside > scroll ned til footer > åbningstider |

## 5 sek

## Redesignede løsning

| |
|---|
| **5 sek test** |

**Noter:**

**Test 1**

**Varm**

**Cute farver grill**

**Test 2**

Mad

Mad

**Test 3**

Nice

Japansk inspireret stil

Enkel

Overskuelig

Mad

Der stod gril ergo mad

## BERT

- redesignede løsning

## Heuristisk test

- redesignede løsning

| Hvilken heuristik? | Hvad er problemet? | På hvilken side er det? | Hvor alvorligt er det? | Hvordan kan det løses? | Hvor lang tid vil det tage? |
|---|---|---|---|---|---|

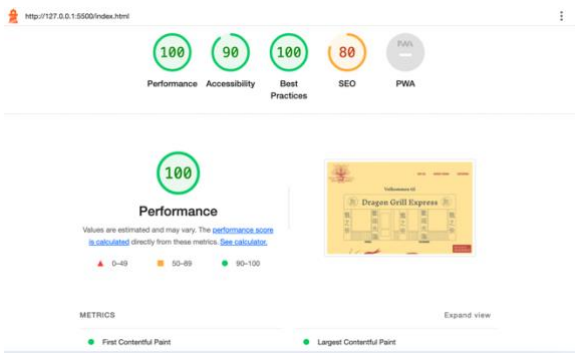
| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Konsistens og standarder | Der forventes kinesiske tegn og illustrationer<br><br>Farvetema forventeligt | Alle<br><br>Alle | | Ros<br><br>ros | |
| Æstetik og minimalistisk design | For meget whitespace mellem h1 og top<br><br>~~Kontakt os h2 større~~<br>~~Lang lang tekst~~<br>~~Placering af *kontakt os*~~<br><br>~~Kontaktformular tung, kontrastfarve skal ændres~~<br><br>~~Størreafstand i tekst i kontaktformular~~<br><br>~~Footerlinks har for stor afstand~~ | alle<br><br>Omos.html<br><br>Omos.html<br><br>Omos.html | 3<br><br>3<br><br>4<br><br>3 | Noget med padding<br><br>Grid eller fjerne<br><br>Ændre farve<br><br>Ændre top/bott om margin<br><br>Ændre top/bott | Mellem tid<br><br>Kort tid<br><br>Kort tid<br><br>Kort tid |

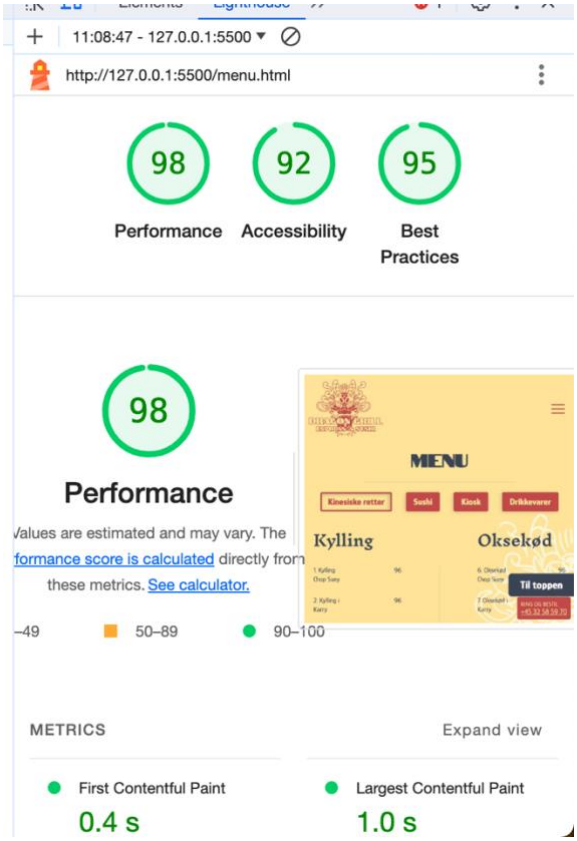
| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | alle | 3 | om margin | Kort tid |
| Statussynlighed | ~~Feedback på menu, hover og selected~~<br><br>Feedback på menufunktion og forside | Alle<br><br>alle | 1 | Lav anden farve<br><br>ros | Kort tid |

## Lighthouse

- redesignede løsning

Index.html

| Index.html | Omos.html |
|---|---|
|  | |

| Menu.html | Catering.html |
|---|---|
|  | BILD |

# Indholdsproduktion

## Video

Establishment shot, titel, forskellige klip m. forskellige framings, master shot, b-roll, interview,

Præproduktion – synopsis, præmis, logline, interviewguide, storyboard, produktionsplan

Produktionsplan

- Over the shoulder
- Video af maden
- Establishing shot udefra
- Video af madlavning
- Kundebetjening

- Billeder af madvarer på digitalt kamera
- Interview med medarbejder

Interviewguide

- Hvad hedder du, og hvor længe har du arbejdet hos Dragon Grill
- Hvornår og hvordan kom Dragon Grill til verdenen?
- Hvad består jeres sortiment af?
- Hvordan fungerer jeres catering?
- Vad innebär "kinesisk buffet"
- Hur många skal man vara för att ta del av den?
- Är priset per person?
- Kan man kalla det för catering?

Produktion – mobil el. DSLR, ekstern lydoptager + mikrofon

Postproduktion – lower third til intro/outro-tekst, firmalogo, motion graphics, klippeteknik, colour correction, musik, eksport og rendering

Distribution – hostet af jer selv, dvs. på egen server/domæne. + video til sociale medier

Videomateriale: Relevante skærmdumps fra Premiere Pro med relevante overskrifter

## Tekst

Vi bruger hovedsageligt den copy der er på på det eksisterende side.

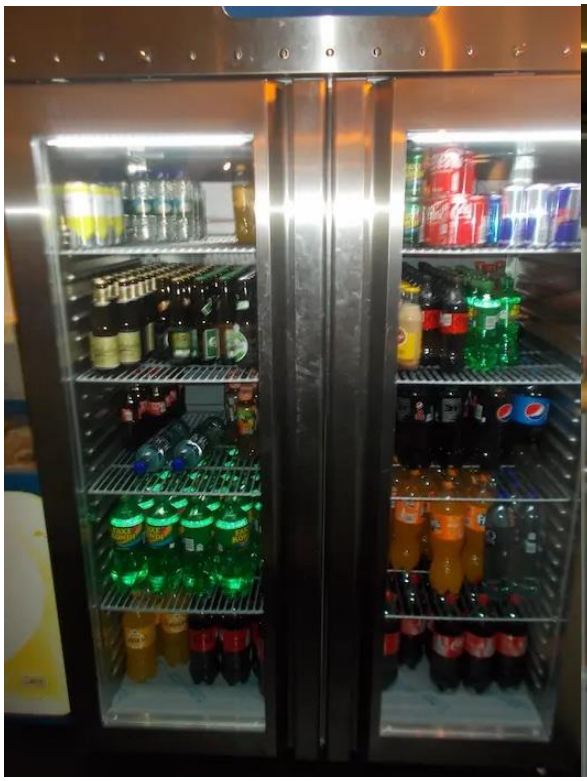
## Fotos

### Billedmateriale

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.

Vores billedmateriale består af illustrationer og stillfotos i høj og bredformat.



## Refleksion indholdsproduktion:

### Foto

Vi kunne havde taget flere billeder henne ved virksomheden. Hvoraf der var eksempelvis flere billeder af forskellige retter både i bred- og højformat, som vi kunne bruge på vores menukort. Det resulterede i, at vi brugte nogle billeder fra den originale hjemmeside i stedet.

## Tekst

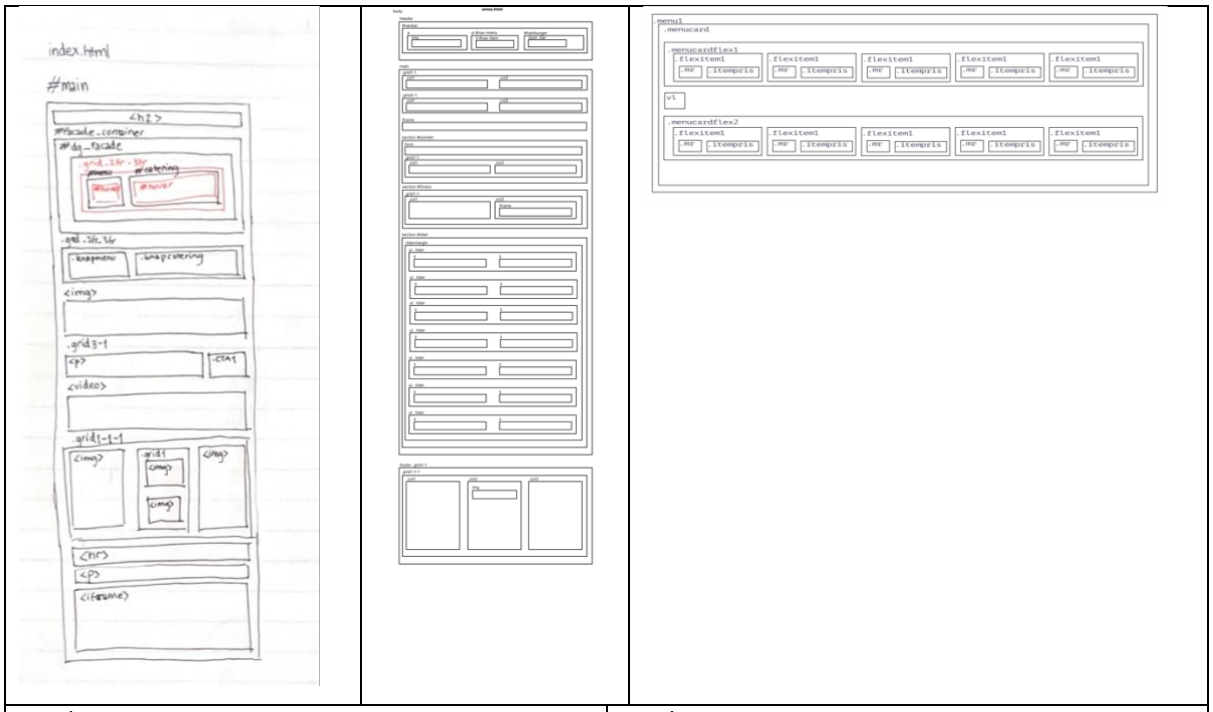
Med hensyn til tekst, føler vi ikke, at der var noget der kunne gøres anderledes. Vi kunne måske havde tilføjet mere af vores egen tekst.

## Video

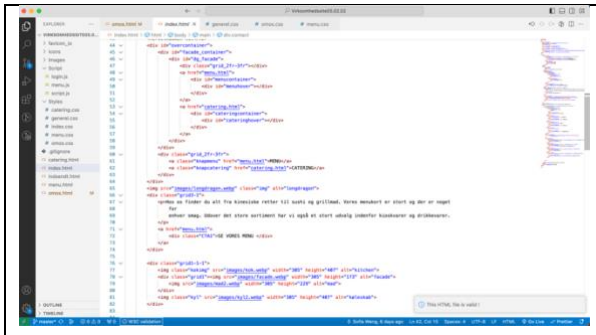
Interviewoptagelsen kunne godt havde været lidt længere, så vi havde mere materiale til arbejde med. Dette kunne eventuelt forbedres ved hjælp af en mere detaljeret optagelsestjekliste, som kunne hjælpe os med at få et bedre overblik over hvad der skulle optages. Derudover kunne vi eventuelt også havde aftalt et tidligere optagelsestidspunkt, så der ikke var lige så travlt.

# Kode

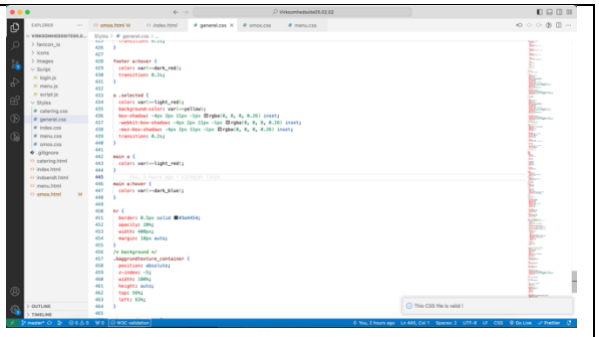
- Layoutdiagrammet for redesign



## Validering af HTML& CSS



Eksempel på HTML-validering. Index.html



Eksempel på CSS-validering. Generel.css

## Refleksion Git / GitHub:

Hvad ville vi evt. have gjort anderledes

- Problemer med at lægge det op på sitet
- Nogle mapper blev ændret navn på, og andre udfordringer som css-link i html dokument

## Præsentation

### Link til præsentationen

[Link til præsentation]

### Feedback fra præsentationen

Vi fik ros for at have lyttet til vores ekspert test. Dette gav pote. Vi fik feedback på vores videoproduktioner. De blev anset som en smule mørke. Vi argumenterede for at den fremmede en hyggelig stemning som vores Grill står for.

## Refleksion

### Refleksion sitet:

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

- Den nye hjemmeside kan finde retter nemmere, idet at vi har delt madkategorierne op. Det skaber en bedre og nemmere brugerrejse for kunden. Derudover er den nemmere at navigere i på grund af menukortet men også at vi har fjernet burgermenuen, som ikke var en burgermenu.

- Heuristisk test kom med et nyt (for meget whitespace mellem h1 og header) --> måden vi evt kunne havde gjort det anderledes var at sætte en borderline ved bottom eller gøre headeren til en anden farve. - for at skabe kontrast mellem header og main.
- Design
- I fremtiden kunne man bygge videre på menuen, som til dato er en smulle lille pga. projektets tidsfrist.