

# **VORES KAFFEBAR RE-DESIGN**

Lavet af Alex, Laura, Marikka og Tania

## INDHOLDSFORTEGNELSE

RE-DESIGN LØSNING.....	4
hVAD GÅR PROJEKTET UD PÅ?.....	4
Hvad skal det nye site kunne gøre som det samle ikke kan?.....	4
ANALYSE AF EKSITERENDE SITE.....	4
fUnkctionalitetslise.....	4
Wireframe .....	4
Styletile af nuværende site.....	5
fotostil og moodboards .....	5
RESEARCH .....	6
Survey.....	6
Interview .....	6
KONCEPT .....	7
Afsender og målgruppe .....	7
PRODUKTER/SERVICES.....	7
USP .....	7
5-sec test.....	7
Bert-analyse .....	8
RE-DESIGN LØSNING.....	9
Tænke højt-test.....	9
Lighthouse .....	10
INDHOLDSPRODUKTION.....	10
sTORYboard, b-rolls, billedmateriale & videomateriale .....	10
RE-DESIGN.....	11
Moodboard .....	11
Styletile .....	11
Prototype .....	12
PROCESS OG PLANLÆGNING .....	13
Burndown chart.....	13
Scrum / Trello .....	13

<i>Double diamond</i> .....	13
<b>REFELKSIONS SISTET .....</b>	<b>14</b>
<i>Hvad kan det nye site bare end det gamle</i> .....	14
<i>hvilke test resultater har påvirket re-designetog hvordan</i> .....	14
<i>hvad ville vi evt. have gjort anderledes</i> .....	14

## RE-DESIGN LØSNING

### HVAD GÅR PROJEKTET UD PÅ?

Dette projekt går ud på at samarbejde med en virksomhed om at lave et re-design over virksomhedens nuværende hjemmeside. Processen skal indeholde de tidligere redskaber som er gennemgået indtil videre i første semester.

### HVAD SKAL DET NYE SITE KUNNE GØRE SOM DET SAMLE IKKE KAN?

Det nye site, skal være mere indbydende og skal være en teaser for mulige besøgende gæster. Sitet skal fange den stemning der findes på virksomhedens lokation.

## ANALYSE AF EKSITERENDE SITE

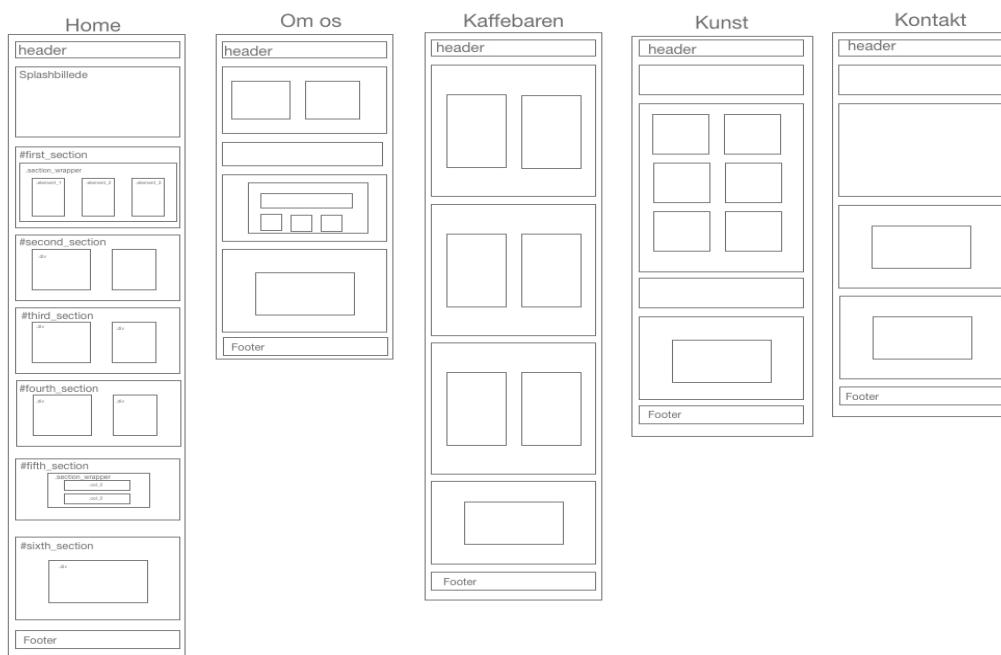
### FUNKTIONALITETSLISE

Siden er uadtil meget mørk. Består af 4 undersider, hvor der i den 3 underside er en dropdown til en enkelt underside.

Sidens kort under kontakt undersiden, refererer til forkert adresse på google maps, når der trykkes.

Der er gjort brug af en template, som nogle steder ikke er fyldt ud. Dette ses på undersiden om os, nederst før footer.

### WIREFRAME



## STYLETILE AF NUVÆRENDE SITE

### Gammel styletile på den nuværende hjemmeside.

<https://xd.adobe.com/view/9b29ef3f-2153-44e5-b0dd-1f0fdb1bb413-ce7a/>

#### Overskrifter

##### Overskrift 1

Font-family: Raleway Regular - Font-size: 64px - color: #4A4A4A

##### Overskrift 2

Font-family: Raleway Regular - Font-size: 52px - color: #4A4A4A

##### OVERSKRIFT 3

Font-family: Raleway Regular (CAPS) - Font-size: 36px - color: #4A4A4A

##### Overskrift 4

Font-family: Raleway Regular (CAPS) - Font-size: 24px - color: #757575

##### Overskrift 5

Font-family: Raleway Regular - Font-size: 18px - color: #ffffff

#### Splash image



#### Brødtekst

Butikken er hamrende charmerende og ligger midt på Holmbladsgade. Vi er stolte over at være med til at give farve tilbage i gaden ved hjælp af godt humor, grin og gode vinyler. Vi er stolte over at være med til at give farve tilbage i gaden ved hjælp af godt humor, grin og gode vinyler.

Font-family: Raleway Regular - Font-size: 14 - color: #4A4A4A  
Eller color: #ffffff

#### Links

Kaffebaren

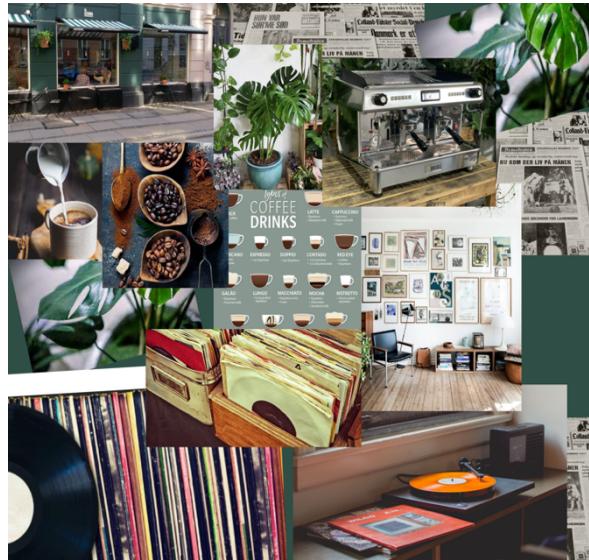
Kaffebaren ▾

Kunst

#### Farver



## FOTOSTIL OG MOODBOARDS



## RESEARCH

### SURVEY

Der er lavet en BERT test på mulige målgruppe og en BERT test på virksomhedssejrer, for at sammenligne hvad målgruppen mener om nuværende site og hvor ejer selv mere at de står, for at kunne lavet et design der skubber målgruppen i den retning som virksomheden vil i, de steder hvor målgruppen ikke står samme sted som ejer.

### INTERVIEW

d. 8. december 2021

Interviewer: Gruppe 11

Interviewperson: Trevor

Location: Vores Kaffebar, København, Danmark

---

—

*Hej Trevor. Tak fordi du vil være med til at lave det her interview. Vi er ved at indsamle noget data i forbindelse med et re-design projekt på KEA. Vi vil i løbet af interviewet ind på nogle forskellige emner, som både skal bruges til video-indhold og analyse til fortolkning af vores redesign af din hjemmeside. Interviewet refererer til ental ejerskab, da det kun er dig som i dag sidder med os, du er dog mere end velkommen til at svare for både Fida og dig, ved at svare i flertal med "vi", "os", "vores" osv. til spørgsmålene. Men lad os starte med et par simple fakta.*

#### Cafe info

Hvad hedder du og hvad er din virksomhed?

Hvor længe har du haft din café?

Hvad gør Vores Kaffebar for at skille sig ud fra andre cafés?

Hvad tilbyder din café?

(Hvis historie ikke er nævnt)

*Hvorfor valgte du at din virksomhed skulle være en café?*

*Hvad er historien bag navnet "Vores Kaffebar?"*

#### Kaffen

Du bruger Black Death kaffebønner, er der en særlig grund til det?

- Hvad gør de kaffebønner specielle? Oplever du at dine kunder mener det samme om kaffen?*

#### Pladespiller, musik og stemning

Jeg kan se at du har en pladespiller og en del plader, spilles der kun musik fra den ?

- og er der en særlig grund til det?*

*Har du en særlig plade, som du bedst kan lide at sætte på?*

- *Hvad for det dig til at føle, når du står i caféen og den plade spiller?’*

### Kunst

*Du har en del kunst på væggene igennem hele caféen, kan du fortælle lidt om det?*

*Er der en særlig grund til at hvert rum har sin egen kunstner? Er det kunstnere du kender eller er det nogle som opsøger eller du finder?*

*Hvad betyder det for dig at du kan vise andres kunst for dig? Og hvad tror du det giver til de gæster som kommer ind på din café?*

### Målgruppen

*Hvem er målgruppen for din café?*

*Hvordan oplever du mangfoldighed i din café?*

*Ja, kan du give et eksempel på det?*

*Nej, hvad tror du det kan skyldes og har du tanker eller ideer til hvordan det kan laves om?*

*Hvilken stemning ønsker du at give de kunder som kommer ind og sætter sig?*

### Drøm og fremtid

*Hvad er drømmen for dig og Vores Kaffebar?*

*Hvordan ser fremtiden ud i Vores Kaffebar?*

## KONCEPT

### AFSENDER OG MÅLGRUPPE

Virksomheden ønsker at vise den stemning der findes på virksomhedens lokation. Der ønskes at designet bæger præg af mangfoldighed, da dette er målgruppen for virksomheden. Derudover ønsker de også at skabe en mere farverig samt sammenhæng mellem lokation og site.

Da en mangfoldig målgruppe er meget bredt, er der taget højde for at designet først skal pege i retningen af unge voksne/voksne.

## PRODUKTER/SERVICES

### USP

Virksomhedens UPS er vores kaffebar er din kaffebar. Den skal kalde på mangfoldigheden og vise at der er plads til alle og enhver.

### 5-SEC TEST

I vores 5-sec test på det nuværende site, på testpersoner, blev der ofte brugt: mørk, forvirrende, kedelig, rodet. Som beskrivende ord for sitet.

I vores 5-sec test på det re-design site, på testpersoner, blev der ofte brugt: farverig, livlig og glad. Som beskrivende ord for sitet.

## BERT-ANALYSE

FOKUSGRUPPE:

Spændende til kedeligt = neutral

Moderne til gammeldags = mest moderne (ikke top, men der hen af)

Unik til ordinær = hælder mod ordinær, den er ikke top unik.

Professionel til amatør = lille gruppe som mener den er amatør, forholdsvis neutral.

Brugervenlig til kompliceret = forholdsvis brugervenlig (Cirka 3 som mener den er lidt kompliceret)

Indbydende til ikke indbydende = Den større halvdel synes at hjemmesiden var indbydende, og den mindre halvdel synes faktisk enten at de ikke havde en holdning eller at siden faktisk ikke var indbydende.

Seriøs til useriøs = Klart mere seriøs.

Logisk til ulogisk = mest logisk

Informativ og ikke informativ = Overhalvdelen synes den er information, (meget informativ) Men der er alligevel 3 som ikke synes

Gladfølelse til tristfølelse = mest glad

Tiltrækkende til tiltrækkende = tiltrækkende til neutral

VIRKSOMHEDSEJER:

Spændende til kedeligt = mere end neutral, hælder mod spændende

Moderne til gammeldags = næsten til hel gammeldags

Unik til ordinær = hel unik

Professionel til amatør = Næsten til hel professionel

Brugervenlig til kompliceret = næsten til hel brugervenlig

Indbydende til ikke indbydende = Hel indbydende

Seriøs til useriøs = neutral

Logisk til ulogisk = hælder mod logisk

Informativ og ikke informativ = hælder mod informativ

Gladfølelse til tristfølelse = hel glad

Tiltrækkende til tiltrækkende = hel tiltrækkende

## RE-DESIGN LØSNING

### TÆNKE HØJT-TEST

Tænkehøjt testen, blev lavet på det nuværende site og understående er de typiske beskrivelser til spørgsmål der blev stillet.

#### Hvad handler dette site om?

- Kaffebar
- Vores kaffe
- For meget tekst
- Jeg troede det var en Bang og Olufsen hjemmeside
- Morderne
- Enkelt
- Clean coffee
- Coffe makers
- Kaffe

#### Hvad var mest i øjenfaldende?

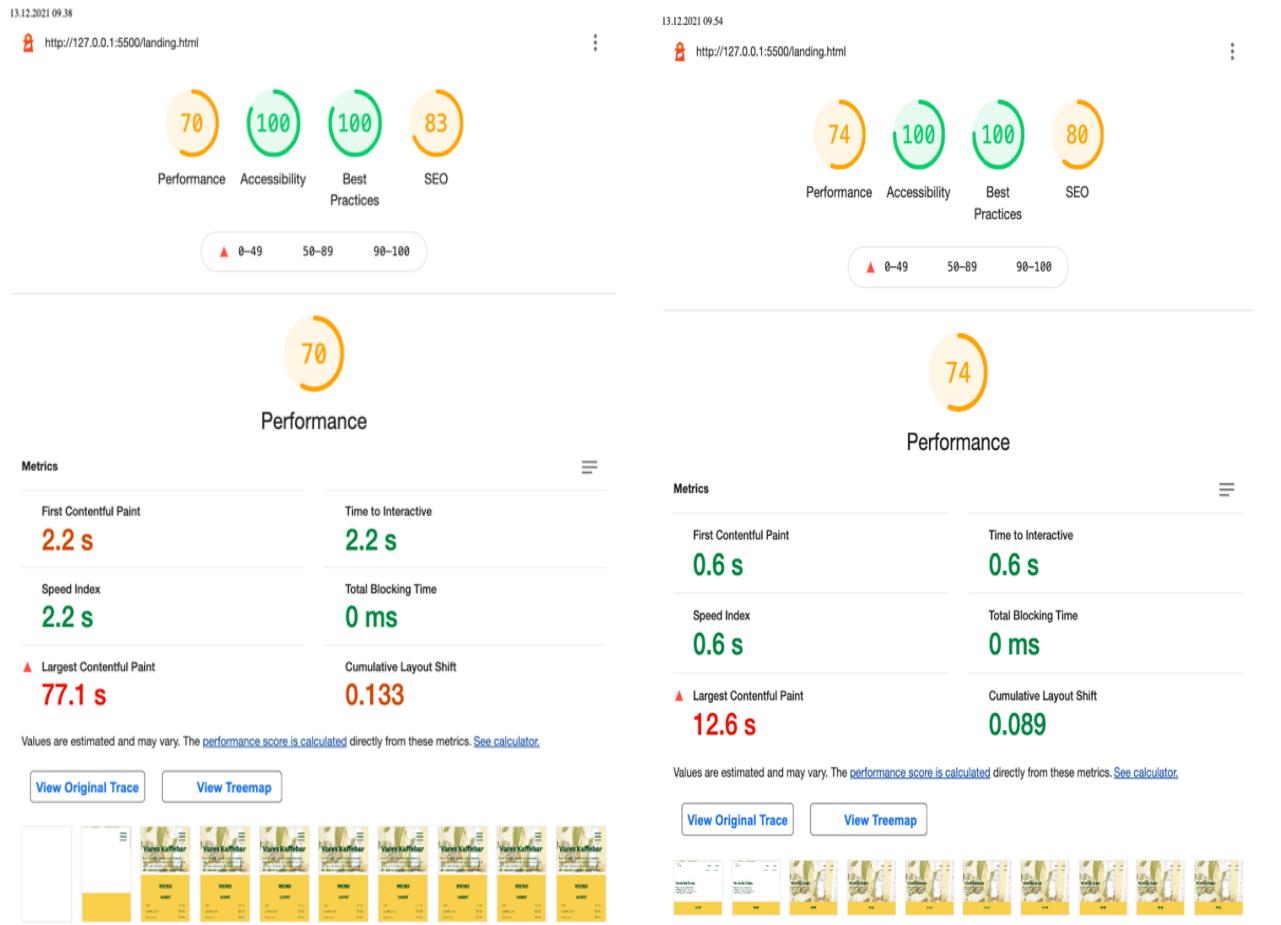
- Den var sort og hvid
- Meget grå, og mørk at se på
- For meget tekst
- Alt for småt tekst
- Helt sikkert billedet
- Den var meget dyster
- Jeg lagde mærke til teksten
- Jeg lagde mærke til farvevalget
- Det var et meget mørkt billede
- Meget lille font, på en landing page

#### Beskriv hjemmesiden med et ord!

- Clean / ren
- Dyster
- Tør
- Minimalist
- Blunt - kedelig
- Blunt - kedelig
- Tom
- Kaffe
- Kaffe

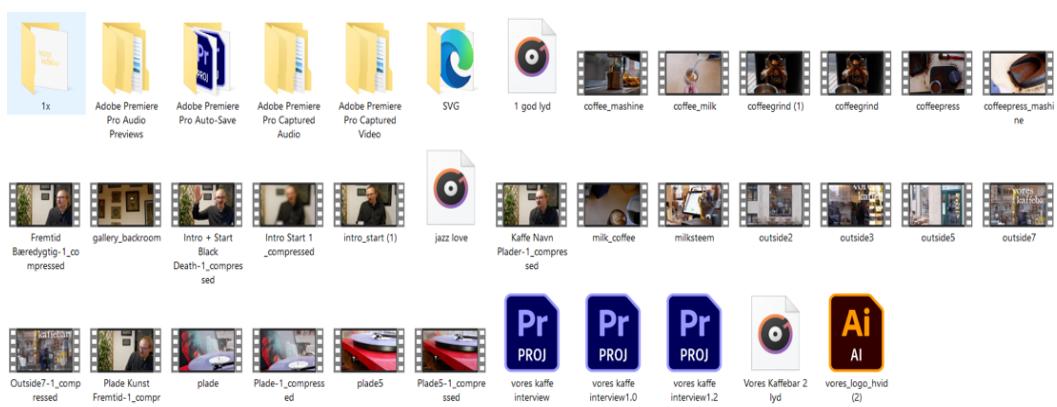
## Lighthouse

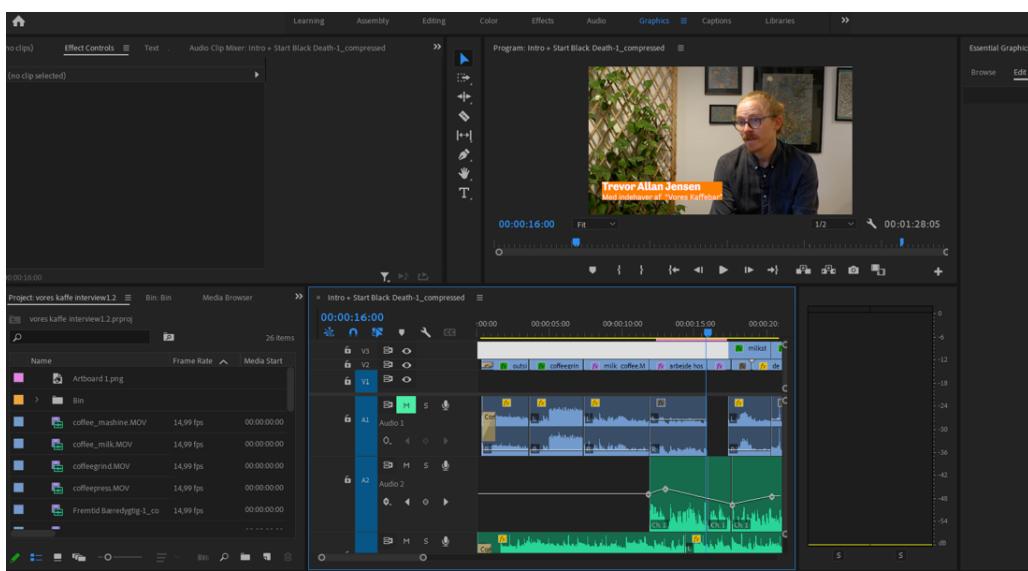
Lighthouse test er for både desktop og mobil over re-design.



## INDHOLDSPRODUKTION

### STORYBOARD, B-ROLLS, BILLEDMATERIALE & VIDEOMATERIALE

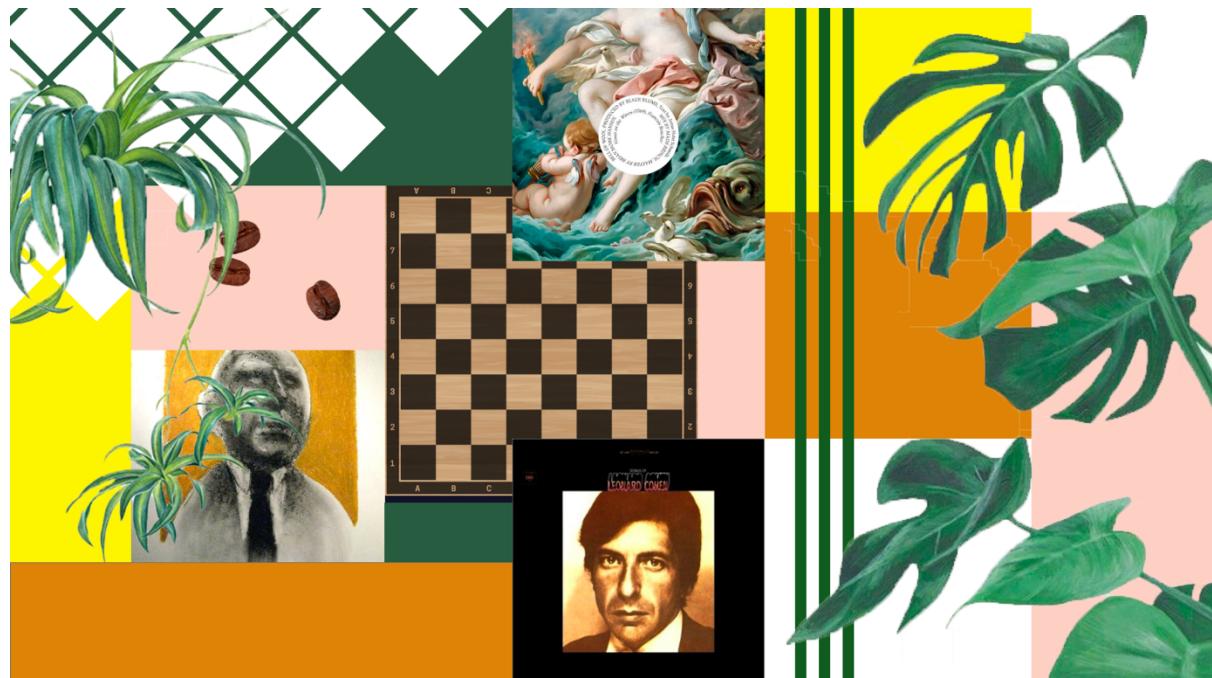




## RE-DESIGN

### MOODBOARD

Moodboard lavet til re-design



### STYLE TILE

Styletile lavet til re-design

## Overskrifter

# Overskrift 1

Font family: Tenso - Font size: 64px

## Overskrift 2

Font family: Tenso - Font size: 52px

### Overskrift 3

Font family: Tenso - Font size: 36px

## Splashbilleder

## Brødtekst

Vores kaffe bar sælger lækker kaffe til billige penge, derudover har kaffebarenen en hyggelig placering i den centrale ende af Amager på Holmbladsgade.

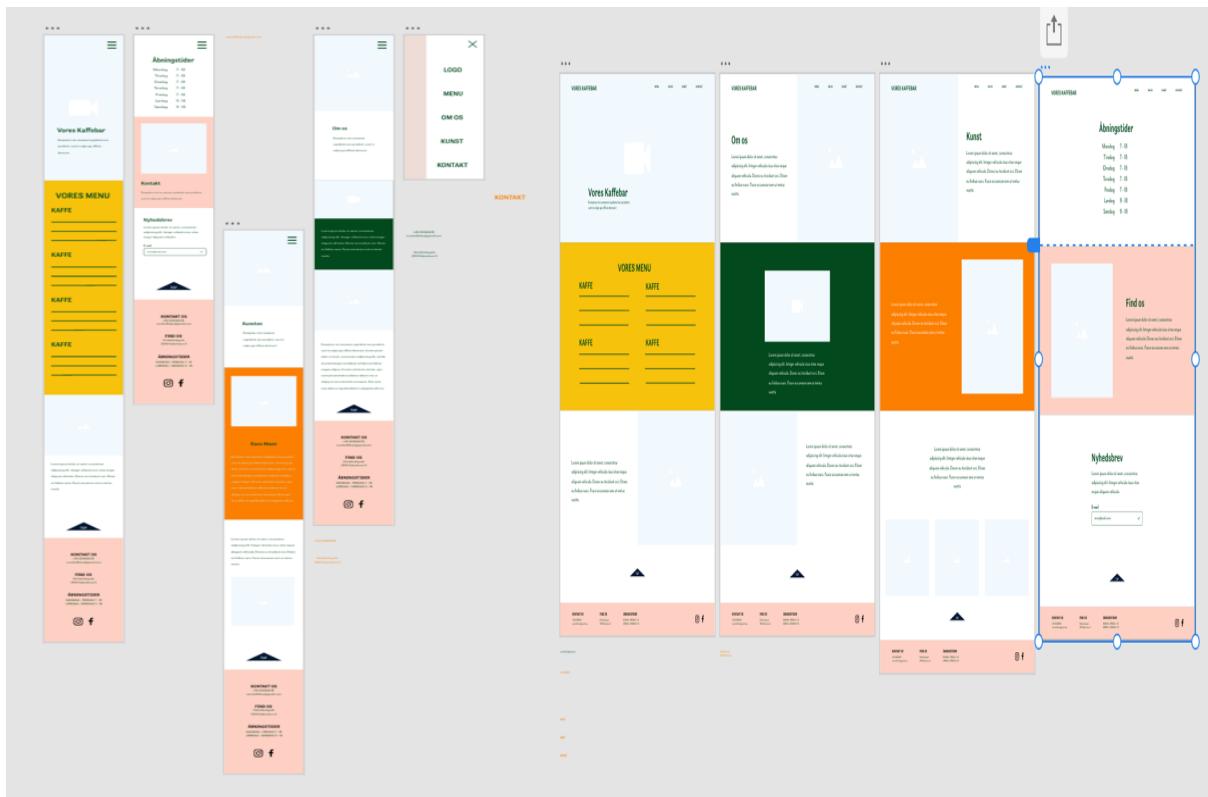
Font family: Mr Eaves Book OT - Font size: 14

## Links

## Farver



## PROTOTYPE

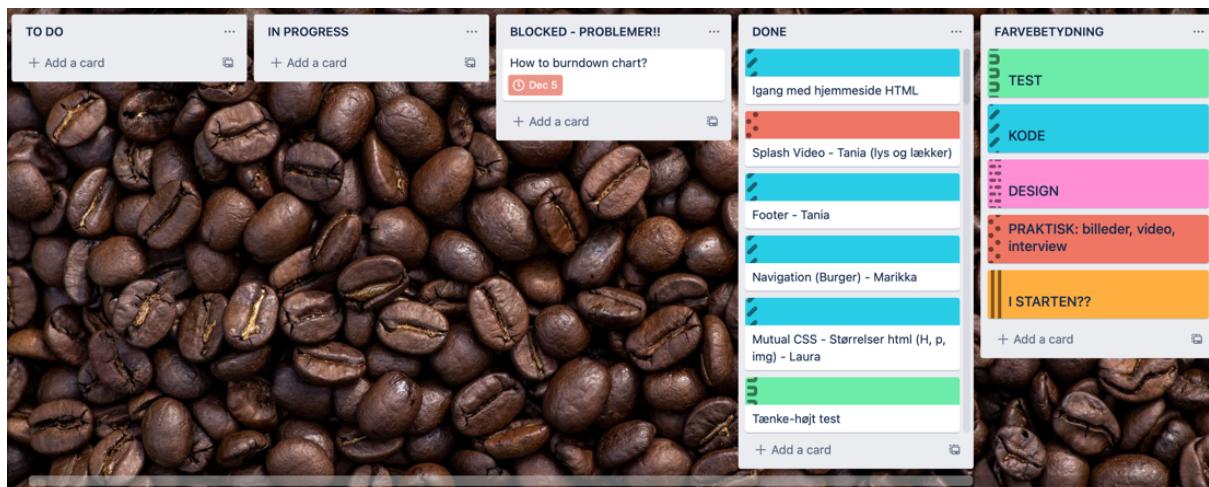


## PROCESS OG PLANLÆGNING

### BURNDOWN CHART



### SCRUM / TRELLO



### DOUBLE DIAMOND

Blev gjort mundligt

## REFELKSIONS SISTET

### HVAD KAN DET NYE SITE BARE END DET GAMLE

Det nye site giver en mere livlig oplevelse for besøgende. Oversigten over undersider er opdelt så der ikke er andet indhold end hvad undersidens titel hedder.

Klikbart kort i kontakt sektionen, trækbart på sitet.

### HVILKE TEST RESULTATER HAR PÅVIRKET RE-DESIGNET OG HVORDAN

BERT testen viste at ved nogle punkter, lå målgruppen andre steder end hvor virksomheden ønsker og selv mener de er.

### HVAD VILLE VI EVT. HAVE GJORT ANDERLEDES

Interviewet blev en mere dokumentation om ejeren af virksomheden, hvorimod den skulle have haft mere fokus på hvad virksomheden Vores Kaffebar tilbød til deres målgruppe.