

Grupppuppgift: Webb sida

Grupp 5

Del 1: Verksamhetskriterier och grafisk profil.

Konkret beskrivning av företaget

Vi på Pulse Gym är ett företag som erbjuder tillgång till anläggningar för fysisk träning, normalt sätt kallade gym. Företaget erbjuder fysisk träning i form av styrketräning, gruppträning, familjeträning, personlig träning och till och med utomhusträning!

Pulse Gym är snabbväxande och har flertal gym runt om Sverige, framförallt inom stockholmsområdet. Därmed fokuserar gymmet starkt på sin marknadsföring och hemsida då det ger företaget den bästa möjligheten att utöka sin tjänst. Det gör vi genom att framförallt sälja våra medlemskap och tjänster online för att göra de så lättåtkomliga för kunden som möjligt. Däremot så erbjuder vi även att teckna medlemskap på våra fysiska gym.

Gym-anläggningarna är uppbyggda med prioritet av att vara billiga för konsumenten, en djupare beskrivning ges under rubriken "Målgrupp". Därmed erbjuder vi 24/7 öppettider så att kunden får chansen att ta vara på gymmet så mycket som möjligt. Det ger kunden att variera sina träningstider vilket fördelar upp kunderna över fler timmar vilket gör att gymmet får mer plats och bli mer användarvänligt under dagarna.

Målgrupp

Efter att ha granskat andra gyms hemsidor och deras utbud för att se vad som fattas på marknaden så bestämde vi oss för att rikta in oss mer på målgrupper som i vanliga fall inte alltid har det ekonomiska utrymmet för att kunna köpa gymkort.

Med hjälp av lägre priser så sticker vi ut från en marknad som är svår att ta sig in i då det redan finns många välkända gym som Sats, Friskis och svettis samt Nordic wellness som oftast är de första som kommer i tankarna när man börjar fundera på att skaffa gymkort, Vårt låga pris gör inte bara att vi fyller upp ett hål som saknas i marknaden men det ger oss direkt en stor konkurrenskraft.

Vi gör antagandet att vår målgrupp kommer främst att komma åt vår hemsida via mobila enheter då studenter och småbarnsföräldrar inte alltid har tid att sätta sig framför datorn, utan behöver en hemsida som är bra anpassad för mobilt så att de kan komma åt vår information smidigt vart de än är.

Våra tjänster:

Kategorier:

- Hem
- Utbud
- Om oss
- Kontakta oss + Boka online
- Medlemskap och priser

Vårt utbud:

- Gruppträning
- Familjeträning
- Onlineträning
- Gym (fria vikter)
- Personlig träning
- Utomhusträning

Grafisk profil

UI perspektiv:

Fonts:

Valet av typsnitt är en av det viktigaste steget i webbsidans design eftersom typsnitt påverkar besökarens användarupplevelse. Valet av typsnitt beror på webbsidans syfte, en målgrupp och vilken stämning man vill framkalla med typsnittsdesignen.

Det finns en regel att man inte ska använda fler än tre typsnitt för en hemsida eftersom ju fler typsnitt du har, desto svårare blir det att harmonisera dem alla tillsammans.

Det grundläggande typsnittet (primära) är avsett till hemsidans rubriker och matchas med logotypen. Det sekundära typsnittet används till brödtexten på hemsidan och bör därför väljas efter hur pass lättläst texten blir. Accent typsnitt som används för specifika ändamål.

Vi bestämde att vi behöver lite informella och eleganta typsnitt som ger uttryck av glädje för vår webbsida. De ska inte ge ett mycket seriöst och formellt intryck.

Med detta i åtanke så valde vi typsnittet Poppins, Lora och Roboto

Poppins	Todos os seres humanos nascem livres e iguais em dignidade
Lora	Todos os seres humanos nascem livres e iguais em dignidade
Roboto	Todos os seres humanos nascem livres e iguais em dignidade

Bilder:

Bilder är kraftfulla eftersom grafiska detaljer gör ett mer bestående intryck än verbala.

En av de viktigaste faktorerna som bör övervägas när man väljer en bild för sin hemsida är hur relevant bilden är för webbsidas innehåll. Bilderna ska vara meningsfulla och ämnesrelaterade för att webbsidans målgrupp enkelt kan förstå dem. Dessutom, bara högkvalitativa bilder ska användas.

Färger:

Det verkar att det är inte så svårt att välja färger för vår webbsida, men faktiskt, färgpsykologi är en komplicerad lära. Färgvalet påverkar besökarnas uppfattning om verksamhet och kan påverka deras val för att välja oss framför konkurrenterna. Därför är det mycket viktigt att välja rätt färger.



Vi valde gym som verksamhet och vi tror att vi behöver färger som är entusiastiska, roliga, energiska, lekfulla, sociala. Det är en orange färg. Den uppmanar till social kommunikation och får besökaren att känna glädje. Den kan användas som accentfärg passar bra för knappar och detaljer.



Åt andra sidan, måste vi balansera vår webbsida med färgen som representerar självsäkerhet, lugn, balans och osynlighet. Det är en blå färg. Blåa är de mest använda färgerna eftersom den får besökare att känna sig trygga och säkra och skapar förtroende för företaget.

Vi behöver någon neutral färg som uttrycker balans, respekt och lugn. Det är en grå färg. Den används i ljusa eller mörka nyanser. Grått uttrycker stabilitet och respekt men ska inte användas i stora mängder. Ju närmare svart den kommer desto mer dramatisk och mystisk blir den. Den passar bra till stora ytor t. ex. som bakgrundsfärg.

Vit (eller nästan vit - gråblå) färganvändas på alla webbsidor och symboliserar renlighet och sanning, fred.

Utvalda färger:

- #485696 = mörkblå
- #E7E7E7 = gråblå
- #fc7a1e = orange
- #F24C00 = mörk orange
- #FFFFFF - vit

Webbsidans element design:

- **Header:** mörkblå
- **Background:** bilder som passar till syfte, målgrupper och utvalda färger; gråblå
- **Footer:** mörkblå
- **Sektioner:** mörkblå
- **Knappar:** orange/mörk orange

UX perspektiv:

Användarupplevelse Design - hur väl en webbplats fungerar:

- Hur tycker användarna om webbplatsen?
- Hur smidigt är användarnas flöde genom hela webbplatsen?
- Hur lätt är det för användare att uppnå sina mål?

Användarmål: En potential eller en befintlig medlem i ett gym kan enkelt hitta information om tillgängliga klubb abonnemang, träningar, tränare och så vidare. Hen kan också snabbt boka eller avboka ett abonnemang eller ett träningspass.

Användarflöde: Webbplats Strukturen är väldigt enkel, det finns bara hemsida och det finns bara 5 ytterligare sidor:

- Utbud
- Boka online
- Om oss
- Kontakta oss
- Bli medlem / Priser

Användare Resan är väldigt enkel och okomplicerad, att uppnå alla mål tar max 2 klickar.

Användar Känslan:

En kombination av enkelt och intuitivt användarflöde och visuell estetik som beskrivs uppåt skapar en positiv känsla om webbplatsen. För att underlätta navigeringen den viktigaste informationen markerad med speciella färger och typografi.

Vi använder även bilder för underlätta webbsidans förståelse, till exempel ger en bild på en tränare en tydlig länk till tränarens beskrivning område. Användare behöver inte läsa texten för att förstå vad avsnittet handlar om.

Del 2: Planera arbetet

Kategorier:

- Hem - Oskar
- Utbud - Yulia
- Om oss - Johanna
- Contact us - Pontus
- Bli medlem / Priser - Robin

Gemensamma delar:

Navigation menu:

- Hem
- Utbud
- Om oss
- Kontakta oss
- Medlemskap

Footer:

Snabbmenu

- [Hem](#)
- [Utbud](#)
- [Om oss](#)
- [Kontacka oss](#)
- [Medlemskap](#)

Våra studios:

- [Skarpnäck](#)
- [Sätra](#)
- [Årsta](#)
- [Kista](#)

Follow oss:

- [Facebook](#)
- [Linkedin](#)
- [Instagramm](#)
- [Twitter](#)