

# PROJEKT 4: WEBSITE DESIGN

Samværsfestival for ældre

”Traditionen tro”



November 2014

Anastasia Keller, Jakob Plenge, Benjamin Vinje, Rasmus Bernhard og Raquel Hesdorf

1. Semester, Multimediedesigner uddannelse, MuA

## Indholdsfortegnelse

1. Opgave beskrivelse.....	2
2. Web-agency.....	2
2.1. Opsamling af profil oplysninger.....	2
2.2. Rolle fordeling.....	3
2.3. Brainstorming.....	3
2.4. Logo design.....	4
2.5. Website udarbejdelse.....	4
3. Design Brief.....	4
3.1. Opgave beskrivelse.....	5
3.1.1. Sekundær opgave.....	5
3.2. Festivallen.....	5
3.3. Kunden.....	5
3.4. Målgrupper.....	6
3.4.1. Primær målgruppe.....	6
3.4.2. Sekundær målgruppe.....	6
3.5. Design krav.....	6
3.6. Indhold krav.....	7
4. Koncept udvikling.....	7
4.1. Moodboard.....	7
4.2. Farvevalg.....	8
4.3. Typografi.....	9
5. Website logo design.....	9
6. Information Arkitektur.....	10
6.1. Den nye website struktur.....	11
6.2. Content skrivning.....	11
7. Grafiske elementer.....	12 - 14
8. Indhold skrivning.....	15
9. Kodning.....	15
10. Referencer.....	16

## 1. Opgave beskrivelse

I dette projekt skulle vi samarbejde med studerende fra Markedsførings Management program. Markedsførings studerende udføre indledende felt forskning og udarbejde et brief, der angiver kravene til en hjemmeside, som vi kommer til at designe. Vores rolle i projektet er at fungere som web-agency, som markedsførings studerende hyre for at gøre arbejdet. Læs mere om opgaven [her](#).

## 2. Web-agency

Den første del af opgaven var at skabe en web-agency af vores gruppe og at finde på en god måde på at præsentere den til en markedsføringsgruppe. Vi besluttede med det samme at vi skulle lave et website for vores agency. Vi ville have at det inkluderer oplysninger om vores kompetencer og beskrive de tjenester vi kunne levere til vores kunder. Vi tænkte også på at lave et logo til vores web-agency.

### 2.1. Opsamling af profil oplysninger

Vi opsamlede oplysninger om alle gruppemedlemmers kompetencer, samt deres Belbin typer, der står i tabellen nedunder.

#### Gruppemedlemmers profil oplysninger

Navn	Programmering	Design	Virksomhed (Belbin)	Andet	Rolle
Rasmus	html	Photoshop, Illustrator	Kommunikation, Specialist, Teamworker	opfindsom, nørd	Webudvikler, webdesign, gamedesign
Anastasia	html, css, jquery	Photoshop, Illustrator, Edge Animate, tegning	Kommunikation, projektledelse, koncept udvikling	Sætter struktur, resultat-orienteret, kreativ; Koordinator	Projekt koordinator, koncept udvikler, logo design
Benjamin	html, css	Photoshop	Samarbejde, teknisk viden, Specialist	Kreativ, grundig, opfindsom	Webudvikler, webdesign
Raquel		Photoshop, Illustrator			Plant
Jakob	html, css, jquery, php	Photoshop, Illustrator, Edge Animate, InDesign, Dreamweaver	Projektledelse, kommunikation, ansvarsbevidst, selvstændig	Kreativ, perfektionistisk, nytænkende, innovative (funktionalitet)	Designer, developer: Koordinator, Specialist, Plant

*Lavet af Anastasia Keller*

## 2.2. Rolle fordeling

Henholdsvis fordelte vi rollerne sådan:

**Anastasia** – projekt leder, webdesigner

**Jakob** – webdesigner, webudvikler

**Raquel** – koncept udvikler, web-designer

**Benjamin** – webdesigner, webudvikler

**Rasmus** – webdesigner, webudvikler

## 2.3. Brainstorming

Efterfølgende lavede vi brainstorming omkring vores web-agency's identitet med vores kompetencer i tanker.

### *Brainstorming proces*



*Lavet af Anastasia Keller*

Vi valgte 3 hoved kriterier, som vi troede karakteriserer vores web-agency bedst:

- Innovativ/Nytænkende – fordi vi ville lave moderne design og finde på originale ideer
- Fleksibel – fordi vi kan godt tilpasse os til ændringer undervejs
- Kundebevidst – fordi vi sætter høj pris på kunders værdier og branding

## 2.4. Logo design

Som udgangspunkt brugte vi 3 udvalgte hoved kompetencerne til at udarbejde et logo. Vi valgte et navn Weblt, fordi vi troede at det beskriver os som en innovativ, teknisk kompetent og løsningsorienteret web-agency. Så designede vi sammen et simpel logo, som står nedunder:

*Logo til web-agency*



*Udarbejdet af gruppen*

Logoet er skrevet med Orbitron Light skrifttype. Det er en Sans Serif skrifttype med firkantede form af bogstaver og afrundede hjørner. Den virker simpel, moderne og dynamisk. Midt i bogstaven "b" ligger der en afrundet firkant, der ser ud som en knap. Meningen er at den giver en fornemmelse: "Lige tryk på mig, og opgaven bliver gjort!". Den løsning valgte vi for at vise hvor hurtig og fleksibel vi er.

Til logoet brugte vi 2 farver: orange (RGB: 243 153 67, HSB: #F39943) og grå (RGB: 84 84 84, HSB: #545454) for at positionere vores agency, som moderne, samt kompetent og kreativ.

## 2.5. Website udarbejdelse

Så udarbejdede vi et website: <http://webbureau.jakobplenge.dk/>. Websitet inkluderer oplysninger om vores hoved kompetencer: Responsive design, Avanceret development, Brand og Profile ekspertise og Modtager statistik og analyse; en liste af tjenester vi leverer, team-medlemmernes roller og eksempler på vores tidligere værker.

På websitet bruger vi de samme skrifttype og farver som i logoet.

Vi præsenterede vores web-agency ved hjælp af websitet under vores briefing møde med markedsførerne.

## 3. Design Brief

Den 17. november mødtes vi med markedsføringsgruppen. Under mødet fik vi design brief fra dem om hvad vi skulle lave for dem. Herunder står der en forkortet version af design briefet.

### 3.1. Opgave beskrivelse

Hoved opgaven var at designe et website som repræsenterer deres nye produkt - en festival for ældre.

#### 3.1.1. Sekundær opgave

Den sekundære opgave var at designe et logo til organisation og evt. til festivallen. Først ville de have at vi finder på navne til både deres organisation og festivallen. Vi foreslog at de gør det selv, fordi der var ikke nok tid for os at udarbejde identitet koncepter både til organisationen og deres produkt i så stor omfang. De budte på navne næste dag, hvorfra gik vi i gang med logoerne.

### 3.2. Festivallen

Organisationen ville lave en festival for ældre med live musik, dans klasser (folkedans, standarddans, linedans) og danseshow, samt optræden fra de kendte musikkere: Keld og Hilda, Monrad og Rislund. Der ville også bydes på skak og petanque turneringer, foredrag om kost og motion, dansk traditionel mad og kagesmagsprøver.

**Festivallens formål** er at bringe ældre sammen: ældresamvær. Der forventes, at de ældre besøgere møder nye venner, som de kan holde kontakten med efter festivallen, og at det kan motivere dem til at være mere sociale i dagligdagen. Organisationens ønsker også at gøre festivalen en fast tradition hvert år, som de ældre kan se frem til. Der forventes at minimum 1000 ældre vil deltage gennem hele weekenden i festivallen.

**Dato:** 15 – 17 maj 2015

**Sted:** Valbyparken

### 3.3. Kunden

**Organisationen** er en interesseorganisation for ældre med hovedsæde i København. Dens formål er at få de ældre til at være mere sociale med andre på deres egen alder.

Organisationen har fokus på samvær. De arrangerer forskellige aktiviteter som dans, spil, musik, mad og vin, der er med til at skabe styrket samvær og glæde.

### 3.4. Målgrupper

Markedsfører identificerede 4 målgrupper, eller segmenter, der står nedunder.

#### Segmentering

Mand og kvinde på 65+ i forhold og socialt anlagt med deres egen alders gruppe	Mand og kvinde på 65+ i forhold og sjældent social anlagt med deres egen alders gruppe
Mand og kvinde på 65+ ikke i forhold og socialt anlagt med deres egen alders gruppe	Mand og kvinde på 65+ ikke i forhold og sjældent socialt anlagt med deres egen alders gruppe

	I forhold	Ikke i forhold
Socialt anlagt	1	2
Sjældent sociale	3	4

*\*Denne oplysning er angivet af markedsførerne*

#### 3.4.1. Primær målgruppe

Markedsførerne valgte en primær målgruppe: segment 2 - **Mand og kvinde på 65+ ikke i forhold og socialt anlagt**. Grunden var at det er mere sikkert at denne gruppe dukker op og således ville målet af minimum 1000 besøgere på festivalen rammes.

#### 3.4.2. Sekundær målgruppe

Sekundære gruppe, især dem der ikke er så socialt anlagt, skulle også rammes, hvis muligt, med håbet at de vil deltage, og på den måde ende med at være mere sociale.

### 3.5. Design krav

Markedsførernes forventninger omkring designen var at den skulle være:

- overskuelig og let at læse for ældre
- enkel og klassisk
- med få klik og nem adgang til information

### 3.6. Indhold krav

Markedsføringsgruppen stillede også krav om websitets indhold, som de gav til os under mødet. Websitet skulle indeholde oplysninger i de følgende kategorier:

- Om festivalen
- Om organisationen
- Festivalens tidsplan og aktiviteter
- Billetter: priser og mulighed for at bestille og udskrive billetter
  - Også tilbud på 20% rabat pr. overnatning i Hotel Rossini, hvis man køber weekendbilet
- Transport: afgangstider fra Odense, Kolding, Århus, Ålborg
- Kontakt oplysninger

## 4. Koncept udvikling

Da vi gik i gang med opgaven, mest af konceptet omkring hjemmesiden var allerede defineret i design briefet. Det vi skulle gøre var at udarbejde visuel repræsentation af markedsførernes ideer. Det handlede om farver, typografi, images og brugbar infografik.

### 4.1. Moodboard

Først og fremmest tænkte vi på hvordan målgruppens repræsentanter ser ud og hvilke aktiviteter der skal være på festivalen. Vi samlede masse billeder af gamle folk tilsvarende markedsførernes beskrivelse af hovedmålgruppen og lavede et moodboard.

Moodboardet viser ældre, som snakker, danser, synger, drikker, deres idoler- musikkere, mad de godt kan lide, tøj de har på og lign.

Der er billeder i natur, på hyggelige cafeer eller restauranter, også i danseklasser og skak turneringer, samt fra koncerter. Vi ville formidle stemningen fra de steder gennem vores design på hjemmesiden for at skabe en fornemmelse af hygge, samvær, glæde og tradition.



## Moodboard



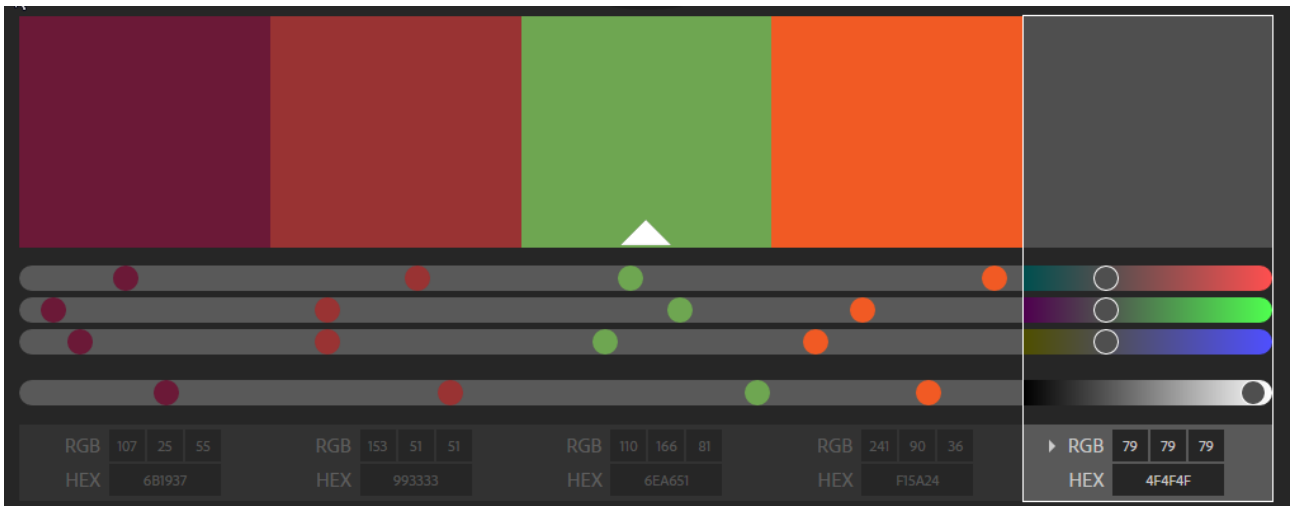
Af Anastasia Keller

## 4.2. Farvevalg

Vi har valgt paletten af 5 farver til logoer og hjemmesiden.

- **Lilla** er hoved farve, den står for respekt og visdom, samt livlighed (i en moderat grad, ikke for aktiv)
- **Mørkerød (Burgundy)** er mere dynamisk, samt traditionel. Den står også for modenhed og omsorg. Den symboliserer også god kvalitet (som god rød vin).
- **Grøn** er forårs farve, da festivalen foregår i maj. Den tilføjer friskhed og glæde. God kontrast til rød og lilla.
- **Orange** står for glæde og optimisme, men brugt kun lidt (til telte) for højdepunkter og kontraster.
- **Grå** er god til baggrund eller for at afbalancere andre farve.

### Farve-palette



Udarbejdet af gruppen

### 4.3. Typografi

Vi valgte 2 skrift til logo og hjemmesidens design: *Plantagenet Cherokee*, serif – til festivalens logo og *Asap*, sans serif - til organisationens logo og generelt til hjemmesiden. Den første skrift er serif type, som gør logotype mere festlig og passer godt til logoets "traditionel stil". Den anden skrift er simpel og let overskuelig som gør det let at læse oplysninger i mindre størrelse på hjemmesiden.

## 5. Website logo design

Da vi fik navne på organisationen og festivalen, gik vi i gang med at udarbejde logoer:

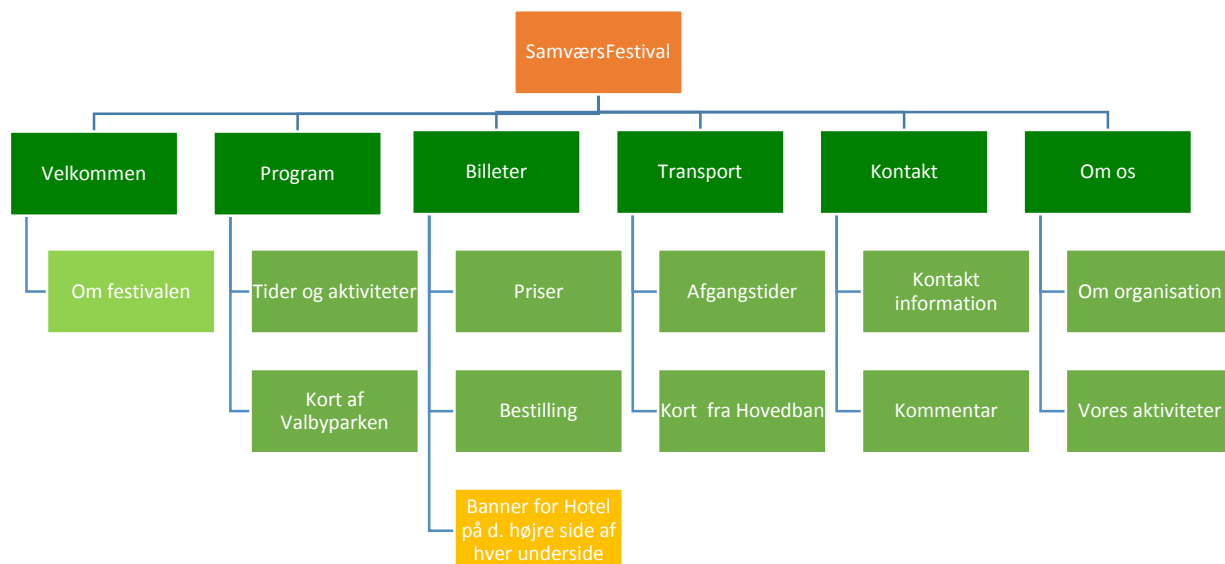
- Organisationens navn: ***Social samværs glæde Hovedstaden***
- Festivalens navn: ***Samværsfestival for ældre – Traditionen tro***

Vi tog udgangspunkt i organisationens hoved værdier: ***Samvær*** og ***Glæde***.

Så udarbejdede vi to logoer: et til organisation og et til festivalen. Vi brugte 2 hoved farver fra paletten: lilla og mørkerød. På organisationens logo mørkerød står for omsorg og vigtighed af sagen. På festivalens logo brugte vi gradueret lilla. I kombination med figuren af dansende ældre parret afspejler lilla farven livsglæde, respekt, visdom og lidenskab. Gradueret effekten gør figuren mere dynamisk.

*Logo til organisationen**Af Benjamin Vinje**Logo til festivalen**Af Anastasia Keller***6. Information Arkitektur**

Efter mødet med markedsføringsgruppen, mødtes vi for at konstruere hjemmesidens struktur. Først valgte vi at have 6 menupunkter med hovedsagligt 2 underpunkter under hvert. Her er den oprindelige struktur:

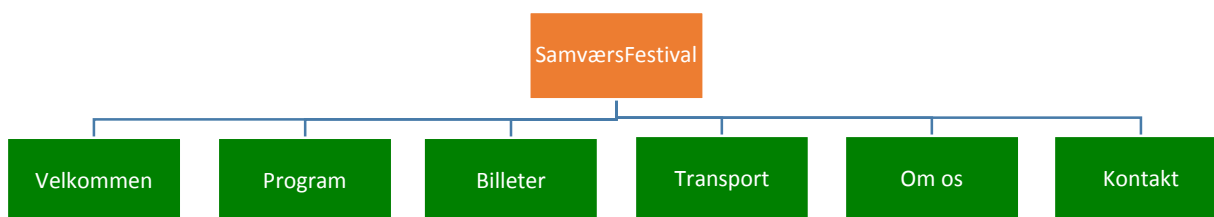
*Website hierarki: Variant 1**Udarbejdet af gruppen*

## 6.1. Den nye website struktur

Senere har vi ændret strukturen til en enklere version, for at lave websitet mere brugervenlig for ældre. Det var muligt, fordi der var kun 2 underpunkter i hver menupunkt. I løbet af information design processen så vi at underpunkterne ikke var nødvendige.

På den anden side kunne vi selvfølgelig lave færre menupunkter ved at opsamle alle praktiske oplysninger under menu Information. Men det har vi fravalgt, fordi vi ville lave hjemmesiden så overskuelig og brugbar som muligt. Den aktuelle struktur ser sådan ud:

### Website hierarki: version 2



*Udarbejdet af gruppen*

## 6.2. Content skrivning

Selvom vi havde modtaget nogle tekster omkring websitets indhold under design brief, var vi nødt til at skrive en ny tekst til **Forsiden** og justere den eksisterende tekst til siden **Om os**. Vi havde forstillet os at kunden normalt ville have mere styr på hjemmesidens indhold. Men markedsførerne havde givet os lov til at ændre teksten som vi ville, og det har vi gjort før vi gik i gang med hjemmesidens opbygning.

Først skrev vi en tekst til **Forsiden**. For at gøre forsiden som brugbar som muligt skrev vi mange praktiske oplysninger om festivallen på forsiden, samt invitationsfraser. Teksten er skrevet i invitationsbrev stil. Vi fik inspiration til det fra en hjemmeside af en traditionel dansk restaurant Krøgers Have ved Frederiksberg Have, der har den samme målgruppe som vores hovedmålgruppe. Her er deres hjemmeside: <http://www.kroegershave.dk/page1.php>.

Tekst på siden **Om os** inkluderer de oplysninger om organisationen som vi fik fra markedsførerne. Vi har kun justeret dem lidt.

Tekster til andre sider var ikke betydeligt ændret.



## 7. Grafiske elementer

Efter websitets struktur var klar gik vi i gang med grafiske elementer til websitet. Ud over logoer har vi designet flere grafiske elementer til websitet, såsom:

- 2 billed-striber til forsiden med eksempler på aktiviteter og oplevelser under festivalen

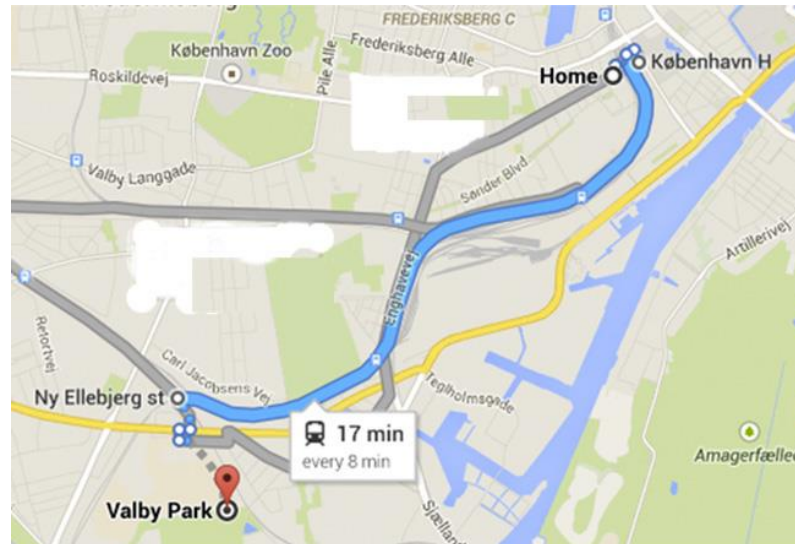
### *Forsidens 2 billede-striber*



*Udarbejdet af Anastasia Keller*

- 2 kort: et kort af Valbyparken og et kort af ruten fra Kbh Hovedbanegård til Valbyparken. På Valbyparken-kortet kan man se 3 telter, hvor aktiviteterne vil foregå, med ikonerne omkring teltene, der peger på disse aktiviteter samt praktiske henvisninger, fx cafe og WC.

### Kort over København



Udarbejdet af Raquel Hesdorf

### Kort over Valbyparken



Udarbejdet af Anastasia Keller

- Ikon-banner med beskrivelse af ikonerne brugt ved siden af kortet over Velbyparken. Meningen er at give de ældre bedre overblik over aktiviteterne og alle praktiske oplysninger. Se billedet under den næste punkt.
- Reklame-banner omkring hotellets tilbud, brugt på siden Billeter. Der var først lidt forvirring omkring hvilke farve at bruge til reklame, da farverne på hotellets website var anderledes end farverne i vores pallet. Men heldigvis så vi at de passede fint på websitet. Desuden skiller de sig ud i forhold til andre elementer på festivallens website, hvilket er en fordel for en reklame.

### *Ikon-banner*



### *Reklame-banner*



*Udarbejdet af Anastasia Keller*

Alle grafiske elementer var lavet i Photoshop og Illustrator.

Ud over de grafiske elementer, har vi fremstillet 2 tabeller (til sider Program og Transport) og 2 formularer (Billetbestillings- og Kontakt- formularer) med hjælp af kodning.

## 8. Kodning

Jakob, som har mest erfaring med kodning i gruppen, lavede en skabelon til websitet, med lilla baggrund på forsiden og en simpel menu, svarende til vores udarbejdet struktur. Vi fordelte opgaverne at lave forskellige sider mellem hindanden, hvorefter Jakob lagde alle koderne sammen til det endelige website. Til sidst redigerede vi det og præsenterede til markedsføringsgruppen d. 26. oktober.

Markedsførere var meget glade for websitet og fandt ikke noget ting at redigere videre.

Alle koder er skrevet i valid HTML5, CSS3 og jQuery. Til sidst validerede vi alle koderne. Så tjekkede vi for sidste fejl, som vi rettede løbende.

Her er resultatet på vores arbejde: <http://www.festival.jakobplenge.dk/>

\* \* \*

Vi takker alle projekt deltagere for produktiv og berigende samarbejde. Vi håber lærerne kommer til at nyde vores website. 😊



## 9. Referencer

- 1) Om Belbin typer – <chrome-extension://gbkeegbaiigmenfmjfclcdgdpimamgkj/views/app.html>
- 2) Om moodboards  
[http://fronter.com/cphbusiness/links/files.phtml/495675095\\$372707368\\$/Arkiv/Design+prcent+26+Visualisation/Design+Process/Moodboard/IAT336+4moodboard.pdf](http://fronter.com/cphbusiness/links/files.phtml/495675095$372707368$/Arkiv/Design+prcent+26+Visualisation/Design+Process/Moodboard/IAT336+4moodboard.pdf)
- 3) Billeder til moodboard og billed-striber fra:  
<http://www.dr.dk/levnu/krop/alkohol-i-faellesskaber-kan-vaere-godt-aeldre>  
<http://dinby.dk/ebeltoft-folketidende/petanque-boelgen-har-rullet-i-ebeltoft-i-to-aartier>  
<http://amtsavisen.dk/randers/vild-med-folkedans>  
<http://www.billedbladet.dk/kendte/international/musik/rolling-stones-vaekker-glaede-hos-aeldre-sagen>  
<http://www.topunderholdning.dk/monrad-rislund>  
<http://www.bt.dk/kendte/keld-og-hilda-er-mange-millionaerer>  
<http://dagbladetningskjern.dk/ringkoebing/skaktturnering-maa-gerne-skaaffe-nye-medlemmer>
- 4) Farvevalg – [www.color.adobe.com](http://www.color.adobe.com)
- 5) Om Information Arkitektur  
<chrome-extension://gbkeegbaiigmenfmjfclcdgdpimamgkj/views/app.html>
- 6) Inspiration fra – <http://www.kroegershave.dk/page1.php>
- 7) Kort over Hovedbandegård KBH fra: [www.googlemaps.dk](http://www.googlemaps.dk)
- 8) Valbykort fra: <http://www.valbyparken.dk/om-banen/banekort/> (ændret)
- 9) Inspiration til reklame-banner fra <http://www.rossini.dk/>

\* **Bemærk:** alle på <http://www.festival.jakobplenge.dk/> er brugt uden kommercielt formål.