



# Eksamensprojekt

## 2. semester 2019

Mul B – Gruppe 10  
Antal anslag: 48.539

[Se websitet her](#)

[Se Github her](#)

### Gruppemedlemmer:

### E-mail:

Alexander Juul Sørensen

[cph-as469@cphbusiness.dk](mailto:cph-as469@cphbusiness.dk)

Kim Kragesand Bohn

[cph-kb274@cphbusiness.dk](mailto:cph-kb274@cphbusiness.dk)

Patricia Saranrat Tanti-Amnuay Rømer

[cph-pr117@cphbusiness.dk](mailto:cph-pr117@cphbusiness.dk)

Sinem Cift

[cph-sc204@cphbusiness.dk](mailto:cph-sc204@cphbusiness.dk)

# Indholdsfortegnelse

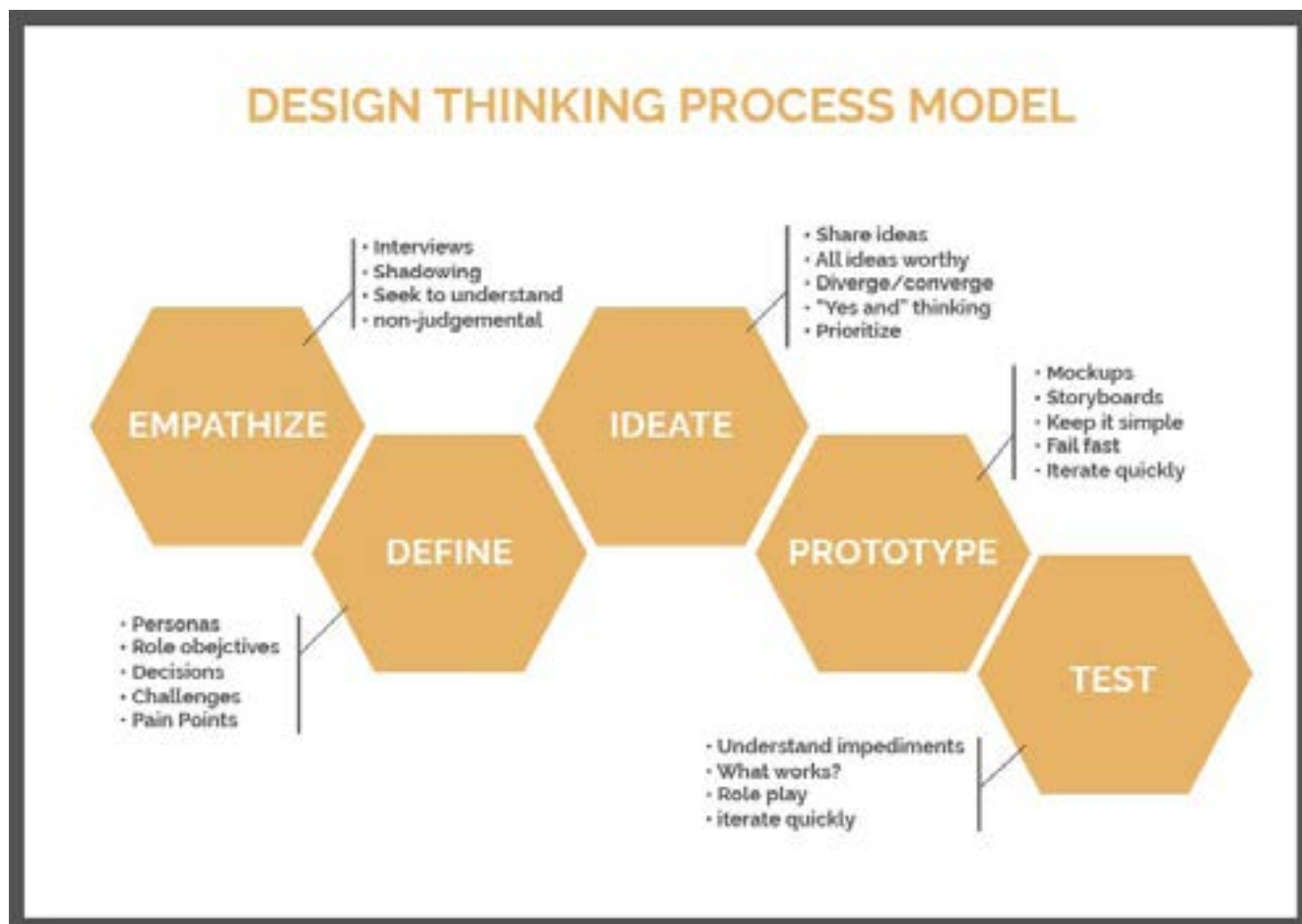
<b>1. Problemformulering</b> .....	4
<b>2. Design thinking</b> .....	5
2.1. Empathize	6
2.1.1. Spørgeskema	6
2.1.2. User empathy map	9
2.2. Define	10
2.3. Ideate	10
2.4. Prototype	10
2.5. Test	11
<b>3. Persona (målgruppe)</b> .....	11
<b>4. Strategi og plan for synlighed</b> .....	12
4.1. Sociale medier	14
4.2. Banner	15
<b>5. Hjemmeside</b> .....	16
5.1. Skitser, sitemap og wireframe	16
5.2. Færdig produkt	17
5.2.1. SEO	22
<b>6. Video</b> .....	25
6.1. Storyboard	25
6.2. Voice over	28
6.3. Endelig produkt	28
<b>7. Styleguide</b> .....	28
7.1. Logo	28
7.2. Farver	29
7.3. Typeface	29
7.4. Billeder/illustrationer	30

7.5. Style guide katalog	31
<b>8. Test og testmetoder</b>	<b>41</b>
8.1. Test af wireframe	41
8.2. Test af hjemmeside	41
<b>9. Projektplanlægning / projektstyring</b>	<b>47</b>
<b>10. Udfordringer</b>	<b>49</b>
<b>11. Konklusion</b>	<b>51</b>
<b>12. Refleksioner</b>	<b>51</b>
<b>13. Perspektivering</b>	<b>52</b>
<b>14. Referencer (litteratur og kildehenvisning)</b>	<b>53</b>
<b>15. Bilag (yderligere dokumentation og skitser)</b>	<b>55</b>

# 1. Problemformulering

Hvordan kan vi ved hjælp af en digital platform lærer folk at lave cocktails?

## 2. Design Thinking



Design thinking process model

Inden vi kunne gå rigtig i gang, lavede vi en fælles brainstorm<sup>1</sup> over diverse emner som vores projekt kunne omhandle. Efter første brainstorm diskuterede vi idéerne igennem, det var også på dette tidspunkt vi begyndte at tvivle på hvor grænsen gik fra e-learning, til information. Ligesom vi troede, at vi havde fundet det rette emne, opdagede vi, at vores emne nok ikke være i dybdegående nok, og lænede sig mere mod information frem for e-learning.

Vi lavede derfor en ny brainstorm,<sup>2</sup> det var også på dette tidspunkt vi indså, at det var meget væsentligt, at vi udførte hele design thinking's processen for at kunne sætte også bedre ind i vores målgruppe, deres behov, og hvis vi kunne evt. finde et behov som de ikke vidste de havde brug for og derfor vide hvordan vi skulle takle hele opgaven, alt fra design til funktioner.

<sup>1</sup>Bilag 1

<sup>2</sup>Bilag 1

## 2.1. Empathize

For bedre at kunne sætte os ind i "brugerens" sted har vi både lavet et spørgeskema og et "user empathy map".<sup>3</sup>

### 2.1.1 Spørgeskema

Vi har udarbejdet et spørgeskema<sup>4</sup>, for at finde ud af hvem vores målgruppe er, og for at få bedre forståelse af deres opfattelse omkring cocktails, deres drikkevaner hvad de foretrak, hvor de drikker osv.

Spørgeskemaet er bygget op således, at den første del er en række nemme og simple spørgsmål, som respondenterne ikke skulle tænke for meget over og på den måde fange respondenterne til at færdiggøre spørgeskemaet. I den anden del stillede vi mere dybdegående spørgsmål, heriblandt til deres alkoholvaner. Dette har vi gjort for at kunne udelukke den del af respondenterne som ikke ville passe ind som vores primære målgruppe, som netop er dem som drikker alkohol. Derfor ved vi også, at det er svarene fra dem som vil være mest relevante for vores viden omkring målgruppen.

Den sidste del er også bygget op af nemme og simple spørgsmål om brugeren selv, på den måde ved brugeren at undersøgelsen snart er slut og de kan derfor tænke: "Jeg er næsten færdig, så jeg svarer lige på de sidste".

Vi kan derfor konkludere ud fra svarene<sup>5</sup> fra vores spørgeskema: Vi havde 115 respondenter på vores spørgeskema undersøgelse. Ud fra svarene på spørgeskemaet fandt vi ud af at 90,4% (104) drikker alkohol.

---

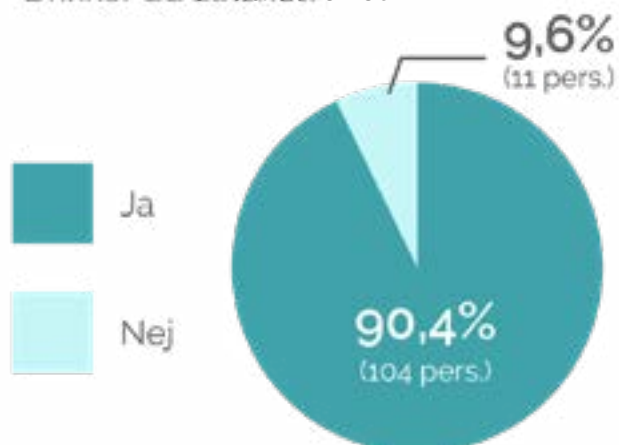
<sup>3</sup> Se afsnit 2.1.2.

<sup>4</sup> Se kilde 'Online spørgeskema'

<sup>5</sup> Bilag 1

## Besvarelser af 115 respondenter.

"Drikket du alkohol?"



Infografik til at illustrerer resultat af spørgeskemaet.

74 (71,2%) ud af 104 drikkende respondenter, har svaret at de foretrækker at drikke drinks (herunder sjusser, cocktails, longdrinks med mere).

## Besvarelser af de drikkende respondenter (104 personer)

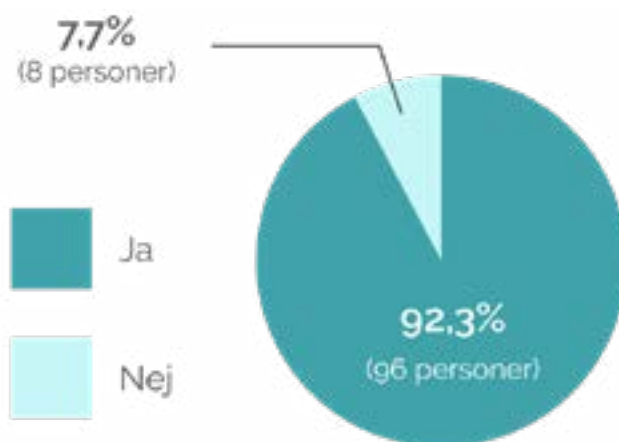
"Hvad foretrækker du at drikke?"



Infografik til at illustrerer resultat af spørgeskemaet.

Ud af de 104 drikkende kunne 92,3% (96 personer) godt lide cocktails, og kun 7,7% (8 personer) som ikke kan lide cocktails, deres begrundelse er, at de syntes det er for dyrt eller at de bliver for fulde, dog ser vi ikke dette som en trussel da dette kun udgør 8 personer ud af 104.

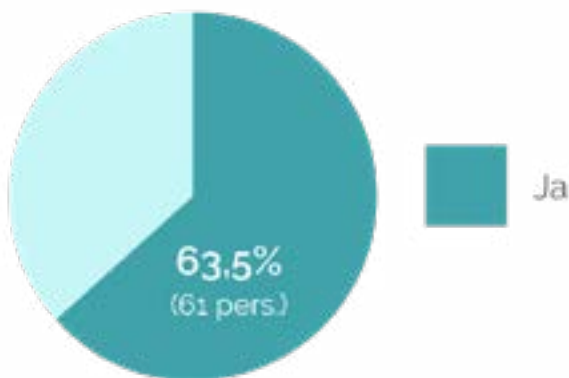
**Besvarelser af de drikkende respondenter (104 personer)  
"kan du lide cocktails?"**



Infografik til at illustrerer resultat af spørgeskemaet.

61 (63,5%) ud af 96, laver selv cocktails, men 87,5% (91) har svaret, at de gerne ville lave cocktails, hvis de havde en nem mulighed for det. Det er 30 personer flere som ville have interesse for at lave cocktails selv.

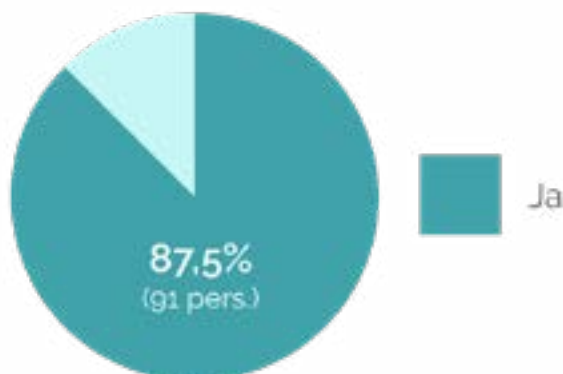
**Besvarelser af de respondenter som godt kan lide cocktails (96 personer)  
"Laver du selv cocktails?"**



Infografik til at illustrerer resultat af spørgeskemaet.



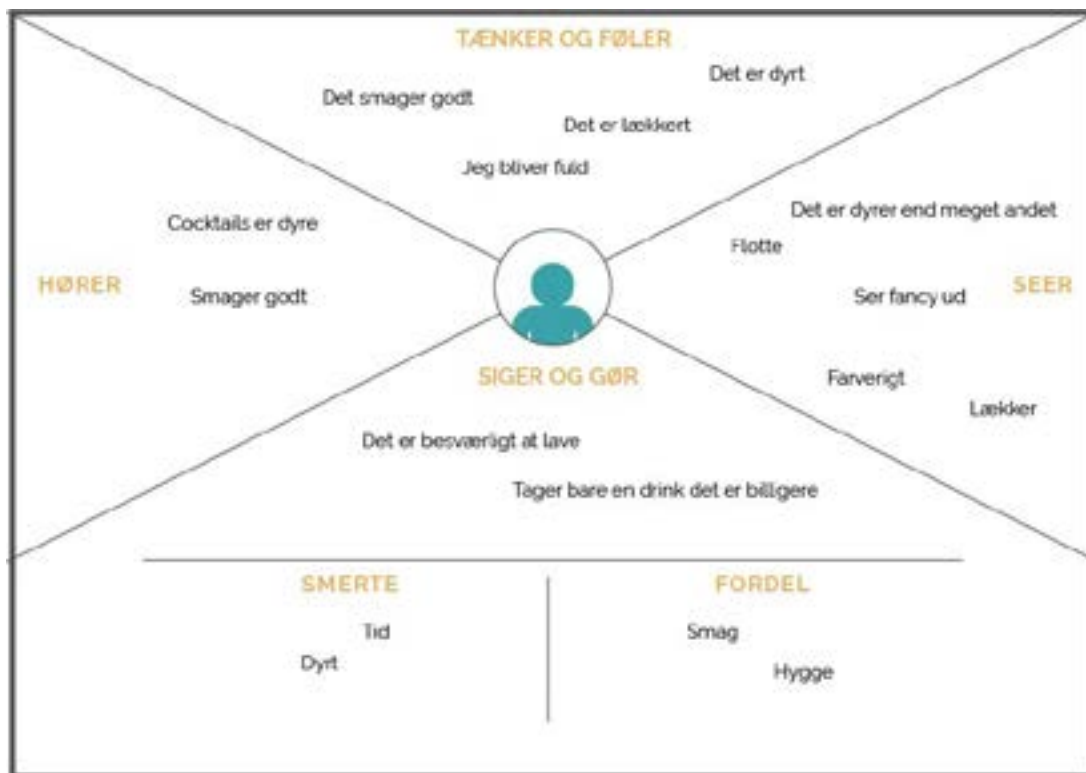
Besvarelser af de respondenter som godt kan lide cocktails (96 personer)  
 "Hvis du fik en nem mulighed for selv at lave cocktails, ville du så overveje det?"



Infografik til at illustrerer resultat af spørgeskemaet.

## 2.1.2 User empathy map

Herefter har vi lavet et "user empathy map", som har været med til at give os et overblik over målgruppens behov.



User empathy map

## 2.2 Define

Vi valgte at definere vores problem til vores problemformulering efter vi havde fået resultaterne på vores spørgeskema, dette gjorde vi af en række årsager. En af årsagerne var selvfølgelig for at kende vores målgruppe bedre, for at se om der var et reelt problem som vi kunne konkretisere og have mulighed for at løse, og på hvilken måde vi kunne gøre dette.

Da vi havde sat os ind i målgruppens sted udformede vi en problemformulering. Vores empathize var også med til at konkretisere vores målgruppe<sup>6</sup>.

## 2.3. Ideate

Efter defineringen af problemformuleringen, talte vi om en masse forskellige ting som: alkoholfrie drinks, en app omkring cocktails, hjemmeside med opskrifter, cocktail tilbuds app hvor man kan se hvilke barer som har cocktails på tilbud, en app hvor der kunne være en funktion hvor man kunne gemme opskrifterne til de cocktails man selv har lyst til at lave.

Vi besluttede os for at lave en simpel hjemmeside med opskrifter og tips. Opskrifterne skulle kunne findes over flere medier, da vi ved at alle lærere forskelligt<sup>7</sup> og derfor tænkte vi, at vi kunne lave både en video og skrive det som tekst så vi kunne ramme en bredere segment.

## 2.4. Prototype

Efter at havde fastsat os på en idé, lavede vi flere skitser. vi spredte det ret godt rundt, så der var nogen som lavede brainstorm på farver, stil og moodboard. Nogle lavede skitser til layout, og andre på billede valg af illustrationer og logo skitser<sup>8</sup>.

Dernæst talte vi om de forskellige ideer hver af os havde lavet, for at se om vi gik mange forskellige retninger, og for at evt. diskuterer og få endnu bedre/flere ideer ud fra nogle af hinandens idéer. Vi blev enig om en retning og udformede så derfor en prototype<sup>9</sup> meget hurtigt, som vi testede på nogle testpersoner for at få af- og bekræftet vores idéer og design valg.

---

<sup>6</sup> Se afsnit 3

<sup>7</sup> Se kilde "indlæring"

<sup>8</sup> Bilag 3

<sup>9</sup> Se afsnit 5.1.

## 2.5. Test<sup>10</sup>

Vi har skrevet et helt punkt omkring test og testmetode. Vi har både testet vores wireframe og vores hjemmeside. Wireframe testen kan læses i punkt 8.1. og testen af hjemmesiden kan læses i punkt 8.2.

## 2.5. Persona (målgruppe)

Inden vi lavede selve personaen, foretog vi os nogle undersøgelser. Vi kiggede blandt andet på conzoom<sup>11</sup>. Vi brugte desuden også besvarelserne fra vores spørgeskema til at definere og beskrive vores persona.

Størstedelen af dem som havde besvaret på spørgeskemaet<sup>12</sup> er i alderen 25-35 år. De drikker flere gange om måneden, top 3 årsager er fest, med vennerne og byen. De foretrækker at drikke drinks (sjusser, cocktails, longdrink med mere). De har fuldtidsarbejde.

Ud fra vores undersøgelser fra conzoom og vores spørgeskema, kan vi altså konkludere følgende informationer omkring den gruppe af personer som vi gerne vil have fat i:

Alder: 25 - 35 år.

Bosted: Provinsen

Køn: Begge.

Civilstatus: Single/Samlevende

Beskæftigelse: Færdiguddannet Fuldtidsjob (380.000 kr. årlig løn før skat<sup>13</sup>).

Uddannelse: gymnasial eller erhvervsuddannelse

Fritiden: De drikker flere gange om måneden og foretrækker cocktail.

Vi har dernæst udarbejdet en persona, som tog udgangspunkt i vores resultater fra både spørgeskemaet, og de informationer vi fandt fra conzoom<sup>14</sup>, og specificeret for at få et bedre billede af hvem vores målgruppe lige præcis er.

Vi har kaldt vores persona for Sam, som er et unisex navn i og med at vores målgruppe dækker over begge køn. Derfor har vi undgået at skrive at personaen hverken er en 'han' eller 'hun'.

Vi har ligeledes valgt, at billedet indeholder både en mand og kvinde. Billedet ligner 2 venner, hvilket passer godt, da vores målgruppe bruger meget tid sammen med sine venner.

---

<sup>10</sup> Se afsnit 8

<sup>11</sup> Fra conzoom

<sup>12</sup> Se afsnit 2.1.1. eller bilag 2

<sup>13</sup> Se bilag 3

<sup>14</sup> Se kilde fra "den offentlige" om conzoom

**Om:**  
 Sam har ikke officielt en kæreste endnu, men har en lille flirt som godt ville kunne udvikle sig.  
 Sam nyder provenslivet med hygge og bruger meget tid sammen med vennerne. Hvilket betyder at fredag eller lørdag med vennerne godt kan føre til lidt alkohol efter en lækker aftenmad.  
 En gang imellem efter arbejde er det ikke utænkeligt for Sam at tage en tur forbi fitness centret.  
 Sam er en livsnyder.

**Mål:**

- En bolig, hvor der er plads til at få venner over.
- Et fleksibelt arbejde, med meget at kunne sige.

**Personlighed:**

Introvert — Ekstrovert  
 Sensing — Intuitiv  
 Tænker — Følelse  
 Dæmmende — Opfattende

**Mærker:**  
 NIKE RALPH LAUREN  
 YouTube  
 SPIES  
 VANS

**Kan lide:**

- At bruge tid med vennerne
- ProvensLivet
- Sætter pris på en kop kaffe om morgenen
- Brugte søndagen foran fjernsynet med en god film eller serie
- At rejse og opleve nye ting

**Kan ikke lide:**

- Storbyens travlhed
- At føle sig bundet
- Mængden kaffen mangler
- Stress
- Aftaler ikke overholdes

**Sam Jensen**  
 30 år  
 Fulltidsarbejde  
 Vrum  
 Gymnasial uddannelse

Persona

## 4. Strategi og plan for synlighed

Vi har udarbejdet et SMART-mål<sup>15</sup> til vores markedsføring.

Vores mål er: Vi vil på 2 uger få minimum 50 besøgende på vores hjemmeside igennem vores markedsføring på Facebook og Instagram.

Specifikationer omkring SMART mål:

**Specifikt.** Det er konkret hvad vi vil opnå.

**Målbart.** Igennem de analyser one.com laver for os kan vi se hvor mange besøgende der har været.

**Attraktivt.** Vores mål er attraktiv for os fordi vi ønsker at øge trafikken på vores hjemmeside.

**Realistisk.** Ved god markedsføring er det ikke urealistisk at få 50 besøgende på 14 dage. Som udgangspunkt er det ikke en del af vores opgave, at holde brugeren længe på siden men, at der er nok besøgende som kan evt. registrere ubevidst hvem vi er.

<sup>15</sup> Se kilde: "altomhedelse.dk"

**Tidsbestemt.** Der er sat en tidsperiode på vores mål og en deadline som har forudbestemt den tid vi har til gode for at opnå målet. Havde vi i virkeligheden skulle markedsføre vores hjemmeside, havde vi også sat en bestemt dato på vores mål, udover de 2 uger.

Ud fra vores målgruppe har vi valgt at markedsføre os på de sociale medier, heriblandt på Facebook og Instagram. På begge disse medier vil vi både gøre os synlige ved at have en profil og lægge opslag og billeder.

Vi vil yderligere benytte os af bannerreklamer på begge sider, da 91%<sup>16</sup> af vores målgruppe bruger sociale medier, hvor Facebook er den primære platform.

Som en del af vores SEO optimering<sup>17</sup> ville vi have nogle samarbejdsaftaler med blandt andet Femina og Euroman så vi kan få noget linkjuice derfra, som vil gavne os og skabe mere trafik.

Vi kan se at Feminas målgruppe<sup>18</sup> er selvbevidste, stilfulde kvinder i alderen 25+ år, og de læser femina for at blive inspireret, underholdt og få lidt friluft til dem selv i hverdagen. Femina har 637.188 månedlige online brugere.

Desuden kan vi også se at Euromans målgruppe<sup>19</sup> hovedsageligt er mænd (81%), de er beskrevet som moderne, kvalitets mænd i alderen 25-49 (45% af de mandlige læsere), 47% af disse mænd er højtuddannede, de har en hus indkomst på over 600.000 (52%), lidt over halvdelen (51%) af dem prøver nye madprodukter månedligt. Hele 81% mener, at godt design er vigtig for dem og til sidst er det hele 93% af dem som gerne vil betale ekstra for kvalitet.

Euroman beskriver desuden også at deres artikler er med til at løfte hverdagen og inspirere.

Vi har valgt at have samarbejde med lige præcis disse to medier for at få fat i både vores kvindelige og mandlige målgruppe. Begge mediernes målgruppe er hovedsageligt personer fra 25+ år, hvilket passer perfekt til vores målgruppe. De er personer som elsker at blive inspireret og sætter pris på godt design og kvalitet. Vi mener derfor, at dette ville give os en masse trafik.

Udover vores samarbejde med Femina og Euroman så ville vi desuden også have fat i nogle influencers, som vi kunne have nogle aftaler med hvor de så evt. kan nævne/tagge eller linke til os. På den måde kunne vi ramme den del af målgruppen som er meget på de sociale medier som følger med i de nyeste trends fra de sociale influencers.

---

<sup>16</sup> Se kilde "mediernes udvikling"

<sup>17</sup> Læs mere i afsnit: 5.2.1

<sup>18</sup> Se kilde 'Femina'

<sup>19</sup> Se kilde 'Euroman'

## 4.1. Sociale medier

Som en del af vores plan for synlighed har vi lavet en facebook side og instagram profil. Alt indhold på vores Instagram skal følge samme style guide som hjemmesiden, dette gør vi meget bevidst for at sørge for at bibeholde den kraftige røde tråd gennem alle platforme, medier og produkter.

Begge platforme skal bruges til at give brugeren inspiration til lækre cocktails som kan laves til forskellige lejligheder. F.eks. kan der være et post som siger *"Solen skinner og sommeren er på vej. Prøv Aperol Spritz som er sommerens favorit"* eller *"Skal du holde pige aften, kan du ikke gå galt i byen med en Cosmopolitan"*. Alle opslag og posts skal indeholde et billede af cocktailen og et passende link. Dette kunne blandt andet være et link til opskriftsiden for den specifikke cocktail eller et link til vores hjemmeside.

Formålet med vores sociale medier er for at få mere trafik på vores side, og at minde folk om os, så de husker os. For at opnå dette kræver det, at vi får folk til at følge os. Det er derfor vigtigt, at vi ligger nogle spændende og relevante posts op regelmæssigt.

Se vores sociale medier her:

[Facebook](#)

[Instagram](#)



Screenshot af et social media post lavet og uploadet til facebook siden 'Mix it up'

## 4.2. Banner

For at fremme os selv har vi udarbejdet to banner. Da vi har en profil på både Facebook og Instagram har vi valgt at udarbejde banner til disse to platforme.

De indeholder begge et billede af en cocktail og noget tekst for at give lidt ekstra forståelse.

På Facebook har vi lavet et statisk banner, hvor teksten er under billedet.

På Instagram har vi udarbejdet et animations/dynamisk banner med tekst som kommer frem på billedet.

Formålet med banerne er at gøre opmærksomme på hvem vi er og øge trafikken til vores hjemmeside samt evt. at øge antallet af følgere på de sociale medier, så vi løbende ville kunne minde folk om os.



Display af instagram banneret.



Display af facebook banneret.

[Se dynamisk banner \(Instagram\) her.](#)

## 5. Hjemmeside

### 5.1 Skitser, sitemap & wireframe

Vi tegnede en række thumbnail-skitser på et papir<sup>20</sup>. Dernæst lavede vi et sitemap til at give os et overblik over hvad vi gerne ville have på siden og evt. dens undersider.

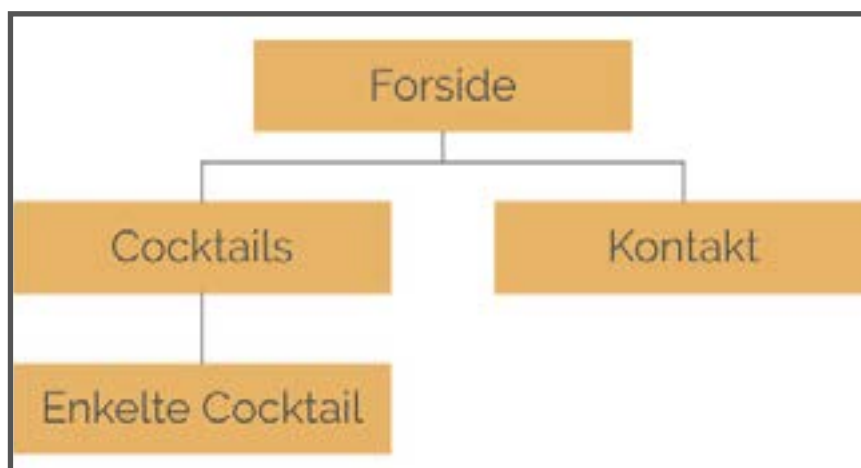
Her er et overblik over vores sider og dets indhold:

Forside: Header billede, 3 seneste cocktails og om os

Cocktail: Filtrering (Smag) og listevisning af alle cocktails

Enkelte cocktail: Cocktail info, billede, ingredienser, fremgangsmåde, video og relaterede cocktails

Kontakt: Sociale media links, kontaktformular, credits (teamet).



Site map lavet til udvikling af 'Mix it up' hjemmesiden.

Vi gik i gang med at udarbejde et wireframe. Det var først efter en række brainstorm, en tænke højt test<sup>21</sup> og dernæst tilrettelser hvor vi fandt ud af hvad det var for et wireframe<sup>22</sup> vi gik med til den endelige side. Vores wireframe er mere dekoreret end et klassisk wireframe som typisk bare er nogle grå kasser som indikerer hvor de forskellige ting skal være osv. Men vi følte, at det var nødvendigt, for os selv til kodningen senere, men også for brugerne som vi testede det på.

<sup>20</sup> Bilag 3

<sup>21</sup> Se afsnit 8.1 Test af wireframe.

<sup>22</sup> Se kilde: "Wireframe prototype"



## 5.2. Færdige produkt

Vi har valgt at lave vores hjemmeside ved hjælp af bootstrap, da vi føler, at bootstrap giver os en frihed til at designe vores eget udtryk frem for wordpress og andre CMS systemer.

Det var også her vi indså, at idéen bag designet som kan ses på vores wireframe<sup>23</sup>. Det var bedre i teorien end i praksis og derfor skete der store ændringer i forhold til designet. Vi ændrede heriblandt baggrundsfarven fra sort til hvid da vi vurderede at den mørke baggrund med lyst tekst ville sætte læsevenligheden ned for brugeren. Yderligere så valgt vi ikke at sætte baggrunds dekorationer ind, da vi følte at det ville blive distraherende.

Eksempler på kode:

Eksempel 1: video

På alle vores cocktails sider har vi indsat videoer. Vi har valgt at sætte videoen direkte ind på siden, i stedet for at lægge den op på Youtube. Vi har valgt ikke at bruge Youtube, da vi syntes det virker mere professionelt, at der ikke står Youtube på videoen.

```
<video controls poster="../billeder/pina-colada-video.jpg">
  <source src="../billeder/cosmopolitan.mp4" type="video/mp4">
  Din browser understøtter ikke denne video.
</video>
```

Video koden i HTML.

Attributten "controls" i video tagget gør, det muligt at vælge fuldskærmstilstand og skru op og ned for lyden. Attributten "poster" gør det muligt at tillægge sin video en thumbnail. For så i stedet, at den viser et frame fra videoen, viser den et billede indtil man klikker på play ikonet oven på billedet.

Inde i video tagget har vi source som er den som linker til videoen. Grunden til, at dette tag er et barn af <video> tagget er så man kan linke til den samme video i flere forskellige formater i tilfælde af at videoformatet ikke understøttes.

Vi har valgt kun at linke til en mp4 video, iflg w3school<sup>24</sup> understøttes dette format af internet explorer, chrome, firefox, safari og opera, alle de steder vi har testet har vi ikke haft nogle problemer.

Teksten som står under source tagget, bliver vist i tilfælde af at browseren ikke understøtter videoen.

<sup>23</sup> Se kilde: "Wireframe prototype"

<sup>24</sup> Se kilde om 'w3school' om videoer.

## Eksempel 2: filter knapper

På siden hvor man kan se alle cocktails, har vi lavet filter knapper på smagsvarianter. Det giver brugeren mulighed for at sortere cocktails alt efter deres smag.

```
<button id="showall" class="btn btn-info" onClick="showAll()">Alle</button>
<button id="syrlig" class="btn btn-info" onclick="syrlig()">Syrlig</button>
<button id="sodt" class="btn btn-info" onclick="sodt()">Sødt</button>
<button id="bittert" class="btn btn-info" onclick="bittert()">Bittert</button>
<button id="stark" class="btn btn-info" onclick="stark()">Stærk</button>
```

HTML kode af filter knapperne

Vi har lavet en knap til hver smagsvariant der har hver knap en onclick funktion som aktiveres når man klikker på knappen. Hver knap har også fået et id, som vi bruger i vores JavaScript. Det gør så man kan se i funktionen forinden at "Alle" knappen er stillet til at se ud som om den er valgt fra starten. Det er som udgangspunkt alle cocktails som kan ses på siden.

For at få knapperne til at fungere har vi tilføjet JavaScript.

Hver cocktail "card<sup>25</sup>" har fået et id som hedder cocktailens navn.

Så først siger vi, at når funktion "showAll" bliver aktiveret ved at klik på knappen (onClick, som står på knappen) skal den gøre følgende:

```
function showAll(){
    document.getElementById("aperol-spritz").style.display = "block";
    document.getElementById("big-apple").style.display = "block";
    document.getElementById("cosmopolitan").style.display = "block";
    document.getElementById("mint-julip").style.display = "block";
    document.getElementById("pina-colada").style.display = "block";
    document.getElementById("dry-martini").style.display = "block";

    document.getElementById("showall").style.backgroundColor = "#e7b366";
    document.getElementById("sodt").style.backgroundColor = "#40a2aa";
    document.getElementById("bittert").style.backgroundColor = "#40a2aa";
    document.getElementById("stark").style.backgroundColor = "#40a2aa";
    document.getElementById("syrlig").style.backgroundColor = "#40a2aa";
}
```

JavaScript til knappen "alle". De andre knapper er bygget på samme måde.

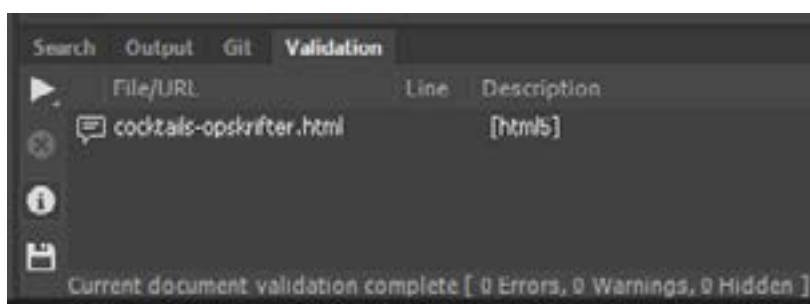
<sup>25</sup> Den div som alt indholdet om cocktailen er inden i.

Den skal hente et element med et id. Her henter den vores "card" med den cocktail id som vi har givet. Og siger at den skal ændre på CSS stilingen "display".

På "alle/showAll" knappen er alle sat til display block, da det er alle cocktails som skal vises. På de andre knapper hvor ikke alle cocktails skal vises bliver de ændret til display "none".

Den anden del af JavaScripten er til knapperne. Her gør den det samme ved at hente knappen ud fra id'et og fortæller den skal indstille baggrundsfarve til en farve. Det er i denne del hvor vi ændrer knappens farve til en anden alt efter om det er aktiveret eller ej, (i skærbilledet foroven ses funktionen for 'showAll'-knappen, hvilket også er derfor at det kun er den som har en anden farve end de andre). Knappen skal være #e7b366 (gul), mens de andre bliver stilet til #40a2aa (blå).

Vi har kørt og validering på koden, som kom tilbage uden fejl.



Skærbillede af valideringen.

Vi har testet hjemmesiden på flere browsers.

Explore



Chrome



Firefox

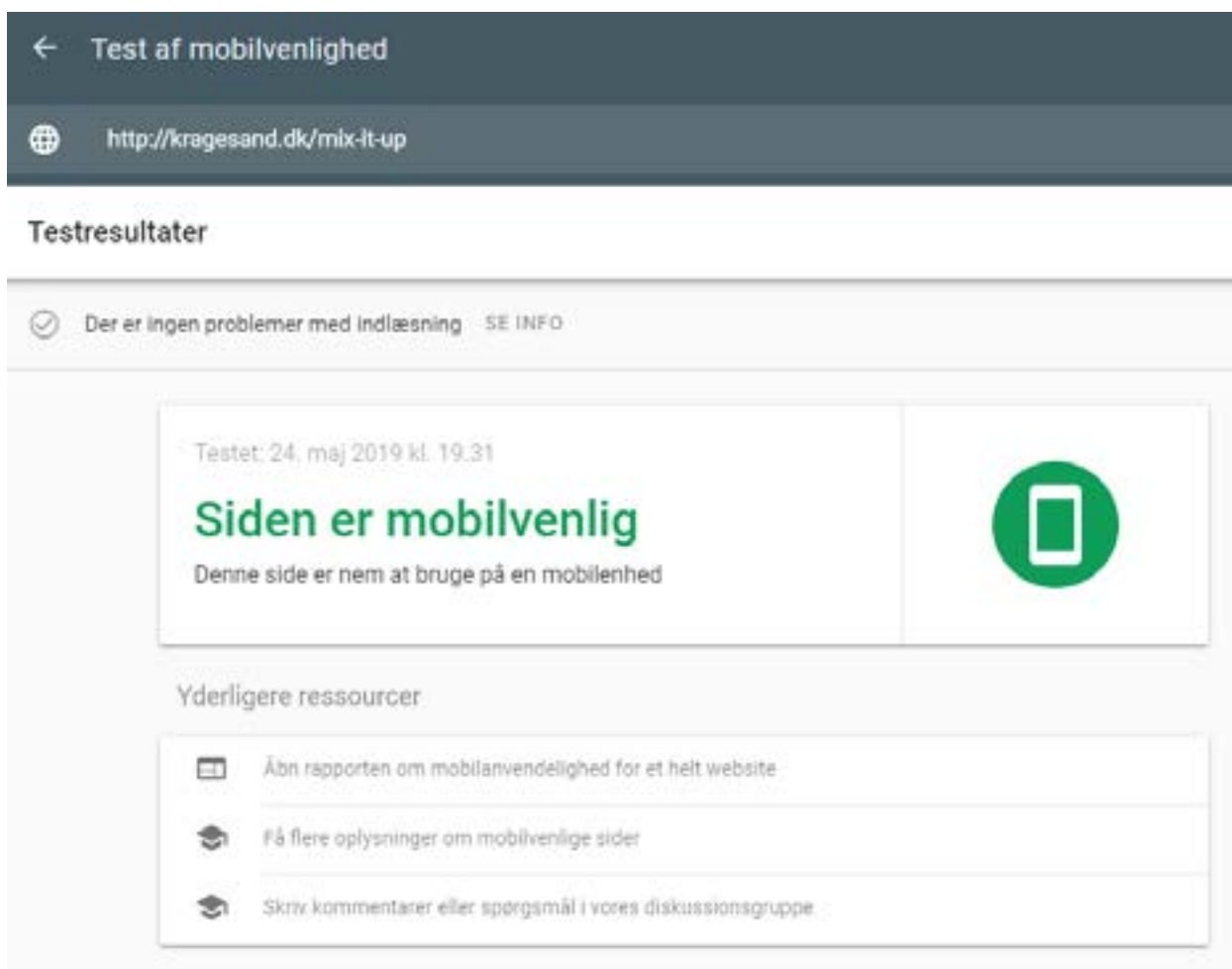


Safari



Skærbilleder af forsiden af vores website i fire forskellige browsere, (Chrome, Firefox, Safari & explorer)

Vi har arbejdet på at hjemmesiden skal være responsiv, så den kan bruges på mobilen. Vi har testet hjemmesiden på vores egne mobiler og dem som har været i nærheden af os som f.eks. kæresternes og familiens. Vi tog en test online 'mobile friendly' på search google<sup>26</sup>, som kom tilbage og sagde at hjemmesiden er mobilvenlig og der ikke var nogle fejl.



Skærbillede af testresultatet for at teste om vores hjemmeside er mobilvenlig.



Display af 'Mix it up' websitet, første billede er forsiden (index), og andet billede er cocktail siden.

<sup>26</sup> Se kilde 'Search Google, mobile friendly'

## 5.2.1. SEO<sup>27</sup>

Vi har valgt at lave SEO efter Googles egne kriterier, da størstedelen af alle dansker benytter sig af Google.

Vi har valgt at have nogle enkelte keywords som vi ønskede at søge optimerer med på til hver side således:

Forside - Cocktail

Cocktail side - 'Cocktails opskrifter'.

Enkelte cocktails side - (Cocktailens navn) fx. 'Aperol Spritz'.

Da vi ikke er interesseret i, at folk skal komme direkte ind på kontakt siden, via en Google søgning, har vi ikke haft fokus på SEO optimering på denne side.

I forhold til SEO optimeringen har gjort følgende:

- Vi har tilføjet meta tag med attributen description til alle siderne og sørget for at nøgleordet (keyword) gentages flere gange.

```
<meta name="description" content="Kan du lide cocktails? Her på siden kan du finde oplysninger om diverse cocktails. Vi tilbyder ingrediensliste, stempel fremgangsmåde og video på til alle cocktails.">
```

Skærbillede af testresultatet for at teste om vores hjemmeside er mobilvenlig.

- Sørget for at nøgleordet (keyword) fremgår i en h1 på alle HTML siderne.
- Footeren indeholder links til vores sociale medier, som kan være med til at skabe trafik på vores andre platforme.
- For at skabe mere intern trafik på vores side, og for at sørge for, at folk bliver længere på siden, (hvilket er noget som Google godt kan lide,) har vi valgt at tilføje "relateret drinks" nederst på siden for at få læseren ført hen til en anden opskrift, og derved holde dem længere på siden.
- Uploadet sitemap til Google Console.
- Vi har sørget for, at URL'en har relaterbare navne og, at de indeholder keywords (på nær forsiden, da den hedder index).
- Vi vil arbejde med online magasiner heriblandt Euroman og Femina når de laver artikler som f.eks. "Prøv disse cocktails i sommeren". Derudover vil vi også gerne opnå trafik fra influencers, som kunne promovere os ved, enten ved posts eller "call to actions" handlinger, ved evt. at sige at de bruger vores hjemmeside.
- Forsiden:
  - Overskrifter og knappers tekster er rettet til så keywordet optræder.
  - Der er tilføjet en "om os" i bunden, så der kommer noget mere tekst ind på siden, da Google gerne vil have en del tekst. Desuden giver det også muligheder for at nævne keywordet flere gange.

<sup>27</sup> Alt information/teorier fra power pointene fra undervisningen.

Dette punkt indeholder også et internt link, så vi skaber trafik på vores egen siden og derved kan holde brugeren på siden i længere tid, hvilket Google også godt kan lide.

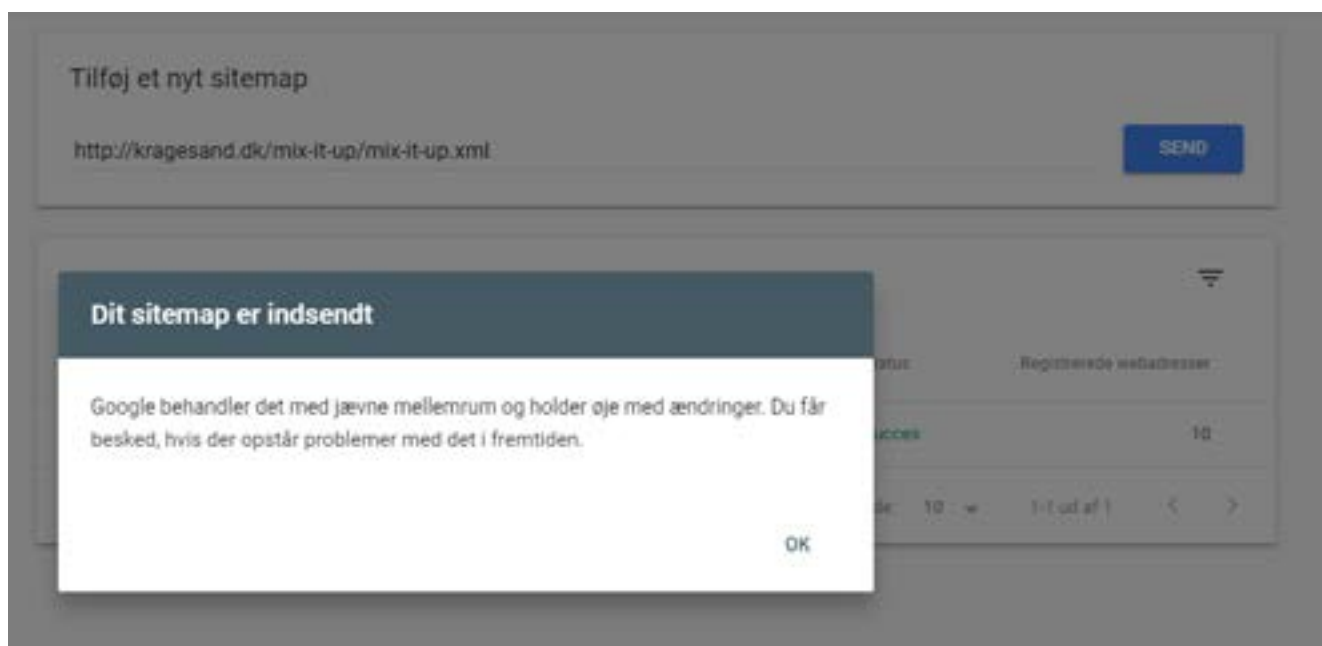
- Cocktail liste siden:
  - Overskriften på cocktail listen er rettet til at keywordet indgår.
- Den enkelte cocktail side:
  - Gentage cocktailens navn i feltet omkring cocktailen.
  - Tilføjet et felt som hedder "Se flere cocktails som (navn)" efterfulgt af links. Dette er med til at keywordet er nævnt igen samt, at vi linker til os selv.

SEO - meta description:

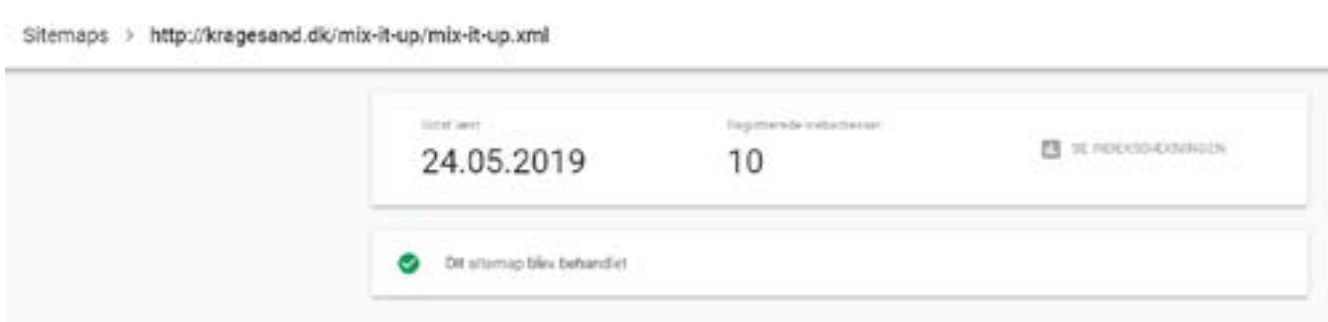


Når man sender et link til hjemmesiden vil logoet vises og den meta beskrivelsen vil som vi har lavet vil også være synlig.

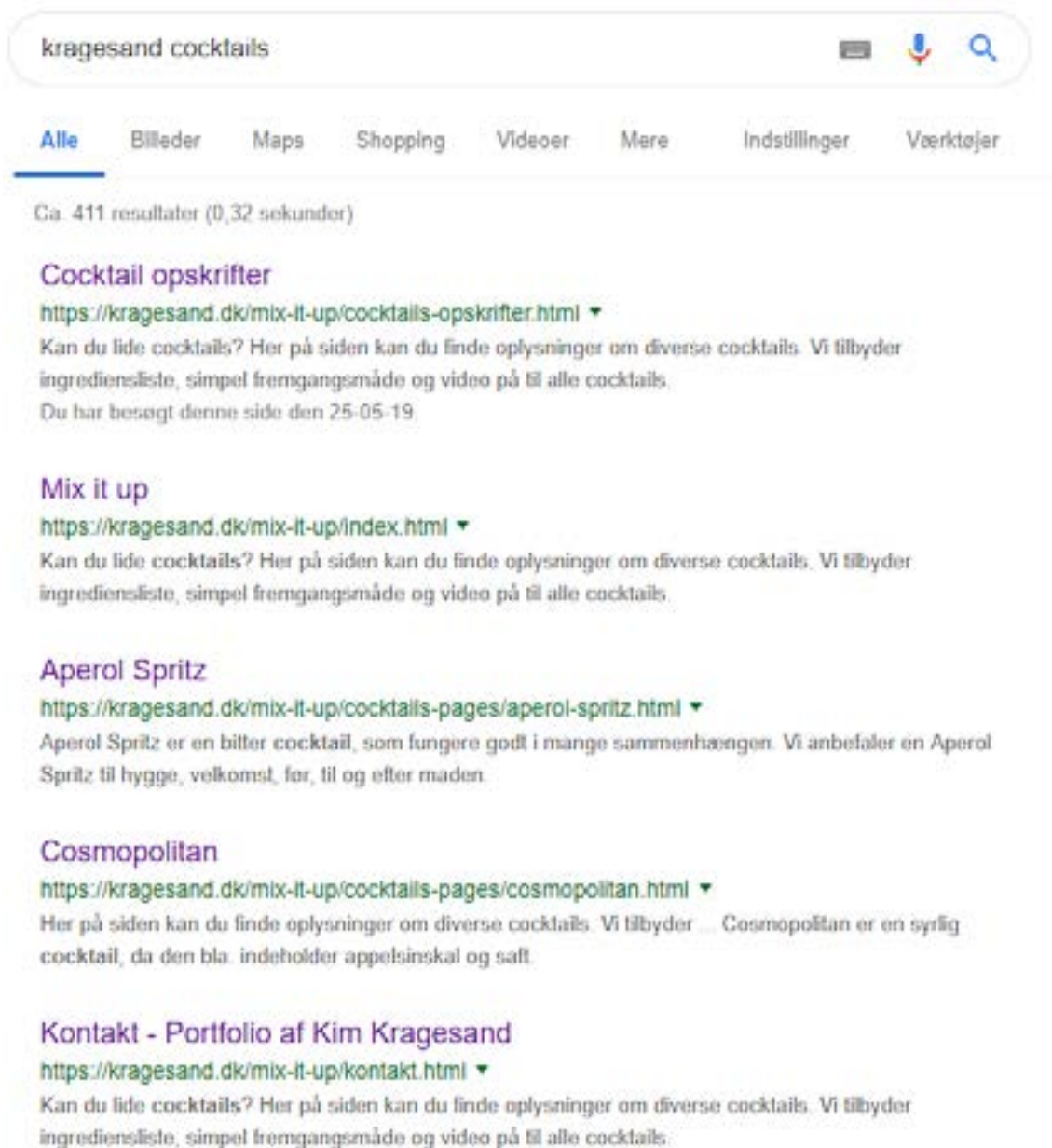
Sitemap er uploadet:



Information om at sitemapmet er indsendt til Google.



Her kan man se, at de har modtaget site mappet.



Google søgning - meta description - SEO optimering.



## 6. Video

Vi har valgt at lave en video hvor man kan lære hvad man skal bruge, og hvordan man skal lave den valgte cocktail.

Idéerne til videoen har været ret adspredt, dog var vi alle enig om, at det skulle være en eller anden form for 'tutorial' video. Det skulle nemlig være vores primære kilde for e-learning til vores hjemmeside. Vi havde i lang tid talt om at filme hele videoen for så derefter at klippe det sammen og bruge dette som e-learning, men efter en research på konkurrerende sider<sup>28</sup> og Youtube, fandt vi ud af, at det var det alle andre gjorde. Så derfor valgte vi at tænke lidt ud af boksen, og vælge at gå i en anden retning. Vi tog det som en fordel at vi kunne gøre brug af vores grafiske evner for at lave en 'stop motion' animation bygget op af tegninger, vi selv har lavet i Adobe Illustrator.

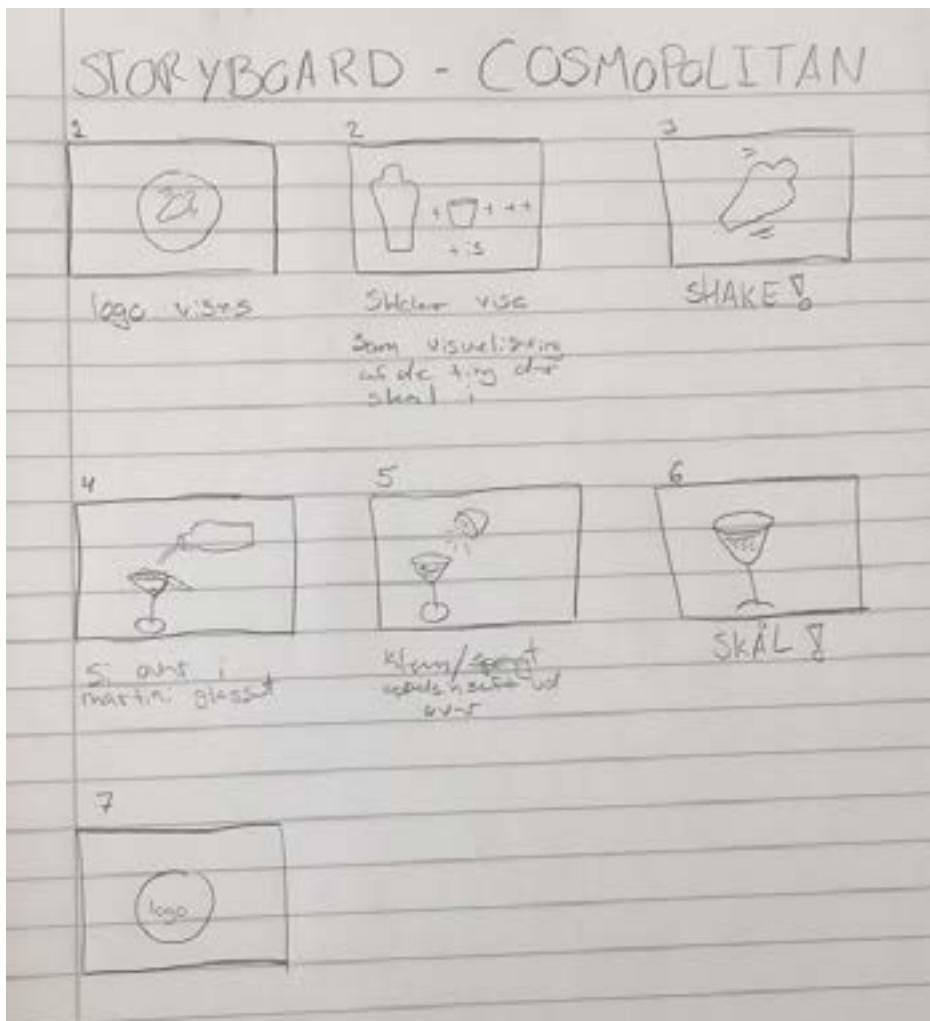
Det var vigtigt for os at illustrationerne i videoen tydeligt viste hvad der skulle gøres, så videoen kunne ses uden lyd og ville stadig give mening.

### 6.1. Storyboard

Efter enigheden om hvilken slags video vi skulle lave udformede vi et storyboard over hvordan vi ville have at videoen skulle være. Vi udvalgte cocktails som vi gerne ville have på hjemmesiden, udarbejdede i det endelige storyboard, der tager udgangspunkt i hvordan man laver en Cosmopolitan.

---

<sup>28</sup> F.eks. Shakeit.dk



Storyboard til cosmopolitan cocktailen.

Efter vi havde lavet det endelige storyboard, udførte vi et manuskript<sup>29</sup> til voiceover, så vi var helt med på hvad der skulle siges i videoen til de forskellige scener.

Vi havde originalt startet med at optage tegninger live med photoshop actions. Denne funktion gjorde således at man ville kunne se tegningen blive tegnet på stedet, linje for linje i modsætningen af 'stop motion' da det er element for element.

Vi startede med at prøve det af med en enkelt scene, hvilket var heldigt da vi meget hurtigt fandt ud af, at det ikke fungerede så godt som vores intentioner. Tegningerne lignede nogle børnetegninger, hvilket ikke var det udtryk som vi gik efter. Yderligere passede tegningerne ikke ind med resten af vores illustrationer.



Billede af hvordan første scene så ud originalet, da vi prøvede det af i photoshop ved brug af 'actions'!

Efter forsøget med photoshop gik vi i tænke boksen. Vi kom frem til at prøve af med at lave en animation i 'stop motion' stilen frem for direkte tegninger.

Vi lavede derfor en animeret stop motion video ud fra de illustrationer som vi i forvejen havde lavet. Her skulle vi forberede alle billeder/frames til hver enkelt scene.

Det blev til 117 frames i alt, hvori nogle blev brugt mere end en gang i videoen. Den endelige video indeholder derfor flere billeder/frames end de 117 billeder.

Vi organiserede det således at alle billeder er navngivet først på hvilken scene de tilhører efterfulgt af frame nummeret, på den måde gjort det, det nemmere og overskueligt at få billeder sat ind i den rigtige rækkefølge i Premiere Pro.



Skærbillede fra mappen hvor alle vores enkelte billeder til videoen er i.

## 6.2. Voiceover

Efter udførelsen af storyboardet og manuskriptet, kunne vi gå i gang med optagelserne af voiceoveren.

Vi optog voiceoveren i flere dele, scene for scene, og et lydclip til alle steps. Desuden var vi opmærksomme under optagelserne at alle lydfilerne var tydelige og med passende pauser, så det var nemmere at klippe lyden til i redigeringsfasen.

Inden voiceover optagelserne havde vi allerede udført et 'rough cut' af videoen, som indebar sammensætning af alle billederne i Adobe Premiere Pro.

Dette gav os et godt præj af længden på vores video inden færdig udførelse af den.

Efter at voiceoveren var færdig, kunne vi tage den ind i Premiere Pro og begynde at klippe lyden og tilpasse frames længden, så videoen harmonerede med voiceoveren.

Vi har valgt ikke at ligge baggrundsmusik på eller lydeffekter, da vi gerne ville have, at det var meget tydeligt og klart hvad der bliver sagt i voiceover, vi ønsker ikke lyde som ville kunne distrahere seeren/brugeren.

## 6.3. Endelige produkt

Den endelige video, ligger på vores hjemmeside under cosmopolitan.

Da vi ikke har lavet videoer til alle cocktails har vi valgt at bruge denne som 'placeholder' under de andre cocktails som i teorien skulle have deres egen separate video for den pågældende cocktail.

Da vi gik i gang med at redigere videoen, lavede vi nogle små ændringer som oprindeligt ikke var en del af storyboardet.

Eksempelvis har vi vist et tal for hver gang der er et nyt trin i fremgangsmåden, dette var ikke udtænkt i det oprindelige storyboard.

Desuden har vi fjernet den sidste scene, hvor logoet skulle komme frem igen. Det blev lidt voldsomt på så kort tid at havde så meget fokus på logoet.

## 7. Styleguide

### 7.1. Logo

Vi har lavet mange forskellige udkast til forskellige logoer<sup>30</sup>. Vi endte ud med en shaker der bliver rystet, da de fleste cocktails skal shakes, men også fordi vi ville have noget der kunne gå i med firmanavnet som er "Mix it up".

Vi startede ud med at illustrerer shakeren i en solid figur, med gradient for at gøre den mere realistisk, men vi så hurtigt at det ikke passede ind, og fik desuden også feed back med at det godt kunne ligne en urne. Derfor valgte vi at illustrerer den med simpel outlines og en farvet baggrund så den var nemmere at se og ikke forsvandt for meget.



Første udgave af shaker logo

## 7.2. Farver

Vi har valgt at lave selve hjemmesiden i lyse farver. Dette har vi valgt, for at øge læsevenligheden, da det er nemmer at læse mørk skrift på en lys baggrund, end den anden vej rundt. En anden grund var også fordi vores illustrationer og stil i dem, ikke ville fungerer på en mørk baggrund.

Den gule farve bruges på overskrifter og lignende, som er elementer man ikke kan klikke på.

Den blå farve bruges til knapper med mere, som er elementer man kan klikke på.

Alt tekst skal være mørkegrå, da direkte sort på hvid kan være hårdt for øjnene når man kigger på en skærm.

Vi har valgt en farvepalette uden for mange farver, da vi ønsker at det er cocktailsene som skal være i fokus og bringe liv til siden.

## 7.3. Typeface

Vi har valgt at bruge en typeface som hedder "Raleway".

Denne har vi valgt fordi den er moderne og læselig. Det er ikke en typeface som springer i øjnene på en og den vil derfor ikke tage opmærksomheden væk fra cocktailsene. Desuden fungerer den typeface også med de danske bogstaver æøå.

---

<sup>30</sup> Bilag 3

## 7.4. Billeder/illustrationer

Vi har valgt at skille os ud fra vores konkurrenter ved, at ikke at bruge fotografier til illustrationer. De konkurrenter vi har fundet, benytter sig af fotografier. Vi har derfor valgt at lave alt til illustrationer, for at være genkendelige på vores visualitet.

En fordel ved at bruge illustrationer frem for billeder er at brugeren ikke sammenligner hvad han eller hun laver med en cocktail som er lavet af en professionel.

Vores glas illustrationer skal være stregtegninger hvor stregerne ikke er 100% sammenhængende. Dekorationer som appelsiner, sugerør og blade skal ikke være stregtegninger.

Man ser flere og flere illustrationer, da det bliver mere moderne.



# STYLE GUIDE

Mix it up

2. semester

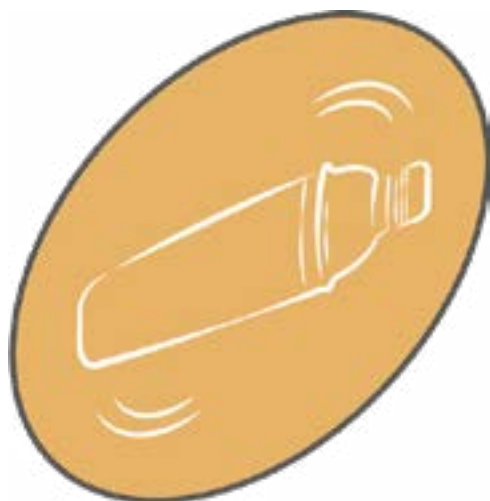
Dato: 7/5/19 – 3/6/19

# Indholdsfortegnelse

– Logo	33
– Farvepalette	34
– Typeface	35
– Knapper	36
– Billeder / illustrationer	37
– Glas	37
– Featured images	38
– Ikoner	39
– Instagram posts	40



# Logo



## Forkert!





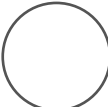
- Formen må ikke være oval eller andet end rundt,
- Logoet må ikke roteres
- Der må ikke være nogen form for omrids på logoet
- Farven må ikke ændres på logoet, dette gælder både cirklen og det hvide ikon i cirklen.



## Korrekt!

- Logoet skal være rundt, i størrelsesforholdet 1:1.
- Tegningen i cirklen er altid i farven hvid #FFFFFF.
- Cirklen skal altid være i farven #40A2AA

# Farvepalette

		HEX	RGB
Primære farve. Logo, links, knapper, fremhævelser		#40A2AA	64/162/170
Primære farve. Overskrifter, :hover effect, ikoner (ikke klikbare), :active knapper		#E7B366	231/179/102
Sekundær farve. Baggrund, brødtekst,		#545454	84/84/84
Tertiær farve. Footer, card baggrunde, border, fylde på kontaktformular.		#DDDDDB	221/221/219
Tertiær farve. Brødtekst og logo		#FFFFFF	255/255/255

# Typeface

# RALEWAY

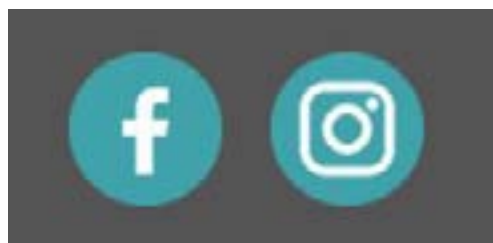
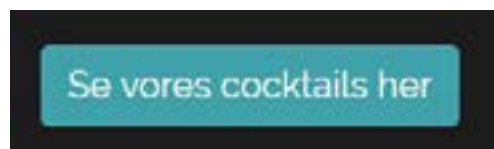
*Designer: Matt McInerney & Igino Marini*

## Primære skrifttype

Overskrift / brødtekst / knapper / hyperlinks / footer m.m.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
PQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrs  
tuvwxyzæøå  
0123456789  
!"#\$%&/'^"  
\* < > \

# Knapper



## Forkert!

- Formen på tekst knapperne må ikke være runde/ firkantet eller anden form end en firkant med afrundet hjørner.
- Formen for ikon knapperne må ikke være firkantet,
- Må ikke roteres, spejles eller drejes.
- Må ikke have gul eller anden farve end den valgte farve ved normal tilstand.
- Må ikke have blå eller anden farve ved :hover effekt.

## Korrekt!

- Tekst knapperne skal have en firkantet form med afrundet hjørner.
- ikon knapperne skal være helt runde.
- Skal udføres i farven #40A2AA (blå)
- De skal have en hover effekt i farven #E7B366 (gul)
- Desuden skal den have en transition effekt når den går fra blå til gul på 0.3s

# Billeder / Illustrationer

## Glas



### **Forkert!**

- Der må ikke bruges rigtige fotografier af glas,
- Outline på glassene må ikke skifte farve, med mindre det er en refleksion af indholdet.

### **Korrekt!**

- Alle glas skal tegnes tynde ikke sammensatte lette streger. (som vist for oven)
- Stregerne må kun laves i farven sort #000000, dog må nogle af disse streger godt skifte farve når indholdet i cocktailen er tegnet, for at illustrer refleksion i indholdet.

# Featured images



## **Kun særlige designet feature images må bruges!**

- Alle thumbnails er af samme mørke baggrund,
- Alle cocktails er vist 2 gange på et thumbnail, et i højre side hvor man kan se den fulde figur, Og et i venstre side som er zoomet ind på selve drink delen.

# Ikoner



## **Kun særlige designet step ikoner må bruges!**

- Alle ikoner er i farven #E7b366 (gul).
- De er runde.
- Og talene er skrevet med Raleway.
- I farven #FFFFFF (hvid).

# Instagram posts



## Skabelon til instagram posts

- Alle posts skal have en gul (#E7B366) border.
- Alle illustrationer skal være tilsvarende eller samme stil som dem der er brugt på websitet 'Mix it up'
- Alle posts skal slutte med et card tilsvarende til billedeet for oven (venstre) som refererer til websitet.



## 8. Test og testmetoder

### 8.1. Test af wireframe

Vi har valgt at lave en tænke-højt test, hvor vi viste en lille række testpersoner vores wireframe og stiller spørgsmål til dem.

Vi valgt denne form for test da det giver mulighed for os at få testpersonen til at uddybe sine tanker. På den måde får vi et bedre indblik i hvad der fungerer og ikke fungerer.

Efter vi havde lavet en wireframe, som vi følte os mest sikre på valgte vi at teste den af på nogle få testpersoner. Testen tog udgangspunkt i farvevalg, altså designet, layoutet og ideen bag.

Alle testpersonerne var som udgangspunkt med på idéen bag og layoutet, men designet var dog til diskussion. Nogle mente, at den mørkegrå farve som baggrundsfarve på hele siden fik den til at virke special og eksklusiv, hvorimod andre ikke kunne lide den, men foretrak siden være hvid i stedet. Dog var der 1 test person som mente at både den lyse og den mørke farve symboliseret 2 forskellige tidspunkter. Her fik vi fortalt at testpersonen følte der var mere "natteliv og fest" bag den mørke baggrund og mere "sommer og drinks på stranden" over den hvide baggrund.

### 8.2. Test af hjemmeside

For at kunne udføre en kritisk konklusion på vores projekt, foretog vi en test i slutningen af projektet, dette gjorde vi for at finde ud af om vi kunne nå vores mål i problemformuleringen. Vi lavede en tænke-højt<sup>31</sup> test da hjemmesiden var færdig. Vi valgt at udfører denne test for at få bedst mulige feedback, både omkring brugerens tanker, men også kvalitetsfyldte besvarelser på vores spørgsmål.

#### **Feedback:**

Der er meget whitespace på siden. Og kan godt føles meget tom. Det er specielt på forsiden, hvor det ikke er logisk, at siden fortsætter under vores 'hero image' da der er meget whitespace mellem hero billedet og overskriften under. Der er samme problem på kontakt siden, for meget luft mellem. På kontakt siden ligner det, at kontaktformularen hænger, fordi der er en del luft under sociale medier.

---

<sup>31</sup> Se bilag 8.

**Vores tilrettelser:**

For at udbrede dette har vi fjernet lidt whitespace på forsiden og gjort hero billedet større.

Derudover har vi ændret hele opsætningen på kontakt siden.

## Forside før



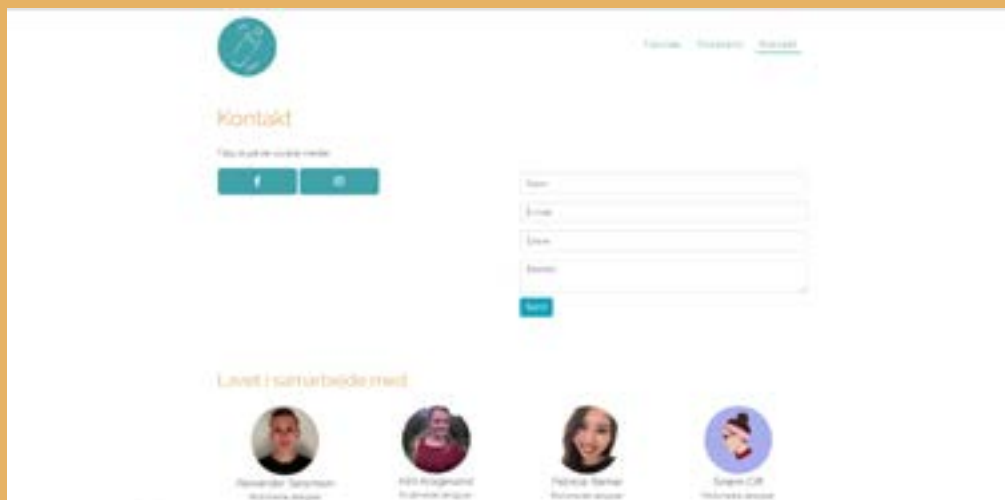
Skærbillede af forsiden af Mix it up forside før tilrettelser.

## Forside efter



Skærbillede af forsiden af Mix it up forside efter tilrettelser.

## Kontaktside før



Skærbillede af kontaktsiden af Mix it up, kontaktside før tilrettelser.

## Kontaktside efter



Skærbillede af kontaktsiden af Mix it up, kontaktside efter tilrettelser.

### Feedback:

Der kunne godt være vores navn ved siden af vores logo, i stedet for kun at have logoet. Når man ikke kender virksomheden, er det svært at finde ud af hvad den hedder hvis vi kun har et logo uden firmanavn.

**Vores tilrettelser:**

Vi har tilføjet vores navn ved siden af logo, og gjort dem lige iøjnefaldende.

## Navigationlinje før



Skærbillede af mix it up's navigationlinjen før tilrettelser.

## Navigationlinje efter



Skærbillede af mix it up's navigationlinjen efter tilrettelser.

**Feedback:**

Når de vil kontakte os, kører de først ned i bunden til footeren og kigger der. Der skal evt. tilføjes flere informationer til footeren.

**Tilrettelser:**

Vi har tilføjet et link i footeren til kontakt siden. Yderligere har vi centret footeren, for at give en bedre harmoni i footeren

## Footer før



Skærbillede af mix it up's footer før tilrettelser.

## Footer efter



Skærbillede af mix it up's footer efter tilrettelser.

**Feedback:**

Der er delte meninger om billederne. Nogle ville gerne havde haft fotografier i stedet for illustrationer. Dog vil de alle gerne havde animations, de syntes det fungerer bedre end hvis det have været en videoer med billeder. Der er en enkelt af testpersonerne, som gerne ville havde haft at videoen skulle være lidt længere, så man kan nå at lave det samtidig med videoen afspilles.

**Vores tilrettelser:**

Dette har vi valgt ikke at rette på, da der var en del delte meninger. Vi har helt sikkert taget det med os, og skulle vi arbejde videre på siden, ville vi foretage yderligere test på denne, for at finde frem til den rigtige løsning.

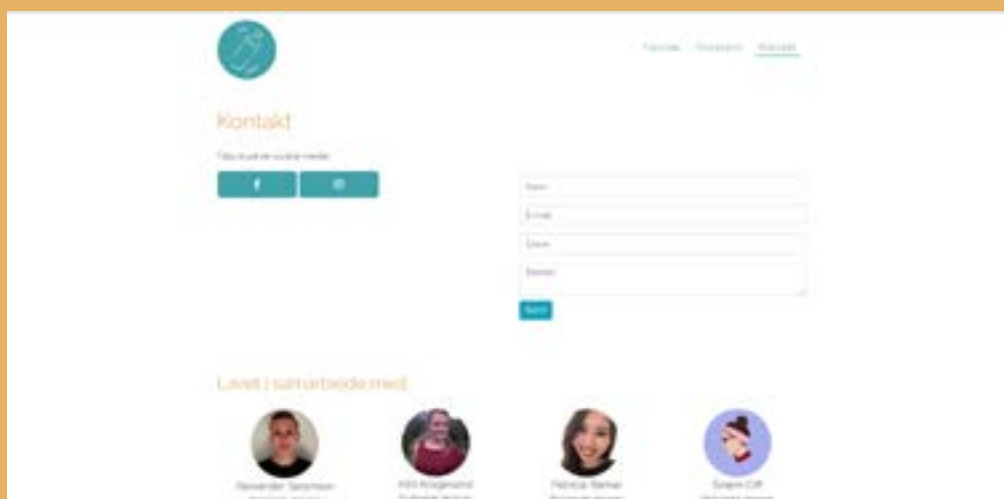
**Feedback:**

På kontakt siden, hvor der er billeder af os, der linker til vores portfolio, var der ikke nogle af dem som opdagede, at det var links. Yderligere var der en som nævnte, at overskriften ville være bedre hvis der stod "teamet bag" eller noget lignende.

**Vores tilrettelser:**

Vi har ændret overskriften til "teamet". Så har vi tilføjet portfolio under vores billeder, som er stilet som et link, så folk kan se at man kan klikke på os.

## Kontaktside før



Skærbillede af forsiden af Mix it up, kontaktside før tilrettelser.

# Kontaktside efter



Skærbillede af forsiden af Mix it up, kontaktside efter tilrettelser.

## Feedback:

På den enkelte cocktail, er der en tilbage knap. Testpersonerne kan godt lide idéen om en tilbage knap. Men først når de kigger syntes de enten, at den er for lille og skal den placeres et andet sted.

## Vores tilrettelser:

Vi har flyttet tilbage knappen øverst op på siden, hvor man ofte også har en brødkrummest. Yderligere har vi gjort den større.

## Aperol Spritz

Aperol Spritz er en bitter cocktail, som fungerer godt i mange sammenhænge. Vi anbefaler en Aperol Spritz til hygge, velkomst, før, til og efter maden.

Aperol Spritz er særlig populær i sommeren perioden i det dejlige sommer vejr.

Aperol Spritz er en cocktail som er nem at tilpasse, der vil derfor næsten altid være en variation for alle.

Man kan med fordel skifte alkohol delen ud til bl.a. mousserende vin, hvidvin eller champagne.

Tilbage



Før (venstre) og efter (højre) billede af visuel 'look' og placering af tilbage knappen på 'Mit it up' websitet.

**Feedback:**

Som det sidste spurgte vi ind til hvordan de lærer bedst og om de ville kunne lærer at lave en cocktail ud fra vores hjemmeside. De alle lærer forskelligt og de svarede alle ja til at de ville kunne lærer at lave cocktails ud fra vores side på én eller flere måder.

## 9. Projektplanlægning / projektstyring

I starten af vores projekt udformede vi et team canvas<sup>32</sup>.

Vi har i vores gruppe udarbejdet et avanceret projektstyring. Da vi gik ind i projektet, vidste vi at hvis vi ikke havde styr på alle delelementerne til projektet fra starten. Det gjorde vi for at undgå unødvendig stress og rod under projektet og opsamlingen i slutningen.

Vi har derfor udført følgende punkter:

- Vi har oprettet en fælles mappe på Google drev, herunder har vi desuden organiseret det i forskellige undermapper heriblandt:
  - **!default**, I '!default' mappen samler vi alle Adobe filerne, (Xd, Photoshop, Illustrator osv.)
  - **Dokumenter**, I dokumentmappen samler vi alle Word dokumenter, herinde ligger bl.a. vores brainstorm, drinks listen, manuskript, team canvas og sitemap.
  - **Images**, inde i 'images mappen, smider vi alle billede- og video filer ind, herinde ses bla. baggrunds illustrationer, instagram posts, logo, Featured images, steps ikoner, farvepalette, user empathy map, screenshots osv.
  - **Planlægning**, i vores planlægnings mappe har vi sat et samlet excel dokument ind som indeholder, gantt-kort, kalender og en to-do liste.
  - **Process**. her ligger skitser.

---

<sup>32</sup> Bilag 6



Skærbillede af vores Google drev.

– Udover vores fælles Google drev har vi også lavet en hemmelig gruppe på Facebook, denne gruppe bruger vi for at opdaterer hinanden løbende i projektforløbet, her skriver vi opdateringer på vores arbejde. Vi har valgt at bruge en gruppe da Facebook automatisk skriver hvornår vi har postet hvad og derfor kan vi se hvad det er vi har lavet og opnået på hvilke tidspunkter.

– Vi har lavet en fælles Facebook chat hvor vi alle har en fælles samtale til alt kommunikation som vi har behov for at få hurtigere svar nu og her eller information til alle i gruppen, i kontrast til fælles gruppen, som bruges til opdateringer som vi ikke nødvendigvis har brug for hurtigt svar.

– Inden vi gik i gang med arbejde, udarbejde vi et gantt-kort<sup>33</sup> med vores opgaver. Vi havde lavet en kolonne til os selv, så vi kunne skrive hvilken opgave vi var i gang med, på den måde vidste vi hvem man skulle spørge hvis man havde spørgsmål til noget. Dog har vi mange gange overtaget hinandens opgaver og navnet i kolonnen har derfor hele tiden ændret sig. Ved projekt afslutning valgte vi at fjerne kolonnen med de ansvarlige, da det ikke gav mening i forhold til hvordan vi endte med at udfører arbejdet. Derfor har vi fjernet navnene på det afleveret gantt-kort.

Vi opdateret løbende gantt-kortet med de ekstra opgaver som vi opdagede undervejs, og som vi ikke havde tilføjet fra starten af.

Vi havde med vilje ikke lagt for mange ting til sidst i gantt-kortet da vi lavede det i starten af projektet, i tilfælde af at vi ikke ville have tid til det sidste.

Vi var alle klar over, at vi ikke ville komme til at følge gantt-kortet til punkt og prikke, den var dog god, at have som et pejlemærke.



I starten gik det rigtig godt med at følge gantt-kortet, men da vi begyndte at støde på udfordringer, kunne vi ikke overholde tidsplanen.

Kigger man på gantt-kortet er det tydeligt at se at rapportskrivnings delen blev prioriteret til at blive skrevet til sidst, frem for løbende, som ellers var planlagt. En af årsagerne til dette var, at man ikke kunne skrive nogle af punkterne i rapporten før man havde udført arbejdet/lavet produktet.

## 10. Udfordringer

Undervejs i arbejdsprocessen stødte vi gang på gang ind i mindre problemer og udfordringer. Dog var det først halvvejs gennem projektet vi ramte en mur som satte størst præg på hele projektet og vores endelige produkt.

Vi har valgt at pointere denne process da vi mener det har været en stor øjenåbner for os og vores endelige resultat af produktet. Det har været med til at vi kunne videreudvikle og lære at tackle særlig svære situationer i et teamwork.

Vores udfordringer i vores arbejdsprocess har givet os en masse viden inden for projektet og dens styring og udførelse af produkter. Vi fandt ud af at vi stode blindt på hinanden og os selv og modtog derfor ikke feedback tidligt nok, som vi alle havde brug for.

Den 16. maj gik vi igang med vores video. Vi ønskede at lave en animeret tegne video, og gik derfor i gang med tegneprocessen og optagelsen i Photoshop ved brug af actions. Efter de færdige optagelser af første scene slog det os, at det talte langt fra vores design fra de andre produkter, og kunne nemt beskrives som børnetegninger. Derfor stoppede vi og udtænkte nyere idéer.

Den 19. maj havde vi færdiggjort absolut alle illustrationer som skulle bruges til featured images til vores cocktail side, og videoen var desuden skudt i gang samme dag. Dog fandt vi ud af, at den originale idé med maler pletterne som baggrund ikke var det bedste, det var for feminint og gjorde brugerne forvirret over, hvorfor det lige var det skulle være disse pletter.



Eksempel på illustration af det originale featured image før tilrettelser.

Dog var vi splittet i vores gruppe da vi allerede havde lavet alle illustrationerne til featured images og til vores animeret video. Det ville betyde, at vi var nødt til at lave alle billedfilerne om til videoen og redigerer alle illustrationer som skulle bruges som 'featured images'. Vi valgte så derfor at gå tilbage til tegnebrættet og udfører en række ideer til hvad vi så kunne bruge som baggrundsbillede, dette betød desuden også, at vi var nødt til at starte forfra på vores video.

Som sagt var vi halvvejs med projektet og manglede kun SEO optimeringen på vores hjemmeside før vi kunne sætte flueben og erklærer den færdig. Dog fandt vi ud af i og med, at vi lavede vores hjemmeside med PHP kunne vi ikke SEO optimerer hver side længere og det spændte ben for os at indkluderer denne del.

Ligesåvel med illustrationerne havde vi ikke talt så meget om hjemmesiden i starten andet end at vi ville lave det i bootstrap. Vi havde ikke videre uddybet om hjemmesiden udelukkende skulle være lavet med bootstrap, eller om der også måtte være andre elementer med som f.eks. database.

Vi tog højde for hvordan vi alle arbejder bedst og det derfor var okay, at man arbejde hjemmefra så længe, at vi holdt hinanden opdateret på hvor langt vi var med den del af opgaven som vi hver især var i gang med. Dette har resulteret i, at hjemmesiden var super flot og rigtig god funktionel men, at den desværre var blevet lavet på højere niveau end vi har lært i undervisningen.

Vi var nødt til at tage nogle svære beslutninger, vi var nødt til at reflektere på hvad der forventes, men vi var også nødt til at reflektere på os selv og sige om dette var noget vi alle som et team kunne tage til eksamen og forsvare. Derfor måtte vi næsten starte forfra med hjemmesiden, så alle kunne være med på koden.

Havde vi siddet mere sammen, fra starten, havde vi mulighed for at se hvad hver af os lavede og kunne måske have undgået denne udfordring, frem for at opdage det først når websitet næsten var færdigt.

Vi lavede derfor en drastisk ændring den 22. maj, vi gik fra php og databasebaseret til ren bootstrap og JavaScript.

## 11. Konklusion

Da vi startede projektet lavede vi en spørgeskemaundersøgelse for at se om der var en målgruppe som ville være interesseret i at lære at lave cocktails. Her fandt vi ud af, at 87,5% har interesse i at lave cocktails selv.

Da vi skulle til at lave hjemmesiden snakkede vi om hvordan vi ville kunne lære de her 87,5% at lave cocktails. Der er 7 forskellige indlæringsstile<sup>34</sup>. Ved at skrive fremgangsmåden, og lave en video med lyd kunne vi derfor dække over taktile, auditiv, separate og sociale indlæringsstile.

Efter at have udarbejdet hjemmesiden, foretog vi en brugertest både om hvad de synes om hjemmesiden, samt hvordan de lærer bedst og om de føler, at de ville kunne lære at lave cocktails ud fra de muligheder som vi tilbyder. De følte alle sammen, at der var én eller flere måder som de ville kunne lære det på.

Vi føler ud fra vores test undersøgelser, at vi har udarbejdet et digital produkt, som kan hjælpe mennesker med at lære hvordan man laver cocktails.

## 12. Refleksioner

Overordnet set når vi kigger på vores gruppearbejde kan vi se, at vi ikke har været gode nok til at snakke tingene igennem 100%, vi havde en forventning om, at vi alle havde forstået det ens. Vi stolede for meget på hinanden og tænkt, at den enkelte person har styr på det de laver, og derfor har vi ikke været helt enige om hvordan tingene skulle laves eller se ud.

Vi har taget med os til næste gang, at vi skal være mere konkrete overfor hinanden og være bedre til at dele alle ting ud løbende, i stedet for bare at arbejde derudaf.

---

<sup>34</sup> Se kilde fra 'Find uddannelse'

Dette har betydet, at tiden har været en stor udfordring for os, da vi har måtte starte forfra med mange opgaver næsten lige inden vi nåede målet.

Da vi startede projektet havde vi planer om en masse elementer som vi gerne ville have med. Vi besluttede os derefter for en prioritering på dem. Vi har ikke nået lige så mange ting som vi havde håbet på, grunden til, at vi ikke har fået lige så meget som vi gerne ville, er fordi vi stødte på flere og større udfordringer end hvad vi havde regnet med. Men ud fra de udfordringer, som vi har haft er vi tilfredse med hvad vi er kommet frem til, og hvad vi har nået, selvom det ikke er lige så mange elementer som vi gerne ville have haft.

Vi ville blandt andet gerne have lavet en app, til at skille os ud fra vores konkurrenter, da det virker mere intuitivt at tage sin telefon med i køkkenet for at lave en cocktail frem for sin computer. Og derfor tænkte vi så, at en app ville give mere mening.

Vi kan dog også se, at selvom vi prøvede at give brugeren en oplevelse på vores identitet og genkendelighed, har vores indhold nok ikke mødt op til et så tilfredsstillende punkt som vi havde håbet på. Vi kan nu se, at vi nok skulle have sat en ekstra tanke af til visuel identitet af hele projektet.

## 13. Perspektivering

Den online verden skal så vidt være så brugervenlig som muligt, før brugerne vil benytte samt anbefale hjemmesiden. Derfor har vi brug for nye ændringer som gør oplevelsen endnu bedre. Det kan vi gøre blandt andet ved at få etableret en søgefunktion. Dette vil gøre det mere brugervenligt for brugeren at finde en drink ud fra et stort kartotek.

På siden, hvor alle cocktails vises, skal man helt klart have flere filtre til at indsnævre søgningen, ud over den som vi har tilføjet. Det gør det mere spændende og bedre for brugeren at søge efter cocktails. For desto længere brugeren er på siden, desto bedre Google rank får hjemmesiden.

En vigtig faktor der har vakt kritik fra vores testpersoner, var placeringer af vores elementer. Det gælder alt fra tekstindhold til billeder og knapper. Vi skal med andre ord bruge mindre "white-space" (som vi har rettet) og udfylde det meget tomme rum, ud på vores side.

Dette kunne blandt andet være meget tekst, fyldigt, og gentagende med de valgte ord man ønsker at søge optimerer på, da dette også er med til at give dig en god Google rank.

Sammenligner man vores hjemmeside med andre e-learning sider som f.eks. lynda.com eller udemy.com har vi ikke lige så mange videoer, men vores indhold er mindre kompleks og bygget til at være en langt kortere lærerings process.

Der er to store forskelle mellem vores (mix it up) og de to andre e-learning sider. Den første er mængden af informationer/opgaver, her er vores langt mere minimalistisk, da det ikke kræver lige så mange informationer at lave en cocktail frem for at lærer at bruge et program, som Photoshop, React, illustrator m.m.

Den anden forskel er hvor mange forskellige kategorier af lærings materialer der er, på de andre e-learning sider, da de tilbyder læring til flere programmer. hvorimod vi, 'kun' tilbyder at lære folk hvordan man laver cocktails.

Sammenligner man med madlavnings sider som arla.dk er de lige såvel udstyret med mange ens dele som fx. fremgangsmåde, ingredienser osv. dog har vi lidt mere baggrundsinformation om de pågældende drinks, som vi tilbyder at lære folk at lave.

Hvis man sætter vores side (mix it up) side om side med Arla og Lynda er der ingen tvivl om at vores hjemmeside lænner sig tættere på Arla's side end Lynda's. Da vi som sagt tidligere ikke har et kæmpe bibliotek med forskellig læringsmateriale over flere kategorier.

Der er fordele og ulemper ved et e-learning frem for et fysisk kursus. På et fysisk kursus er det nemmere at se hvad der skal gøres og stille spørgsmål samt få dyber forståelse for processen og forklaring, hvorimod ved e-learning er fordelene, at det er gratis/billigere, man har adgang til det døgnet rundt og har adgang til mange flere cocktails. Det er meget mere fleksibelt og man kan selv bestemme hvad man har lyst til at lære med e-learning.

## 14. Referencer (litteratur og kildehenvisning)

Den offentlige / Conzoom - målgruppe: [https://www.denoffentlige.dk/sites/default/files/suppliers/news/files/conZOOM\\_Public\\_Klassifikation%202013%20\(Lav%20opl%C3%B8sning\).pdf](https://www.denoffentlige.dk/sites/default/files/suppliers/news/files/conZOOM_Public_Klassifikation%202013%20(Lav%20opl%C3%B8sning).pdf) - besøgt d. 09/05-2019 kl. 14.00

Indlæring:

<http://nyheder.tv2.dk/samfund/2017-05-25-ekspert-forklarer-laeringsstile-er-vejen-til-dygtigere-boern> - besøgt d. 26/05-2019

SMART mål:

<https://salesboost.dk/smart-maal-vejen-gode-maal/> - besøgt d. 11/05-2019 kl. 18:37

Alt om ledelse - SMART mål:

<https://altomledelse.dk/smart-modellen-til-maalsaetning/> - besøgt d. 26/05-2019 kl. 13:47

Mediernes udvikling:

<https://mediernesudvikling.slks.dk/2018/kort-nyt/brug-af-sociale-medier-i-2018/> -  
besøgt d. 26/05-2019 kl 13:49

w3school - video:

[https://www.w3schools.com/html/html5\\_video.asp](https://www.w3schools.com/html/html5_video.asp) - besøgt 29/05-2019 kl 9:30

Find uddannelse:

<https://www.finduddannelse.dk/artikler/tips-og-vejledninger/indlaering-og-laeringss-tile-9986> - 29/05-2019 kl 13:31

"User empathy map" og design thinking:

PDF'er udleveret i undervisningen

4 - Link til spørgeskema

<https://forms.gle/UBUHhUiq21NoJ9dX7>

Wireframe prototype: <https://xd.adobe.com/view/cd583c4f-52fd-47d1-4be5-f56e2b70f341-bb69/?fullscreen>

Online spørgeskema:

<https://forms.gle/UBUHhUiq21NoJ9dX7>

Femina

<http://www.allermediesalg.dk/medier/femina/>

Sidst besøgt - 27/05/19

Euroman

<https://www.egmont.com/dk/publishing/annoncer/produkter1/medieinfo1/euroman/>

Sidst besøgt - 27/05/19

Google search, mobile friendly

<https://search.google.com/test/mobile-friendly>

sidst besøgt - 02/05/19

## 14. Bilag

Bilag 1: Brainstorm over idéer

Bilag 2: Resultat af spørgeskemaundersøgelse

Bilag 3: Skitse over logo, wireframe med mere

Bilag 4: Lønstatistik

Bilag 5: Manuskript

Bilag 6: team canvas

Bilag 7: brainstorm over baggrunds illustrationer

Bilag 8: transcript

Bilag 9: gantt-kort

# Bilag 1

Brainstorm over idéer

## 1. Brainstorm

- Vandring.
  - vandring community.
  - tutorials, sådan pakker du din taske, filtrerer vand.
- Tegnsprog !
- Studenter Hack
- Ordblindhed
- Online shopping - hvad skal du være opmærksom på med mere
  - kildekritik.
  - hvor kommer de fra
  - told og skat info
- Illustrator tutorials / grafiske opgaver
  - grafiker bibliotek / trends, referencer, gode links og henvendelser
- Sy dit eget tøj
- DIY
- Selskabslege / selskabssange
  - events
  - konfirmation bryllup
  - underholdnings bibliotek/ideer.
- Alm sprog
- Coding
- kaffe - how to. (tak for kaffe)
- mad og deres næringsindhold
- Rejser, evt. nemmere at booke en rejse, det der er ikke brugervenligt. det hele fly, ophold osv.
  - turiststeder?
  - seværdigheder.
  - events
  - lokale ved kun.
- Udlejning af bolig (airbnb)
- Turismen i Danmark,
- Yoga - ingen ved noget.
- Natteliv i København... så rømer og alex, er fulde.
  - app, kan gå ind og sige, hvad er der muligheder, hvilke steder har hvilke musiks mag osv.
  - forholdsregler for sikkerhed.
    - ting man kan undgå
    - passe på sig selv



- hvem man kan kontakte.
- Massage
- Genbrug - der er et legit problem, samfundsproblem.
  - sortering
- Vegansk livsstil
- Børns motorik
- LEGO
- Huden
  - skincare?
  - information omkring pleje.
  - information omkring beskyttelse.
- Træning
  - video/tutorials
  - forklaring
  - løbetræning.
  - fakta info
  - guide
  - du får brugt disse muskler med denne maskine.
- cactus

## 2. Brainstorm

Alex:

- elsker biler, har lidt viden #Nørd
- kode
- træning
- boxtræner
- krampe i fingre
- gamer
  - computerspil
  - MMORPG
  - skydespil
  - CSS GO
  - APEX
- se serier, antik. finder og sælger.
- dokumentar, hvordan kommer man frem til succes.
- iværksætter
- penge
- rejse, hvis jeg havde penge. varme. planlagt
- snakker ofte med mennesker online, nye hver dag

Kim:

- tage billeder
- printes ud, hænges op.
  
- nogle gange bliver de uploadet online
- læser
  - harry potter
  - fantasy
  - fordi der sker hele tiden noget.
  - der skal bare ske noget så man ikke går død i det.
  
- bog klub.
  
- vandre, hyggeligt, ingen byvandring
- afstressning i naturen. ingen travl by tak
- naturen
- ser serier
  - GOT
  - vikings
  - gossip girl
  - discovery
- Rengøring
- ingen, men hun er bare god til det.
- helst ikke noget , men det værste er køkken.
- træning
- oplevelsesferie

Rømer:

- god mad
- det hele
- gå ud og spise
- oplevelser nye steder
- instagram
- sociale se på andre mennesker.
- biografen
- se store gode film
- helst titanic lange film
- ingen musik tak
- elsker spontane rejser (storbyferier)
- indretning vil gerne blive bedre til.
- træning vil blive bedre til.
- shoppe - jeg synes jeg er god til at shoppe.
- make up
- pleje din hud.
- selvpleje

- kan lide flotte billeder, rette og sætte dem på insta
- apps eller andre værktøjer til flottere billeder.
- billeder jeg selv tager af alt muligt.

Sinem:

- Illustrator
- Spise mad
- ikke dansk mad
- stærk og krydret mad
- Ingen mænd med blå øjne - de må ikke se ind i sjælen
- nørde
  - lære ting selv
  - sprog
  - snakker med fremmede online
  - kodning
  - design
- God til det jeg laver - går op i mit job og skole
- Godt styr på livet
- mange faste holdninger
- rygning
- dokumentar
  - gamle
  - skøre
  - anderledes
- Adidas er livet - behagelig tøj
- hader at gå i byen - der må ikke være mange mennesker på en gang
- Mindre forsamlinger - private
- Disney
- spare penge sammen
- købe på tilbud
- 'Freinds' - komedie
- Tale pænt med folk og ikke virke som en kælling
- Bliver bedre til menneske forståelse
- finde på noget nyt, men vil ikke selv lave det.
  - vil ikke risikere for meget
- Ser ikke nyhederne, går ikke op i aktier eller politik
- Blive god til en sportsgren

### 3. Brainstorm

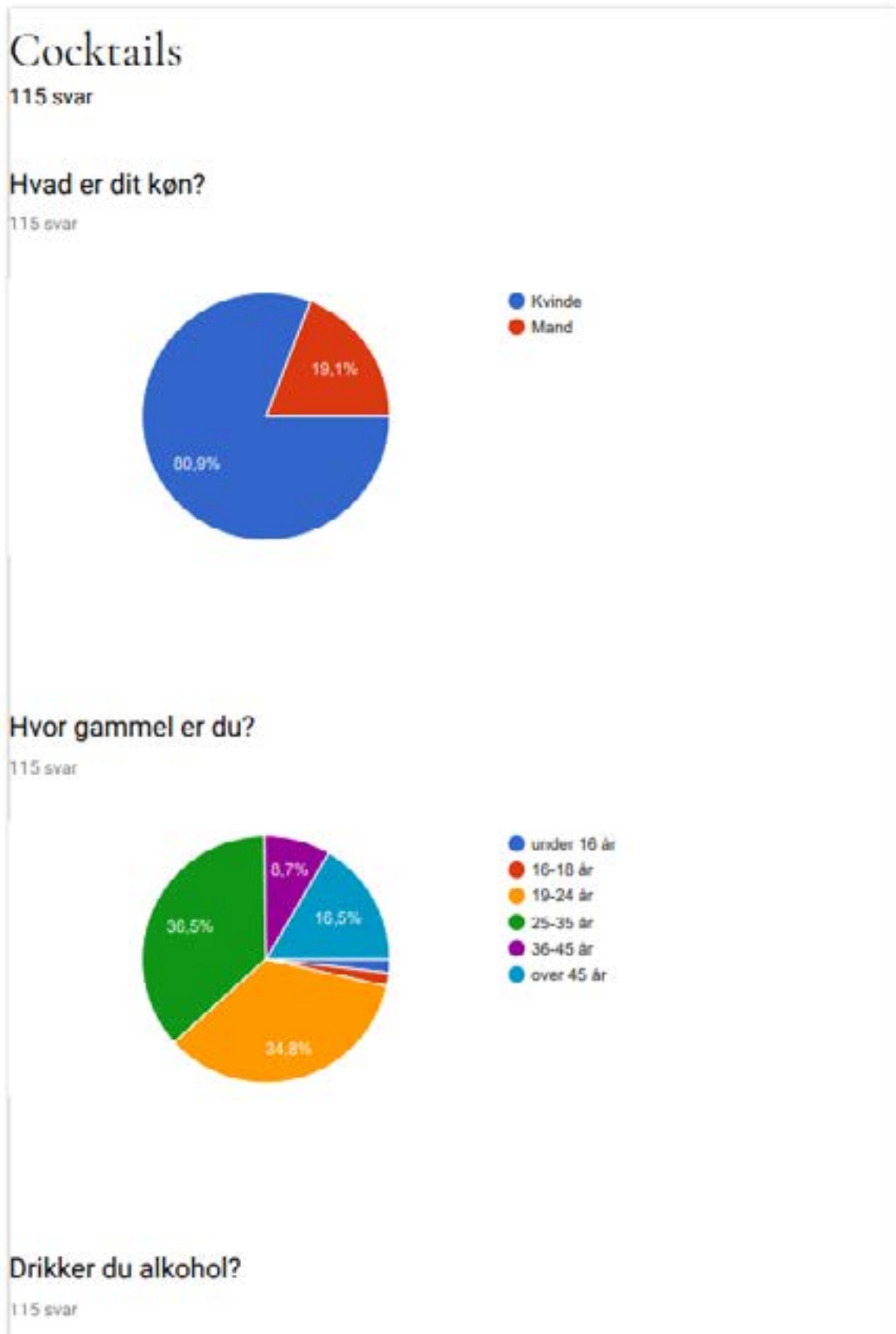
- Rengøring
- Planter
- Æg
- Træning

- Illustrator
- hund
- baby
- hvordan passer du din kæreste
- Vasketøj
  
- hvordan laver du gode cocktails
- med og uden alkohol

Huskeliste:

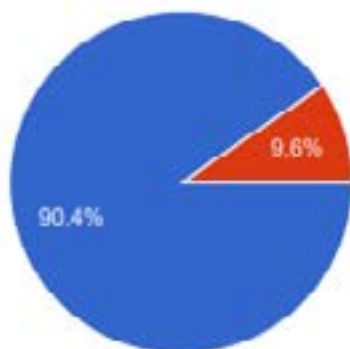
- Skitser
- Idegenerering

# Bilag 2: Resultat af spørgeskema undersøgelse



019

Cocktails

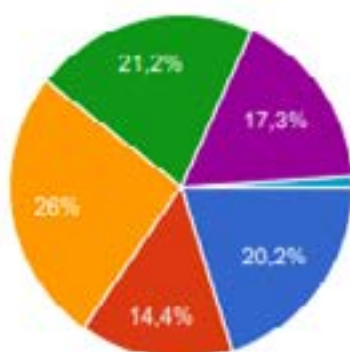


- Ja
- Nej

### Alkoholvaner

#### Hvor ofte drikker du?

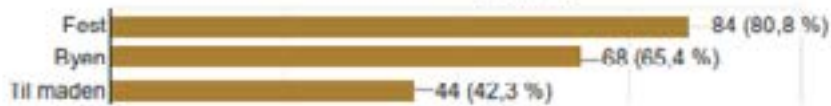
104 svar



- Flere gange om ugen
- En gang om ugen
- Flere gange om måneden
- En gang om måneden
- Et par gange om året
- En gang om året

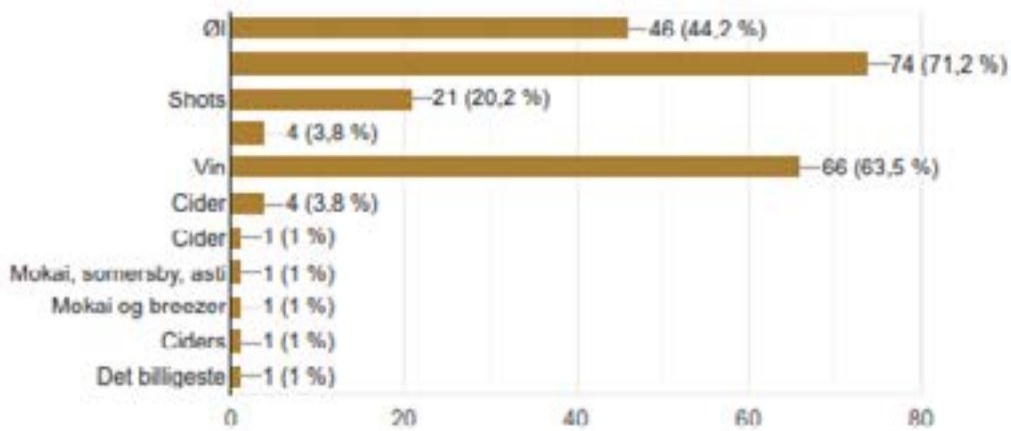
#### Til hvilken anledning drikker du?

104 svar



### Hvad foretrækker du at drikke?

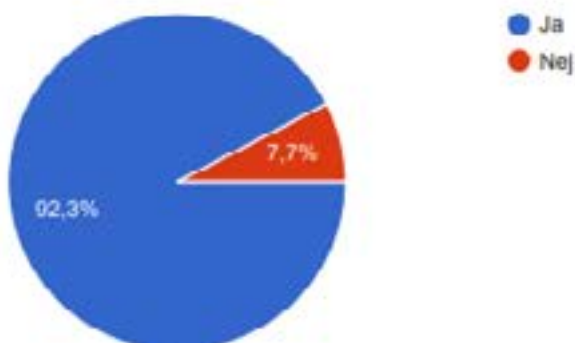
104 svar



### Spørgsmål omkring cocktails

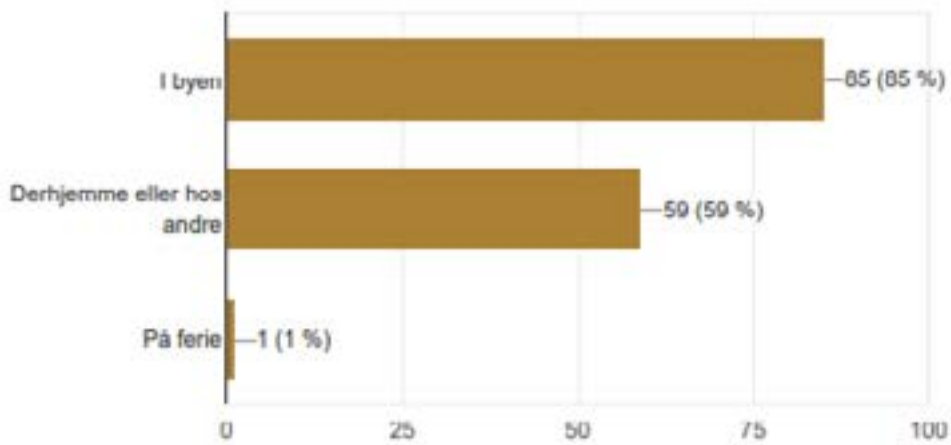
#### Kan du lide at drikke cocktails?

104 svar



### Hvis ja, hvorhenne drikker du cocktails?

100 svar



### Hvis nej, hvorfor drikker du ikke cocktails?

6 svar

Vil helst vin

Man bliver hurtig fuld, da der er meget alkohol i & man drikker dem for hurtigt.

Bryder mig ikke særligt godt om det generelt.

Jeg synes jeg bliver for fuld.

De er dyre !

Kan ikke styre alkoholindtaget

### Laver du cocktails der hjemme eller hos andre?

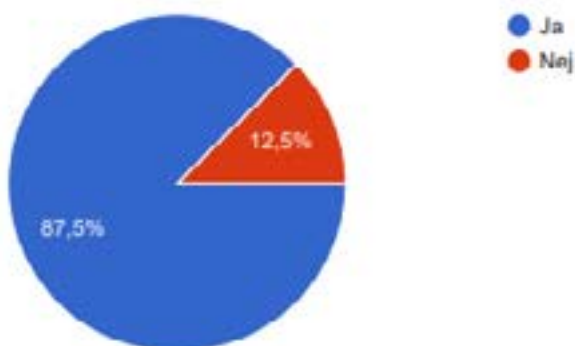
104 svar





### Hvis du fik en nem mulighed for selv at lave cocktails, ville du så overveje det?

104 svar



### Hvad definerer du en cocktail som?

104 svar

- En drink
- En blanding med sprut
- En lækker frisk drink fyldt med smag
- En drink der er stærk men fancy.
- En drink med ekstra touch
- Noget lækkert alkohol som er blandet sammen og som er lidt mere eksklusivt end andre alkohol drikke
- Drinks, der er mixet sammen
- En drik som er blandet af forskelligt sprut og sodavand/saftevand osv.
- Stærk alkohol blandet med juice, sodavand mm.

Hygger sammen med venner

En sød alkoholisk blanding

En drink lavet på hård likør eller alkohol som vodka, gin, rom mm.

En blandet drink med alkohol

En frisk drink som også er lidt festlig

Det består af flere elementer, som fx vodka, juice og likør

Alkohol, frugt, juice/sodavand, is

En der er balanceret mellem alkohol og smagsnuancerne, og shaket eller stirred.

som noget vi gør sammen

En drikkelser som indeholder alkohol og pyntet med diverse frugter og/eller anden pang pang

Smag

Alkohol mixed med andre ting for at lave en drink, fx er en vodka appelsin juice også en "cocktail" i min verden selv om den kun har to ingredienser

En lækker drik i et fint glas

Stærk

Lækrere og finere end en sjus. Indholder somregel flere ingredienser og ofte har granish til.

noget hvor forskellige ting er mixet sammen til en alkoholisk drik

mojito

En blanding af forskellige drikkevarer, hvor alkohol indgår i mindst én af dem.

Sød, blandet drinks

Hygge

Ved ikke

Farverig og smag

Mild drik

pas

En lækker mere eksklusiv sammensætning af alkohol og noget at blande med

En drink lavet efter en opskrift og som består af sødt, bitter og surt.

gin & tonic

En oplevelse

En drink med sødme/ frugt, en drink man kan nyde over længere tid.

Blandet drink

Mojito

Tidsmæssigt, lækkert drink som er pæn og i et pænt glas

Specielle drinks

Drink med alkohol

En blanding af flere ting, strawberry daiquiri, Pina colada, tequila sunrise

Et mix af forskellige ingredienser såsom alkohol, sodavand, is, sukker m.m. der sammen nedtoner smagen af ren alkohol og tilføjer mere sødme til drikken

En sjus med ekstra kærlighed

Frisk, sød drink

En blanding af alkohol og evt soda og andet gejl

Noget som er friskt

Mindst 4 ingredienser og pynt

En lækker velmagende drinks

Sødt, frisk

Long drink

Drinks

Sød

Spiritus mixet med andet

Kold og friskt

Caipirinha

Minimum tre ingredienser

Lækker, farverig, frisk, flot og luksus

En drink med mere end to ingredienser, og eksklusiv

Blanding af forskellige typer af stærk alkohol og læskedrik, f.eks sodavand

Strawberry Daiquiri, Pina Colada uhhh nu får jeg da lige lyst til en drink

En drink som kræver bestemte blandingsforhold af mere end tre forskellige ingredienser.

Mere end 2 ingredienser

Before Dinner drink after Dinner drink

Udvidet drink

Fie' forkælelse , du kender hende jo. Festaben 🤔

Flotte og lidt mere eksklusive

En drink der er gjort lidt mere ud af end bare spiritus/sodavand

En blanding af alkohol og noget andet som smager godt yum yum

En drink med flere lækre ingredienser i end 2. Ikke bare G&T eller rom/cola. Måske noget frugt, citrus og likør også.

En drink med alkohol. Ikke kun blandet med sodavand.

Alkohol, masser af is og "blade"

Smager godt

En drink hvor stærk spiritus er blandet op med andet

En drink med flere elementer

Stærk alkohol med en form for sodavand

Mix drink med min. tre ingredienser

ikke drink (Gin Tonic), men en cocktail er gerne shaken og indeholder næsten altid sirup og flere ingredienser end en drink

En drink der er blandet med alkohol og sodavand

Mange forskellige ting

Lækker smag, lavet på gode og friske ingredienser

Hygge

En mix af alkohol og ingredienser

Noget som er blandet med alkohol. F.eks. Mojito, gin&tonic, strawberry daquirri

juice/sodavand + vodka etc

Lækker drink, farverig og isteminger

En drikkeelse der indeholder alkohol og som giver en god smagsoplevelse

En blandings produkt af forskellige ting, som sprut, sødme, frugt. Og masser af andre lækre ting

En drink bestående af minimum 3 ingredienser. Dvs jeg ser ikke rom&cola f.eks som en cocktail

Gin og tonic med noget ekstra i

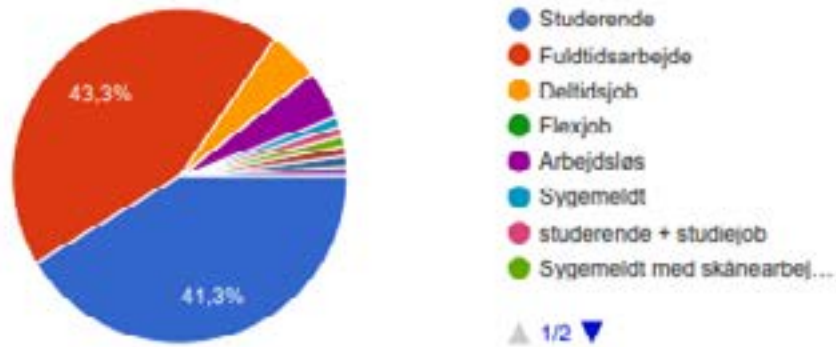
En drink, som ikke består af mere end 2 ingredienser, og hvor der lægges kærlighed i at lave dem i stedet for en sjusser, som er lavet på 1 minut.

En lækker drink som smager ikke super meget af alkohol, men som sagtens kan gøre en person en smule tipsy/fuld

## Beskæftigelse

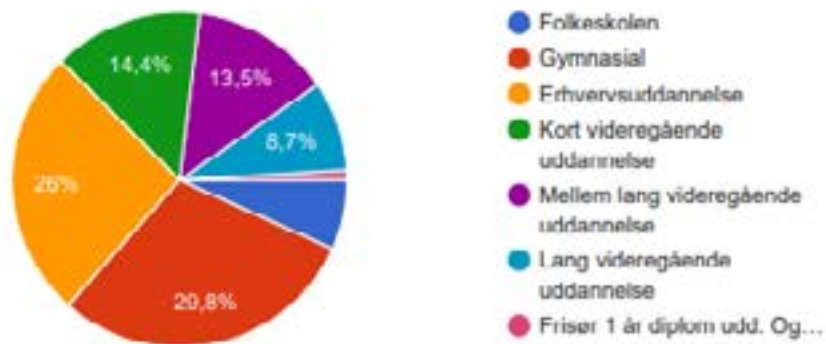
### Hvad er din aktuelle beskæftigelse?

104 svar



### Hvad er din højeste gennemførte uddannelse?

104 svar



# Bilag 3: Brainstorm over idéer

Skitser af logo og cocktails



# Bilag 4: Dansk statistik over løn

Lønnen er oplyst pr. måned før skat.



 **SØG**

Statistikbanken | Arbejde, indkomst og formue | Vælg fra tabellen SLON10

Åbn / gem som...

Excel (\*.xlsx) >

Inkl. koder i sep. kolonner

Inkl. fodnoter mv.

Rediger tabel

Pivot: Drej med uret >

 **Beregn**

## Løn efter køn, lønkomponenter, lønmodtagergruppe, aflønningsform, sektor, uddannelse og tid

2013

Mænd og kvinder i alt

STANDARDBEREGNET MÅNEDSFORTJENESTE

Lønmodtagergrupper i alt

Fastlønnede

Sektorer i alt

20 ALMENGYMNASIAL UDDANNELSER

37 720,66

Der er i forbindelse med offentliggørelsen d. 10. oktober 2013 udført revisioner af dele af statistikken for 2009-2011.


Enhed : kr.

Kontakt : Christian Max Gustaf Tørnfeldt  [cht@dst.dk](mailto:cht@dst.dk)  +45 39 17 34 47


Information :  [Vis statistikdokumentation](#)  [Begreber](#)

Du kan gemme udtræk til senere brug, samt automatisk få besked når din tabel er opdateret.

[Tilmeld dig her](#)



**DANMARKS  
STATISTIK**

 **SØG**

---

Statistikbanken | Arbejde, indkomst og formue | Vælg fra tabellen SLØN10

Åbn / gem som...

Excel (\*.xlsx)

>


Inkl. koder i sep. kolonner

Inkl. fodnoter mv.

Rediger tabel

Pivot: Drej med uret

>

 Beregn

---

### Løn efter køn, lønkomponenter, lønmodtagergruppe, aflønningsform, sektor, uddannelse og tid

---

**2013**

**Mænd og kvinder i alt**

STANDARDBEREGNET MÅNEDSFORTJENESTE

  Lønmodtagergrupper i alt

  Fastlønnede

  Sektorer i alt



**35 ERHVERVSUDDANNELSER** **36 767,26**



---

Der er i forbindelse med offentliggørelsen d. 10. oktober 2013 udført revisioner af dele af statistikken for 2009-2011.

---

**Enhed** : kr.

**Kontakt** : Christian Max Gustaf Tørnfeldt  [cht@dst.dk](mailto:cht@dst.dk)  +45 39 17 34 47

**Information** :  [Vis statistikdokumentation](#)  [Begreber](#)

Du kan gemme udtræk til senere brug, samt automatisk få besked når din tabel er opdateret.

[Tilmeld dig her](#)



Statistikbanken | Arbejde, indkomst og formue | Vælg fra tabellen SLON10

Åbn / gem som...

Excel (\*.xlsx)

- 
- Inkl. koder i sep. kolonner
- 
- 
- Inkl. fodnoter mv.

Rediger tabel

Pivot: Drej med uret



Beregn

**Løn efter køn, lønkomponenter, lønmodtagergruppe, aflønningsform, sektor, uddannelse og tid**

2013

**Mænd og kvinder i alt**

Antal fuldtidsbeskæftigede i lønstatistikken

Lønmodtagergrupper i alt

Time- og fastlønnede i alt

Sektorer i alt

25 ERHVERVSGYMNASIAL UDDANNELSER

32 150,00

Der er i forbindelse med offentliggørelsen d. 10. oktober 2013 udført revisioner af dele af statistikken for 2009-2011.

Enhed : kr.

 Kontakt : Christian Max Gustaf Törnfeldt  cht@dst.dk  +45 39 17 34 47

 Information :  Vis statistikdokumentation  Begreber

Du kan gemme udtræk til senere brug, samt automatisk få besked når din tabel er opdateret.

[Tilmeld dig her](#)

# Bilag 5: Manuskript

## Sådan laver du en Cosmopolitan cocktail

Et manuskript af

Alexander, Kim, Patricia og Sinem

Copenhagen Business Academy

Maj 2019

Sc. 1. Man ser et logo og teksten på cocktailen.

Voice over

Velkommen til Mix It UP, Cocktail guide. I dag skal vi lære at lave en cosmopolitan cocktail.

Sc. 2. Her ses en shaker, hvor efter hver ingrediens til cocktailen kommer frem.

Voice over

Step 1

Find en shaker og tilføj:

- 2 cl Cointreau (kron-tro)
- 4 cl skyy vodka
- 4 cl treneberjuice
- 2 cl friskpresset limesaft
- Samt isterninger

Sc 3. Shakeren rystes.

Voice over

Step 2

Ryst shakeren med alle ingredienserne i.

Sc. 4. Her skal indholdet i shakeren sis over i et martini glas.

Voice over

Step 3

Find et martini glas frem og hæld indholdet fra shakeren i, sørg for at isen bliver siet fra.

## Bilag 5: Manuskript

Nogle shaker har en indbygget si.

Sc. 5. Klem lidt appelsinsaft ud over cocktailen for at give den det sidste pift.

Voice over

Step 4

Pres lidt saft fra en halv skåret appelsin for at tilføje lidt syrlighed til cocktailen.

Sc. 6. Din cocktail er klar.

Voice over:

Step 5

Du kan til sidste tilføje en lime eller appelsinskive for decoration til din cocktail.

Du har nu lavet en Cosmopolitan.  
Skål! og god fornøjelse.

Besøg Mix It Up for flere lækre cocktails og vejledninger.

## Bilag 6: Team Canvas

Alexander Sørensen:

Kim Bohn:

Patricia Rømer:

Sinem Cift:

People and Roles:

Alexander Sørensen

Kim Bohn: Koordinator

Patricia Rømer

Sinem Cift: informations rør til Patricia

Personal goals:

Alexander Sørensen: At arbejde videre med alt det vi har lært igennem dette semester og få samlet om på det - genopfrisket det. Går efter et godt og solidt resultat jeg kan stå inden for at sige "Det er mit arbejde".

Kim Bohn: At arbejde med det som vi har lært i dette semester, få det genopfrisket og lærere mere på de forskellige emner. Finde en god balance mellem opgave arbejde, uden at føle at jeg svinger min gruppe eller ikke laver nok.

Patricia Rømer: Det er vigtigt for mig at få gået i dybden og forstå det vi har lært indtil videre. Og at opnå et godt og præsentabel resultat på trods af jeg har en nyfødt.

Sinem Cift: Det er vigtigt for mig, at jeg føler mig sikker i hvad vi laver og kan stå inden for det, jeg går efter at få et lækkert resultat som jeg er personlig glad for og kan ramme forskellige punkter/teorier som vi har lært gennem semestret.

Common goals:

Gennemført arbejde baseret på viden vi har tillært os gennem semestret. Og derfor opnå et resultat vi er stolte over at stå inden for.

Purpose:

Alexander Sørensen: Jeg har desværre ikke den bedste hukommelse så, det må nok blive min "udfordring", at huske alt hvad vi har lært.

Kim Bohn: At forbedre mine evner og se om jeg kan huske hvad jeg har lært igennem dette semester.

Patricia Rømer: At kunne gøre brug af det vi har lært, og lære af at arbejde i gruppe.

Sinem Cift: mit "purpose" er ren passion, jeg laver det her fordi jeg har interesse indenfor området, og derfor vil jeg gerne gøre mit bedste for at lære mere.

## Values:

Alexander Sørensen: Ærlig, hårdtarbejdende/engageret: 110% og ikke kun 100%, struktureret.

Kim Bohn: Organiseret, mødestabil, særlig, god til at holde overblik.

Patricia Rømer: Tillid, åbenhed, respekt, opbakning, ris og ros, anerkendelse, engagement, ansvarlighed.

Sinem Cift: Fælles enighed, kompromis, og ikke vende hovedet for skøre ideer er noget jeg sætter pris på.

## Strengths and assets:

Alexander Sørensen: Programmering, idégenerering til funktioner, struktureret i mit arbejde.

Kim Bohn: Jeg er god til at komme i gang fra starten og fokusere på at arbejde effektivt.

Patricia Rømer: Holde overblik. Pligtopfyldelse. Nysgerrig. God til at spørge/søge om hjælp, og hjælpe andre. Motivere. Modtage konstruktiv kritik. Godt øje til layout.

Sinem Cift: Idé generering, grafiske evner, kommunikation, effektiv.

## Weaknesses and risks:

Alexander Sørensen: Jeg er ærlig når jeg siger tingene, hvilket måske kan ses som noget ondt ment, hvilket det overhovedet ikke er! Dertil har jeg haft lidt komplikationer med det private liv, som har gjort det lidt svært for mig ift. at møder, kommunikation m.m. Men nu snakker vi eksamen, så jeg er 110%, nej 200% klar til at gå all-in.

Kim Bohn: Er ikke god til at stave. Bange for ikke at kunne lave nok pga. arbejde.

Patricia Rømer: At jeg ikke kan yde 100% som jeg plejer, pga min baby - dårlig samvittighed. Bruger lang tid på at søge hjælp til at løse en opgave (tutorials), perfektionistisk ved formulering sammensætninger, mindre god ordforråd.

Sinem Cift: Kan miste tråden nogle gange, så derfor er det rart hvis I ser det sker lige sige til mig "sinem til dig sammen". Jeg kan sige ting hårdt nogle gange, uden at opfatte, at det var hårdt. Det ikke ment personligt overhovedet!

## Needs and expectations:

Alexander Sørensen: Alle aftaler overholdes - no excuses there, og især for mit vedkommende. Der sker ændringer ift. forrige flow og det glæder jeg mig til at vise, for jeg kan jo godt.

Kim Bohn: Jeg har brug for at aftaler overholdes, det gælder både deadlines og mødetider. Jeg har brug for, at jeg kan sige tingene som de er uden, at det bliver taget personligt - det skal dog formuleres på en pæn måde, altså det skal ikke være nedladende eller lignende. Jeg har brug for at føle, at det bliver accepteret, at jeg bliver nødt til at arbejde 15 timer om ugen.

# Bilag 7: Brainstorm over baggrunds illustrationer



## Bilag 8: Transcript

Victor 27 år, datamatiker

Jeg finder cocktail listen ligner her (klikker på den blå knap forsiden hero/paralax billede). Men lade også mærke til at man kunne klikke på menuen.

Ja wishky (foretrækker at drikke whiske).

Lærer ved at gøre det, ved at bruges sine hænder og prøve af. Hvis han jeg skal lære at lave en cocktail, vil jeg bruge en guide ligesom her. Kan være irriterende med video, fordi så skal man hele tiden spole tilbage. I har faktisk til alle målgrupper.

Hvis han ville finde hvilke der var stærke, gik han tilbage til oversigtssiden og klikke på stærk filter knappen.

Han ville komme tilbage ved at klikke på knappen eller bruge browser knappen.

Tilbage knappen er underlig placeret. Han troede at tilbageknappen var et tag f.eks #-tag. Ud fra bruger processen er den godt placeret.

Har han skal finde kontakt, kører han først ned i bunden af siden og bagefter op til menuen og klikker på kontakt.

Det giver ikke nogen mening at der er så meget whitespace ved siden af facebook og instagram på kontakt siden. det hænger og svæver meget. Lavet i samarbejdet med, kan godt se at der er jer, men ville man ikke normalt skrive holdet eller timet. Lagde ikke mærke til at det var knapper/links. Det ser godt ud. det var ret at det var ansigter på, det skabte tillid, men jeg havde ikke lige regnet ud af det var knapper.

Han klikker lidt runder på filter knapperne, det virker helt fint, det eneste er at man kommer op til toppen fordi der ikke er mere indhold. det kan man ikke gøre noget ved. glem hvad jeg sagde.

burder der ikke stå noget her? (peger på logoet)

f.eks. navnet, jeg ville skrive navnet både på hero og ved siden af logo.

Der er meget whitespace under hero image og ned til overskriften.

prøve at rulle helt ned.

Jeg ved godt at der er den der scroll til top knap, men jeg bruger den aldrig. Det er meget godt den er der for mange har den, så der må være nogle som bruger den, men jeg gør ikke.

Når han er inde på cocktails, er det her mix it up? det kan jeg ikke se. Hvis det havde været coca cola havde jeg kunne se det. deres logo er kendt.

Hvis jeg bare ville være den her (aperol sprizt) så ville jeg lige gøre sådan her (kigger siden igennem og køre op igen).

Går ind på cosmopolitan og afspiller videoen.

Det er meget godt. instruktion mæssig er det super godt, selv for den dummi med hvor det skal hældes ned i et glas. Det er super. alle steps er det. Selv for mig der ikke gider at se video, kan jeg se så kan jeg se al den information jeg skal have på et billede. så kan jeg pause den og så ved jeg hvad jeg skal have. for nogle er det måske bedre visuelt. Ville du bruge videoen selvom du heller vil have det i steps?

Hvis jeg vidste at jeg kunne få den er frem (video pauset på alle ingredienserne), i den situation ville jeg bruge det.

synes illustrationerne er finde. har ikke nogen holdning til om det skulle være illustrationer eller rigtige billeder.

### Opsamling:

Vores brugertest med Victor gik det godt fra start. Vi stillede vores spørgsmål for at se hvordan han kikkede sig rundt og frem til de forskellige sider - og det gik overraskende nemt og hurtigt. Vi fik ros for at have brugt en masse forskellige læringsformer på vores enkelte cocktails side, altså visuelle og audiotiv fra video samt vores præcise punktform. Dog ville han personligt ikke selv bruge videoen, fordi det ville være utrolig irriterende at skulle stoppe den gang på gang og spole den tilbage hvis man missede noget.

Da han skulle kontakte os, kiggede han først i bunden af hjemmesiden og dernæst trykkede på "Kontakt" i menupunktet. Så vi skal helt klart tage til overvejelse at få skrevet nogle kontaktinformationer i footeren.

Det store hovedspørgsmål var i dette tilfælde, at vi blev stillet et ret så vigtigt spørgsmål: "Skal der ikke stå noget her?", imens han peger på logoet. Var man på alle andre sider end forsiden, stod der ikke "MixItUp" nogle steder, og derfra kunne man som bruger af siden blive i tvivl om hvem vi var, eller hvad vi hedder - altså afsenderen.

Dertil var der nogle småfejl som var ret så genkendelige fra de andre brugertest. Det gælder bl.a. placeringer af elementer og for meget "whitespace".

Fuad 22 år, selvstændig/iværksætter, lærer ved at lytte

Jeg finder cocktailsene her under cocktails under menu punktet.

Hvordan ville du komme ind til aperol sprizt?

Jeg ville klikke på den her. og så finder jeg her opskriften hvor jeg kan finde den i 7 trin og så kan jeg se en video jeg går ud fra viser hvordan man laver den.

Jeg lære ved at gøre det en gang, jeg lytter meget når jeg lærer.

Eller hvis man kunne lave en hjemmeside, hvor man f.eks trykker cocktails og går ind på aperol så i stedet for at man læser sig frem til det, så er der en video i baggrunden som kører of forklare hvor henne de forskellige ting er på siden.

Vidoen går for hurtig, det går alt for hurtig. Step et skal være længere. for at give brugeren mulighed for at finde tingen, mens videoen kører. Videoen er lidt kedelige, at hører på. Hvis man kunne gøre det på en sjov måde. måske sætte mexicansk musik på i baggrunden for at skabe stemning. Musik gør meget, det gør meget for mennesker. Hvis man laver cocktails går jeg ud fra at man skal til fest eller hygge sig. hvis man kunne lave så lyden er der for cocktailen er fra. så ville det måske være sjovt at lave den.

Hvis jeg ved hvad tingene er ville jeg godt kunne lytte til videoen uden at se billeder og stadig forstå det hele. Videoen i sig selv mangler lidt, men det er en fed animationsvideo.

Jeg laver kager hvis jeg laver noget. og der kunne man godt tilføje noget fra andre sider.

Jeg foretrækker et rigtig billede for så har man noget at se frem til, så kan man se har jeg lavet den rigtig eller forkert. når det bare er en læskedrik med farve i.

Han bruger filter knapperne til at vælge smag med.



Hjemmesiden er meget brugervenlig, måske lidt tør i udtrykket. kommer man hurtig ind på den, går man også hurtig ud af den. måske en fane historien bag de forskellige cocktails, hvordan kom de til verden. Måske er det bare en cocktail, men det gør det lidt sjover. og måske lidt farver på forsiden i sjove farver, ligesom cocktailsene.

Der er en kontakt fane som man kan trykke på og der er en cocktail formular hvor man kan skrive og så er der sociale medier som også er i bunden.

Som jeg har erfaret kunne man godt havde et telefonnummer på og en webshop hvor man sælger de nødvendige ting. til forbrugeren, i stedet for at man skal vide hvad ingredienser man skal bruge, så kan der være en webshop hvor man vælger og få det sendt jeg. Jeg tror at man kan lave en webshop pakker til 10 cocktails, i stedet for at købe til en person af gangen.

Alt e-læring generelt, af hvad jeg har erfaret er det hvordan man gør det sjovt. F.eks. skal man købe hos jer først og så før man en aktiveringskode til e-learning. Så er det ikke bare er en for sjov side man er inde på når man er fuld. Det med en app vil det give god min at man kan gemme sin cocktail, vil jeg vil stadig sige at det er svært med jer bagved, lad og sige at marie har fundet en god cocktail, skal vi så forklare og skal vi have den med. Men hvis det bare er internt er det en god idé, men tror at mange bruger deres notesblok på mobilen. så ved ikke hvor relevant det er.

Det er ikke ideelt at have opskrifterne på instagram, fordi så får du dem ikke hen på jeres hjemmeside. og på instagram er videoen heller ikke. Så link fra instagram til hjemmeside. og den vej få trafik til hjemmesiden. Lav inspiration på instagram og guide på hjemmesiden. Vi ved alle at der er mere trafik på instagram end på hjemmesider, så træk folk fra instagram over på hjemmesiden.

Opsamling:

højtlesning på hjemmesiden

Videoen går for hurtig (skal være så man kan følge med samtidig)

Videoen er kedelig at hører på.

Evt. tilføj musik gerne fra cocktailens oprindelse

Rigtig billeder i stedet for illustrationer

Tør at se på (kedelig) = forlader siden hurtig

Tilføj noget historie om cocktailsene

Tilføj farver til forsiden, så der ske lidt mere

Mangler telefonnummer

Kører i bunden af siden og kigger efter kontakt, inden han bruger menuen

Evt. lav en webshop

Det kunne være at sælge pakker til at lave 10 stk af en cocktail

Det kunne være at man kun har adgang til e-læring ved at købe en pakke

Mangler lidt underholdning / sjov

Fjern opskrifterne fra instagram og brug den til inspiration

Pernille, 23 år, Multimediedesigner

Ud fra vores brugertest med Pernille kan vi konkludere at siden var utrolig nem at finde rundt på. Vi stillede spørgsmål som bl.a. bestod af "Hvor finder du vores liste med cocktails?" og "Du vil lave en cocktail, f.eks.

Aperol Spritz: Hvor finder du fremgangsmåden og ingredienserne til den?"

Der gik ikke længe før at testpersonen fandt den rigtige side, og endda med få klik på både mobil og desktop. Informationen var læsbar og ganske fint placeret på siderne. På den enkelte cocktails side var det virkelig godt at ingredienserne var placeret ved siden af fremgangsmåden så alt nyttig information var samlet.

Vores testperson har lettest at lærer ved at læse på tekstindhold, og ikke så meget ved brug af det visuelle. Derfor var det dejligt, at vores hjemmeside havde lidt af hvert, så der var lidt til alle de forskellige slags læringsformer. Det visuelle og auditive som fremstår i vores video og tekst som fremstår i en præcis og kort punktform.

Vi stødte dog på 1. hovedproblem problem som testpersonen gerne ville have: søgefunktion. Da hun skulle finde en bestemt cocktail ville det spare både tid på en masse søgen rundt på siden for at finde den ene cocktail man lige ønsker at finde.

Dertil havde vi enkelte småfejl som bl.a. stavfejl, "whitespace" vi skal udfylde eller gøre noget ved, samt et par placeringer af elementer der ikke gav helt mening visuelt at have placeret der hvor de nu var placeret.

software udvikler, 23 år, navn: ukendt.

"lad os lige i gerne ville se en liste over cocktails, hvor ville i finde det henne?"

(testperson klikker på "se vores cocktails her" knappen på hero image.

"lad os lige i gerne ville lave en aperol spritz hvor ville i finde den henne?"

(testperson klikker på det på aperol cardet næsten med det samme)

"Hvordan er det du lærer personligt?"

"Hvad er det man kalder det, når det er noget som er 'hands-on'?"

"Hvad ville du gøre hvis du gerne ville lære at lave en cocktail? ville du så bare prøve dig frem? eller lede et sted først hvor du lærte det?"

"Altså jeg ville nok gå på nettet og finde nogle opskrifter..." "

Testpersonen vil gerne have tekst, men de føler ikke at man har brug for en livshistorie for at lærer hvordan man laver spaghetti med kødsovs."

Vi spurgte testpersonen om han selv drikkede cocktails hvor efter vi fik svaret: "Ja, men ikke noget fancy bare noget a la rom og cola"

Vi spurgte hvad han ville gøre hvis han ville navigerer sig ud af Aperol Spritz siden hvorefter han svarede, med lidt sarkasme "så vil jeg trykke på den meget lille 'tilbage' knap lige her"

"Ved du hvordan man kan sorterer således at man kan finde de cocktails på siden som kan vise alle de stærke drikke?"

Testpersonen gik med det samme hen på cocktail siden og navigerer sig hen på vores filter knapper, og trykkede på 'stærk' knappen.

vi bad testpersonen om at finde cosmopolitanen og rulle ned til videoen og starte den.

... Vi spurgte ind til hvad han syntes om den. Der blev sagt at den egentlig var fin nok, meget lige til, dog bed han mærker i at voice overen ikke var optaget på en professionel mikrofon, og det kunne høres. Men ellers syntes han at den var nem at følge med i. Vi spurgte ind til

om det betød noget at den var animeret frem for at være filmet, hvorefter testpersonen med det samme sagde, "nej, nogle gange er det nemmere at følge med i når det er animeret, man fokuserer meget konkret på specifikke ting, hvorimod hvis det var en video af en der står og laver et eller andet så kan det virke som om det forekommer meget hurtigt, så derfor synes jeg det er ret godt med at det er animeret."

Vi bad testpersonen om at tage tilbage på cocktail siden for at kigge på de samlede Thumbnails a cocktails og spurgte: "Når man ser cocktails animeret og illustreret på denne måde, får man så lyst til at lave en cocktail ud fra disse illustrationer?" Testpersonen udtrykte

ikke noget positivt af at se vores illustrationer af cocktails, han mente at videoen virkede meget god ved at være illustreret, men mente at billedet ville være bedre hvis det var et fotografi i stedet. Han sagde desuden også at han tror det ikke ville være mærkeligt at blande de 2 medier, hvis man holdte en stil over det.

Vi bad testpersonen om at vis os hvor han ville finde nogle kontaktinformationer, enten direkte eller på de sociale medier. - Dette var ret lige til for ham da han hoppede ind på kontakt siden med det samme, viste hvor kontaktformularen var, og visse de sociale medie ikoner i vores footer. Til slut spurgte vi ind til hvad de tænkte om det punkt hvor der står "lavet i samarbejde med" hvorefter han svarede. "Det synes jeg er meget fint, det er også fint med de små runde cirkler" - dog faldt det ikke testpersonen ind, at billederne var linket som en knap til vores portfolier.

Opsamling:

Som udgangspunkt på hvilke informationer der var, vil bare havde en ingrediensliste

Tilbage knappen er meget lille

Kan hører at det ikke er professionel lyd i videoen

Animationerne gør det nemt at følge med

Billederne måtte gerne være rigtige, men videoen skal være illustrationer - men ikke noget negativt at alt er illustrationer

Lagde ikke mærke til at billederne af os, var et link

SAMLET:

Meget whitespace - for meget

Overskriften på forsiden er langt væk fra billedet

Kontaktsiden der hænger lidt, der mangler lidt sammenhængen.

Mangler vores navn ved logoet.

Alle går til footeren for kontaktinformationer

Evt. overveje rigtige billeder - der er delte meninger om dette.

Videoen er god, evt. være lidt længere.

Billederne af os, opdager de ikke er links

Tilbage knappen på den enkelte cocktail er lille. orientering mæssigt er den underligt placeret. Men indholdsmæssigt giver det god mening.

Alle føler at der er en eller flere måder hvorpå de kan lære at lave en cocktail.

# Bilag 9: Gantt-kort

