

Arla project - Rapport

B2B Encounters, Autumn 2019

Multimedia Design, Business Academy Aarhus



Titelside

B2B Encounters, Autumn 2019

Multimedia Design, Business Academy Aarhus

URL to Prototype: <http://bukkedesign.dk/arla/>

Username: Gaest

Password: gaest1234

URL to Github repository: <https://github.com/CamillaPost/child-theme-arla>

Group members:

Anna Vien

Camilla Amalie Tørngren Sørensen Post

Catharina Vesterskov Pannach

Julia Therese Salvesen Baumgartner

Supervisors:

Gertie Margrethe Kolding Jensen

Maria Louise Bendixen

Per Thykjær Jensen

Antal tegn: 35879

Antal sider: 14,9





Indhold

Indledning

Problemstilling

Problemformulering

Metode

Research

Design

Interaktiv Prototype

Konklusion

Indhold	3	Tone Of Voice	19
Indledning	5	Delkonklusion	20
Indledning	5	Design	22
Problemstilling	7	Creative Brief	22
Problemformulering	7	Informationsarkitektur	23
Problemstilling / Problemformulering	7	Skitser/wireframes	24
Metode	9	Brugertest	31
Styring af projektet	9	StyleTile	33
Struktur og metoder	9	Valg af farver	33
Stof til eftertanke	10	Valg af typografi	33
Research	12	Valg af ikoner	33
Arla	12	Valg af knapper	33
Målgruppen	13	Valg af illustrationer	34
User Journey	14	Mock-ups	35
Empathy map (Gibbons, 2018)	14	Anderledes fra skitser	41
Experience Map (Gibbons, 2017)	16	Gestaltlovene	42
Story Board (Babich, 2019)	18	Landing Page	42
		Input side	43
		Output side	43



Indhold

Indledning

Problem- stilling

Problem- formulering

Metode

Research

Design

Interaktiv Prototype

Konklusion

Tip og Tricks side.....	44
Brugertest.....	45
Brugertest på "ikke-landmænd"	45
Brugertest på landmænd	46
Think-a-loud test	47
Delkonklusion	49
Interaktiv Prototype	50
Wordpress.....	50
Valg af Theme	50
Valg af Plugins	50
Childtheme	53
Delkonklusion	53
Konklusion	55
Konklusion	55
Litteraturliste	56
Bilag	58



INDLEDNING



Indledning

Forestil dig at du fire gange om året, én gang i kvartalet, skulle udfylde et spørgeskema på 100 spørgsmål. Måske lyder det umiddelbart overskueligt for dig, men hvad hvis du fik af vide, at til hvert af de 100 spørgsmål skulle du ovenikøbet ud og indsamle data? Det kan tage timer, dage, måske endda uger, og du ville skulle tilsidesætte nogle af dine normale gøremål, for at det skulle kunne lade sig gøre. Det er et projekt, som ville stresse mange folk. Mange folk ville måske endda overhovedet ikke overveje at gøre det.

Måske har du på nuværende tidspunkt en vis ide om, hvilken frustration landmændene pt. Oplever hver gang, de skal indsamle data til Arlagården® Plus. De har stor interesse i at blive mere bæredygtige og hjælpe Arla, men det kræver meget af dem - både tid og overskud.

Derfor har vi i dette eksamensprojekt valgt at have fokus på, hvordan vi kan gøre opgaven mere overskuelig, intuitiv og mindre tidskrævende for landmændene. Desuden vil vi prøve at nudge dem til at fortsætte med at bidrage til Arlagården® Plus samt blive mere bæredygtige. De skal ikke se det at indsamle data som værende en sur pligt, men derimod noget, som de gerne vil bruge deres tid på.



PROBLEMSTILLING/ PROBLEMFORMULERING



Problemstilling

Allerede ved introduktionen af eksamensopgaven, givet af de to UX'ere fra Arla, var det tydeligt, at Arlas landmænd går meget op i bæredygtighed. De har en stor interesse i, at det de gør, er mindst muligt skadeligt for miljøet, og desuden vil de også gerne hjælpe Arla med at levere de bedste produkter til deres kunder - hvilket bl.a. kan lade sig gøre gennem Arlagården® Plus.

Lige nu får landmændene dog penge for deres arbejde for Arlagården® Plus, da den nuværende løsning kræver store mængder af tid. Hele processen de skal gennemgå med at indsamle og indtaste data er ikke overskuelig nok for landmændene at gå til, hvilket gør arbejdet til en sur pligt for dem.

Derfor vil vi først og fremmest skabe en ny løsning, som er mere brugervenlig. Den skal være let tilgængelig og overskuelig, og landmændene skal ikke være i tvivl om, hvad de skal gøre, eller hvordan de skal interagere med løsningen. Den skal ydermere afspejle landmændenes interesse

i bæredygtighed, samt opmuntre dem til at blive endnu bedre på den front. Løsningen skal udforme sig i en interaktiv prototype, hvor landmændene kan indtaste data om deres bæredygtige proces og herefter se deres resultater gennem en infographic. Det skal ydermere være muligt for dem at benchmarke med andre landmænd fra de forskellige regioner i Danmark samt læse tips og tricks om, hvordan de kan blive endnu mere bæredygtige.

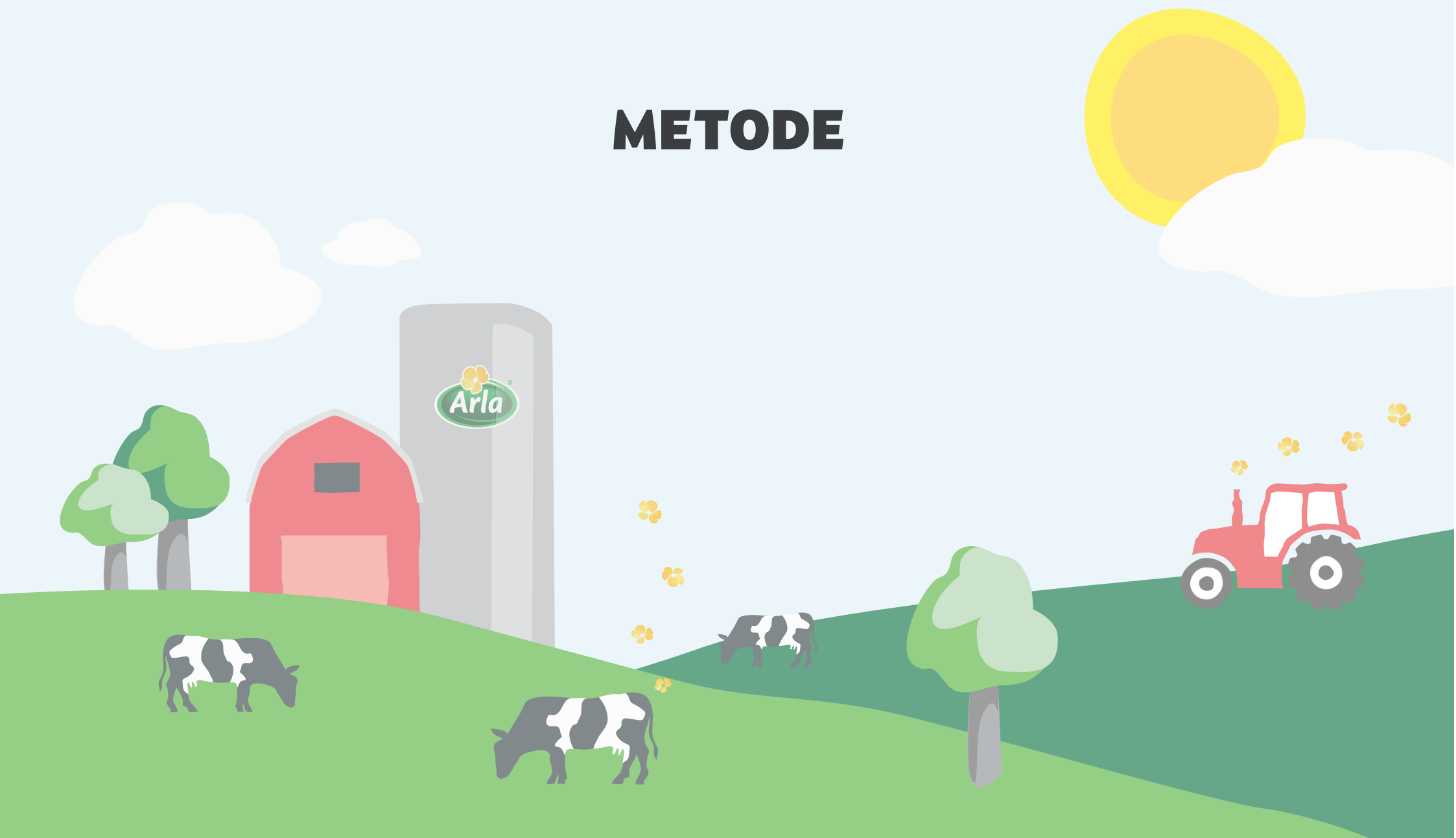
Problemformulering

How can Arla make it easy for their farmers to enter data on how they run the farm in terms of sustainability?

How can Arla nudge farmers to continuously collect and contribute data on how they can best contribute to reducing their carbon footprint

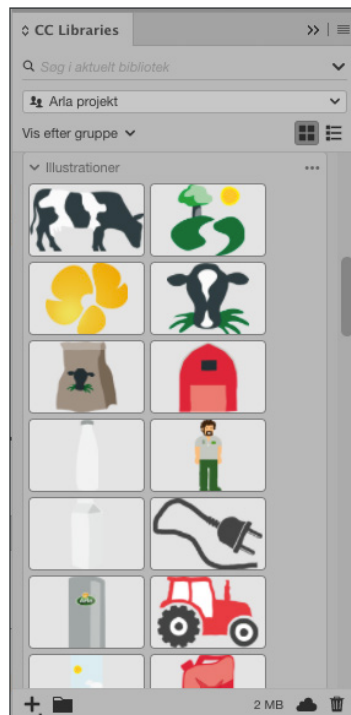


METODE



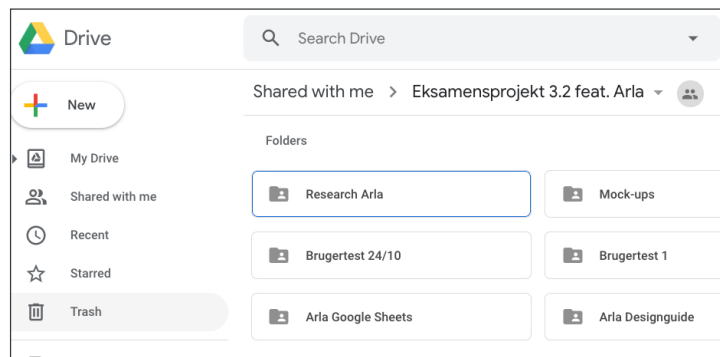
Styring af projektet

For at have overblik over alle vores dokumenter og filer, har vi benyttet os af Google Drev, så vi har haft alt samlet ét sted. Desuden har vi gjort brug af Adobe CC Libraries, hvor vi har delt både farver, fonte etc., så når vi har arbejdet individuelt i Adobe programmerne har været sikre på, at der var overensstemmelse mellem vores ting.



Struktur og metoder

I dette eksamensprojekt har vi benyttet os af to overordnede, forskellige udviklingsmetoder: Vandfaldsmodellen (Bosch, 2015) og Prototyping (Bosch, 2015). Ved at bruge disse, har vi haft nogle klare retningslinjer for udviklingen af både rapportskrivning, designproces og den endelige prototype. Vi har ved selve rapportskrivningen samt den overordnede udvikling af prototypen gjort brug af vandfaldsmodellen, hvorved vi kronologisk er gået fra start til slut. Vi har gjort brug af netop denne udviklingsmetode, da vi alle finder den mest naturlig, og ved desuden at sætte os ind i målgruppen og virksomheden som det første, har vi kunne bygge prototypen ud fra dette.



Udover vandfaldsmodellen har vi også benyttet os af udviklingsmetoden Prototyping til udviklingen af vores prototype. I eksamensbeskrivelsen blev det tydeliggjort, at målgruppen finder den nuværende løsning uoverskuelig og besværlig, derfor har vi haft meget fokus på hele tiden at teste vores løsningsforslag for at sikre os, at den netop ikke blev dette

I de brugertests, vi har udført, har vi benyttet forskellige testmetoder. Til de to første test, fulgte vi os til Think-a-loud-testen (Nielsen, 2015). Her fik vi testpersonerne til at fortælle, hvad de tænkte og følte omkring forskellige elementer på prototypen, mens vi stillede dem en række opgaver, som de skulle løse.

På dagen hvor vi skulle teste på landbrugsstuderende, benyttede vi os atter af Think-a-loud-testen, men denne gang i samspil med en Gangstertest (Gegersen og Wisler-Poulsen, 2011). Her fik vi testpersonerne til at svare på seks spørgsmål, hvorefter de skulle vurdere, hvor nemt det var at finde de ting, vi spurgte om. Desuden skulle de også give point på en skala fra nul til tre. Vi har gjort brug af Gangster-testen, for at teste brugervenligheden over navigationen af vores løsning. Efter testene opstillede vi testpersonernes feedback i et Feedback Capture Grid (Scott, 2018). Dette gjorde vi for at give os et systematisk overblik over deres givne feedback på henholdsvis, ris, ros samt eventuelle spørgsmål og idéer.

Ydermere har vi i vores udvikling af wireframes gjort brug af metoden Sprint (Knapp, 2016), for at komme fra en meget åben idegenerering til ét specifikt løsningsforslag, som vi til sidst lavede en high-fidelity prototype af iform af mock-ups.



Indhold

Indledning

Problem-
stilling

Problem-
formulering

Metode

Research

Design

Interaktiv
Prototype

Konklusion

Stof til eftertanke

Overordnet set har vi været tilfredse med vores brug af metoder og teknikker gennem dette forløb, dog er der nogle enkelte steder, hvor vi mener, at vi kunne forbedre os.

Først og fremmest kunne det have været fordelagtigt at have interviewet og observeret landmænd for at få en bedre forståelse for, hvad de laver og deres pains og gains. Dog var det ikke umiddelbart muligt for os at finde et sted, hvor vi kunne komme hen, uden at det ville tage meget tid, derfor valgte vi at nedprioritere det og fokusere vores tid andetsteds. Vi havde desuden også allerede fået tilstrækkeligt information givet af lærere og Arla.

Derudover kunne vi i vores to første brugertest have testet på nogle flere folk fra målgruppen. Vi testede kun på nogle enkelte af dem, hvorved resten var folk udenfor målgruppen. Ved at have testet på flere landmænd kunne vi have fået et bedre indblik i præcis, hvad målgruppen tænkte ift. vores løsning. Dog testede vi udelukkede på målgruppen i brugertest tre.



RESEARCH



Arla

Arla er et af det største globale mejerier, hvis andel ejes af mere end 12.500 landmænd (Arla, [n.d.]), boende i syv nordlige europæiske lande. Disse landmænd deler indtjeningen ligeligt på hver liter mælk, som de leverer til Arla.

Arlagården

For at sikre den bedste kvalitet af den mælk, der bliver produceret af landmændene, følger de et kvalitetssikringsprogram kaldt Arlagården (Arla, [n.d.a]). Arlagården er en skrevet manual, som beskriver forskellige krav, som landmændene skal opretholde. Pga. den klimakrise, som verden står overfor i dag, har Arla valgt at handle netop på at mindske CO₂-udslippet der, hvor de kan og arbejder efter et mål om, at de vil være CO₂-frie i år 2050 (Arla, [n.d.b]). Dette vil de bl.a. opnå gennem et system, der beregner landmændenes dokumentation over hvor bæredygtige de er, også kendt som Arlagården® Plus

Arlagården® Plus

Dette afsnit er skrevet på baggrund af artikler skrevet af Marstal, 2018.

Arlagården® Plus er altså en måde hvorpå landmændene kan dokumentere deres bæredygtige proces. Konceptet går ud på, at landmændene, registrerer en række data om deres landbrugsbedrift. Registrering skal udfyldes én gang i kvartalet, hvorefter de får et resultat, der viser graden af deres bæredygtighed. Formålet med Arlagården® Plus er, at gøre mælken, der produceres, mere værd.



Målgruppen

I dette eksamensprojekt er vores målgruppe de af Arlas landmænd, som er en del af Arlagården® Plus. Disse landmænd er yderligere blevet inddelt i to personas, hvor den ene af dem er en yngre familiefar, Casper på 34 år, som er relativt up-to-date i forhold til nutidens medier. Den anden er af en ældre generation, Henry på 64 år, som også er familiefar, men modsat Casper, følger han ikke med på nutidens medier, men foretrækker de gammeldags.

Casper – Persona A



Name : Casper

Age: 34

Civil Status : Married to Anna for 7 years. 2 kids, 1 on the way.

Education: University degree. Exchange in Australia. Wife is a teacher. He wants to keep learning about how to be a better farmer.

Language: Danish + English

Size of farm: 240 cows with 4 milking robots.

Employees: 1 full time employee and 1 trainee.

IT experience:

Uses IT systems daily and is happy about it. Online news, streaming, apps, online banking, Facebook, WhatsApp and software for managing his farm.

Hobby & Leisure: Football, gadgets, farming conventions. Ski trip in winter and family holiday in the summer. Cares about the nature and the environment.

Happy when: Consumers are happy, robots are running smoothly and the cows are happy. Good financial control of business. Spending time with his family.

Sad when: when milk prices fall below budget. When he is too busy to enjoy time with his family.



Henry – Persona B



Name: Henry

Age: 61

Civil Status: Married to Rita for 25 years. 3 kids.

Education: Public school + 3 years in agriculture school.

Language: Danish + understand English

Size of farm: 100 cows. Traditional farm.

Employees: 1 part time employee. The wife is responsible for the calf's.

IT Experience: Doesn't care too much about IT systems. Only uses IT systems when he has to. He is not tech savvy. Gets information from his wife's Facebook, TV, radio and newspaper. Uses Facebook, but only for looking what's going on in his kids life

Hobby & Leisure: Takes short vacations during the year - max 3 days. He likes hunting and enjoys to take part in his kids activities.

Happy when: He can mind his own business and not be disturbed. High milk prices and healthy cows. Generally Henry is simple guy.

Sad when: There is a bad public opinion of farming and animal welfare. Bureaucracy.



User Journey

Vores personas er landmænd som Arla allerede har analyseret. For at hjælpe os til at forstå målgruppens perspektiv på Arlagården® Plus, tog vi dem igennem en User Journey (Salesforce UK, 2016). Dette gjorde vi for at hjælpe os med at få indblik i landmændenes pains, hvordan vi kan forbedre brugeroplevelsen samt definere, hvad landmændene har brug for, for at gennemføre survey'en. For at fuldføre ovennævnte, user mappede vi de to personas.

Empathy map (Gibbons, 2018)

Vi valgte at lave et Empathy Map for at lære dem yderligere at kende, og sætte os ind i deres tanker. Jo mere vi vidste om målgruppen, jo mere empatiske kunne vi være - og derigennem kunne vi komme med en løsning, der mindsker deres pains og booster deres gains.





Indhold

Indledning

Problem-
stilling

Problem-
formulering

Metode

Research

Design

Interaktiv
Prototype

Konklusion

EMPATHY MAP

WHO ARE WE EMPATHIZING WITH?

Casper: Er en up-to-date familie landmand, som går op i bæredygtighed og dyrevelfærd. Han benytter sig ydermere ofte af digitale platforme. Henry: Er en old-school landmand, som går op i bæredygtighed og dyrevelfærd. Han er ikke stor tilhænger af IT og holder sig egentlig helst fra det. De ejer og driver et landbrug bestående af køer, hvor de 4 gange om året har mulighed for at indtaste generelle data om landbrugets CO2 footprint for at få en oversigt over deres bæredygtige udvikling. De er ydermere respondenter af Arlas survey.

WHAT DO THEY NEED TO DO?

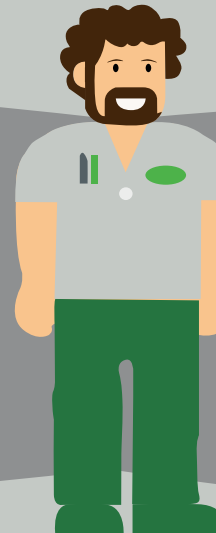
De skal sigte efter at have en mere bæredygtig mælkeproduktion, yderligere skal de overveje, om de vil være en del af Arlagården plus samt investere penge og tid i at forbedre bæredygtigheden i landbruget, og i hvor stort et omfang er de villige til at forbedre det. Ved at benchmarke den data, som de indtaster i survey'en, kan de måle deres success.

WHAT DO THEY SEE?

De ser, hvordan andre landmænd driver deres landbrug, hvor meget de producerer, og hvor bæredygtige de er. Endvidere ser de, at den almene borger siger, at landmænd er nogle miljøsvin, som udleder for meget CO2 og dermed ikke tænker på bæredygtighed. Dog ser de andre landmænd, som opfordrer hinanden til at være mere bæredygtige. Casper: Han læser og ser nyheder online og benytter sig af streamingtjenester. Henry: Han læser avisen, ser tv og hører radio.

WHAT DO THEY HEAR?

De hører den almene borger sige, at de ikke tager hensyn til miljøet og dyrevelfærd, og at de lever primitivt. Derudover hører de også, at det er godt, at de gør det beskidte arbejde, eftersom nogle skal påtage sig dét arbejde. Ydermere hører de, at de bliver opfattet som en befolkning, der er nede på jorden og imødekommende. Fra venner og kolleger hører de, at de yder et godt stykke arbejde. Vennerne fortæller også, de skal sætte mere tid af til venner og familie, hvor kollegaer giver råd til evt. forbedringer. Second-hand hører de, hvordan de fylder på vejene, hvordan deres landbrug lugter, sviner og larmer.



WHAT DO THEY SAY?

Vi har hørt landmændene sige, at de går meget op i dyrevelfærd og bæredygtig, og at den nuværende survey er uoverskueligt og tidskrævende. Det vi yderligere kunne forestille os dem sige er, at de ikke ville udfylde surveyen, hvis ikke de fik penge for det, eftersom den er for tidskrævende. Derfor forestiller vi os derimod, at hvis surveyen var mere overskuelig og ikke så tidskrævende, at de så gerne ville udfylde den uden at få penge for det, da de går meget op i bæredygtighed og dyrevelfærd.

WHAT DO THEY DO?

Det landmændene gør i dag for at være mere bæredygtige, er, at de bl.a. giver specialfoder, bruger biodynamisk gødning, samt bruger nyere og forbedret teknologi, som ikke påvirker miljøet i så høj grad. Det vi har observeret om landmændene er, at de er hårdtarbejdende, betænksomme (de tager sig af køerne), at de er glade for deres arbejde og deres køer.

WHAT DO THEY WHINK AND FEEL?

PAINS

Henry: Han er frustreret over, at folk ikke kan se, hvor godt et arbejde landmændene egentlig yder, og hvor meget de går mere op i bæredygtighed og dyrevelfærd. Casper: Han er trist, når mælkepriserne falder under budget, og når tiden ikke er der til at være sammen med familie og venner. De er begge frustreret over, at de skal bruge så meget tid på at udfylde survey'en.

GAINS

Landmændene er glade, når deres kunder og køer er glade. De ønsker at bruge mere tid på familie og venner, samtidig med at de drømmer om at blive endnu mere bæredygtige, samt at hele Arla-fællesskabet opnår deres mål for år 2050. Ydermere ønsker de, at folk ikke ser lige så meget ned på dem ift. Bæredygtighed og dyrevelfærd. Til sidst ønsker de også, at surveyen bliver mere overskuelig og mindre tidskrævende.



Indhold

Indledning

Problem-
stilling

Problem-
formulering

Metode

Research

Design

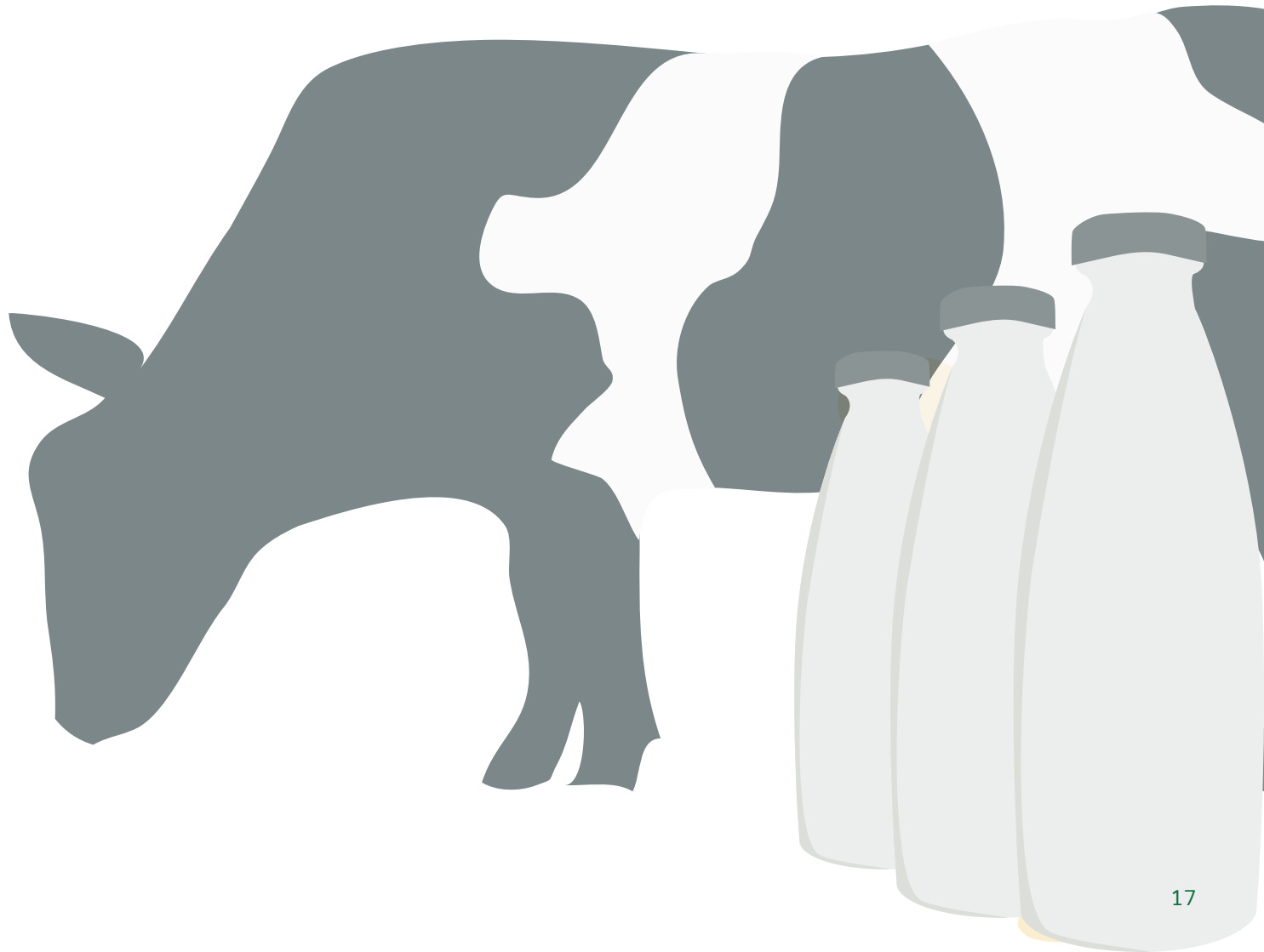
Interaktiv
Prototype

Konklusion

Experience Map (Gibbons, 2017)

Det Experience Map, vi har lavet, er af Arlas nuværende løsning på Arlagården® Plus. Her har vi taget de to landmænd gennem de forskellige stadier, der opstår inden og under deres indtastning af data samt beskrevet, hvad de tænker og føler under hvert af disse stadier.

Vi valgte at lave et Experience Map, da vi fra start af kendte formålet med Arlas nuværende løsning og store dele af, hvordan den fungerede, så vi kunne illustrere landmændenes oplevelse med denne og lære om ulemperne, som vi derefter kunne tage med videre til vores egen løsning.



Research

EXPERIENCE MAP

Indhold

Indledning

Problem-
stilling

Problem-
formulering

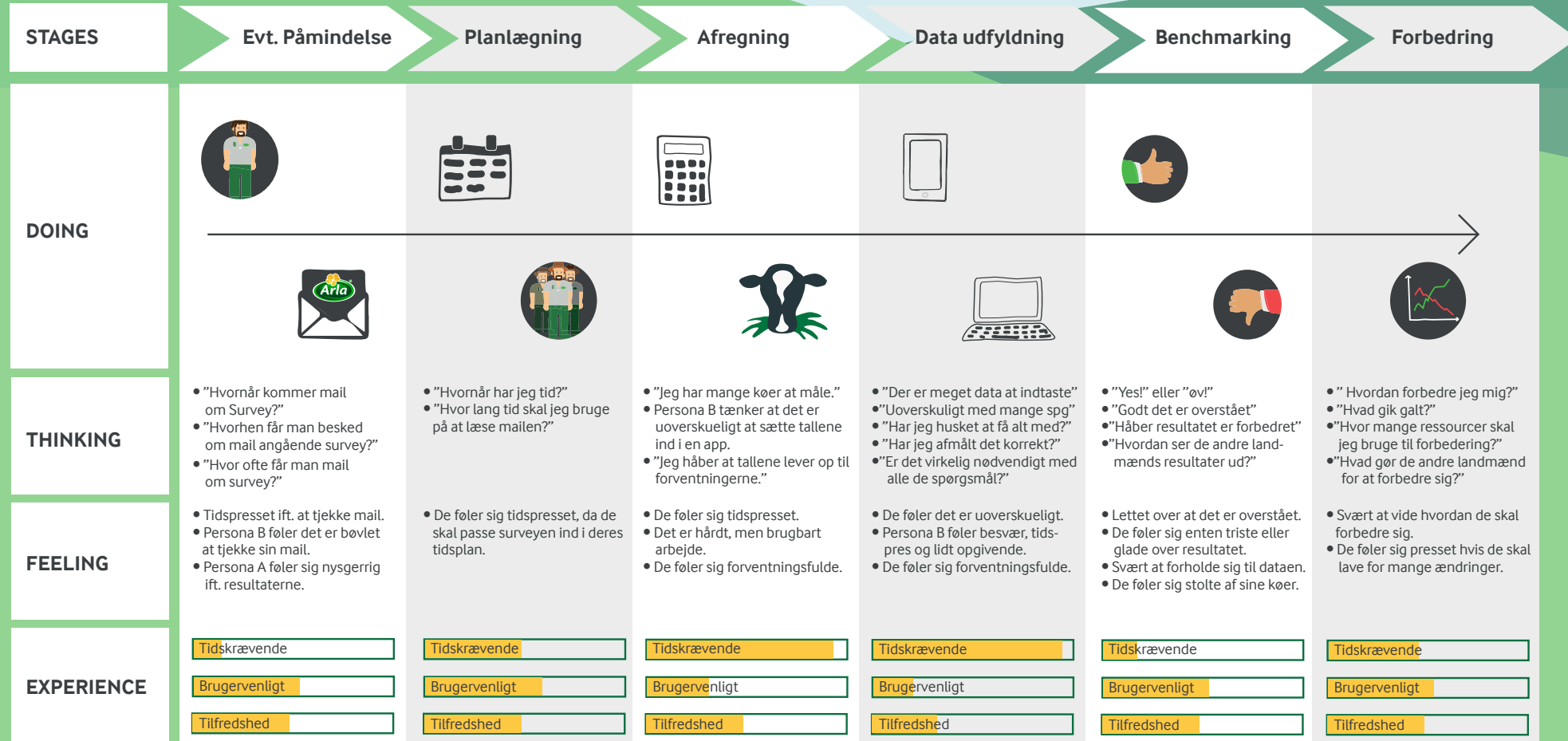
Metode

Research

Design

Interaktiv
Prototype

Konklusion



OPPORTUNITIES

Generelt

Give landmændene lyst til at udfylde surveyen.

Stage: Generelt

Give landmændene muligheden for at opsøge hjælp.

Stage: Generelt

Give landmændene en forståelse for hvad surveyen går ud på.

Stage: Indledning

Opmuntre landmændene til at få bedre resultater via tips og tricks.

Stage: Generelt

Påmindelse, planlægning, afregning

Give landmændene mulighed for at planlægge.

Stage: påmindelse/planlægning

Lave løsningen visuelt overskueligt, så landene får lyst til at lave surveyen.

Stage: Afregning

Lave løsningen overskueligt, tidsmæssigt, ift. antal spørgsmål.

Stage: Påmindelse/Afregning

Formulere evt. påmindelse på en måde, så det nudger landmændenes lyst til at gå i gang.

Stage: påmindelse

Dataudfyldning, Benchmarking, Forbedring

Opmuntre landmændene til at ville forbedre sine resultater.

Stage: Benchmarking/Forbedring

Give landmændene proaktivt lyst til at udfylde surveyen.

Stage: Dataudfyldning

Lave et visuelt design af "resultat siden", der gør at landmændene ikke mister modet.

Stage: Benchmarking



Indhold

Indledning

Problemstilling

Problemformulering

Metode

Research

Design

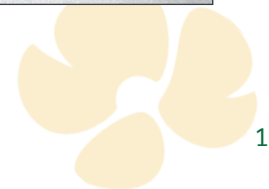
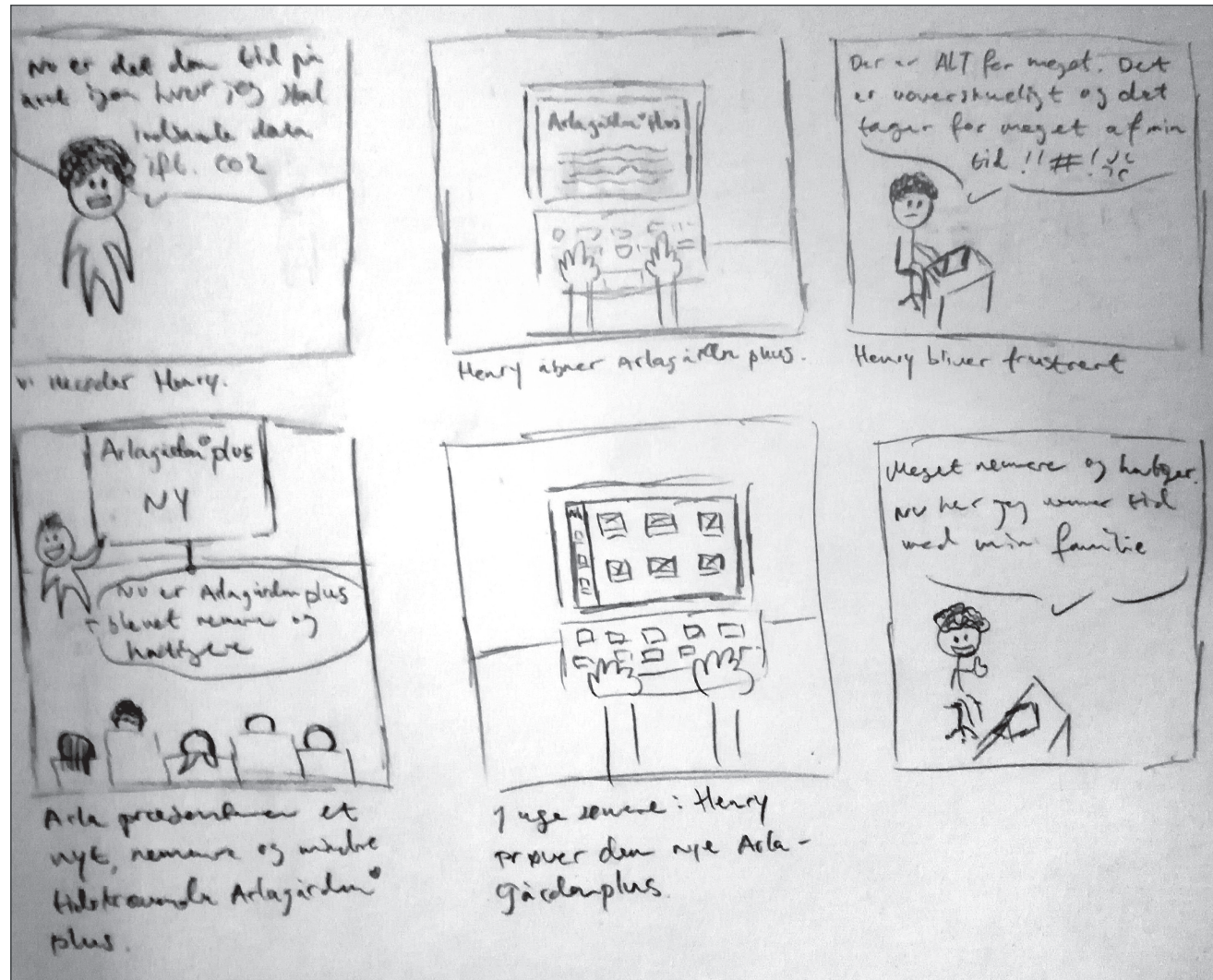
Interaktiv Prototype

Konklusion

Story Board (Babich, 2019)

Vi ville lave user stories, men da Arla allerede havde lavet alt forarbejdet (interviews og observationer) i forhold til målgruppen, valgte vi ikke at få indført dem.

Vi har derimod lavet et story board, der viser, hvordan vores løsning skaber værdi for begge vores personas.



Indhold

Indledning

Problemstilling

Problemformulering

Metode

Research

Design

Interaktiv Prototype

Konklusion

Tone Of Voice

Når vi overvejer vores tone of voice (Cummings, [n.d]), skal vi overordnet se på, hvad landmændene forventer. Eftersom vi desværre ikke havde muligheden for at observere eller interviewe vores målgruppe, kan vi kun tage udgangspunkt i de fremlagte personas, samt vores user mapping. Eftersom der er to personas, som har en ret forskellig digital forståelse og sprogbrug, kan der godt opstå en anelse konflikt. Persona A (Casper), er en del af den yngre generation og er som udgangspunkt ikke vokset op i et formelt og striks miljø, og forventer derfor ikke at møde et 'formelt' og 'professionelt' sprogbrug på vores løsning. Hvorimod Persona B (Henry), er en del af den lidt ældre generation, hvor tonen var anderledes end den er i dag. Af den grund skal der findes en kombination, som både Casper og Henry finder acceptabel. Hvis vi bruger slang, vil Henry måske se det som en fornærmelse, mens Casper ser det som noget sjovt. Dog vil begge personas se det som upassende på vores løsning, derfor er det udelukket at gøre brug af slang. Det kan også

diskuteres hvorvidt sproget skal være professionelt, eftersom Arla er en global virksomhed. Casper og Henry forventer en form for professionalisme fra Arlas side af. Spørgsmålet er bare i hvor høj en grad, at professionalisme skal spille en rolle. Hvis vi kombinerer professionalisme med det personlige og afslappede sprogbrug, rammer vi begge målgrupper. Et sprog, der i øjenhøjde, er med til at skabe en mere personlig kontakt eftersom.

Det kan gøres ved at vi laver personlige menupunkter som f.eks. "Mine resultater" i stedet for "Dine resultater", så landmændene kommer til at føle sig tilpasse, og ikke som en "brik" i en stor global virksomhed. Det er vigtigt at skabe en god kontakt, da det kan være en faktor der er med til at motivere landmændene til at svare på survey'en hvert kvartal. Brødteksten skal være informativ, og af den grund skal det formelle sprog fylde mere, end det skal i menupunkterne og overskrifterne. Brødteksten skal stadig være i øjenhøjde, så de ikke føler sig belært, men derimod inspireret. Hvis "mine" og "mig" bliver brugt

i en informativ brødtekst, kan det skabe mere forvirring end gavn. Af den grund bliver "Du" og "Dine" brugt. En anden ting, som begge personas ser godt på er, hvis overskrifter og call-to-actions er korte og kontante. Landmænd lægger generelt set ikke et filter på tingene, så de vil gerne hurtigt og præcist vide, hvor de er, og hvad de nu kan gøre.

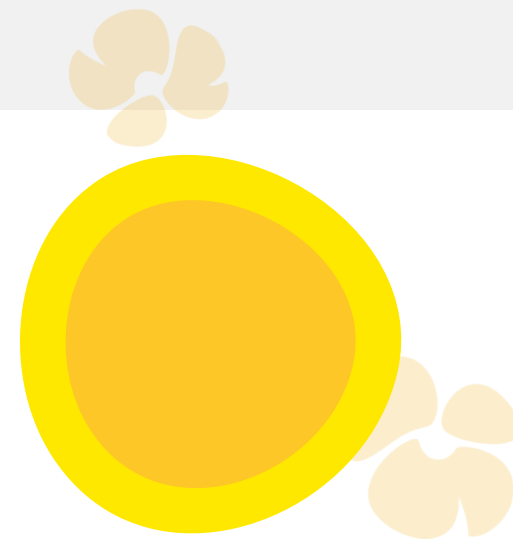


Delkonklusion

Ud fra vores research har vi dannet os et overblik over, hvordan Arla er sammensat, herunder deres relation til landmændene samt deres mål. Arlas mål er at blive CO2-frie i 2050 og har derfor brug for hjælp fra deres landmænd. Arlas løsning på dette er Arlagården® Plus, hvilket er et system hvorpå landmændene frivilligt kan dokumentere deres bæredygtige process.

Målgruppen er landmændene, som er en del af Arlagården® Plus. For at forstå deres perspektiv på Arlagården® Plus, tog vi dem gennem en user journey, som bestod af to user maps, et Empathy Map og et Experience Map. Ift. Empathy mappet kom vi frem til et bud på, hvordan vores løsning kunne minimere deres pains, ved at lave den illustrativ, så den øger brugervenligheden. I Experience mappet, fandt vi ulemper ved Arlagården® Plus' nuværende løsning, som vi tog videre med i vores egen løsning. Dette var bl.a. at de følte sig tidspresset, og at spørgsmålene var overskuelige.

Den måde vi vil komme i kontakt med målgruppen på, er at benytte den rigtige tone i vores sprog. Vi har derfor lavet en diskussion af, hvordan vores Tone of Voice bliver brugt. Her fandt vi frem til, at det var vigtigt for os at ramme både den yngre- og den ældre generation. Det kan vi gøre gennem et relativ professionel, men stadigvæk i øjenhøjde sprogbrug. Brugerne skal ikke føle sig tilside-sat, men derimod tænke at vores løsning er dedikeret til dem.



DESIGN





Indhold

Indledning

Problemstilling

Problemformulering

Metode

Research

Design

Interaktiv Prototype

Konklusion

Creative Brief

Inden vi gik i gang med at idégenerere på løsningsforslag, lavede vi et Creative Brief (Kolding, 2019), hvilket var vores fundament for, hvordan vi ville gribe dette eksamensprojekt an.

Hvad er formålet med hjemmesiden? Hvorfor?

Formålet med vores hjemmeside er, at gøre det nemmere for landmændene at indføre deres data i 'Arlagården® Plus'-systemet. Den skal inspirere/opfordre landmændene til at udfylde spørgeskemaet, uden at være til besvær (og evt. gøre det frivilligt). Derudover skal den informere landmændene om, hvordan de kan forbedre sig ift. at være mere bæredygtige. Yderligere skal vores løsning gøre det muligt, at landmændene kan benchmarke, så de kan se, hvordan de klarer sig ift. andre eller sig selv.

Hvem prøver I at komme i kontakt med?

Vi prøver at komme i kontakt med landmændene, som er en del af Arlagården® Plus.

Hvad vil I have dem til at vide?

Vi vil have landmændene til at vide i hvor stor en grad, de er bæredygtige, samt hvad, hvor og hvordan de kan forbedre sit CO2 footprint. Herudover også hvordan de klare sig ift. andre eller sig selv.

Hvad skal de føle og tænke? Hvordan?

Vi vil have landmændene til at føle, at hjemmesiden er overskuelig, intuitiv samt nem at navigere rundt på. Derudover vil vi ikke have, at de synes, det er træls at indføre deres data. Yderligere skal spørgeskemaet, på vores hjemmeside, ikke være alt for tidskrævende.

Alt dette vil vi gøre gennem et simpelt, brugervenligt og informerende design, samt ved at vores løsning befinder sig online til diverse devices (telefon, laptop, desktop), så man kan tage den med rundt til alle forundersøgelserne og indføre data med det samme. Yderligere vil vi have dem til at være nysgerrige over, hvor bæredygtige de er - så det ikke kun er for Arlas skyld, at de er medlem af Arlagården® Plus. Vi vil også nudge dem til at være mere bæredygtige, ved at de kan benchmarke med bl.a. regionen samt give dem tips og tricks til forbedringer.

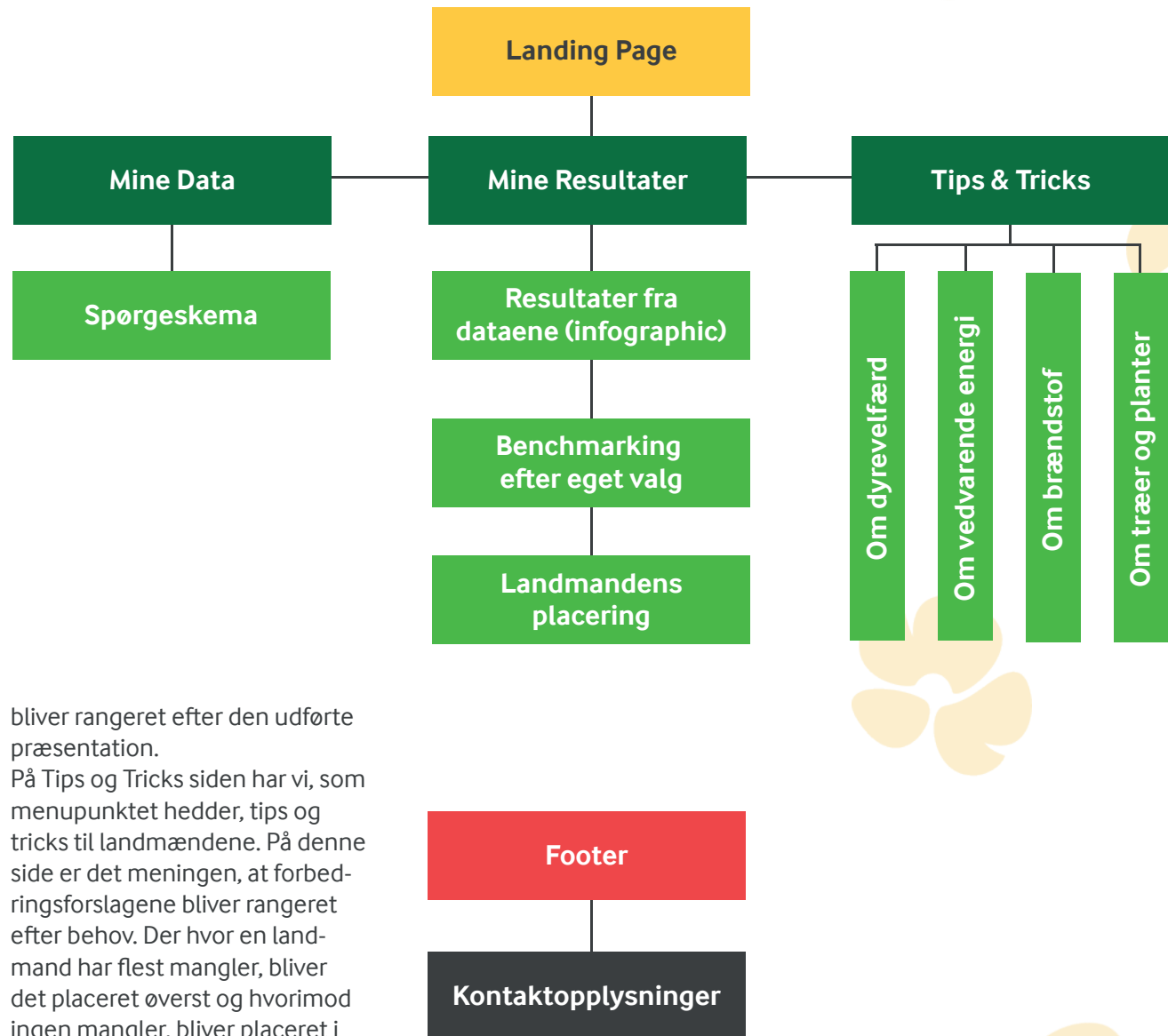


Informationsarkitektur

I eksamensbeskrivelsen var det beskrevet, hvad vores hjemmeside skulle indeholde af undersider og content. Disse ses hermed i vores IA-diagram.

Diagrammet illustrerer hierarkiet over menupunkterne, som ikke er en dropdown menu. Da hovedformålet er, at landmændene skal indtaste data, gav det mest værdi at sætte inputsiden (Mine data) som det første. Herefter valgte vi at sætte outputsiden (Mine resultater) som det næste, eftersom det er resultatet af inputsiden. Efterfølgende kommer tips og tricks siden, som er forbedringsforslag til output siden.

På outputsiden har vi valgt at have selve resultaterne som det første, eftersom det er dét, som landmændene forventer at finde på siden. Nedenunder er benchmarkingen at finde, da vi fik indtrykket af ved Arlas oplæg, at landmændene er meget konkurrencepræget. På baggrund af dette, tog vi skridtet videre og gjorde det muligt for dem at sammenligne sig med andre landmænd. Det har vi gjort muligt under benchmarking, eftersom landmændene



bliver rangeret efter den udførte præsentation. På Tips og Tricks siden har vi, som menupunktet hedder, tips og tricks til landmændene. På denne side er det meningen, at forbedringsforslagene bliver rangeret efter behov. Der hvor en landmand har flest mangler, bliver det placeret øverst og hvorimod ingen mangler, bliver placeret i bunden.

Indhold

Indledning

Problemstilling

Problemformulering

Metode

Research

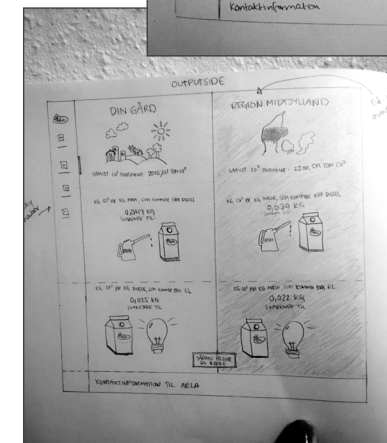
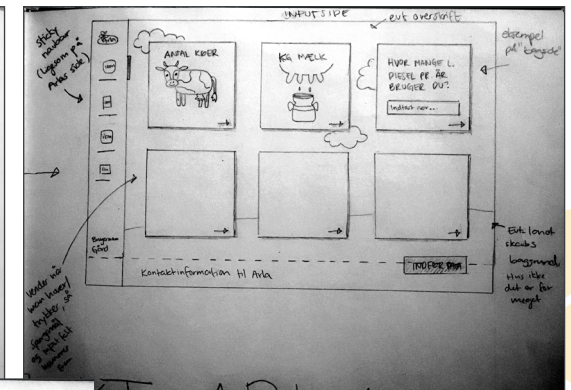
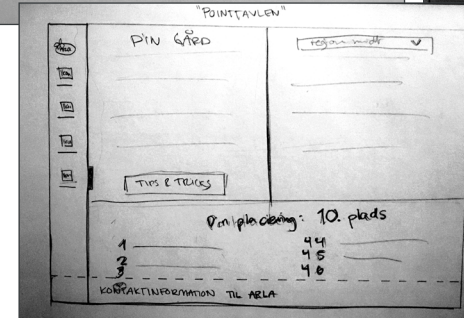
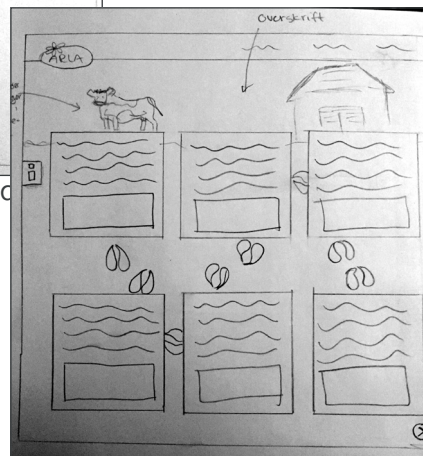
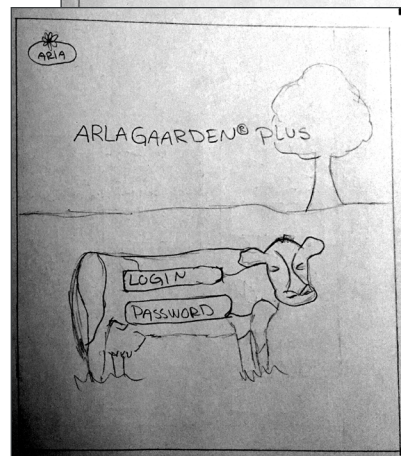
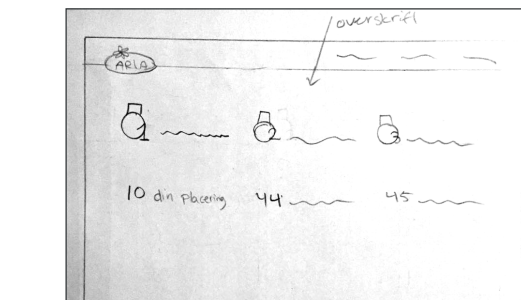
Design

Interaktiv Prototype

Konklusion

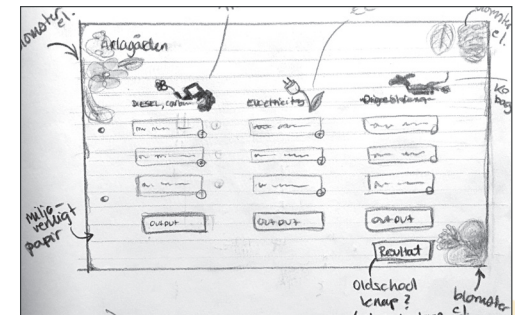
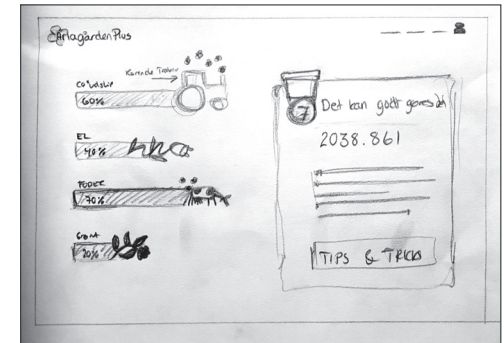
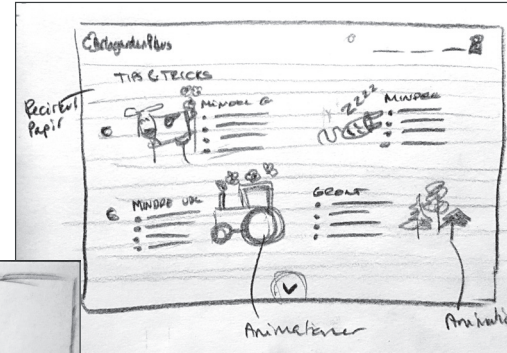
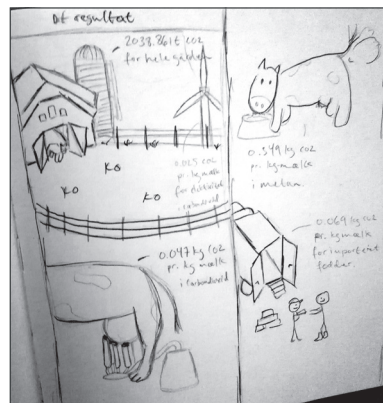
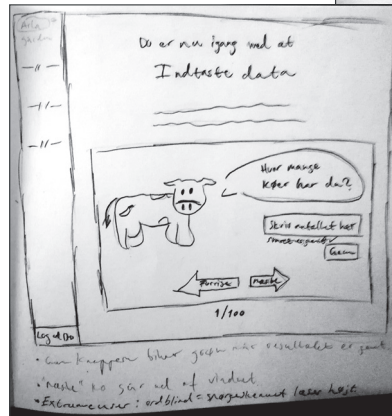
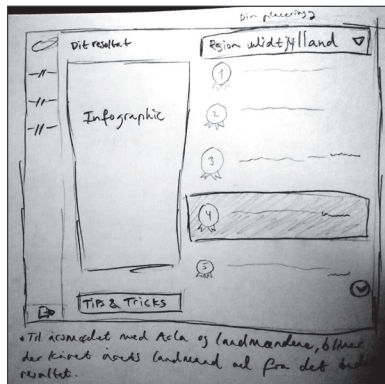
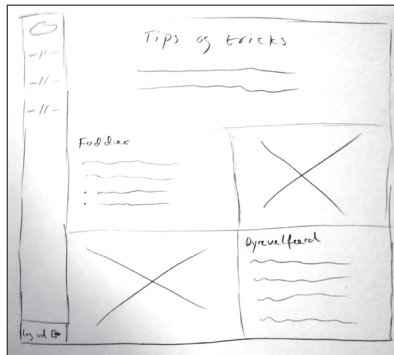
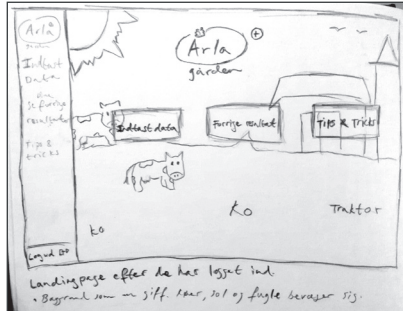
Skitsers/wireframes

Denne del var en ny ting for os, da vi her først skitserede på idéer til løsningen uden at lave en brainstorm inden. Vi startede ud med at skitsere hver især til en laptop:



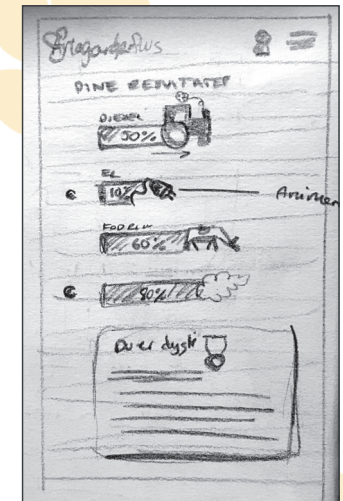
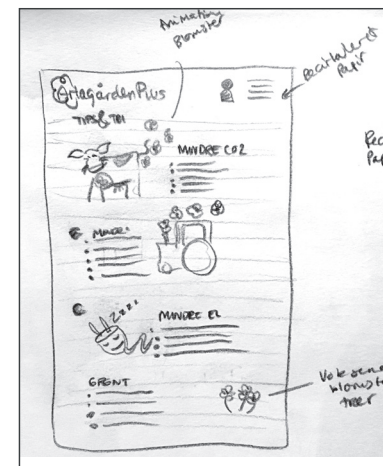
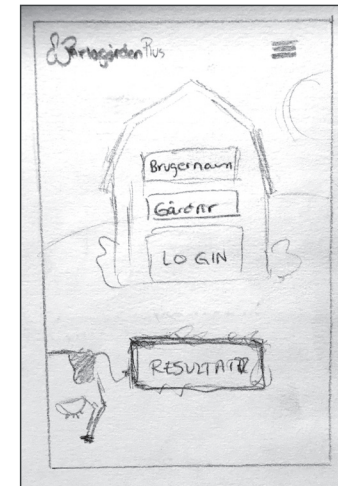
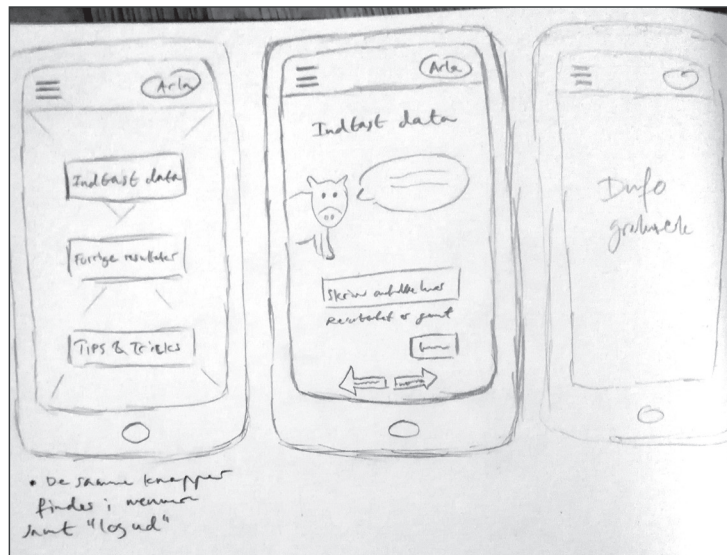
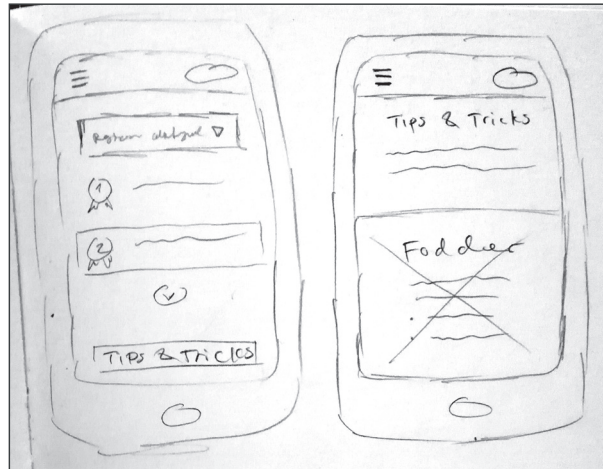
Skitser/wireframes

Laptop skitser fra hver især på gruppen.

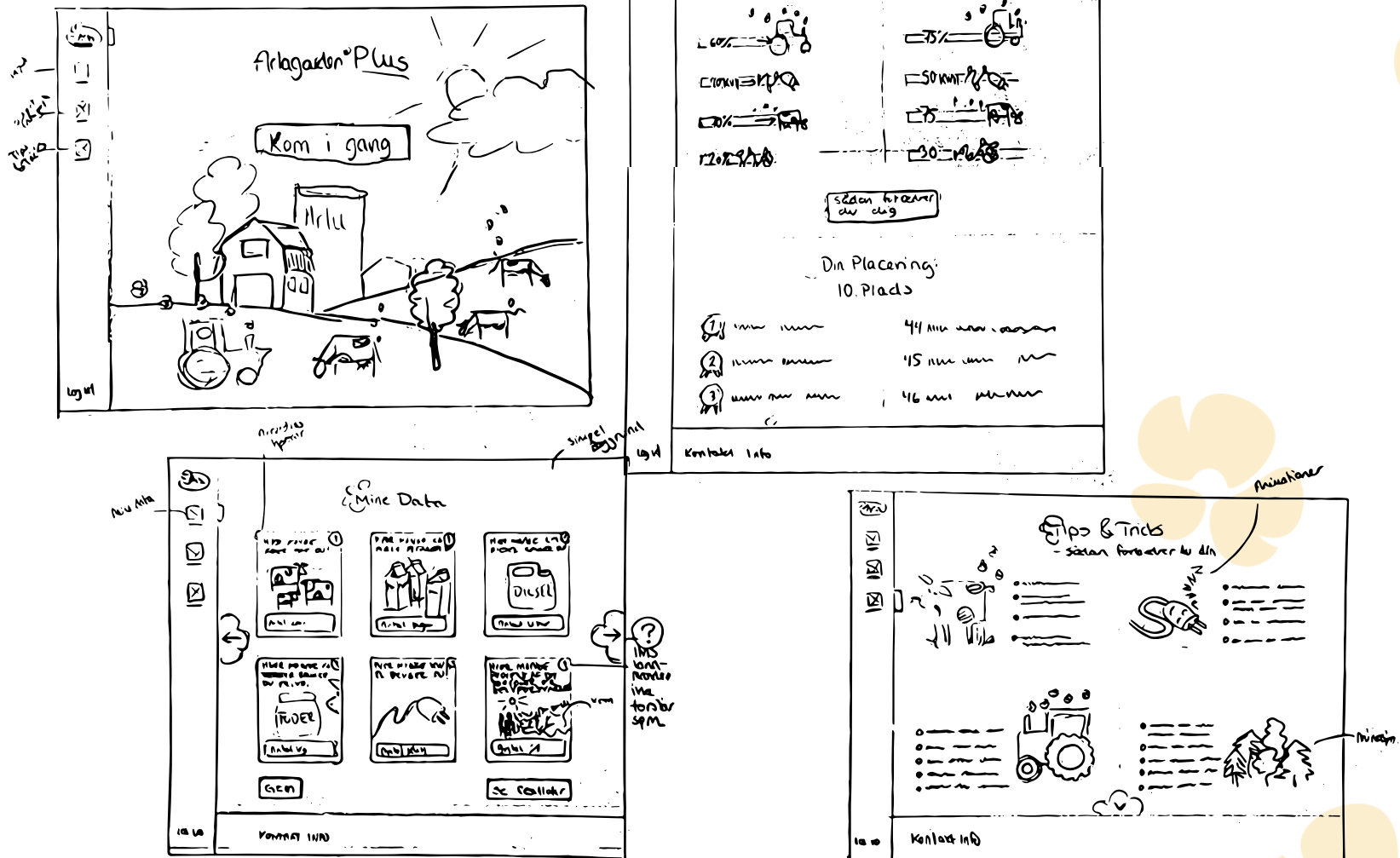


Skitser/wireframes

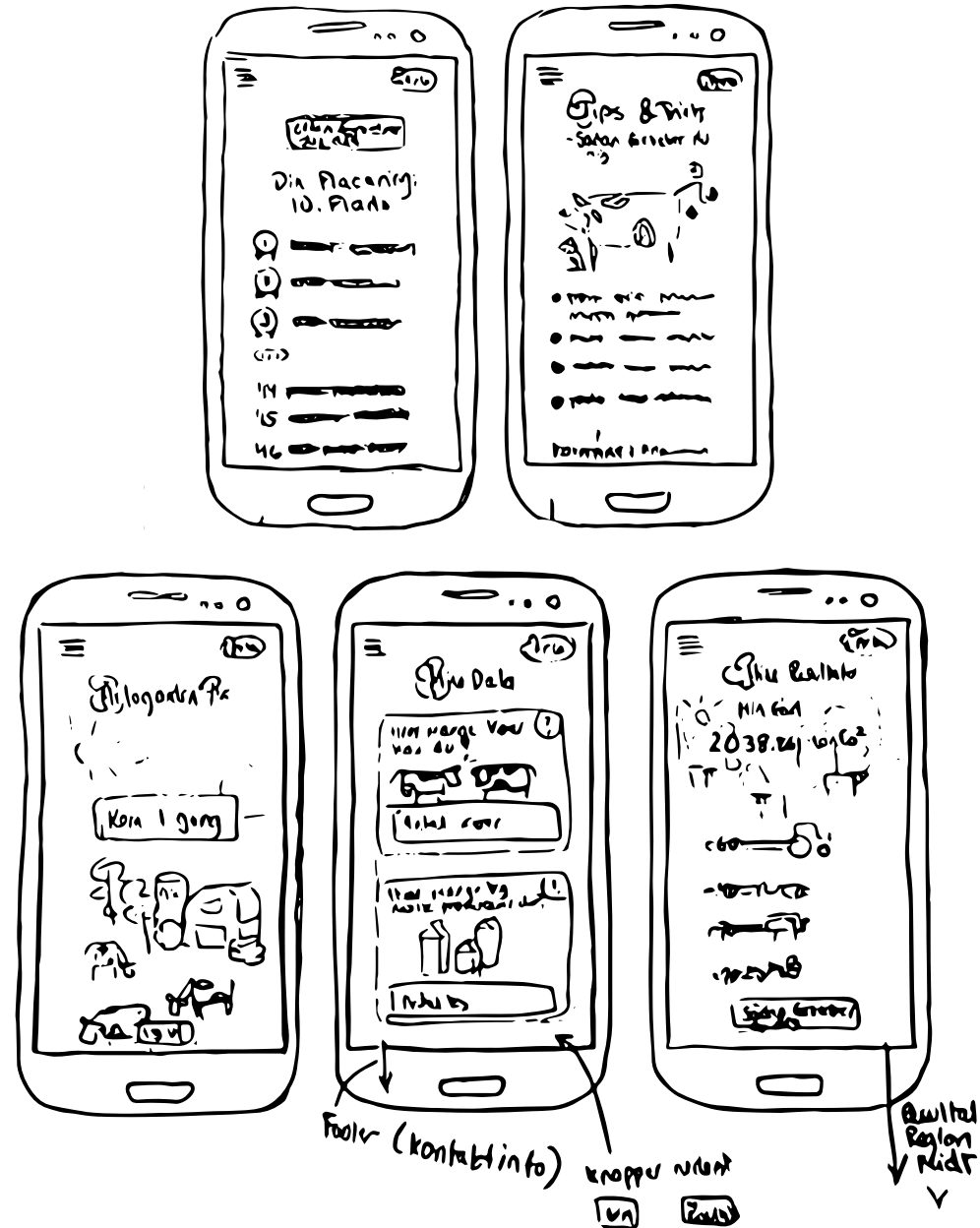
Mobil skitser.



Derefter præsenterede vi dem for hinanden og udvalgte de bedst præfererede dele af dem til en endelig skitse. Her til desktop:



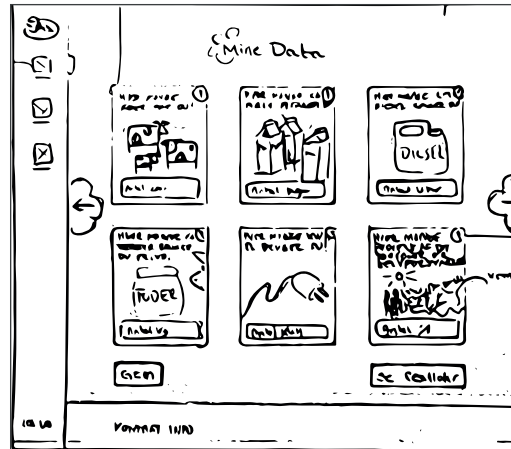
Her er vores mobil skitser:



Vi har lavet vores skitser i korrelation med strukturen på vores IA-diagram, dog har vi her glemt at illustrere, at vi havde tiltænkt en landingpage. Vi ville gerne have at landmændene ikke blev smidt direkte hen til input-siden, men at de derimod fik en behagelig og opmuntrende start på besøget. Vi har tiltænkt en landingpage, blot bestående af ét stort billede og en 'Call To Action'-knap.

I forhold til vores input-side har vi valgt at have survey'en som seks kasser. Dette har vi valgt for at gøre siden mest muligt overskuelig. Vi har tilføjet to pile for at indikere, at løsningen også kan bruges, når survey'en bliver udvidet. Desuden har vi valgt at tilføje spørgsmålstejn ved hver kasse, hvis der skulle opstå en tvivl ved det enkelte spørgsmål. Ydermere har vi tilføjet to knapper i bunden, så det er muligt for brugeren enten bare at gemme survey'en, eller se resultaterne efter alt data er indtastet.

Ved vores output side, har vi valgt at lave en todelt infographic, hvor brugeren visuelt har mulighed for at se, hvordan han klarer sig.

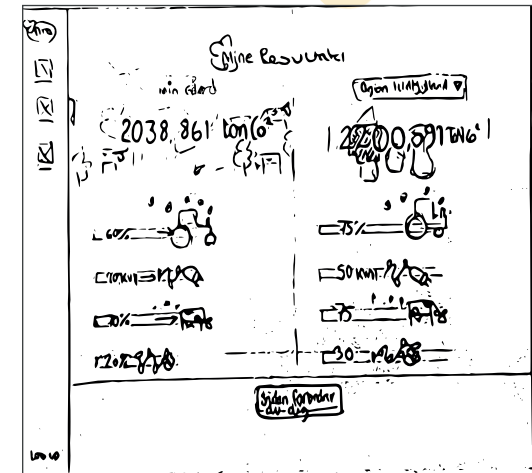


Input side

Den øverste del er tiltænkt at være statisk, hvor den samlede mængde CO2-udslip skal være i fokus. Den nederste del er tiltænkt som en animation, hvor graferne skal komme ind fra siden af. Vi har også valgt at inkludere et pointsystem. Dette har vi gjort for at motivere landmændene, både til at besvare survey'en hvert kvartal, men også til at forbedre sig. Vi er dog bekendt med GDPR-loven ift. at nævne landmændenes navne. Derfor har vi fået tilsendt tilhørende § (bilag 7).

Kort fortalt står der beskrevet, at vi under tilladelse fra brugeren, godt må oplyse deres navn,

såfremt at vi og landmændene begge er indforstået med, hvad der må og ikke må være vist på vores løsning. Landmændene kan til enhver tid frasige sig at have vist sit navn, og vi skal derved fjerne dette igen.



Output side

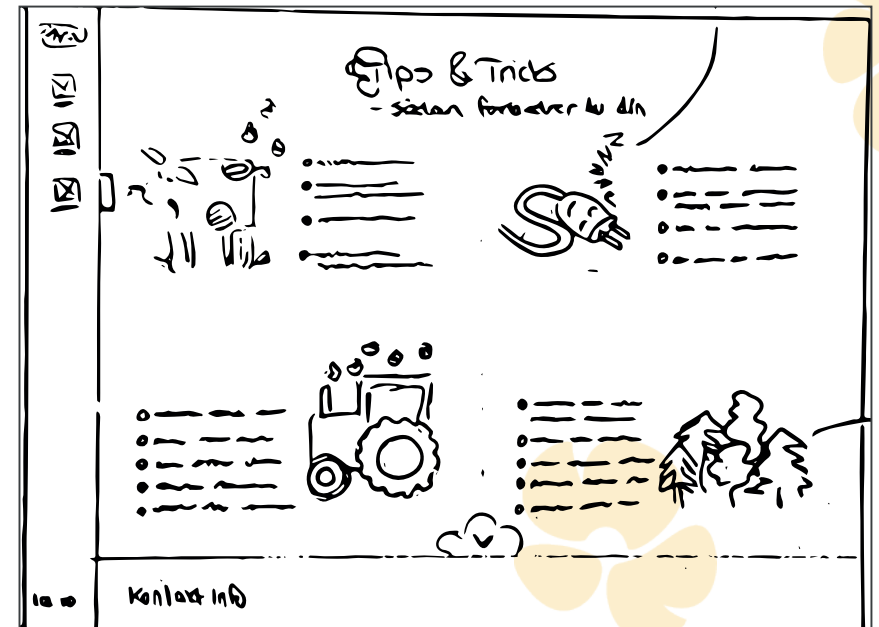
Din Placering: 10. Plads	
1. 1111111111	4. 1111111111
2. 1111111111	5. 1111111111
3. 1111111111	6. 1111111111
Kontakt Info	

Output side -pointsystem

Ved vores side med tips og tricks har vi valgt at have vores tekst i punktform. Der skal ikke være meget tekst, så det bliver uoverskueligt, derfor har vi også kun valgt at have to kolonner, for at illustrationerne skal være mere i fokus. Dette har vi valgt at gøre for at øge brugervenligheden.

Vi har tiltænkt et meget kantet design, for igen at skabe overskuelighed, men også for at videreføre det design, som Arla har på deres egen hjemmeside. For at skabe yderligere visuel identitet og sammenhæng mellem vores løsning og Arlas hjemmeside, har vi gjort brug af en lignende menu, som altså er placeret i venstre side.

Vores mobil-version af hjemmesiden er tiltænkt det samme design, dog med et anderledes layout, hvor der kun er gjort brug af én enkelt kolonne. Det gør læsbarheden lettere, da det er et lille device at se informationer på, og desuden skaber det også overskuelighed.



Tips & Tricks



Indhold

Indledning

Problemstilling

Problemformulering

Metode

Research

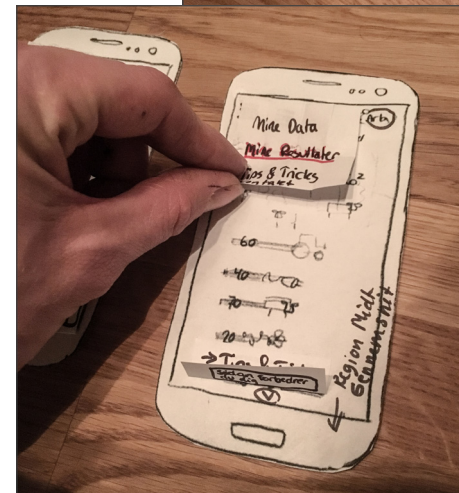
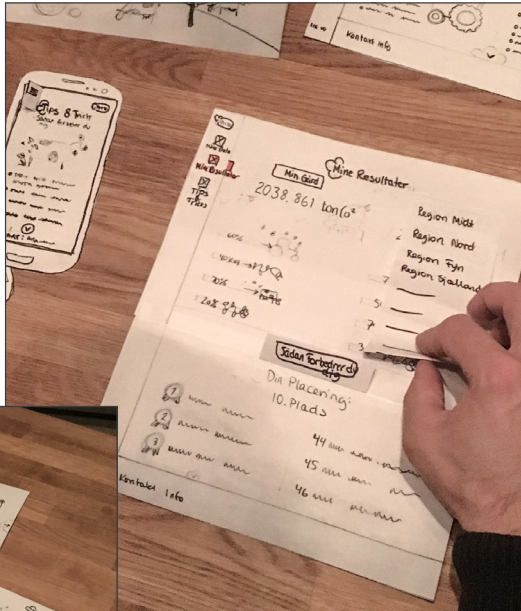
Design

Interaktiv Prototype

Konklusion

Brugertest

Vi fik testet vores skitser på 5 testpersoner. Som metode benyttede vi os af "Think-a-loud"-testen. Drop-down menuerne blev også lavet i papirform, så testpersonerne kunne få et indtryk af, hvad der skete, når de trykkede de forskellige steder.



Sider	+	-
Forside	Overskuelig og nem at finde rundt på. Enkel. Godt at der ikke er flere menupunkter. Man er ikke i tvivl om hvor man skal trykke, hvis man vil de forskellige steder hen.	Hvor er "min side/bruger muligheden"?
Input	Godt med illustrationerne, så man ved, hvad spørgsmålet omhandler. Nemt at se, hvor svarene skal skrives ind. Godt at der ikke er flere end 6 spørgsmål pr. side.	Måske kunne man lave et andet symbol for pilene? Noget mere enkelt? Behøver ikke illustrationer på pilene.
Output	Fungerer fint med illustrativt infographic. Godt at der bliver brugt genkendelige symboler. Fedt at man kan sammenligne med gennemsnit i de forskellige regioner. Spændende at se sin placering.	Medaljerne udtrykker lidt at man kan vinde en præmie. Hjælper nok at få navne på ved siden af.
Tips & Tricks	Fint med symboler der går igen på de forskellige sider. Godt med punkter og illustrationer, så man ikke "drukner" i tekst. Fint med 4 "emner" ad gangen på skærmen. Kan hurtigt blive for meget tekst.	

Skitse brugertest - Laptop

Sider	+	-
Forside	Enkel og illustrativt. Fint med fokus på "kom i gang" knappen.	Kan man komme ind på "min side" et sted?
Input	Fine symboler. Gode illustrationer. Godt med kun 1 kolonne, så tekst ikke bliver for småt.	Kan hurtigt blive uoverskueligt med 100 spørgsmål.
Output	Fin og overskuelig oversigt over resultaterne. Godt visuelt overblik.	Hvilke måleenheder er der snak om?
Tips & Tricks	Fint og beskrivende med punkter samt illustrationer, man har set før. Godt med de genkendelige illustrationer, der findes på hele sitet.	

Skitse brugertest - Mobil

StyleTile

Vi fik udleveret Arlas egen designmanual, som vi kunne tage udgangspunkt i eller inspiration fra. Derfor, baseret på Arlas oplæg, hjemmeside og designmanualen, har vi prøvet at skabe en lighed mellem alle førnævnte inspirationskilder, for at skabe den bedste identitet, som afspejler, at Arla er afsender.

Valg af farver

Fra designmanualen udvalgte vi Arlas egen grønne, røde og gule farver, men ændrede nuancerne på to grå farver, så de stemte bedre overens med vores idé om designet. Disse farver afspejler både vores vision for det visuelle, men også Arlas egen. Eftersom vi har valgt farver, der afspejler Arla, gør vi det samtidig brugervenligt i form af at persona B, især, ikke er forvirret over, hvorvidt han er endt på den korrekte side.



Valg af typografi

I vores valg af typografi var tvivlen ikke stor. Vi skulle have nogle fonts der afspejlede Arlas visuelle identitet og hvilken bedre måde at gøre dette, end at tage deres egne fonts - hvilket vi derved gjorde.

Valg af ikoner

Ligesom med vores valg af typografi, ville vi også gennem vores ikoner afspejle Arlas visuelle identitet. Dette har vi gjort ved at have ikoner i navigationsbaren, i footeren og ved brugeren, og ydermere have dem i samme stil som de ikoner, Arla selv har i deres designmanual. Vi har valgt her at bruge nogle sigende ikoner, som beskriver den tekst, de hører til.

Valg af knapper

For at videreføre Arlas visuelle identitet til vores løsning, kan noget så simpelt som knapper være med til at gøre en forskel. Vi har derfor valgt at videreføre udseendet fra Arlas knapper over til vores egne.

Valg af illustrationer

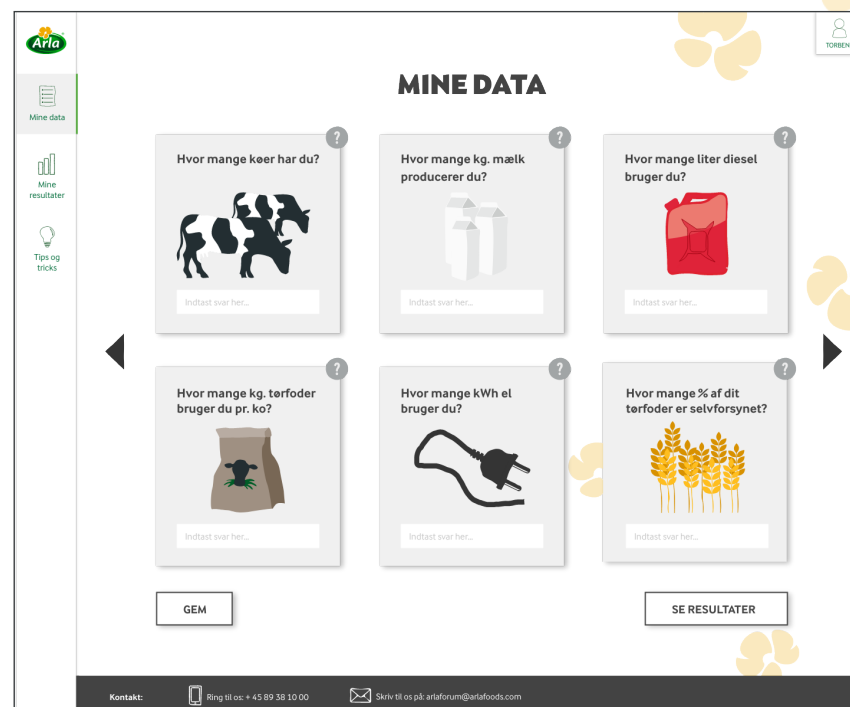
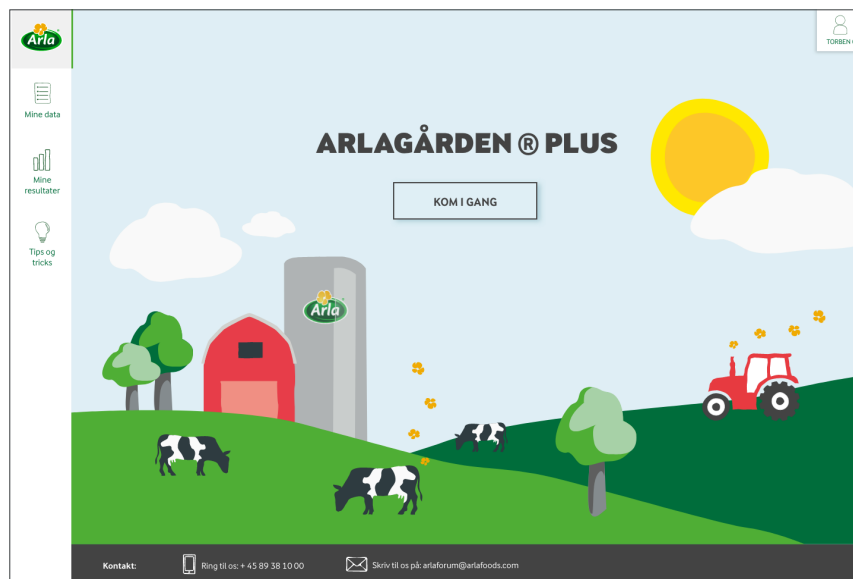
Vi har valgt kun at benytte os af illustrationer. Grunden hertil er, at vi gerne vil gøre hjemmesiden og oplevelsen så overskuelig og brugervenlig som mulig. Ved illustrationer er der ikke nogle forstyrrende elementer, ligesom der kan være ved et billede. I forhold til selve udseendet af illustrationerne har vi igen valgt at tage udgangspunkt i de ikoner, der er at finde i Arlas designmanual. Alle illustrationerne er bløde og uperfekte og, vi har ydermere valgt at lave dem i de farver, der er at finde i vores StyleTile. De af illustrationerne, vi ikke selv har lavet, har vi taget fra Arlas designmanual. Her er der bl.a. tale om vores gennemgående blomster, som stammer fra Arlas logo. Dem har vi valgt at placere ved alle de elementer, der udleder CO2 for at fremhæve Arlas mål om at blive CO2-frie. (evt billede?)



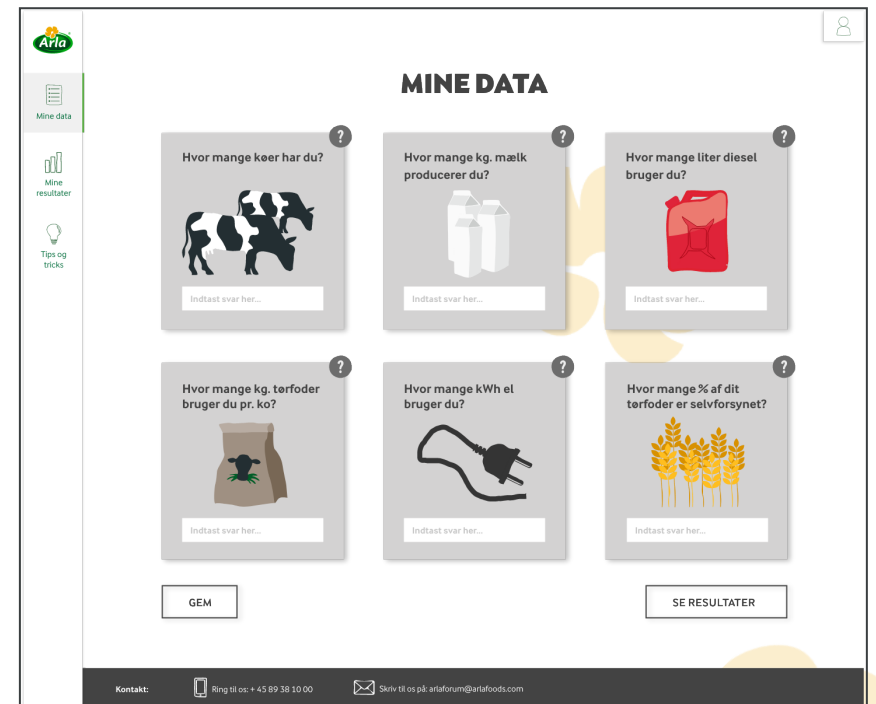
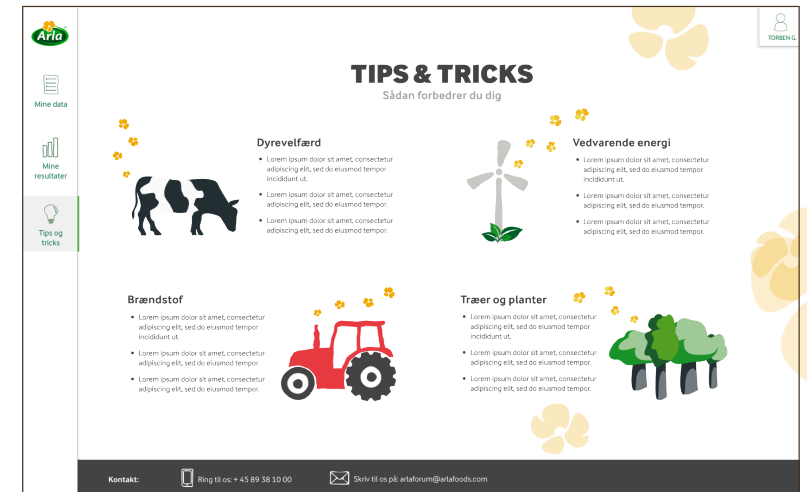
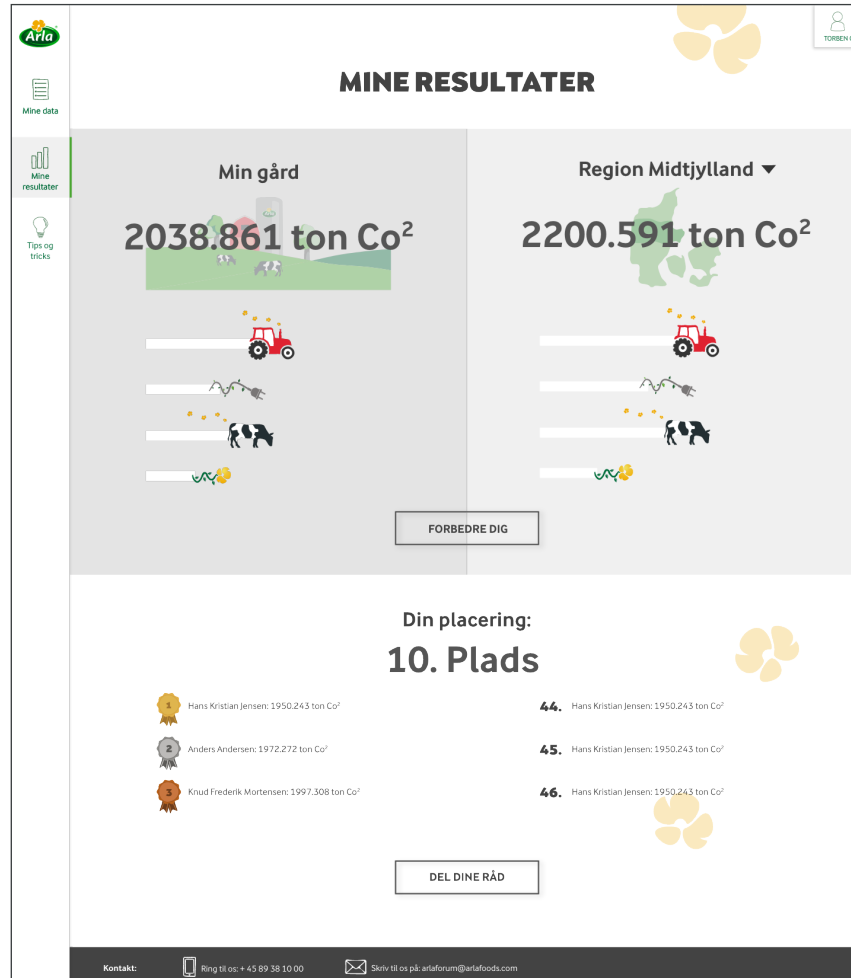
Mock-ups

Efter vi havde lavet wireframes/skitser og StyleTile, kunne vi gå videre til generering af mock-ups. Vi har valgt at lave dem i Adobe XD, eftersom det er et program, der hurtigt og nemt kan opsætte en testbar prototype. Herunder ses vores mockups:

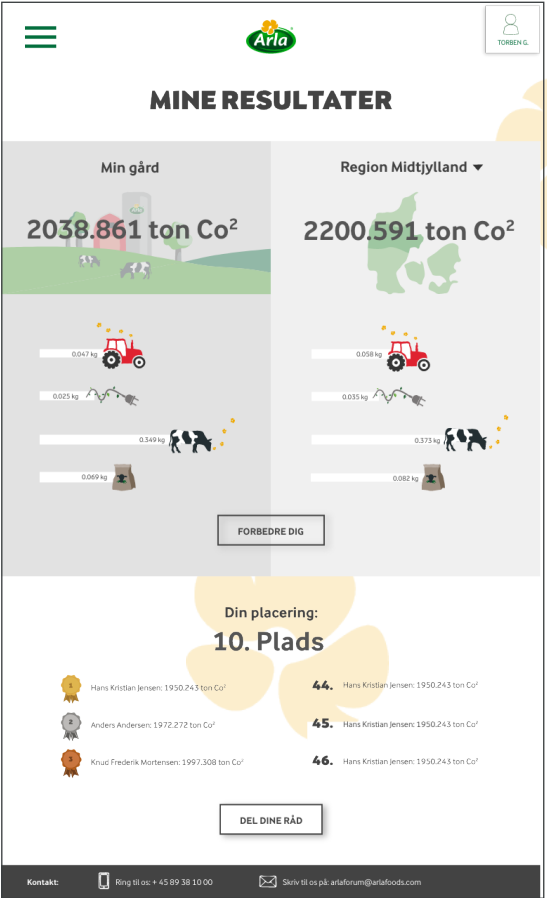
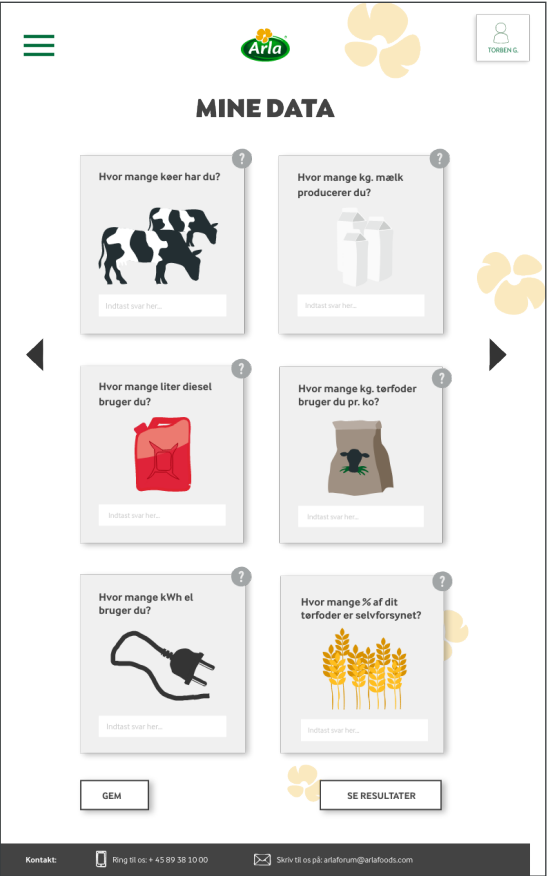
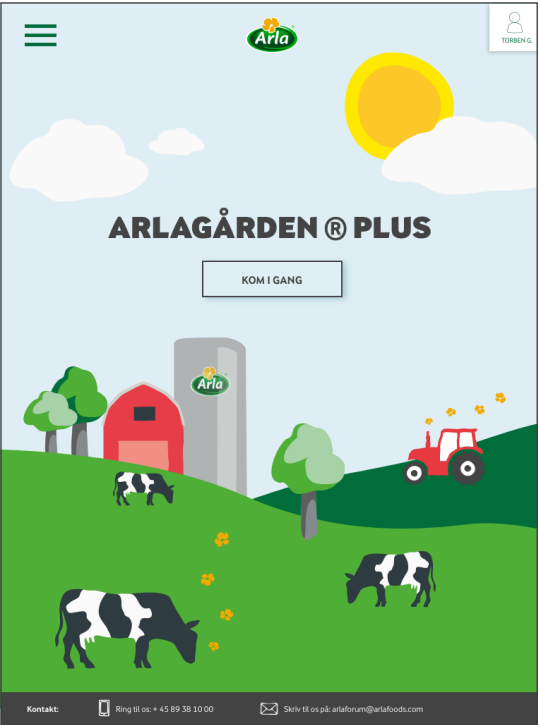
Laptop mock-ups



Laptop mock-ups



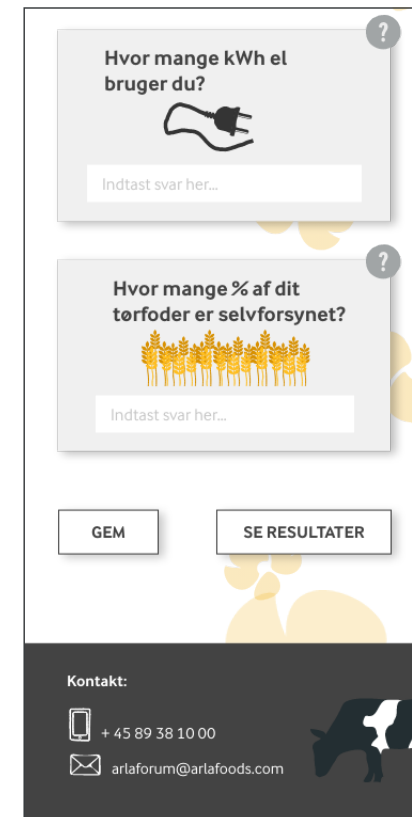
Tablet mock-ups



Tablet mock-ups



Mobil mock-ups



Mobil mock-ups

Indhold

Indledning

Problem-
stilling

Problem-
formulering

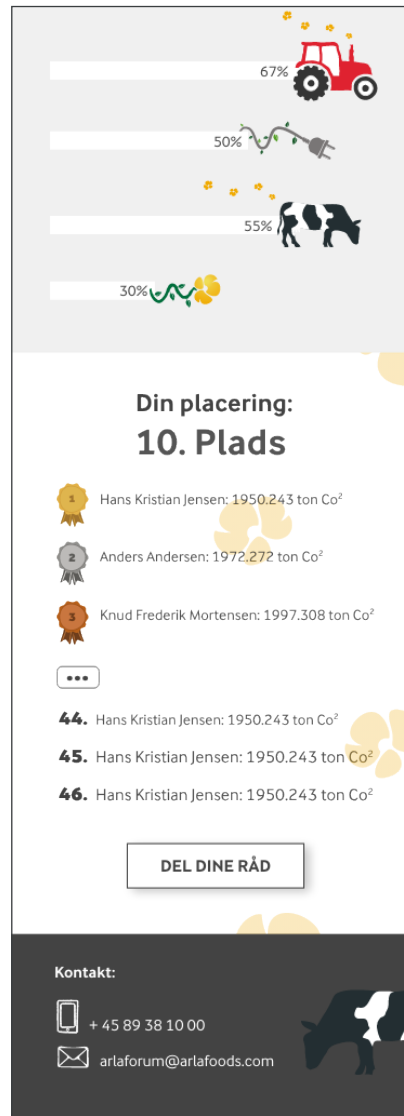
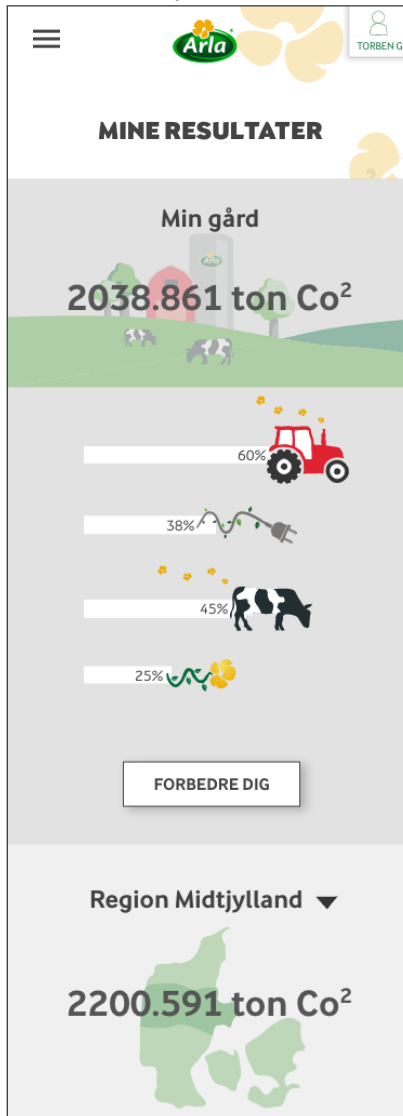
Metode

Research

Design

Interaktiv
Prototype

Konklusion



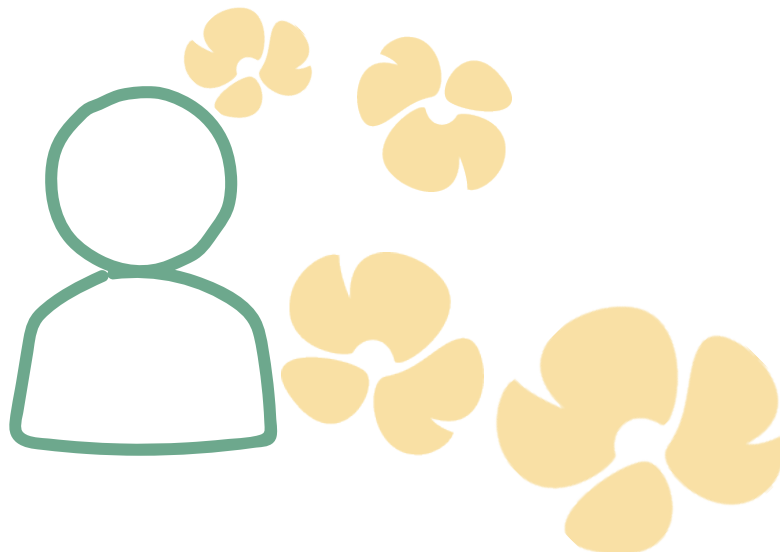
Anderledes fra skitser

Da vi udformede vores skitser, havde vi ikke tiltænkt, at der skulle være en baggrund på de enkelte undersider, da vi var bange for, at det ville blive for forstyrrende. Det var først da vi fik lavet mock-ups, at vi kom frem til, at det blev for tomt uden. Inden vi besluttede os for, at det var Arla-blomsten, der skulle udgøre baggrunden, legede vi med ideen om en baggrundsfarve.

Billeder af prøvelserne

Vi syntes at én farve som baggrund godt kunne gå hen og blive for kedelig, derfor afprøvede vi idéen med Arla-blomsten, og den fandt vi passende. Den hjælper med at fortælle, hvem afsenderen er, og sikrer brugerne, at de stadig er på den samme side.

Fra vores skitse til mock-ups har vi valgt at tilføje en bruger mulighed i form af et ludo ikon, da dette blev efterspurgt i vores brugertests. Vi har valgt at placere den oppe i højre hjørne, eftersom den befinder sig dér på Arlas egen hjemmeside. Denne beslutning er med til at skabe genkendelighed og brugervenlighed, da det altså er intuitivt for landmændene at lede efter den dér. Ikon valget er baseret på intuition, så brugeren ikke betvivler formålet, men at de straks kan se, at det er en bruger mulighed.



GEM

SE RESULTATER

GEM

SE RESULTATER

GEM

SE RESULTATER

GEM

SE RESULTATER

GEM

SE RESULTATER

En anden ting, vi også har været i tvivl om er, hvorvidt der skulle være forskel på vores to knapper på “mine data”-siden, så man kunne skelne mellem dem. Vi prøvede at ændre farve på den ene af knapperne:

Vi valgte dog at gå med, at de begge skulle være hvide, da den ene knap ikke har større betydning end den anden.

Gestaltlovene

Da vi lavede vores skitser og mock-ups, var vi meget fokuserede på at overholde de fem gestaltlove, da disse er en god retningslinje for at lave et overskueligt design.

For at gøre det overskueligt med de fem love på løsningen, har vi valgt at give hver lov en farve, med undtagelse af 'loven om figur og baggrund', da den er nemmere at forklare end at vise visuelt.

- Rød - Loven om nærhed
- Blå - Loven om lighed
- Sort - Loven om lukkethed
- Orange - Loven om forbundethed

Loven om figur og baggrund har ikke fået tildelt en farve.

Landing Page

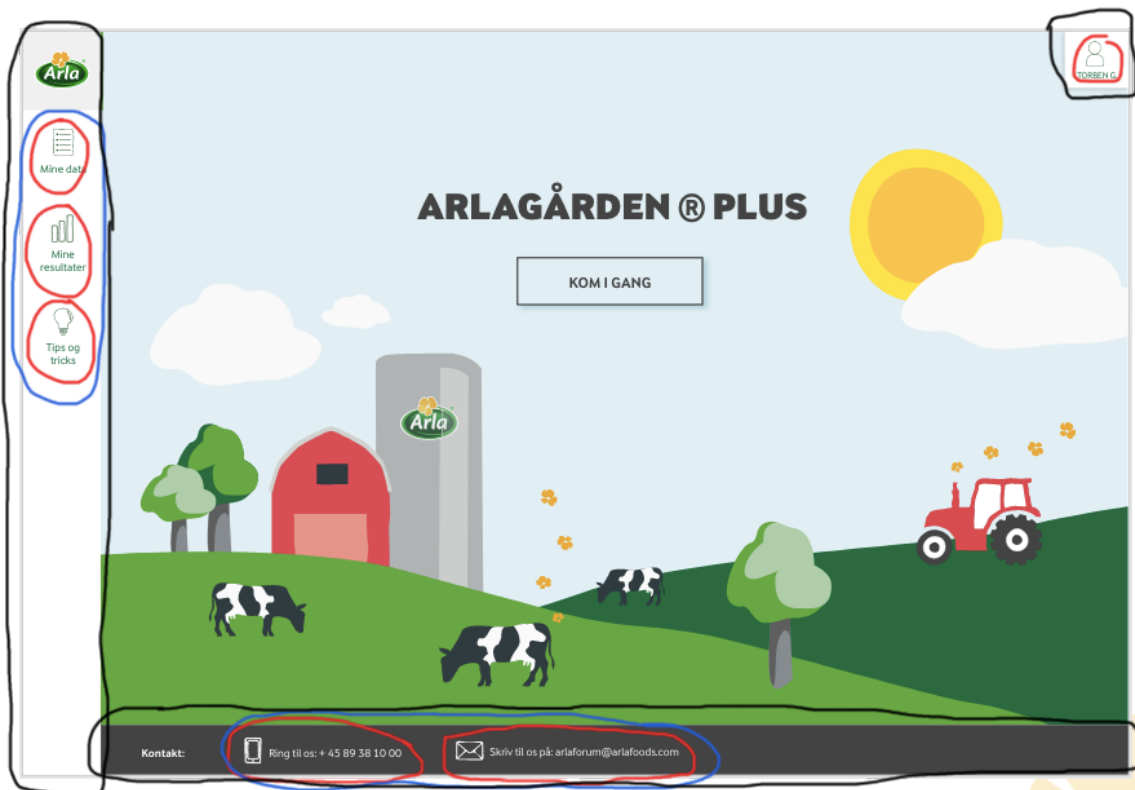
Som det kan ses er lovene om nærhed, lighed og forbundethed at finde på denne side. Nærhed at skabt ved, at vi sætter objekterne tæt på hinanden. Der er ikke tvivl om at 'Mine data's ikon og skriften hører sammen, hvilket også er gældende for de andre, hvor der er en rød ring omkring.

Loven om lighed er finde, da dem med den blå ring ligner hinanden.

De har samme farve, størrelse og ikon med tilhørende tekst.

Loven om lukkethed er skabt, ved at vi har sat objekterne, der hører sammen, i en ramme ved hjælp af en farve. I footeren er der en grå ramme, og navbaren er hvid med en skygge.

Landing page



Input side

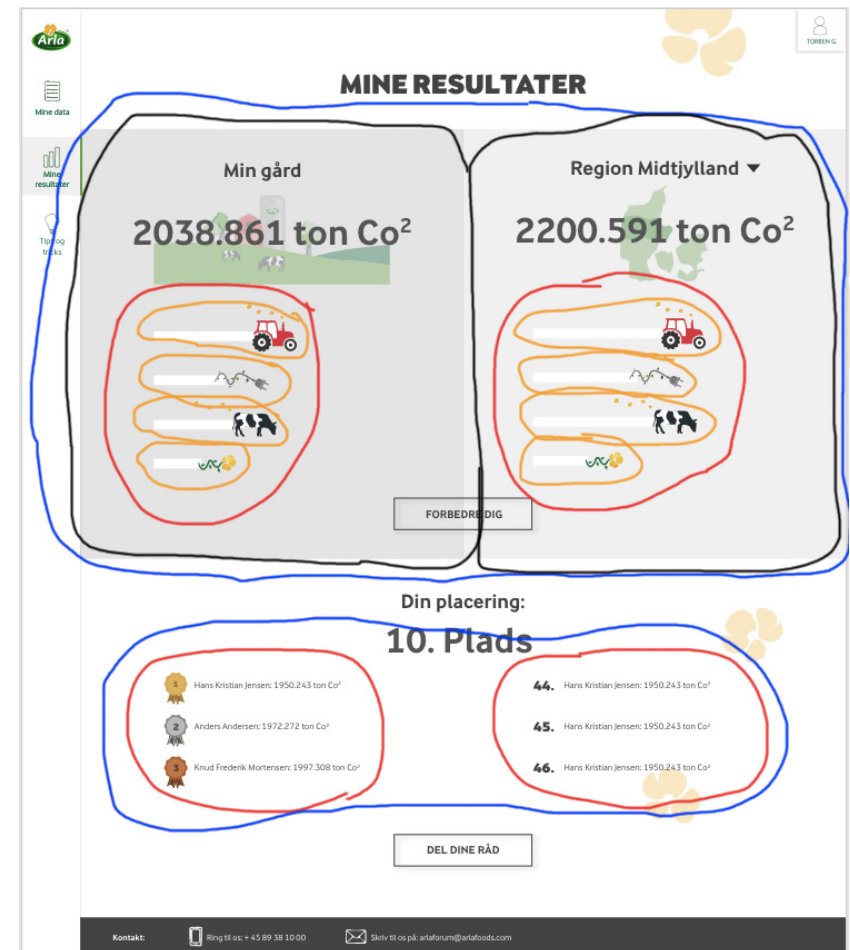
Som det kan ses er loven om nærhed, lukkethed og forbundethed nogenlunde det samme. De er gældende, da objekterne står tæt sammen, de har en ramme og er dermed forbundet. Lighed er ligeledes at finde, eftersom de seks rammer alle sammen ligner hinanden med størrelse, figur og baggrundsfarve. Loven om figur og baggrund er opfyldt i og med, at baggrunden er lysere end selve objekterne. Objekterne har en ramme med skygge og viser derved, at den er i forgrunden.

Output side

Loven om nærhed er skabt ved, at objekterne er tæt placeret på hinanden og dermed hører sammen. Loven om lighed kan ses ved, at objekterne ligner hinanden, både på udseende med form og farver, men også på placering. Loven om lukkethed er også at finde ved benchmarking i og med, at der er tydelige rammer og kasser, som indikerer, hvad der hører sammen.

Loven om forbundethed er opfyldt, da selve ikonet har et forbindende element på, som skal oplyse hvor godt, man har klaret sig. Man ved derfor, at tallet, der kommer frem, har sammenhæng med ikonet. Ydermere er figur og baggrund igen tydeliggjort på denne underside.

Input side

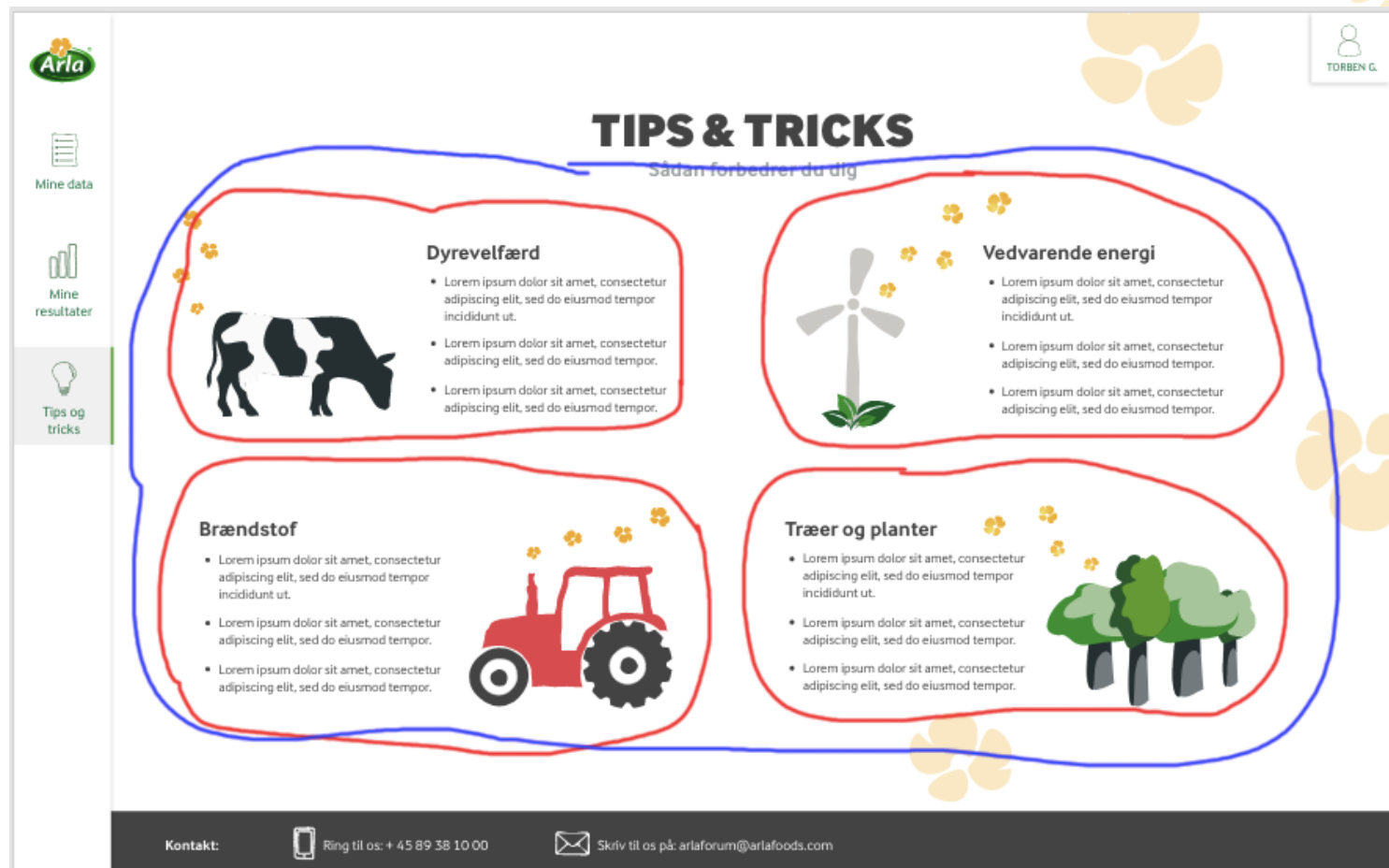


Output side

Tip og Tricks side

På tips og tricks siden er loven om nærhed og lighed de mest fremtrædende. Disse er opfyldt, eftersom man ikke er i tvivl om, hvad der hører sammen. F.eks. Ved "Dyrevelfærd" er koen og teksten placeret nær hinanden. Alle de fire punkter under tips og tricks ligner hinanden på opsætningen og størrelsesforholdene.

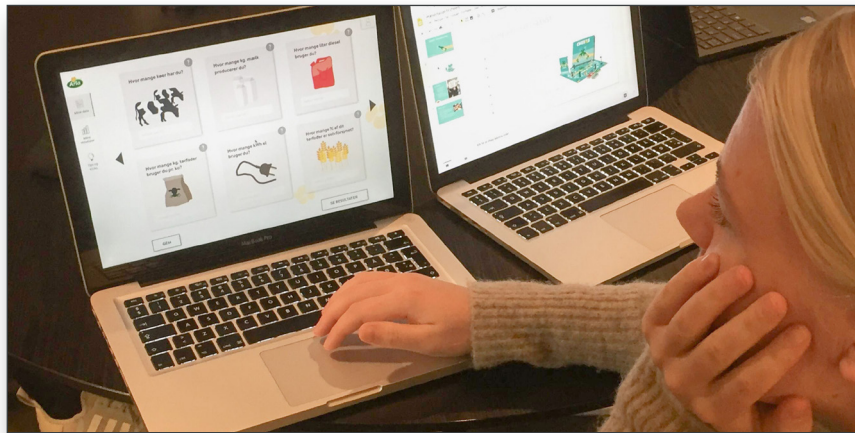
Til sidst er loven om figur og baggrund ligeledes opfyldt, som på de andre sider.



Brugertest

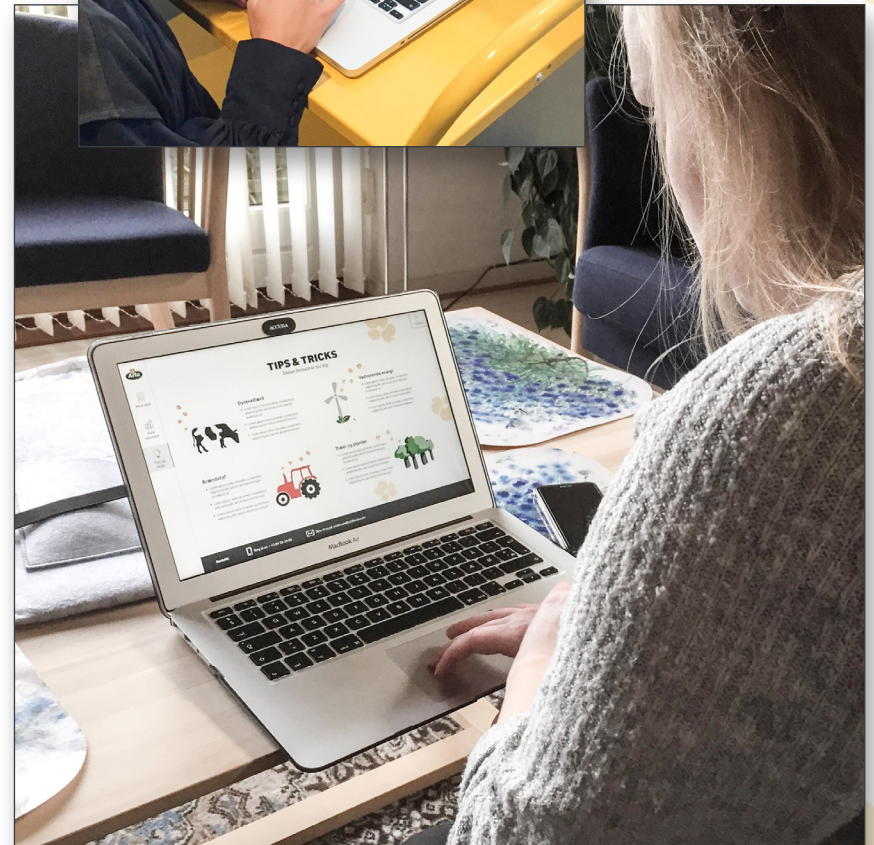
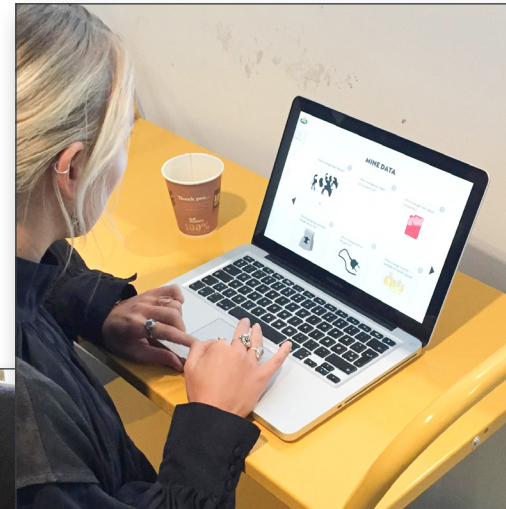
Brugertest på “ikke-landmænd”

Da vi var færdige med vores mock-ups i god tid ift. hvornår vi skulle teste på vores målgruppe, valgte vi også at teste dem på folk uden for målgruppen. Ved at gøre dette kunne vi også få nogle mere “professionelle” øjne på vores løsning, hvor testpersonerne muligvis ville have fokus på nogle andre ting en målgruppen.



Nogle af de ting, vi valgte at tage med videre fra denne feedback var først og fremmest at have en tekst under vores bruger (log-in), så der ikke var nogen tvivl om, hvad dens egentlig formål var. Derudover blev det også påtalt til vores tips og tricks side, at koen vendte den forkerte vej (at det lignede, at den var på vej ud af billedet), og at der skulle være mindre padding mellem teksten og illustrationerne.

En sidste ting, der blev foreslået var, at vi kunne tilføje et afsnit, hvor landmændene havde mulighed for at dele deres egne råd med hinanden. Selvom de er meget konkurrencepræget, går de stadig meget op i, at alle skal klare sig godt, da det er det, som Arlas landmænd tjener deres penge på. Vi har valgt delvist at tilføje denne mulighed til vores prototype i og med, at knappen, hvor man kan komme hen til undersiden, er at finde, men undersiden er ikke blevet implementeret.





Indhold

Indledning

Problemstilling

Problemformulering

Metode

Research

Design

Interaktiv Prototype

Konklusion

Brugertest på landmænd

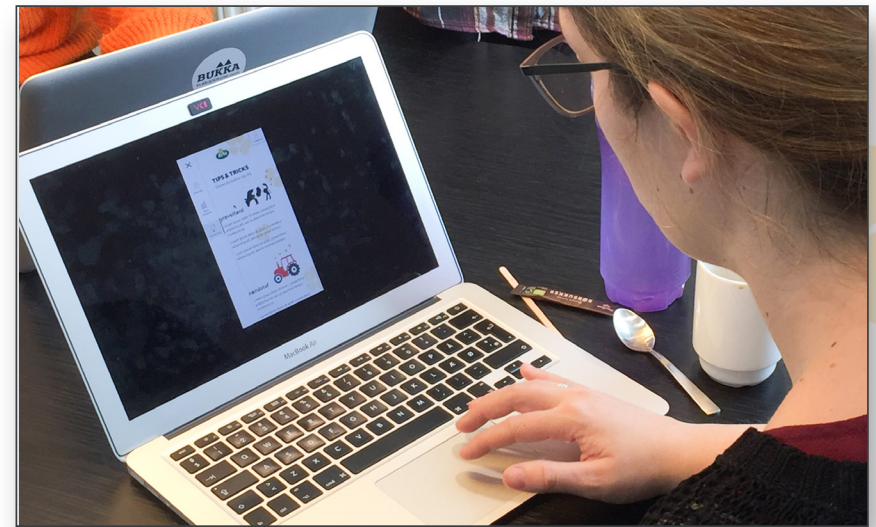
Vi var så heldige at få lov til at teste på kommende landmænd samt landbrugsstuderende. Vi testede i alt på fem personer, bestående af to grupper på to personer og én som var alene.

Gangster-test

I skemaet ses de spørgsmål vi stillede under Gangster-testen samt point uddelingene, herunder også de samlede point.

Testpersoner	Point uddeling		
	A	B	C
Spørgsmål			
Hvilken side er du på?	3	3	3
Hvilke overordnede sektioner er der på siden?	3	3	3
Hvilken underside befinder du dig på?	3	3	3
Hvilke muligheder har du på denne underside? (menuer, genveje, knapper, funktioner)	3	3	3
Hvor er du i den samlede struktur og hvordan er du kommet dertil?	2	3	2
Kan du søge på siden? Hvor henne? Får du de forventede resultater?	0	0	0
Samlet point	14	15	14

Ud fra denne test fik vi konstateret, at vores navigation, samt deres tilsvarende indhold var nem at finde rundt i og forstå. Vi har som udgangspunkt ikke valgt at indføre en søgefunktion i vores løsning, da testpersonerne ikke mente, at det var nødvendigt. De foreslog dog, at hvis der skulle være én, ville det være rart at have den under "Mine data", så man kunne søge på et specifikt spørgsmål. Da vores løsning kun viser seks datainput, er den ikke videreført til vores prototype, dog er det noget vi har tænkt, at man kunne videreudvikle på.



Indhold

Indledning

Problemstilling

Problemformulering

Metode

Research

Design

Interaktiv Prototype

Konklusion

- ✿ "Det er informativt med illustrationerne"
- ✿ "Fint at man kan se bunden af placeringsordningen"
- ✿ "Kan godt lide konceptet med placeringsordningen"
- ✿ "Nemt og overskueligt, pga. illustrationerne"
- ✿ "Godt med laptop og mobile version"
- ✿ "Nemt at finde kontaktoplysninger"
- ✿ "Den bedste løsning vi har set af alle i dag"
- ✿ "Tonelegen i 'kom i gang' er god, kort og kontakt. Det foretrækker de fleste landmænd"
- ✿ "Kan godt lide man kan dele råd"
- ✿ "Kan godt lide der er Arla blomster i stedet for røg og os"
- ✿ "Godt der er mange illustrationer, og ikke så meget tekst — det er godt til de ældre landmænd"
- ✿ "Meget pædagogisk, hvilket er rigtig godt til de ældre landmænd. Ingen forvirring"
- ✿ "Godt med illustrationer i hver kategori på resultat siden"



- ✿ "Er det overhovedet relevant at vise navnene?"
- ✿ "Er den også egnet til udlandet, eftersom det er en Amerikansk lade?"
- ✿ "Skal man gemme før man kan se resultaterne? Eller skal man se resultaterne før man gemmer?"

- ✿ "Ikke så stor interesse for placeringsordningen"
- ✿ "Forsiden kan måske godt virke lidt barnligt, evt. som et spil — for de ældre mænd"
- ✿ "Køer bøvs, de prutter ikke"
- ✿ "Gem og bliv knap, og Gem og luk knap"
- ✿ "Kunne være godt med en søge knap på forsiden"
- ✿ "Trykke på regionerne på kortet og den vælger regionen"
- ✿ "2 rangeringer — 1 til anonyme og 1 til de navngivende"
- ✿ "Rådene skal sendes til evaluering ved Arla"
- ✿ "Evt. log ud knap i navnbaren"
- ✿ "Gemmer automatisk data"
- ✿ "Evt. introguide på forsiden til første gang man besøger siden"



Think-a-loud test

Eftersom vi fik en del feedback under testene, opstillede vi det i et Feedback Capture Grid, for at vi kunne få en bedre oversigt.



Indhold

Indledning

Problemstilling

Problemformulering

Metode

Research

Design

Interaktiv Prototype

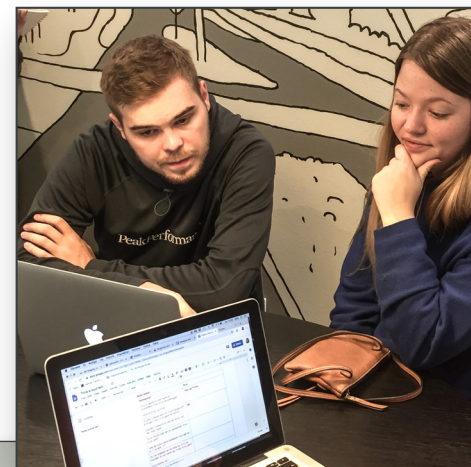
Konklusion

Testpersonerne gav os ros for vores illustrative design. De syntes, at illustrationerne gjorde vores løsning overskuelig. Vi observerede bl.a. også at testperson B kiggede på illustrationerne, før hun læste selve spørgsmålet under "Mine data".

Der hvor der var størst forvirring, var ved knapperne på "Mine data"-siden. Som det kan ses i vores mock-ups indikerer knapperne, at man kan gemme eller se resultaterne. Her var alle testpersonerne i tvivl om, hvorvidt man skulle gemme de indtastede data før, man kunne se resultaterne, om den gemte automatisk eller, om de skulle se resultaterne, før dataene blev gemt. Desuden blev det også påpeget, at køer ikke prutter, men bøvser (bilag 3). Disse valgte vi at lave om, for at sikre at knapperne

samt køernes CO2-udslip ikke blev misforstået. Ovennævnte ændrede vi på vores interaktive prototype i WordPress. Her flyttede vi blomsterne fra køernes ende til front, samt omformulerede knapperne til "Gem og bliv" og "Gem og se resultater". Herunder skal vores løsning også have den funktion, at den gemmer automatisk i tilfælde af, at man kommer til at lukke hjemmesiden ned.

Desuden blev det nævnt i vores test, at det kunne være en idé at have en form for introduktion på forsiden i tilfælde af, at man var førstegangsbruger af hjemmesiden. Dette har vi ikke selv haft tænkt ind i vores løsning, dog var dette en rigtig god pointe, som man sagtens kunne implementere.



Delkonklusion

Dét som vi har brugt længst tid på i vores designproces er selve layoutet og opsætningen. Vi startede ud med at opstille et IA-diagram over hjemmesidens indhold, hvorefter vi brugte denne som byggesten for vores videre idegenerering.

Da vi lod os inspirere af Arlas designmanual, ændrede vi blot på nogle få elementer såsom farver, for at skabe en visuel identitet mellem Arlas hjemmeside og vores. Derved benyttede vi også deres logo, menu og lod os inspirere af stilen på deres ikoner og illustrationer. Herefter kobled vi alt det forrige arbejde sammen i vores mock-ups, som vi testede på diverse personer.

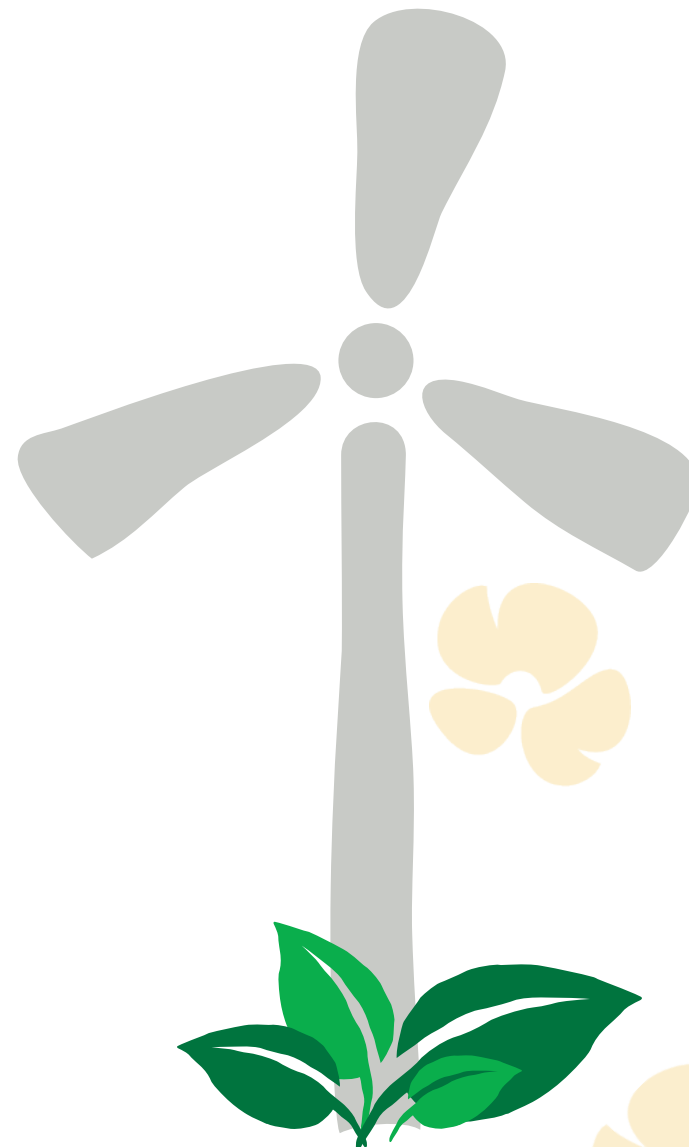
I disse test kom vi frem til, at vores løsning bliver opfattet og oplevet ligesom, vi havde forudsat i vores Creative Brief.

Vi blev ydermere også bekræftet i, at vi ved brug af et illustrativt design kan gøre en lang survey mere overskuelig og brugervenlig. Hvor et tekstfyldt design hurtigt kan skabe forvirring, gør illustrationerne det nemmere for brugeren at finde den relevante information. Muligheden for at

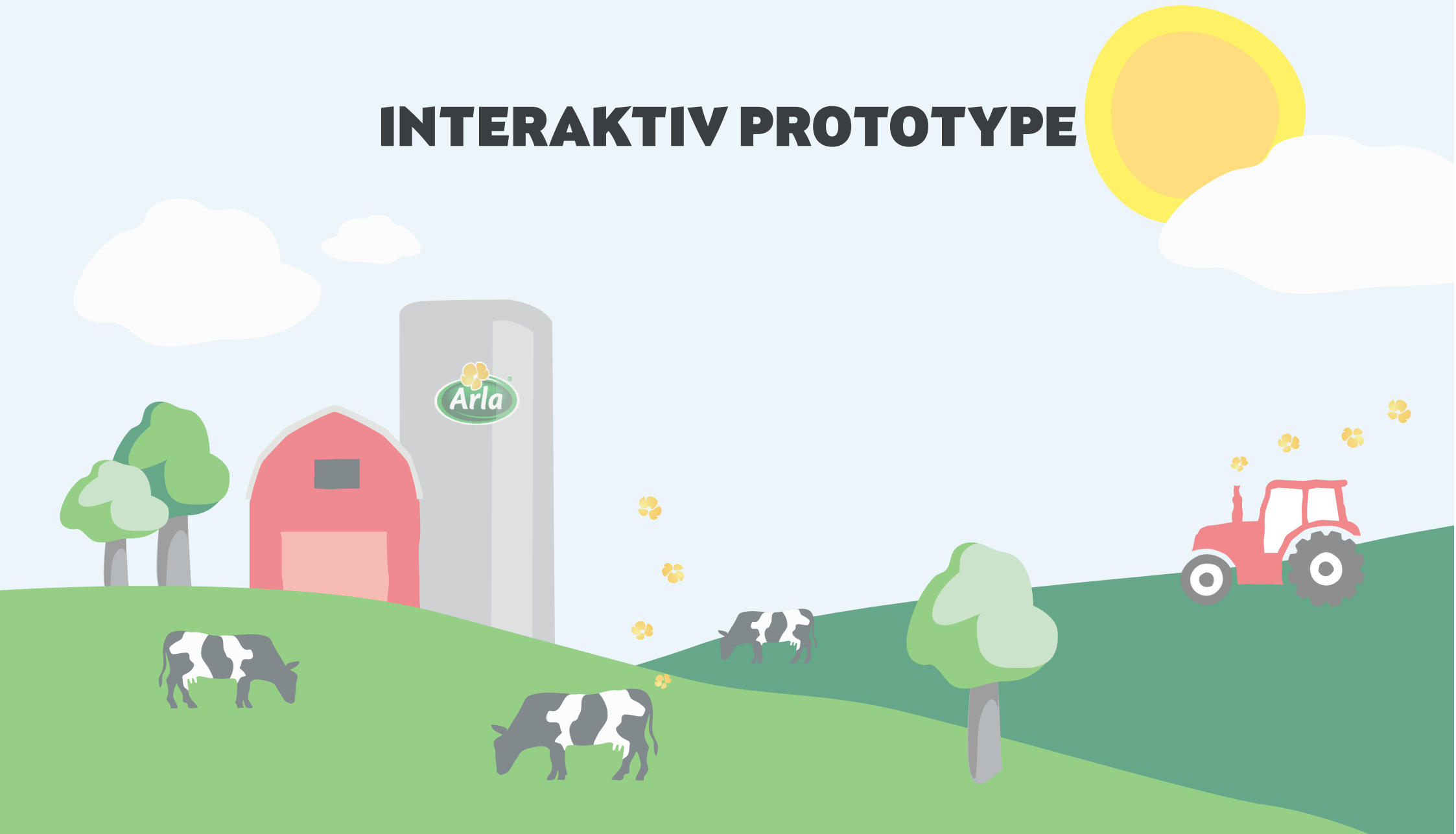
finde yderligere information om de enkelte spørgsmål i survey'en er også med til at gøre hele processen mere overskuelig for landmændene. Dog blev det påpeget, at ved den fulde, udvidede version af survey'en kunne det være fordelagtigt at have en søgefunktion, så man hurtigt kunne finde et specifikt spørgsmål.

Desuden fandt vi gennem vores gangster-test med målgruppen frem til, at vores løsning var nem at navigere rundt i.

På baggrund af Arlas personas samt deres oplæg omkring denne case, fandt vi ud af, at landmændene er konkurrence-mennesker. For at nudge dem til at være mere bæredygtige, tog vi derfor udgangspunkt i netop dette. Vi har nemlig i vores løsning fået indført et pointsystem, der viser hvilken placering man har ift. regionen, samt at de under "Mine resultater" kan benchmarke med alle regioner i Danmark. Ved at der er placering på én, er der mere konkurrence i det, hvilket forhåbentlig kan være en løsning på, at landmændene vil være en del af Arlagården® Plus - uden betaling.



INTERAKTIV PROTOTYPE





Indhold

Indledning

Problem-
stilling

Problem-
formulering

Metode

Research

Design

Interaktiv
Prototype

Konklusion

Wordpress

I dette eksamensprojekt har vi, som noget nyt, skabt en interaktiv prototype i WordPress. Her har vi ikke programmeret, som vi normalt gør, men derimod gjort brug af et theme, et childtheme og diverse plugins for at få hjemmesiden til at se ud, som vi har tiltænkt ved vores Mock-Ups.

Valg af Theme

Da vi skulle vælge, hvilket theme vi skulle bruge, stod vores valg mellem to forskellige - "Ocean WP" og "Twenty Nineteen". Det er begge to meget populære og gratis themes, som samarbejder med mange forskellige pagebuilders, herunder Elementor. Da de begge er meget populære, er der også meget dokumentation og information at finde om dem begge, hvis man evt. har brug for hjælp eller lignende, så heller ikke her stod den ene mere frem end den anden. Overordnet set var der ikke meget, der umiddelbart adskilte de to fra hinanden, så vi startede ud med at prøve at lave vores menu i begge themes, da vi vidste, at denne ville blive en stor "dealbreaker" for vores arbejde i Wordpress. Det endte med, at vi fik lavet den i "Twenty Nineteen" med en del mindre besvær end i "Ocean WP", så denne gik vi naturligvis videre med.

Desuden valgte vi også dette theme, da det stort set ingen begrænsninger har, samt at vi gerne ville skabe vores eget child theme, hvilket vi allerede havde prøvet at gøre før i undervisningen med "Twenty NineTeen".

Elementor Pro



Det første og mest brugte Plugin, vi har benyttet os af, er Elementor Pro, som er en 'Drag and Drop' page builder. Plugin'et findes også i en gratis, ikke-pro version, men da én fra gruppen allerede havde Elementor Pro, benyttede vi selvfølgelig denne, da den har mange ekstra features. Elementor Pro er en af de mest populære page builders i Wordpress, samt er den nem at benytte, så snart man ved, hvad de forskellige elementer gør og kan. Det er desuden let at ændre på både farver, former, fonte, placering etc., så designet kommer til at ligne dét, som man har tiltænkt. Dette plugin var altafgørende for, at vores løsning kom til at se ud, som den gør, da den har dannet grundlag for selve layoutet.

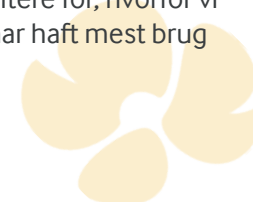
Contact Form 7



Et andet plugin, vi har haft meget nytte af at bruge er Contact Form 7. Det var et krav for vores digitale løsning, at der skulle indgå en indput side, hvorpå brugeren kan indtaste data. Derfor skulle vi bruge en Form, hvor man kunne skrive i. Der findes en Form i Elementor, som vi kunne have benyttet os af, men vi valgte i stedet at installere et separat plugin kaldet Contact Form 7. Dette skyldes, at Contact Form 7 kan forbindes med Google Sheets, hvilket er oplagt at benytte sig af, da survey'en på hjemmesiden indeholder store mængder data, som derigennem kan struktureres - hvilket ikke er tilfældet med Formen i Elementor Pro. Desuden er Contact Form 7 meget overskuelig og nem at benytte, og vi havde alle prøvet at arbejde med den før gennem undervisningen.

Valg af Plugins

For at vi kunne få vores design til at se ud præcis som på vores mock-ups, blev vi nødt til at benytte nogle forskellige plugins. Eftersom vi har gjort brug af en del, har vi valgt kun at argumentere for, hvorfor vi har valgt dem, som vi har haft mest brug for.





Indhold

Indledning

Problem-
stilling

Problem-
formulering

Metode

Research

Design

Interaktiv
Prototype

Konklusion

WP Staging



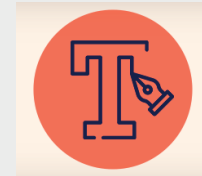
Det sidste Plugin vi vil argumentere for at have brugt er WP Staging. Da vi har arbejdet på én af vores egne, allerede eksisterende WordPress konti (bukkadesign.dk), har vi gjort brug af dette plugin for ikke at ødelægge noget af det eksisterende indhold, der allerede var på kontoen inden. Ydermere er Plugin'et også med til at gøre vores hjemmeside "lukket", så det kun er muligt at se siden, hvis man har et login dertil, hvilket er godt i dette tilfælde, da hjemmesiden ikke skal være offentlig. Vi valgte at bruge netop dette plugin, da vi allerede var blevet introduceret til det i undervisningen og derved vidste, hvordan det virkede.

Safe SVG



Da vi har lavet stort set alle vores illustrationer til løsningen selv, har vi haft mange SVG-filer. Som udgangspunkt kan SVG-filer ikke implementeres i WordPress uden et plugin, derfor benyttede vi ydermere plugin'et Safe SVG. Vi valgte lige netop dette plugin til formålet, da vi fandt frem til, at det var ét af de mest populære, nyeste og nemmeste at bruge. Desuden prøvede vi også et andet kaldet SVG Support, men denne kunne vi ikke få til at virke.

Custom Fonts



For at vi kunne få vores design til at stemme overens med Arlas designguide, skulle vi finde en måde, hvorpå vi kunne implementere Arlas egne fonte til vores Wordpress-løsning. Herved fandt vi et plugin kaldet Costume Fonts, hvor vi hurtigt og enkelt blot kunne overføre vores ttf-filer af Arlas fonte, og derefter var de mulige at benytte. Vi valgte at bruge lige netop dette plugin, da den arbejder sammen med Elementor.





Indhold

Indledning

Problemstilling

Problemformulering

Metode

Research

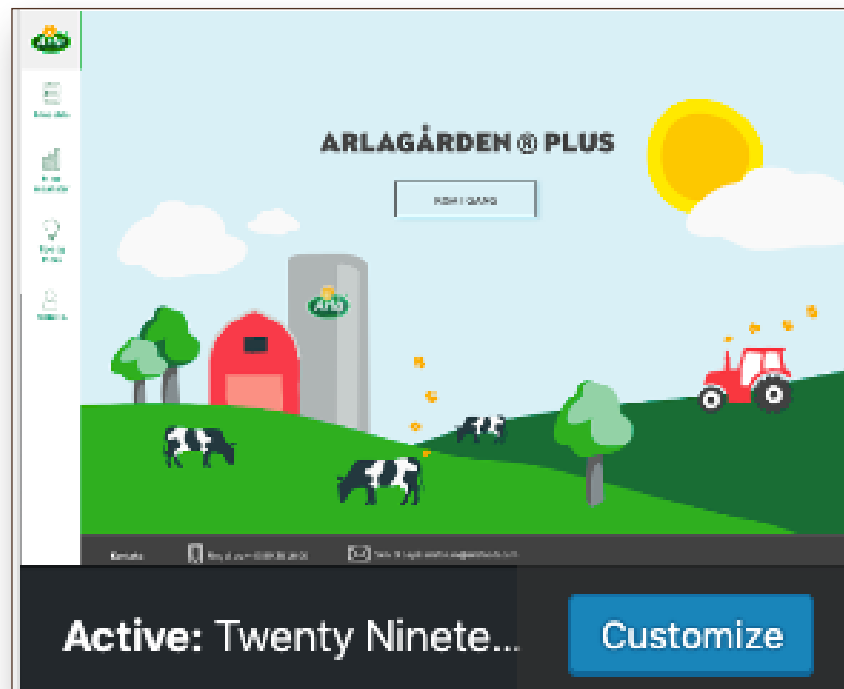
Design

Interaktiv Prototype

Konklusion

Childtheme

Vi har, som skrevet, valgt at lave et Twenty Nineteen childtheme for at undgå at designet bliver lavet om af dem, der løbende opdaterer Twenty Nineteen Theme't. Mange themes i WordPress bliver løbende opdateret. I værste fald kan dette ødelægge det design, vi har lavet til vores eget. Ved at lave et child theme af Twenty nineteen har vi sikret os, at designet bliver som det er, ligemeget hvor meget vores parent-theme opdateres.



Delkonklusion

For at kunne skabe en interaktiv prototype af vores mock-ups har vi i benyttet os af WordPress. Her har vi skulle vælge, hvilket theme og plugins, vi skulle bruge for at få løsningen til at se ud præcis, som vi havde tiltænkt i designprocessen.

Det theme, som vi har valgt at arbejde med, hedder "Twenty Nine-Teen". Inden vi blev fast besluttet på dette, overvejede vi dog også at bruge et andet kaldet "Ocean WP". Vi lavede derved en sammenligning af de to med fordele og ulemper for at finde ud af, hvilket der passede bedst til vores løsning. En faktor der bl.a. spillede ind her var, at vi gerne ville benytte et childtheme, så vores parent-theme skulle altså egne sig godt til dette. Grunden til, at vi gerne ville oprette et childtheme var for at vores design ikke skulle risikere at ændre sig i tilfælde af, at der kommer nogle nye opdateringer til vores parent-theme.

Som skrevet, benyttede vi også nogle forskellige plugins for at få vores løsning til at se ud som tiltænkt. Nogle af dem, som har haft størst betydning for os at bruge var bl.a. Elementor Pro, Contact Form 7, Costume Fonts, Safe SVG og WP Staging.



KONKLUSION



Konklusion

Efter at have arbejdet med dette eksamensprojekt kan vi konkludere, at vi vha. af et illustrativt design kan gøre det mere overskueligt for landmændene at indtaste data over deres CO2 footprint samt at finde rundt på hjemmesiden. Måden hvorpå vi kom frem til dette var ved at mappe målgruppen vha. af den udleverede info fra Arlas målgruppeanalyse. Vi valgte at mappe landmændene ved brug af et Empathy- og et Experience Map, hvor vi fandt frem til følgende: Landmændene føler sig tidspresset over den nuværende løsning til trods for, at de gerne vil være mere bæredygtige og er nysgerrige efter deres forbedringsresultater.

Vi har forsøgt at imødekomme dette ovenstående og gøre vores løsning så brugervenlig som mulig ved bl.a. at gøre brug af gestaltlovene. Vi har også sørget for at benytte informerende illustrationer på inputsiden, så der er overensstemmelse mellem spørgsmål og illustration og ydermere lavet en tydelig indikation i navigationsbaren af, hvilken underside slutbrugeren befinder sig på.

Måden hvorpå vi kan nudge målgruppen er først og fremmest gennem alt indholdet på outputsiden i og med, at landmændene er konkurrenceprægede. Vi har givet dem muligheden for at ben-

chmarke sig selv med de forskellige regioner i Danmark samt indført en placeringsordning. Denne placeringsordning gør således, at landmændene kan sammenligne sig selv med de andre, individuelle landmænd. Herigennem har de derudover også mulighed for at blive kåret som "Årets landmand" til årsmødet med Arla. Vi har ydermere sørget for at gøre brug af den rette Tone of Voice i vores løsning for at henvende os specifikt til målgruppen og derigennem motivere dem. Denne Tone of Voice har til formål at ramme både den yngre- og ældre generation af landmænd ved at være en blanding mellem professionel og i øjenhøjde.





Indhold

Indledning

Problemstilling

Problemformulering

Metode

Research

Design

Interaktiv Prototype

Konklusion

Litteraturliste

Babich, Nick, 2019. A Beginner's Guide To User Journey Mapping. Uxplanet.org [online] 21.02.2019. Fundet på: <https://uxplanet.org/a-beginners-guide-to-user-journey-mapping-bd914f4c517c> [set d. 24.10.2019]

Salesforce UK, 2016. What is Customer Journey Mapping & Why is it Important?. Salesforce.com [online] 23.03.2016. Fundet på: <https://www.salesforce.com/uk/blog/2016/03/customer-journey-mapping-explained.html#targetText=It%20helps%20businesses%20gain%20insights,order%20to%20complete%20a%20purchase.&targetText=The%20benefits%20of%20a%20customer,customers%20interact%20with%20your%20business> [set d. 25.10.2019]

L. Brown, Jennifer, 2018. Empathy Mapping: A Guide to Getting Inside a User's Head. Uxbooth.com [online] 27.06.2018. Fundet på: <https://www.uxbooth.com/articles/empathy-mapping-a-guide-to-getting-inside-a-users-head/> [set d. 24.10.2019]

Meister, Birgit, 2012. Der er stor forskel på hvordan unge ældre bruger sproget. Kristeligt-dagblad.dk [online] 20.11.2012. Fundet på: <https://www.kristeligt-dagblad.dk/seniorliv/der-er-stor-forskel-pa-hvordan-unge-og-aeldre-bruger-sproget> [set d. 24.10.2019]

Gibbons, Sarah, 2017. UX Mapping Methods Compared: A Cheat Sheet. Nngroup.com [online] 05.11.2017. Fundet på <https://www.nngroup.com/articles/ux-mapping-cheat-sheet/> [set d. 24.10.2019]

Gibbons, Sarah, 2018. Empathy Mapping: The First Step in Design Thinking. Nngroup.com [online] 01.14.2018. Fundet på: <https://www.nngroup.com/articles/empathy-mapping/>

Arla, [n.d.b.]. Arla.com [online] Fundet på <https://www.arla.com/sustainability/our-climate-ambition/> [set d. 25.10.2019]

Arla, [n.d.]. Mea.arla.com [online] Fundet på: <https://mea.arla.com/company/farmer-owned/farmer-owned-faq/> [set d. 25.10.2019]

Arla, [n.d.a.]. Arla.com [online] Fundet på <https://www.arla.com/company/responsibility/farm-quality/arlagarden/> [set d. 25.10.2019]

Marstal, F. Kirsten, 2018. Arlagården® Plus godt fra start. Landbrugsinfo.dk [online] 12.01.2018. Fundet på <https://www.landbrugsinfo.dk/kvaeg/maelke kvalitet/sider/kv-18-2301-arlagarden-plus-godt-fra-start.aspx> [set d. 25.10.2019]

Cummings, Harriet, [n.d.] Finding Your Brand's Voice [Online] Fundet på: <https://www.distilled.net/tone-of-voice/> [Set d. 25/10.2019]

Doorley, Scott, m.fl., 2018. Bootcamp Bootleg. Dschool.stanford.edu [online] [n.d.] Fundet på: <https://static1.squarespace.com/static/57c6b79629687fde090a0fdd/t/58890239db29d6cc-6c3338f7/1485374014340/METHODCARDS-v3-slim.pdf> [set d. 28.10.2019]

Gregersen, Ole og Wisler-Poulsen, Ian, 2017. Usability. [s.l.]: Grafisk Litteratur.

Knapp, J. m.fl., 2016. SPRINT: How To Solve Big Problems and Test New Ideas in Just Five Days. London: Transworld Publishers

Bosch, A. M., 2015. Kommunikation i multimediedesign. København: Hans Reitzels forlag. S. 131-156 [Set d. 28.10.2019]

Nielsen, Jakob, 2012. Thinking Aloud: The #1 Usability Tool [Online] Fundet på: <https://www.nngroup.com/articles/thinking-aloud-the-1-usability-tool/> [set d. 28.10.2019]





Indhold

Kolding J., Gertie, 2019. Portfolio. Erhvervsakademi Aarhus 3. Fundet i Canvas: https://eaaa.instructure.com/courses/7007/pages/29-dot-08-maria-slash-gertie-ux-slash-ui-roles?module_item_id=151244 [set d. 29.10.2019]

Indledning

Databeskyttelsesloven [Online] Fundet i: <https://www.retsinformation.dk/Forms/r0710.aspx?id=201319> [set d. 27.10.2019]

Problemstilling

Databeskyttelsesforordningen [Online] Fundet i: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DA/TXT/PDF/?uri=CELEX:32016R0679&from=DA> [set d. 27.10.2019]

Problemformulering

Metode

Research

Design

Interaktiv Prototype

Konklusion





Indhold

Indledning

Problemstilling

Problemformulering

Metode

Research

Design

Interaktiv Prototype

Konklusion

Bilag 1

Think-a-loud test

Navn: Mathias og Serena

Alder: 22 og 23

Beskæftigelse: Jordbrugsteknolog Studerende

Laptop

Spørgsmål	Svar
Hvis du gerne vil vide mere om dyrevelfærd, hvor vil du så lede/kigge? I forhold til tips og tricks.	Tips og tricks
Du skal indtaste data om, hvor mange kWh el bruger. Hvor vil du gøre det henne? Specifiks hvilken form ville de skrive i på "Min data"-siden.	Mine data -> Underkasse med kwh. Det er meget nemt at finde frem til.
Du du forstår ikke det her spørgsmål, hvad vil du gøre? Ville det have været tydeligere, hvis det var et "i" og ikke "?"?	Trykke på spørgsmålstegnet Foretrækker spørgsmålstegnet
Du har indtastet alt din data og vil nu se, hvordan du har klaret dig. Hvad vil du gøre? Hvor trykker de?	Se resultater
Du har fået dine resultater og vil sammenligne dig med Region Syddanmark. Hvor gør du det? Giver knappen meningen?	Det giver god mening bare med pilen, det behøver ikke være en knap. Det er let forståeligt.
Du er nu færdig, hvordan vil du logge ud? Ludomanden.	Det er også let at se, hvor man skal logge ud.

Feedback:

Nemt og overskueligt layout. Det er nemt med illustrationer, det gør det nemt. Det er meget tydeligt, at det er Arla. Mange ville kasserer det, hvis der var meget tekst. Det er godt, at der er illustrationer i stedet for billeder. Det var nemt at finde ud af, hvor man var hele tiden, der behøver ikke brødkrummer. Benchmark-siden: Tror ikke, det ville have en særlig stor interesse. Men knappen med "del dine råd" er meget god. Ville foretrække, at sende råd til os, og vi formidler dem, for ikke at der opstår en masse diskussioner, hvis det nu var et chatforum. Resultatsiden: God. Illustrationerne gør det let forståeligt, det er ikke nødvendigt med mere tekst.

Hvilken placering man har, har ikke meget interesse for de ældre landmænd. Det er godt til dem, at der ikke er så meget tekst.

Tonen på knapperne er helt okay. Jo mindre tekst på knapperne, jo bedre.

Konstruktiv kritik: Kunne have været godt med en søgeknap (evt. På forsiden).

Lidt i tvivl om de to knapper på "mine data". Man kunne evt. Først have muligheden for at gemme, efter man har set resultaterne.

Det skal være en selvvalgt mulighed, om man vil være en del af ranceringslisten.





Indhold

Indledning

Problem-
stilling

Problem-
formulering

Metode

Research

Design

Interaktiv
Prototype

Konklusion

Bilag 2

Think-a-loud test

Navn: Henriette

Alder: 30

Beskæftigelse: Studerende

Mobil

Spørgsmål	Svar
Hvis du gerne vil vide mere om dyrevelfærd, hvor vil du så lede/kigge? I forhold til tips og tricks.	Tips og Tricks måske. Det var ikke det, der poppede mest op. Den skulle man nok lige lede lidt efter, hvis man ikke vidste det.
Du skal indtaste data om, hvor mange kWh el bruger. Hvor vil du gøre det henne? Specifiks hvilken form ville de skrive i på "Min data"-siden.	Min Data siden. Kan godt finde den specifikke rubrik (illustrationen gjorde det nemmere)
Du du forstår ikke det her spørgsmål, hvad vil du gøre? Ville det have været tydeligere, hvis det var et "?" og ikke "?"?	Man kan ringe eller skrive en mail. Kan ikke finde ud af, hvad man skal gøre, hvis man ikke forstår det. Hælder mere til, at det skulle være et i. Som første gangs bruger kunne der måske være en lille pil, så de kunne se, hvordan man skulle gøre, hvis man var i tvivl.
Du har indtastet alt din data og vil nu se, hvordan du har klaret dig. Hvad vil du gøre? Hvor trykker de?	Trykker på se resultater. Bliver i tvivl om, om den automatisk gemmer data, eller om man selv skal trykke gem først. Synes det forvirrer mere med "gem"-knappen - måske den ikke skulle være der. Det kunne evt. Laves til en samlet knap, hvis der ikke er fordele i, kun at indtaste halvdelen af dataen.
Du har fået dine resultater og vil sammenligne dig med Region Syddanmark. Hvor gør du det? Giver knappen meningen?	Kunne sagtens se, at hun kunne vælge andre regioner. Det behøver ikke være en decideret knap. Kunne være en ide, hvis man evt kunne trykke på regionen på illustrationen af danmark også. Men pilen er også meget tydelig.
Du er nu færdig, hvordan vil du logge ud? Ludomanden.	Enten trykke på navnet med ikonet, ellers skulle der være en log-ud knap i menubaren.

Feedback:

Kan godt lide, at det er blomster i stedet for røg i illustrationerne.

Knappen: tænkte ikke over, at knappen har en hård tone, men derimod bare, at det er kort og kontant - man ved, hvad man skal gøre.

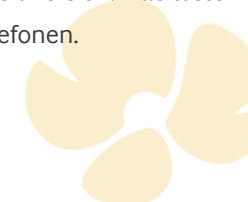
Kunne evt. Godt være en lille info på forsiden om, hvad man skal bruge hjemmesiden til. Det virker som om, at man virkelig skal vide, hvad hjemmesidens formål er, før at man kan bruge den.

Kan godt lide, at det er illustrationer frem for billeder. Savner ikke almindelige billeder. Kunne måske godt virke barnligt for nogle (evt. Gamle landmænd). Illustrationerne gør det informativt i stedet for for meget tekst. Ville altid tænke, at kontaktoplysninger ligger i footeren med mindre, at der var et decideret menu punkt, der hed kontakt.

Kan godt lide konceptet med placeringer. Fedt at man kan sammenligne med andre. Både lidt sladder-agtigt, men også interessant og motiverende, at man kan se, hvor man ligger. Det er okay, at der både er øverst og bund (ift. placering). Ville synes der skulle laves to rangeringer: 1 til dem, der er anonyme og 1 til dem, der ikke er. Hun ville synes det var irriterende ikke at kunne se, hvem det er, der er vildt gode/mindre gode. Hvis man går meget op i det, og det er noget man gerne vil, kunne det godt være en ide med platin-medaljen (måske ikke hvert kvartal, men derimod måske 1 gang om året). Det skal ikke være for tidskrævende, men derimod overskueligt.

Synes det er godt, at man kan dele sine råd. Synes det skal sendes ind og filtreres inden det bliver lagt ud. Så ikke som et chatforum. Men selve ideen om at have det der er godt.

Synes det er godt, at der er både laptop og mobil-version. Ville taste ind på laptop, men bare sidde og "surfe" på telefonen.





Indhold

Indledning

Problemstilling

Problemformulering

Metode

Research

Design

Interaktiv Prototype

Konklusion

Bilag 3

Think-a-loud

Navn: Mascha og Rikke

Alder: 23 og 22

Beskæftigelse: Fodermester (passer køer) og landmands studerende og jordbrugsteknolog studerende

Mobil

Spørgsmål	Svar
Hvis du gerne vil vide mere om dyrevelfærd, hvor vil du så lede/kigge? I forhold til tips og tricks.	Lede i menupunkterne Tips og tricks. Kunne måske godt tydeliggøres, hvad der er under tips og tricks, man ved ikke helt, hvad man skal forvente. Ved ikke, hvor meget de ville læse om dyrevelfærd.
Du skal indtaste data om, hvor mange kWh el bruger. Hvor vil du gøre det henne? Specifiks hvilken form ville de skrive i på "Min data"-siden.	Meget overskueligt at finde frem til. Meget intuitivt ift. Det som de har nu. Man er blevet vant til at registrere mange ting og vil gerne se, hvordan de klarer sig. Godt med mange illustrationer - de er meget relevante. Overskueligt, nemt og hurtigt.
Du du forstår ikke det her spørgsmål, hvad vil du gøre? Ville det have været tydeligere, hvis det var et "i" og ikke "?"?	Trykke på spørgsmålstegnet. Det giver mening med spørgsmålstegnet. Tror ikke alle ville vide, hvad "i" betød ift. Et ?. Det har en god størrelse, man overser det ikke.
Du har indtastet alt din data og vil nu se, hvordan du har klaret dig. Hvad vil du gøre? Hvor trykker de?	Trykker på se resultaterne. Man kan godt blive forvirret over, om man skal gemme først. Føler måske det er lidt det samme - skulle evt. Bare være én knap. Eller "gem og bliv" eller "gem og luk". Det er godt at hver kategori er præsenteret med illustrationer i resultatsiden - det giver god mening.
Du har fået dine resultater og vil sammenligne dig med Region Syddanmark. Hvor gør du det? Giver knappen meningen?	Troede at siden sluttede under infographic. Ville trykker på pilen. Det er fint bare med pilen, det er ikke nødvendigt at gøre det til en knap.
Du er nu færdig, hvordan vil du logge ud? Ludomanden.	Under Torben G.

Feedback:

Køer prutter ikke, de bøvs

Det er let at finde tilbage til forsiden.

Tonelegen er god, det er kort og kontant - sådan kan landmænd godt lide det.

Placerings konceptet: det er godt, de har en ære i at være i den gode ende (det er relevant og motiverende). Det er fint, at man også kan se bunden, det er ikke demotiverende.

Er det overhovedet relevant at vise navnene? Det er også rigtig fint, hvis det hele er anonymt, men måske det skulle være det samme for alle folk. Måske bare placering og tal - altså ikke navn

Synes det skal være et direkte chatforum - det er tit de kommentarer, der er for direkte, som ikke kommer med fra Arla, men det er tit dem, som man kan bruge til noget.

Designet er meget nemt og forståeligt. Gamle bønder skal have det meget pædagogisk når det kommer til det digitale, hvilket det er med mange illustrationer. Det ligner meget det, som de bruger allerede. Det er ikke for barnligt med illustrationer i stedet for billeder. Den bedste løsning vi har set af alle i dag.

Det er intuitivt at finde kontaktoplysninger i footer - det er fint, at de kun er der, da hjemmesiden ikke er så stor (der er ikke så mange menupunkter). Det er tilpas meget, der står der. Der skal ikke så alt muligt andet, så det bliver uoverskueligt, hvad man skal gøre for at komme i kontakt med Arla.

Man regner rigtig meget i pr. Årsko eller pr. Kilo mælk, måske det er for voldsomt med ton CO2. Eller misvisende, fordi det er meget forskelligt alt efter, hvor stor ens gård er.





Indhold

Indledning

Problem-
stilling

Problem-
formulering

Metode

Research

Design

Interaktiv
Prototype

Konklusion

Bilag 4

Gangster-test

Navn: Mathias og Serena

Alder: 22 og 23

Beskæftigelse: Jordbrugsteknolog Studerende 1. Semester

Mobil

Spørgsmål	Svar	Points
Hvilken side er du på?	Arlaside (forside)	3
Hvilke overordnet sektioner er der på siden?	Data, resultater, tips og tricks	3
Hvillen underside befinder du dig på?	Mine data	3
Hvilke muligheder har du på denne underside? (menuer, genveje, knapper, funktioner)	Kan indtaste data fra gården Det er meget nemt forståeligt, man kan ikke blive vildledt	3
Hvor er du i den samlede struktur og hvordan er du kommet der til?	Fra forsiden	2
Kan du søge på siden? Hvor henne? Får du de forventede resultater?	Nej, det har den ikke	0





Indhold

Indledning

Problem-
stilling

Problem-
formulering

Metode

Research

Design

Interaktiv
Prototype

Konklusion

Bilag 5

Gangster-test

Navn: Henriette

Alder: 30

Beskæftigelse: Studerende (inden da uddannet dyrepasser med heste)

Laptop

Spørgsmål	Svar	Points
Hvilken side er du på?	Arlagården Plus side. Formentlig noget med Arla at gøre	3
Hvilke overordnet sektioner er der på siden?	Mine data, mine resultater, tips og tricks. Torben G, der er logget ind	3
Hvillen underside befinder du dig på?	Mine data	3
Hvilke muligheder har du på denne underside? (menuer, genveje, knapper, funktioner)	Taste data ind. (observation: folk siger ikke, at man kan gemme og se resultater)	3
Hvor er du i den samlede struktur og hvordan er du kommet der til?	Forholdsvis startside.	3
Kan du søge på siden? Hvor henne? Får du de forventede resultater?	Nej. Ved ikke, om det er nødvendigt. Det afhænger af situationen.	0

Feedback:

Kan godt lide, at man kan sammenligne med andre.

Måske man skulle have en illustration af en dansk gård i stedet for en amerikansk (den måde de bygger deres lader på).

Det virker overskueligt og ligetil.





Indhold

Indledning

Problem-
stilling

Problem-
formulering

Metode

Research

Design

Interaktiv
Prototype

Konklusion

Bilag 6

Gangster-test

Navn: Mascha og Rikke

Alder: 23 og 22

Beskæftigelse: Fodermester (passer køer) og landmands studerende og jordbrugsteknolog studerende

Laptop

Feedback:

Skal ikke skrive køer men årskøer (det er den rette definition)

Engerikorigeret mælk (ekm)



Spørgsmål	Svar	Points
Hvilken side er du på?	Forside. Arlagården Plus	3
Hvilke overordnet sektioner er der på siden?	Mine data, mine resultater, tips og tricks	3
Hvillen underside befinder du dig på?	Mine data	3
Hvilke muligheder har du på denne underside? (menuer, genveje, knapper, funktioner)	Taste data ind. Meget overskueligt. Der mangler lidt en indikation af, om det er om året eller hvad det er.	3
Hvor er du i den samlede struktur og hvordan er du kommet der til?	Trykker bare på forside. Man har mulighed for at se sine resultater.	2
Kan du søge på siden? Hvor henne? Får du de forventede resultater?	Nej. Har ikke brug for, at man skal kunne søge, når det er så pædagogisk.	0





Indhold

Indledning

Problemstilling

Problemformulering

Metode

Research

Design

Interaktiv Prototype

Konklusion

Bilag 7

GDPR i forbindelse med hjemmesiden:

Persondatalovens § 4, stk. 1 medfører, at persondateloven finder anvendelse på vores hjemmeside:

§ 4. Loven og regler udstedt i medfør af loven gælder for behandling af personoplysninger, som foretages som led i aktiviteter, der udføres for en dataansvarlig eller en databehandler, som er etableret i Danmark, uanset om behandlingen finder sted i EU.

Lovens § 5, stk. 1 siger

§ 5. Personoplysninger skal indsamles til udtrykkeligt angivne og legitime formål og må ikke viderebehandles på en måde, der er uforenelig med disse formål.

Her menes, at oplysningerne, der gives på hjemmesiden, ikke må benyttes til andet formål end det brugeren er blevet oplyst omkring. Dermed kan oplysningerne fremgå af hjemmesiden, så længe brugeren udtrykkeligt er gjort opmærksom på dette. Dog må behandlingen kun finde sted, hvis en af betingelserne i databeskyttelsesforordningens artikel 6 er opfyldt. I dette tilfælde tager hjemmesiden udgangspunkt i, at brugeren har givet sit samtykke til behandlingen. Derfor er artikel 6, stk. 1, litra a opfyldt.

Databeskyttelsesforordningen artikel 6:

1. *Behandling er kun lovlig, hvis og i det omfang mindst ét af følgende forhold gør sig gældende:*
 - a) *Den registrerede har givet samtykke til behandling af sine personoplysninger til et eller flere specifikke formål.*

Da behandlingen kan foretages, fordi brugeren har givet sit samtykke, skal artikel 7 overholdes, før der er tale om en lovlig behandling:

Artikel 7

Betingelser for samtykke

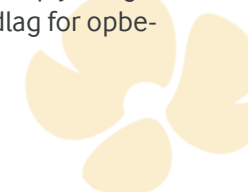
1. Hvis behandling er baseret på samtykke, skal den dataansvarlige kunne påvise, at den registrerede har givet samtykke til behandling af sine personoplysninger.

2. Hvis den registreredes samtykke gives i en skriftlig erklæring, der også vedrører andre forhold, skal en anmodning om samtykke forelægges på en måde, som klart kan skelnes fra de andre forhold, i en letforståelig og lettilgængelig form og i et klart og enkelt sprog. Enhver del af en sådan erklæring, som udgør en overtrædelse af denne forordning, er ikke bindende.

3. Den registrerede har til enhver tid ret til at trække sit samtykke tilbage. Tilbagetrækning af samtykke berører ikke lovligheden af den behandling, der er baseret på samtykke inden tilbagetrækningen. Inden der gives samtykke, skal den registrerede oplyses om, at samtykket kan trækkes tilbage. Det skal være lige så let at trække sit samtykke tilbage som at give det.

4. Ved vurdering af, om samtykke er givet frit, tages der størst muligt hensyn til, bl.a. om opfyldelse af en kontrakt, herunder om en tjenesteydelse, er gjort betinget af samtykke til behandling af personoplysninger, som ikke er nødvendig for opfyldelse af denne kontrakt.

Kort sagt skal samtykket påvises, at det foreligger, og brugeren kan til enhver tid tilbagetrække sit samtykke, hvorefter brugerens oplysninger skal slettes, da der ikke længere foreligger et lovligt grundlag for opbevaringen og behandlingen.





Indhold	I forbindelse med indhentelse af oplysningerne ved den registrerede (brugeren) skal artikel 13 være opfyldt.
Indledning	Artikel 13 Oplysningspligt ved indsamling af personoplysninger hos den registrerede
Problemstilling	1. Hvis personoplysninger om en registreret indsamles hos den registrerede, giver den dataansvarlige på det tidspunkt, hvor personoplysningerne indsamles, den registrerede alle følgende oplysninger: a) identitet på og kontaktoplysninger for den dataansvarlige og dennes eventuelle repræsentant b) kontaktoplysninger for en eventuel databeskyttelsesrådgiver c) formålene med den behandling, som personoplysningerne skal bruges til, og retsgrundlaget for behandlingen d) de legitime interesser, som forfølges af den dataansvarlige eller en tredjemand, hvis behandlingen er baseret på artikel 6, stk. 1, litra f) e) eventuelle modtagere eller kategorier af modtagere af personoplysningerne f) hvor det er relevant, at den dataansvarlige agter at overføre personoplysninger til et tredjeland eller en international organisation, og om hvorvidt Kommissionen har truffet afgørelse om tilstrækkeligheden af beskyttelsesniveauet, eller i tilfælde af overførsler i henhold til artikel 46 eller 47 eller artikel 49, stk. 1, andet afsnit, litra h), henvisning til de fornødne eller passende garantier, og hvordan der kan fås en kopi heraf, eller hvor de er blevet gjort tilgængelige.
Problemformulering	
Metode	
Research	
Design	
Interaktiv Prototype	2. Ud over de oplysninger, der er omhandlet i stk. 1, giver den dataansvarlige på det tidspunkt, hvor personoplysningerne indsamles, den registrerede følgende yderligere oplysninger, der er nødvendige for at sikre en rimelig og gennemsigtig behandling: a) det tidsrum, hvor personoplysningerne vil blive opbevaret, eller hvis dette ikke er muligt, de kriterier, der anvendes til at fastlægge dette tidsrum
Konklusion	

b) retten til at anmode den dataansvarlige om indsigt i og berigtigelse eller sletning af personoplysninger eller begrænsning af behandling vedrørende den registrerede eller til at gøre indsigelse mod behandling samt retten til dataportabilitet

c) når behandling er baseret på artikel 6, stk. 1, litra a), eller artikel 9, stk. 2, litra a), retten til at trække samtykke tilbage på ethvert tidspunkt, uden at dette berører lovligheden af behandling, der er baseret på samtykke, inden tilbagetrækning heraf

d) retten til at indgive en klage til en tilsynsmyndighed

e) om meddelelse af personoplysninger er lovpligtigt eller et krav i henhold til en kontrakt eller et krav, der skal være opfyldt for at indgå en kontrakt, samt om den registrerede har pligt til at give personoplysningerne og de eventuelle konsekvenser af ikke at give sådanne oplysninger

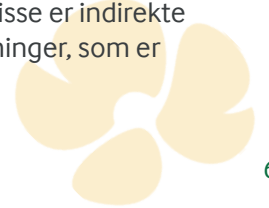
f) forekomsten af automatiske afgørelser, herunder profilering, som omhandlet i artikel 22, stk. 1 og 4, og i disse tilfælde som minimum meningsfulde oplysninger om logikken heri samt betydningen og de forventede konsekvenser af en sådan behandling for den registrerede.

3. Hvis den dataansvarlige agter at viderebehandle personoplysningerne til et andet formål end det, hvortil de er indsamlet, giver den dataansvarlige forud for denne viderebehandling den registrerede oplysninger om dette andet formål og andre relevante yderligere oplysninger, jf. stk. 2.

4. Stk. 1, 2 og 3 finder ikke anvendelse, hvis og i det omfang den registrerede allerede er bekendt med oplysningerne.

Artikel 13 beskytter brugeren dermed, at vi, som dataansvarlige, skal oplyse den registrerede om sine rettigheder, og hvilke muligheder den registrerede har for at klage.

Derudover finder resten af dataforordningen anvendelse, og derfor er der også andre regler, som skal overholdes, men disse er indirekte nævnt ovenfor, bl.a. sletning og berigtigelse af oplysninger, som er hjemlet i artikel 16 og 17.





Indhold

Indledning

Problem-
stilling

Problem-
formulering

Metode

Research

Design

Interaktiv
Prototype

Konklusion

