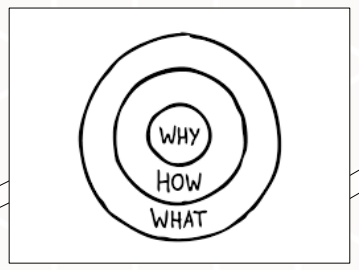
DESIGN THINKING

En gennemgang af teori, Proces og design til præsentationsportefolioet

Jeg har brugt design thinking (IDEO) igennem min design proces, det har givet en guideline til hvornår der skulle brainstormes (divergent thinking) og hvornår designet skulle konkretiseres (Convergent thinking)

Design thinking tillader, at man springer frem og tilbage mellem faserne, hvilket gør at man løbende kan tilpasse løsningen ud fra nye insigter og feedback.

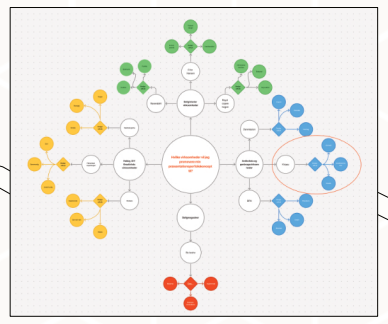
DISCOVERY



The Golden Circle

For at finde ud af hvad jeg gerne ville som mulitmediedesigner brugte jeg modellen the golden circle til at finde mit WHY, HOW, WHAT

= Grafisk designer
+ Hvilken type målgruppe jeg skulle gå efter.



Desk research og Mind-Map

Nu vidste jeg, at jeg gerne ville finde en målgruppe, der kunne bruge min tilgang som grafisk designer.

Fokusområder: Boliginteriør, antikviteter og kreative projekter – fordi de afspejler min personlighed

Identificerede 4 overordnede kategorier:

Boligmagasiner,Genbrugs/antikvitetsbutikker, Boliginteriørfirmaer,Hobby/DIY-virksomheder

Udvalgte 3 virksomheder under hver kategori, jeg kunne se mig selv arbejde for.

Lavede et mindmap for:

Overblik, Analyse af designudtryk, Vurdering af, hvilke virksomheder der matcher min personlighed bedst udfra deres TOV

Kirppu
Loppesupermarked

Valg af målgruppe

Da researchen ramte kirppu, fandt jeg lighed mellem mig og dem

De forener mine tre passioner: boliginteriør, antikviteter og kreativitet.

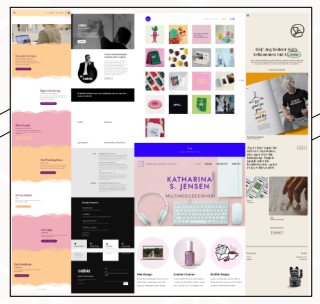
Har et uformelt, kreativt og imødekommende designudtryk, der matcher min personlighed.

Bredt varesortiment: nye, gamle og kreative ting.

Fokus på bæredygtighed – gør det nemt at sælge brugte ting.

Stories viser kreative ideer og produktkombinationer, som tiltaler mig.

Fandt en jobannonce og indsigt i, hvad de søger i en grafisk designer.



Visual Research

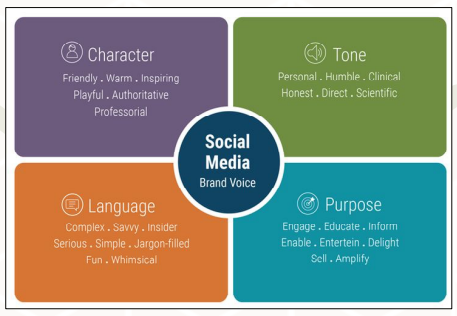
Jeg har aldrig lavet en portfolio før, så jeg researchede på hvordan andre havde bygget den op.

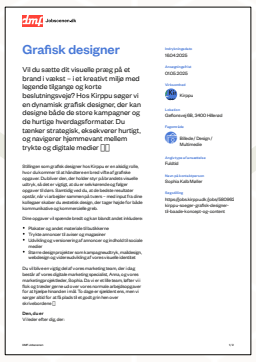
INTERPRETATION

IDEATION

Tone of voice

Min tone of voice for hjemmesiden skulle således være en afspejling af mig som appellerede til dem, som nævnt tidligere var deres design udtryk imødekommende, uformel, og kreativ og de ord beskriver også mig og mit design udtryk, Jeg tilføjede nogle ekstra da jeg syntes det gav et større helhedsindtryk: Klassisk, Idérig, detaljeorienteret, underfundig, æstetisk, inspirerende og rolig.





Evolution:
video- og fotografering skiftet ud med InDesign
= mere relevant for målgruppen

Persona

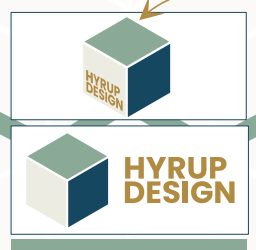
Nu var målgruppen fastlagt og jeg vidste hvad de havde af forventninger til en grafisk designer. Derfor udviklede jeg en persona ud fra jobannoncen så det gjorde lettere for mig at vide hvem jeg skulle tale ud til når det kom til copywriting.

EXPERIMENTATION

Skitsering og styletile - med udgangspunkt i **C.R.A.P** principperne

Moodboard og farverteori

Farvepaletten er en blanding mellem **analog** og **komplimentær**, analogt fordi den hvide, grå, støvede grøn og okkergule, ligger tæt op ad hinanden i farvehjulet. Komplimentær fordi at den blå farve bryder de varme naturlige farver, omvendt når man taler temperature er den **gule og blå** direkte modsætninger af hinanden hvilket skaber kontrast og udgør sig til være mine to CTA områder/knapper.

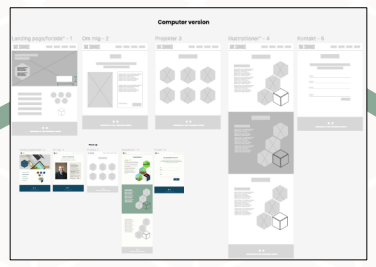


Logo design og gestalts love

Hexagonerne og figurerne gav inspiration til et logo.

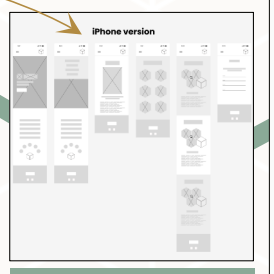
Gestalts lov om lukkethed,
= Det ligner at det er en lukket figur

Loven om nærhed
= Ruderne hører sammen og danner kasse formen



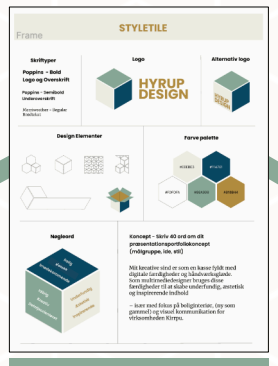
Skitsering af lo-fi og hi-fi wireframe til computer

Med inspiration fra de andre multimedie designers portefolioer



Skitsering af Lo-fi wireframe til mobil

Design af et mindre alternativ logo til mobilversion



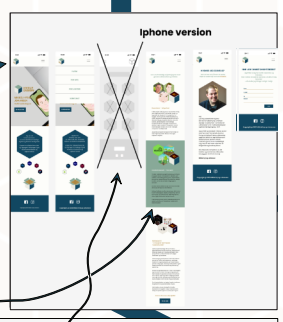
Udvikling af styletile og valg skrifttyper

Poppins & merriweather

- imødekommenhed og moderne

- professionalisme og alvorlighed

Design elementerne er leg med formen som kunne indgå i designet



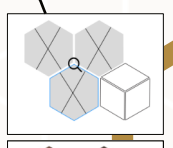
EVOLUTION

Nye knapper til prototyper og PDF
måtte springe tilbage ideation.

For at gøre det mere intuitivt, blev der skabt knapper med henvisninger til webdesigns prototypen og InDesign PDF'en

Hvis du vil se mere af projektet:

TRYK HER



Forbedring af gallerivisning med tydeligere ikon
Måtte endnu engang springe tilbage.

Til min illustrationvisning havde jeg oprindeligt placeret et forstørrelsesglas midt i hvert hexagonbillede, men det blev hurtigt usynligt, når der kom indhold i baggrunden.

Klik her 🔍 for at se flere billeder

Jeg forsøgte først med en tekstlinje med en unicode forstørrelsesglas ikon, men den fungerede dårligt på mobil.

Derfor designede jeg i stedet en separat hexagon med forstørrelsesglas ved siden af galleribillederne. Som her også brugte Gestalt-loven om nærhed og gjorde galleriet mere intuitivt som grafisk brugergrænseflade (GUI) "WYSIWYG-løsning".

Det endelig resultat af styletile

Efter alle de sidste design ændringer blev der tilføjet ekstra design elementer og styletilen var endelig færdig.

Kode...

Kode...

Kode...

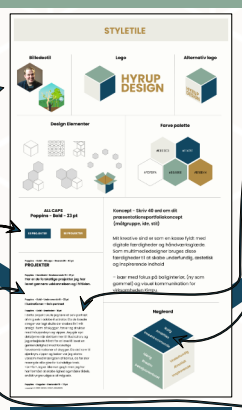
CSS Grid & Flexbox

Kode...

Kode...

Kode...

Kode...



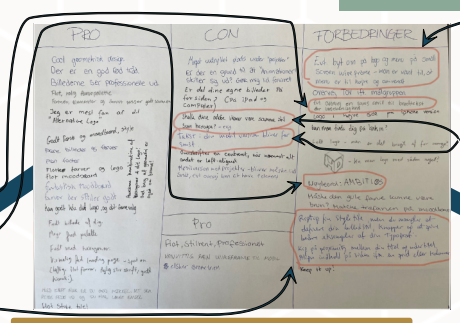
Opdateret styletile

Tilføjede billede-stil.

Tilføjede knap design.

Tilføjede ambitiøs istedet for klassisk - passede bedre.

Tilføjede eksempler på typografien.



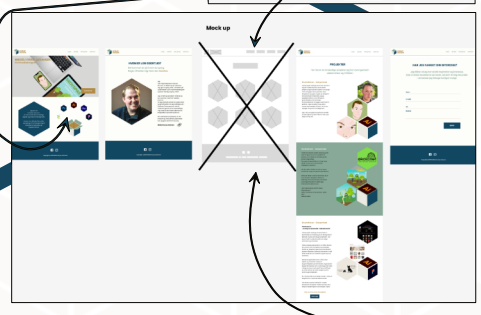

```
@import url("https://fonts.googleapis.com/css2?family=Inter:ital,opsz,wght@0,14..32,100..900;1,14..32,100..900&family=Poppins:ital,wght@0,100;0,200;0,300;0,400;0,500;0,600;0,700;0,800;0,900;1,100;1,200;1,300;1,400;1,500;1,600;1,700;1,800;1,900&display=swap");
```

```
index.html > html > head > title
1   <!DOCTYPE html>
2   <html lang="da">
```

```
index.html > html > head > title
1   <!DOCTYPE html>
2   <html lang="en">
```

Problemer med skrifttype og automatisk oversættelse

Da jeg første gang lagde min hjemmeside online, blev skrifttypen Poppins ikke vist korrekt – browseren brugte i stedet en standard serif. Det skyldtes, at Visual Studio Code kunne genkende skrifttypen lokalt, men browseren krævede et link til Google Fonts, som jeg derefter indsatte i min CSS. Derudover oversatte Chrome automatisk siden til engelsk, hvilket førte til fejl som at knappen "tryk her" blev oversat til "prøv hende". Dette blev løst ved at angive korrekt sprogkode lang="da" i HTML.



Silent feedback og second opinion

Skrifttype ændret til Poppins (sans serif) hele vejen igennem.

Byttet om på logo og burger menu.

Ændret form på færdigheds ikoner.

Taget højde for skiftstørrelse.

Second Opinion

Slettede en navigationsside efter second opinion

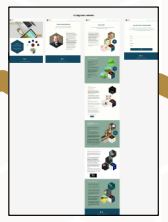
Evolution:
video- og fotografering skiftet ud med InDesign
= mere relevant for målgruppen

Video- og fotografering skiftet ud med InDesign

Fotografi fremvisningen blev skiftet ud med den workshop i vi havde i Indesign. Det gik også op for mig at det valg havde mere relevans i forhold til min målgruppe fordi der fremgik i jobbeskrivelsen at man kom til at arbejde med emaildesign og trykte medier.
Samt at kassen med alle færdighederne blevet udvidet

Designs kan altid gøres bedre

forsættelse følger....



Det endelig resultat af mock-up

- som svare til Hjemmesiden på mobil og desktop