

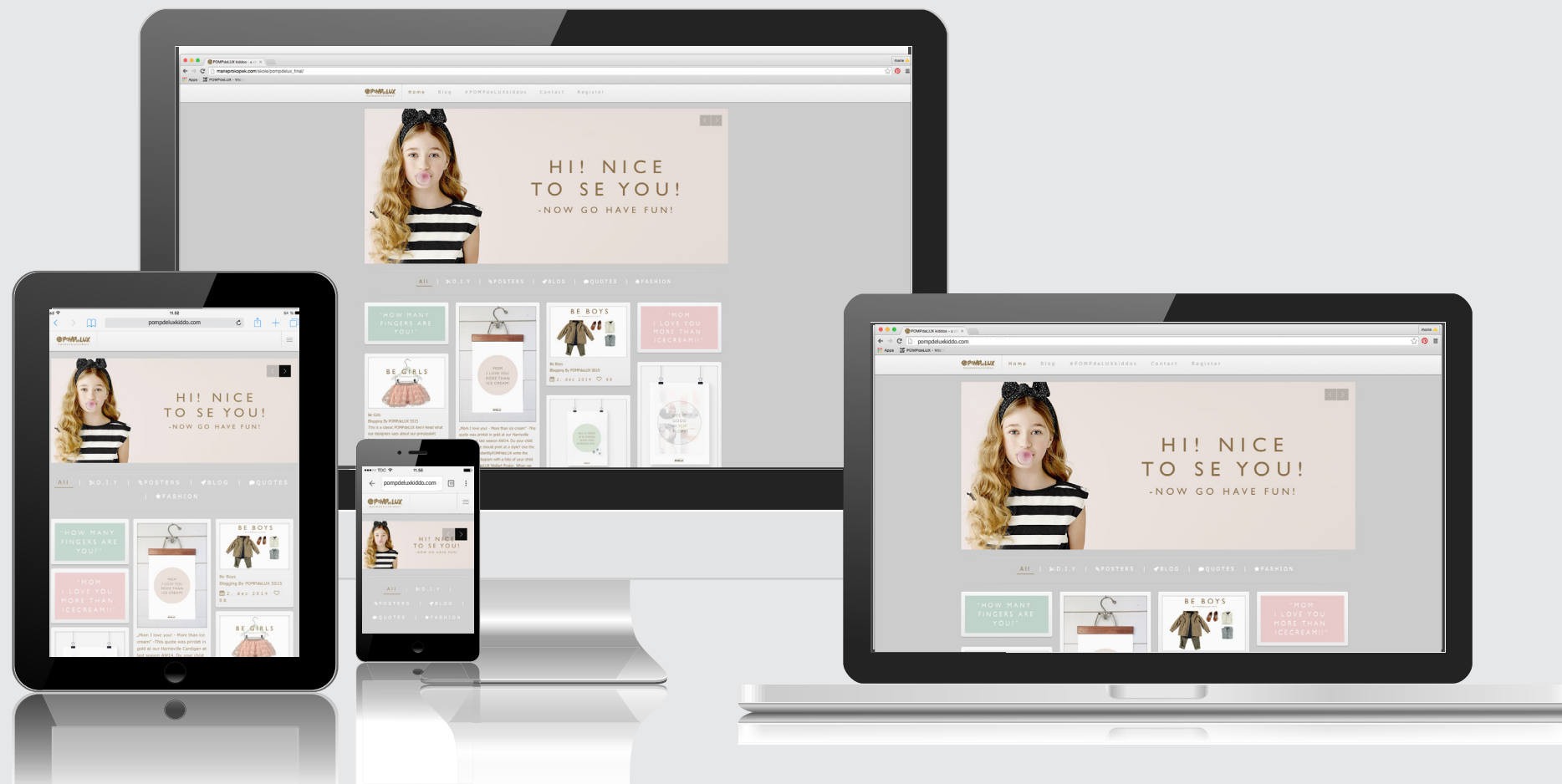
GRAFISK WORKFLOW

AF MARIE PROKOPEK



MARIE
PROKOPEK

REDEGØRELSE GRAFISK WORKFLOW



REDEGØRELSE GRAFISK DESIGN

Kunde: POMPdeLUX

Grafisk Designer: Marie Prokopek

OPGAVEN

Opgaven gik ud på at jeg modtog et kundebrief fra POMPdeLUX som ønskede et redesign af og design af følgende:

Redesign af Katalog/Magasin

(Opslagssider + oversigt) herunder (ift. udtryk):

- Tekstombrydning (valg af fonte, behandling af disse)
- Farve, illustration og fotobrug

Redesign af logo

- Logo og dets brug.

Nyt design til ny hjemmeside

- En anden end webshoppen, en hygge side til kunderne og børnene.
- Content-website en side med redaktionelt indhold.
(ref: <http://www.inspiredbykids.dk/>)
- Responsiv
- Opbygning, indhold og udseende (ift. udtryk)
- Hvordan kan POMPdeLUX selv bruge og opdatere en side som denne?
-

MÅLGRUPPE

Primær: Kvinder (mødre) i alderen 25-45 år.

I Danmark, Norge, Sverige, Tyskland, Østrig, Schweiz, Finland og Holland.

Indkomst er hovedsageligt i middel gruppen til mellem høj.

De er kvalitets- design og mode-bevidste, status er vigtig, de vil gerne udstråle overskud, vil gerne reklamere for sig selv og for POMPdeLUX på sociale medier, hovedsageligt Facebook og Instagram, som målgruppen er storforbrugere af. Dette er et vigtigt salgselement for POMOPdeLUX.

Desuden er en stor del af vores varer købt via tablets, hvilket gør at den responsive og mobile del er super vigtig for POMPdeLUX!

Sekundær målgruppe: Bedsteforældre 60+. Her vil primær-målgruppen have så stor indflydelse, at jeg ikke vælger at fokusere på denne gruppe.

Afsender: POMPdeLUX. Pompdex åbnede dørene op for et nyt dansk børnetøjsmærke i 2006 (for børn i str. 80-152 cm) og vækstede stort fra dag et. De to salgskanaler er webshoppen www.pompdex.com og via konceptet Home Shopping. I dag befinder POMPdeLUX sig i 8 lande med cirka 400 Shopping Advisors – som er navnet på de 'værtinder' der afholder disse Home Shopping events i målgruppens private hjem.

UDFORDRING

POMPdeLUX har fået mange modspillere igennem de sidste 9 år. Der er flere konkurrenter på markedet og markedet er generelt afmattet. POMPdeLUX er ikke 'den nye i klassen længere' og skal re-positioneres – med andre ord 'udkomme' i en ny og forbedret udgave og bruge denne katalysator til igen at være 'top of mind' i kundens bevidsthed.

Krav: POMPdeLUX vil gerne relanceres på ovenstående punkter – men i en let grad så kunderne stadig kan genkende det stærke brand, der står for god kvalitet og lækkert design. POMPdeLUX vil gerne udstråle ny energi og være først til at skabe trends. Alle børn – især de store (mellem 7-10 år) der sætter højere og højere krav til moden – skal kunne se sig selv i tøjet. Referencer: POMPdeLUX konkurrerer på 8 markeder og disse markeder er meget forskellige – men de største konkurrenter er H&M, NAME IT, ZARA, HümmeL og diverse supermarketers tøjlinjer. POMPdeLUX skal afspejle den position de hele tiden har haft i dette felt af børnetøjsmærker, men i en mere moderne udgave.

POMPdeLUX ønsker indsigt og dokumentation for arbejds- og designprocessen samt moodboard/inspirationskilde.

Ligeledes forventes tanker og argumenter fremlagt.

MIT BIDRAG TIL OPGAVEN.

- Jeg designede en ny hjemmeside og lavede et designoplæg af denne i form af en fuldt funktionel og responsiv hjemmeside.
- Jeg redesignede katalog, med mere redaktionelt indhold og en ny designmanual over fonte og elementer.
- Desuden lavede jeg en ny ting hertil, #WallartByPOMPdeLUX, plakater der kan rives ud af magasinet og printes ud på den nye content website. Ideen er at plakaterne som skulle hjælpe med at få kunderne til at reklamere for os mens de reklamerer for dem selv og et designg deres liv.
- Redesignede logo samt logos med taglines til WallartByPOMPdelux og til den nye hjemmeside POMPdeLUXkiddo.

Se det færdige resultat her: <http://marieprokopek.com/pompdexkiddo/>

REDEGØRELSE GRAFISK WORKFLOW

Jeg modtager opgaven fra POMPdeLUX

Jeg bliver bliver briefet på opgaven af deres grafiske designer.

Jeg laver en tidsplan for at kunne overholde deadline, som er 21 arbejdsdage til at lave både website, katalog og logos . Og det er vigtigt hvis jeg skal overholde tiden.

Jeg går igang med research og ideudvikling på en visuel identitet, som er sammenhængende for hele opgaven.

Jeg laver oplæg på den grafiske linje med logo, fonte og elementer(se toolbox), som skal anvendes til både katalog og website.

Vi mødes flere gange og jeg modtager rettelser på oplæggene og retter til.

Jeg modtager godkendelse på grafisklinje og logo .

Jeg beslutter emner og indhold på websitet tegner skitser, skriver funktionerne de forskellige sider skal have .

Jeg laver et flowchart så jeg hele tiden har et overblik og præsenterer dette og ideen.

Jeg laver skitser/oplæg i photoshop .

Mødes igen med designeren og modtager rettelser - laver skitser og noter til mig selv.

Jeg layer layout af sitet i Photoshop.

Jeg læser korrektur på layoutet og mødes igen med designeren og modtager rettelser og korrigerer.

Jeg finder en bootstrap template der har noget af det indhold vi har brug for.

Jeg henter plugins ned til forskellige dele af sitet.

Her ville man, hvis sitet skulle uploades og i brug med det samme, købe et domæne og oprette hosting hos udbyder.

Jeg anvender i stedet mit eget domæne marieprokopek.com og laver siden som en underside hertil.

Jeg anvender Dreamweaver til styling og kodning af sitet med CSS, HTML, PHP og javascript. Jeg uploader med Cyperduck.

Jeg tester løbende sitet i forskellige browsere og på forskellige devices, for at tilpasse designet og sikre det hele fungerer og kan nå ud til så mange som muligt.

Jeg præcenterer det færdige produkt til den grafiske designer.

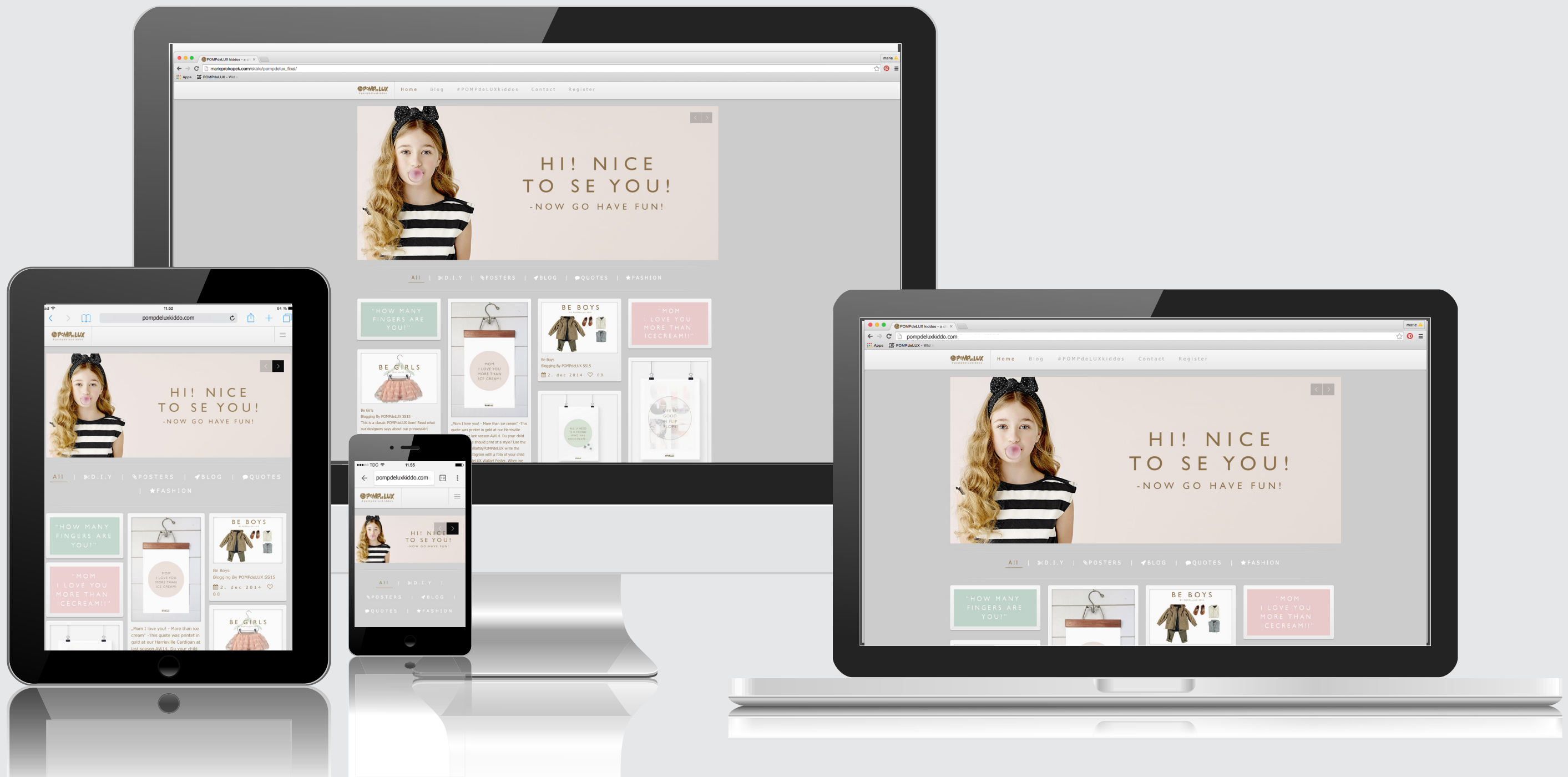
Forklarer om vedligeholdelse og kodning.

Da jeg har valgt at kode i Bootstrap og ikke i et CMS system, er det vigtigt at siden vedligeholdes af en der kan kode.

POMPdeLUX godkender.



RESPONSIVT DESIGN



PÅ ALLE DEVICES.

Jeg ville gerne have der var liv på index siden, så jeg indlagde en Flexslider i toppen som kører selv.

ISOTOPE ALA PINTEREST.

Der er mange elementer der skal tale sammen på siden, så derfor valgte jeg et filter så brugervenligheden i det er bedre. Jeg kan godt lide den måde Pinterest løser det på så det tog jeg udgangspunkt i. Desuden ville jeg også gerne have liv i denne, så jeg fandt denne kode på nettet med Isotope filterering hvor elementerne bytter plads ved hjælp af JQuery. På ipad ændrer rækkerne sig fra at være 4 til 3 i portræt tilstand og på mobilen er der kun en kolonne.

Der er stor forskel på hvad der kan være på en mobil, og på en imac 27, så her har jeg selvfølgelig tilpasset de forskellige devices. Det har jeg blandt andet gjort ved at mange elementer, er bygget op med class="row-fluid " og span som gør at elementerne flyder på plads til de devices de bliver bedt om. Menuen og filtrerne kollapsede fra de kommer på mobil dev.

Disse funktioner er en af grundene til jeg har valgt at bruge Bootstrap elementer.

De udvikler de sig hele tiden i en sikker retning med tendenserne og alt er gennemtestet så længe du selvfølgelig gafler det de gode steder som på Github. Men det er også super nemt at kode dig vej til det design du gerne vil have med de forudindstillede Bootstrap elementer.

FLOWCHART

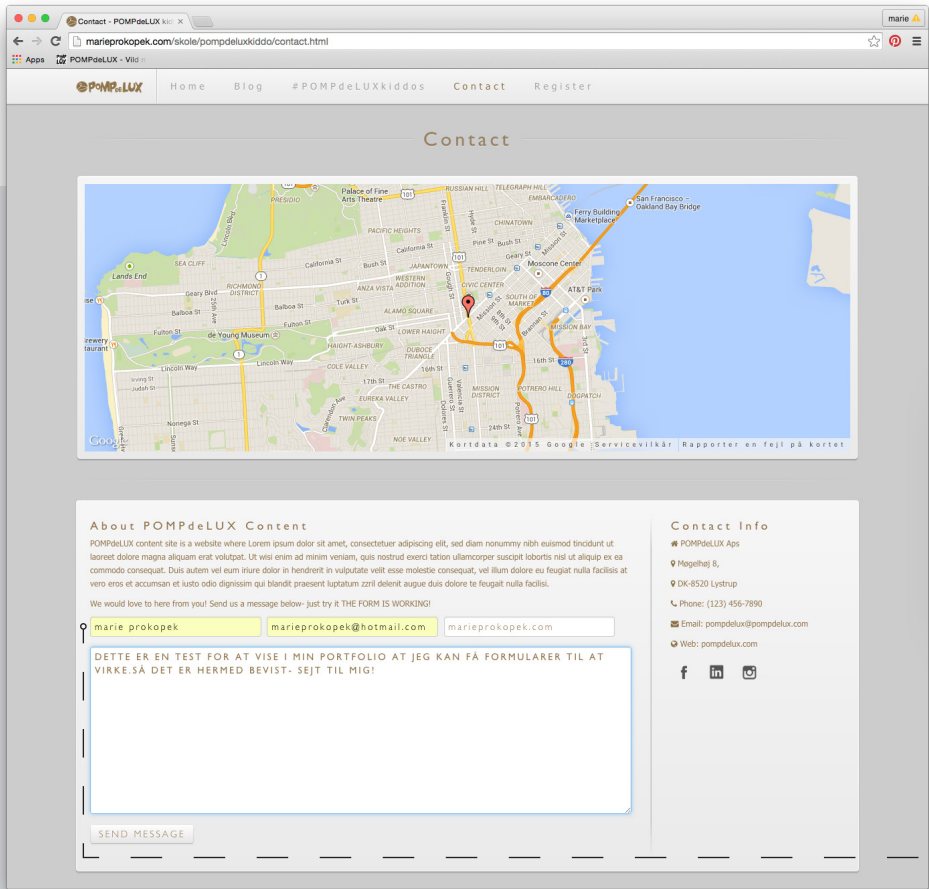
HER SES DET FLOWCHART JEG PRÆSENTEREDE I TIL POMPDELUX
Tendensen i tiden netop nu, er onepage sites og scroll effects er meget oppe og er virkelig lækkert designmæssigt og brugervenligt. Desværre skulle siden indeholde en helt masse blog elementer, hvilket gjorde at det var svært at forsvare at lave en onepage site. Derfor har jeg valgt at lave siden som vist herunder i mit flowchart.



Denne underside er der mange af, da det er blog indlæg.

FORMULAR OG PHP

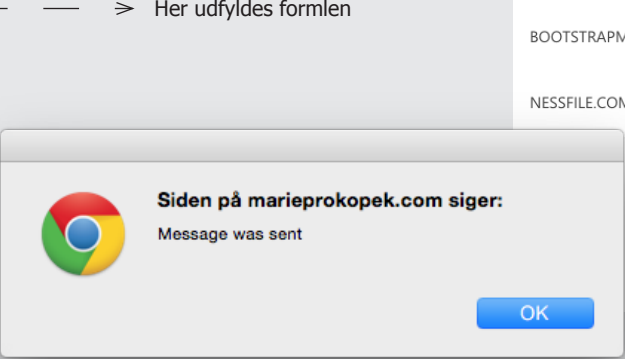
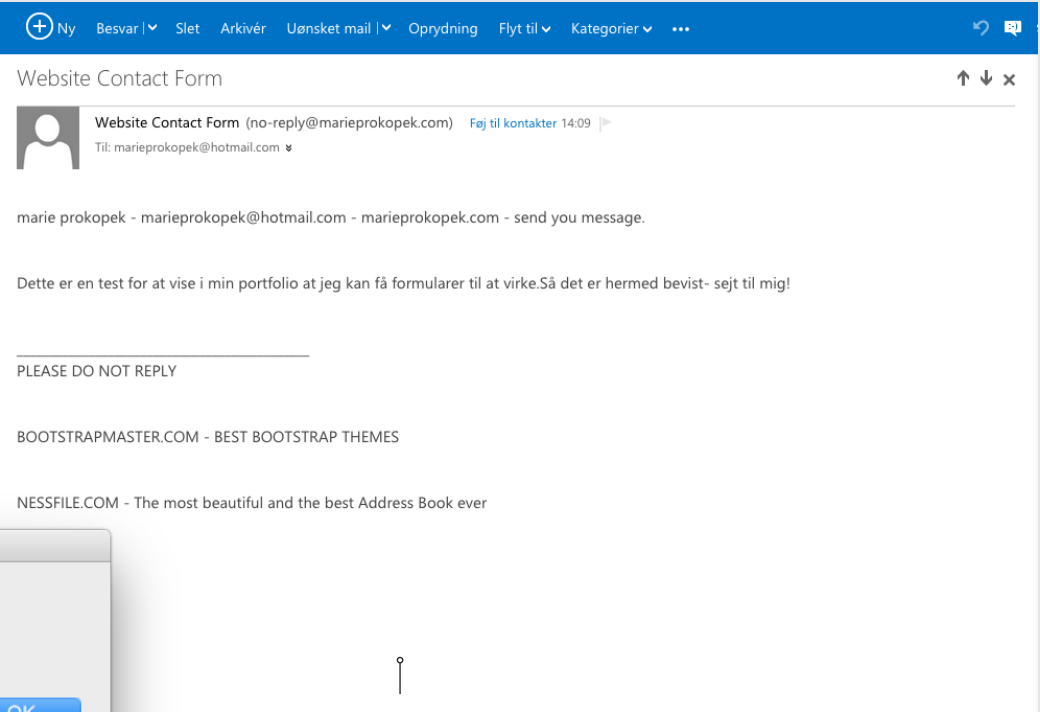
```
1 <?php
2
3 $admin_email = "marieprokopek@hotmail.com";
4
5
6 if ($_POST['new_message']) {
7
8     function valid_email($email) {
9         return (! preg_match("/^([a-z0-9+_-]+)(\.[a-z0-9+_-]+)*@([a-z0-9+_-]+\.)+[a-z]{2,6}$/ix", $email)) ? FALSE : TRUE;
10    }
11
12    $name = $_POST['name'];
13
14    $email = $_POST['message_email'];
15    $email = str_replace(' ', '', $email);
16
17    $user_message = $_POST['message'];
18
19    $www = $_POST['www'];
20
21    if(valid_email($email)) {
22
23        $host = $_SERVER['HTTP_HOST'];
24        $uri = rtrim(dirname($_SERVER['PHP_SELF']), '/\');
25
26        $message =
27        "$name - $email - $www - send you message.\n\n"
28        "$user_message\n\n"
29        "-----
30        PLEASE DO NOT REPLY \n\n
31        BOOTSTRAPMASTER.COM - BEST BOOTSTRAP THEMES \n\n
32        NESSFILE.COM - The most beautiful and the best Address Book ever
33
34    ";
35
36    mail($admin_email , "Website Contact Form", $message,
37        "From: \"Website Contact Form\" <no-reply@$host>\r\n" .
38        "X-Mailer: PHP/" . phpversion());
39    unset($_SESSION['ckey']);
40
41    echo 1;
42
43    } else {
44
45        echo 2;
46
47    }
48
49 }
50
51 ?>
```



KONTAKT FORMULAR DER VIRKER

Til kontaktsiden er der en formular der gør at du kan sende en besked, for at det virker skal der være en php der fungerer og connecterde rigtige oplysninger med Hosten.

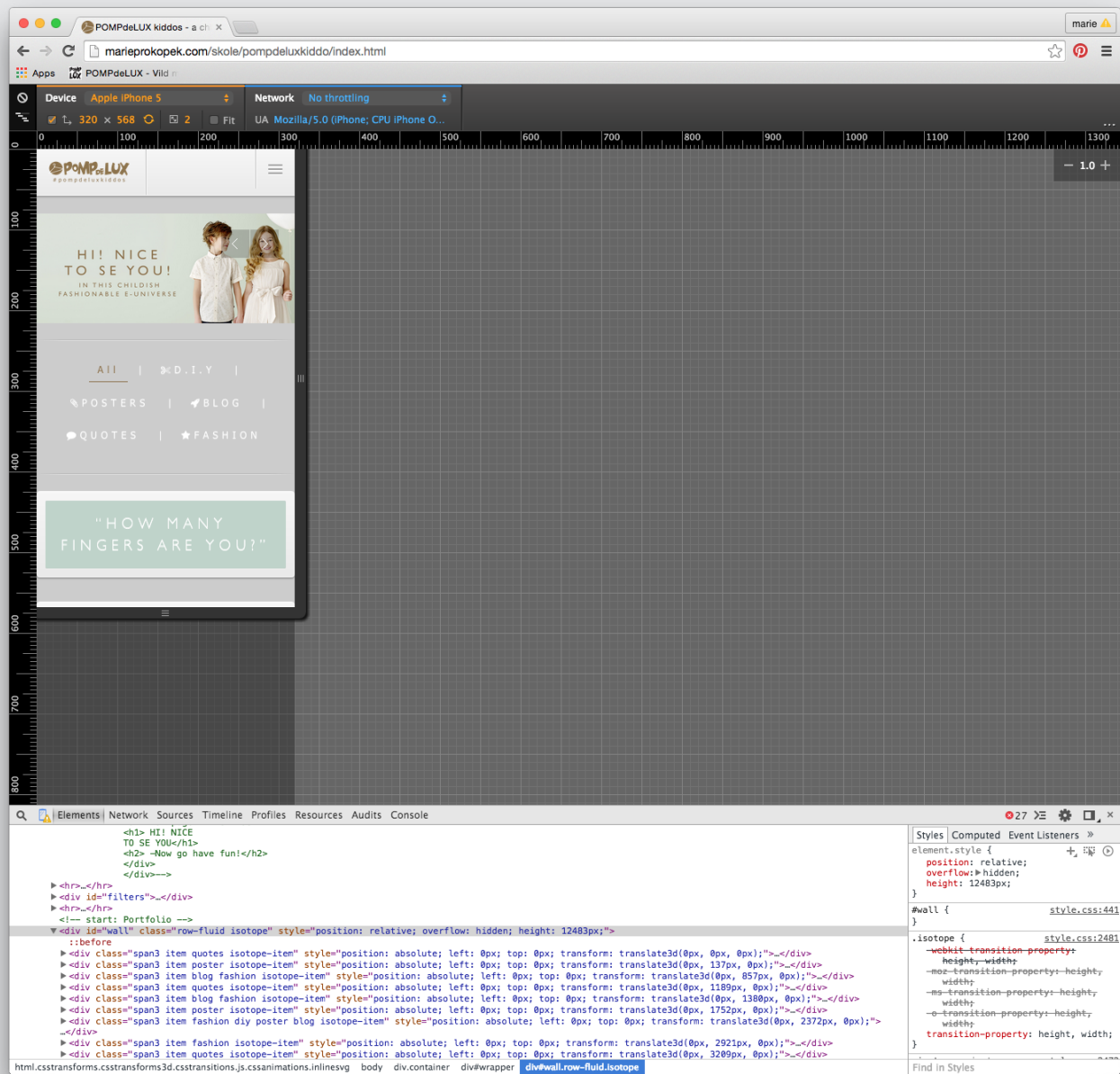
➤ Her kan du se jeg har indsat min egen mailadresse. Når der sendes en besked fra formelen, modtager jeg det hele i min mail som vist herunder.



Når kontaktformularen er korekt udfyldt og du trykker send, kommer denne succes box frem.

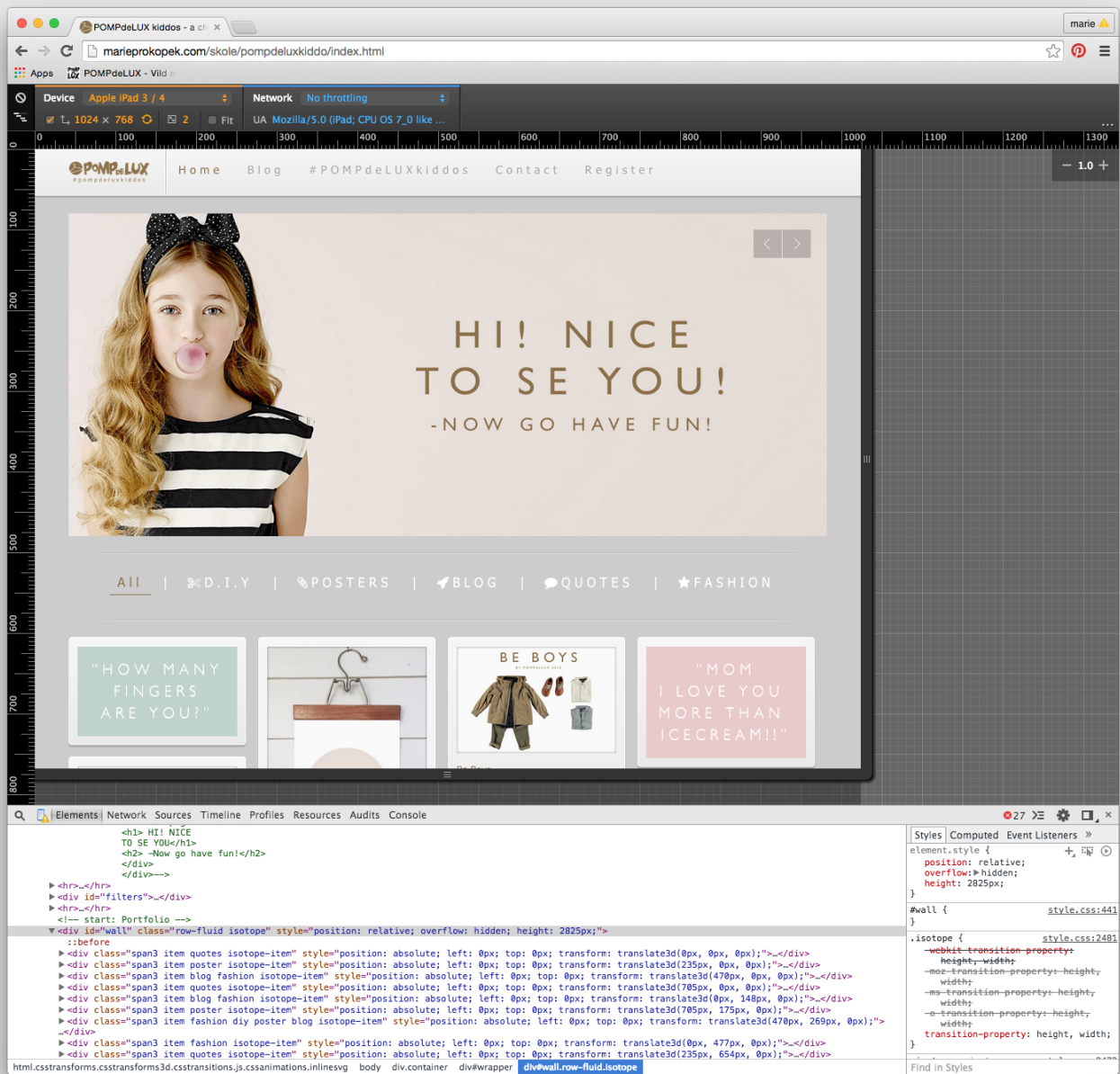
Her ses den mail jeg modtog få sekunder efter der blev trykket send på websitets kontaktformular.

TEST I CROME



⇒ Test i Iphone 5 size

HTML kode



Test i Ipad 3 og 4

CSS

Jeg tester sitet på rigtige devices når jeg uploader. Men undervejs tester jeg også rigtig meget direkte i Google Chrome, hvor jeg kan kontrollere elementer. For eksempel tester jeg styles direkte i CSS'en, ser om stylingen virker, finder og løser problemer og en helt masse andet. Ofte tester jeg styling her og kopierer det over i min egen CSS når det virker.

KVALITETSVURDERING

Jeg synes det er blevet et godt resultat. Jeg har måtte lave nogle designmæssige kompromisser ud fra POMPdeLUX ønsker og pga. tiden. Men i sidste ende var alle parter meget tilfredse og det er jo det vigtigste, så alt i alt super godt..