



Svende - portfolio 2017

Katarina Andersen **Mediegrafiker Svendepøve** Sommeren 2017

Indhold:

Præsentation 3

Grafisk design 4

Grafik og billedbehandling 12

Typografi 22

Grafisk produktionsforståelse 29



Portfolio:

portfolio.katarinanatalie.dk

Blog:

katarinanatalie.dk

Præsentation

Jeg hedder Katarina, er 25 år og bor i Odense. Til dagligt er jeg elev hos design og strategi bureauet GLAD på Vesterbro. Før jeg startede på uddannelsen til mediegrafiker har jeg taget et web-integrator grundforløb, samt en eksamen fra Handelsskolen i Nyborg.

Mine interesser er bl.a. min blog hvor jeg skriver om boligindretning og DIY projekter, og min webshop Another Poster Shop, hvor jeg designer grafiske plakater. Udover det kører jeg også mountainbike og

fotograferer. Da grundforløbet var slut var jeg på vej til en elevplads i Århus hos CAD design, men søgte en stilling hos VILA som var en drøm at få. Den stilling fik jeg og var i et år af min elevtid.

Efter et år flyttede jeg til Odense og fik tilbudt en elevplads hos GLAD, hvor jeg er nu. Her har jeg meget ansvar da vi kun er to grafikere - min chef og jeg. Jeg sidder bl.a. med design og udvikling af hjemmesider, jeg har en masse kundekontakt og kommer godt rundt om forskellige slags opgaver.

Grafisk design

Kunde: Another Poster Shop

Opgave: Another Poster Shop er en dansk webshop, som sælger grafiske og fotografiske plakater, samt kalendere og huskelister. Webshoppen blev til i 2015, og er siden vokset med et dobbelt så stort udvalg af produkter.

Her lyder opgaven på at opdatere hele Another Poster Shops udtryk. Det er et komplet redesign af visuel identitet, webshop og visitkort.

Another Poster Shop er min egen webshop.

Produkter:

Visuel identitet

Webshop

Visitkort

Specifikationer

Kunde: Another Poster Shop

Produkter: Visuel identitet, webshop og visitkort

Farverum: RGB og CMYK

Programmer: Photoshop CC, Illustrator CC, InDesign CC og CMS system

Specifikationer for visitkort:

Format: 85x55 mm

Farverum: CMYK

Papir: 350 g ubestrøget papir

Målgruppe

Another Poster Shop henvender sig til en målgruppe, der er interesseret i boligindretning. De bor enten hjemme, i hus eller i lejlighed.

Målgruppen er både mænd og kvinder, som bor i i Danmark. Dog er gennemsnittet kvinder i alderen 20-35 år.

Designkrav

Designet skal løftes og gøres mindre stift. Man vil gerne væk fra det helt lyse design, og gøre det mere "behageligt for øjet", når nu produkterne også er visuelle.

Overvejelser

Jeg vil forsøge at give Another Poster Shop et design, som skiller sig ud fra de andre webshops med plakater ved at være lidt utraditonel omkring opsætning.

Designet vil jeg beholde i sorte, hvide og grå nuancer for at få produkterne i fokus, men vil lave det mere grafisk og tilføje kontrast og blockelementer.

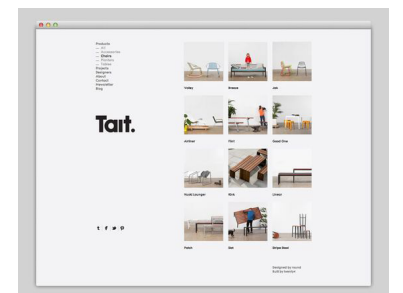
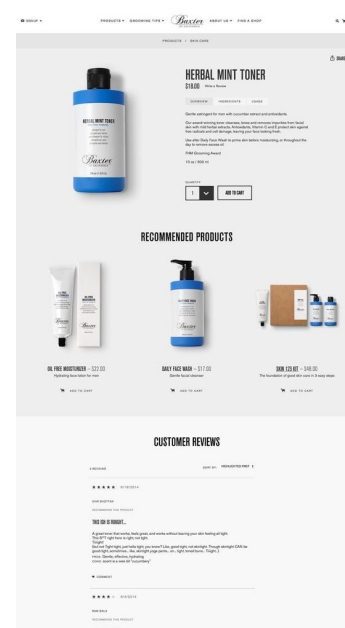
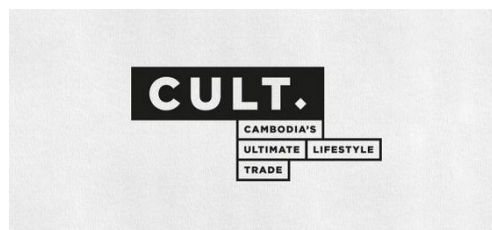
Brainstorm



Logo skitser



Moodboard



Font

Til logo, webshop og visitkort: BEBAS KAI

BEBAS KAI er en sans-serif font der kun er udviklet i versaler. BEBAS KAI giver et bombastisk og kontrastfuldt udtryk, men er samtidigt utroligt enkel og stilren.

BEBAS KAI er udviklet af Dharma Type i 2014 og er en gratis font. Dharma Type står desuden bag BEBAS og BEBAS NEUE som BEBAS KAI er en videreudvikling af.

Til webshop: Roboto Condensed

Roboto er ligesom BEBAS KAI en grotesk skrifttype. Dens formularer er stort set geometriske, men samtidig har skrifttypen venlige og åbne kurver. Roboto er designet af Christian Robertson og findes både i Almindelig, Condensed, Slab og Mono, men er her brugt i Condensed, da den passer bedst ind i designet, sammen med BEBAS KAI.

BEBAS KAI:

ABC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
 0123456789\$!#€&/=?^

Roboto Condensed:

ABC

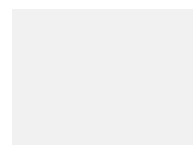
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
 0123456789\$!#€&/=?^

Farver

I designet er der brugt sort, hvid og grå. Disse er gennemgående, og bruges for ikke at lave for meget larm, og fjerne fokus fra produkterne. Sort, hvid og grå kaldes for "ikke-farver", da man ikke kan blande sig frem til dem.



RGB: 255, 255, 255
 CMYK: 0, 0, 0, 0
 HEX: #FFFFFF



RGB: 241, 241, 241
 CMYK: 7, 5, 5, 0
 HEX: #F1F1F1



RGB: 0, 0, 0
 CMYK: 0, 0, 0, 100
 HEX: #000000

Symbolik

Hvid: Man ser ofte hvid forbundet med (stil)renhed, præcision, ærlighed og enkelthed.

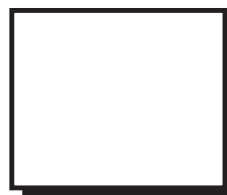
Grå: Med grå repræsentere man det praktiske, og tidsløse. Grå er i balance, den er neutral, betænksom og pålidelig.

Sort: Sort er sofistikeret og elegant. Mange forbinder den som en stilfuld farve, bl.a. indenfor for modebranchen.

Alle de betegnelser er vigtige for mit design og opbygning af webshop, da folk skal føle sig trygge når de handler på shoppem, samtidig med de bliver inspireret.

Grafisk element

For at give logoet blikfang er der lagt en kasse med hård skygge på bagved.



Den hårde skygge er inspireret af stilarten pop-art, som ofte har brede outlines i designet, mens kasserne forestiller en ramme der hænger på væggen.

Det færdige logo

Logoet med den sorte skygge er det primære, og bruges både på webshoppen, visitkort og på plakaterne. I negativ bruges logoet på plakater med mørk baggrund.



Resultatet af det færdige logo fungerer godt både til print, web og på plakaterne, og er også let læselig i forskellige størrelser, som er en god ting når det skal på visitkort og mindre plakater.



Logo på visitkort og plakat

Visitkort:

Format: 85x55 mm

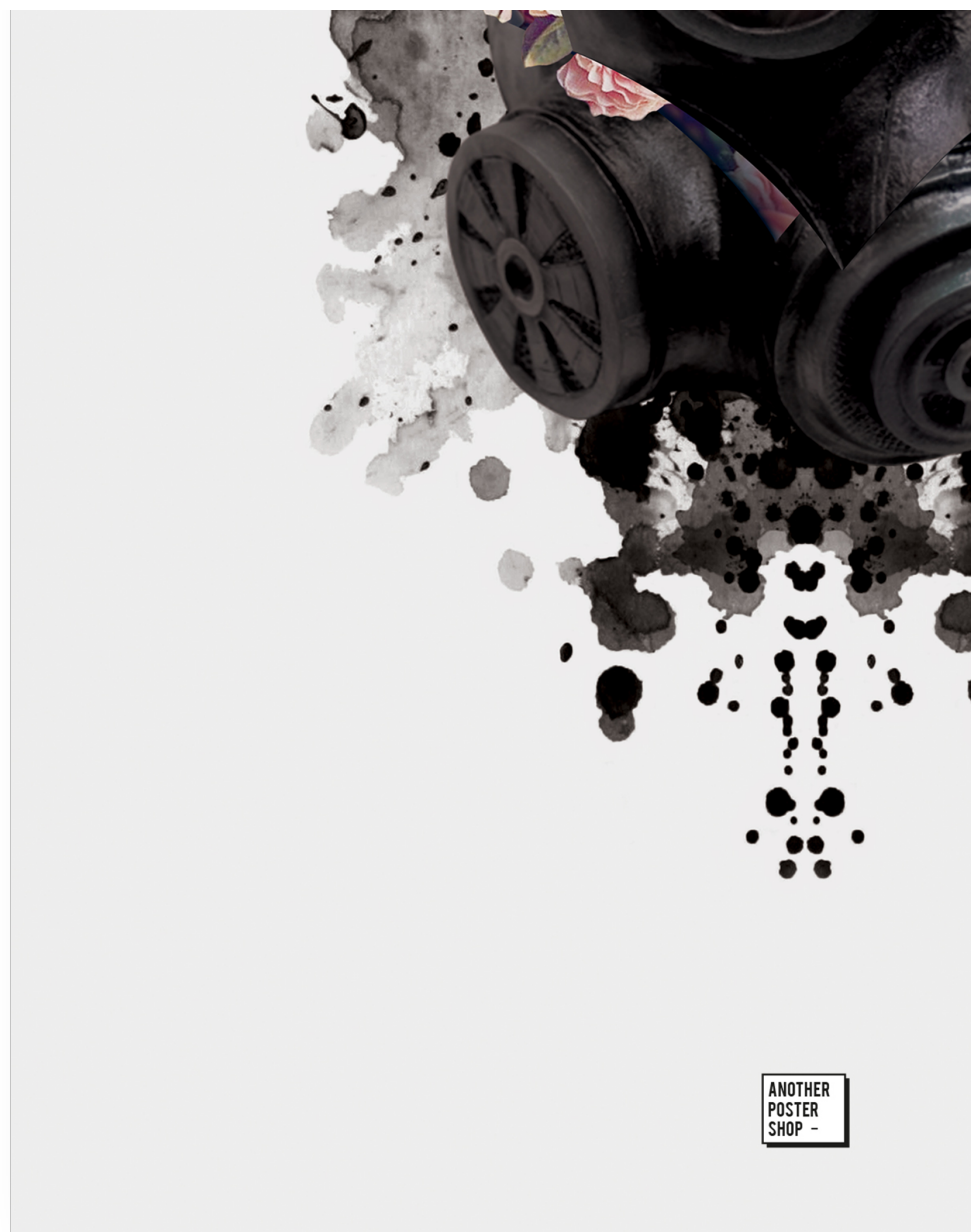
Farverum: CMYK

Papir: 350 g ubestrøget papir

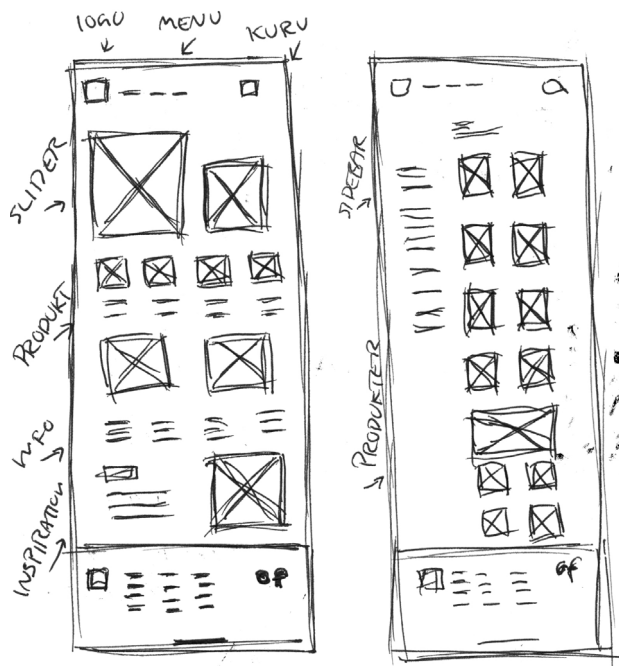
Forside:



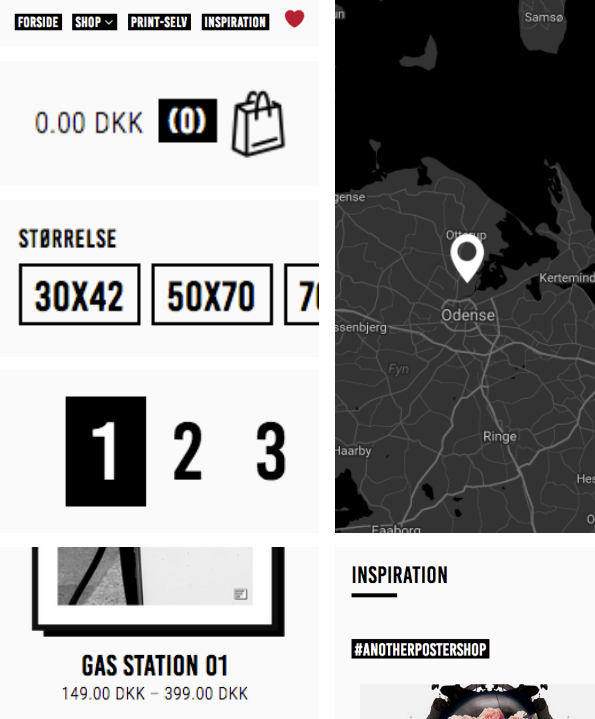
Bagside:



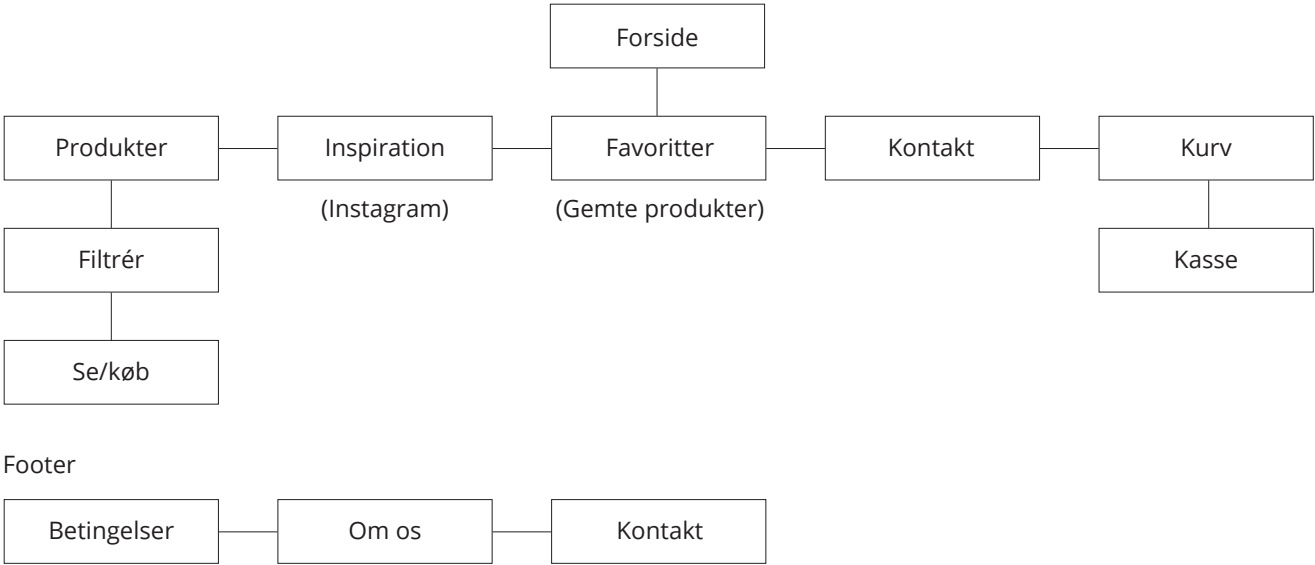
Skitser til webshop



Designelementer



Sitemap



Responsivt design

Designet til webshoppen er selvfølgelig også gjort responsivt, så det tilpasses i formatet afhængig af den platform man benytter. Det er lavet responsivt for ikke at miste kunder, som ser webshoppen på deres tablet eller mobil, og fordi det har stor betydning for SEO, hvis sitet ikke er responsivt.

Til at lave webshoppen tilpasset flere platforme er der anvendt media queries. Media queries er et stykke kode der placeres i CSS'en, som fortæller at det efterfølgende CSS kun skal læses efter layoutet har en hvis størrelse. På den måde kan man styre både billedstørrelser, skrifter, knapper, hvornår en mobilmenu skal vises osv.

```
@media screen and (max-width: 480px) {  
  body {  
    background-image: none !important;  
  }  
}
```

AIDA

Kommunikationsmodellen AIDA:

Attention
Interest
Desire
Action

Modellen er en god guideline til f.eks. opsætning af produktsider. Jeg har anvendt den på således måde:

ANOTHER
POSTER
SHOP -

0.00 DKK (0)



EUCALYPTUS

149.00 DKK – 399.00 DKK

"Eucalyptus" er en plakat med et fotografi af en plante.

Plakaten er digitalt trykt på højkvalitets mat papir, så motivet fremstår så flot som muligt. Det er muligt at vælge plakaten i størrelserne 30×42, 50×70 og 70×100 cm.

GEM SOM FAVORIT ❤️

STØRRELSE

30X42

50X70

70X100

249.00 DKK

1

TILFØJ TIL KURV

Attention:

Miljøbilleder tiltrækker opmærksomhed hos kunden.

Interest:

Er kunden interesseret kigger de videre på pris, og mere information om plakaten.

Desire:

Hvad er behovet? I dette tilfælde; hvor stor skal plakaten være?

Action:

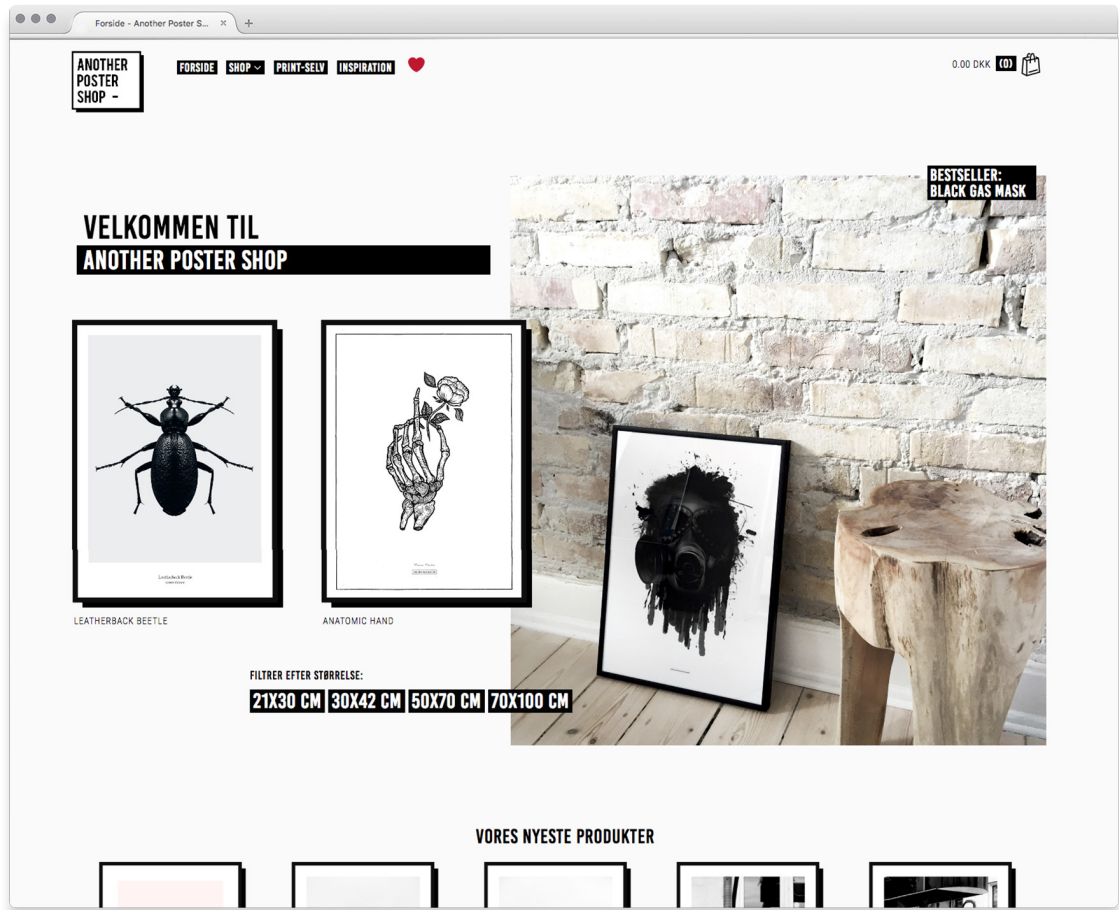
Der foretages et køb.

Kvalitetsvurdering

Der er en rød tråd igennem hele designet, og udtrykket er lavet så unikt fra andre på markedet som muligt. Logoet er stilrent og kan nemt bruges på alle platforme, i forskellige miljøer. Webshoppen er overskuelig, og giver god fokus på produkterne uden at være kedelig.

Jeg er rigtig glad og tilfreds med designet, og hele processen bag, og føler at jeg er kommet frem til et godt resultat.

De færdige produkter



Grafik og billed- behandling

Kunde: Apple

Opgave: Beats by Dr. Dre er et mærke af hovedtelefoner. Mærket blev købt af Apple i 2014, men var tidligere ejet af Dr. Dre, der er en amerikansk pladeproducer, rapper, iværksætter og skuespiller.

Opgaven lyder på at udarbejde af kampagneplakat for Apple, for at markedsføre de nye Beats Solo3 Wireless i Guld.

Opgaven er fiktiv.

Produkt:
Kampagneplakat

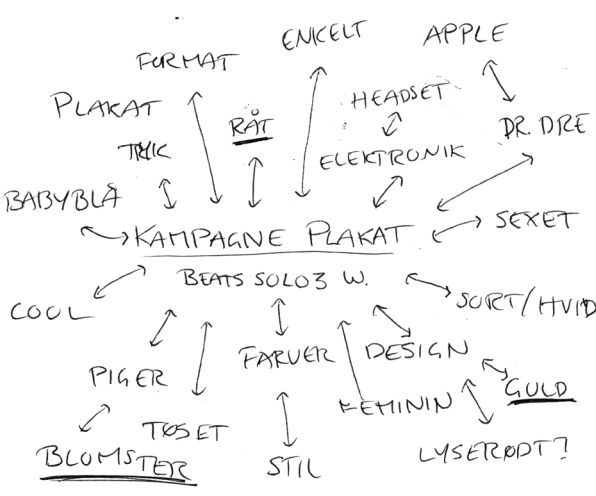
Specifikationer:

Kunde: Apple
Produkter: Kampagneplakat
Farverum: RGB og CMYK
Programmer: Photoshop CC og InDesign CC
Billeder: Freepik.com
Format: A3
Tryk: Digitalt tryk

Budskab

Apple har fået nye hovedtelefoner i guld, og skal have en kampagne for at promovere dem.
Kampagnen skal ramme piger i alderen 16-26, som er med på moden og gerne vil have "status".

Brainstorm

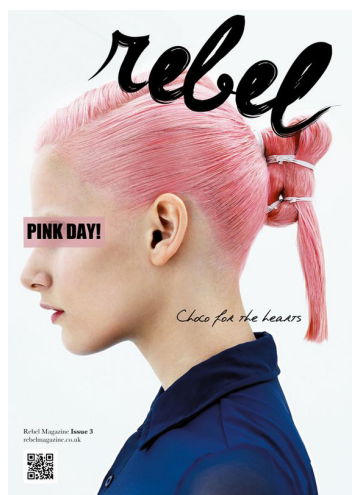


Skitser



Inspiration

Inden jeg begynder at sætte noget op, kigger jeg lidt på inspiration. Jeg er gået videre med stil og farver fra mit moodboard, som er feminint, råt og grafisk.

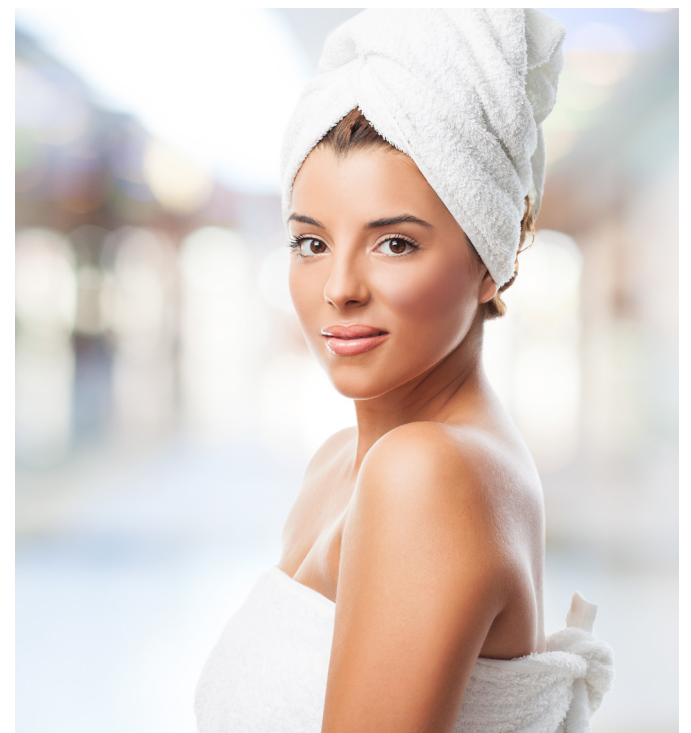


Overvejelser

Jeg vil gerne lave en plakat, som rammer både de feminine piger, men også de mindre feminine. Målgruppen er unge mennesker, så det skal jeg tænke med i mit design.

Billeder benyttet

Billeder er alle fundet på Freepik.com, og produktbilleder er hentet på Apples hjemmeside.

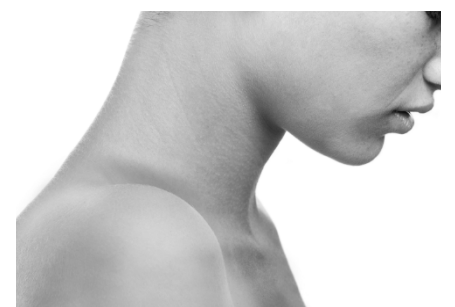
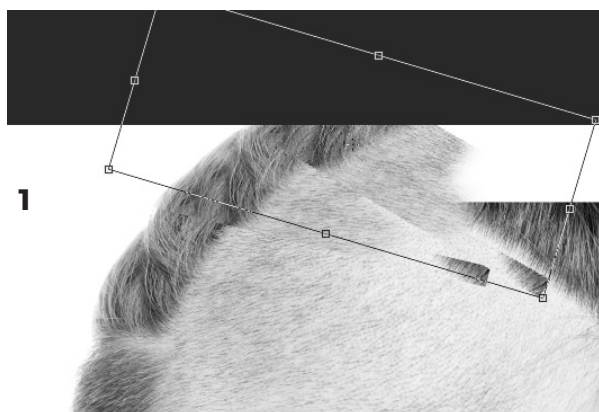


Forlængelse og sammenkopiering

Pigen jeg bruger i mit design havde desværre en dårlig beskæring, så toppen af hendes hoved og hendes skulder ikke kommer med. Til at forlænge hendes hoved/hår har jeg kopieret andre områder på pigen, og sat dem ind hvor der manglede. **(1)**

Til skulderen er der sat et billede ind, hvor de to er sammenkopieret. **(2)**

For at få det hele til at se realistisk ud, har jeg anvendt Masks, Clone Stamp Tool og Healing Brush Tool.



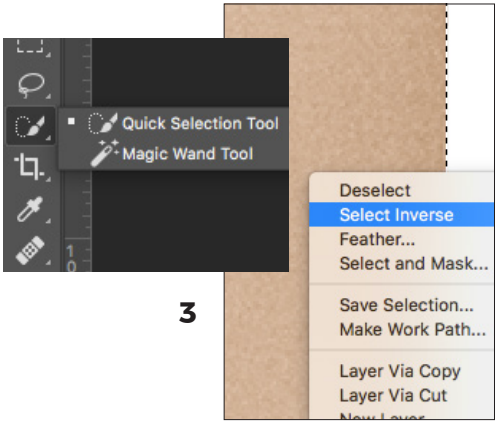
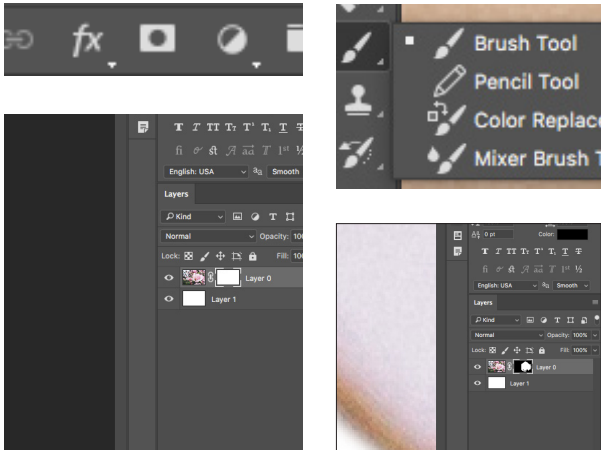
Fritlægning

Da hovedtelefonerne var på hvid baggrund, var de selvfølgelig nemme at fritlægge. Jeg har valgt at fritlægge dem med Quick Selection Tool, da det værktøj hurtigt vælger den hvide baggrund, hvorefter jeg kan justere i min maske med Brush Tool, hvis der er nogle områder som ikke kom med.

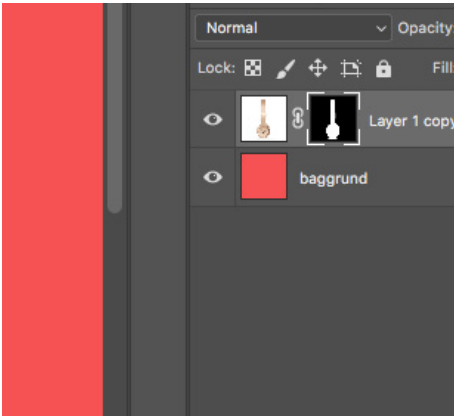
Når området der skal fjernes er valgt med værktøjet, trykkede jeg på Select Inverse, for at ligge min selection på hovedtelefonerne og derefter trykkede jeg på Mask hvor den så fjerner baggrund. **(3)**

Blomsten er fritlagt udelukkende ved hjælp af en maske og Brush Tool. Jeg kan godt lide man selv kan styre blødheden på penslen, så man både kan få de steder der er i fokus, og ude af fokus fine. **(4)**

På pigen har jeg valgt ikke at fritlægge hele baggrunden, men lade et hvidt omrids være tilbage. Det kunne godt ligne lidt en "mislykket" fritlægning, men giver samtidig et lidt provokerende udtryk, og kan sikkert være en faktor, som gør folk vil stoppe op og se efter en ekstra gang på plakaten. **(5)**



3



4



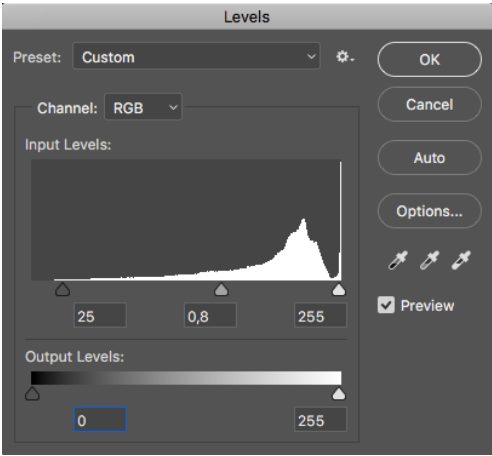
Lys og skygger

Billedet af pigen er en smule flat, så jeg starter med at ligge lidt kontrast i ved hjælp af Levels. **(6)**

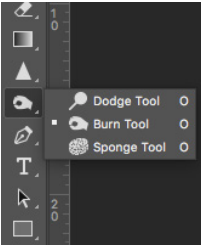
Et værktøj jeg er rigtig glad for er Burn Tool, som jeg har brugt her til at ligge skygge rundt omkring på pigen, og til at fremhæve hendes fregner. **(7)**

Når der er lavet skygger på hendes krop, er den sat til at gøre Midtones 40% mørkere. **(8)**

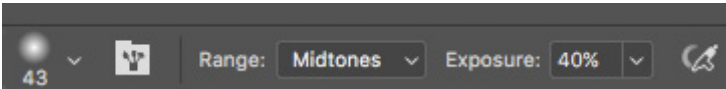
På hovedtelefonerne er der lavet skygge på ved at lave en kopi af laget, give det et sort Color Overlay, og ligge en blød Drop Shadow på. **(9)**



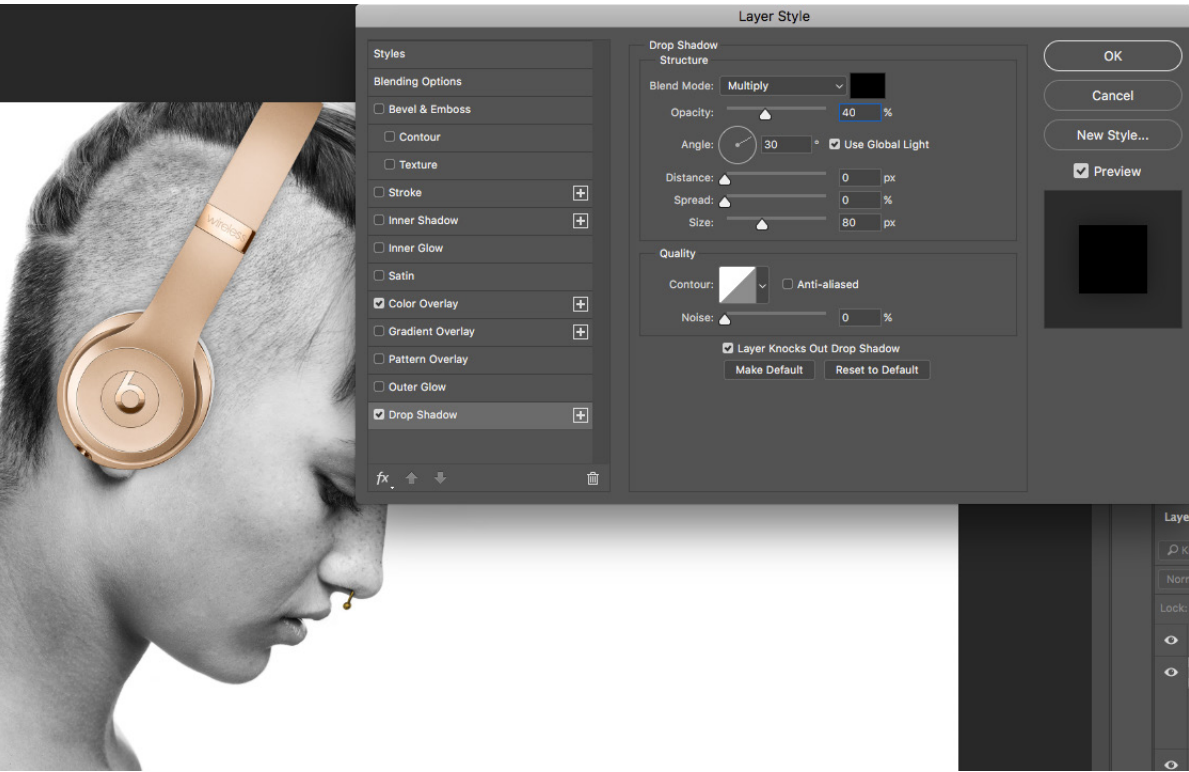
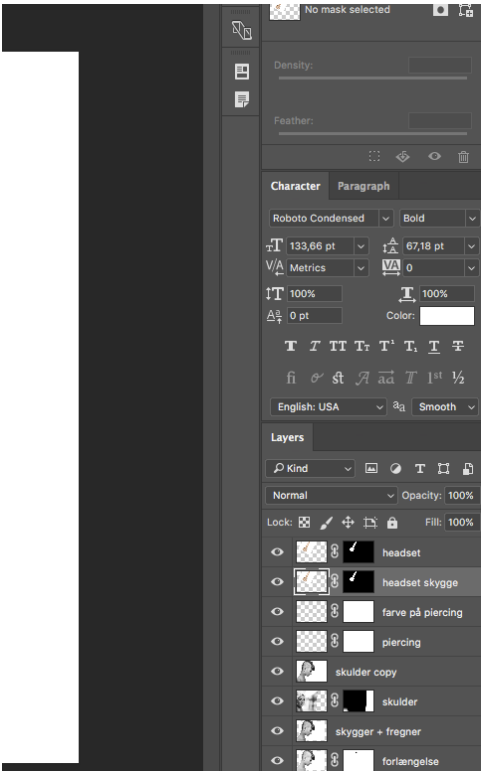
6



7



8



9

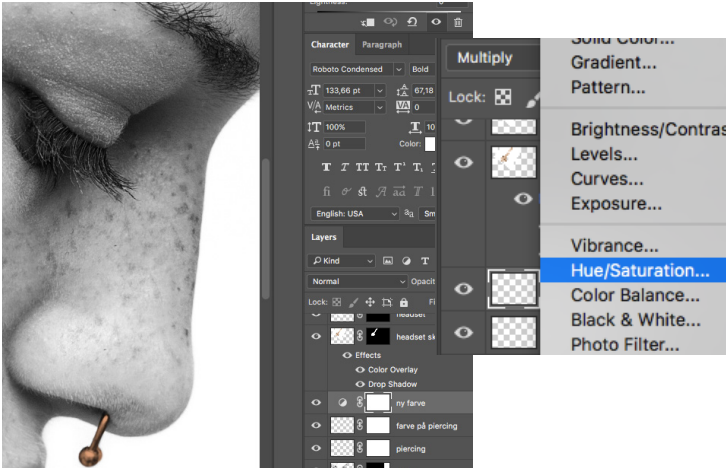
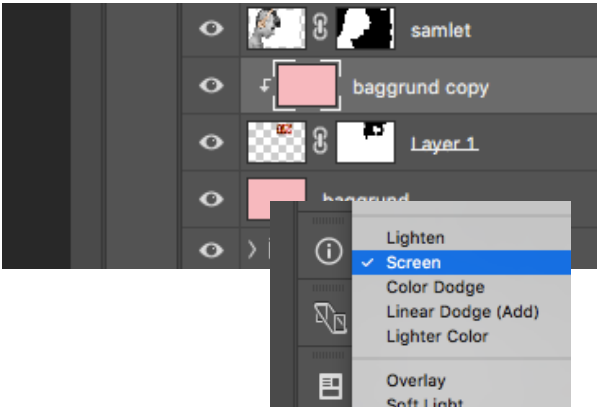
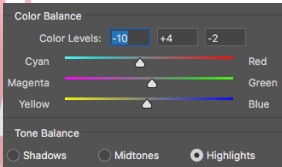
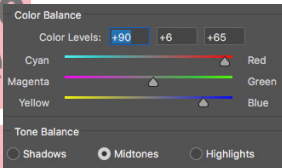
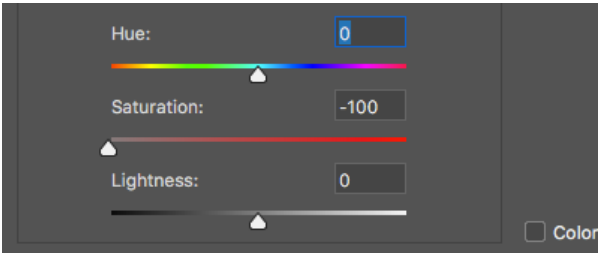
Farver

Pigen er gjort sort/hvid, da det giver en cool effekt til plakaten at det kun er den lyserøde der dominerer i designet. (10)

Pigens næsepiercing er lavet en smule større, og er med en Hue/Saturation maske lavet samme farve som headset, som en lille detalje i designet. (11)

Den fritlagte blomst får en farvejustering, så den passer til baggrunden. Der er skruet godt på knapperne i Midtones og Shadows, mens Highlights næsten er uændret. (12)

Til sidst på blomsten er der lagt en kopi af baggrundsfarven ovenpå, som er merged ned i og herefter er der valgt screen for at få farverne lagt sammen. (13)



Skarphed

For at få pigen til at stå mere ud, har jeg valgt at ligge skarphed i billedet med hende og hovedtelefoner. Mit favorit værktøj til dette er High Pass, fordi den giver en rigtig fin dybde.

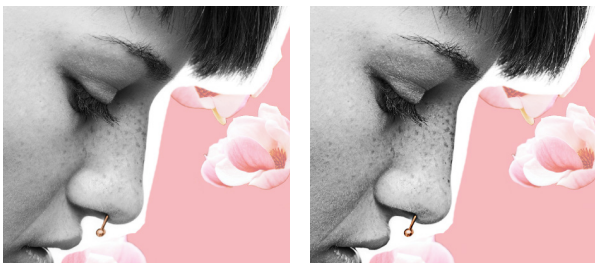
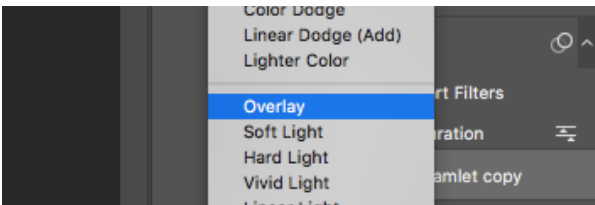
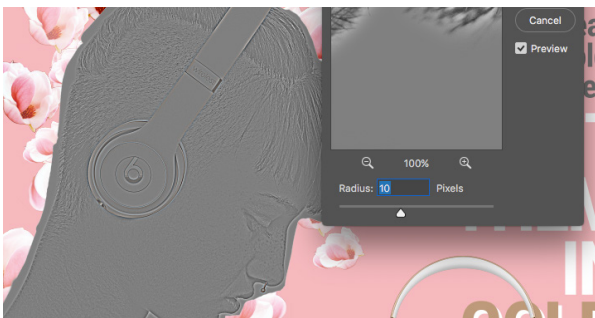
Jeg laver en kopi af mit lag, vælger High Pass, sætter den til 10, hvilket er ret meget, men det giver et cool råt udtryk til designet.

Når High Pass er valgt vælger jeg Overlay, for at få laget til at afspejle dig i det nedenunder. **(14)**

Oversigt over lag

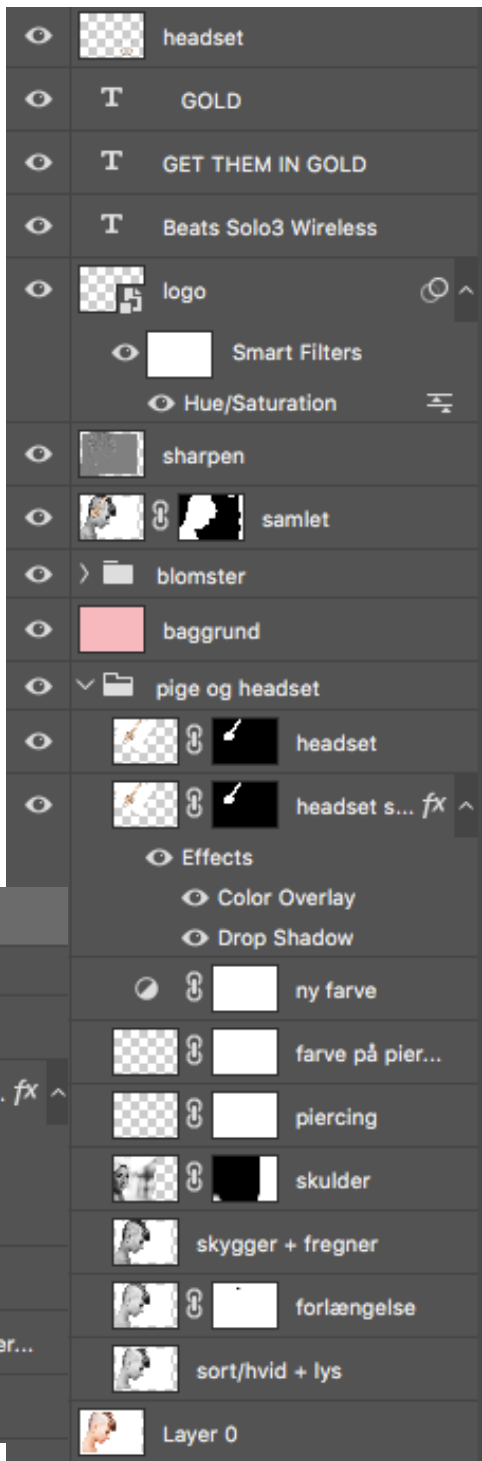
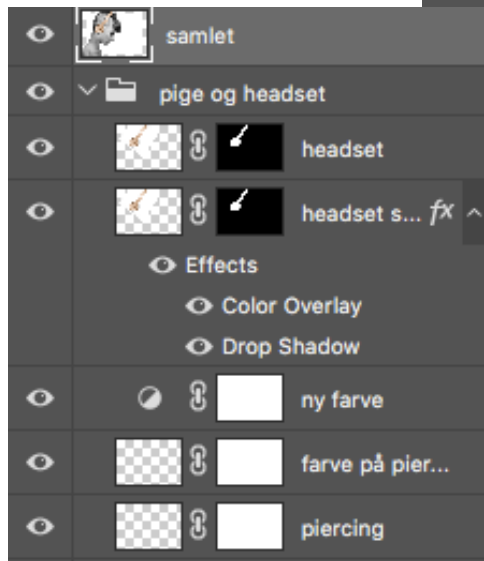
Jeg bruger meget lag når jeg arbejder med billedbehandling, det er nemlig altid en god idé at have backup af de ting man laver, og en god regel er altid at arbejde "non-destructive" i Photoshop. Altså at man aldrig sletter noget. Her er det rigtig godt at bruge Masks, da man altid kan få sit arbejde tilbage, selvom man masker det ud. **(15)**

Da jeg havde fået mit ønskede resultat af pigen med headset på, lavede jeg et Merged på alle mine lag, så det blev ét samlet, og smed resten i en mappe. På den måde er mine lag mere overskuelige når jeg begynder på noget nyt. **(16)**



14

16



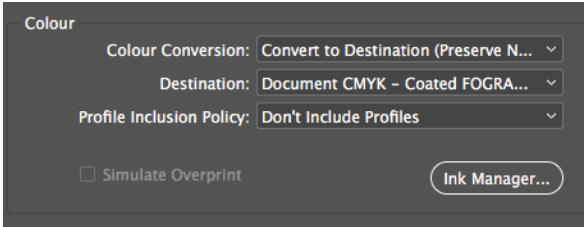
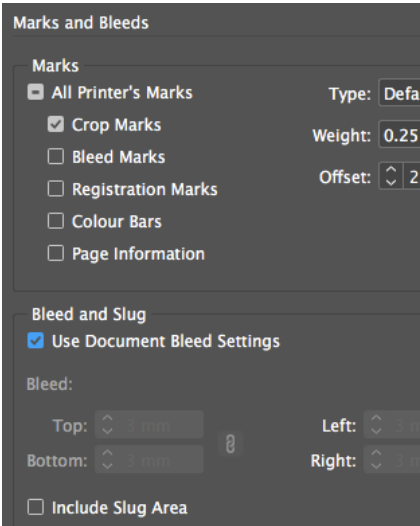
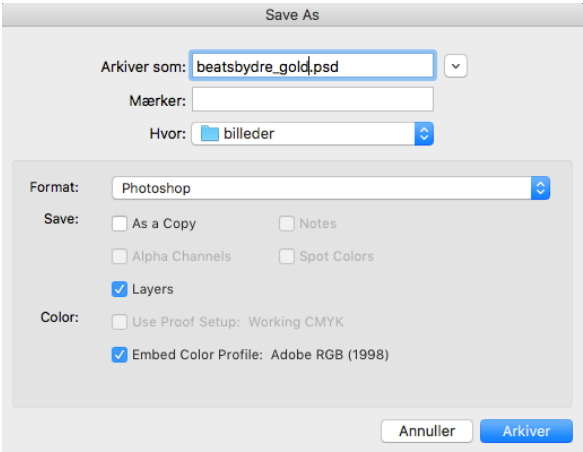
15

Færdiggørelse

Når jeg er færdig med mit design gemmer jeg Photoshop filen i Adobe RGB. Jeg vil bruge Photoshop filen til at ligge op i mit InDesign dokument, når jeg laver plakaten til tryk, da jeg så nemt kan gå ind og rette i Photoshop hvis der er noget. (17)

I InDesign dobbelttjekker jeg lige at billedet er 300 PPI i opløsning, som det skal være til print. Derudover har jeg i InDesign sat en Bleed til 3 mm til beskæring af plakaten. (18)

Når jeg eksporterer plakaten sørger jeg for der er Crop Marks og Bleed på, og så ligger jeg den rette farveprofil på. (19)

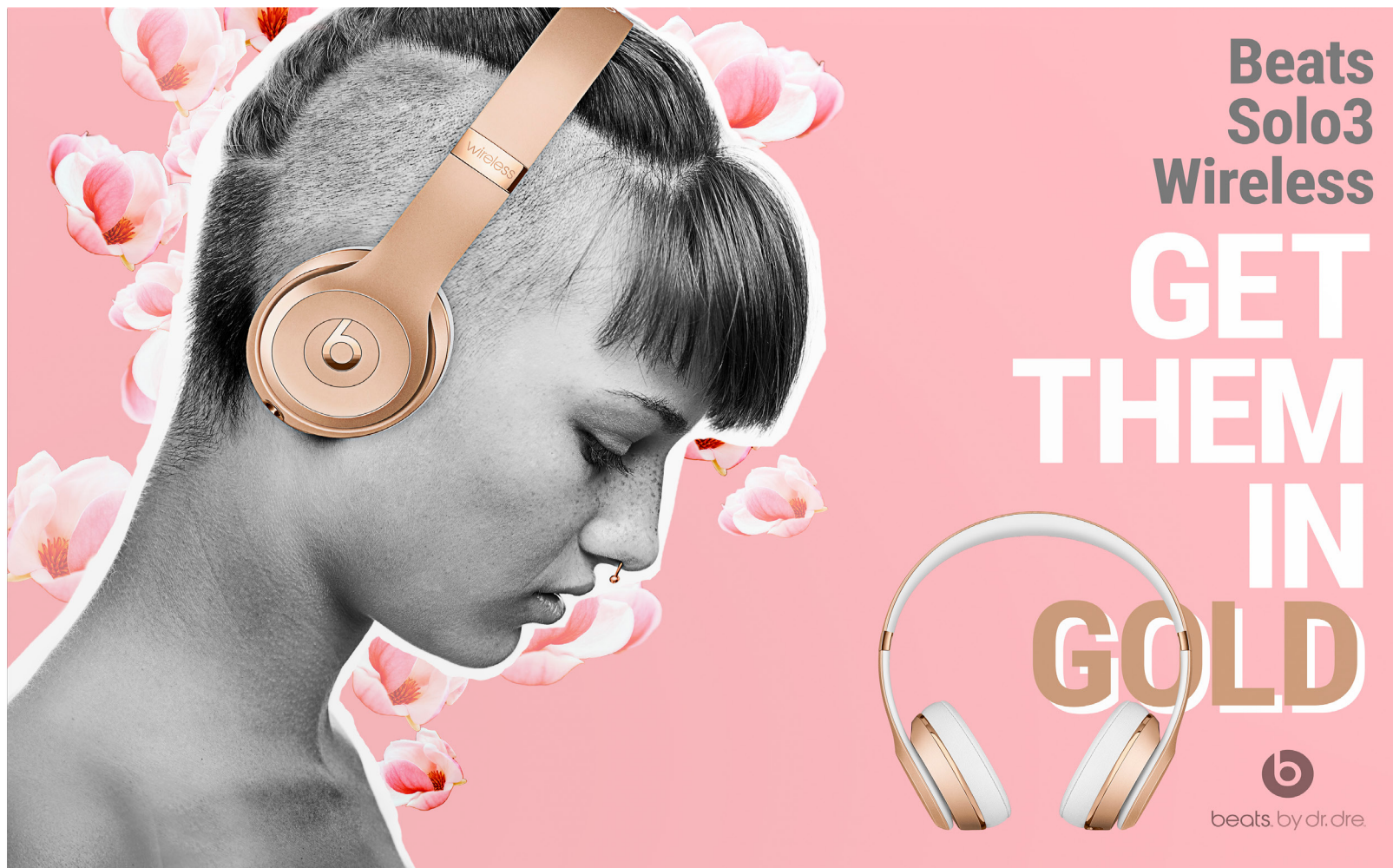


Kvalitetsvurdering

Alt i alt er jeg rigtig glad for slutresultatet. Pigen giver det kant, mens blomsterne og det lyserøde design er den feminine del.

Opgaven er løst efter budskabet, og elementerne har det udtryk der var tiltænkt.

Resultat af produkt



Typografi

Kunde: MONOKROM BOLIG

Opgave: MONOKROM BOLIG er et boligmagasin med stilren, rå og nordisk boligindretning. Det indeholder bl.a. artikler, interviews, produkter og DIY projekter. Magasinet blev etableret i 2016, og er udgivet af et af Danmarks mindre forlag.

Til MONOKROM BOLIG skal der laves opsætning af layout, og udarbejdelse af udvalgte artikler. Her skal også laves omslag og indholdsfortegnelse.

Opgaven er fiktiv.

Produkter:

Omslag

Indholdsfortegnelse

Udvalgte artikler

Specifikationer

Kunde: MONOKROM BOLIG

Opgave: Forside, indholdsfortegnelse og udvalgte artikler

Farverum: CMYK

Programmer: Indesign CC og Photoshop CC

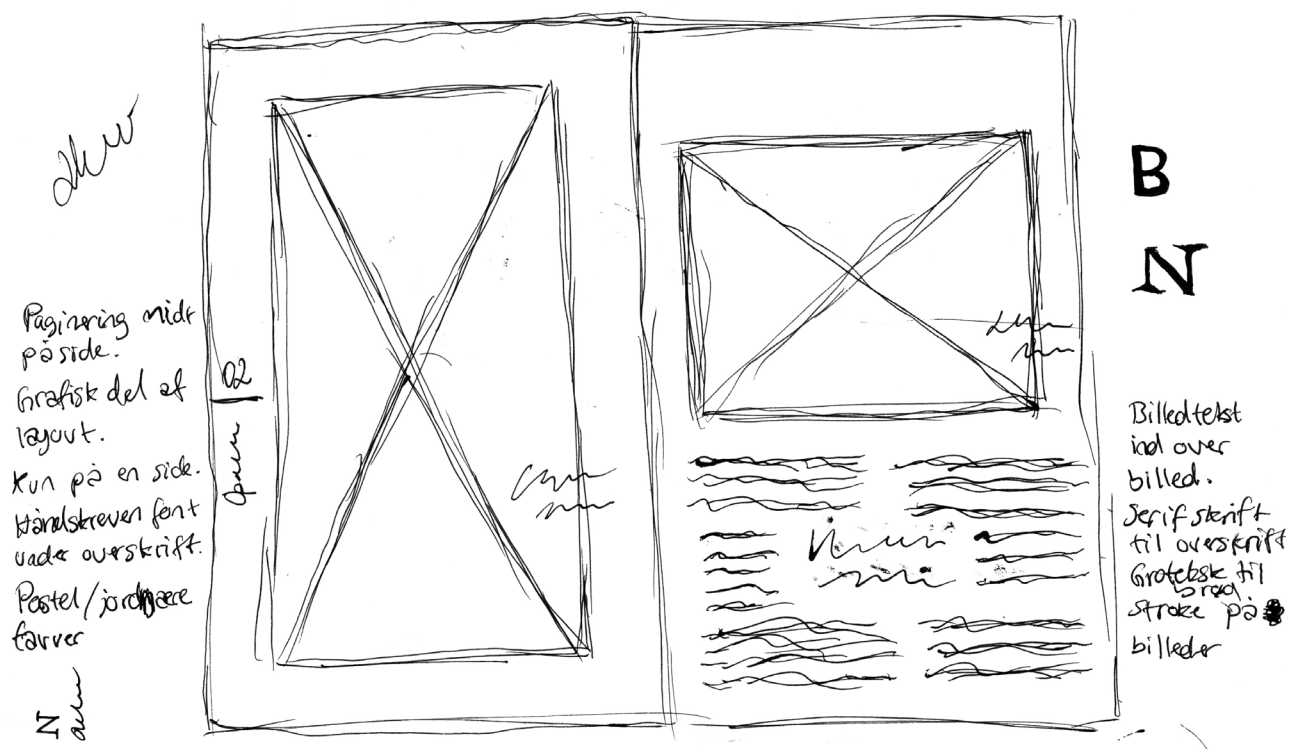
Tryk: Digitalt print

Generelt

Ord til design: Moderne, vovet og classy – men råt

Billeder: Fra boligbloggere og medvirkende i magasinet

Skitse af layout



Dokument

Format: 200x280 mm

Antal sider: 20 inklusiv omslag

Opsætning af opslag: Facing pages slået til

Beskæring: Bleed på 3 mm

Jeg har opsat dokumentet på følgende måde. **(1)**

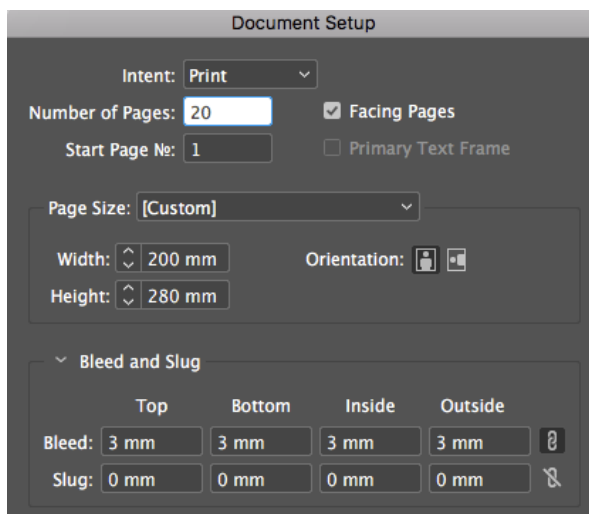
Grundlinjenet

Jeg udregner et grundlinjenet, så min brødtekst holder register. Min brødtekst er 10/12 pt.

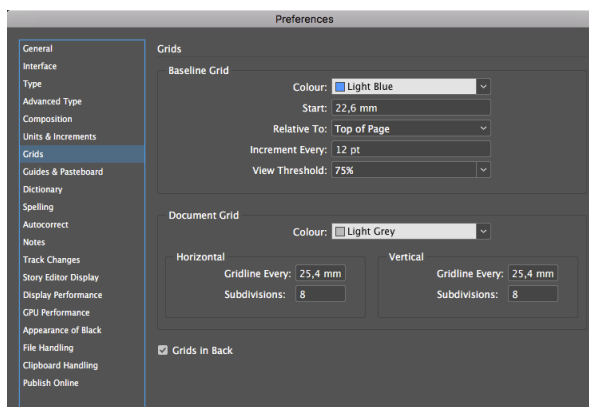
Med lineal måler jeg ned til første linjes grundlinje som måler 12,6 mm. Disse oplysninger indsætter jeg i Præferencer under Grid. **(2)**

Pagina

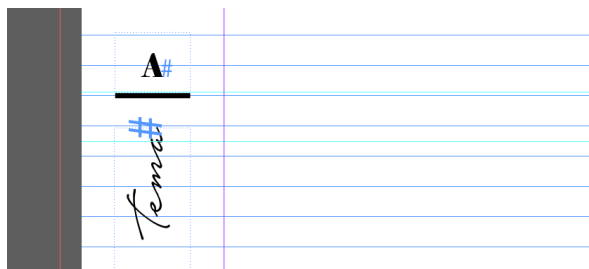
På mastersiden er der lavet automatisk pagina, med plads til at skrive hvilket tema man er ved i magasinet. Pagineringen sidder kun på venstre side af opslaget, og for at gøre det til en grafisk del af layoutet er den placeret i midten på siden. **(3)**



1



2



3

Typografi

Til magasinet er der brugt 3 typografier:

Til logo, overrubrikker og paginering: Elsie

Elsie er en blød feminin serif skrift, som med dens varierende vægt både giver et flot grafisk udtryk og bløder det rå udtryk i magasinet op. Skrifttypen er udviklet af Alejandro Inler, og er en blød og udtryksfuld version af Bodoni skriften.

I magasinet er den udelukkende brugt i versaler.

Til brødtekst og faktabokse: Minion Pro

Minion er en god og let læselig serif typografi, som også er en af de mest populære skrifttyper til bøger. Den er betegnet som neutral og praktisk, mens den også er lidt kondenseret for at spare plads. Minion er designet af Rpbert Slimbach i 1990, til Adobe Systems.

Pro-versionen er En OpenType-opdatering af den oprindelige familie, udgivet i 2000.

Til tema oversigt og billedtekster: Notera

En svævende håndskreven sans-serif typografi, som løfter billeder og layout i magasinet, ved at gøre det mere spændende visuelt. Typografien er designet af svenskeren Måns Grebäck i 2014.

Accentlinie
Majuskellinie
Hovedlinie

Grundlinie
Underlinie

AaCdgiÅ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
0123456789\$!#€&/=?^

Majuskel/Versal

Minuskel

Overlængde

X-højde

Underlængde

AaCdgiÅ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
0123456789\$!#€&/=?^

Gradstørrelse

AaCdgiÅ

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z Å Æ Ø Å
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z æ ø å

Indholdsfortegnelse

Til magasinet er der lavet automatisk indholdsfortegnelse af overrubrikker, for at gøre det lettere at holde styr på artikler og sidetal. (4)

Det er godt at bruge automatisk indholdsfortegnelse, så er man altid sikker på det hele står rigtigt, selvom man rykker rundt på artikler.

Tabs

Til at få tallene i indholdsfortegnelse op på en fin række, er der anvendt Tabs. Der er et par lange overrubrikker, så mine tabulatorer er sat til at være højre-justeret på 145 mm. (5)

Paragraph Styles

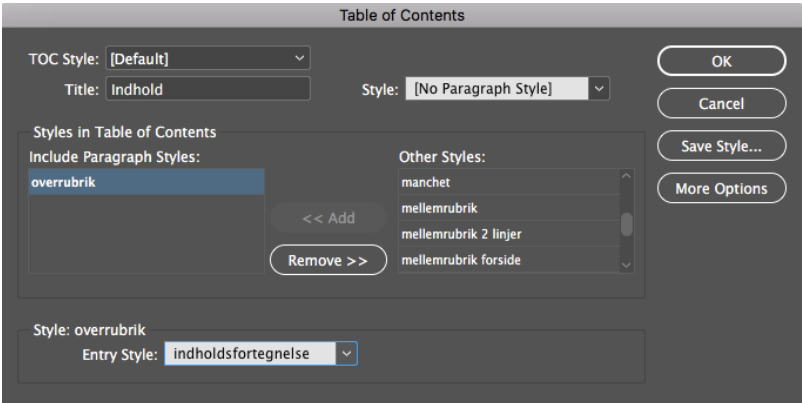
En rigtig god måde at holde styr på sin tekst, og gøre det hele meget lettere for en selv er at bruge Paragraph Styles.

Her kan man styre mange rubrikker af gangen, da hvis man ændre noget ét sted, ændres det over det hele. Det er en god ting, hvis man arbejder med større tekstmængder.

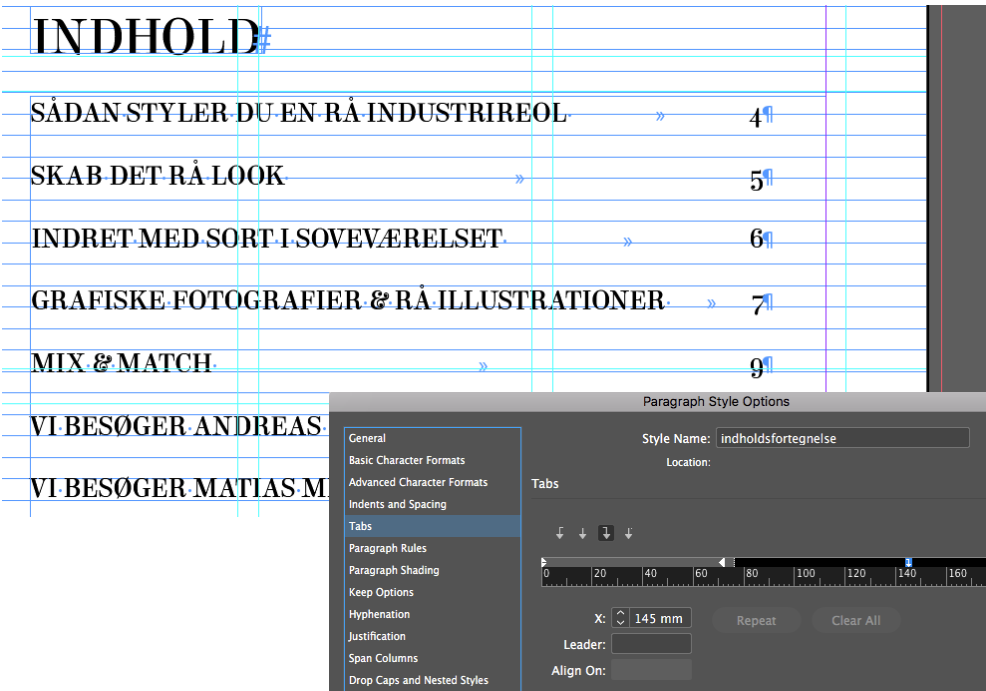
Character Styles

Når man bruger Character Styles kan man nemt ændre enkelte områder i teksten, f.eks til bold eller en anden farve.

Til magasinet har jeg bl.a. brugt Character Styles til at lave fed skrift i mine faktabokse og min brødtekst, og ændre farve i brødteksten.



4



5

Citat

I magasinet er der lavet udsnit fra teksten, i form af citater, for at bryde større tekstmængder. Der er brugt danske citationstegn, som er 99/66. (6)

Text Wrap

På billeder, citater og faktabokse er der i magasinet brugt Textwrap, som gør at teksten ligger sig rundt om elementet, i stedet for bag ved det. (7)

På billeder, citater og faktabokse er der brugt Text Wrap, som gør at tekst ligger sig rundt om elementet, i stedet for bag ved det. På billedtekster er der i Text Frame Options valgt at de skal Ignore Text Wrap, som gør at teksten ikke lader sig påvirke. (8)

Mellemrubrik

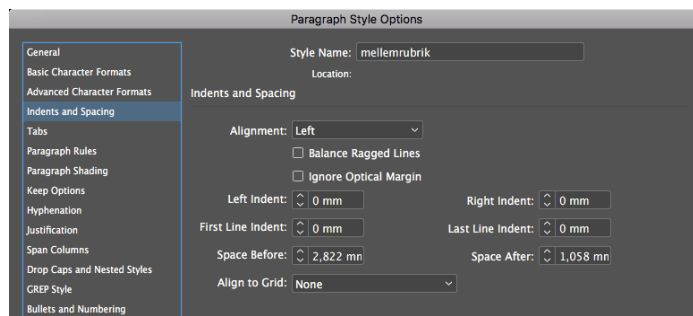
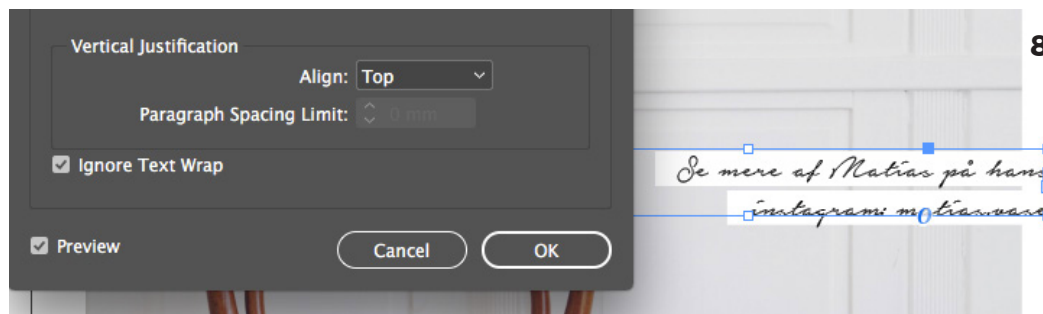
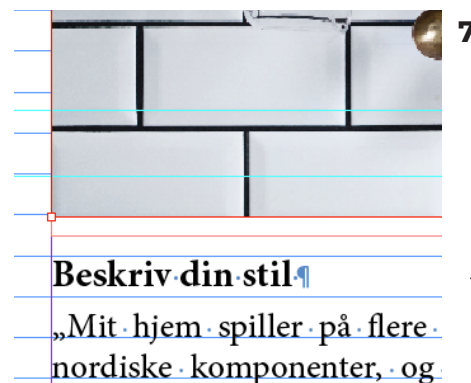
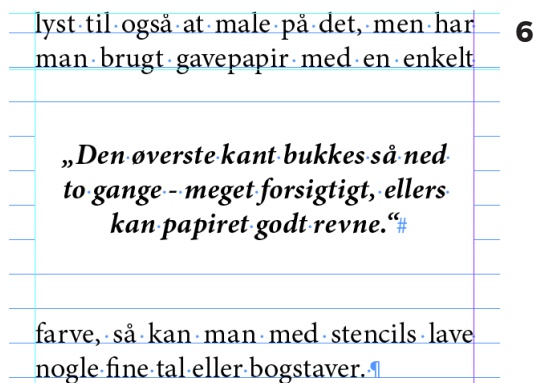
Ved udregning af mellemrubrik over 1 linje:

Brød: 10/12

Mellemrubrik: 11/13

Regnestykke: $(12 \times 2 = 24) - 13 = 11$

Så ved at fordele de 11 pkt. der er tilbage med 2/3 luft over, og 1/3 luft under, skal der være 8 pkt. luft over og 3 pkt. luft under. (9)



Det færdige resultat



Grafisk produktions- forståelse

Kunde: Unik Catering

Opgaven: Anders fra Unik Catering startede virksomheden i januar 2017, og skulle bruge komplet visuel identitet, website og diverse grafiske elementer for at komme ordentligt i gang.

Unik Catering specialiserer sig i at levere mad og oplevelser til både private og erhverv.

Produkter:

Visuel identitet

Website

Visitkort

Sæsonmenuer

Diverse elementer

Specifikationer

Kunde: Unik Catering

Opgave: Udarbejdelse af virksomhedens udtryk

Programmer: Illustrator CC, Photoshop CC, InDesign CC, FileZilla og WordPress CMS

Materiale: Kunden leverede tekst og billeder

Ansvarsområde

Jeg har fået ansvaret for at udarbejde identitet, designe og udvikle hjemmeside og hertil lave SEO, opdatere sæsonmenuer med de nye typografier og lave, samt få trykt visitkort.

Kunde laver selv kuglepenne, og får logo på bil.

Målgruppe

Unik Catering er for dem der skal holde fest eller et arrangement. Det kan være alt fra konfirmationer, fødselsdage, bryllupper, begravelser til receptioner og havefester. Det er en målgruppe som ikke vil stå med madlavning selv, og de vil gerne vil betale lidt ekstra for deres fest får et pift, i form af de fine anretninger og præsentation heraf.

Krav fra kunde

Da Anders arbejder med mennesker i alle aldre, havde han brug for en identitet som var meget bred. Han ønskede et simpelt og eksklusivt udtryk, som kunne breddes ud på mange elementer.

Produktionstid: Anders havde allerede været i gang med virksomheden et par måneder inden jeg fik opgaven, så tiden var afgørende. Vi aftalte en deadline indenfor 2 uger.

Proces

Møde med Anders - her snakker vi budskab, ønsker, udtryk og økonomi

Udarbejdelse af produkter

Præsentation af produkter

Endelig godkendelse

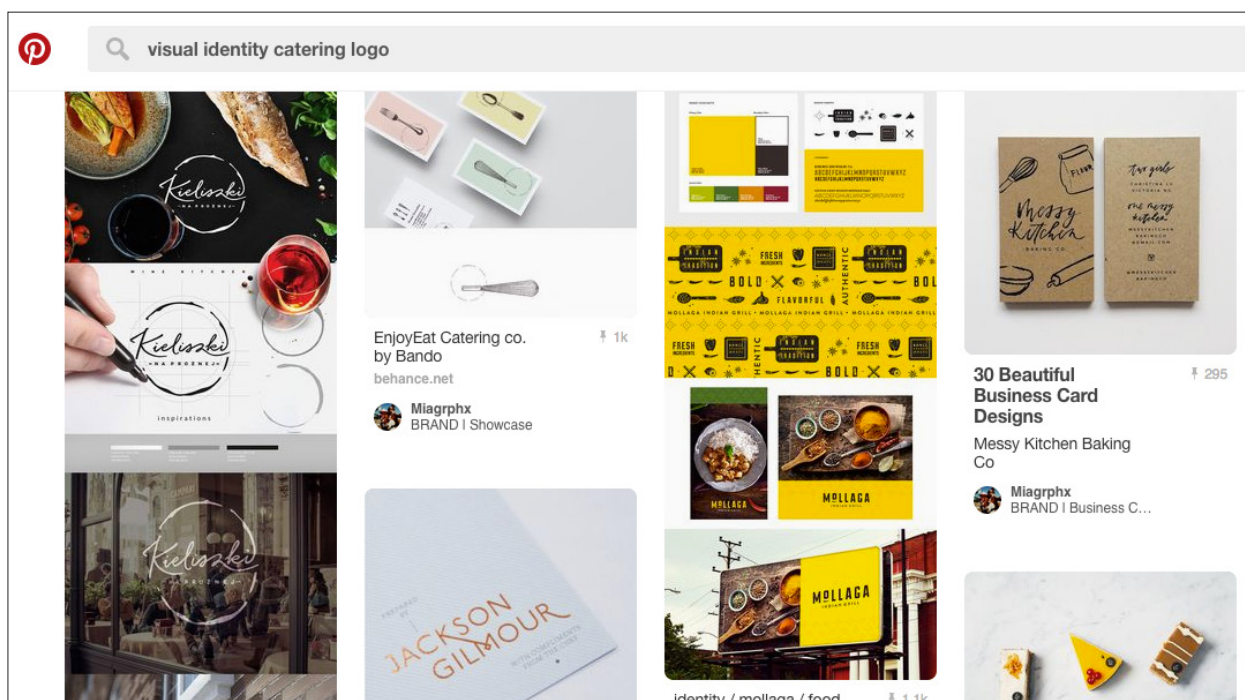
Tilpasning og test

Optimering af website og færdiggørelse af diverse løse ender

Forberedelse

Inden jeg gik i gang med opgaven undersøgte jeg markedet for eventuelle konkurrenter til Unik Catering; hvad gjorde de godt, hvad kunne gøres bedre og hvordan kunne jeg skille Unik Catering ud fra konkurrenterne.

Udover research ledte jeg også efter inspiration til det visuelle. Dette foregik på Pinterest, hvor jeg søgte lidt efter logo og websites for cateringfirmaer. (1)



Forslag til identitet

Ud fra mødet med Anders, hvor jeg hørte hans ønsker til udtryk, udarbejdede jeg efter aftale forskellige forslag til logoet. **(2)**

Wireframe og layout

Da websitet udelukkende skal bruges som et udvidet visitkort for virksomheden, og et sted hvor folk kan se sæsonmenuer, er der begrænset indhold til sitet.

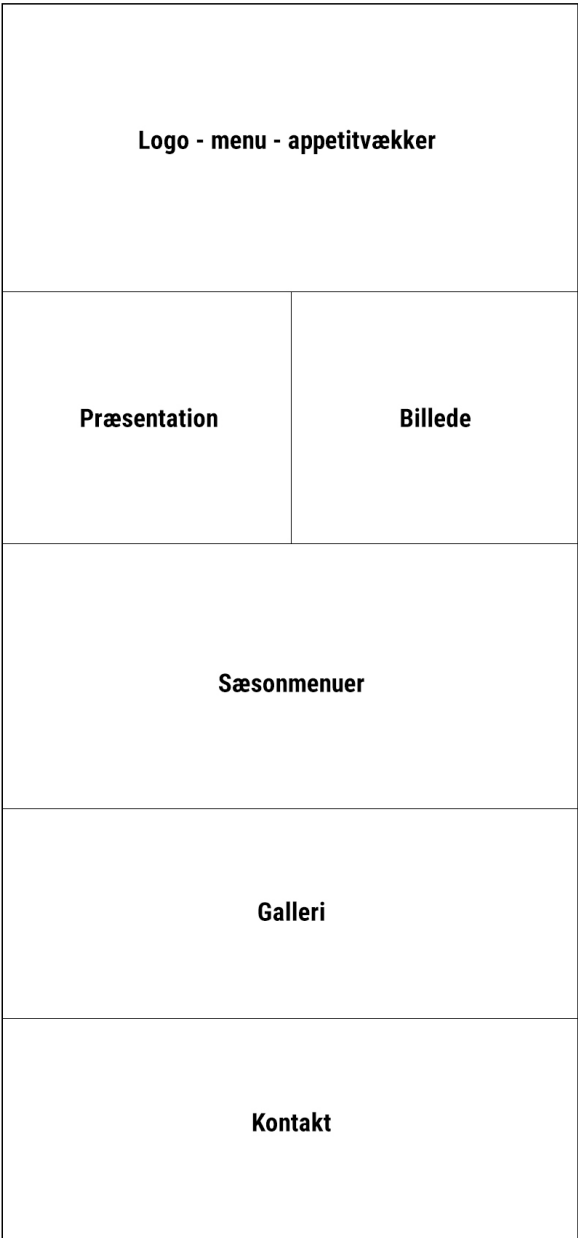
Af den grund har jeg besluttet at lave et One Page layout, altså hvor alt indhold ligger på én side (forsiden), og der i menuen bliver linket til udvalgte sektioner på siden, hvor der, efter klik på menupunkt, scrolles op eller ned. Det gøres ved at linke til et ID på en div. **(3)**

Til layoutet er der lavet en overordnet wireframe, som viser rækkefølgen indholdet bliver vist i. **(4)**

Opsætning af website

Anders’ nye website bliver bygget i WordPress CMS (Content Management System). WordPress gør det let at lave hjemmesider, da der ligger en masse pre-build temaer i, man kan også lave custom løsninger og man har mulighed for at installere plugins og tilgå indhold nemt og overskueligt.

Grunden til jeg valgte WordPress, i stedet for at kode sitet fra bunden, er for at gøre det let for Anders at gå ind og rette i tekster og udskifte billeder i back-end, skulle han få lyst til det.



Child Theme

Når jeg har sat sitet op og fundet det hovedtema jeg vil bruge, laver jeg et "Child Theme" hertil. Et Child Theme en kopi af mit hovedtemas filer (f.eks. en CSS fil).

Når jeg arbejder i et Child Theme kan jeg opdatere mit hovedtema, uden det arbejde jeg har lavet går tabt. Til at lave mit Child Theme har jeg valgt at bruge et plugin kaldet "Child Themify", som automatisk generere et Child Theme ud fra mit valgte tema. (5)

Page Builder

Page Builder er et gratis plugin, som tilbyder et kolonne-baseret drag and drop layout på sider og indlæg i backend. (6)

Det er super nemt og overskueligt for kunden at benytte, og er tilmed allerede lavet responsivt. Dog er der næsten altid nogle ting der skal tilpasses, hvis man laver designændringer i et tema.

Google fonts + import til web

Til identitet og site er der anvendt Google Fonts. Google Fonts er en rigtig god mulighed, da det er gratis skrifttyper, som både kan bruges til tryk og web.

Til sitet er der anvendt tre typografier: Josefin Slab og Montserrat til over- og underrubrikler (som begge er anvendt i logo), og Open Sans til brødtekst. De er alle kun hentet i de vægte jeg skal bruge, da det ellers kan påvirke loade-tiden på siden.

I Google Fonts kan man nemt hente kodestykket til at importere skrifttyperne i ens CSS. (7)



Child Themify

Create child themes at the click of a button.

Af John P. Bloch

Installer nu

Flere detaljer

★★★★☆ (36)

30.000+ aktive installationer

Sidst opdateret: 8 måneder siden

✓ Kompatibel med din version af WordPress

5

SiteOrigin Editor

Lidt om os

SiteOrigin Image

full

SiteOrigin Editor

SæsonmenuDet er muligt at skræddersy sin egen menu. Minimum bestilling til 12 kuverter.

SiteOrigin Editor

Sommer

SiteOrigin Editor

juni - juli - august399,- kr pr. kuvert menu Varmrøget laks med rygeostcreme, citron og

SiteOrigin Editor

Vinter

SiteOrigin Editor

december - januar - februar399,- pr. kuvert menu Lyn stegt laks vakumeret i kraftig soya lage med pisket

SiteOrigin Editor

Efterår

SiteOrigin Editor

september - oktober - november 399,- pr. kuvert menu Urterig torskesalat med citron brocken gel, saltet og

SiteOrigin Editor

Forår

SiteOrigin Editor

marts - april - maj399,- pr. kuvert menu Grillet tun med sesam mayonnaise og urter fra haven ☐ Braiseret

6

EMBED

CUSTOMIZE

Load Time: Fast

Embed Font

To embed your selected fonts into a webpage, copy this code into the <head> of your HTML document.

STANDARD

@IMPORT

<style>

@import url('https://fonts.googleapis.com/css?family=Open+Sans:300,400');

</style>

7

@import url("../twentyseventeen/style.css");
@import url('https://fonts.googleapis.com/css?family=Josefin+Slab:300');
@import url('https://fonts.googleapis.com/css?family=Montserrat:400');
@import url('https://fonts.googleapis.com/css?family=Open+Sans:300,400');

Crafisk produktionsforståelse s. 32

Kodning og udkommentering

Med CSS har jeg lavet en masse styling på sitet, til de elementer jeg har sat op. Der er bl.a. sat baggrunds-farve på siden, sat padding (luft) på min wrap og så er tekst og links stylet. Jeg henter også et javascript, som gør det muligt at "toggle" sæsonmenuerne. (Åbne og lukke div ved klik) (8)

Ved at udkommentere tekst i min CSS fil kan jeg nemt inddele mine koder, og finde rundt i filen. (9)

Billedoptimering

Kunden har leveret alle billeder til sitet i den stil og opløsning de skal være. Dog for at sikre sitet loades hurtigere har jeg optimeret dem til web, da de ellers kan gøre siden langsom at loades, hvis de fylder for meget.

Jeg optimerer billederne ved i Photoshop at "Save for web" og vælge en størrelse der passer til og gemmer. Man kan også sætte billeder ned i kvalitet, mange gange uden det kan ses, dog er det meste telefonbil- leder jeg har modtaget fra kunden, og vil derfor ikke sætte yderligere ned i kvalitet.

Alle billeder bliver gemt i JPEG og i 72 dpi. Billederne skal fylde så få KB som muligt, af hensyn til loadetiden, og søgemaskineoptimering. (10)

Præsentation af produkter

Efter jeg har udarbejdet forslag til logo og sat de mest basale ting op på sitet, mødes Anders og jeg igen, og jeg præsenterer de produkter jeg har udar- bejdet.

```
.site-content {  
  background: #fbfbfb;  
}  
  
.wrap {  
  padding-left: 25px;  
  padding-right: 25px;  
}
```

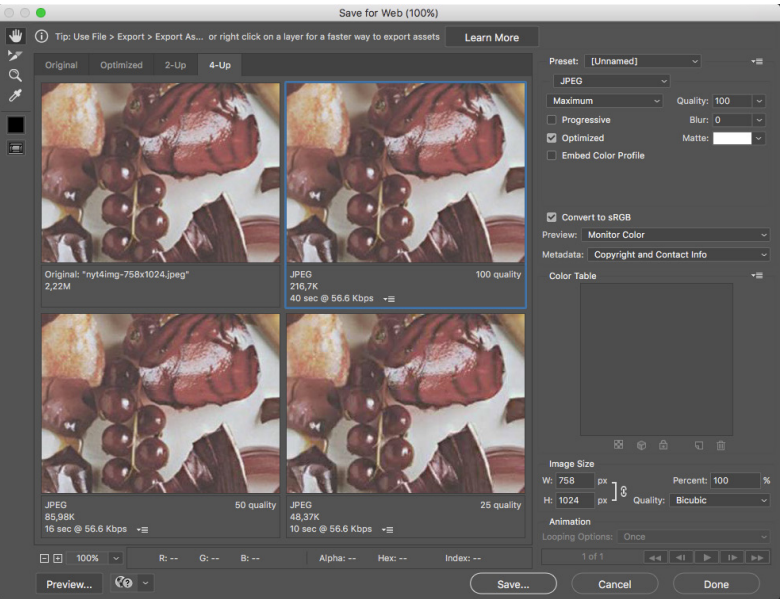
```
<script src="https://ajax.googleapis.com/ajax/libs/jquery/3.1.1/jquery.min.js"></script>  
<script>  
$(document).ready(function(){  
  $(".saeson1").click(function(){  
    $(".mad1").toggle();  
  });  
});  
</script>
```

8

```
.site-branding a {  
  text-decoration: none;  
}  
  
.navigation-top a {  
  text-transform: uppercase;  
  font-size: 12px;  
  padding: 5px 20px;  
  font-weight: 400;  
  font-family: 'Montserrat', Helvetica, sans-serif;  
  letter-spacing: 1px;  
}
```

```
/*-----  
                HEADER  
-----*/  
  
#logo {  
  text-align: center;  
}
```

9



10

Tilpasning og test af website

Når Anders og jeg er kommet frem til hvordan virksomhedens udtryk skal være efter præsentationen, laver jeg rettelserne til logo og website, og breder det ud på de sidste elementer, såsom visitkort og sæsonmenuer.

Hertil bliver sitet også lavet responsivt, og bliver testet i forskellige browsere og på forskellige platforme, for at sikre det hele er som det skal være. (11)

Klargøring af visitkort

Specifikationer:

Format: 85x55 mm

Farverum: CMYK

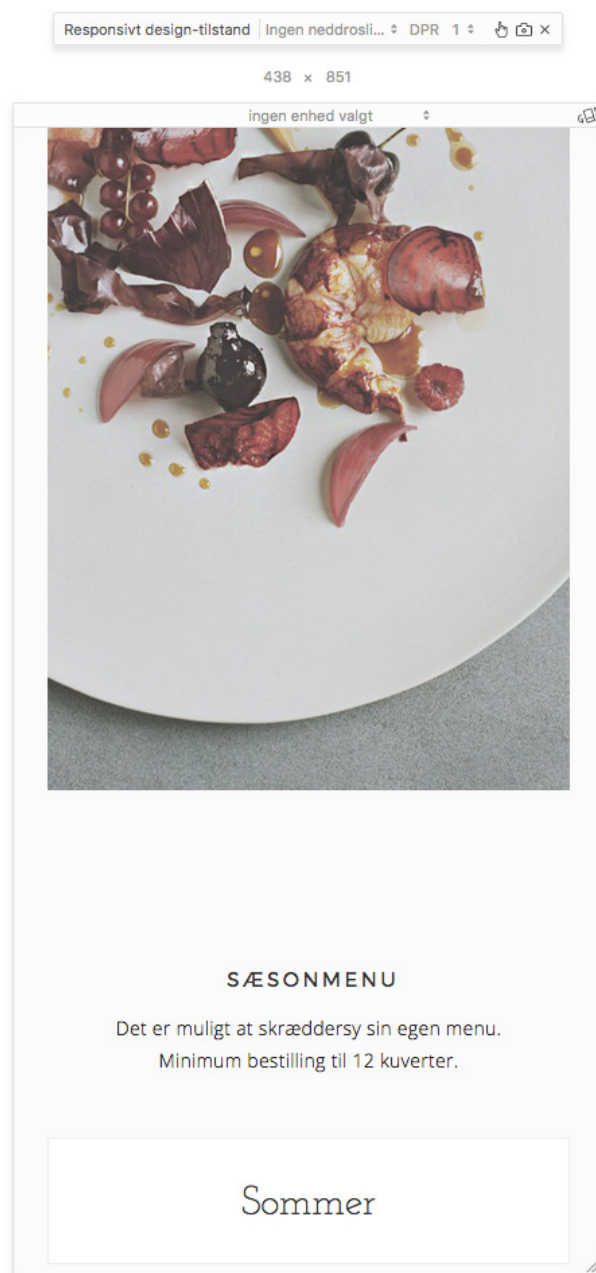
Papir: Specialkort (struktureret) – 275 g ubestrøget

Tryk: Digitalt tryk

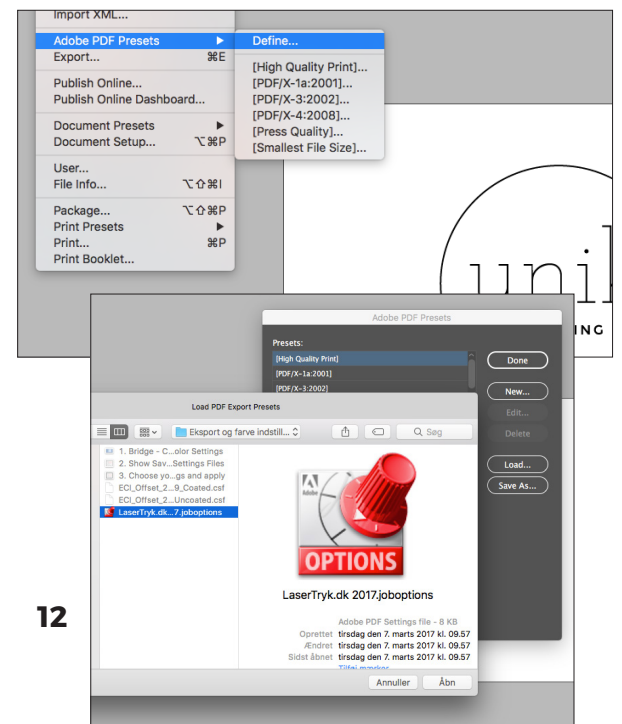
Miljø: Svanemærket

For at få det bedste resultat af visitkortet som overhovedet muligt, anvender jeg trykkeriets eksporterings indstillinger og farveprofil. Indstillingerne uploades til InDesign i Adobe PDF Presets. (12)

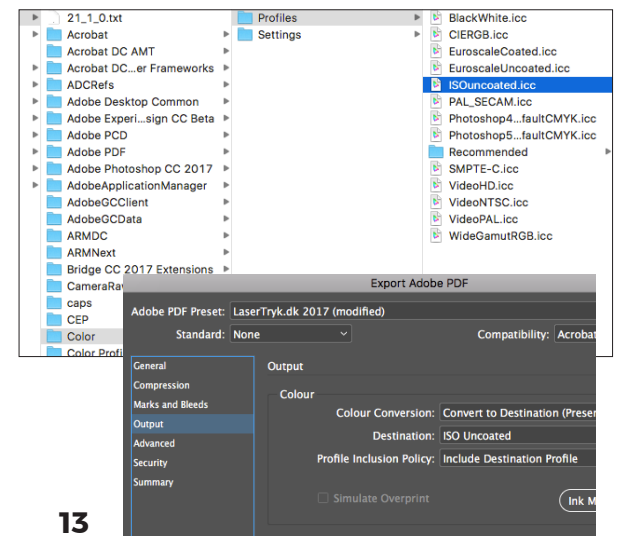
Farveprofilen som passer til visitkortet uploades til Adobes farve mappe lokalt på computeren, og vælges ved eksportering af PDF. (13)



11



12



13

Godkendelse og overdragelse

Efter godkendelse af de sidste rettelser, bliver logo, website og udkast til visitkort og sæsonmenuer godkendt. Disse bliver så efter godkendelse færdiggjort, visitkort sendes til tryk og alt afleveres til Anders.

Til at flytte websitet fra min egen server, til Anders’ bruger jeg FileZilla og Duplicator. FileZilla er et gratis program, hvori man kan downloade og uploade, samt håndtere filer på tværs af servere.

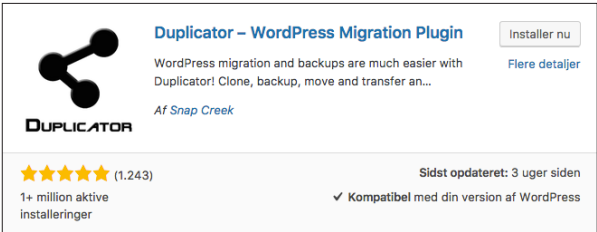
Duplicator er et WordPress plugin, som pakker hele sites med indhold, billeder, plugins osv. og lader én flytte det hele, via et arkiv og en installeringsfil. **(14)**

SEO og statistikker

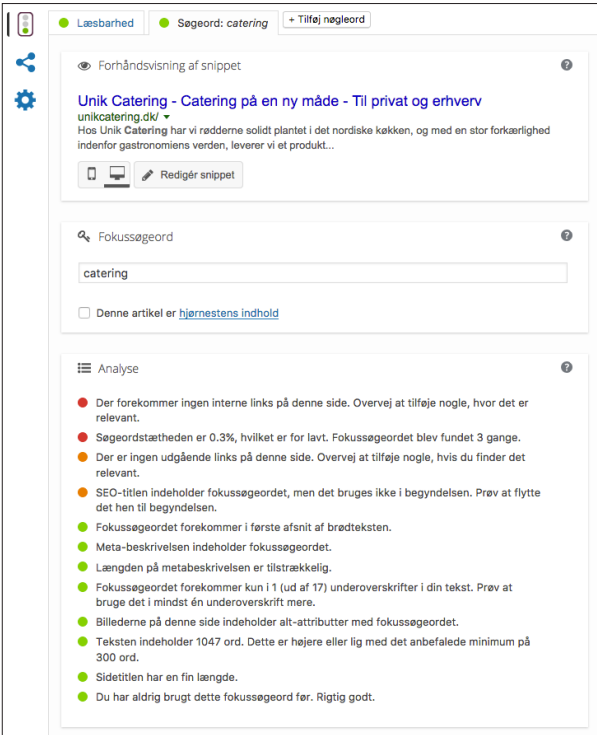
Når sitet er uploadet til virksomhedens domæne, går jeg ind og optimerer SEO, og sørger for at Anders kan følge med i trafikken på hans site. Dette gøres ved hjælp af to plugins; Yoast SEO og Jetpack.

Yoast SEO gør det muligt at indtaste fokussøgeord, metabeskrivelse og SEO-titel på siden. Den giver desuden også en analyse over din SEO, og fortæller hvordan læsbarheden er. **(15)**

Med Jetpack kan man nemt og hurtigt tilgå sine statistikker direkte i kontrolpanel i WordPress. Den viser bl.a. hvor mange der har besøgt sitet, hvor de kommer fra og hvad de klikker på. Her kunne også bruges Google Analytics for at få endnu flere informationer.



14



15



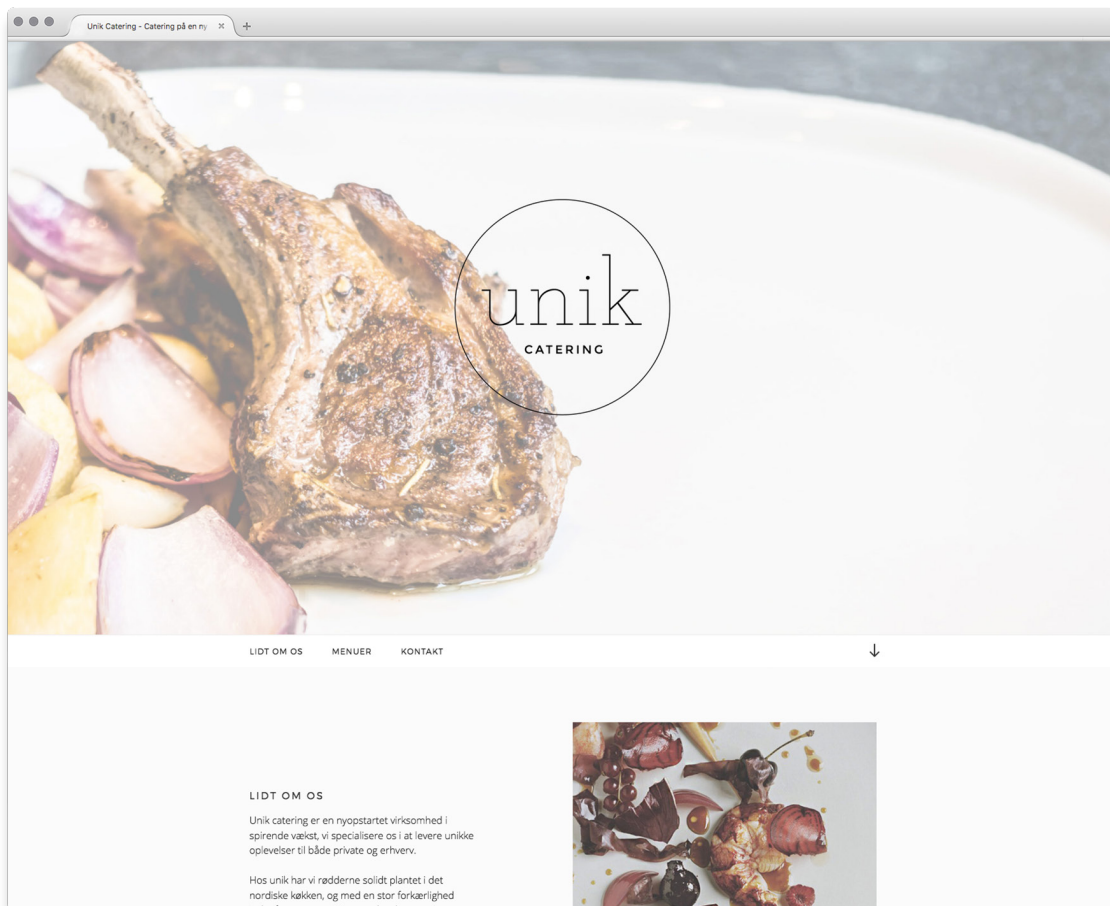


Udtalelse fra Anders:

"Jeg har fået rigtig meget ros fra en masse mennesker ang. min hjemmeside, logo og visitkort.

Folk siger det er stillet utroligt flot op og en rigtig overskuelig hjemmeside, alt er virkelig stilrent og det har en rigtig fin sammenhæng."

De færdige produkter:



Sæsonmenu

Tak fordi du kiggede med!

Portfolio:

portfolio.katarinanatalie.dk

Blog:

katarinanatalie.dk