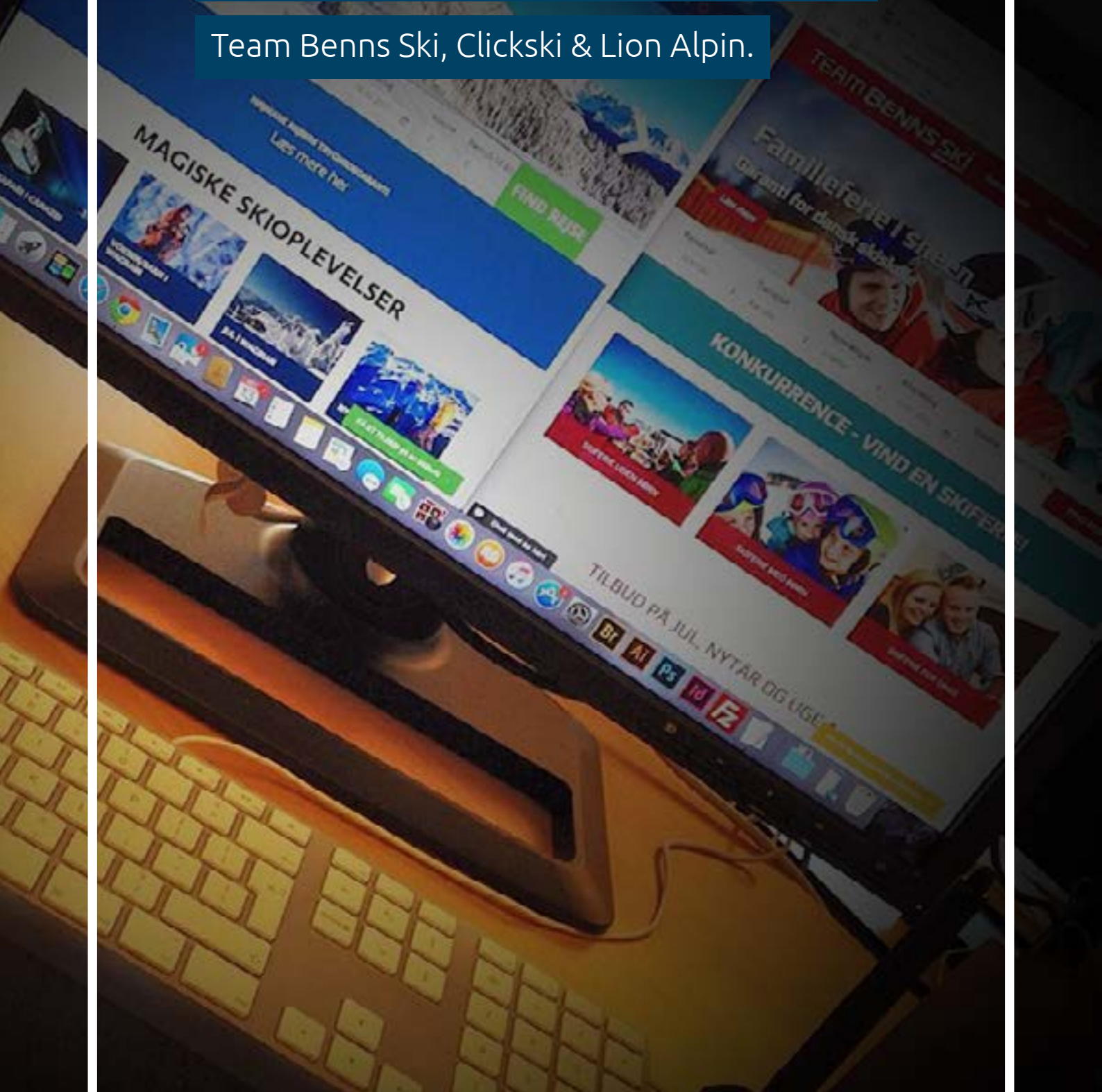


# H2 PORTFOLIO

Praktikforløb hos SkiGroup | Højmark Rejser,

Team Benns Ski, Clickski & Lion Alpin.



Rasmus Andersen  
Mediegrafiker

Herningsholm Erhvervsskole  
Aug. 2015 - Feb. 2016

#01

# TYPOGRAFI & OMBRYDNING

Folder for Højmark Rejser, om aktiviteter for unge.

#11

# GRAFISK DESIGN

Liftekortslommer, udfyld og vind en skiferie!

#21

# GRAFIK & BILLEDER

Animerede GIF's til Nyhedsbreve.

#31

# GRAFISK PRODUKTION & WORKFLOW

Hjemmesider for Højmark Rejser & Team Benns Ski.



# TYPOGRAFI & OMBRYDNING

## AKTIVITETSFOLDER FOR UNGE

### OPGAVEBESKRIVELSE

SnowClub og SnowBreak er Børneklubber på Højmark Rejsers eget hotel, Grafenberg Resort i Wagrain - Østrig. Folder designet til at henvende sig imod børn aldersgruppen 5 - 13 årige. Som de unge kunne tage med på ferien og rundt til Højmarks aktiviteter og indsamle "Elliot" - Maskot stempler til deres hæfte, i håb om at få endnu flere gæster til at vende tilbage på Skiferie med Højmark Rejser.

Mine opgaver i projektet bestod af:

- » Design af layout, stempel & indsamle materiale.
- » Finde tekst der kunne beskrive aktiviteterne for børneklubberne.
- » Dansk & Svensk sprog version. (For samarbejdspartner Lion Alpin - Sverige)



SnowBreak og Snow-Zone logo'er. begge er børneklubber for unge og små børn i Højmark/Lion

Elliot, han er Højmark Rejsers Maskot. Han er på destinationen Wagrain.

Sprogversion, Dansk og Svensk (Lion Alpin)

Elliot stempel, som børnene kunne samle ind.



## KUNDEPROFIL

Opgaven er for SkiGroup | Højmark Rejser, i Ringkøbing. De sender hvert år mange glade skigæster til Østrig, Italien og Schweiz.

De henvender sig primært til familier, og derfor havde de også lagt meget vægt på at deres unge gæster skulle få en behagelig ferie, og hvor forældrene kunne foretage sig noget, imens børnene er til sne & hygge aktiviteter med Højmark Rejseres egne guider.



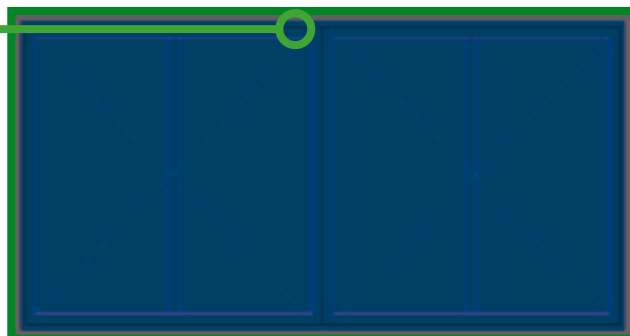


## PROCESBESKRIVELSE

### Tekstn opsætning

#### Mastersider

Jeg benytter Mastersider til den blå baggrund jeg har brugt flere steder i projektet. Designet skulle være ens hele vejen igennem, men der var ikke elementer der gik igen på siderne ift. mine tanker fra start. Derfor besluttede jeg mig for ikke at gøre det store brug af mastersider lige til denne opgave, også selvom designet skulle ligne hinanden og stortset benytte samme skabelon, til layoutet.



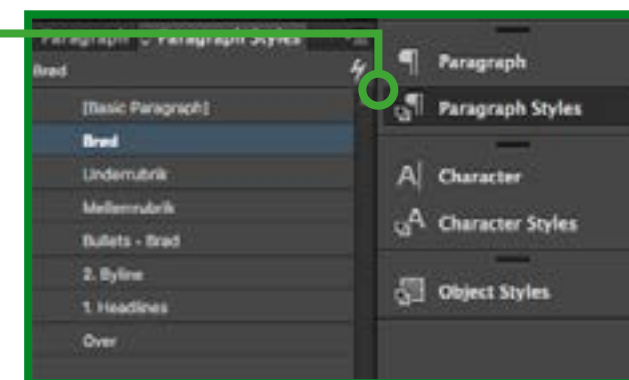
#### Opbygning

Min grundopbygning er meget simpel, med et billede til at beskrive hver aktivitet, og et par linjer tekst til at uddybe hvis man ikke helt forstår billedet. Folderen var jo tiltænkt de unge, derfor ikke så megen tekst, men illustrationer og billeder

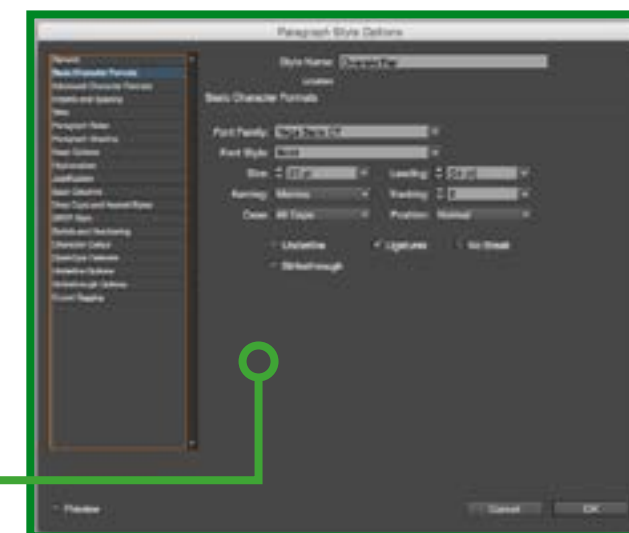


### Styles

For at komme nemt om at skulle ændre i teksten på et senere tidspunkt, benytter man sig af styles hvilket gør ens arbejde 100-gange nemmere i sidste ende.

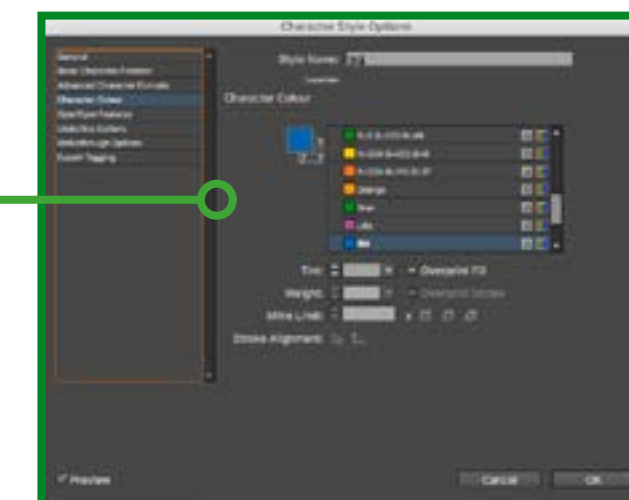


Ud fra en predefineret skrifskabelon kan man opbygge sine tekster, så de alle er ens og man kun skal rette i skabelonen hvis man vil have ændret noget. På den måde følger rettelserne med på samtlige sider hvor den respektive style er taget i brug, uden du skal gøre noget yderligere.



### Paragraph styles

Til alle tekstformater tildeles en paragraph style hvorfra man tilretter alt indenfor tekst, størrelser, farver, afstande og meget mere.



### Character styles

Character styles bruger jeg enkelte steder, bl.a. til uncialerne i mine manchetter, og i artiklen på side 32 hvor mellemrubrikkerne er lavet som den første del af teksten.

## Formartering

### Knib/Spærre

Flere steder i beskrivelsesteksterne har jeg gjort brug af manuel knibe/spærre muligheder og automatisk linjeskift. Alt dette er taget i brug for at skabe et bedre udseende af teksten som helhed, men bestemt også øge læsbarheden i designet.

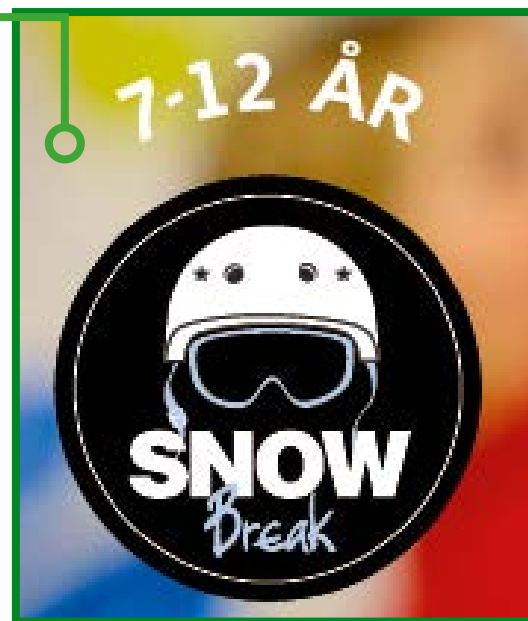
#### FANGERNE PÅ GRAFENBERG

I de allerhemmeligste kroge af Grafenberg gemmer der sig udfordringer og eventyrlige oplevelser for alle børnene. Tør du være med?

### Type on a path

For at kunne få mine tekster til at følge de runde kurver rundt, har jeg gjort brug af værktøjet Type on a path, hvilket gør det muligt at skrive tekst langs en kurve.

Dette værktøj kan bruges til alle slags figurer, og i mit tilfælde er det forsøgt brugt på en rund figur, således at det ikke går ud over måden man læser teksten på.



### Sprogversioer

Lion Alpin (Sverige) benytter sig også af Maskotten Elliot, så derfor skulle de selvfølgelig have et hæfte til deres svenske kunder. Jeg fik en kollega i Sverige til at oversætte teksten for mig, og derefter indsatte jeg det, så det kom til at passe med layout.



## SKRIFTTYPER

### Yoga

Højmark Rejser er et stilrent, klassisk samt moderne og særdeles godt vurderet rejsebureau. Skriftypen Yoga udstråler disse værdier, da det er en stilet og moderne skrift. Med fontens rene linjer passer den sig perfekt til Højmark Rejsers målgruppe.

Fonten findes i en sans udgave og en almindelig, så den både fungerer på web samt print. Som regel foretrækker man sans fonte til web, og serif fonte til tekster på print, da det øger læsbarheden væsentligt.

### Montserrat

Lion Alpin benytter sig af Montserrat skriftypen, der minder meget om Højmarks Yoga, i sit udtryk. En moderne og stilren font, der udtrykker selvsikkerhed og klasse.

Dertil bruger de fonten Open sans, en klassisk skrift med et læsevenligt udtryk, som går godt til stort set alle skrifttyper.

## YOGA SANS

### Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

### Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

### Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

## YOGA SERIF

### Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

### Regular Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

## Montserrat

### Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

### Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

## Open Sans

### Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

### Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå



## FOKUS PÅ

### Elliot stempel

Designet gik ud på at børnene kunne indsamle stempler og derved udfylde hæftet, sådan fik vi de unge til at prikke til deres forældre, over at de vil på ski igen!

Dertil skulle jeg designe et stempel og guiderne skulle så give børnene det stempel i deres hæfter, efter endt aktivitet.



## RESULTAT OG KONKLUSION

Kunden blev yderst tilfreds med det endelige resultat, ydermere synes også selv jeg havde fået lavet en folder der rammer den ønskede målgruppe rigtig fint, og inden for deadline, jeg fik hjælp ift, til tekstmæssige indhold fra en tidligere børneguide fra Højmark, og en svensk kollega.





# GRAFISK DESIGN

## LIFTKORTSLOMMER

### OPGAVEBESKRIVELSE

Liftkortslommer for SkiGroup | Højmark Rejser, Team Benns Ski & Lion Alpin. Formålet med "lommen" er at skigæsterne får udleveret deres liftkort i dette etui, på bagsiden står der er en tekst hvor man kan vinde et gavekort på en skirejse, ved blot at returnere liftkortet med etuiet, og underskrive med sin e-mail. Samtidig fik man muligheden for at få tilsendt deres nyhedsbrev.

Mine opgaver i projektet bestod af:

- » Lave falseskabelon, så det var nemmere for trykkeriet.
- » Designe layoutet, og indsamle materialer til projektet.





## KUNDEPROFIL

Opgaven er for Skigroup | Højmark Rejser, Team Benns Ski & Lion Alpin. De sender hvert år mange glade skigæster til Østrig, Italien, Schweiz og Norden. De har gode anmeldelser på deres egne produkter, og servicen er altid på det ypperste. De ville yde ekstra for deres kunder, så med dette liftkort udlovede de en skiferie hvis man afleverede liftkortet tilbage.

## MÅLGRUPPEN

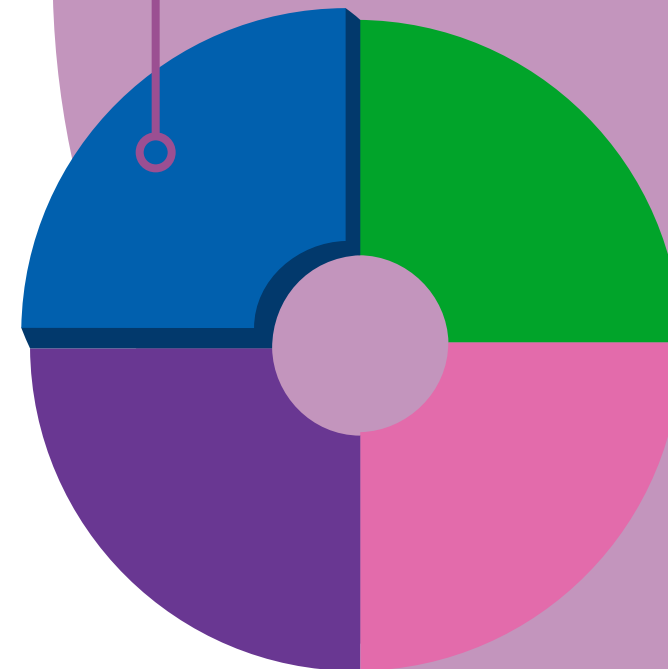
Målgruppen for denne tryksag er bred, da det er for mange forskellige kunder, da de forskellige brands har forskellige målgrupper.

- » Ski interesseret primært.
- » Både familier/grupper (Højmark, Lion Alpin) og familier/unge (Team Benns Ski)
- » De moderne segmenter - mest blå. (moderne, materialistisk)
- » Aktiv, spændingsfyldt livsstil.

**(Ski) højmark**

**Lion Alpin**

**TEAM BENNS SKI**



## PROCESBESKRIVELSE

### Idéudvikling

Hele konceptet har været udtænkt hos SkiGroup, og mit job var altså at finde det designmæssige udtryk, samt skabelonen.

Ideen med liftkortet var at kunden kunde vinde en skirejse ved at indelevere liftkort og oplyse e-mail. Derved fik man mulighed for at skrive sig op til nyhedsbrevet, win-win.

### Form

Formmæssigt har jeg forsøgt at holde mig til dimensioner der ville passe på "kreditkort" størrelse, så det ville passe til et liftkort i praksis. Udover dette skulle den jo kunne falses og limes sammen, så den fik "lomme" effekten.

### Farve

Farverne er holdt i de respektive DNA-farver for de forskellige brands.

Blå/Grøn for Højmark Rejser

Rød for Team Benns Ski

Blå for Lion Alpin.



## BLÅ

RGB (0, 102, 171)

CMYK (100, 60, 05, 00)

HEX (#205DA1)



## GRØN

RGB (0, 66, 104)

CMYK (100, 25, 00, 65)

HEX (#004268)



## LYS BLÅ

RGB (1, 166, 207)

CMYK (75, 15, 10, 00)

HEX (#00A7E1)



## LION BLÅ

RGB (16, 82, 140)

CMYK (90, 63, 19, 6)

HEX (#10528C)

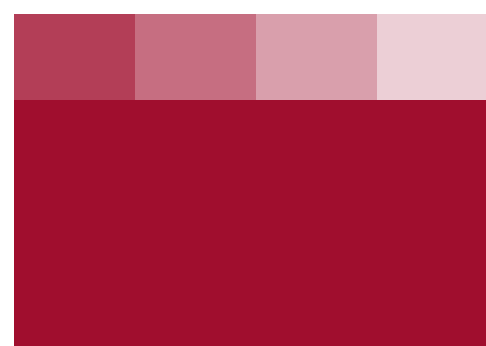


## MØRK BLÅ

RGB (0, 66, 104)

CMYK (100, 25, 00, 65)

HEX (#004268)



## TBS RØD

RGB (134, 0, 39)

CMYK (7, 100, 65, 35)

HEX (#A00D2E)



### Illustrationer

Da alle kommer fra samme koncern | SkiGroup er det oplagt at bruge samme billede, så man får en slags sammenhørighed uden at ligne hinanden alt for meget. Vigtigheden i ski, sne og sol er ej at forglemme. I Marketingsafdelingen benyttede vi også meget af disse elementer i forsøg på at formidle rejser ud til kunderne via sociale medier og hjemmesider.



## Gestaltlovene

Jeg har tænkt meget over at mit design skulle være stilet, klassisk og minimalistisk, da printet blev småt i sidste ende. Dertil har jeg gjort brug af gestaltlovene og fulgt dets principper i opsætning af design.



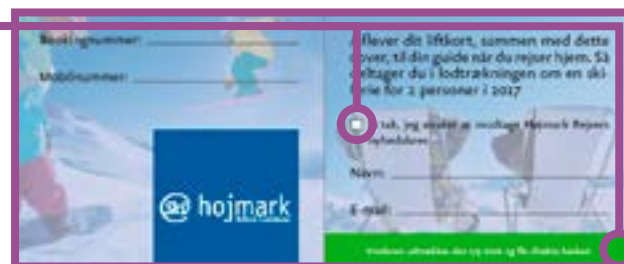
### Lov om nærhed

Elementer der hører sammen ligger tæt og designet giver mening og ser logisk ud. Dvs. der er ikke tekst, bokse eller figurer som flagre for sig selv eller som ikke giver mening.



### Lov om lukkedhed

Er brugt som blikfang for afkrydsning, samt information og vigtige datoer. Elementer som er omkredset eller indelukket, skaber blikfang og lader beskueren anse let hvad der skal vægtes højest, og hvad der hører sammen.



### Lov om lighed

Er forsøgt brugt flere gange i min process, både fra designet af det overordnede layout af de forskellige brands. Derouder er der brugt samme layout til udfyldning af personlige informationer, så kunden let kan anskue hvad han/hun reelt skal oplyse.



## SKRIFTTYPER

### Yoga

Højmark Rejser er et stilrent, klassisk samt moderne og særdeles godt vurderet rejsebureau, skrifttypen Yoga udstråler disse værdier, da det er en er stilet og moderne skrift. Med fontens rene linjer passer den sig til Højmark Rejsers målgruppe godt.

Fonten findes i en Sans udgave og en almindelig, så den både fungerer på web samt print. Som regel foretrækker man sans fonte til web, og serif fonte til tekster på print, da det øger læsbarheden væsentligt.

### Montserat

Lion Alpin benytter sig af Montserat skrifttypen, der minder meget om Højmarks Yoga, i sit udtryk. En moderne og stilren font, der udtrykker selvsikkerhed, modernisme og klasse.

Dertil bruger de fonten Open sans, en klassisk skrift med et læsevenligt udtryk, som går godt til stort set alle skrifttyper.

### Play

Skrifttypen er brugt til overskrifterne i Team Benns Skis, de har en yngre om mere frisk målgruppe end Højmark Rejser. Da den er mere display og knap så stilet som Højmarks er den oplagt. Play fonten har et specielt udseende, men jeg synes den rammer målgruppen godt.

Derudover der der brugt Roboto til brødteksten, da den er mere læsevenlig til større tekstmængder og står i god kontrast til Play.



# YOGA SANS

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Bookingnummer: \_\_\_\_\_  
Mobilnummer: \_\_\_\_\_

Aflever dit liftkort, sammen med dette cover, til din guide når du rejser hjem. Så deltager du i lodtrækningen om en skiferie for 2 personer i 2017

Ja tak, jeg ønsker at modtage Højmark Rejser's nyhedsbrev

Navn: \_\_\_\_\_  
E-mail: \_\_\_\_\_

Vinderen udtrækkes den 1/5-2016 og får direkte besked.

## RESULTAT OG KONKLUSION

Kunden blev positivt overrasket over resultatet, men var samtidig spændt på folks reaktioner over det trykte, ville det være brugbart?

SkiGroups egne guider ville i praksis udlevere liftkort til kunderne i disse lommer, så de kunne vinde en skiferie og tilmelde sig nyhedsbrevet.

# Montserrat

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Bokningsnummer: \_\_\_\_\_  
Mobilnummer: \_\_\_\_\_

Lämna ditt liftkort tillsammans med den här liftkortsfickan till din guide när du reser hem. Om du skriver ett sloganförslag för Lion Alpin kan du också vara med i tävlingen om en skidresa för 2 personer i säsongen 2016/2017.

Slogan: \_\_\_\_\_

Ja tack, jag vill delta i tävlingen och anmäla mig till Lion Alpins nyhetsbrev.

Navn: \_\_\_\_\_  
E-mail: \_\_\_\_\_

Vinnaren dras den 1/5-2016 och får direkt besked.

# Play

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå

Bookingnummer: \_\_\_\_\_  
Mobilnummer: \_\_\_\_\_

Aflever dit liftkort, sammen med dette cover, til din guide når du rejser hjem. Så deltager du i lodtrækningen om en skiferie for 2 personer i 2017

Ja tak, jeg ønsker at modtage Team Benns Skis nyhedsbrev

Navn: \_\_\_\_\_  
E-mail: \_\_\_\_\_

Vinderen udtrækkes den 1/5-2016 og får direkte besked.



# GRAFIK & BILLEDER

## GIF'S - ANIMATIONER

---

### OPGAVER BESKRIVELSE

Animation - GIF

(Graphics Interchange Format)

Opgaven består i grafik med bevægelse til kundens nyhedsbrev, til at lede deres potentielle kunder ind på hjemmesiden. De skulle designes så specifikt at de var lavet ud fra hvad kunden var mest til, familieferie, parferie eller unge på tur.

Derudover skulle jeg lave samme opsætning med deres destinationer, så de kunne udvælge bestemte områder og lægge vægt på dem i deres markedsføring.

Mine opgaver i projektet bestod af:

- » Designe timeline og indsamle materiale billeder.
- » Lave GIF's over forskellige segmenter og destinationer.
- » Primært brugt til nyhedsbreve, i et system hvor der er filbegrænsning på 2MB.

### KUNDEPROFIL

Opgaven er for SkiGroup | Højmark Rejser og Team Benns Ski i Ringkøbing. De sender hvert år mange glade skigæster til Østrig, Italien, Schweiz og Norden.

Marketingsafdelingen kunne godt tænke sig noget "clickbait." Kravet var ihvertfald en form for dias, af billeder. De skal henvende sig til familier/grupper (Højmark Rejser) og unge/familier (Team Benns Ski)





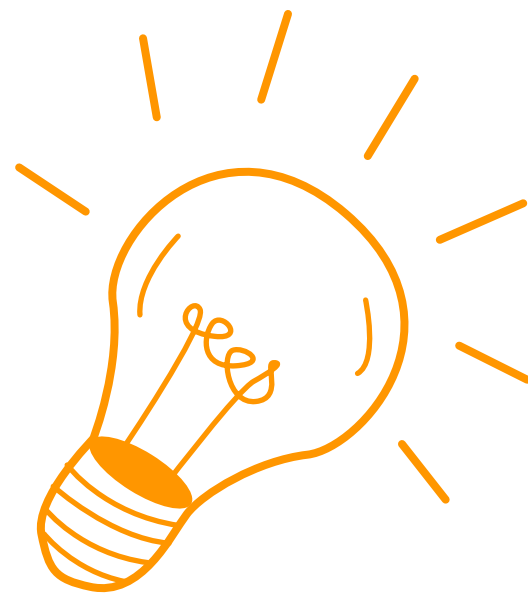




## PROCESBESKRIVELSE

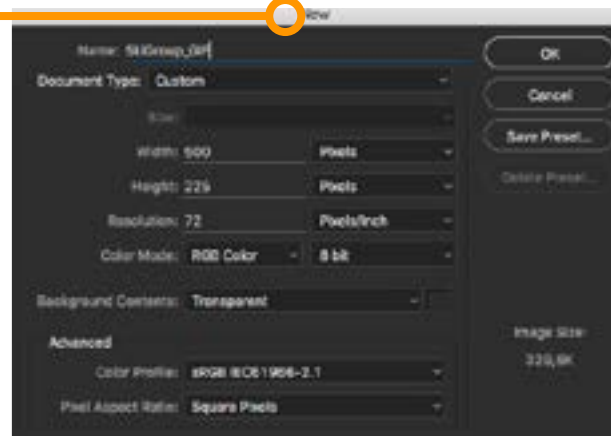
### Idé og brainstorm

Jeg forsøgte på at skabe et slideshow der loopede, med fokus på segmenterne og destinationerne. De skulle fordeles på Brand niveau, dvs. i forsøget på at skabe lyst til skiferie, prøvede jeg at ramme forskellige målgrupper, bl.a. familier, unge, grupper og par. Udover disse skulle jeg designe nogle der kunne vise skiområderne fra deres bedste side.



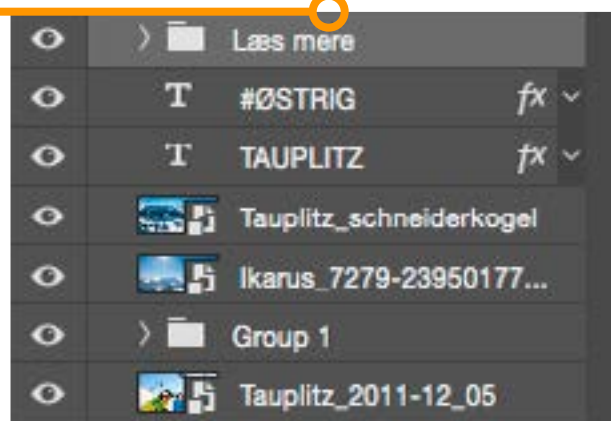
### Forberedelse

Inden jeg begynder at samle billederne ind, sørgede jeg for at indstille mit photoshop dokument korrekt. Bredden på animationerne skulle være 500px da det passede til nyhedsbrevets format. Jeg valgte en passende højde på ca. 225 px.



### Fremgangsmåde

På mit dokument starter jeg med at indsætte mine grundbilleder, så farve og blikfang er korrekt. Har du dine billeder på hvert sit lag gør photoshop det nemt at lave en animation.



### Timeline

For at kunne benytte sig af Photoshops funktioner for film/animation skal man tilgå timeline. (Window > Timeline)

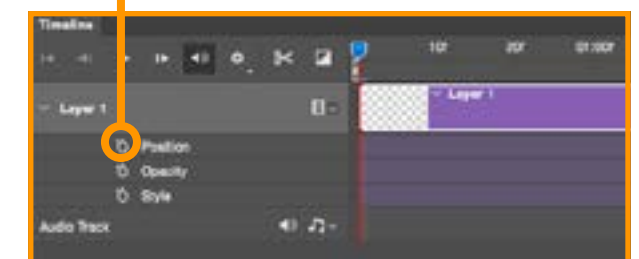
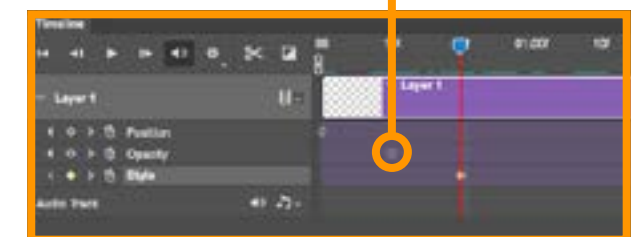
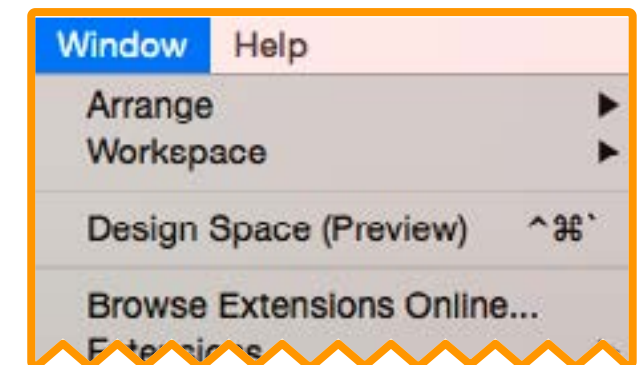
Denne funktion giver dig mulighed for at lave film og bevægelse ud fra en "Frame/Video" tidslinje. Jeg har benyttet mig af video tidslinjen til denne opgave.

Opbygningen er således at et lag vises i 30 "frames" hvis den skal vises 1 sekund i det eksportede dokument.

### Keypoints

Disse smarte punkter laves vha. bjælken der indikerer hvor langt i "videoen" man er. Man klikker på de små "stopure" ovre under laget i tidslinjen, for at starte en animation.

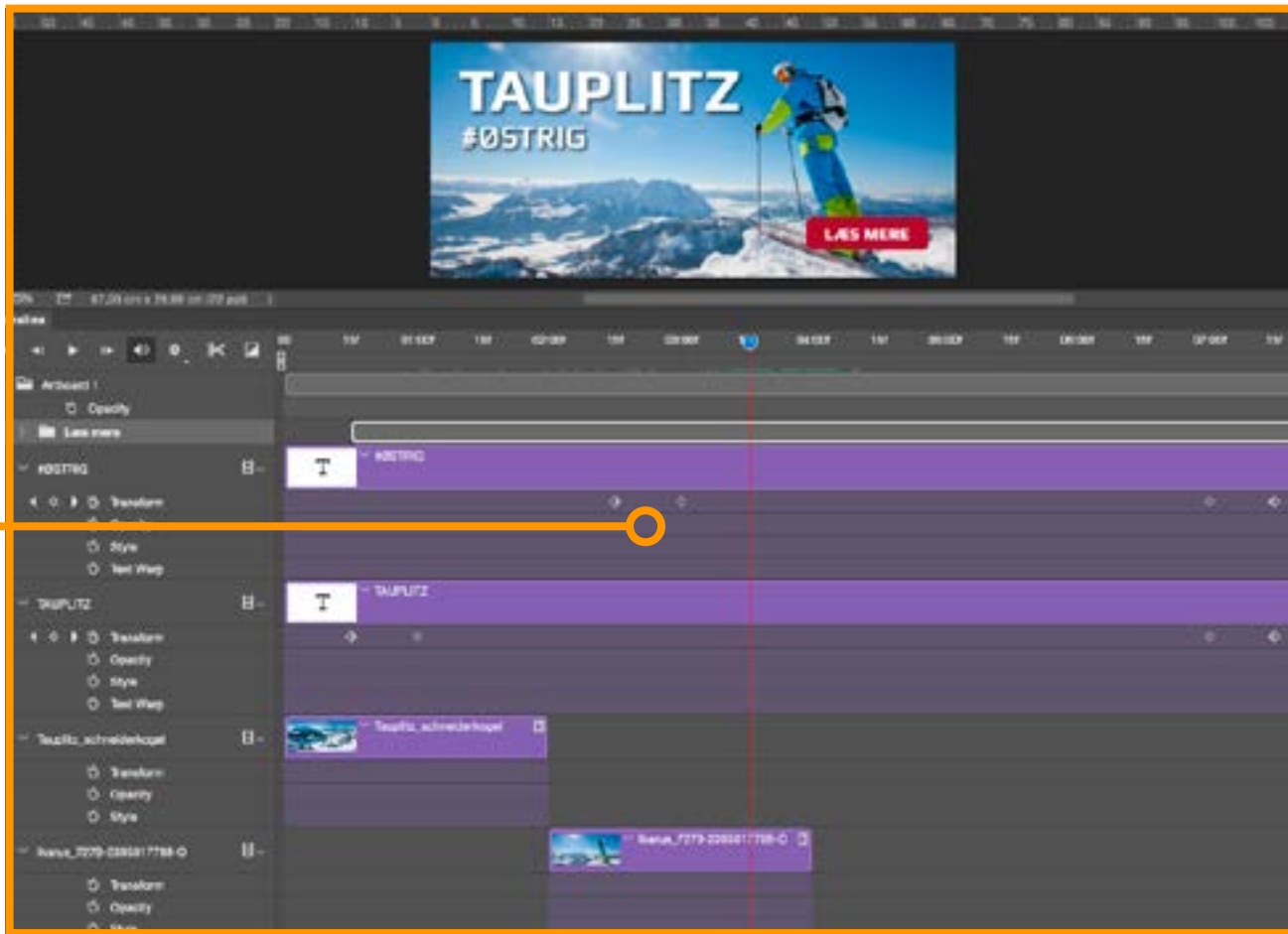
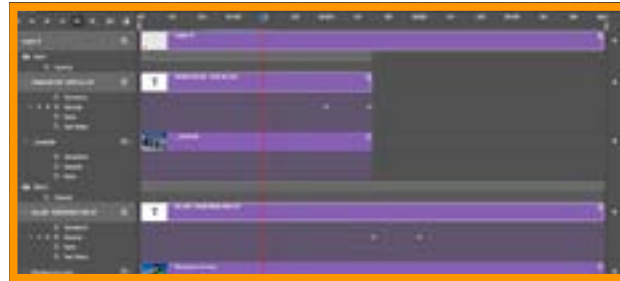
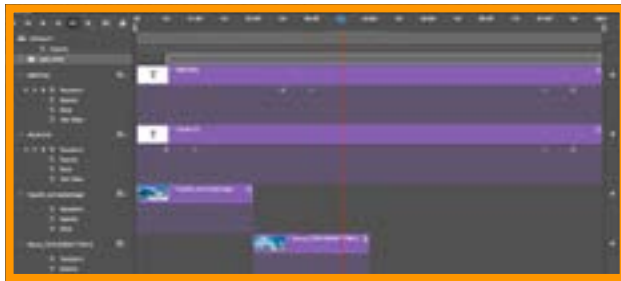
Som eks. kan man på 15 frames (0,5 sek) gå fra et fuldt gennemsigtigt billede, over i et 100% synligt. Altså man giver ens lag en slags overgang mellem sig, eller ihvertfald en ændring af en eller anden form.



## Transition

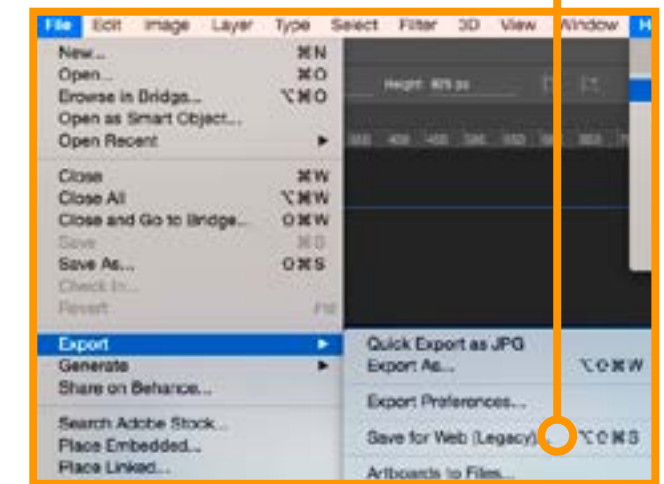
Gennemsigtheden er vejen frem, hvis ikke det var for filbegrænsningen, da den tilføjer mange "frames" jo længere og mere detaljeret ens overgange er.

Men ydermere er det overgangene der skaber dynamikken og giver effekten af billeder med bevægelser.



## Export

Filen eksporteres vha. "save for web" funktionen. (File > Export > Save for Web) Her vælger jeg GIF istedet for JPG, og retter i måden den ændrer i farven fra perceptuel til adaptive, da det giver det mest pæne samt korrekte export.



Hvis min fil blev lidt for stor har jeg mulighed for at fjerne nogle farver her også, fx bruge 200 istedet for 256, da det gav en mindre fil i sidste ende, jeg skulle holde mig til at lave filer under 2MB.

for at få min GIF til at køre i ring vælger jeg til sidst loop funktionen.



## Afslutning

Til sidst uploades hele GIF biblioteket til vores nyhedsbrevsformidler Hey-loyalty, så de ligger klar til at implementere i ens design, ud fra hvad end man vælger at ligge vægt på set fra et marketings-synspunkt. Således har jeg gjort arbejdsprocessen for marketingscheferne i SkiGroup en del lettere i fremtiden.



## FOKUS PÅ

### ”LOOP EFFEKT”

GIF's er super smarte hvis man tænker en smule kreativt kan man komme langt, med små filer. Hvis man tilføjer loop effekten kører ens GIF i ring og den vil virke uendelig. Dette kan skabe en super god effekt, og virker godt samtidig med at det skaber god dynamik og blikfang. Husk et billede siger mere end 1.000 ord! Hvad siger en animation med “uendelige” billeder så ikke?



## RESULTAT OG KONKLUSION

Kunden blev tilfreds med resultatet, men da jeg var begrænset af filstørrelsen, måtte jeg gå på kompromi. Da de animerede GIFs primært skulle bruges til nyhedsbreve, var dette ikke det store problem. Opgaven var en sjov udfordring at lave. Jeg arbejdede med mange forskellige metoder til bl.a. korrektur af farve og lys/skygge justeringer. Projektet har lært mig meget omkring animationer og måden man skal tænke når man opsætter GIF's Jeg blev selv godt tilfreds med de endelige animationer.





# GRAFISK PRODUKTION OG WORKFLOW

HOJMARK.DK OG TBSKI.DK

## ☑ OPGAEBESKRIVELSE

Hjemmesiderne [www.hojmark.dk](http://www.hojmark.dk) og [www.tbski.dk](http://www.tbski.dk) er opbygget i Umbraco ud fra samme skabelon skabt af Ørskov Web. Jeg har bla. skulle stå for opbygningen af deres nye sider, design af grafisk materiale til online brug. De nye sider er opbygget til at være responsive, så det skulle med i overvejelserne når jeg sad i back-enden. Vi afholdte også en brugertest af hjemmesiderne og fik kundernes feedback. det kunne bruges som korrektur af websiderne.

## 👥 KUNDEPROFIL

Opgaven er for SkiGroup | Højmark Rejser & Team Benns Ski i Ringkøbing. De sender hvert år mange glade skigæster til Østrig, Italien, Schweiz og Norden.

De kunne se i deres analyser at antallet af mobile- og tabletbaserede bookinger var steget voldsomt indenfor de sidste 2 år, derfor var et redesign med et moderne look og et multi-device venlig interface nødvendigt.

HOJMARK.DK



TBSKI.DK





## VISUEL GENNEMGANG

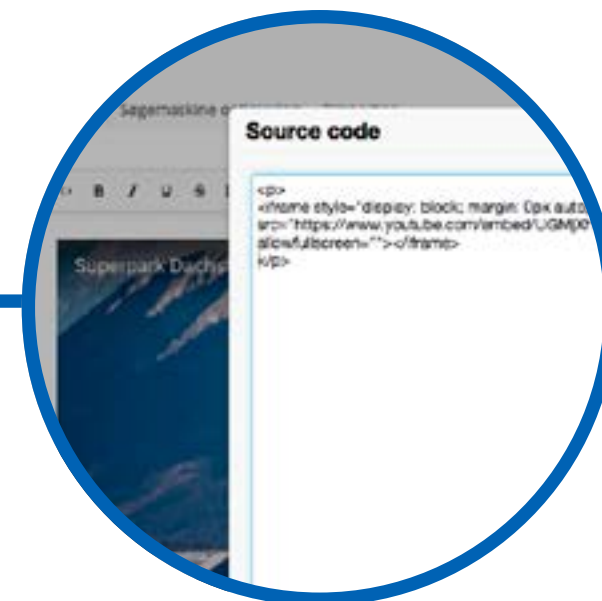
Materiale samles fra gamle site, samt billedemateriale fra serveren der skulle resized og redigeres.



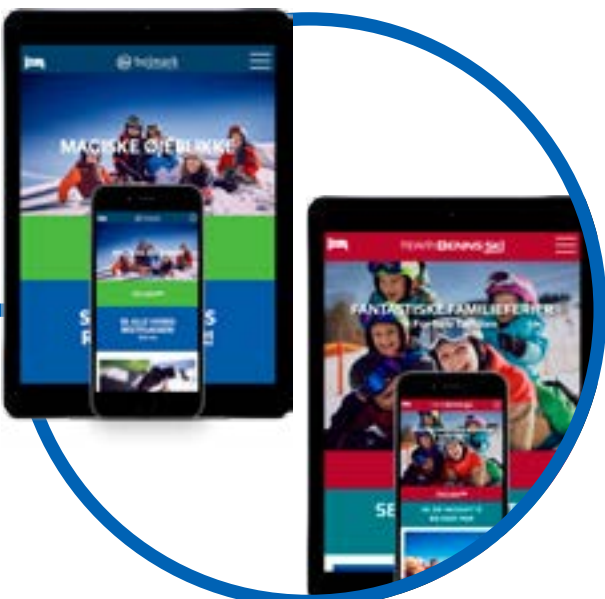
Opbygning ud fra skabelon, kampagnebokse som moduler, Navigation imellem de forskellige sider.



Costume code, med implemtenering af video mm. Vestjysk Marketing har kodet Booking-delen.



Koncepter samt tilbud opdateres med nye beskrivelser, med fokus på egne hoteller og produkter.



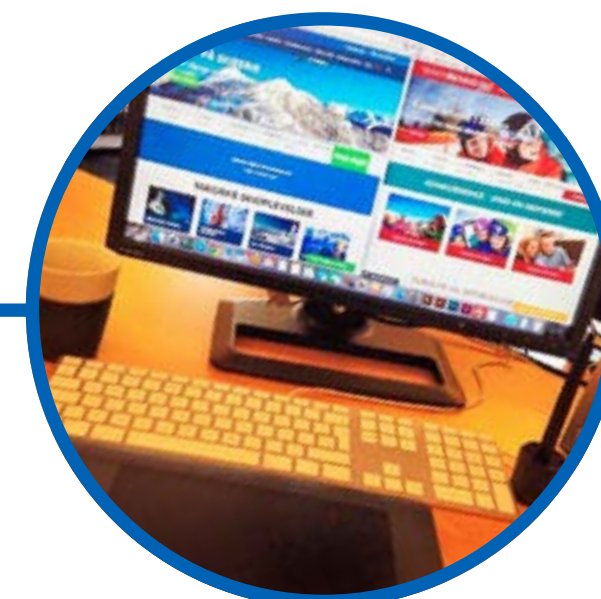
Gennemgang af grafik og opbygning på forskellige devices. Jeg testede på PC, tablet og smartphone.



Endelige resultat, men løbende med ændringer, bla omkring jul, lancerede vi [hojmark.dk/sommerrejser](http://hojmark.dk/sommerrejser).



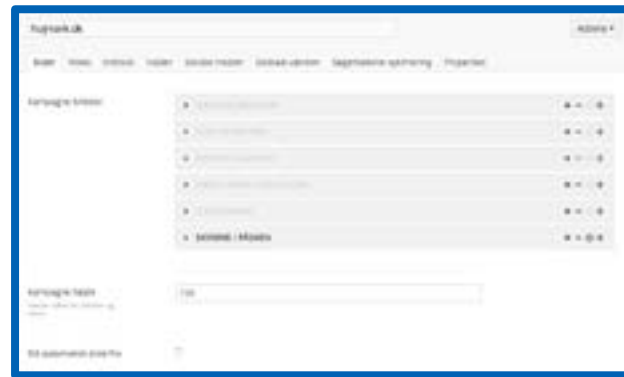
Brugertest, med inputs fra forsøgskaniner i forskellige aldre og segmenter. Det var en god hjælp.



Lancering af hjemmesiderne, med to ugers mellemrum, således begge brands ikke gik online samtidig.

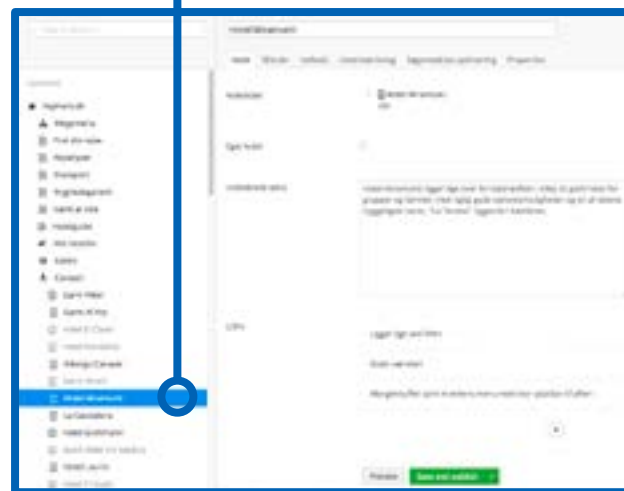
## PROCESBESKRIVELSE

Opbygning af tbski.dk og hojmark.dk, startede udfra samme skabelon. En af mine fornemmeste opgaver som praktikant igennem et halvt år var bla. at hjælpe med at opbygge siderne fra bunden, og designe grafik, samt ind og kode i back-enden.



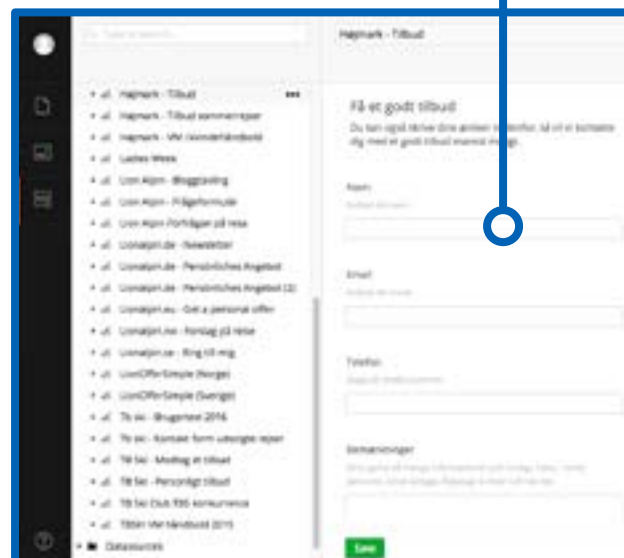
### Grundopbygning

Som start var mine opgaver at fylde grafik på siderne, dvs. forsidegrafik og destinations og hotelbilleder. Jeg skulle også opbygge siderne med tekst og det hele skulle laves i et grid, så det kunne laves responsivt, og "kasserne" med information og billeder på siden ville lægge sig efter hvilket device man så websitet på.



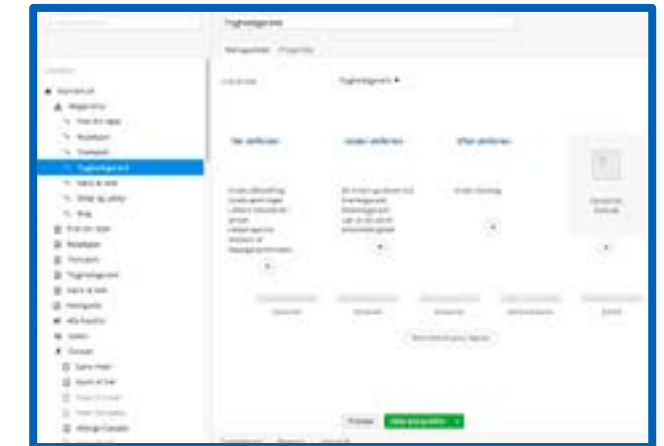
### Opbygning

Siden er opbygget ud fra en umbraco skabelon, og har moduler som man kan påføre og opbygge grafik og tekst. Dertil er der formularer som man kan udfylde og bla. få et tilbud, eller tilmelde sig nyhedsbrevet. Derudover er der er booking-flow opbygget og koder er vestjysk marketing, som har mange års erfaring i webshop opbygning.



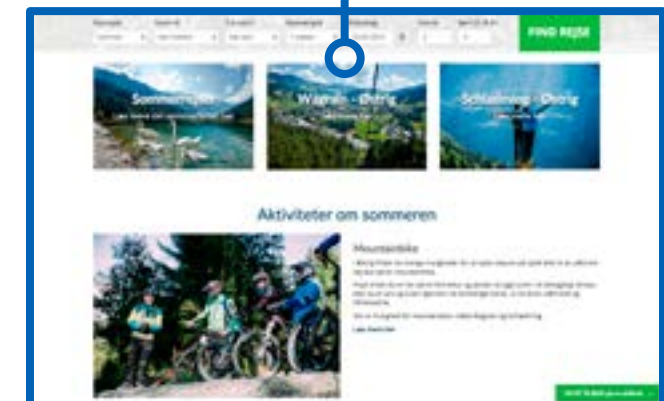
### Opsætning

På websitet finder man "kampagneboks" til at informere og skabe blikfang samt links-struktur. Derudover er der er megamenu, med links til stortset alle undersider der er at finde, alt fra informationer om flytider, og oplysning omkring garantier, til kontaktinformationer og udvalgte hoteller, med specielt fokus på egne hoteller.



### Sommerejser

Højmark Rejser lancerer som noget nyt i år sommerrejser til sommeren 2016 på deres egne hoteller, Grafenberg Resort og Kirchboden i Wagrain, samt Hotel Planai i Schladming. En af mine fornemmeste opgaver var at opbygge denne undeside til hojmark.dk, med alt grafik, tekst opbygning og navigations-stuktur. Vi kørte kampagne på det i starten med intro-rabet med gode tilbud og fede oplevelser om sommeren.





## Kvalitet og devices

Websitet er lavet så det virker optimalt på samtlige devices man ser den på - Det er det man kalder for responsivt.

Udfra SkiGroups analyser kunne vi se at flere og flere af deres kunder begynde at besøge deres hjemmeside fra mobil og tablet. ca 50% af deres online-salg kom ikke fra en pc.

### tbski.dk



Tablet



Telefon



Computer

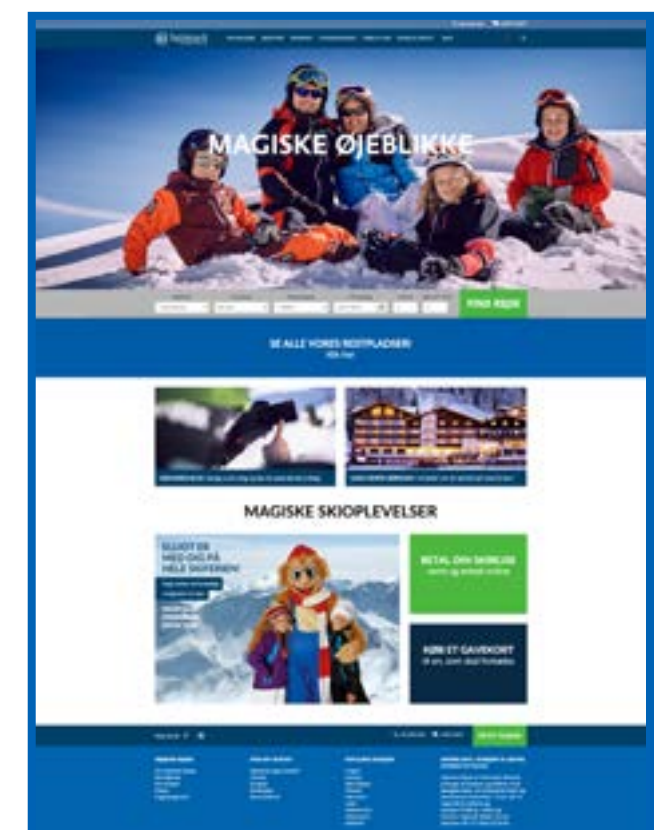
### hojmark.dk



Tablet



Telefon



Computer

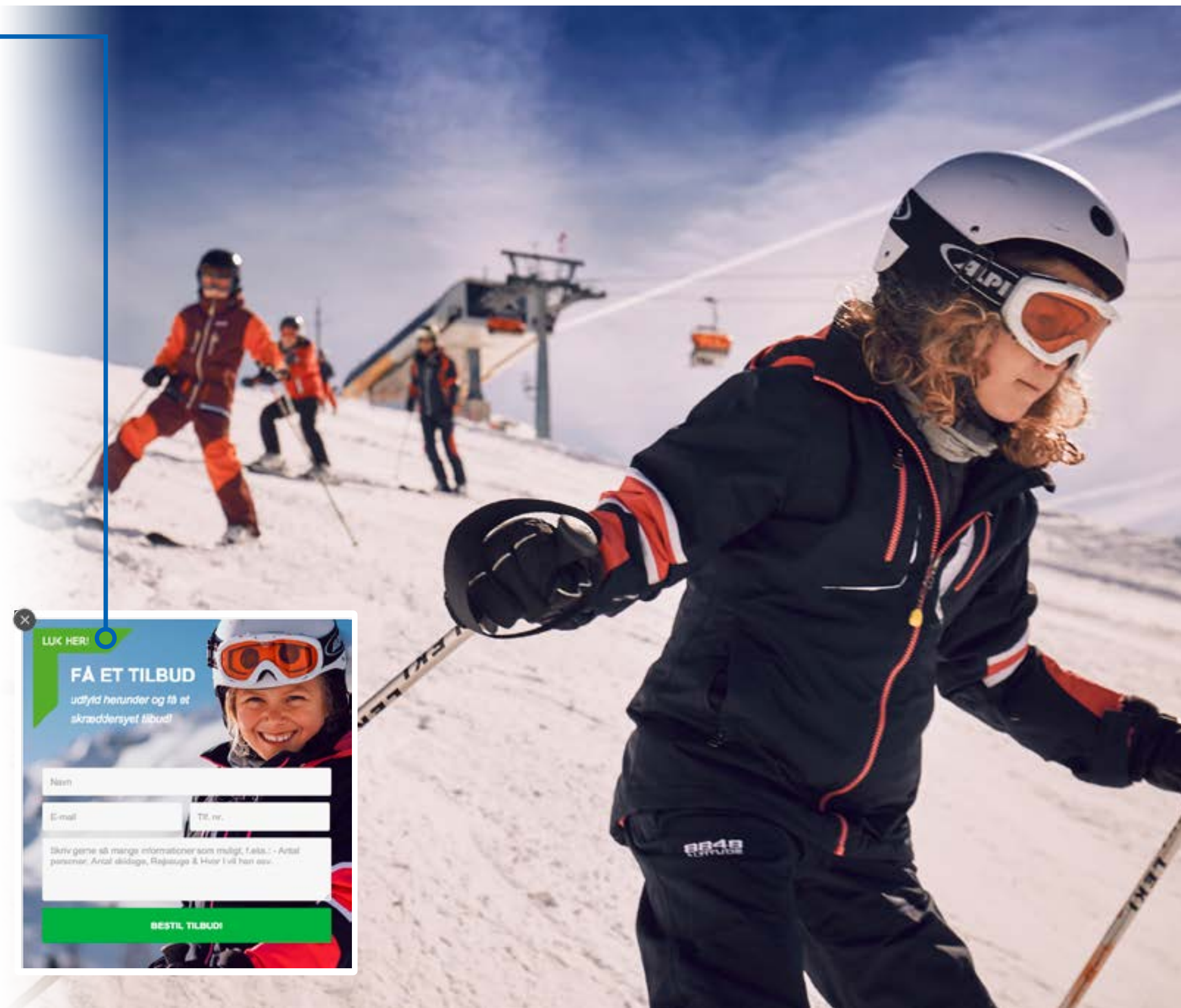


## FOKUS PÅ

Sleeknote: Højmark Rejser og Team Bennis Ski benyttede sig begge af Sleeknote som laber pop-up online webbaseret. En af mine daglige opgaver var at opdatere grafikken, og beskeden på disse regelmæssigt.

## RESULTAT OG KONKLUSION

Hjemmesiderne performer allerede bedre end de gamle Umbraco sider, hvilket er positivt. I brugertesten af siderne havde forsøgspersonerne en time til at navigere rundt og prøve at finde information og bestille en rejse mm. Der var generelt positiv feedback på siderne og deres grafik samt funktioner. Kunden er godt tilfreds, da det er en smart Umbraco løsning, som er let for alle at ændre de simple elementer, hvilket øger antallet af gange de kan opdatere deres sider med ny information eller grafik.





# H2 PORTFOLIO



**SkiGroup • Rasmus Andersen • Herningsholm**