

VisitDenmark
Debrief
Workshop II
Hero Moments

28.10.2024

- 01 Highlights Get Why
- 02 Formål med workshoppen
- 03 Guide Danmark produktoversigt (explore)
- 04 Topnavigation
- 05 GuideDanmark produktvisninger

01 Highlights Get Why

02 Formål med workshoppen

03 Guide Danmark produktoversigt (explore)

04 Topnavigation

05 GuideDanmark produktvisninger

VDK temaet præsenterede indledende highlights fra Usability tests på det norske og amerikanske marked. Den fulde afrapportering deles når den er færdig.

Resultaterne fra testen indeholder blandt andet følgende indsigter omkring brugernes behov og oplevelser:

Funktionaliteter og UX specifikke indsigter:

- Savner mulighed for at sammenligne produkter
- Savner labels - fx "family", "free", tilgængelighed
- Svær navigation - der efterspørges fx niveauer i menuen
- Auto suggest i søgefunktionen
- Visning af lokation – både af Danmark i sammenhæng til Europa og lokalt af områder i Danmark

Indholdsspecifikke indsigter:

- Sprog er afgørende for Norge.
- US markedet efterspørger indhold om safety og billeder de kan spejle sig i
- Familiespecifikt indhold - også i form af billeder

01 Highlights Get Why

02 Formål med workshoppen

03 Guide Danmark produktoversigt (explore)

04 Topnavigation

05 GuideDanmark produktvisninger



PRELIMINARY INSIGHTS

1

Menu is perceived to be confusing – Sub-categories are requested. E.g related to travel constellations: “(...) Have children as a separate category with links to or submenus to everything that has to do with children”

2

Search function needs improvement – “(...) can be used more sensibly, so that you can search for a word and get results that are similar to when you google things. Several options should appear when searching in the search bar.”

3

Improved filtering and labelling options are requested - like sorting accommodations by rating or location. Others suggested more focus on specific groups, like families – this is also referenced for labelling content in general.

At arbejde med de fem prioriterede områder som vi identificerede i afklaringsfasen:

1. Kortfunktion
2. GuideDanmark produktoversigt
3. Top-navigation
4. GuideDanmark produktvisninger

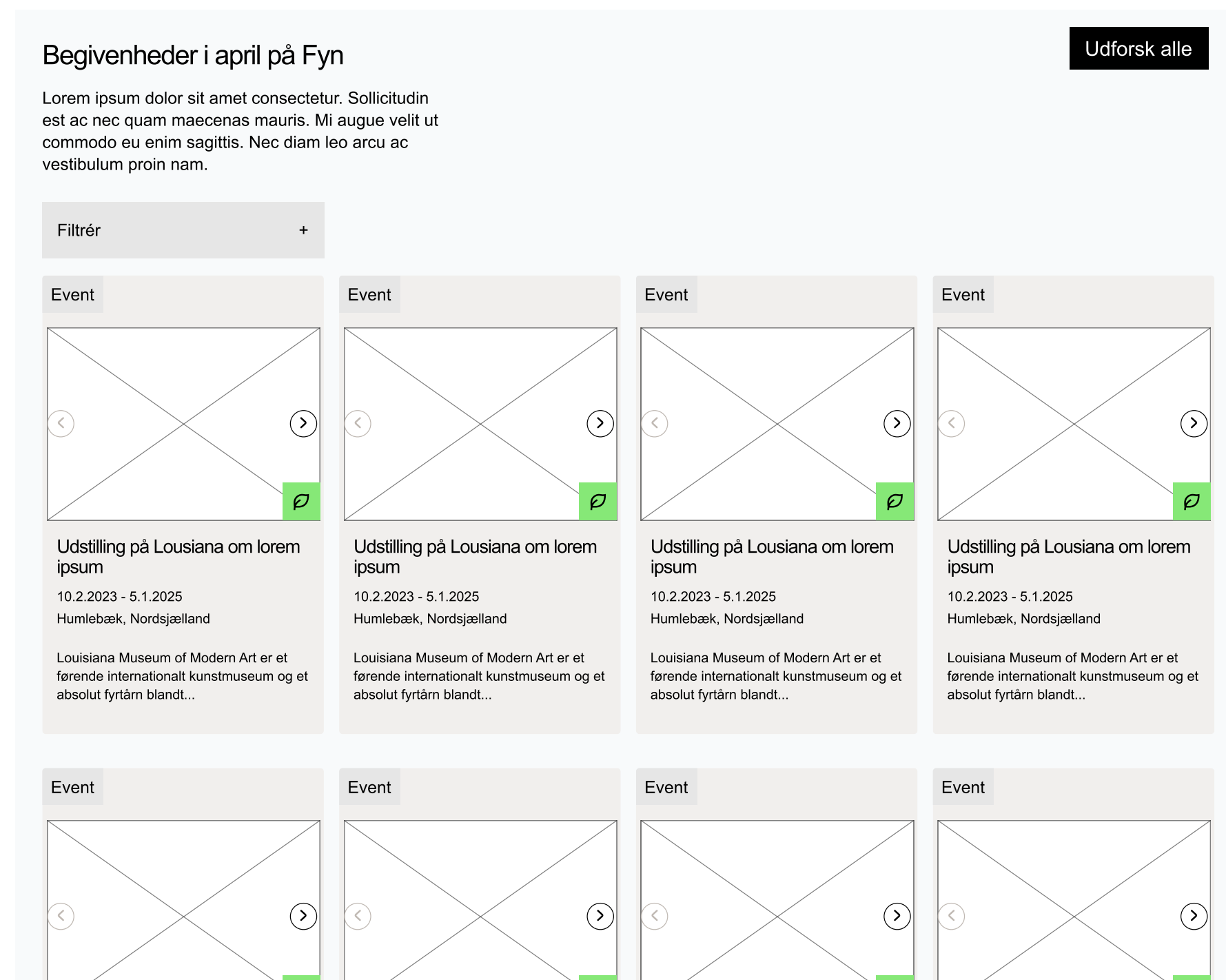
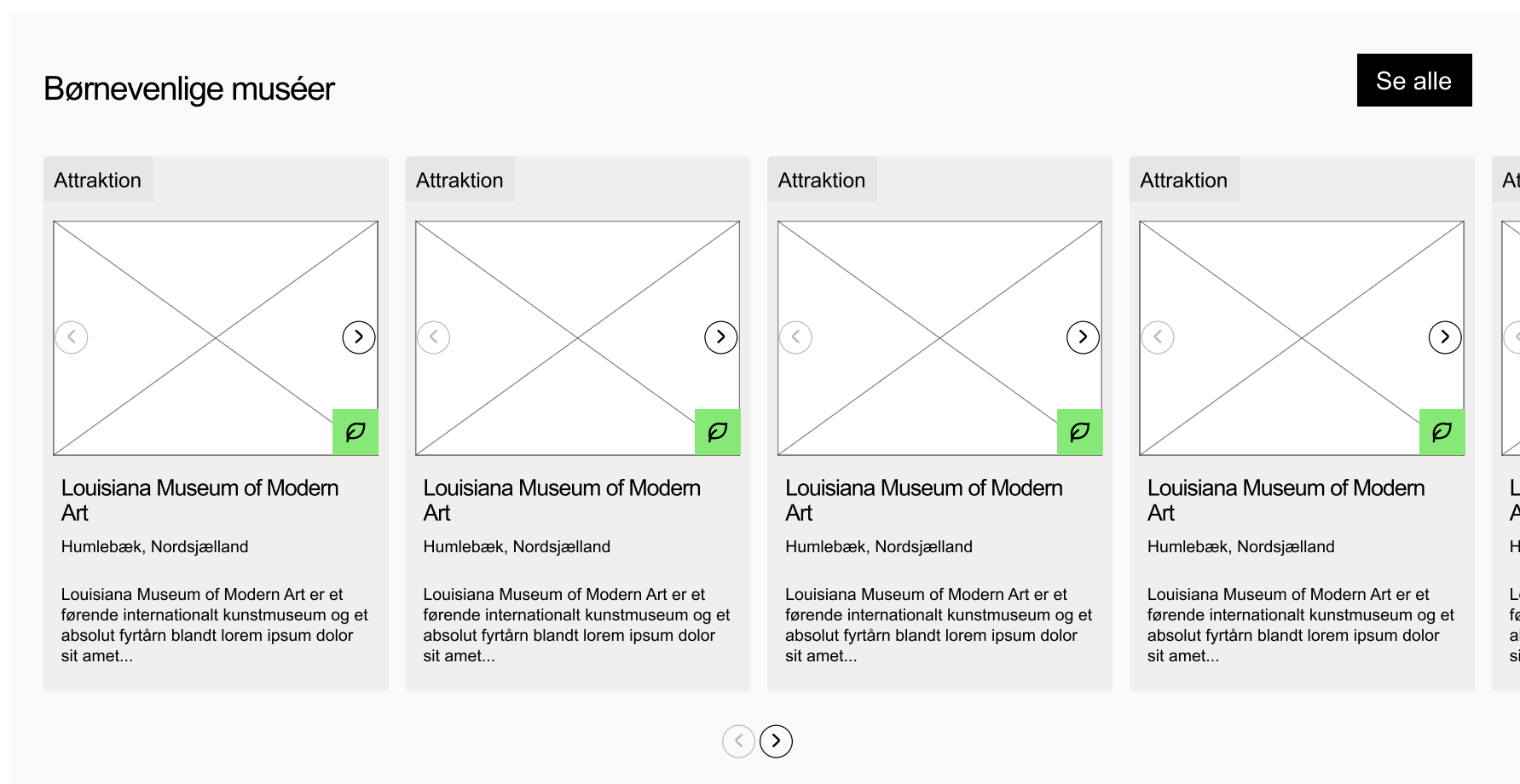
Områderne betrages som Hero moments med fokus på brugerrejsen: Hvordan kommer brugeren til områderne, og hvor skal de hen efterfølgende? Altså hvad er indgangen til hero momentet og hvad er det for en handling vi ønsker.

Eksemplerne i det følgende er vist i desktop. I det videre arbejde konceptudvikler vi primært ud fra mobil men er opmærksom på også at forholde os til andre skærmstørrelser. Designet leveres responsivt.

- 01 Highlights Get Why
- 02 Formål med workshoppen
- 03 Guide Danmark produktoversigt (explore)**
- 04 Topnavigation
- 05 GuideDanmark produktvisninger

→ Udpluk af explore som landing pages eller moduler på sider kan bidrage til at skabe universer. Fx. “Børnevenlige muséer”, alle begivenheder, “grønne venues”, “Det sker i efterårsferien i Aalborg”. Gerne som automatiseret indhold baseret på taxonomier. Formålet med landingpages er, inspireret af e-commerce, også at skabe gode SEO-sider som kan guide brugerne til relevante sider.

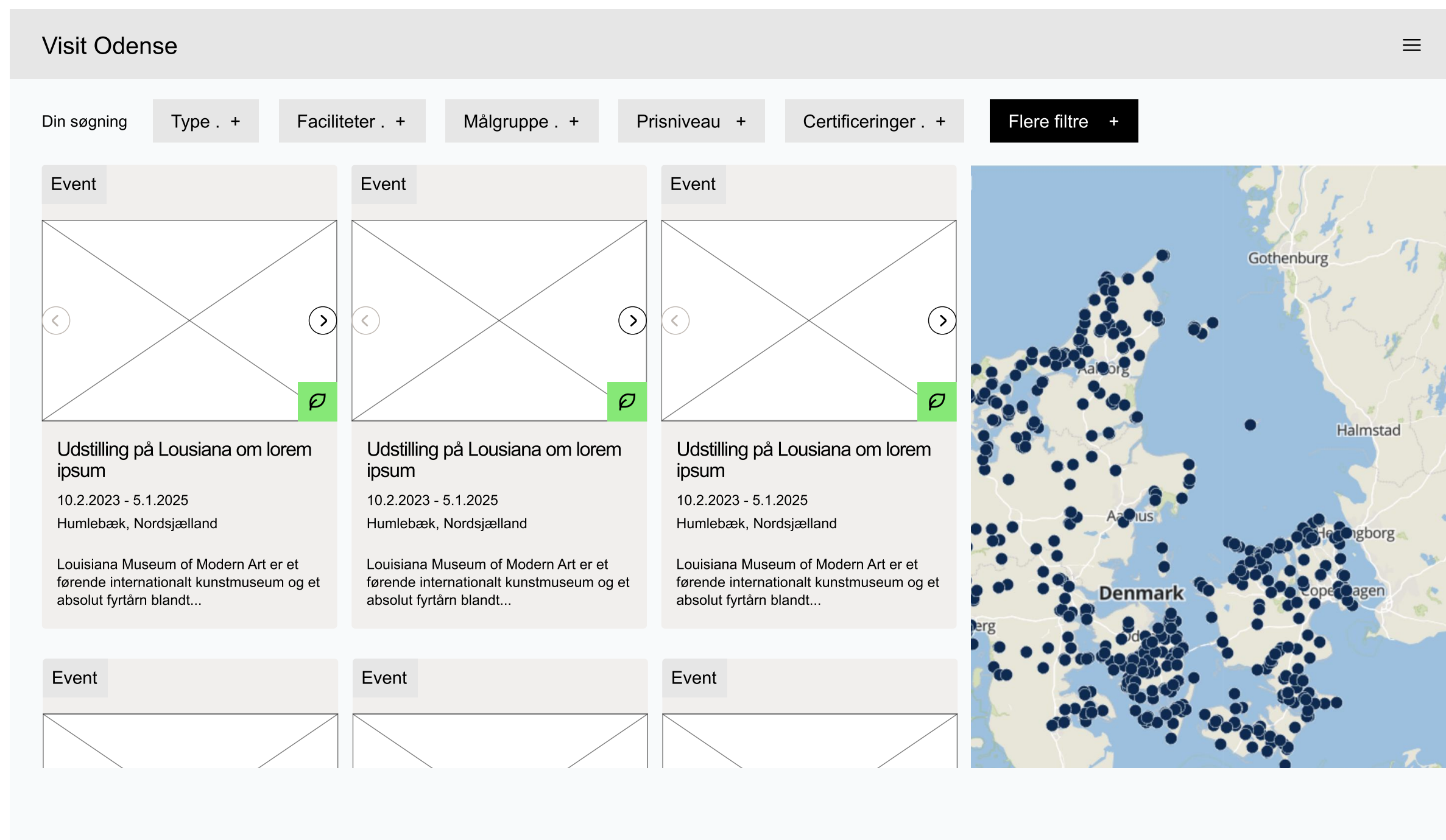
Eksemplerne er wireframe-skitser som videreudvikles i ux-arbejdet.



- 01 Highlights Get Why
- 02 Formål med workshoppen
- 03 Guide Danmark produktoversigt (explore)**
- 04 Topnavigation
- 05 GuideDanmark produktvisninger

- Visning af alle GDK-produkter på ét samlet kort er nødvendig, men ikke et entry point for brugeren. Vi arbejder videre med en liste hvor kortet er et supplement og sekundært navigationselement. Filtre skal fremhæves, men de skal tilpasses så de giver mening for brugeren (modsat de mange filtre i dag).
- Vi fokuserer på brugen af kort-siden i planlægningsfasen, hvor man skal sætte produkterne i kontekst med andre produkter og placering i Danmark. Vi prioriterer ikke den umiddelbare aktualitetssøgning, hvor brugeren her og nu skal finde eks. spisesteder i nærheden.
- Mængden af data som vises på kortet bør overvejes. Giver det fx værdi at tilføje yderligere data fra GeoFA, når kvaliteten af data samtidig er varieret og indholdet kun findes på dansk.



Eksemplerne er wireframe-skitser som videreudvikles i ux-arbejdet.



- 01 Highlights Get Why
- 02 Formål med workshoppen
- 03 Guide Danmark produktoversigt (explore)**
- 04 Topnavigation
- 05 GuideDanmark produktvisninger

→ GDK produktoversigten skal ikke længere være et arkiv, men anvendes til at skabe inspiration. Det gør vi med bedre visninger, kort-supplement samt brugervenlige filtreringsmuligheder.

Eksisterende /explore-side

VisitDenmark  Highlights Destinationer Oplevelser Overnatning **Planlæg ferien** 


Vi anbefaler

Søg her efter attraktioner, aktiviteter, events, overnatning og meget mere.....


Attraktioner **Overnatning** **Begivenheder** **Aktiviteter** **Mad og drikke** **Transport** **Service og information** **Møder og konferencer**


Filtrer efter:

Region

Vælg 

Sted

Vælg 

Grøn oplevelse (Certificeringer) 

- Green Key (290)
- Green Attraction (36)
- Green Camping (9)
- Green Restaurant (2)

Hammershus Slotsruin

Hammershus er Nordeuropas største borgruin og Bornholms mest besøgte seværdighed.

Louisiana Museum of Modern Art - International kunst ud til Øresund

Louisiana Museum of Modern Art er et førende internationalt kunstmuseum og et absolut fyrtårn blandt...

ARoS Aarhus Kunstmuseum

ARoS, Aarhus' internationale kunstmuseum, inviterer til en verden af kunst i verdensklasse. Her kan...

- 01 Highlights Get Why
- 02 Formål med workshoppen
- 03 Guide Danmark produktoversigt (explore)**
- 04 Topnavigation
- 05 GuideDanmark produktvisninger

→ Tilføj modul: Gruppe af produkter med kortvisning

Inspiration fra ireland.com

County Wicklow highlights

Don't miss these things to see and do

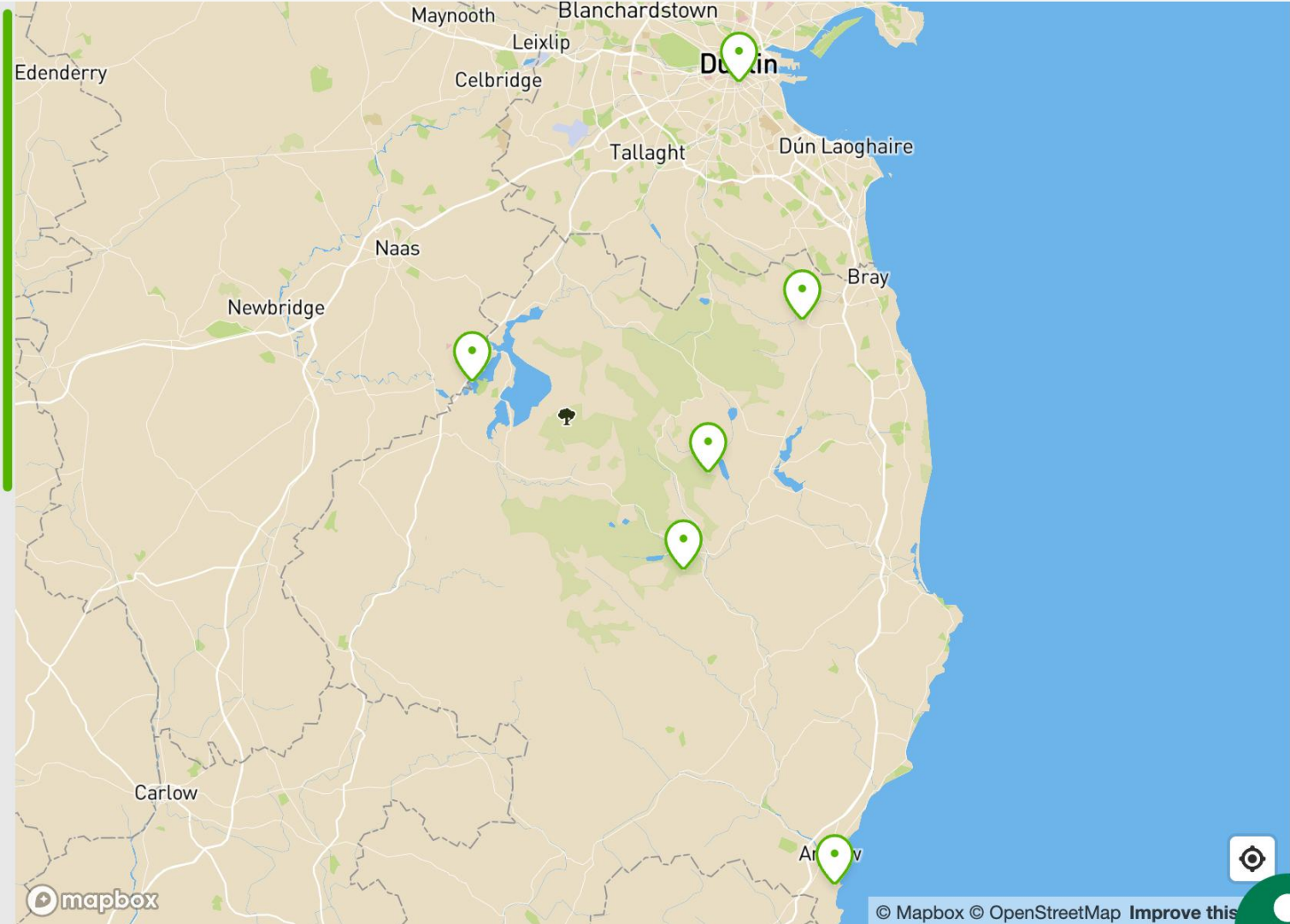
Map View **Card View**

ATTRACTION
Glendalough
Wicklow

ARTICLE
3 min read
Towns and villages of Ireland's Ancient East
Republic of Ireland

INSPIRATION
Dublin
Dublin City

ATTRACTION
Avoca Handweavers Enniskerry
Enniskerry

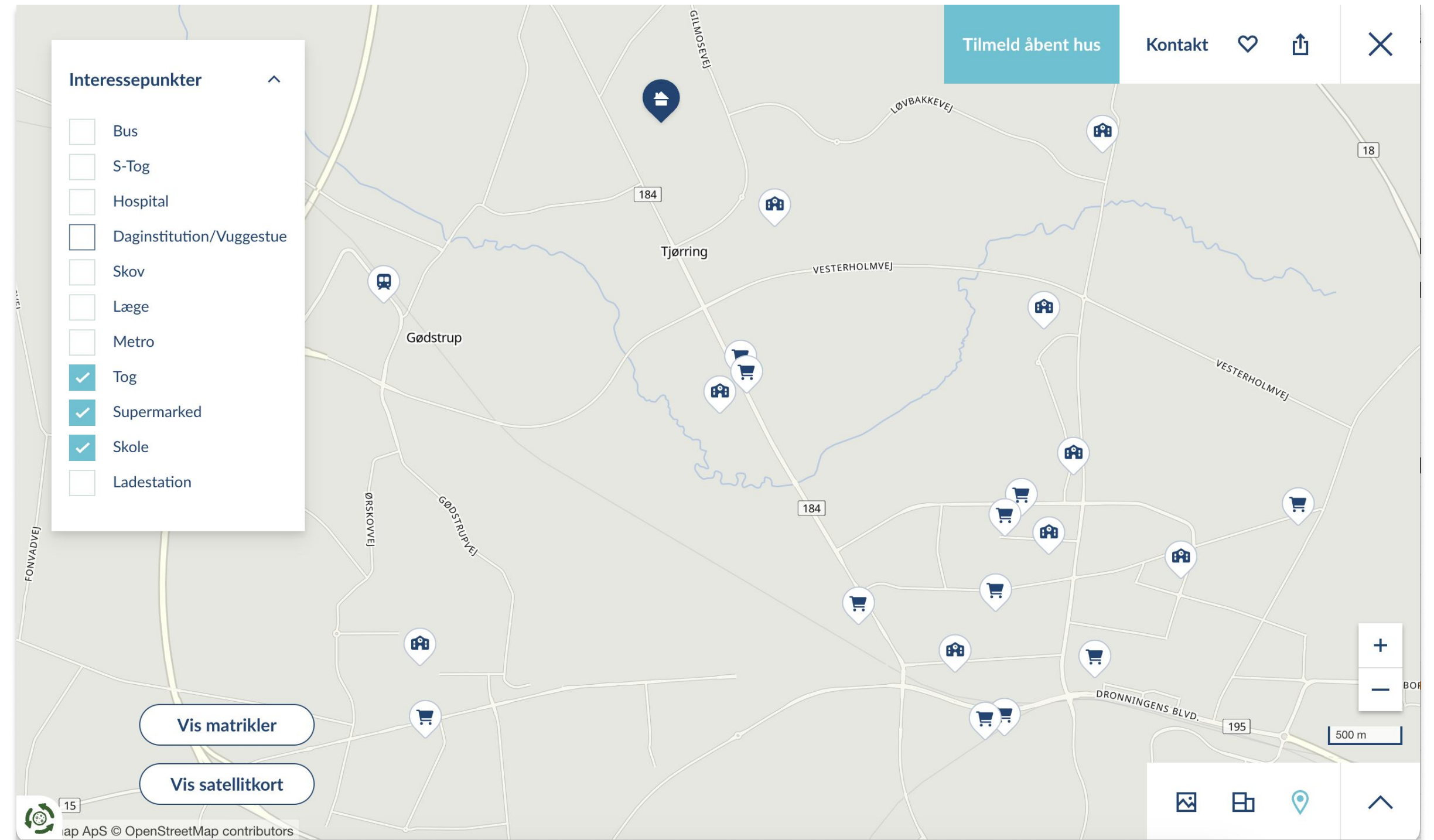


© Mapbox © OpenStreetMap Improve this

- 01 Highlights Get Why
- 02 Formål med workshopen
- 03 Guide Danmark produktoversigt (explore)**
- 04 Topnavigation
- 05 GuideDanmark produktvisninger

→ Produkt-lokation på kort med visning af omkringliggende og/eller relaterede produktet.

Inspiration fra EDC



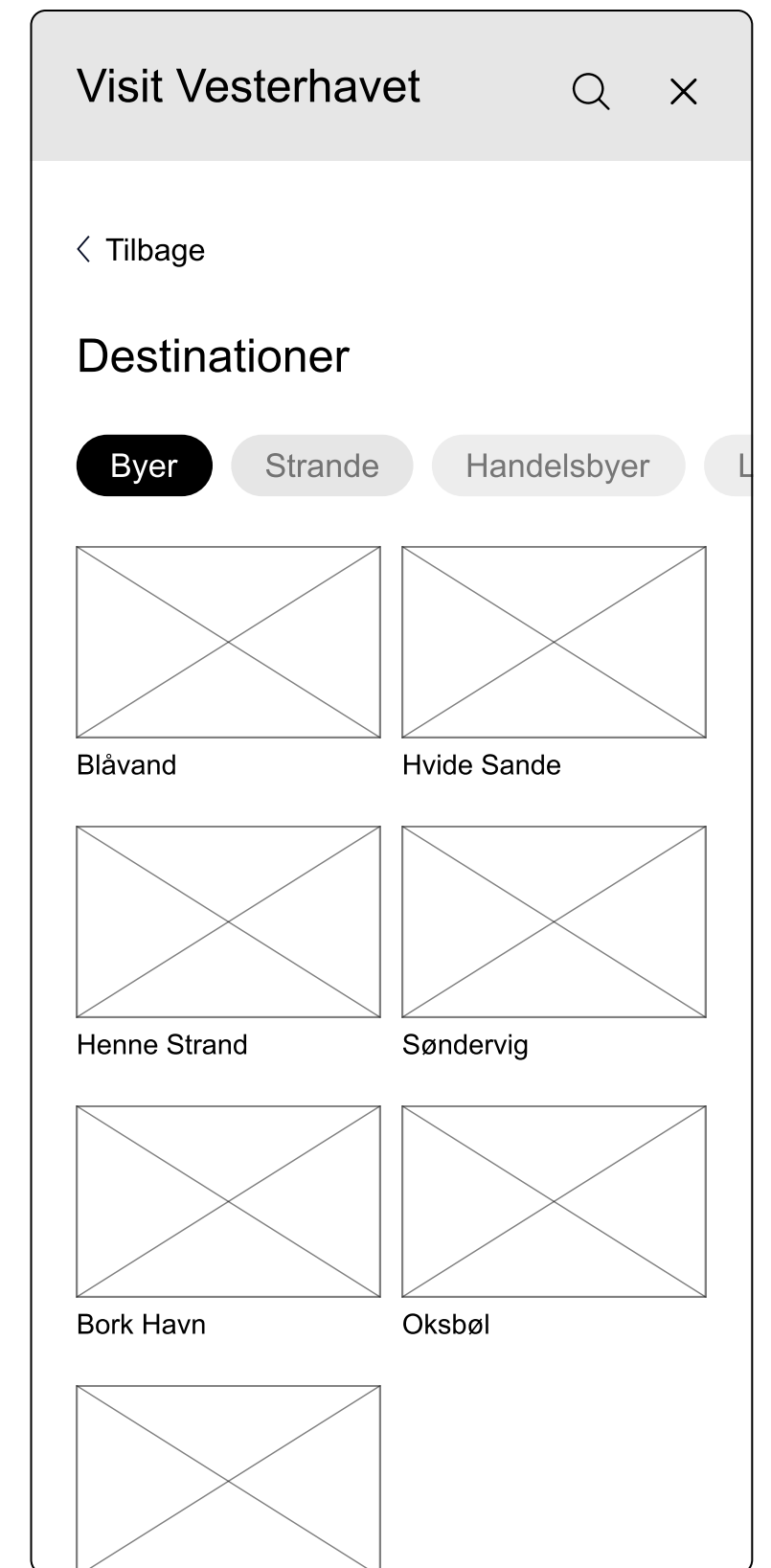
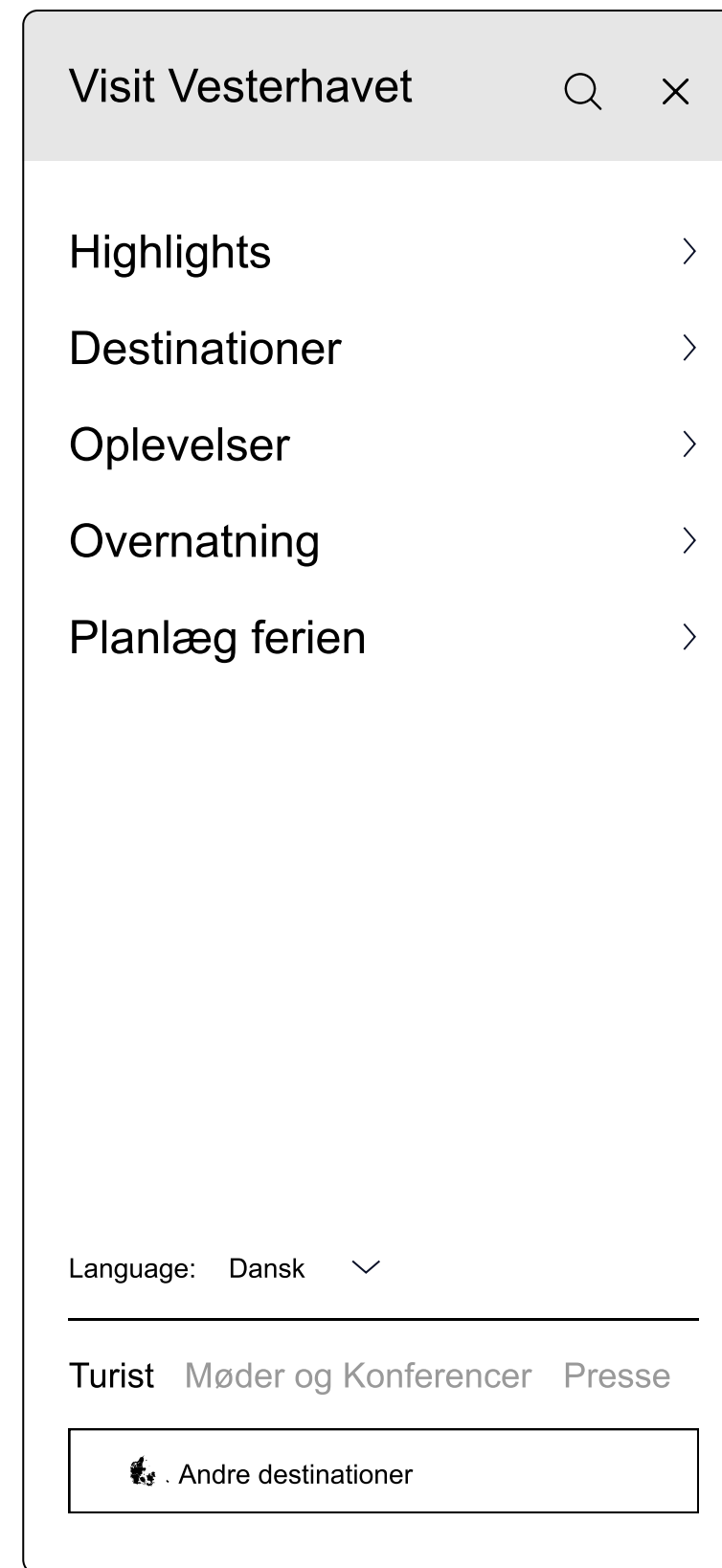
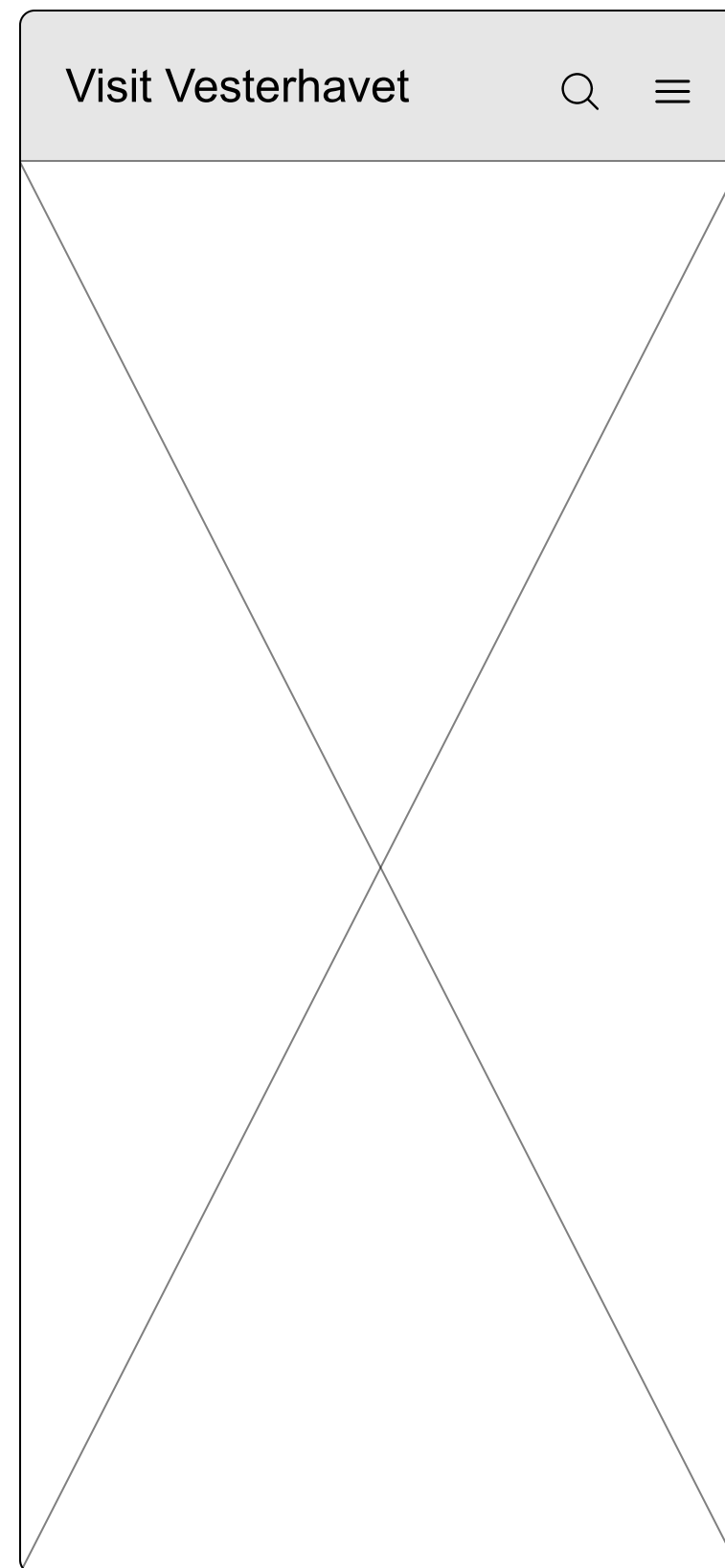
Vi arbejder videre med navigationen ud fra følgende fokuspunkter:

- Den visuelle navigation er oplagt til menupunkter som “Oplevelser” og “Byer”, men der er også behov for mere klassiske overskrifter til andre menupunkter. Vi skal være obs på load-hastighed og Core Web Vitals.
- Søgefunktion skal have en mere central placering end på det nuværende site.
- Vi er i arbejdsgruppen enige om, at der er en udfordring for brugeren i forhold til at navigere fra en destination og ud i resten af VDK's univers. Vi anbefaler, at vi definerer et navigationselement på destinationssites, hvor det er muligt for brugeren altid at finde Visit Denmarks sites, så brugeren kan orientere sig i flere destinationer i landet
- Vi skal muliggøre en subnavigation på subsites (fra eksisterende tabmenu - fx Corporate og Møder & Konferencer) som giver mening for brugeren. Dette afklares yderligere ifm brandprojektet, da det også relaterer sig til brug af logoer.

Se eksempler på de næste sider

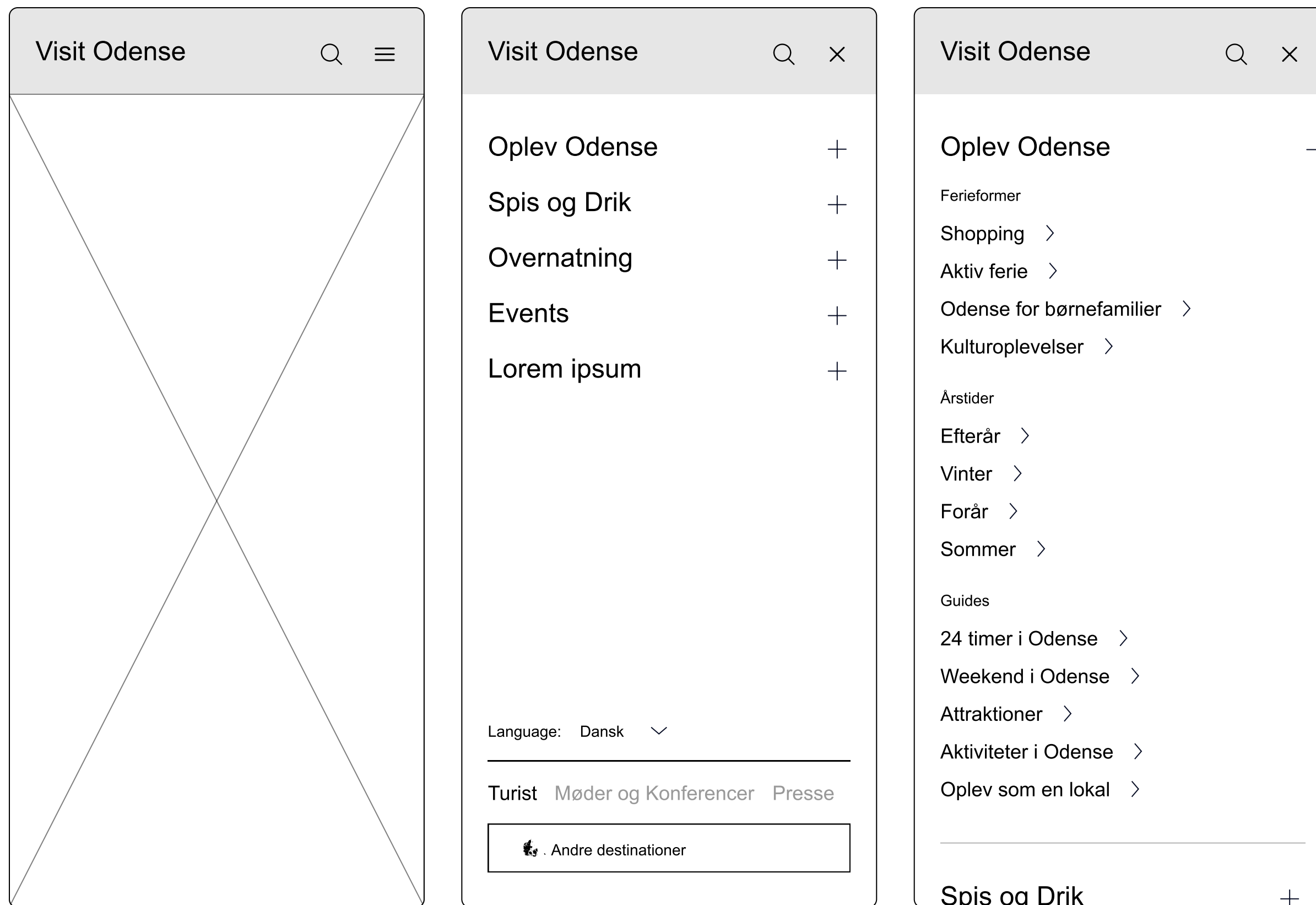
- 01 Highlights Get Why
- 02 Formål med workshoppen
- 03 Guide Danmark produktoversigt (explore)
- 04 Topnavigation**
- 05 GuideDanmark produktvisninger

Wireframe-skitse på en visuel retning i navigationen. Wireframen videreudvikles i ux-arbejdet.



- 01 Highlights Get Why
- 02 Formål med workshopen
- 03 Guide Danmark produktoversigt (explore)
- 04 Topnavigation**
- 05 GuideDanmark produktvisninger

Wireframe-skitse på en liste-tilgang i navigationen. Wireframen videreudvikles i ux-arbejdet.



Vi fokuserer i design og UX på følgende overordnede indsatser:

- Differentierede visninger baseret på typer. Typerne skal defineres pba kategorier og der skal skabe tydelighed om typen på siden.
- Skab sammenhæng mellem elementer fremfor den mere opdelte side som eksisterer nu. Vi vil opdatere siden med fokus på at have visuelle markører som billeder og ikoner, forbedre tekst og teksthierarkier samt fokus på CTA'er
- Tag kritisk stilling til metadata som email, telefonnummer, accordion-indhold, kategori-tags mv.
- Nye markører/labels - fx børnevenlig, pris, sæson, tilgængelighed og Green experience
- Overvej social proof i form af Tripadvisor og social.
- Visning af relationer mellem produkter (siblings og parents). Fx Tivoli, Halloween i Tivoli, Tivoli Food Hall etc.
- Visning af relaterede produkter – evt. som kortvisning. Baseret på afstand og/eller kategorier.

Vi har desuden et øje på alle de øvrige inputs til GDK produktvisningerne - se de fire følgende slides.

- 01 Highlights Get Why
- 02 Formål med workshoppen
- 03 Guide Danmark produktoversigt (explore)
- 04 Topnavigation
- 05 GuideDanmark produktvisninger**

Leave

- Accordions og indholdet herunder
- Visning af koordinator
- “Se billeder”
- Zoom-niveau ved valg af “Vis på kort”
- At grøn oplevelse fylder så meget
- Mange variationer af samme produkt (fx Tivoli, Halloween i Tivoli etc.)
- Visning af kategorier i faktaboks (fx “Attraktioner, Museum”)
- Rutevejledning, som fører brugeren væk fra sitet (Der er uenighed om denne)
- At produkter pr. default skal oprettes på dansk (GDK issue)

Keep

- Visning på kort, men behov for mere hensigtsmæssigt zoom-niveau end i dag
- Kontaktoplysninger (dog ikke nødvendigvis telefonnummer og mail)
- Indikation af, at det er en grøn oplevelse (gerne mere tydeligt end i dag og måske via ikon)
- Call to action knapper
- Følg på sociale medier - men det behøver ikke fylde så meget og det giver ikke mening på alle produkter.
- God SEO
- Visning af åbningstider og pris (bør lægge højt oppe på siden)
- Edge case - tabeller: Scandic-city-aarhus - i GDK kan man tilføje en tabel med visning af mødelokaler og kapacitet.
- Tripadvisor rating
- Dejligt med store billeder
- Mulighed for at tilføj logo (findes i dag på nogle hoteller og camping-sider)
- Relatere til #aros (inspiration) - så man kan se hvad andre brugere har lagt op af billeder med dette tag

Add

- Labels: Børnevenlig, godadgang.dk, Prisniveau, #Hundvelkommen, #RainyDay. med udgangspunkt i mærkeordning og faciliteter
- Bedre brug af ikoner - f.eks. til faciliteter
- Tripadvisor ratings - gerne fremhæves
- Mulighed for at brugerne kan give ratings. Evt. træk Tripadvisor anmeldelser ind på siden
- Flere billeder/bedre billedevisninger/Vis flere billeder uden at de skal klikke det frem
- Tilføj begrænsning og min. på længden af tekstindhold. Alternativt "Læs mere"-funktion (obs på seo).
- "'Hvad er der ellers i nærheden"-visning
- Klynger: Visning af produkter som relaterer til sig hinanden. Fx en café eller workshop på samme museum. Både automatisk sat ind og redaktionelt styret.
- Det føles en lille smule fladt - mere brandpersonlighed
- Differentierede visninger af hhv. små og store museer.
- Bedre visning af foto credentials

- 01 Highlights Get Why
- 02 Formål med workshoppen
- 03 Guide Danmark produktoversigt (explore)
- 04 Topnavigation
- 05 GuideDanmark produktvisninger**

Add

- At kunne arbejde mere med indhold. I dag kan man kun tilføje tekst. Det kunne være godt at kunne bryde det med billeder etc.
- Hierarkier i indhold
- Mulighed for at indsætte CTA i brødteksten. (fremhævelse af links)
- Automatisk træk af åbningstider
- Visning af hvad der ellers findes i nærheden
- Bedre visning af relaterede produkter især på mobil
- "Måske vil du også kunne lide"-sektion