

**FIGMA-  
PROTOTYPE  
BRUGERTEST**

**JANUAR 2025**



## SCOPE

Formålet med denne undersøgelse var at vurdere oplevelsen og forståelsen af det nye frontend design for VisitDenmark samt at forstå brugerrejsen, navigationen og præference for indhold gennem en Figma-prototype.

De indsamlede indsigter vil blive brugt til det videre arbejde med hjemmesidens frontend design, brugeroplevelse og indhold.





# FORRETNINGSSPØRGSMÅL

1. Hvad er respondenternes **førstehåndsindtryk**, når de udforsker hjemmesiden, især med fokus på designet, udtrykket og indholdet relateret til Danmark som rejsedestination?
2. Hvordan navigerer deltagerne i den **globale navigationsmenu** for at finde information om rejser for familier med børn, destinationer og vinterferieoplevelser?
3. Hvordan interagerer deltagerne med **'Explore'-sektionen**, herunder filtrene for 'Hvem', 'Hvad' og 'Hvornår', og oplever de, at indholdet og filtrene er engagerende?
4. Hvor let kan deltagerne finde og **skifte mellem de engelske og danske versioner** af websitet?
5. Hvilke andre aspekter af hjemmesidens design, navigation og indhold har **deltagerne feedback eller forslag til forbedring** på?



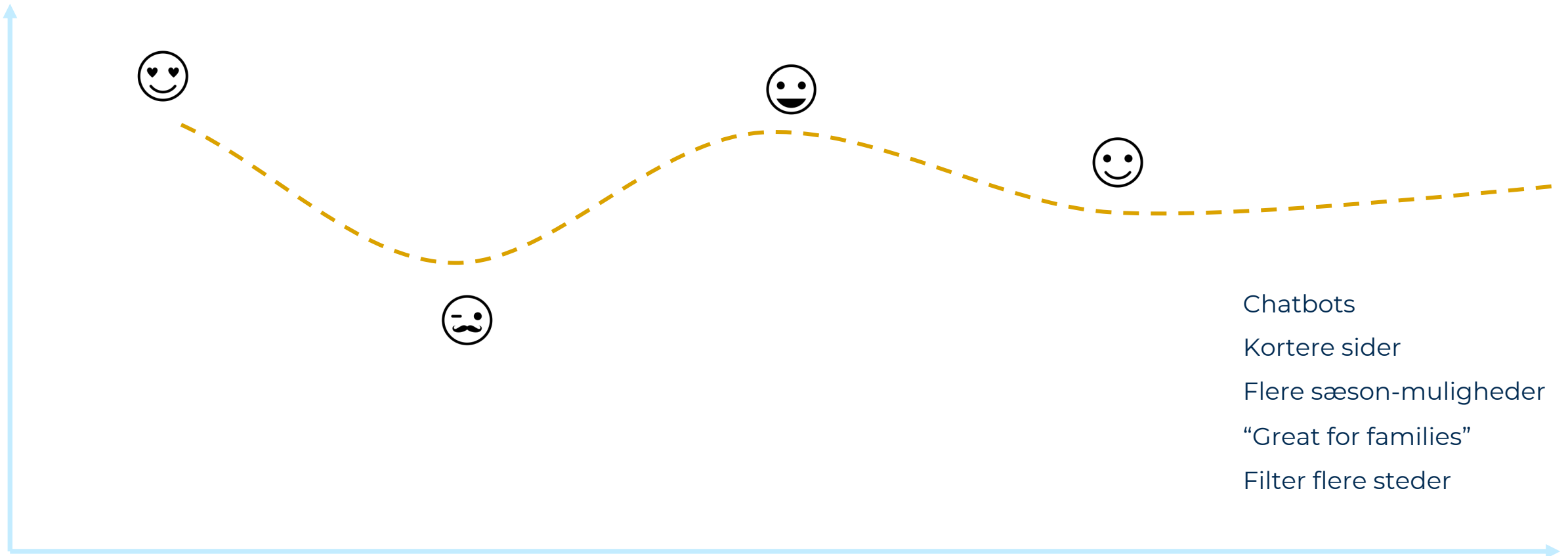
Respondenternes  
førstehåndsindtryk

Navigere i den  
globale menu

Interaktion med  
'Explore' sektionen

skifte mellem EN  
og DK version

feedback eller  
forslag





- Førstehåndsindtrykket af websitets design er positivt og fremhæver æstetikken, klarheden og mobilvenligheden.
- Designet og sites udtryk beskrives som "clean", "professionelt", "moderne" og "stilrent".
- Der er gode og indbydende billeder i høj kvalitet.
- Respondenterne kommenterer positivt på mængden af tekst.
- Filtrene (Explore) opfattes universelt som en meget nyttig funktion.
- "Top 10 Must Sees" fremhæves af mange som en god måde at præsentere indhold på, da det giver et hurtigt overblik og mulighed for at dykke dybere.
- Horisontal scroll-funktion er "cool" 😎.



- Flere respondenter fra UK giver feedback, der indikerer en mangel på kendskab\*, hvilket understreger vigtigheden af målrettet indhold til målgruppen.
- Nogle kritiske kommentarer handler om sprog og formulering, og ikke alle brugere føler, at de valgte billeder er repræsentative for indholdet.
  - Selvom dette kan betragtes som for detaljeret og mindre relevant i sammenhængen med en prototype-test, fremhæver det vigtigheden af veludformet og præcis skriftlig kommunikation samt valg af indhold.
- Nogle brugere føler, at vigtig information mangler i første omgang; "Hvordan man kommer dertil" mangler på forsiden"
- Nogle deltagere kommenterer på en mangel på konsistens i farver og layout, hvilket beskrives som en fragmenteret oplevelse.

# FØRSTEHÅNDSINDTRYK

Deltagerne oplever websitet som visuelt tiltalende med et rent, moderne design og engagerende billeder, der positivt repræsenterer Danmark. De fremhæver især de attraktive billeder (og balancen mellem billeder og tekst) samt den nemme navigation. Det horisontalt scrollbare indhold bliver særlig værdsat.

*"The pictures are doing the talking"*

- Charlie, UK



[user feedback]



## GLOBAL MENU

Deltagernes oplevelser med at navigere i den globale navigationsmenu på websitet varierer. Mens de fleste finder den generelt tilgængelig og intuitiv, oplever flere udfordringer, når de søger familieorienteret indhold – primært fordi de leder efter det under "inspiration" eller "planlæg ferien" i stedet for under "oplevelser".



[user feedback]

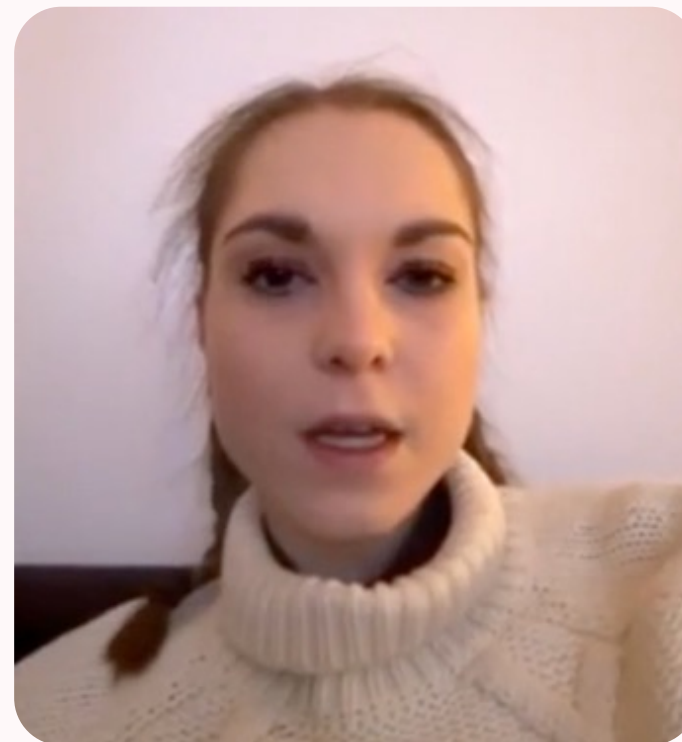


## EXPLORE-SEKTIONEN

Deltagerne finder generelt filterkategorierne 'Hvem', 'Hvad' og 'Hvornår' nyttige og intuitive. Nogle foreslår at tilføje mere fremtrædende geografiske filtre, mere detaljeret alderssegmentering, kategorisering efter antal rejsende samt specifikke aktivitetskategorier. Flere sammenligner funktionaliteten med TripAdvisor og Google Maps. Overordnet set værdsætter deltagerne i høj grad filtrenes effektivitet i at håndtere store mængder information og skræddersy deres søgninger og -oplevelser.

*“Jeg synes filtreringsmulighederne var genial”*

- Søren, DK



[user feedback]





## SPROGVÆLGER

Deltagerne oplevet, at det var intuitivt og nemt at skifte sprog, og alle gennemførte opgaven succesfuldt. Dog søgte flere i første omgang efter sprogvælgeren nederst på hjemmesiden.



[user feedback]



## FEEDBACK OG FORSLAG

*"I think it's a lot better than some of the other visit websites I have seen – for example, the Visit Scotland website(...) - which do seem busy and crammed. This seems very clean." - Mark, UK*

*"(...) die Hauptseite sieht gut aus, würde ich sagen. Sie wirkt sauber, modern, mit guten Bildern, vielleicht ein bisschen lang. Man kann hier fast eine gute Minute nach unten scrollen, würde ich sagen."*  
- Oliver, DE



[user feedback]



## INDSATSOMRÅDER

- Overvej at flytte sprogvælger til footer eller placere det som en ekstra mulighed der.
- Være opmærksom på sidernes længde – forsiden er for lang og burde måske forkortes.
- Overvej at inkludere filtrene ("Explore") i andre sektioner og på andre sidetyper.
- Diskuter den globale menu – standard position vs. sticky, eller om den skal forblive som den er (← foretrukken).
- Overvej navngivningen og opdelingen af menupunkter i den globale menu.