

Webprojekt siden sidst

Designfasen - overview

SEPTEMBER

OKTOBER

NOVEMBER

DECEMBER

JANUAR

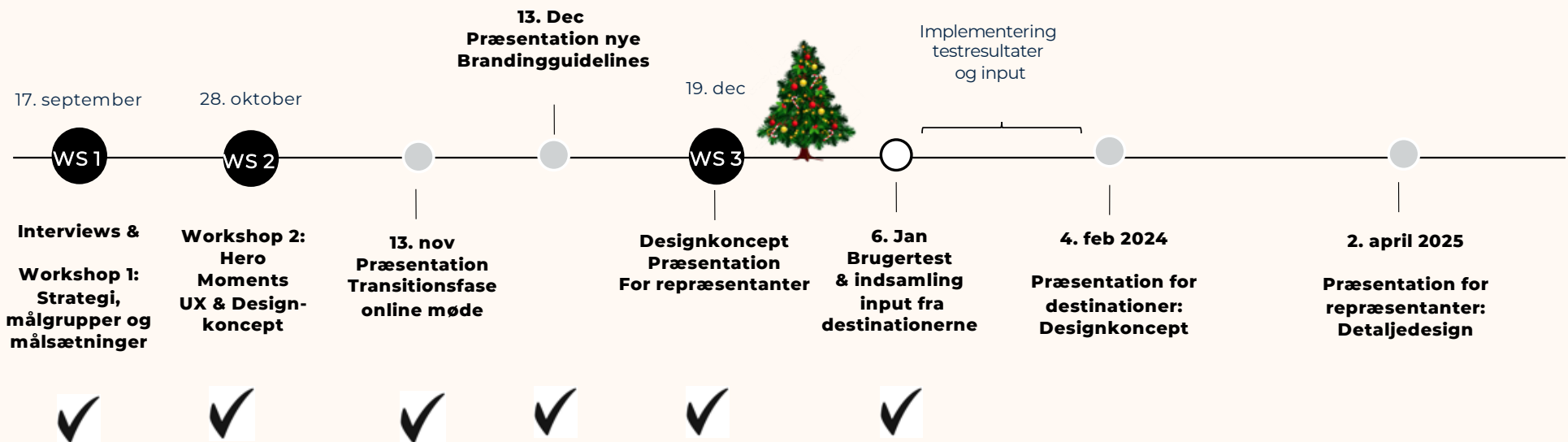
FEBRUAR

MARTS

FASE 1 – AFKLARING
OG INDSIGT

FASE 2 –
KONCEPTUDVIKLING OG HERO MOMENTS

FASE 3 –
DESIGNUDFOLDELSE



Recap Webprojekt Leverancer



Workshop 1: Målsætning for webprojektet

Flere besøgende på Visit-sites

Høj brugertilfredshed

At gæster bliver på sitet længere eller time well spent

At blive den fortrukne kilde til at finde information om Danmark

Flere følger VisitDenmark på sociale medier, nyhedsbreve m.m



Workshop 2: Hero Moments

- Kortfunktion
- Guidedanmark produkter & produktoversigter
- Navigation



Design Fokusområder



- Ét samlet brand på tværs af sider
- Plads til egen grafik – Logo og farvetilpasning
- Et mere levende digitalt design
- Mobile first
- Mulighed for at skabe content-universe indenfor websitet
- Bedre hieraki i indhold
- Flere CTA-knapper og tydelighed omkring hvad er klikbart
- En brugeroplevelse uden uendelige scrolls
- Navigation via billeder

Workshop 2: Hero Moments

1

Kortløsning

- Visning af alle GDK produkter på ét samlet kort
- Kort skal fungere som supplement
- Kunne sætte produkterne i kontekst med andre produkter samt placering
- Prioritering af mængden af data

2

Navigation

- Søgefunktion skal have en mere central placering
- Bedre navigation mellem forskellige visit-sites
- Muliggøre subnavigation såsom Møder & Konferencer / Corporate

3

GuideDanmark

- Skabe sammenhæng mellem design elementer
- Prioritering af metadata som kontaktinfo, accordion-indhold, kategori-tags, Tripadvisor
- Nye markører/labels, fx børnevenlig, pris sæson
- Visning af relationer mellem produkter

Next step

Designfasen - overview

SEPTEMBER

OKTOBER

NOVEMBER

DECEMBER

JANUAR

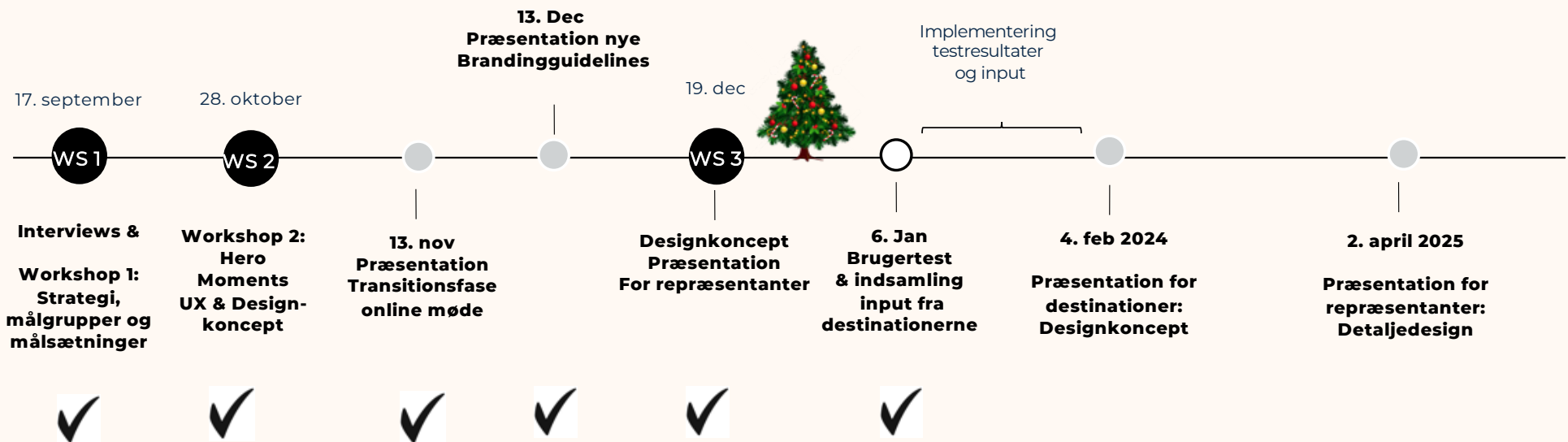
FEBRUAR

MARTS

FASE 1 – AFKLARING
OG INDSIGT

FASE 2 –
KONCEPTUDVIKLING OG HERO MOMENTS

FASE 3 –
DESIGNUDFOLDELSE





Webprojekt to-do februar & marts

I samarbejde med
repræsentanter og
superbrugere:

- GuideDanmark produktside
- Navigation subsites
- Sprogvælger
- Fotokreditering & lokationer
- Kortløsninger på tværs af sitet
- Filtrering udrulles (inkl. Møder & Konferencer)
- Footer
- Søgning
- Interaktioner (fx hvad er klikbart, hover)



Webprojekt To-do hos VisitDenmark

Udover webprojektet arbejder man i VisitDenmark på at optimere på flg. sideløbende opgaver

- Udrulning af sidetyper
- URL struktur
- Prioritering og proces for label / tagging i Eksplorer
- SEO – Joint forces for at skabe optimeret brugeroplevelse
- Experience stories
- Digital journey
- KPI Hus – fælles retning for målsætning