

FRA KAOS TIL KLIKBAR

Processen bag min portfolio

1. Iteration

Discovery

Formål

Jeg ønsker at arbejde med **grafisk design** og **visuel storytelling** i et kreativt bureau, hvor jeg kan samarbejde med gode kollegaer. Hello Monday tiltrækker mig især på grund af deres legende, professionelle stil, deres fokus på børneprojekter og deres base i Aarhus – tæt på min familie.

Min portfolio er derfor **måltrettet Hello Monday**, men for at udvide mine muligheder har jeg også valgt at henvende mig til beslægtede bureauer med en lignende profil.

Jeg ønsker at skabe en brugervenlig og responsiv hjemmeside, der både taler til målgruppen og viser, hvem jeg er som designer.

Visual research

Indsamling af inspiration. Undersøge trends & tendenser.

Mikrointeraktioner
Hero section
Responsivt design
Minimalisme

Desk research

For at kunne skræddersy min portfolio til kreative bureauer som Hello Monday lavede jeg en grundig desk research. Jeg undersøgte bureauets værdier, arbejdsmetoder og visuelle stil samt, hvad de lægger vægt på hos potentielle medarbejdere.

For at få en bredere forståelse af branchen og identificere fællestræk på tværs af lignende bureauer, undersøgte jeg også andre kreative virksomheder som Kontrapunkt, e-Types og Stupid Studio.

Persona Scenarie

Persona og scenarie blev brugt til at afklare, hvordan min portfolio skulle opbygges, og hvilke kvaliteter, projekter og værdier der var vigtigst at fremhæve for at ramme målgruppen.

De tre vigtigste fokusområder:

- Vis det visuelt**
Fremhæv grafiske kompetencer og visuel storytelling gennem stærke, æstetiske projekter – særligt med fokus på børn som målgruppe.
- Gør processen synlig**
Dokumentér den kreative proces og de designmæssige valg, så det er tydeligt, hvordan der tænkes og arbejdes – både alene og i samarbejde.
- Understreg det kulturelle match**
Vis forståelse for bureauets værdier: vær professionel, legende og værdidrevet i både stil og tilgang.

Golden cirkel

The Golden Circle blev brugt til at kortlægge Hello Mondays mission, arbejdsmetoder og ydelser.

Spoiler alert!
Jeg bliver klagede senere...

HOW
Tæt samarbejde. Solid faglighed. Lægger stor vægt på social kemi og trivsel i teamet.

WHAT
Digitale oplevelser. Visuelle identiteter.

WHY
De ønsker at skabe meningsfulde digitale oplevelser, der skaber værdi for mennesker og samfund.

"We want to change the world one pixel at a time."

Interpretation

Ideation

Skitsetegninger

Med min persona som rettesnor begyndte jeg at brainstorme idéer til min portfolio – en proces præget af divergent tænkning.



Skitsetegninger

Efter min brainstorm gik jeg over i den konvergente fase, hvor jeg tegnede skitser af mine forskellige idéer og udvalgte to, som jeg gerne ville have feedback på.

2. Iteration

Interview

Dagen efter silent feedback fik jeg mulighed for at interviewe den kreative direktør hos **Creative United**, og det gav mig et helt nyt perspektiv på projektet.

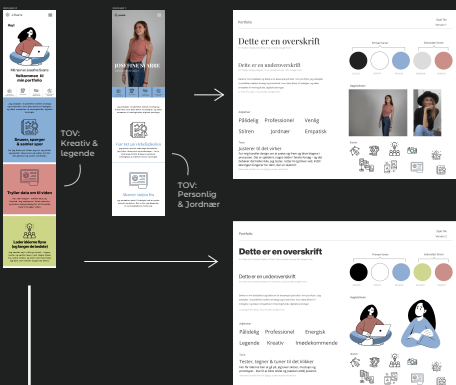
Her er de pointer, jeg tog med mig:

- Kvalitet over kvantitet**
Kort og klart – tre stærke cases står tydeligere. Fokus på opgave, idé og løsning.
- Vis, hvem du er**
Din portfolio skal afspejle, hvem du er – ikke hvem du tror, de vil have, du skal være.
- Show it, don't tell it**
Vis dine færdigheder visuelt med godt håndværk – ikke lange beskrivelser.
- Vær specifik**
Find dit fokus og dyrk det. Det gør dig skarp og interessant.

Hi-fi wireframe



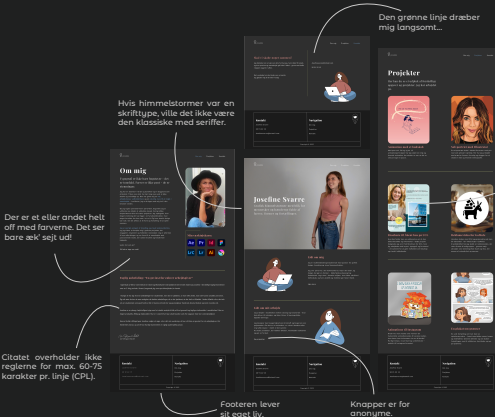
Mockups



Hi-fi wireframe

Jeg valgte at designe en forside, der fremhæver mine grundlæggende kompetencer og giver et indblik i den kreative proces, jeg arbejder ud fra som multimediedesigner.

Dette valg blev truffet, fordi min persona gerne vil have et indblik i, hvordan kandidater tænker og griber opgaver an.



Prototype

Selvom jeg havde lagt mange tanker og kræfter i min portfolio, føltes resultatet stadig ikke helt rigtigt. Det fungerede ikke visuelt, og jeg var i tvivl, om helhedsindtrykket levede op til målgruppens forventninger. Derfor lavede jeg en prototype og tog den med til Projekt 3-mødet med min SPT-gruppe for at få friske øjne på det hele.



Silent feedback

Efter at have præsenteret mine idéer til Silent Feedback modtog jeg mange brugbare og konstruktive kommentarer. Feedbacken hjalp mig med at se både styrker og områder, der kunne forbedres.

De mest væsentlige pointer var:

- Ikoner bør forsimples.
- Tekststørrelsen på mobil er for lille, særligt under ikonerne.
- I mockup 2 er der stilforvirring; det grafiske udtryk og ikonerne spiller ikke sammen.
- Den legende tekst blev fremhævet som et positivt element.
- Sans-serif som brødtekst fungerer godt og understøtter det ønskede udtryk.

A/B-test



Evolution

Feedbacken fik mig til at reflektere over, hvordan jeg kunne kombinere de bedste elementer fra begge koncepter for at skabe et mere måltrettet design.

Jeg besluttede at tage udgangspunkt i koncept 1, tilføje de grafiske elementer fra koncept 2, og fjerne de detaljerede ikoner.

Næste skridt var at gå tilbage til **experimentation** og afprøve den nye kombination i praksis.

Men først skulle jeg lige have et interview i hus!

Hvad nu?

Som det næste vil jeg gerne udføre brugertests på min hjemmeside og lave forbedringer på baggrund af testpersonernes feedback.

Feedback fra Projekt 3 møde

Efter mødet valgte jeg at justere min style tile igen. I samme omgang redesignede jeg mine links, forfinede mine projektbilleder, ændrede skrifttyper og reducerede min farvepalette for at skabe et mere roligt og professionelt udtryk. Jeg besluttede også at udvide min portfolio med seks undersider med projektbeskrivelser.

Billedoptimering

Alle mine billeder og videoer er optimeret for at gøre siden hurtigere og mere brugervenlig. SVG-filer har jeg komprimeret med SVGO, og øvrige billed- og videofiler (JPG, PNG og MP4) er komprimeret via CloudConvert.

Kodning

Jeg har kodet med mobile first-tilgang og skabt et responsiv layout med Grid, Flexbox og media queries. Samtidig har jeg brugt rem-enheder for at sikre, at tekst og elementer skalerer fleksibelt på tværs af skærmstørrelser.