Det digitale produkt

Vita Vini webshop

Case

Vita Vini er en familieejet vingård i Toscana med en historie, der går tilbage til 1946. Opgaven er at udvikle en webshop, der kombinerer salg af vin med formidling af vingårdens historie, værdier og håndværk. Webshoppen skal skabe en brugervenlig købsoplevelse og samtidig afspejle Vita Vinis visuelle identitet.

Kernefagligheder

– Grafisk design
– Grafisk produktionsforståelse

Format

– Desktop 1920 px
– RGB / sRGB

Målgruppe

– Danske voksne, 35–65 år
– Vininteresserede og kvalitetsbevidste
– Interesse for gastronomi, kultur og autentiske oplevelser

Krav

– Fokus på historiefortælling og salg
– Overskuelig navigation og brugervenligt design
– Interaktiv prototype udviklet til desktop med henblik på senere responsiv tilpasning

Arbejdsproces

I min arbejdsproces har der været stort fokus på brugervenlighed, visuel sammenhæng og overskuelig navigation. Med udgangspunkt i research og målgruppeanalyse har jeg arbejdet med visuel identitet og layout for at skabe et sammenhængende design. Webshoppen er samlet i en interaktiv prototype i Adobe XD med særligt fokus på formidling af vingårdens historie, produktpræsentation, navigation og købsflow.



Grafisk design

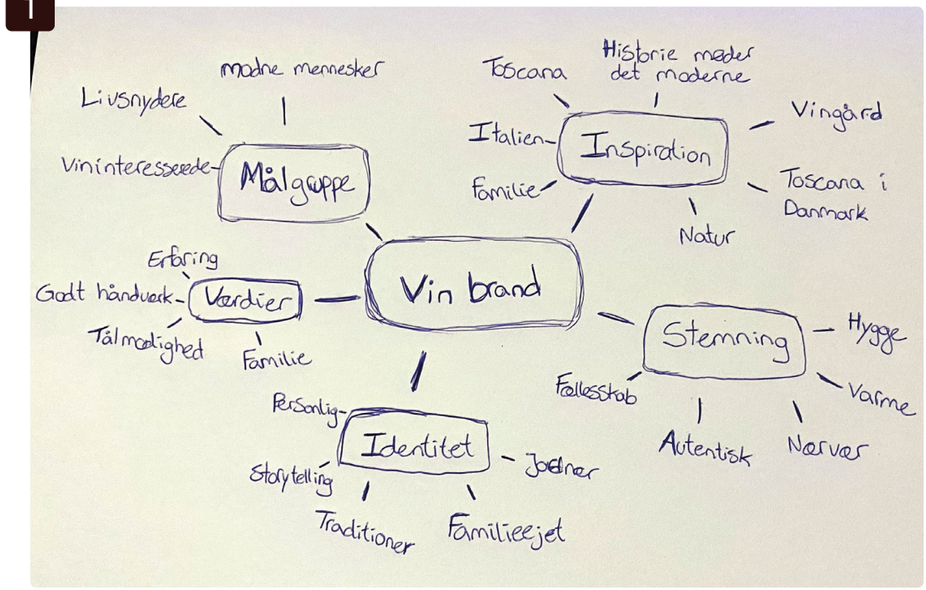
01. Mindmap

02. Research
Inspiration & konkurrentanalyse.

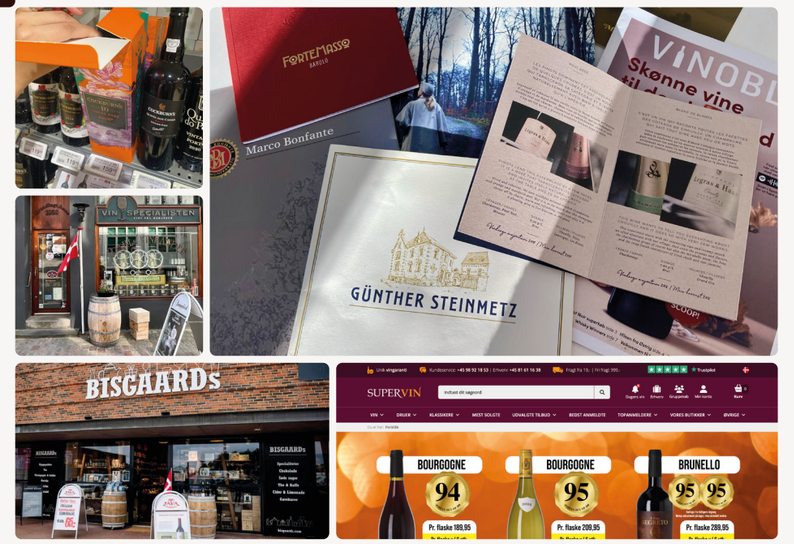
03. Målgruppeanalyse

04. Skitser

1



2



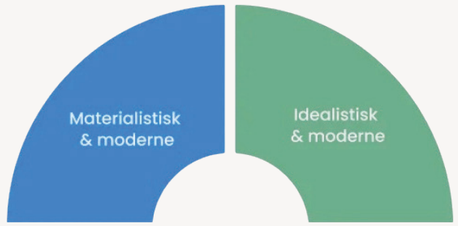
3

A Velfunderede husejere **17%**

Boligejere med gode indkomster og formue i mursten. 81% af gruppen nyder at lave have-arbejde.

Læs mere om gruppen

Conzoom: A Velfunderede husejere
Økonomisk overskud – Etableret livsfase.



Minerva: Blåt & grønt segment
Kvalitet – Kultur – Værdier – Oplevelser.



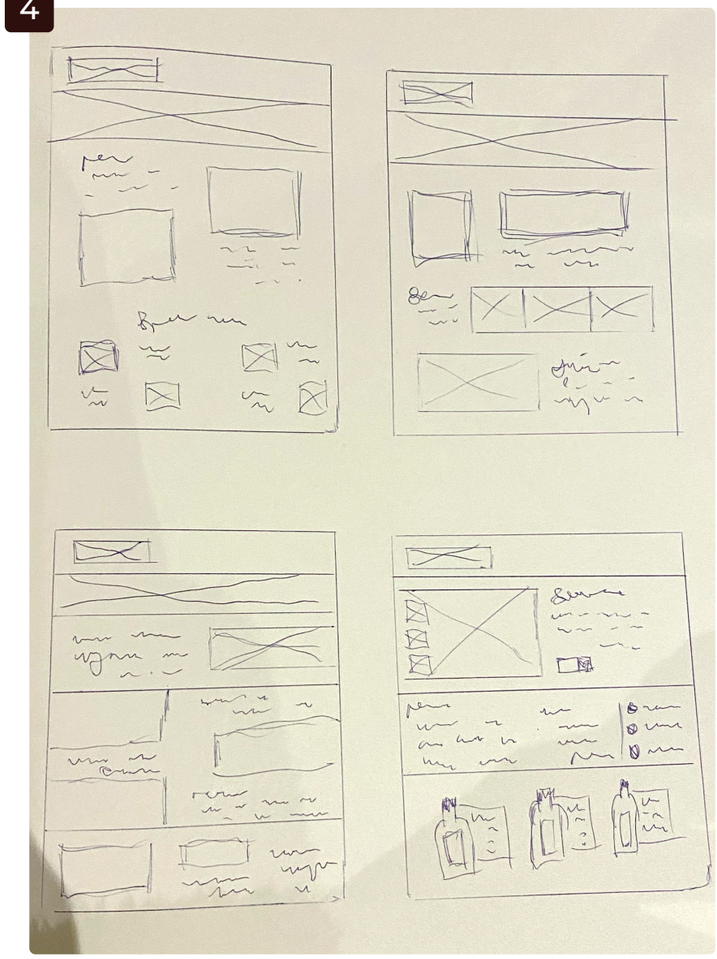
Michael Jensen, 48 år

Civilstatus:	Gift og har to børn
Bopæl:	Parcelhus i Aarhus-området
Beskæftigelse:	Projektleder
Interesser:	Gastronomi, rejser og kultur

Livsstil:	Familieorienteret med en travl hverdag. Prioriterer kvalitet frem for kvantitet.
Værdier:	Kvalitet, autenticitet, troværdighed og nærvær.
Motivation:	Meningsfulde oplevelser, kvalitetsprodukter og velovervejede køb.
Frustrationer:	Uoverskuelig information, påtrængende reklamer og manglende troværdighed.

Persona

4



Grafisk design

05. Moodboard

06. Visuel identitet

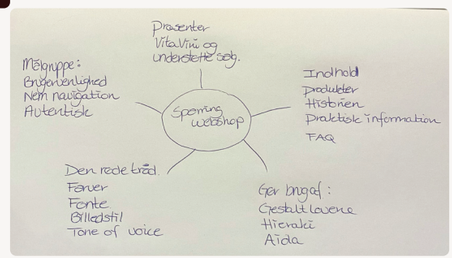
07. Sparring

08. Visuel kommunikation
Kontraster, visuelt hierarki, komposition, AIDA, appelformer & Gestaltlove.

5

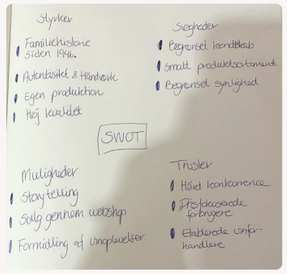


7

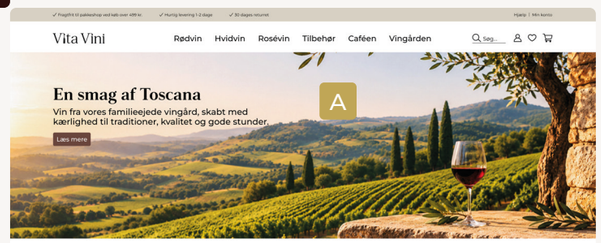




– Brainstorm
– Idéudvikling
– Målgruppe
– SWOT



8



AIDA
A – Hero
I – Historie
D – Vine
A – Læg i kurv



Appelform
Patos

Asymmetrisk komposition



Gestalt
Lighedsloven



Gestalt
Fælles region

6

Logo

Primær	Sekundær	Bomærke
Vita Vini	Vita Vini	Vi

Farver

Primære			Sekundære	
RGB 175 / 161 / 132	RGB 67 / 69 / 58	RGB 83 / 17 / 13	RGB 106 / 69 / 60	RGB 128 / 69 / 80
			RGB 50 / 60 / 32	RGB 191 / 165 / 85

Fonte

Primær	Sekundær
Montserrat	**Than**
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYZÆØÅ abcdefghijklmnopqrstuvxyzæøå 0123456789	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYZÆØÅ abcdefghijklmnopqrstuvxyzæøå 0123456789

Montserrat: Geometrisk sans serif. Enkelt udtryk og høj læsbarhed.
Than: Klassisk serifskrift med tydelig kontrast mellem hår- og grundstreger.

Grafisk produktionsforståelse

01. Workflow

02. Dokument
10-spaltet kolonnegrid.

03. Navigationsstruktur

1

1. Research

Inspiration & målgruppe

2. Idégenerering

Brainstorm & idéer

3. Planlægning

Sitemap & wireframes

4. Første udkast

Design i Adobe XD

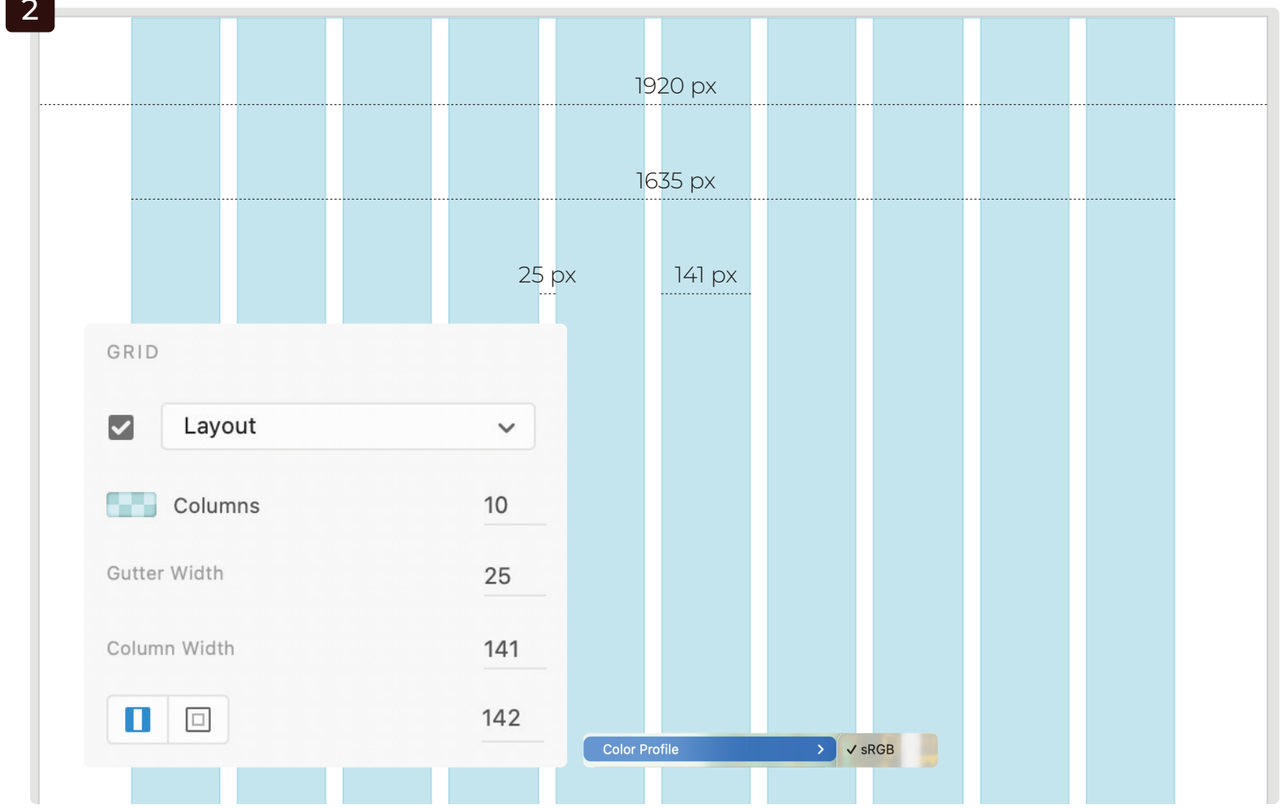
5. Sparring & rettelser

Vurdering & tilpasning

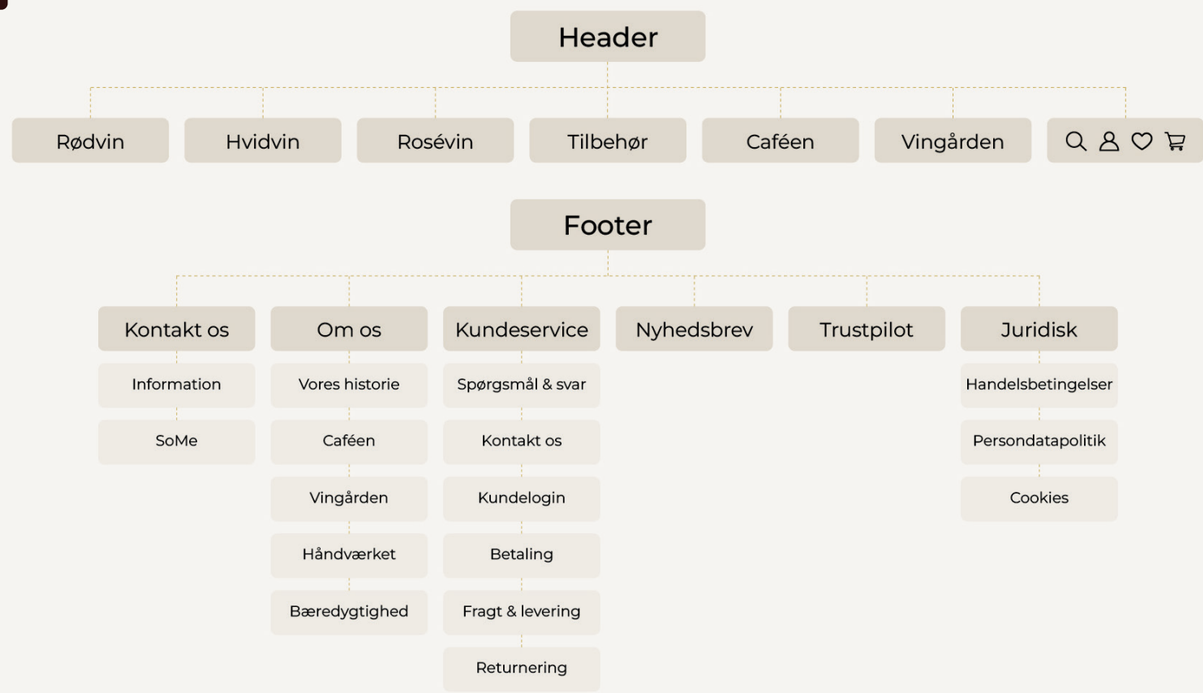
6. Test & færdiggørelse

Færdig prototype

2



3



Grafisk produktionsforståelse

04. Interaktiv prototype

05. Components & Assets

Genanvendelige styles og en organiseret struktur

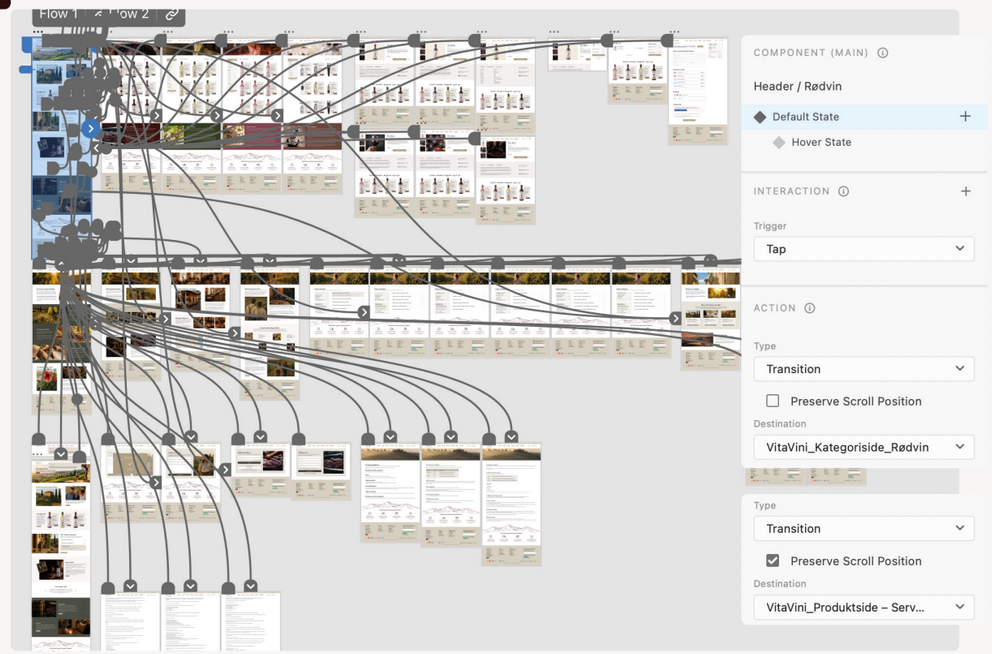
06. Billedoptimering

07. Brugertest

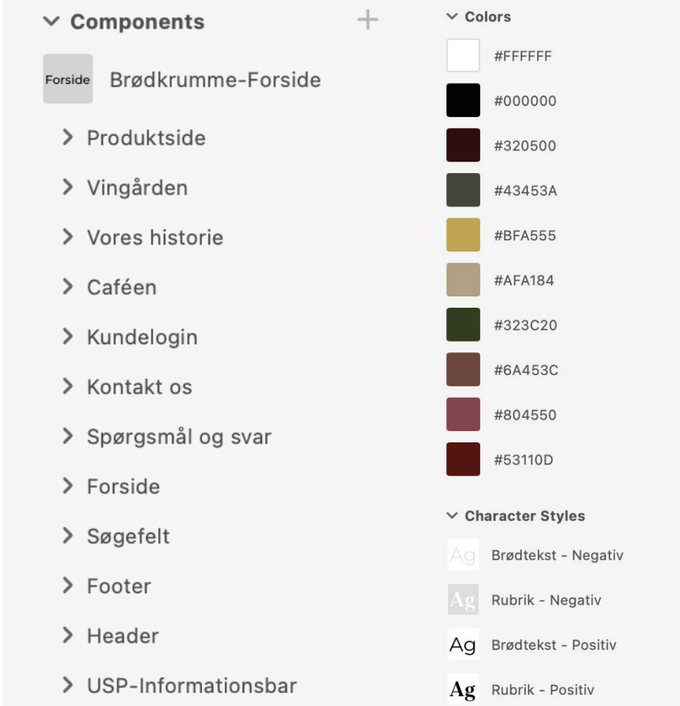
Afprøvning af den interaktive prototype med fokus på navigation, brugervenlighed og købsflow.

08. Købsflow

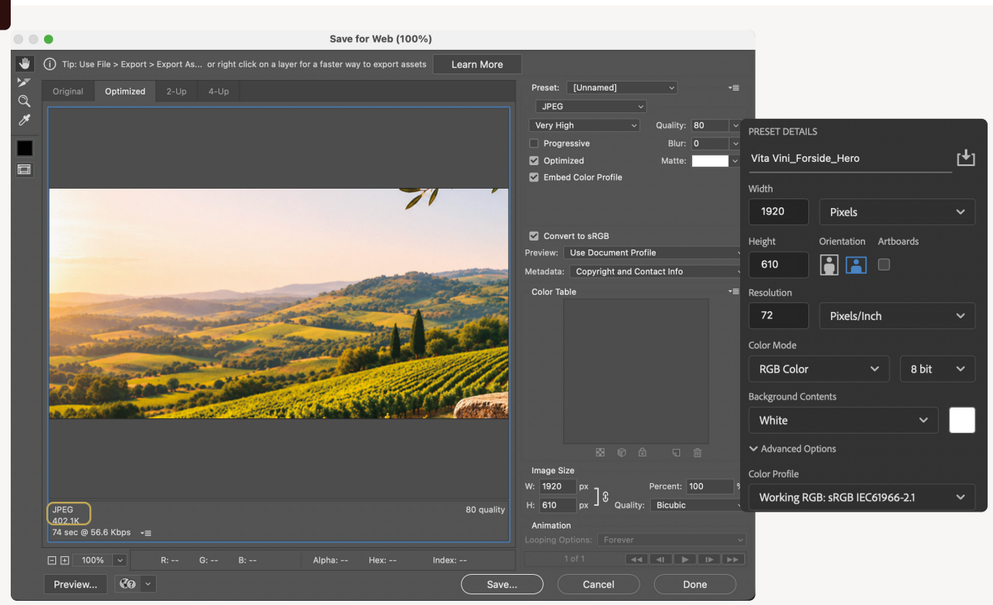
4



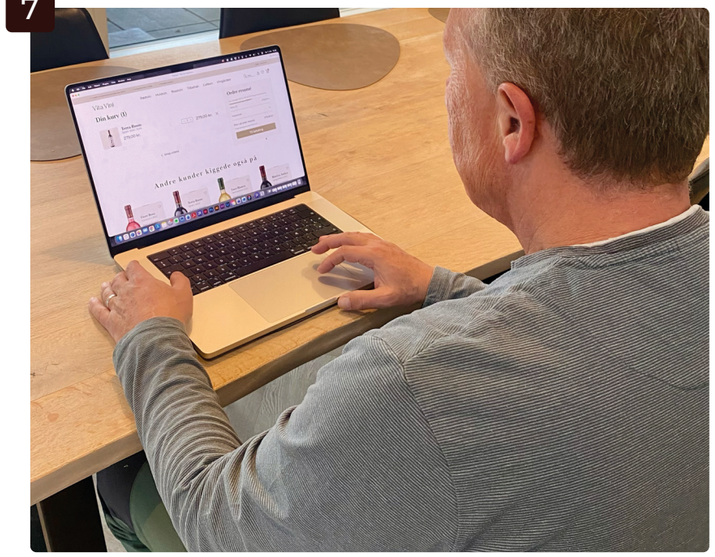
5



6



7



8

1. Forside	2. Kategoriside	3. Produktside	4. Kurv	5. Checkout	6. Bekræftelse
Bliv inspireret	Filtrer & find produkter	Se information & læg i kurv	Gennemse & rediger kurven	Indtast oplysninger	Modtag ordrebekræftelse

Det trykte produkt

Vita Vini brandmagasin

Case

Vita Vini ønsker et brandmagasin, der kan give kunderne et dybere indblik i vingården og historien bag virksomheden. Magasinet skal præsentere familiens historie, livet på vingården, vinproduktionen og udvalgte vine. Med fokus på visuel formidling og storytelling skal magasinet afspejle vingårdens værdier, styrke brandets identitet og skabe en tættere relation til kunderne.

Kernefagligheder

– Typografi & ombrydning
– Grafik & billedbehandling

Format

– A4 (210 × 297 mm)
– 64 sider
– CMYK 4+4
– Papirkvalitet: 90 g ubestrøget papir (Soperset)
– Omslag: 250 g ubestrøget papir (Soperset)

Målgruppe

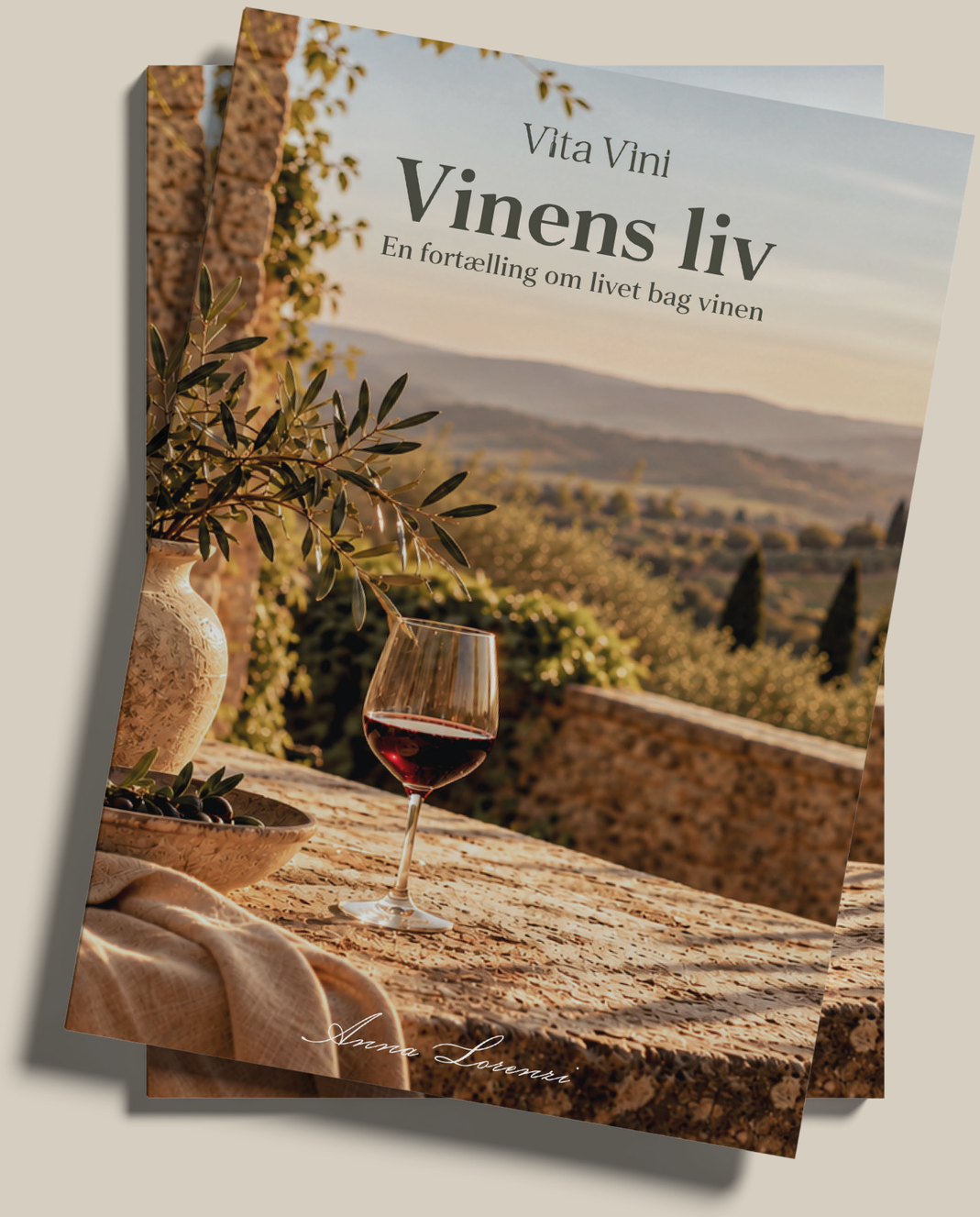
– Danske voksne, 35–65 år
– Vininteresserede og kvalitetsbevidste
– Interesse for gastronomi, kultur og autentiske oplevelser

Krav

– Formidle virksomhedens historie og værdier
– Præsentere Vita Vinis univers, caféen og udvalgte vine
– Skabe en sammenhængende visuel identitet

Arbejdsproces

Brandmagasinet er udviklet med fokus på storytelling, typografi og stemningsfulde billeder. Målet har været at skabe et roligt og sammenhængende layout med en tydelig rød tråd, der understøtter fortællingen om Vita Vini og livet på vingården.



Typografi & ombrydning

01. Dokument

02. Baseline Grid

03. Margins
Spiralmetoden.

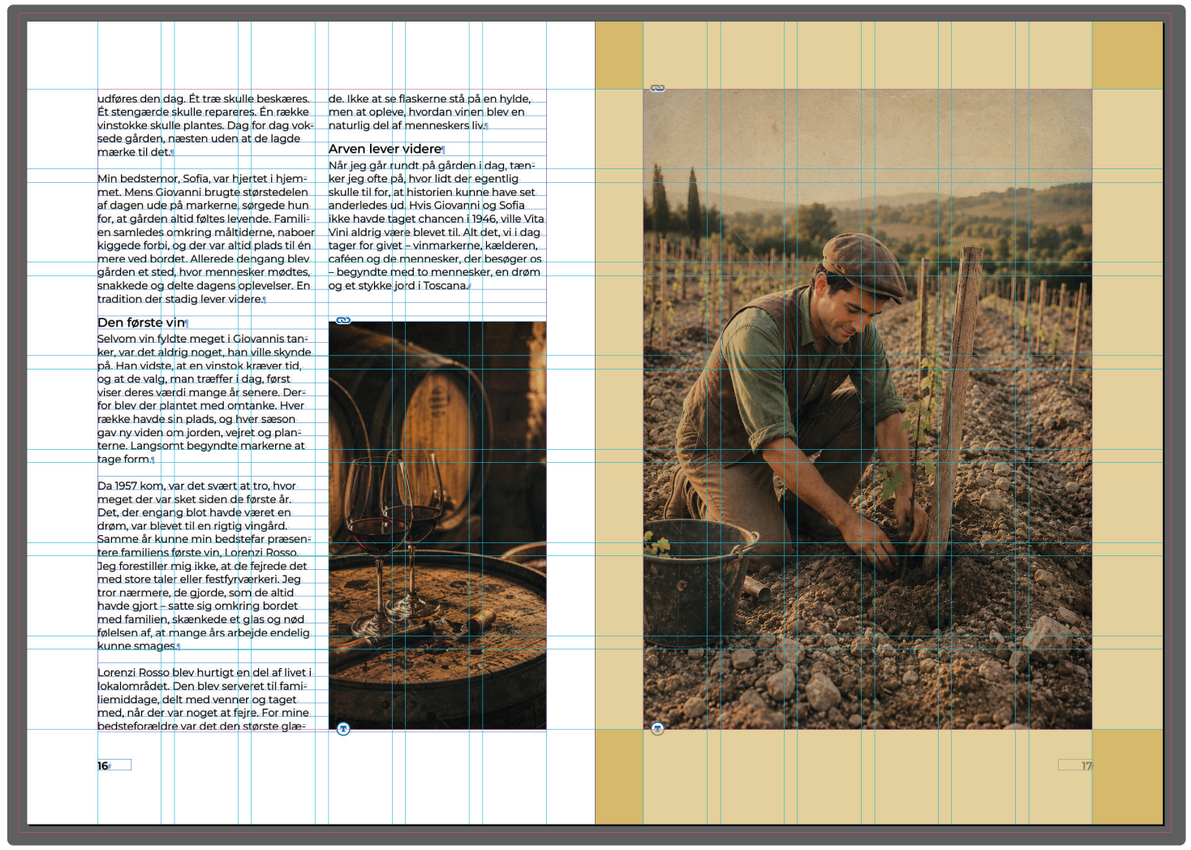
04. Modulgrid
Placering af tekst og billeder inden for en fast struktur.

05. Bleed

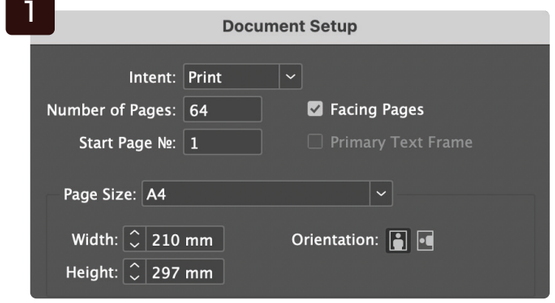
06. Textwrap

07. Parent Pages
Faste sideelementer – automatisk pagina.

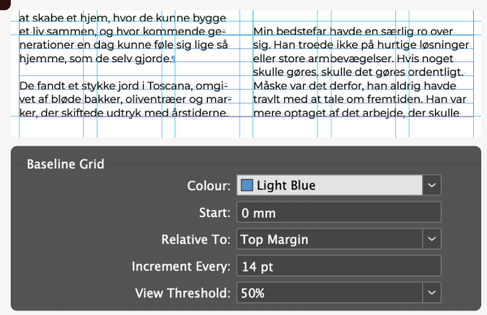
08. Table of Contents



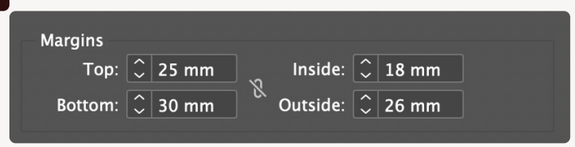
1



2

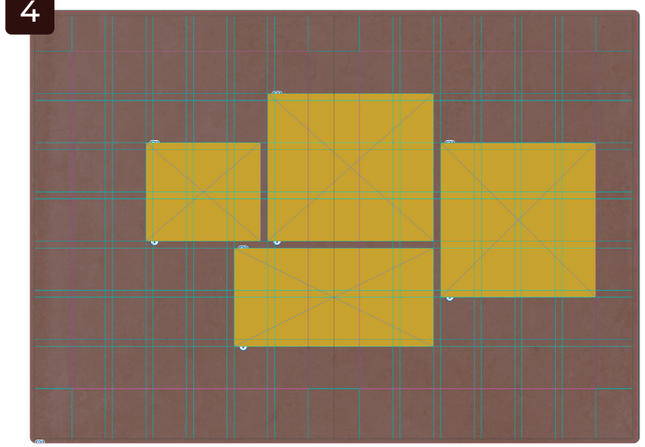


3



Mindst – mindre – større – størst.

4



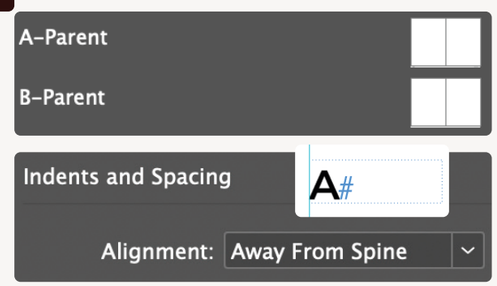
5



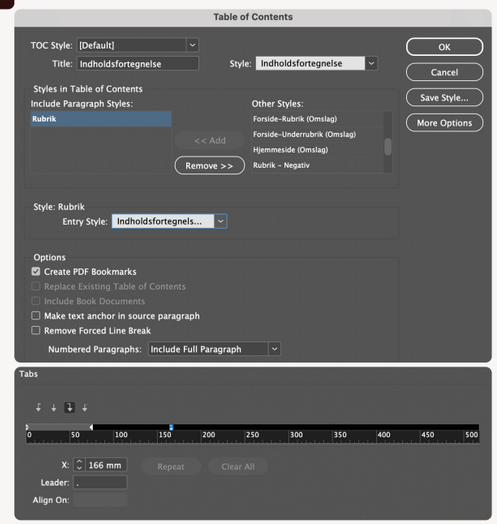
6



7



8



Opsat med tabulatorer til justering af sidetal.

Typografi & ombrydning

09. Typografisk hierarki

10. Mellemrubrikker
Tredjedelsreglen.

11. Linjelængde

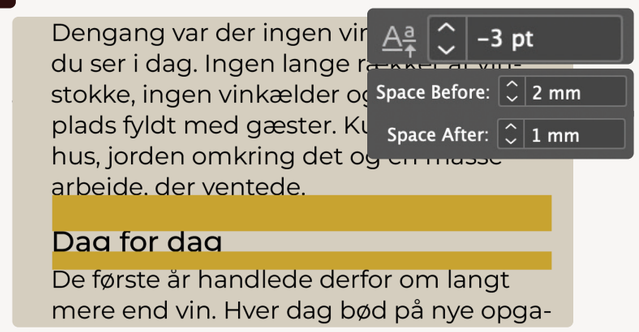
12. Paragraph Styles

13. Tekst ombrydning
Orddeling, linjebrud, afsnits-sammenholdning, enker og horeunger.

9

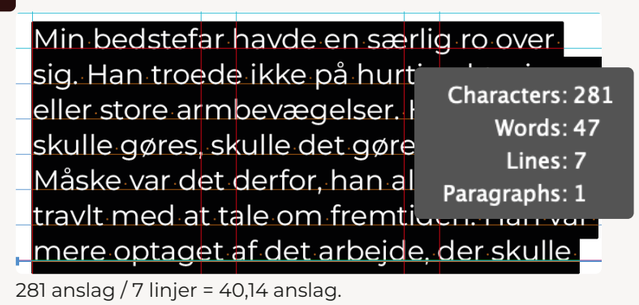


10



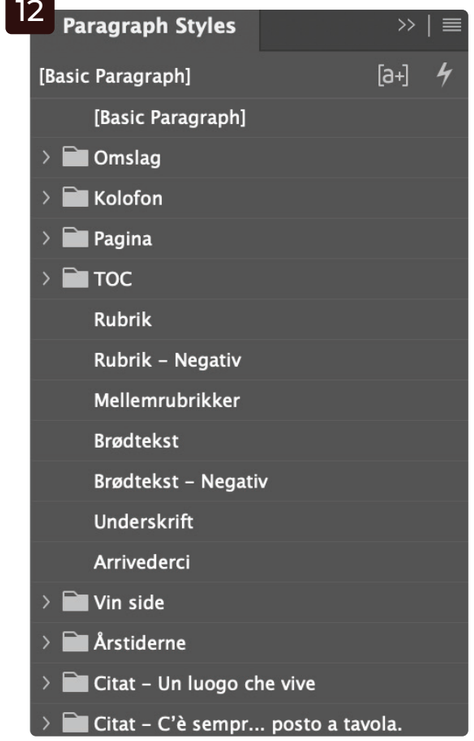
2/3 luft over og 1/3 under.
Justeret med Space Before/After og Baseline Shift.

11

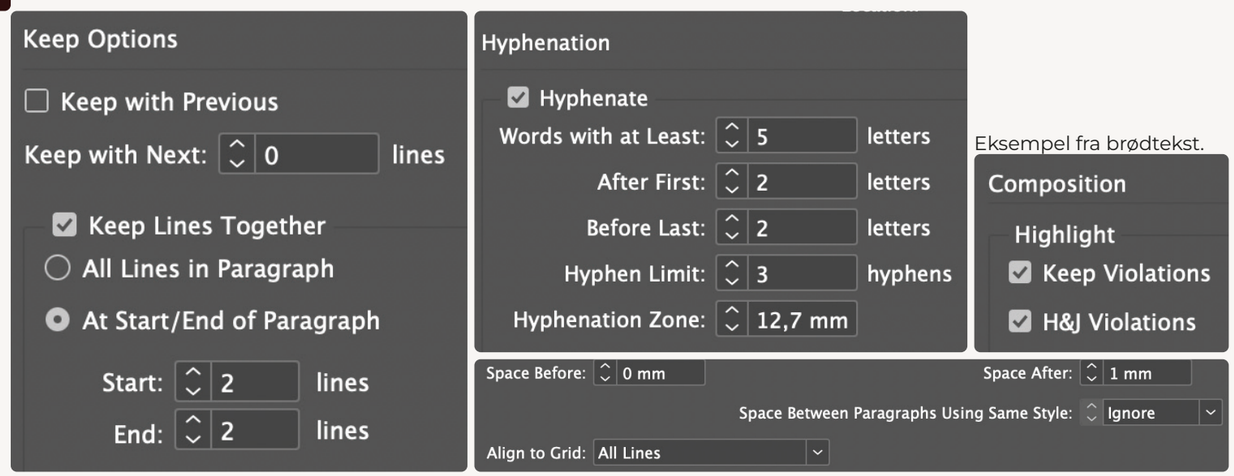


281 anslag / 7 linjer = 40,14 anslag.

12



13



Eksempel fra brødtekst.

Grafik & billedbehandling

01. Fotorealistisk billed-manipulation

02. Skyggejustering

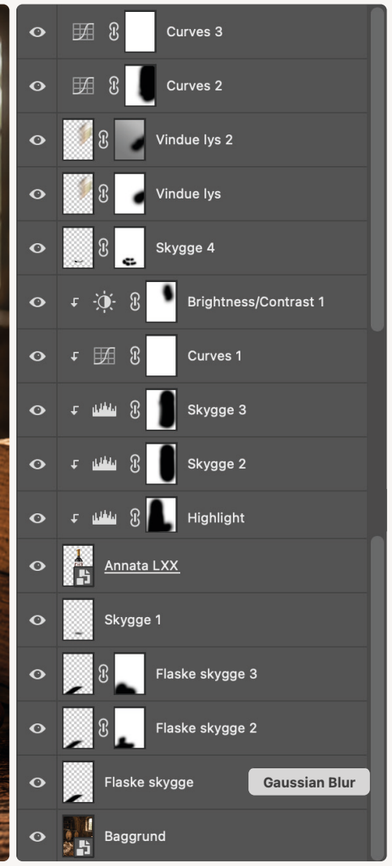
03. Farvekorrektion & farvegrading

Justering af lys, kontrast og farvetoner for at skabe den ønskede stemning.

1







2







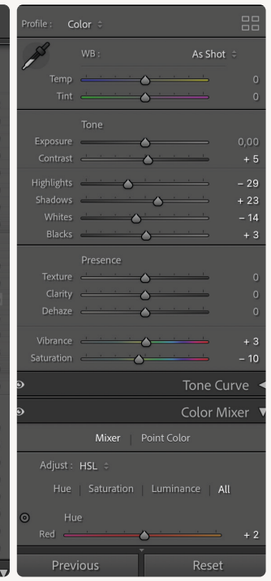
Lokal justering af skygger og sort-punkt med maskering.

3









Grafik & billedbehandling

04. Billedkomposition & sammenkopiering

05. Vintageeffekt & tekstur

06. Vanishing Point

4



5



6

