SCHICKLIvisuell

Von der Idee zur Identität:
kreativ.
konzeptionell.
konsistent.

Meine Website

User Experience Design

12. September 2018

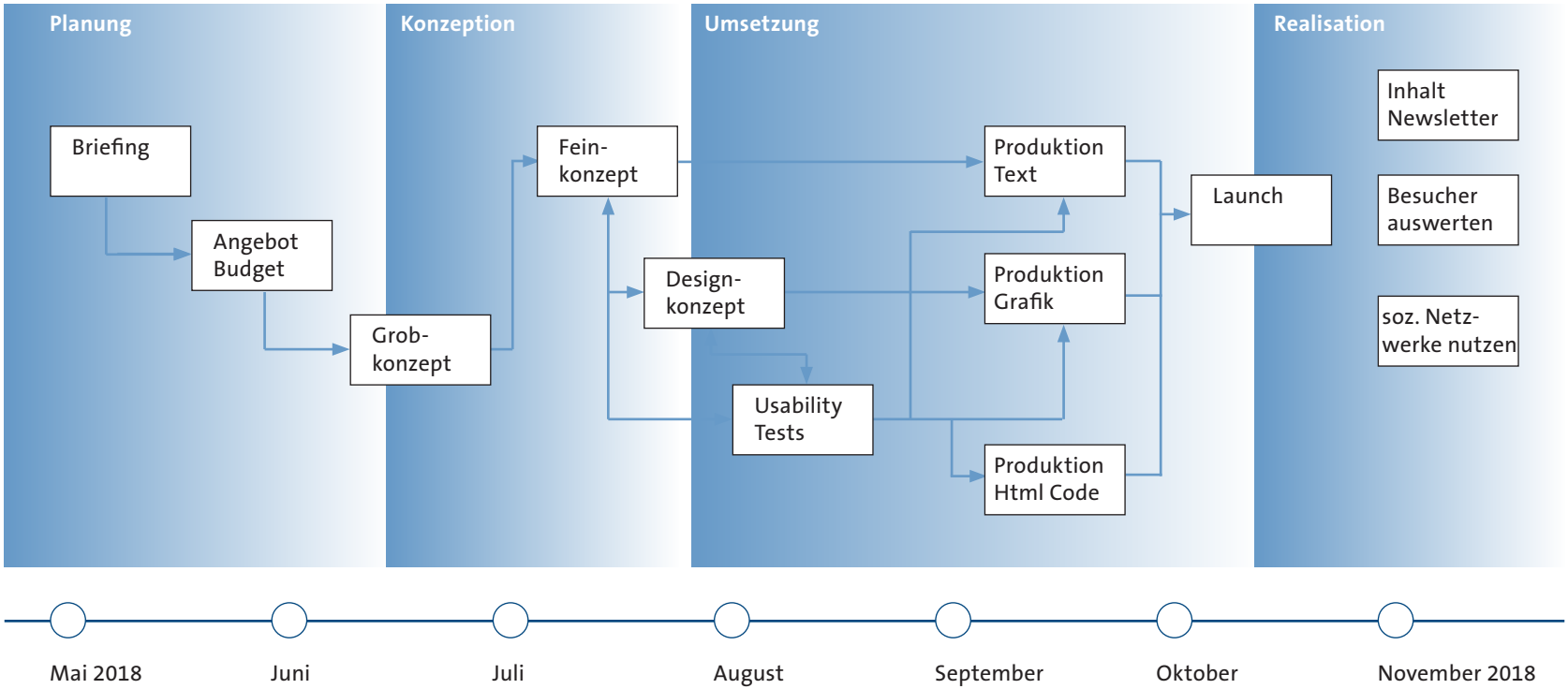
Carmen Schickli | Designerin FH
Wolfswinkel 16 | CH-8046 Zürich | Tel. +41 44 303 18 29 | Mobile +41 79 348 95 26 | carmen@schicklivisuell.ch | www.schicklivisuell.ch

INHALT

Planung	3
Grobkonzept	4
Konkurrenzanalyse	5
Recherche	6
Personas	7
Customer Journey Map	8
Moodboard	9
Karten legen	10
Sitmap Struktur	11
Skizze Wireframe	12
Feinkonzept, Text Final	13
Usability-Test	14
Prototyping in Sketch	15
Code schreiben mit Html/CSS	18

– Vorarbeit: evtl. Mindmap erstellen

Projektskizze und Aufwandeinschätzung



Grundlagen

– Wer ist der Auftraggeber?
– Ziel und Umfang des Projekts?

Zielgruppe

– Wer sind die Nutzer der Site?
– Was könnte sie auf der Site interessieren?

Plattformen

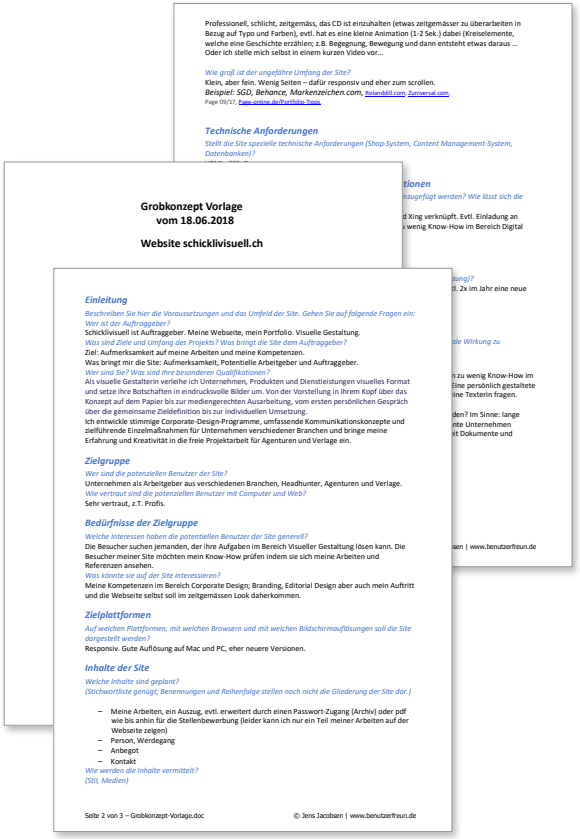
– Welche Plattformen und Browser werden verwendet?

Inhalt

– Welche Inhalte sind geplant?
– Wie werden die Inhalte vermittelt?

Vision

– Wie kann ich sich die Site in Zukunft entwickeln?
– Was kann ich zusätzlich unternehmen, um mit der Site die optimale Wirkung zu erzielen?



Professionell, schlicht, zeitgemäss, das CD ist einzuhalten (etwas zeitgemässer zu überarbeiten in Bezug auf Typo und Farben), evtl. hat es eine kleine Animation (1-2 Sek.) dabei (Kreiselemente, welche eine Geschichte erzählen; z.B. Begegnung, Bewegung und dann entsteht etwas daraus … Oder ich stelle mich selbst in einem kurzen Video vor…

Wie groß ist der ungefähre Umfang der Site?
Klein, aber fein. Wenig Seiten – dafür responsiv und eher zum scrollen.
Beispiel: SGD, Behance, Markenzeichen.com, Bolandbill.com, Zuniversal.com,
Page 09/17: Page-online.de/Portfolio-Page.

Technische Anforderungen
Stellt die Site spezielle technische Anforderungen (Shop-System, Content Management-System, Datenbanken)?

Grobkonzept Vorlage
vom 18.06.2018

Website schicklivisuell.ch

Einleitung
Beschreiben Sie hier die Voraussetzungen und das Umfeld der Site. Gehen Sie auf folgende Fragen ein:
Wer ist der Auftraggeber?
Schicklivisuell ist Auftraggeber. Meine Webseite, mein Portfolio. Visuelle Gestaltung.
Was sind Ziele und Umfang des Projekts? Was bringt die Site dem Auftraggeber?
Ziel: Aufmerksamkeit auf meine Arbeiten und meine Kompetenzen.
Was bringt mir die Site: Aufmerksamkeit, Potentielle Arbeitgeber und Auftraggeber.
Wer sind Sie? Was sind Ihre besonderen Qualifikationen?
Als visuelle Gestalterin verleihe ich Unternehmen, Produkten und Dienstleistungen visuelles Format und setze ihre Botschaften in eindrucksvolle Bilder um. Von der Vorstellung in ihrem Kopf über das Konzept auf dem Papier bis zur mediengerechten Ausarbeitung, vom ersten persönlichen Gespräch über die gemeinsame Zieldefinition bis zur individuellen Umsetzung.
Ich entwickle stimmige Corporate-Design-Programme, umfassende Kommunikationskonzepte und zielführende Einzelmaßnahmen für Unternehmen verschiedener Branchen und bringe meine Erfahrung und Kreativität in die freie Projektarbeit für Agenturen und Verlage ein.

Zielgruppe
Wer sind die potenziellen Benutzer der Site?
Unternehmen als Arbeitgeber aus verschiedenen Branchen, Headhunter, Agenturen und Verlage.
Wie vertraut sind die potenziellen Benutzer mit Computer und Web?
Sehr vertraut, z.T. Profis.

Bedürfnisse der Zielgruppe
Welche Interessen haben die potentiellen Benutzer der Site generell?
Die Besucher suchen jemanden, der ihre Aufgaben im Bereich Visueller Gestaltung lösen kann. Die Besucher meiner Site möchten mein Know-How prüfen indem sie sich meine Arbeiten und Referenzen ansehen.
Was könnte sie auf der Site interessieren?
Meine Kompetenzen im Bereich Corporate Design; Branding, Editorial Design aber auch mein Auftritt und die Webseite selbst soll im zeitgemässen Look daherkommen.

Zielplattformen
Auf welchen Plattformen, mit welchen Browsern und mit welchen Bildschirmauflösungen soll die Site dargestellt werden?
Responsiv. Gute Auflösung auf Mac und PC, eher neuere Versionen.

Inhalte der Site
Welche Inhalte sind geplant?
(Stichwortliste genügt; Benennungen und Reihenfolge stellen noch nicht die Gliederung der Site dar.)

– Meine Arbeiten, ein Auszug, evtl. erweitert durch einen Passwort-Zugang (Archiv) oder pdf wie bis anhin für die Stellenbewerbung (leider kann ich nur ein Teil meiner Arbeiten auf der Webseite zeigen)
– Person, Werdegang
– Anbegot
– Kontakt

Wie werden die Inhalte vermittelt?
(Stil, Medien)

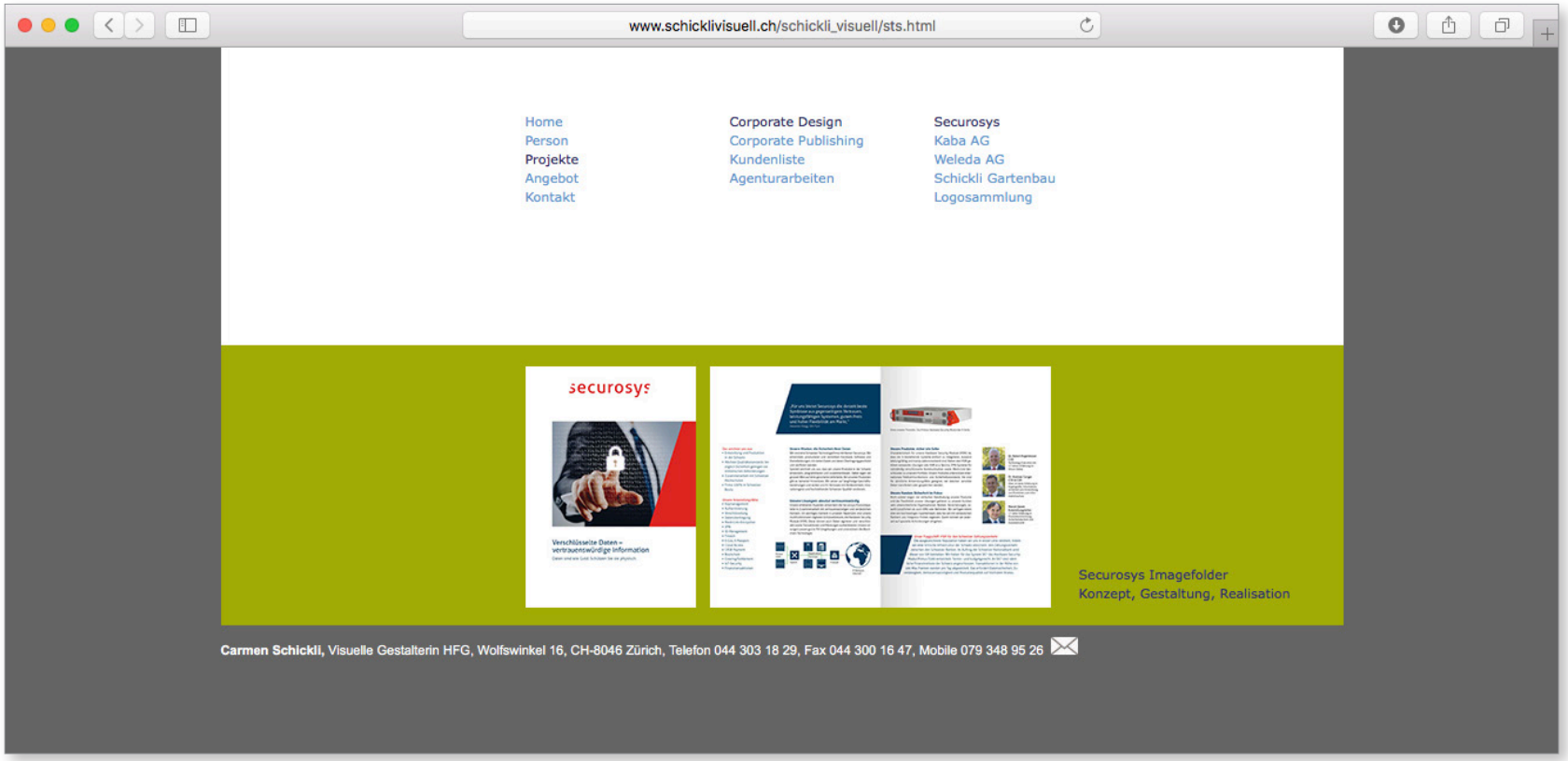
Seite 2 von 3 – Grobkonzept-Vorlage.doc © Jens Jacobsen | www.benutzerfreun.de

Beurteilungskriterien

- Orientierung und Navigation
- Information
- Funktionalität
- Kontaktaufnahme
- Vertrauen, Angemessenheit, Ästhetik
- Qualität der Inhalte Text, Bild, Video
- Technische Umsetzung
-

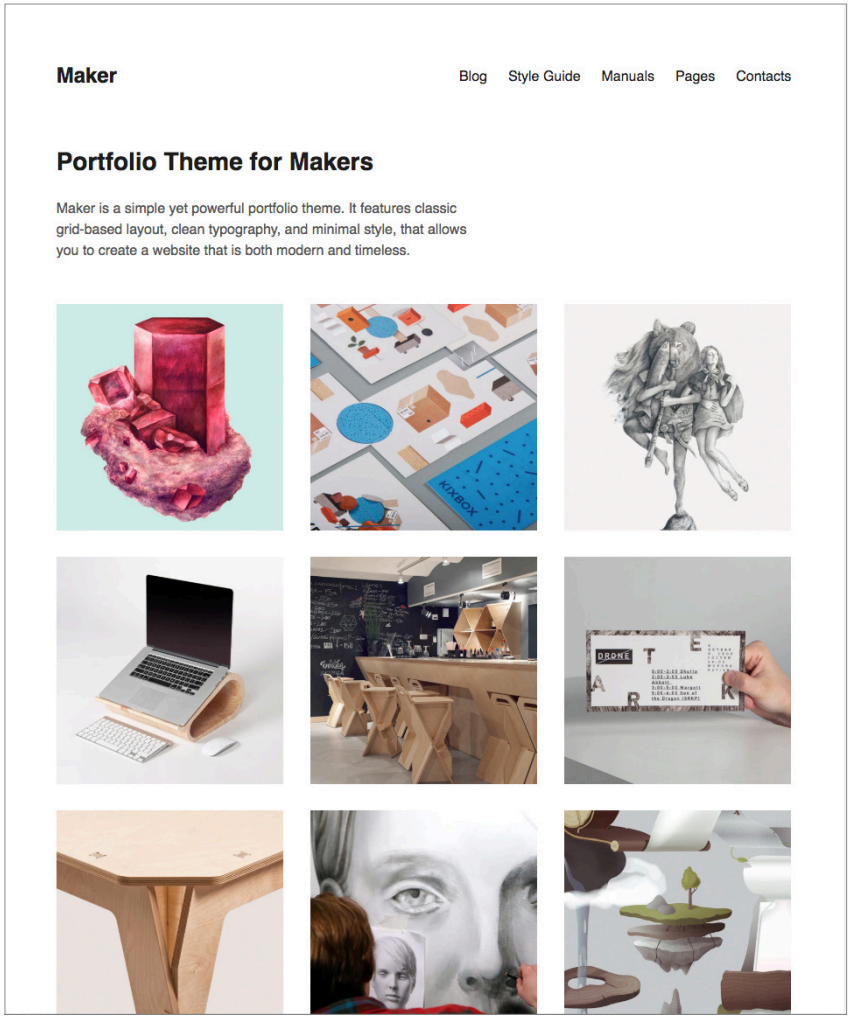
Konkurrenzanalyse

- Die Konkurrenzanalyse verschiedener Webseiten zeigt deren Vor- und Nachteile gem. Beurteilungskriterien auf.



Portfolio

– Sammlung von Seiten, die mich ansprechen in Ihrer Ästhetik



Frau Meret Richner

Lebensbeschreibung
Senior Consultant ,36
HR Manager, freischaffend,
bei Home
kritisch, anspruchsvoll
perfektionistisch
Single, keine Kinder

Liebe die Vielfalt der Menschen

Als Human Resources Manager verfüge ich über mehr als 15 Jahre Berufserfahrung. Mein breit angelegtes Praxiswissen sammelte ich in HR-Fach- und Führungspositionen in der Industrie und im Dienstleistungssektor. Viele Jahre arbeitete ich auf internationaler Ebene. Ich lebte und arbeitete selbst bereits in den Ländern Schweiz, Frankreich und Deutschland. Neben meiner Muttersprache Deutsch sind Englisch und Französisch gängige Businesssprachen für mich.
Hobbys: Bergsteigen, Skifahren, Freizeitsport, Reisen, Freundeskreis, Patenkinder

Prioritäten auf der Webseite

Was wird angeboten

Orientierung und Navigation

Funktionalität

Kontaktaufnahme

Qualität von Text und Bild

Technische Umsetzung

Ästhetik, Corporate Design

Robert Hangartner, Geschäftsführer

Lebensbeschreibung
Geschäftsführer , 51
Agenturleiter, HALLO
anspruchsvoll
neugierig
verheiratet, keine Kinder
liebt Design und Musik

Leidenschaftlich neugierig

Ich habe 25 Jahre Erfahrung in den Bereichen Markenführung, Brand Identity, Werbung, Unternehmenskommunikation, Corporate Publishing und Public Relations. Er hat einen Abschluss Studiengang Visuelle Kommunikation ZHdK.

Ich bin leidenschaftlich neugierig und liebe pulsierende Metropolen, wo sich Architektur, Kunst, Mode, Fotografie, Design und Musik immer wieder neu erfinden.

Prioritäten auf der Webseite

Was wird angeboten

Orientierung und Navigation

Funktionalität

Kontaktaufnahme

Qualität von Text und Bild

Technische Umsetzung

Ästhetik, Corporate Design

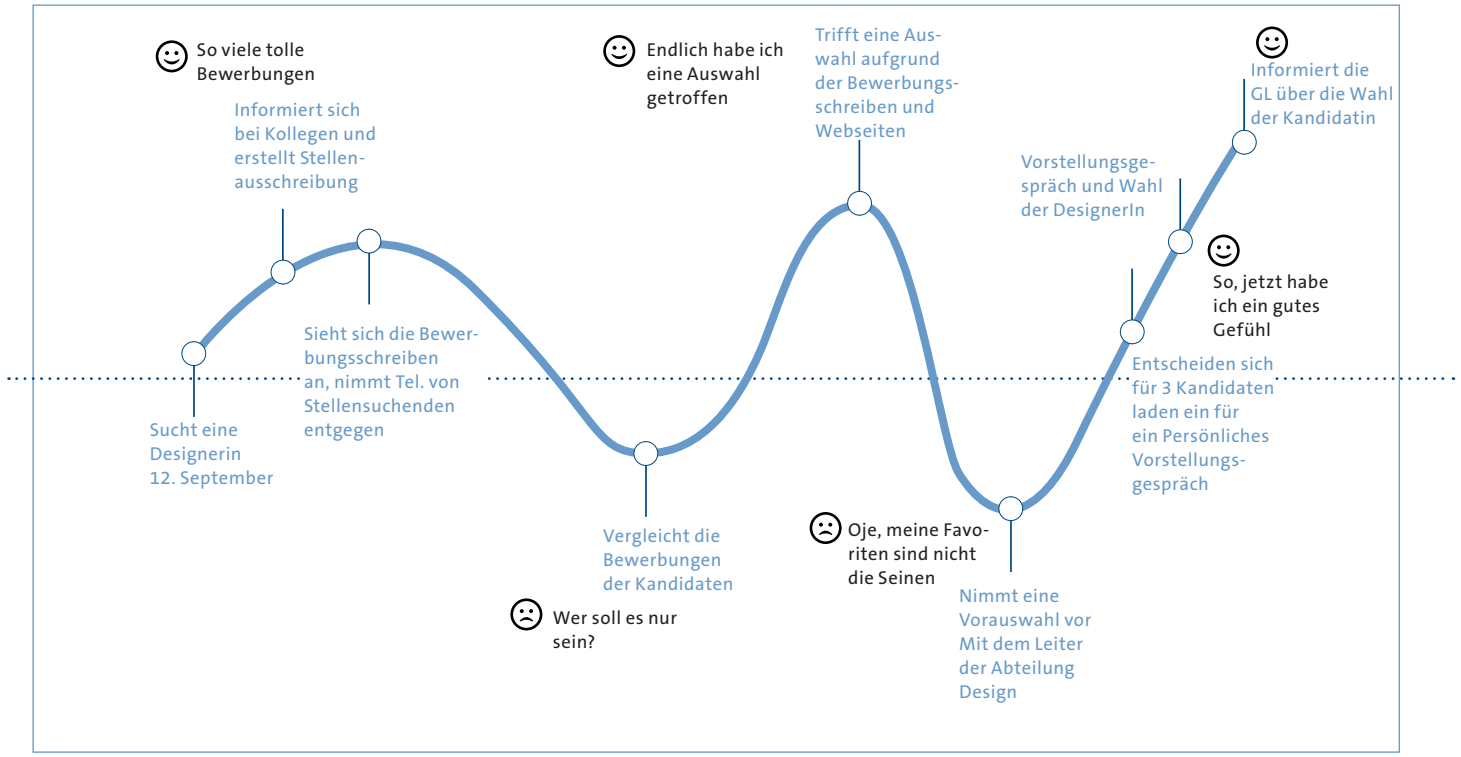
CUSTOMER JOURNEY MAP

Frau Meret Richner

Lebensbeschreibung
Senior Consultant , 36
HR Manager, freischaffend,
bei Home
kritisch, anspruchsvoll
perfektionistisch
Single, keine Kinder

Phase	Aufmerksamkeit	Entscheidung	Abschluss	Nachlauf
Ziel	Eine DesignerIn finden, die in das Unternehmen passt	Suche auf dem Stellenmarkt	Tel., Bewerbung und Webseite der Kandidatin ansehen, vergleichen	Stelle ist besetzt

Aktion / Emotion



Zeit

Gedanken	«Was genau muss die Designerin können?» «Kennst du jemanden, der verfügbar ist und dieses Know-How hat?»	«Die hat ein sympathisches Lächeln, sie kann jedoch kein After Effects» «Sie würde passen, ist jedoch schon älter.» «Oje, so ein schlechtes Zeugnis»	«Aber die wäre doch gut», nein, ihre Arbeiten sind nicht mehr zeitgemäss.» Und diese da? «Ja, sie erfüllt alle Krite-rien, laden wir sie mal ein.»	«Das war ein gutes Gespräch. Ich glaube, das ist die richtige Designerin für uns.»
Nutzerdaten/ Analyticas	Bekanntheit von dem Stellenportal «medienjobs» und «Persönlich» ist sehr gut.	Empfehlungen		

MOODBOARD

Corporate Design
– Sammlung bestehender Designelemente

The Sans

Als Designerin verleihe ich Unternehmen, Produkten und Dienstleistungen visuelles Format und setze Ihre Botschaften in eindrucksvolle Bilder um. Von der ersten Idee über das Konzept bis zur mediengerechten Umsetzung. Von der Zieldefinition über die Zeit- und Kostenplanung bis zur Produktionsregie.

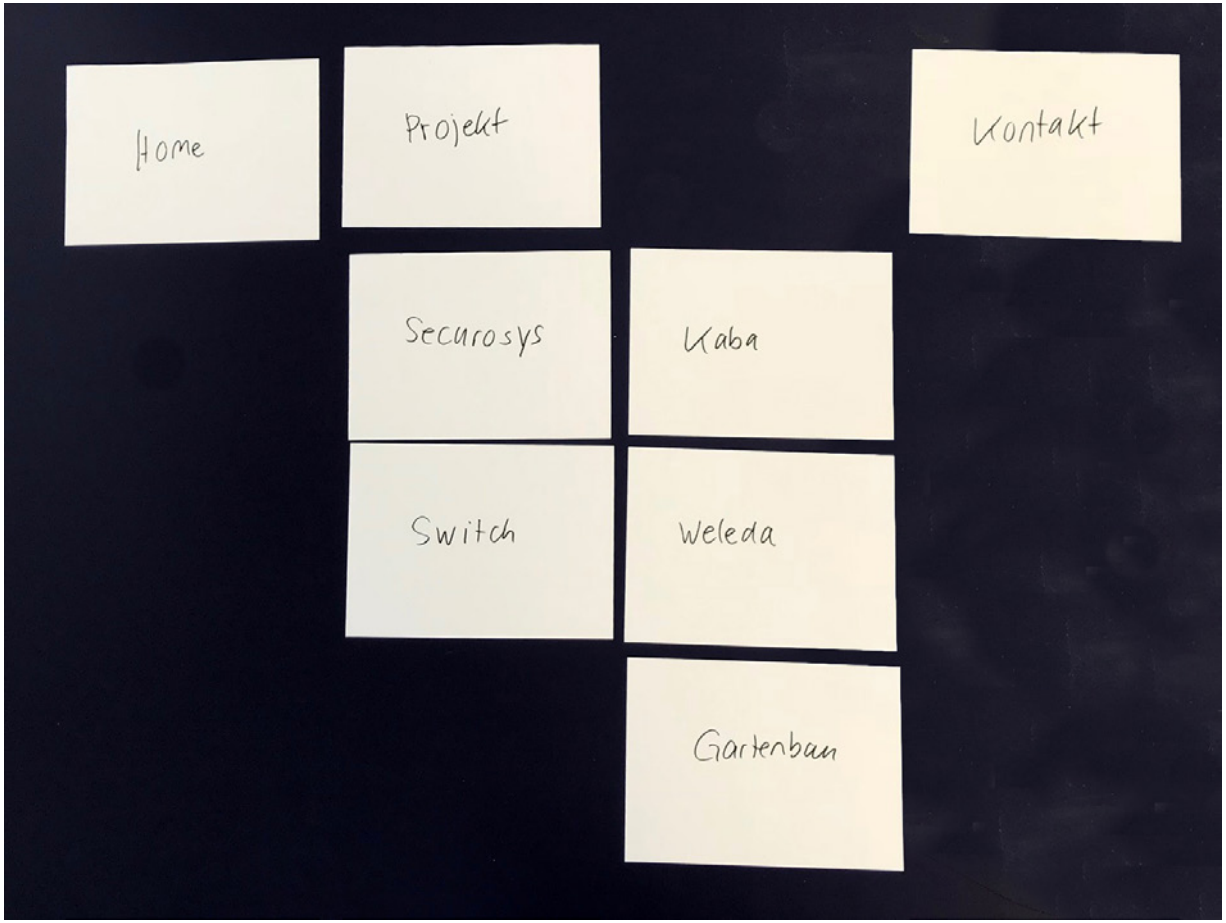
Caecilia

Von der Idee zur Identität:
kreativ.
konzeptionell.
konsistent.

KARTEN LEGEN

Site strukturieren

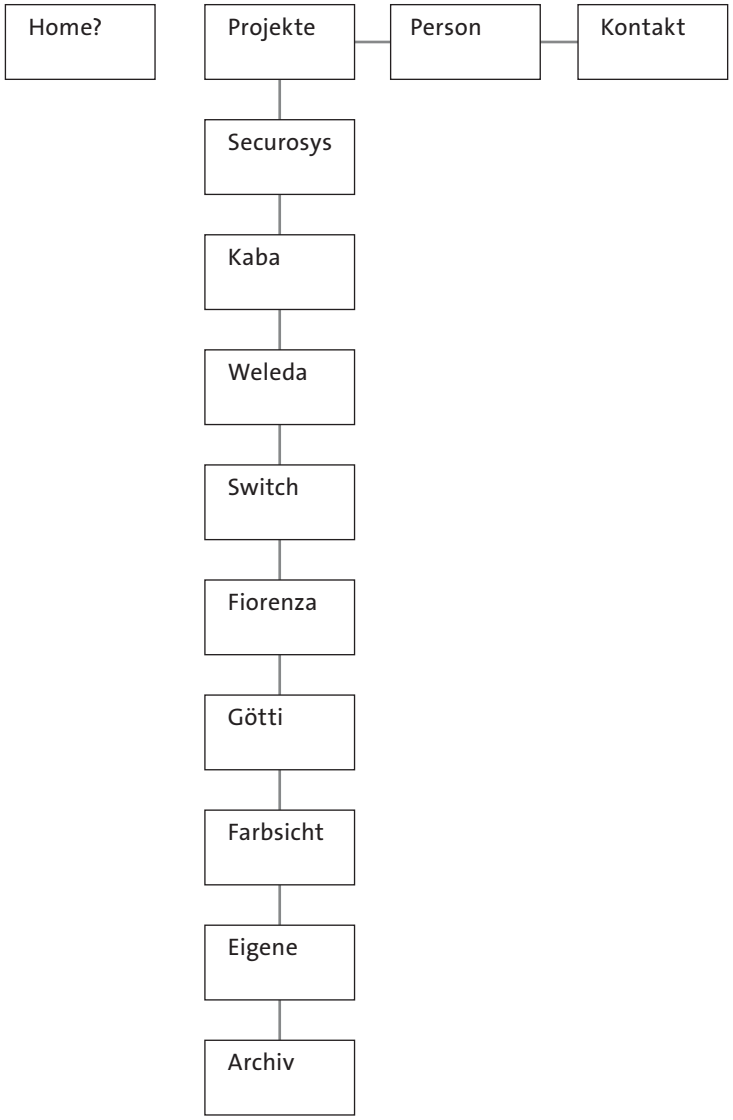
– Themen ordnen mit Karten



SITMAP

Struktur

– Übergeordnete Bereiche in der Navigation, Unterbereiche gliedern



SKIZZE, WIREFRAME: MOBILE

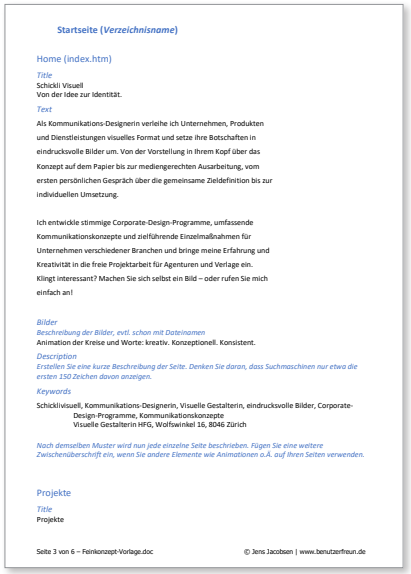
Entwurf Seitenstruktur

- Scribbeln mit Stift und Papier
- Scribbeln ins Reine
- Wireframes mit Zeichenprogramm
- Designkonzept

Inhalt

– ausformulierte Texte und Bilder mit Bildbeschreibung

– Beschrieb der Seiten im Einzelnen



Startseite (*Verzeichnisname*)

Home (index.htm)

Title
Schickli Visuell
Von der Idee zur Identität.

Text

Als Kommunikations-Designerin verleihe ich Unternehmen, Produkten und Dienstleistungen visuelles Format und setze ihre Botschaften in eindrucksvolle Bilder um. Von der Vorstellung in ihrem Kopf über das Konzept auf dem Papier bis zur mediengerechten Ausarbeitung, vom ersten persönlichen Gespräch über die gemeinsame Zieldefinition bis zur individuellen Umsetzung.

Ich entwickle stimmige Corporate-Design-Programme, umfassende Kommunikationskonzepte und zielführende Einzelmaßnahmen für Unternehmen verschiedener Branchen und bringe meine Erfahrung und Kreativität in die freie Projektarbeit für Agenturen und Verlage ein. Klingt interessant? Machen Sie sich selbst ein Bild – oder rufen Sie mich einfach an!

Bilder
Beschreibung der Bilder, evtl. schon mit Dateinamen
Animation der Kreise und Worte: kreativ. Konzeptionell. Konsistent.

Description
Erstellen Sie eine kurze Beschreibung der Seite. Denken Sie daran, dass Suchmaschinen nur etwa die ersten 150 Zeichen davon anzeigen.

Keywords

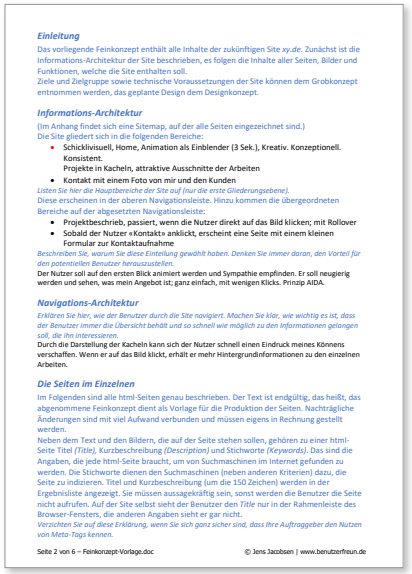
Schicklivisuell, Kommunikations-Designerin, Visuelle Gestalterin, eindrucksvolle Bilder, Corporate-Design-Programme, Kommunikationskonzepte
Visuelle Gestalterin HFG, Wolfswinkel 16, 8046 Zürich

Noch demselben Muster wird nun jede einzelne Seite beschrieben. Fügen Sie eine weitere Zwischenüberschrift ein, wenn Sie andere Elemente wie Animationen o.Ä. auf Ihren Seiten verwenden.

Projekte

Title
Projekte

Seite 3 von 6 – Feinkonzept-Vorlage.doc © Jens Jacobsen | www.benutzerfreun.de



Einleitung

Das vorliegende Feinkonzept enthält alle Inhalte der zukünftigen Site *xy.de*. Zunächst ist die Informations-Architektur der Site beschrieben, es folgen die Inhalte aller Seiten, Bilder und Funktionen, welche die Site enthalten soll.
Ziele und Zielgruppe sowie technische Voraussetzungen der Site können dem Grobkonzept entnommen werden, das geplante Design dem Designkonzept.

Informations-Architektur

(Im Anhang findet sich eine Sitemap, auf der alle Seiten eingezeichnet sind.)
Die Site gliedert sich in die folgenden Bereiche:

- Schicklivisuell, Home, Animation als Einblender (3 Sek.), Kreativ. Konzeptionell. Konsistent.
  Projekte in Kacheln, attraktive Ausschnitte der Arbeiten
- Kontakt mit einem Foto von mir und den Kunden

Listen Sie hier die Hauptbereiche der Site auf (nur die erste Gliederungsebene).
Diese erscheinen in der oberen Navigationsleiste. Hinzu kommen die übergeordneten Bereiche auf der abgesetzten Navigationsleiste:

- Projektbeschrieb, passiert, wenn die Nutzer direkt auf das Bild klicken; mit Rollover
- Sobald der Nutzer «Kontakt» anklickt, erscheint eine Seite mit einem kleinen Formular zur Kontaktaufnahme

Beschreiben Sie, warum Sie diese Einteilung gewählt haben. Denken Sie immer daran, den Vorteil für den potentiellen Benutzer herauszustellen.
Der Nutzer soll auf den ersten Blick animiert werden und Sympathie empfinden. Er soll neugierig werden und sehen, was mein Angebot ist; ganz einfach, mit wenigen Klicks. Prinzip AIDA.

Navigations-Architektur

Erklären Sie hier, wie der Benutzer durch die Site navigiert. Machen Sie klar, wie wichtig es ist, dass der Benutzer immer die Übersicht behält und so schnell wie möglich zu den Informationen gelangen soll, die ihn interessieren.
Durch die Darstellung der Kacheln kann sich der Nutzer schnell einen Eindruck meines Könnens verschaffen. Wenn er auf das Bild klickt, erhält er mehr Hintergrundinformationen zu den einzelnen Arbeiten.

Die Seiten im Einzelnen

Im Folgenden sind alle html-Seiten genau beschrieben. Der Text ist endgültig, das heißt, das abgenommene Feinkonzept dient als Vorlage für die Produktion der Seiten. Nachträgliche Änderungen sind mit viel Aufwand verbunden und müssen eigens in Rechnung gestellt werden.
Neben dem Text und den Bildern, die auf der Seite stehen sollen, gehören zu einer html-Seite Titel *(Title)*, Kurzbeschreibung *(Description)* und Stichworte *(Keywords)*. Das sind die Angaben, die jede html-Seite braucht, um von Suchmaschinen im Internet gefunden zu werden. Die Stichworte dienen den Suchmaschinen (neben anderen Kriterien) dazu, die Seite zu indizieren. Titel und Kurzbeschreibung (um die 150 Zeichen) werden in der Ergebnisliste angezeigt. Sie müssen aussagekräftig sein, sonst werden die Benutzer die Seite nicht aufrufen. Auf der Site selbst sieht der Benutzer den *Title* nur in der Rahmenleiste des Browser-Fensters, die anderen Angaben sieht er gar nicht.
Verzichten Sie auf diese Erklärung, wenn Sie sich ganz sicher sind, dass Ihre Auftraggeber den Nutzen von Meta-Tags kennen.

Seite 2 von 6 – Feinkonzept-Vorlage.doc © Jens Jacobsen | www.benutzerfreun.de

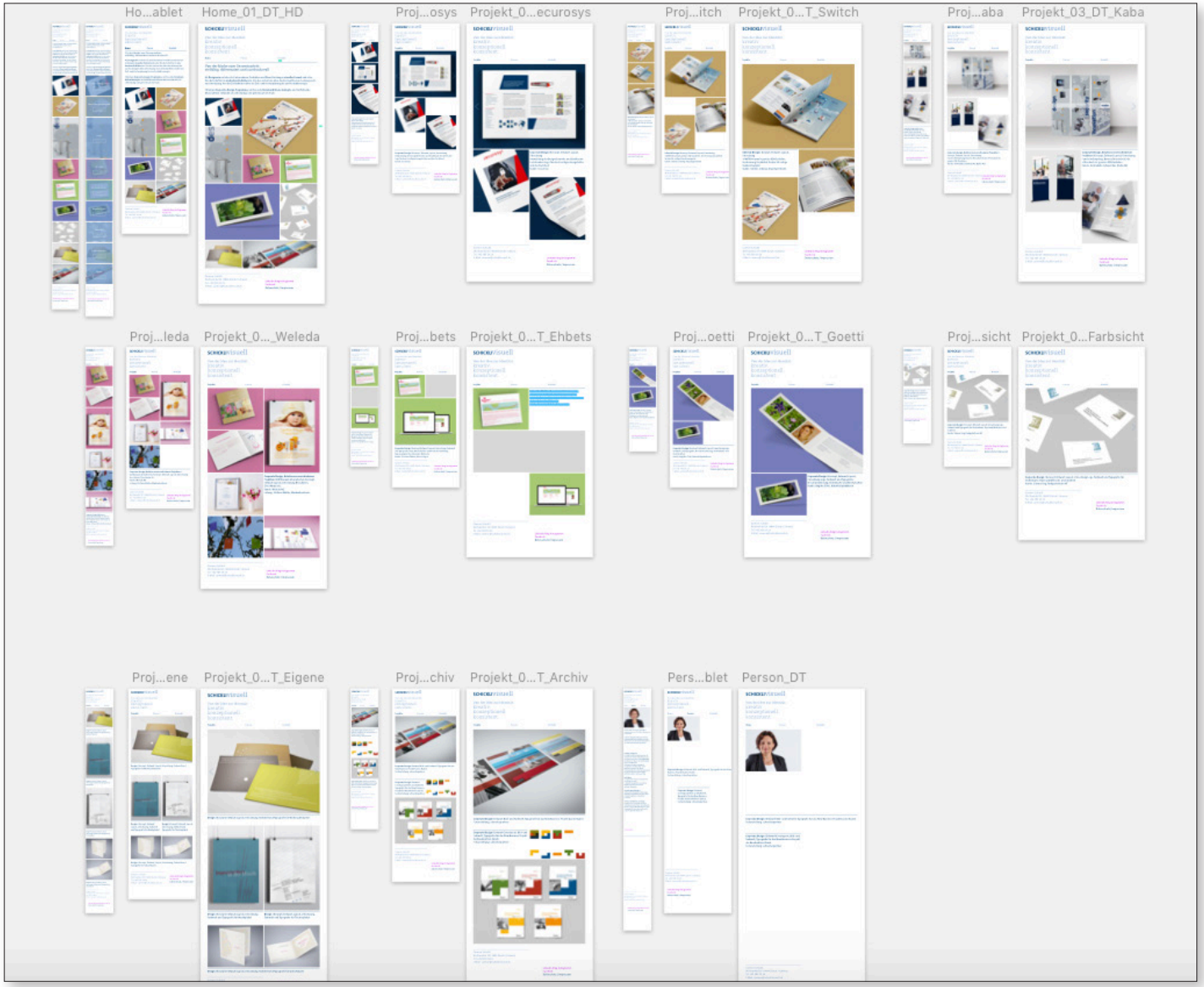
Usability-Test

- Wie lässt sich die Webseite nutzen anhand des Users?
  Varianten ausarbeiten und testen
- Erkenntnisse aus Studien, Beobachtungen und
  Befragungen helfen, gemeinsam mit dem Kunden die
  Projektziele und Anforderungen zu formulieren.
- Testen mit Analytic-Tools

Checkliste

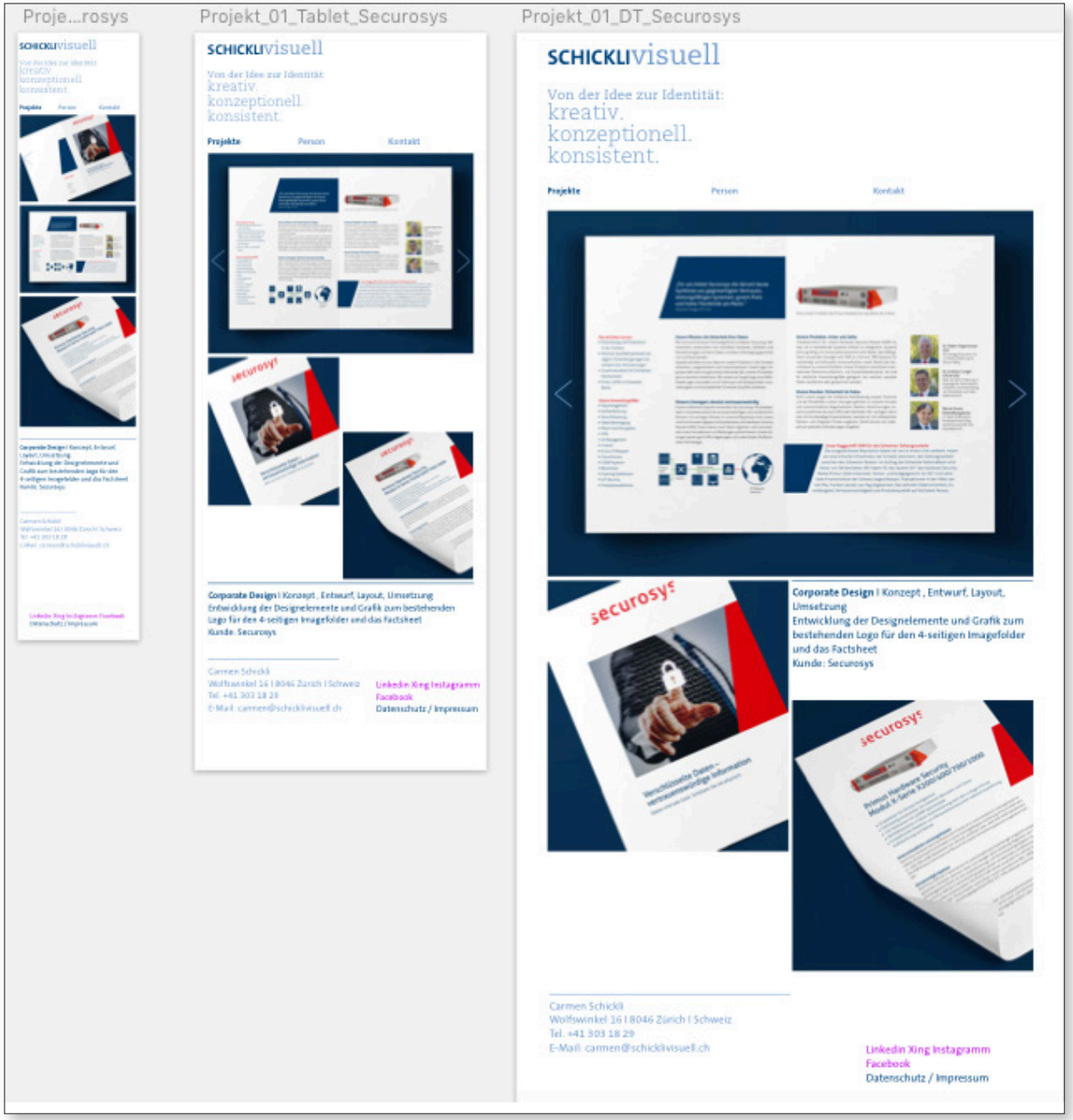
- Testing mit Personen
  Beispiel Formular – merkt der User, das die Eingabe erfolgt ist?
- Verlinkungen prüfen
- Darstellung auf den Browsern prüfen

PROTOTYPE IN SKETCH, ÜBERSICHT

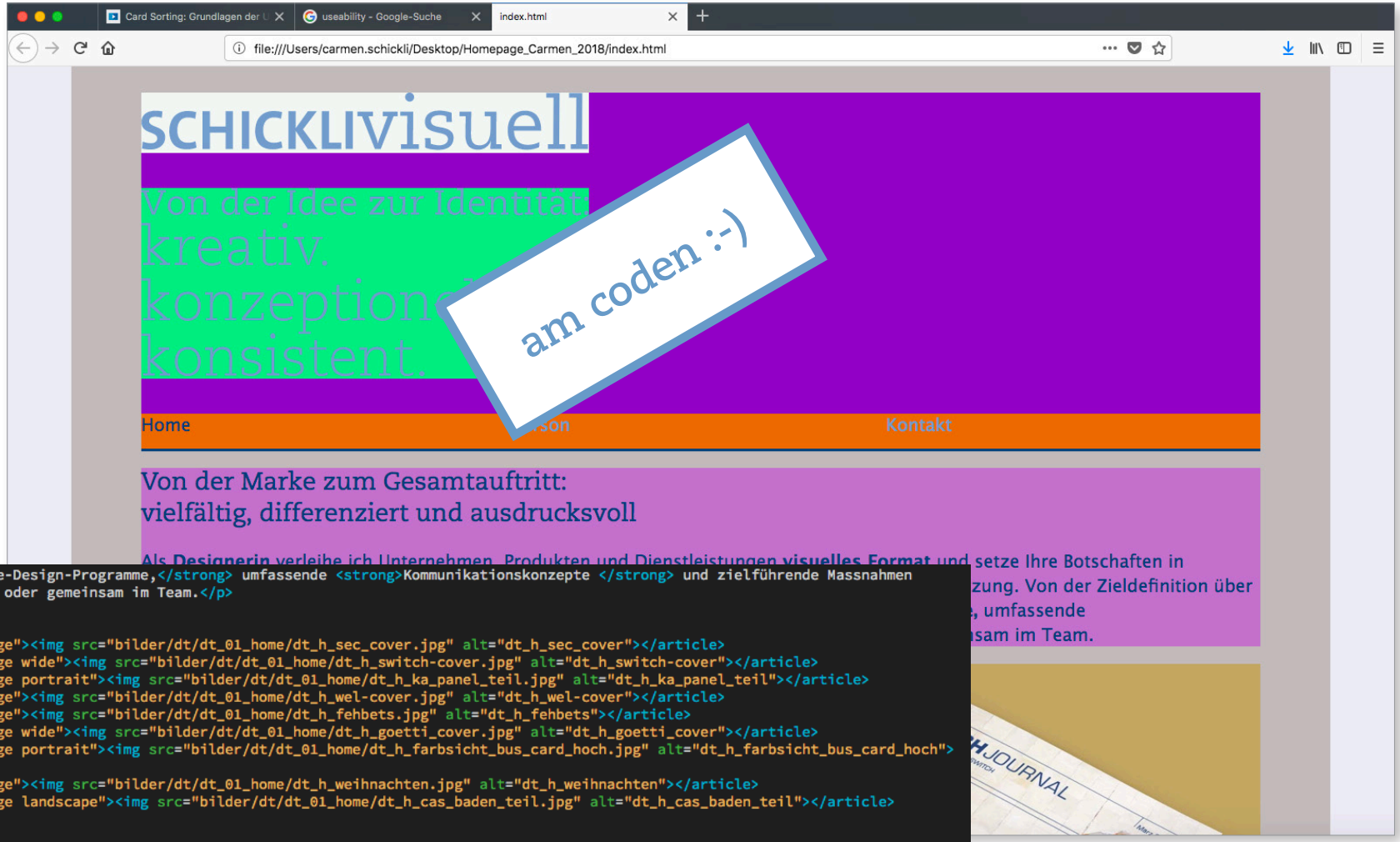


PROTOTYPING IN SKETCH, HOME

PROTOTYPING IN SKETCH, PROJEKT



AKTUELLER STAND




```
128         Stimmige <strong>Corporate-Design-Programme,</strong> umfassende <strong>Kommunikationskonzepte </strong> und zielführende Massnahmen
            entwickle ich selbständig oder gemeinsam im Team.</p>
129     </div>
130 ▼   <main class="gallery">
131       <article class="gallery-image"><img src="bilder/dt/dt_01_home/dt_h_sec_cover.jpg" alt="dt_h_sec_cover"></article>
132       <article class="gallery-image wide"><img src="bilder/dt/dt_01_home/dt_h_switch-cover.jpg" alt="dt_h_switch-cover"></article>
133       <article class="gallery-image portrait"><img src="bilder/dt/dt_01_home/dt_h_ka_panel_teil.jpg" alt="dt_h_ka_panel_teil"></article>
134       <article class="gallery-image"><img src="bilder/dt/dt_01_home/dt_h_wel-cover.jpg" alt="dt_h_wel-cover"></article>
135       <article class="gallery-image"><img src="bilder/dt/dt_01_home/dt_h_fehbets.jpg" alt="dt_h_fehbets"></article>
136       <article class="gallery-image wide"><img src="bilder/dt/dt_01_home/dt_h_goetti_cover.jpg" alt="dt_h_goetti_cover"></article>
137       <article class="gallery-image portrait"><img src="bilder/dt/dt_01_home/dt_h_farbsicht_bus_card_hoch.jpg" alt="dt_h_farbsicht_bus_card_hoch">
          </article>
138       <article class="gallery-image"><img src="bilder/dt/dt_01_home/dt_h_weihnachten.jpg" alt="dt_h_weihnachten"></article>
139       <article class="gallery-image landscape"><img src="bilder/dt/dt_01_home/dt_h_cas_baden_teil.jpg" alt="dt_h_cas_baden_teil"></article>
140     </main>
141 ▼    <footer class="page_footer">
142 ▼     <div class="adress">Carmen Schickli I Designerin FH<br>
143         Wolfswinkel 16 I 8046 Zürich<br>
144         Tel. 044 303 18 29<br>
145         E-Mail: carmen@schicklivisuell.ch </div>
146 ▼     <div class="copyright">© 2018 Carmen Schickli<br>
147         Meine Website -<!--Hover und pdf Einbindung geht noch nicht-->
148           <a href="pdf/cs_making_of.pdf" title="cs_making_of">making of PDF</a><br>
149           Impressum und Datenschutz <a href="#" title="impressum_und_datenschutz"> PDF</a>
```