

E-zine Online magazine



Anders Cramer Nielsen - <http://www.anderscramernielsen.dk>

Bjarke Handsdal - <http://handsdalize.com>

Casper Ragn - <http://www.portfolio.casperragn.com>

Niels Otto - <http://ottouch.com>

Landing Page: <http://www.handsdal.com>

Indhold

Projekt formulering	2
Hvorfor lige kaffe?	2
Hvordan skulle det virke?	2
Men hvordan tjener vi penge?	2
En ny ide blev født.	3
Hvorfor facebook login?	3
Samarbejdspartnere	3
Målgruppe	3
Brainstorm	4
PBS	4
WBS	5
Gantt	5
Design	5
Konklusion	7

Projekt formulering

Vi skulle lave et e-magasin, valget faldt på et magasin om kaffe.

Hvorfor lige kaffe?

Vi mente at der var brug for et e-magasin der henvendte sig til café besøgende, der skulle være mulighed for at læse artikler om kaffe, læse om barista skills, links til diverse kaffeshops, samt få viden og inspiration til dig som kaffedrikker.

Hvordan skulle det virke?

Til at starte med var ideen at man via et login på en cafe's wifi kunne hente magasinet, på sin mobil, tablet eller bærbar.

Men hvordan tjener vi penge?

Vi fik ideen til at lave en landing page, hvor man kan hente magasinet fra. Cafeerne skulle betale et abonnement hver måned så man kunne tilbyde kunderne/gæsterne et bredt udvalg af online magasiner.

En ny ide blev født.

Vi udvidede konceptet med at man ville tilbyde de erhvervsdrivende et abonnement hvor i abonnementet fik et antal tablets med hvorpå der ville være en database med magasiner - det har vi valgt at kalde "Pubup".

Gæsterne skal logge ind via Facebook, derved kan man personalisere sitet præcis efter brugeren.

I samarbejde med Aller Media, Egmont Publishing, og andre interessenter vil deres magasiner være tilgængelige på platformen.

Hvis man så virkelig er vild med "Pubup" vil man kunne downloade app'en og logge ind med Facebook for en gratis prøve periode på 3 mdr. Derefter har man mulighed for et lille beløb at købe adgang til det hele.

Da coffee and chill er et specielt udgivet magasin vil dette kun være tilgængelig på cafeens netværk.

Hvorfor Facebook login?

Hvis man bruger Facebook login, har vi mulighed for at kunne tilbyde kunden præcis de blade han/hun ønsker, ud fra deres persondata kan man komme med forskellige forslag til hvilke blade der ville interessent for lige præcis dem.

Samarbejdspartnere.

Pt. tilbyder GoCards forskellige blade til cafeer der har deres kort. Man kan i samarbejde med dem lavet et tilbud hvor i man tilbyder online magasiner til cafeerne.

GoCards er et firma der tilbyder gratis postkort til cafeer go restauranter i Danmark.

Målgruppe

Målgruppen er primært mænd i alderen 25-35 år. De er færdiguddannet og har fast ejendom enten andel eller ejerlejlighed. De bor i storbyen og bruger den hver dag, pop-up events, koncerter mm. De cykler til det meste selvom de har bil. De er i et fast forhold og har et barn eller et barn på vej.

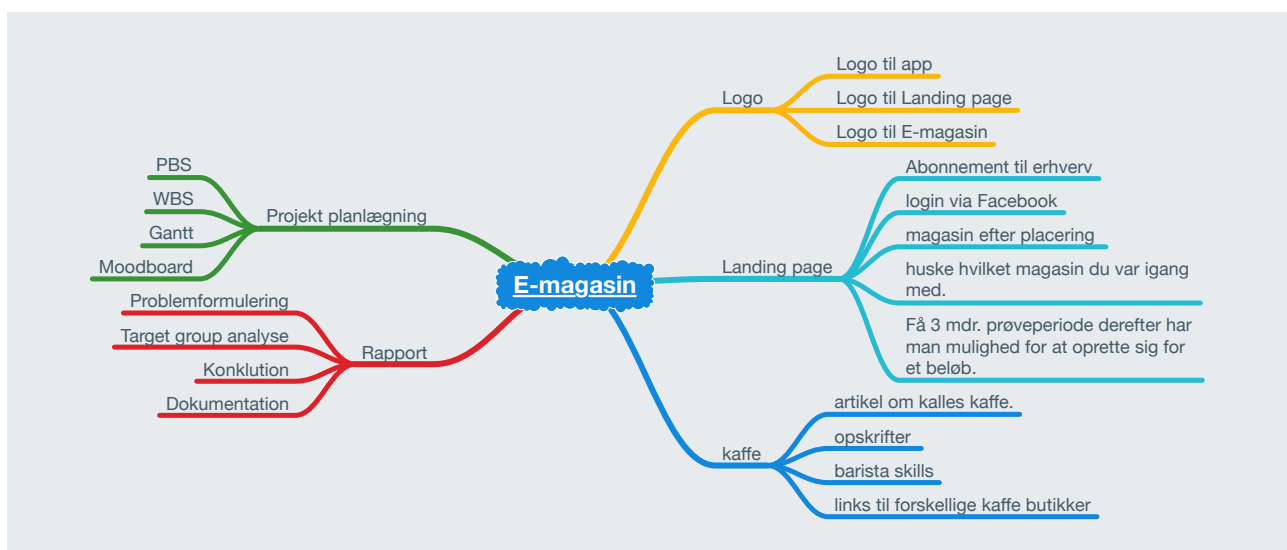
De har altid kunne lide kaffe og det har ført til en passion som går ud over instant kaffe.

De køber ind i Netto i hverdagen og Føtex i weekenden, de går ud og drikker øl, en til to gange om måneden, de tager på Café ca. ti gange om måneden.

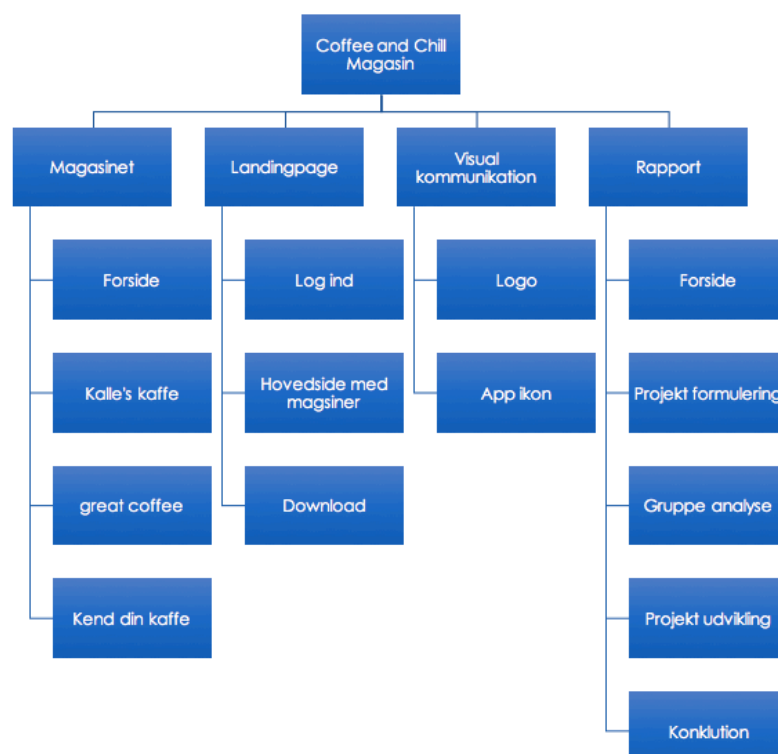
De går op i kvalitet, bæredygtigt design, tøj, elektronik.

De har længe haft lyst til at gå op i en god kop kaffe. Dette vil Pubup og Coffee and Chill give dem inspiration til.

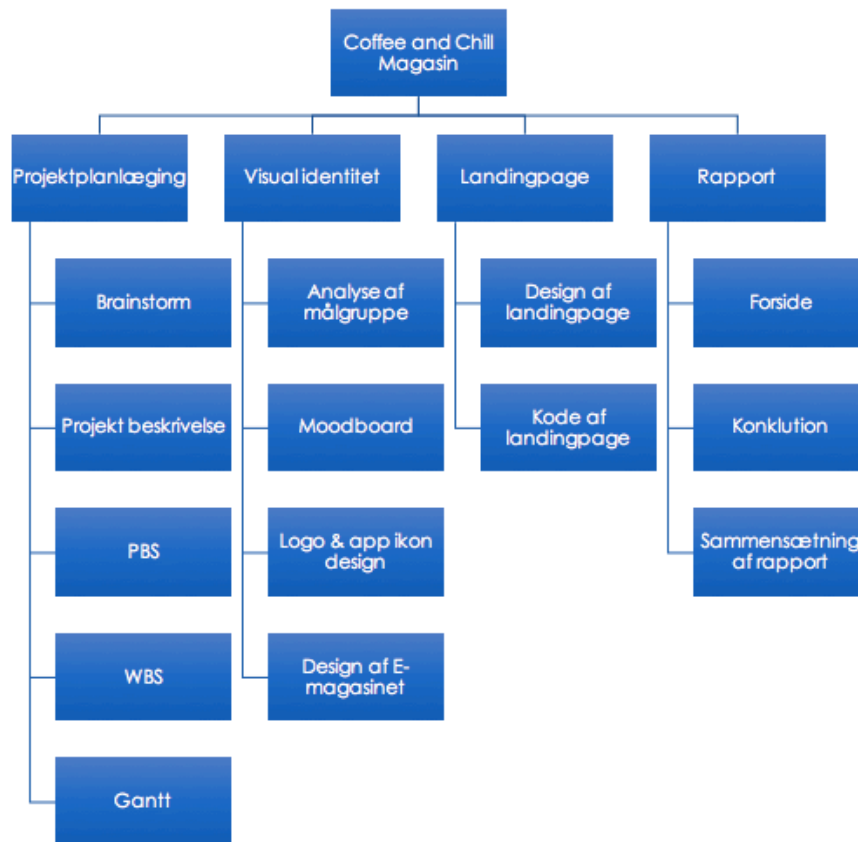
Brainstorm



PBS



WBS



Gantt

ID	Name	Duration	Start	Finish	Predecessors	Resources	Feb 14 - Feb 20 '16					Feb 21 - Feb 27 '16					Feb 28 - Mar 5 '16					Mar 6 - Mar 12 '16					Mar 13 - Mar 19 '16				
							S	M	T	W	T	F	S	S	M	T	W	T	F	S	S	M	T	W	T	F	S	S	M	T	W
1	Brainstorm og ideudvikling	5d	02/02/2016	02/05/2016																											
2	Landing page	13d	02/03/2016	03/10/2016																											
3	Moodboard	5d	02/09/2016	03/04/2016																											
4	Logo til Magasin	5d	02/09/2016	03/04/2016																											
5	Logo til Landingpage	5d	02/09/2016	03/04/2016																											
6	Problembemærkning	4d	03/02/2016	03/07/2016																											
7	Beskrivelse af landingpage	4d	03/02/2016	03/07/2016																											
8	Målgruppe	4d	03/02/2016	03/07/2016																											
9	WBS	3d	02/09/2016	03/02/2016																											
10	PBS	3d	02/09/2016	03/02/2016																											
11	Opsæt e-magasinet	5d	03/04/2016	03/10/2016																											
12	Rapport	4d	03/06/2016	03/11/2016																											

Design

Med den målgruppe, vi sigter efter, har vi gået efter et meget roligt, men stilrent design. Vi valgte de skarpe opdelinger af sektionerne for at give en markant læse stil, og føre læseren rundt, som vi ser det passende.

Farverne er baseret på de naturlige farver fra kaffe - brun og grøn - samt en rød,

for at give det en kontrast, og et blikfang der gør læseren interesseret i at læse videre.

Billeder og tekst er delt op, så man ikke misforstår eller læser forkert, så det er opdelt i en let og overskuelig måde. Forside billedet er lavet fra bunden, og giver et godt billede af personen beskrevet i målgruppe analysen. Et par høretelefoner og en lækker kop kaffe, som giver blikfang. Farven på høretelefonerne står også i stærk kontrast til den røde baggrund, hvilket også gør én interesseret i at se hvad bladet indeholder.

Teksterne er ikke lange, da de mest skal give indblik til hvad der foregår på billederne. Vi har prøvet at få billederne til at fortælle historien, og give informationerne så vidt som muligt.

Typografierne er baseret på klare linjer, og ikke den klassiske meget dekorerede skrifttype, man typisk ser i kaffe magasiner, som skal give den typiske stemning af en café. Vi går mere efter det moderne look, kendt fra moderne hjemmesider, hvor typografierne er mere rene linjer.



Logo første udgave



Endelig logo design



iOS ikon 1



iOS ikon 2. Endeligt



Android ikon

Konklusion

I gennem dette projekt har vi lært at designe og udvikle et E-magasin. Vi har valgt at lave det "fixed" design da vi mener at et magasin er spændende når det visuelt fanger øjnene, det mener vi ikke det gør hvis magasinet er "reflowable" og at det bare er en væg af tekst. Vi mener at e-magasiner som medie ikke har haft så meget held da det ikke bliver brugt, og at folk nok hellere vil have et fysisk magasin end et e-magasin. Vi mener også at nettet, altså HTML5 heller ikke har taget imod "epub" formatet endnu - så det er med til at holde det tilbage. Vi kan derfor konkludere at hjemmesider kan indeholde samme information i form af blog eller artikler og så kan man lade magasinet som det trykte medie være i fred, og hvis en redaktion ønsker et e-magasin skal det være en gratis eller begrænset version af deres blad.