



Copenhagen Business Academy november 2012

Et studieprojekt udarbejdet af gruppe 6 med studerende fra hold Mul11b

URL til online kampagneside for Sapporo juleøl og indsamlede kontaktinformationer

Website: <http://deadpixels.dk/afleveringer/s3/>

Data: <http://deadpixels.dk/afleveringer/s3/liste.php>

Elin Vatnhamar Olsen – Cph-eo

<http://web324.webkn.dk/portfolio/websites.html>

Mail: elin.v.olsen@hotmail.com

Helene Kaspersen - Cph-hk14

www.web315a.webkn.dk/sapporo.html

Mail: den-lyseroede@hotmail.com

Mayianne Nøks Pedersen - Cph-mp22

www.mypedersen.dk/sem3Projekt3Sprint.html

Mail: mypedersen@gmail.com

Micael Rune Kristensen - Cph-mk14

<http://deadpixels.dk/48hour-project.html>

Mail: michaelkristensen13@msn.com

INDHOLD

02 Indholdsfortegnelse

03 Sushi, Gangnam Style og japanske øller

03 Problemformulering

03 Metode og teori / udvikling

03 Design

04 Database

05 Kampagneside

05 Evaluering

06 Kilder

Bilag:

07 Bilag 1: Projektplan

08 Bilag 2: Bevis for validering

Sushi, Gangnam Style og japanske øller

De gav os Manga tegneserierne og sushien. Så sent som for et par måneder siden diskede de op med en solid gang asiatisk pop i form af megahittet Gangnam Style. Asiatisk kultur er for alvor "kommet på mode" i Danmark hvor sushibarer og kineserrestauranter hver uge skyder op.

Imidlertid har de asiatiske drikkevarer endnu ikke gjort så meget stads af sig. Men det slutter nu. Det Japanske ølfirma Sapporo ønsker at drage nytte af "den asiatiske medvind" i Danmark og sender i anledning af julen 2012 en særlig Sapporo juleøl ud på det danske marked.

Øllen får reklame gennem specialudviklede radio-spots som gerne skulle lokke lyttere ind på øllens kampagneside. Her lokkes lytterne, vha. en konkurrence, til at tilmelde sig nyheder fra Sapporo gennem mail og eventuelt sms. Dette leder os hen til følgende problemformulering.

Problemformulering

Hvordan får man på en kampagneside tydeligst muligt vist, at der er en ny Japansk juleøl på det danske marked, og at øl giganten Sapporo står bag dette julede tiltag.

Metode og teori

At få udbredt en hel ny japansk juleøl på det danske marked kræver reklame. Reklame via. nyhedsbrev og sms-service kræver en bagvedliggende database og en fuldt fungerende hjemmeside.

Vi har derfor valgt indledningsvis at udarbejde et designkoncept for den nye juleøl.

På baggrund af designkonceptet og projektets form, har vi herefter udarbejdet først en attributtabel og dernæst en database. En database som kan rumme informationer om interessenters mail, navn og nummer.

Afslutningsvis har vi med udgangspunkt i designkonceptet og den tilhørende database udarbejdet en landing page. Databasen og hjemmesiden har vi valgt skal spille sammen med brug af Javascript som en sikkerhed for, at kun korrekte informationer indtastes i databasen.

Design

Den Japanske ølproducent Sapporo forhandler allerede øl i Danmark, hvorfor de allerede har fået udviklet en visuel identitet dækkende over design til alt fra hjemmeside til reklame, emballage og etiketter. For at både nye og allerede eksisterende kunder skal kunne gennemskue, at juleøllen kommer fra Sapporo, har vi valgt at inddrage Sapporos logo, deres brune ølflasker samt det metalliske look i form af den grå baggrund.

Omvendt er det vigtigt at have i mente, at Japanere i langt de fleste tilfælde ikke fejrer jul. Ergo har vi som deres "nordiske samarbejdspartnere" en forpligtelse til at vejlede om, hvordan man i kampagnen inddrager de danske juletraditioner uden det tager overhånd.

Derfor har vi kombineret de i forvejen eksisterende elementer fra Sapporo med lysende stjerner, julesne og blå farver (som man i den grad forbinder med juleøl og J-dag i Danmark).

På baggrund af research af danske juletraditioner, er det vores overbevisning, at julen for mange danskere er en vigtig faktor. Dette har vi forsøgt at indarbejde i kampagnesiden ved at bruge den håndskriftsinspirerede skrifttype Edwardian Script ITC. Nedenfor er skriften brugt til at lokke besøgende til at udlevere oplysninger mod at deltage i konkurrencen om øl til årets traditionsrige julefrokost.



Database

Efter at have fastlagt rammerne for design, konkurrence og inddragelse af eksisterende Sapporo elementer, påbegyndte vi udarbejdelsen af en database, for at de besøgende, når de tilmelder sig Sapporos nyhedsservice, får gemt deres oplysninger. Databasen har vi givet arbejdsnavnet sapporo.

I større webbaserede projekter ville vi anvende en såkaldt entitets og relationsmodel til at strukturere data inden en database blev udarbejdet. Imidlertid har vi i dette tilfælde "kun" en entitet og derfor ingen relationer. Derfor har vi i stedet valgt at udarbejde en attributtabel:

Entitet	Attributter	Værdi	Noter	Datatype	Navn i database
Interessent	Interessent ID	1 - X	Unikt nummer	Numerisk	interessentID
	Navn	Alle karakterer	Maks 30. karakterer	Alfanumerisk	navn
	Mobilnummer	1 - X	Maks 8 karakterer	Numerisk	tlf
	Mail	Alle karakterer	Maks 50 karakterer	Alfanumerisk	mail

Til HTML-form'en Mail har vi tilføjet Javascript validering, for at kontrollere, at mailen er gyldig/fungerende. Det samme vil vi, hvis vi havde tid, have gjort med navnefeltet. Grundlæggende kan man dog sige, at mail og eventuelt mobilnummer er vigtigere for at kunne sende kampagnemateriale ud til besøgende end navn.

Attributten 'Mobilnummer' er valgfri at udfylde. Dette valg har vi truffet på baggrund af vores erfaring med at udlevere vores egne telefonnumre til firmaer. Vi ville alle vælge en sådan kampagne fra, hvis vi var tvunget til at udlevere vores nummer.

Ydermere genereres interessentID automatisk efterhånden som interessenter melder sig til.

Som en form for kvalitetskontrol af databasen samt en retningslinje for kampagnesidens opbygning, har vi valgt at kigge på forskellige usecases og user stories som vi i forbindelse med tidligere projekter har udarbejdet. De forskellige modeller har i tidligere projekter illustreret interaktionen mellem database og besøgende via en hjemmeside.

På baggrund af disse modeller samt vores erfaringer fra tidligere projekter påbegyndte vi kodning af siden.

Kampagneside

Skærer man helt ind til benet, er ideen med kampagnesiden, at Sapporo får muligheden for at indsamle kontaktoplysninger fra potentielle købere. Informationer som de senere i forbindelse med næste stadie af kampagnen kan benytte. Derfor spiller en firkantet boks med HTML-forms en central rolle på siden.

For yderligere at øge chancen for, at de besøgende vælger at indtaste informationer, har vi ud over konkurrencen valgt, ikke at gøre siden informationstung. Dette for at undgå, at besøgende farer vild mellem diverse informationer og julehistorier om nisser på loftet og juleøl.

Afslutningsvis har vi investeret tid i at fotografere Sapporos juleøl med den etikette på som vi først i forløbet udarbejdede. Billederne har vi indarbejdet i kampagnesidens venstre del. Den venstre side er valgt, idet man i Danmark læser fra venstre mod højre. Man serverer altså først et billede af øllen for dernæst at servere informationerne efterhånden som der læses fra venstre mod højre.

Ifølge statistik over danskerne og deres ølforbrug, er ingen anledning for fin til at knappe en øl op¹. Samtidig er det danske marked for specialøl i vækst². Derfor har vi valgt skærmstørrelsen 900x650 pixels (størrelsen på masterdiv'en). På den måde kan tæt på alle interesserede ifølge statistik fra Foreningen af Danske Interaktive Medier se en fornuftig udgave af kampagnesiden på deres computer uden at skulle scrolle alt for meget.

Evaluering

Som gruppe har dette projekt været anderledes i forhold til tidligere projekter. Tidligere har vi som gruppe fokuseret på ikke at udnytte hinandens spidskompetencer. I stedet har vi sammen udarbejdet ting, så alle har lært nye områder at kende, hvilket der ikke har været tid til.

Mange delaktiviteter er forløbet samtidig med kun en ressource, et gruppemedlem, tilknyttet. Oven i det har vi måtte informere hinanden om processerne for at sikre, at alle har været klar over, hvem der arbejdede med hvad, hvorfor og hvornår.

¹ Se kilde 2

² Se kilde 3

Samtidig har det også været et lidt mere stressende projekt. Ikke kun har projektperioden været kortere, men periodens placering oven i et andet projekt har betydet, at hver vores respektive projektgrupper har trukket i os for at kunne fortsætte arbejdet med det andet projekt.

Kilder

1. W3schools: "The world's largest web development site". Besøgt d. 1. - 5. november 2012.

Tilgængelig online: <http://www.w3schools.com>

2. Bjerrum, Vibeke Daell: "*Danskerne drikker altid øl*". Berlingske Business, 27.01.08.

Tilgængelig online: <http://www.business.dk/foedevarer/danskerne-drikker-altid-oel>

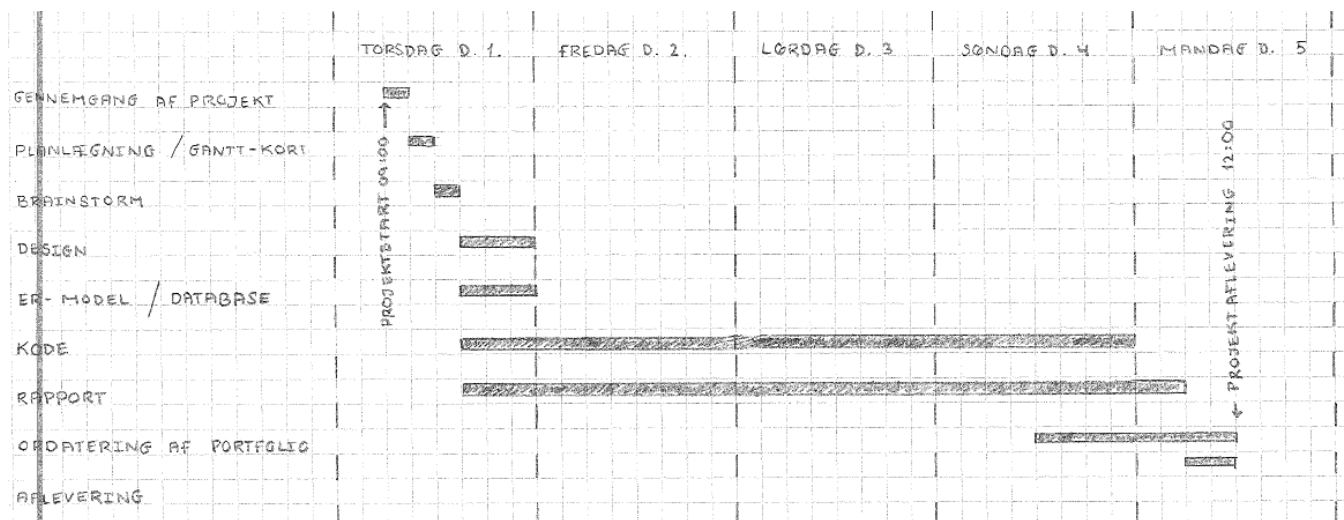
(2) Nymark, Jens: "*Specialøl sender ølmarked på savnet vækstkurs*". Børsen, 17.04.08. Tilgængelig online: http://borsen.dk/nyheder/sundhed/artikel/1/130253/specialoel_sender_oelmarked_paa_savnet_vaekstkur.html

Bilag 1 – Projektplan:

Selvom denne projektperiode har været utrolig kort, har vi prioritet en projektplan højt. Simplethen for at undgå at spilde tid, som vi ikke har haft. En form for optimering af forløbet, kan man vel sige.

Fra start var det vores tanke, at anvende Microsoft Project til at udarbejde et Gantt-kort med tilknyttede ressourcer, delopgaver og milepæle. Men programmet kan slet ikke håndtere aktiviteter med varigheder på kun 30 og 60 minutter, hvorfor vi har vurderet det som tidspild af prøve.

Projektplanen er derfor udarbejdet på en god gammeldags tegneblog, hvor den har ændret sig lidt undervejs:



Bilag 2 – Bevis for validering:

Søndag d. 4. november 2012 er vores afleverede løsning valideret ved hjælp af: <http://validator.w3.org>


<http://deadpixels.dk/afleveringer/s3/>

W3C Markup Validation Service
Check the markup (HTML, XHTML, ...) of Web documents

Jump To: Congratulations - Icons

This document was successfully checked as XHTML 1.0 Transitional!

Result:	Passed
Address:	<input type="text" value="http://deadpixels.dk/afleveringer/s3/"/>
Encoding:	utf-8 (detect automatically) ▾
Doctype:	XHTML 1.0 Transitional (detect automatically) ▾
Root Element:	html
Root Namespace:	http://www.w3.org/1999/xhtml

 The W3C validators are hosted on server technology donated by HP, and supported by community donations. [Donate](#) and help us build better tools for a better web. 3681 [Flat](#)

Options

<input type="checkbox"/> Show Source	<input type="checkbox"/> Show Outline	<input checked="" type="radio"/> List Messages Sequentially	<input type="radio"/> Group Error Messages by Type
<input type="checkbox"/> Validate error pages	<input type="checkbox"/> Verbose Output	<input type="checkbox"/> Clean up Markup with HTML-Tidy	

Help on the options is available. [Revalidate](#)


<http://deadpixels.dk/afleveringer/s3/landingpage.php>

W3C Markup Validation Service
Check the markup (HTML, XHTML, ...) of Web documents

Jump To: Congratulations - Icons

This document was successfully checked as XHTML 1.0 Transitional!

Result:	Passed
Address:	<input type="text" value="http://deadpixels.dk/afleveringer/s3/landingpage.php"/>
Encoding:	utf-8 (detect automatically) ▾
Doctype:	XHTML 1.0 Transitional (detect automatically) ▾
Root Element:	html
Root Namespace:	http://www.w3.org/1999/xhtml


 The W3C validators are developed with assistance from the Mozilla Foundation, and supported by community donations. [Donate](#) and help us build better tools for a better web. 3681 [Flat](#)

Options

<input type="checkbox"/> Show Source	<input type="checkbox"/> Show Outline	<input checked="" type="radio"/> List Messages Sequentially	<input type="radio"/> Group Error Messages by Type
<input type="checkbox"/> Validate error pages	<input type="checkbox"/> Verbose Output	<input type="checkbox"/> Clean up Markup with HTML-Tidy	

Help on the options is available. [Revalidate](#)


http://deadpixels.dk/aflerveringer/s3/liste.php

**Markup Validation Service**
Check the markup (HTML, XHTML, ...) of Web documents

Jump To: [Congratulations](#) - [Icons](#)

This document was successfully checked as XHTML 1.0 Transitional!

Result:	Passed
Address:	<input type="text" value="http://deadpixels.dk/aflerveringer/s3/liste.php"/>
Encoding:	utf-8 <input type="button" value="(detect automatically)"/>
Doctype:	XHTML 1.0 Transitional <input type="button" value="(detect automatically)"/>
Root Element:	html
Root Namespace:	http://www.w3.org/1999/xhtml



The W3C validators are hosted on server technology donated by HP, and supported by community donations.
[Donate](#) and help us build better tools for a better web.

3681

Options

<input type="checkbox"/> Show Source	<input type="checkbox"/> Show Outline	<input checked="" type="radio"/> List Messages Sequentially	<input type="radio"/> Group Error Messages by Type
<input type="checkbox"/> Validate error pages	<input type="checkbox"/> Verbose Output	<input type="checkbox"/> Clean up Markup with HTML-Tidy	

[Help](#) on the options is available.