



Aikademiet.dk

Wordpress: ai-admin // Sommerblomster3!

Mul B - Gruppe 4

Marie Gwinner Rylander-Hansen

CPH-mr546

Pernille Friborg Madsen

CPH-pm229

Steffen Andreas Kloster

CPH-sk452

[GITHUB](#)

[FIGJAM](#)

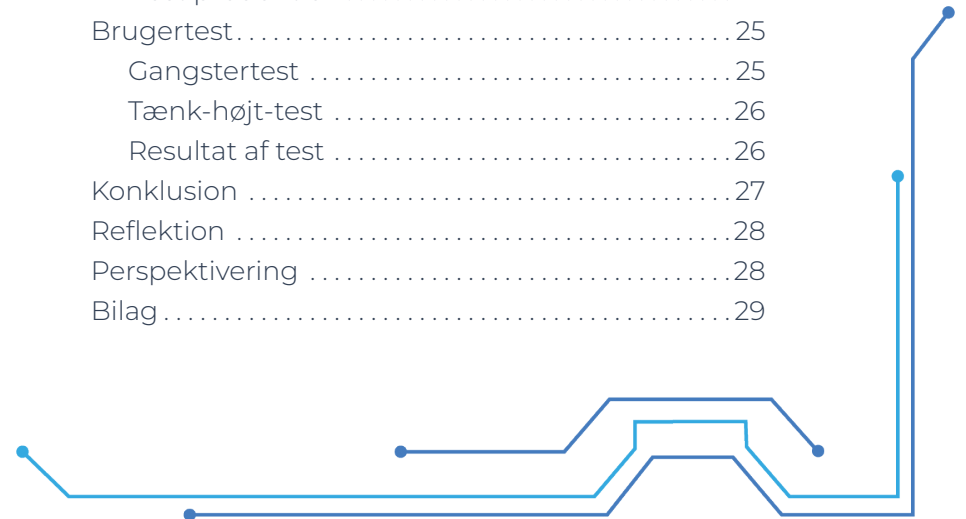
23.936 anslag

Aikademiet

Indhold

Problemformulering	3
Produktbeskrivelse	4
Metode	4
Design Thinking Canva	5
Projektplan	6
PBS	6
WBS	7
Ideudviklingsproces	8
Brainstorming	8
Research	8
Målgruppe	9
Segmentering	9
User scenarios & stories	12
Produkt	13
Wireframes	13
Flowchart	14
Wordpress CMS	15
Theme	15
Administratorroller	15
JavaScript	15
Plugins	16
Billedgenerering	17
SEO	18
Organisk søgetrafik	18
SEO Wordpress Plugin	18

Pattern Libraries & Style guide	19
Typografi	19
Farver	19
Navn	20
Logo design	20
Tone of Voice	21
Videoproduktion	22
Ideudvikling / koncept	22
Storyboard & manuskript	23
Produktion	24
Filmiske virkemidler	24
Post produktion	24
Brugertest	25
Gangstertest	25
Tænk-højt-test	26
Resultat af test	26
Konklusion	27
Refleksion	28
Perspektivering	28
Bilag	29





Problemformulering

At udvikle en dansk digital platform, for personer i den kreative branche, som formidler, underviser og informerer om brugen af AI i det kreative erhverv.

Produktbeskrivelse

Et lærings website i et imødekommende interface og sprog, som giver brugeren mod på at bruge AI. Websitet skal være let at navigere rundt på og give brugeren ny brugbar viden, de kan bruge inden for det kreative erhverv.

Metode

Vores dokumentation til dette projekt, indeholder hele vores websites tilbliven, helt fra idéproces til det endelige resultat. Den vil vise de 3 stadier af design, som er Research, Design og User Testing (UXpin 2015: 10). Den skal demonstrere vores kompetencer bl.a. indenfor interfacedesign, UXdesign, udarbejdelse af content, visualisering, design og planlægning af hele processen. I vores produktdokumentation vil der fremgå nogle af overvejelser vi har gjort os de valg vi har taget.

Da vi har valgt AI som hovedfokus for vores opgave, er det uundgåeligt ikke at benytte nogle af de AI redskaber der eksisterer, for at vise hvad det kan.

Vores produktdokumentation har vi selv skrevet, og sat kildehenvisninger på. Vores indhold på websitet har vi AI-genereret og vi har brugt ChatGPT til tekst og Midjourney til vores billeder.

Ved brugen af ChatGPT har vi spurgt den til det indhold vi gerne ville have. Ellers vi har fundet noget indhold, og fået det omskrevet i et lettere forståeligt sprog af chatGPT. Vi har selv kigget alt indhold igennem, og tjekket det for fejl, og tilrettet det ved behov. Se mere om hvordan man bruger ChatGPT på vores website Aikademiet.dk i artiklen "Introduktion til chatGPT 3 og 4", hvor vi har skrevet om, hvordan man bruger det, og hvad man skal være opmærksom på.





Design Thinking Canva

Vi har brugt Design Thinking Canvas Double Diamond, til at skabe overblik og sortere i vores ideer/proces.

Visionen med vores produkt, er at gøre det mere overskueligt at lære og forstå at AI kan være et brugbart redskab til at generere inspiration og indhold. Vi vil inspirere brugeren til at følge vores råd og blive ved med at få AI relaterede tips og tricks hos os. Design thinking handler nemlig om at designe et produkt som folk gerne vil have, og at du designer det på sådan en måde, at folk også kan lide det (UXpin 2015: 8). I begge elementer, drejer målet sig om slutbrugeren. Som Phil Gilbert siger det "hav brugeren som din nordstjerne" (ibid.)

Vi mener at AI er en uundgåelig del af fremtiden, og at det er vigtigt at lære at forstå hvordan

man bruger AI til at optimere ens kreative arbejdsproces. Vores website vil hjælpe den almene bruger i det kreative erhverv med at komme i gang med at bruge AI. Vi bruger på den måde Design thinkings traditionelle designtaktikker "at designe for at løse problemer", da vores website kan være med til at få opfyldt et behov og skabe værdi for brugeren, og på samme tid kunne lade sig gøre teknologisk (UXpin 2015: 8).

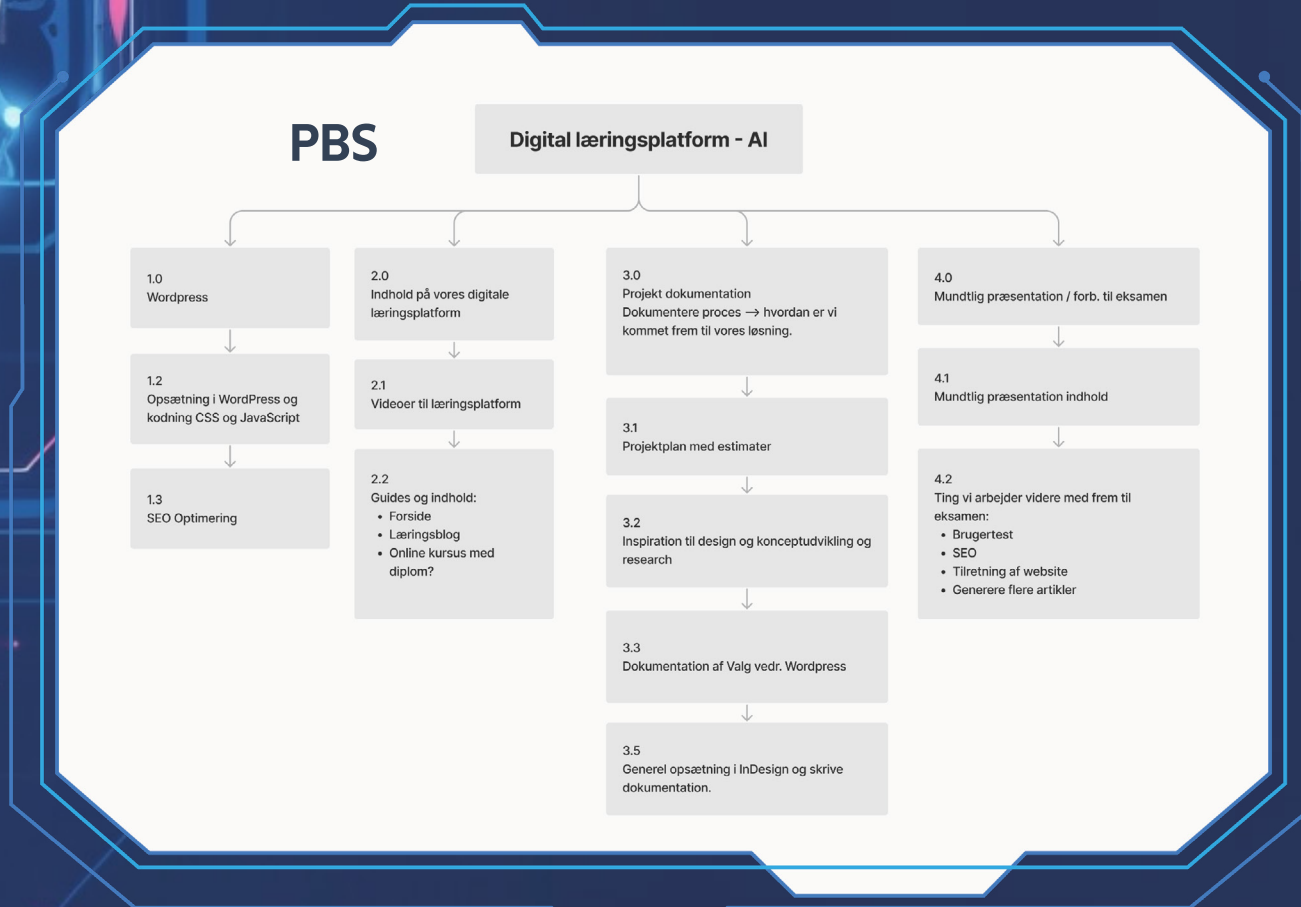
Udfordringen ved vores ide er, om behovet eksisterer i det omfang vi mener, eller de er for skræmte af AI og om vores målgruppe kan finde vores website. Vi har behov for at brande os på de sociale medier, især Instagram, da det typisk er der, vores målgruppe er, og der skal vi fange deres opmærksomhed med hvad vi kan tilbyde. [\(se bilag for double diamond\)](#)



Projektplan

Vi har brugt PBS til at skabe overblik over vores produkt, og ud fra indholdet, har vi kunne lave en WBS med estimater. Derefter har vi lavet en tidsplan diagram hvor vi skabte overblik over vores proces og hvornår vi skulle gå i gang med de forskellige elementer.

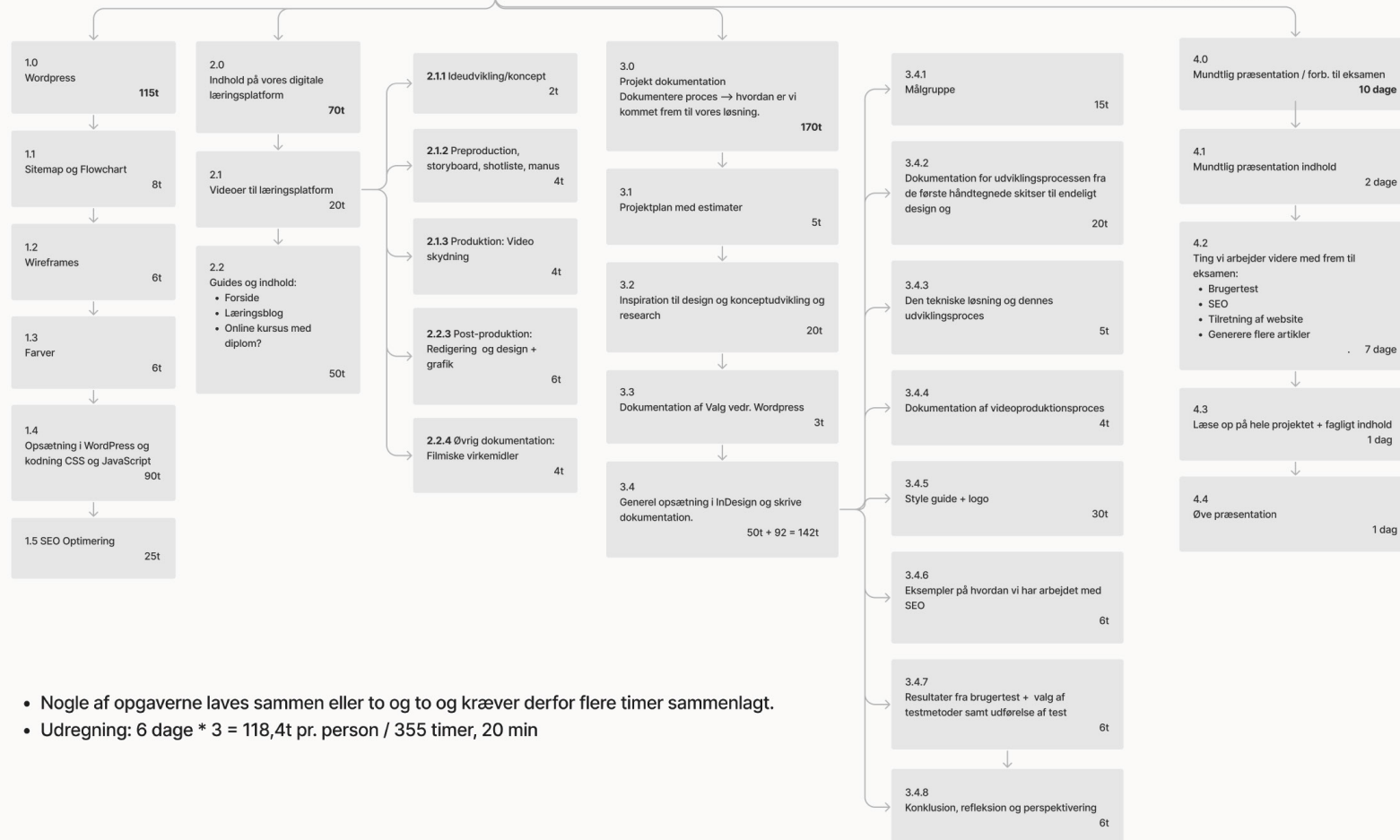
[\(Se bilag for vores tidsplan\)](#)



WBS

Digital læringsplatform - AI Før aflevering: 16 dage / 355 timer

Efter Aflevering





Ideudviklingsproces

Brainstorming

Ved projektstart brainstormede vi hver især på ideer til hvad vores projekt skulle omhandle, vi gjorde dette individuelt, så vi ikke blev påvirket af hinandens ideer. Vi havde dog alle i gruppen nogenlunde samme ideer, så det var ikke en svær proces at udvælge.

Det stod mellem AI (Adobe Illustrator) eller AI (Artificial Intelligence). For at definere vores produkt brugte vi metoden Hv-ord ([Se bilag for resultatet af metoden](#)).

Research

Vi søgte på hvad der var på markedet og fandt frem til at vores indgangsvinkel skulle være at ramme kreative mennesker som er nye inden for brug af kunstig intelligens og synes det kan være overvældende/skræmmende at komme i gang med.

Der findes guides på nettet på dansk, som enten koster penge eller som ikke skærer det nok ud i pap og bare holder sig til det overordnet. Vi mente derfor at der var brug for vores ide på markedet. Man researcher for at sikre sig, at man går i den rigtige retning, og har en solid plan fra starten, så man ikke behøver at gå tilbage og ændre igen. Når man bruger lidt ekstra tid i starten kan spare dig for en masse tid i sidste ende (UXpin 2015: 11). Det er også derfor vi afsatte en del tid til denne proces i starten (kan ses i vores WBS).

Målgruppe

I forlængelse af vores research, søgte vi også information omkring kvinder og mænd i teknologibranchen, for at se, om der er noget vi skal være opmærksomme på, ved at designe til et mere kvindeligt segment. Denne research vil komme til udtryk i vores definition af målgruppen.

(Se bilag for udvalgt research).

Indenfor design dokumentation er det godt at have et overblik over hvem man designer for og hvad brugerne gerne vil have.

Derudover har vi brug for konkrete informationer hvad der kendetegner den specifikke målgruppe, og designe et website der giver mening for dem (Rold, 2021: 36). Det man har behov for som interfacedesigner er at gøre designopgaver konkret med korte beskrivelser af brugerne (ibid.).

Segmentering

Geografisk:

Danmark både store og små byer.

Demografisk:

25-40 år

I gang med kreativ uddannelse eller uddannet kreativ og har 1-15 års erfaring.

Primært kvinder - men inkludere men med samme interesse.

Alle etniciteter, men dansktalende.

Psykografisk:

Middel indkomst eller studerende

Aktiv livsstil - kan lide at holde sig i gang både socialt og fysisk

Ambitiøse og kreative. Kan til tider være tilbageholdende.

Søger information online og bliver draget af det, der er let forståeligt og enkelt. Gemmer interessante/gode websites som bogmærker i deres browser.



Personas

Vi har kreeret tre personas, da vi kunne få lidt forskellige baggrunde at arbejde med. Vi har valgt to kvinder og en mand, det selvom vores primær målgruppe er kvinder, ville vi gerne inkludere mænd.

Det skal derfor ikke være et feminint univers

[\(Se Billag for detaljerede personaprofiler.\)](#)

Persona er en fiktiv repræsentation af en typisk bruger for vores produkt (Rold 2021: 27). Den giver et hurtigt overblik over de karaktertræk og udfordringer, som vores bruger i målgruppen har. En persona er defineret ved sine mål, personligt, praktisk og arbejdsrelateret og sit forhold til det produkt der designes. (ibid.: 28)



RIE HERMANN

- 40 år
- Bor i Bagsværd med sin mand Esben og to børn, Josefine (15) & Lukas (12)
- Uddannet grafisk designer i 2008
- Arbejder som grafisk designer i en stor dansk virksomhed



CAMILLA FRIIS ANDERSEN

- 32 år
- Bor i Valby i en lejlighed med sin kæreste Simon
- Uddannet Multimediedesigner i 2020
- Arbejder i lille startup-virksomhed som Content Creator



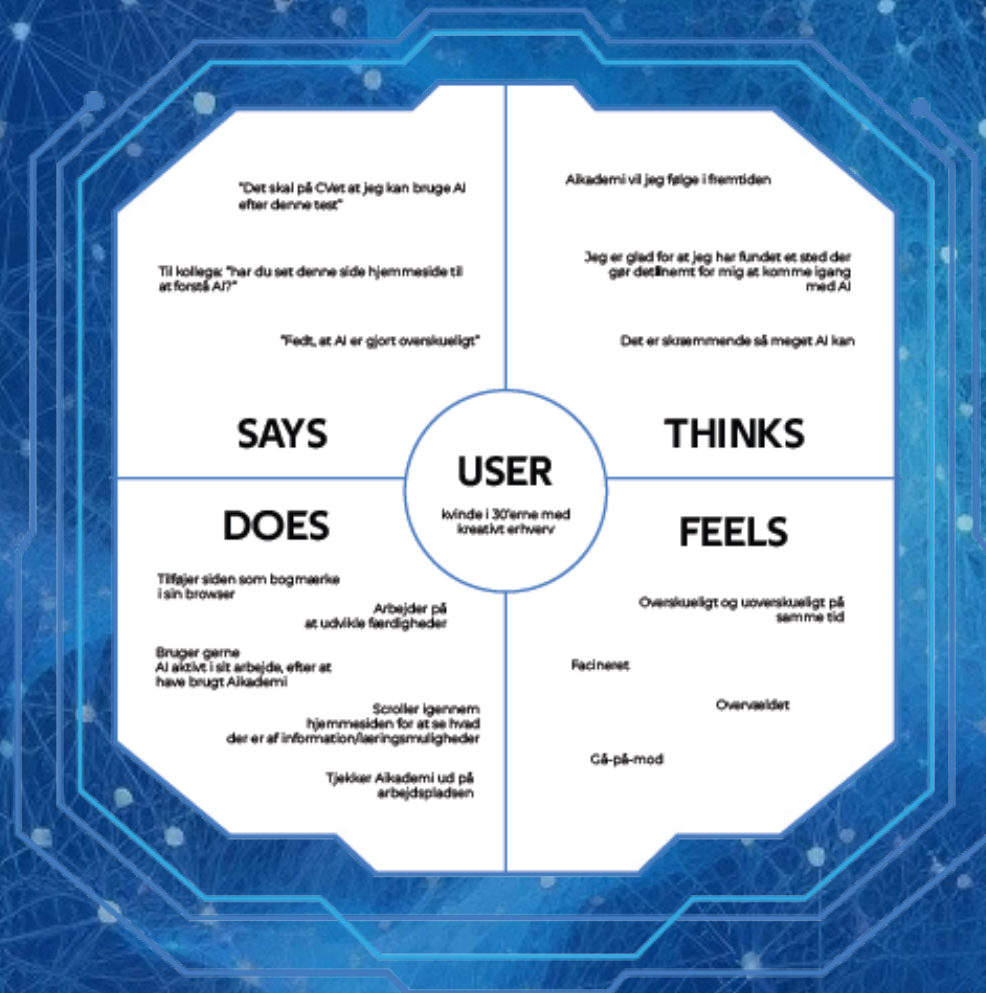
NIKOLAJ MØLLER

- 36 år
- Bor på Christianshavn med sin kone Louise og datter Agnes
- Uddannet fotograf i 2015
- Arbejder som selvstændig fotograf

Empathy Map

Vi lavede et empathy map baseret på to af gruppens medlemmer, Pernille og Marie, da de er vores målgruppe og matcher vores perosnaer.

Empathy map bruges til at etablere fælles fodslag og for at forstå og prioriteres brugernes behov. De bruges bedst fra begyndelsen i designprocessen. Man kan enten fange en bestemt brugers adfærd eller en sammenlægning af flere brugere (Gibbons 2014). Vi har valgt at lave en sammenlægning, da vores to personaer kan grupperes i et segment, da de udviser lignende adfærd. Det viser derved en sammensmeltning af teamer der ses i hele brugergruppen. Empathy maps kan ikke erstatte personas, men viser hvad vi ved på en organiseret og empatisk måde. (Gibbons 2014).



User scenarios & stories

User Scenarios

User Scenarios skaber konteksten bagved User stories, og forklare mere processen og hvor lang tid det tager. Lige meget hvordan man vælger at gøre, skal man indtænke disse 4 elementer: Adfærd, Motivation, Miljø/omgivelser, og Ydre faktorer (UXpin 2015: 49)

Adfærd: Søger online og bruger værktøjer og programmer som man kender og er trykke ved.

Motivation: Man ved at man skal holde sig opdateret, så det er vigtigt at følge nye tendenser, så man ikke falder bagud i branchen.

Miljø: På arbejdet, i hjemmet og på farten/ offentlig transport. Alle enheder, mobil, tablet eller computer.

Eksterne faktorer: I Danmark har man oftest internet lige meget hvor man befinder sig. Der kan være nogle områder, hvor det er langsommere end andre.

User Stories

User Stories beskriver en person, som bruger et produkt, med en kort og uformel formuleret sætning. Designere bruger den primært som en påmindelse om brugerens mål og for at finde ud af hvad websitet skal indeholde (Rold 2021: 36). De beskriver hvem brugeren er, brugerens formål med interaktionen og brugerens motivation for at bruges vores website. Man kan korte det ned til en sætning: "hvem, hvad, hvorfor (Rold 2021: 37).
Formatet til en formulering:

"Som en multimediedesigner vil jeg gerne lære at bruge AI, så jeg kan blive bedre og mere effektiv i mit arbejde."

"Som en uddannet fotograf vil jeg gerne lære at bruge AI, så jeg kan redigere billeder hurtigt og optimere min praksis og billeder."

Som [rolle] vil jeg [opgave], så jeg [fordel] (Rold 2021:36)

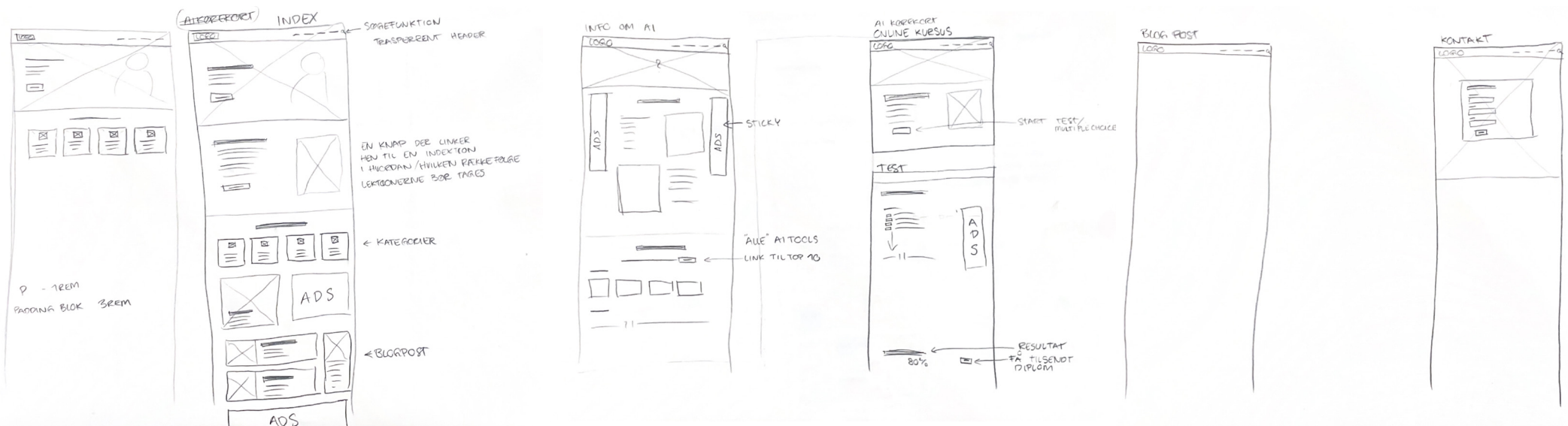
eller

Som en [type af bruger] vil jeg gerne [en funktion] Så jeg kan [færdiggøre et mål](Uxpin 2015: 46).

Produkt Wireframes

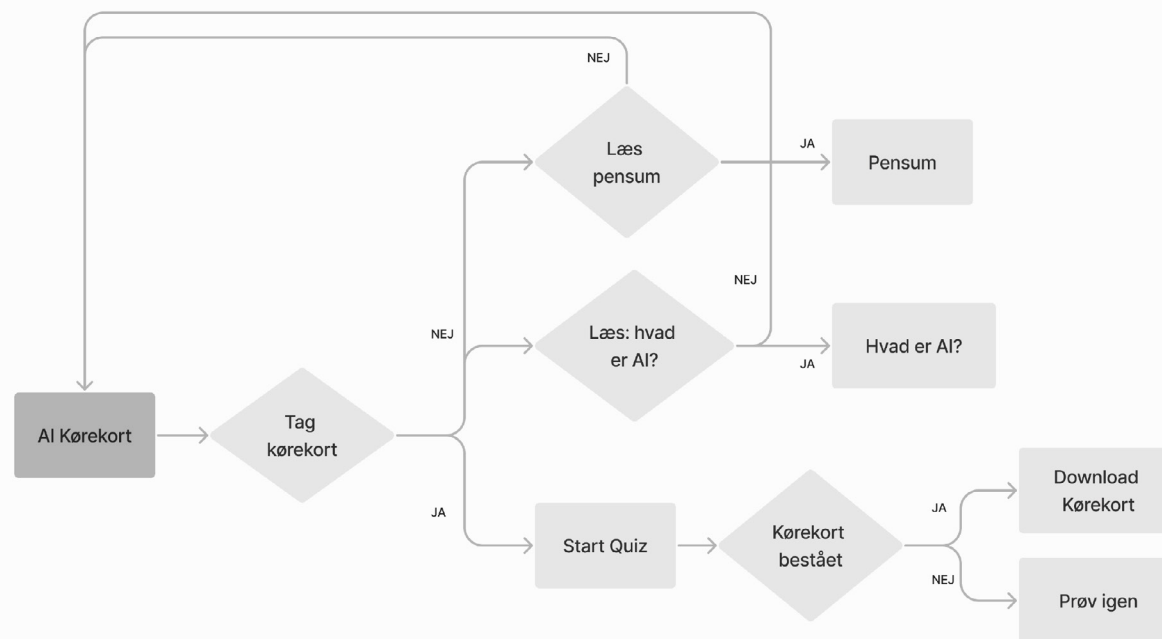
Da vi skulle danne os et overblik over websitets indholdskomponenter i forhold til hinaden og design, valgte vi at bruge håndtegnede wireframes. Formålet med wireframes er at visualisere informationshierakiet i layoutet, så vi kan formidle vores information på bedste vis, og det er nemt for brugeren at navigere igennem indholdet (Rold 2021: 141). Wireframes er mere realistiske i forhold til hvor meget plads de forskellige elementer kommer til at fylde og websitetes proportioner. De skaber forbindelse mellem koncept og strukturelle overvejelser og den visuelle æstetik (ibid.). Vi har brugt wireframes der ligger lidt i mellem lo-fi og hi-fi, da vores skitser er mere detaljerede end blot omridset af de forskellige indholdskomponenter, og ikke er så detaljerede, at de viser konkrete detaljer om indhold eller decideret funktionalitet (ibid.: 143).

Ved opbygningen i WordPress ændrede vi dog på vores oprindelige opsætning undervejs, hvis det i praktisk så bedre ud/gav mere mening. Vi kunne have undgået dette ved at lave hi-fi wireframes i Figma, men vi synes Elementor er så nemt at arbejde i at vi valgte at arbejde direkte derfra.



Flowchart

Vi har lavet en oversigt over hvordan brugeren navigere igennem vores AI kørekort. Brugeren har mulighed for at navigere rundt på siden for at læse "pensum" inden de tager quizen.





Wordpress CMS

For den valgte opgave kunne vi enten bruge WordPress eller selv at kode hjemmesiden fra bunden. Vi valgte at bruge Wordpress, fordi vi synes det dækkede vores behov for opgaven. Wordpress fungerer godt, når der er flere personer der skal være inde over websitet fra start, så alle medlemmer kan arbejde på websitet på samme tid og følge med i processen.

Vi kan i WordPress arbejde med SEO i et plugin, hvilket gør at den sætter nogle ting automatisk ind. Se vores afsnit omkring SEO.

Theme

Vi har brugt Astra som vores tema, og installeret et child theme, så vi kan tilføje vores egen CSS til temaet, uden at det bliver overskrevet, når Astra bliver opdateret.

Administratorroller

Som det første da vi havde oprettet en Wordpress, sørgede vi for at oprette en admin-rolle til alle tre i gruppen. Til sensor og undervisere har vi via pluginet "members" kreeret bruger-roller, som har lige så meget adgang som os, dog uden adgang til at slette eksisterende brugere. Dette gjorde vi af sikkerhedsmæssige grunde, for ikke at kunne blive udelukket fra vores eget site.

JavaScript

Vi har lavet vores egen quiz fra bunden, primært med Javascript, men også med CSS-frameworket Tailwind. Ved gennemførsel af quizzen, genererer vi også en PDF-fil med Javascript, der har vi brugt PDF-LIB.



Plugins

I vores overvejelser omkring hvilke plugins vi skulle bruge, har vi haft enkelte retningslinjer. Vi har som udgangspunkt altid tjekket om den er kompatibel med vores version af Wordpress, tjekket ratings og kun hentet ned via Wordpress. På den måde er vi sikre på de bliver opdateret. ([Se bilag for komplet liste af plugins](#))

Vores vigtigste plugins omfatter:

Advanced Ads

Vi er blevet godkendt af Google til at have reklamer på vores site, så vi fortsat kan have vores artikler frit tilgængelige. Derfor bruger vi dette plugin til at tilføje reklamer til vores artikler, samt sørge for, at brugeren kun får fremvist personlige reklamer, hvis de har godkendt marketings cookies.

BackWPup

Det er vigtigt at have backup!

Complianz GDPR/CCPA Cookie Consent

Dette plugin softlocker brugeren ud af hjemmesiden, indtil de enten accepterer eller afviser ikke nødvendige cookies. Ikke nødvendige cookies er bl.a. Google Analytics. Dette er for at overholde loven om GDPR.

Elementor

Elementor er den website builder, som vi har brugt til at sætte hjemmesiden op. Vi kan med Elementor bruge flexbox til at opbygge siderne.

Elementor AI-kademiet

Vi har lavet vores eget plugin, da vi gerne ville vise hvordan man skriver med ChatGPT.

Schema & Structured Data for WP & AMP

Tilføjer Google Rich Snippets markup, så vores artikler ser pænere ud på Google, ved at inkluderer billede og dato.

Smush

Weboptimere vores billeder så de ikke er større end højst nødvendigt.

The SEO Framework

Vores SEO plugin til hjemmesiden. Den var god til at vise hvad vi skulle gøre for at optimere vores SEO.

Title: The branding is repeated.

1. It's built from page SEO meta input.
2. It's automatically branded.
3. The site title is found multiple times.

T D I F A
R

Published
2023/05/05 at 9:36 pm

Billedgenerering

Tæt på alle billeder på vores hjemmeside er genereret med Midjourney, og derefter redigeret i Photoshop/Illustrator, og/eller upscaled med Gigapixel eller Photo AI.

Da vi har et betalt abonnement hos Midjourney, har vi fuld ophavsret til vores genererede billeder, og må bruge dem som vi vil. Midjourney bruger tekstprompts, til at generere billederne, her under har vi eksempler på hvordan vi har fået Midjourney til at

generere billeder for os.

Diplom og alle ikoner i projektdokumentationen er lavet i Illustrator, hvor vi primært har brugt pentool til at lave former og figurer.

Baggrundsbilleder dokumentationen er genereret med Midjourney, og genereret ud fra hvordan Midjourney selv beskriver kunstig intelligens. Kvindelige træk med robot-indre.



“Hand holding floating human brain with circuit design, in the style of unreal engine 5, blue color palette, futuristic, AI design, illustration”

Tilføjet OpenAI logo selv i Photoshop.



“Illustration of a pens icon, flat svg style and vector, in the style of leica cl, abstract minimalism appreciator, calligraphy inspired, abstract vector background”



“Illustration of artificial intelligence, blue color palette, simple and friendly”

SEO

Organisk søgetrafik

For at få folk ind på siden, har vi holdt øje med hvilke søgeord, der trender inden for AI. Der har vi primært brugt Google Trends og SEMrush, til at finde dem.

For eksempel søgte størstedelen efter "chatgpt dansk", hvilket ikke var noget vi havde skrevet noget om, vores artikler om ChatGPT indeholdte ikke ordet "dansk". Derfor skrev vi artiklen "ChatGPT Dansk: ChatGPT AI tilgængelig i Danmark", så vi kunne rankere på de søgeord og få mere organisk trafik ind.

Ved at holde øje med Google Trends, kan vi skrive artikler baseret på nøgleord, som folk i Danmark søger efter lige nu, og SEMrush kan hjælpe os med at fortælle, hvor svært det ville være for os at rankere på de følgende søgeord.

Ved at holde os opdateret med de mest søgte nøgleord, og skrive artikler ud fra dem, gik vi fra 100 impressions på en uge, til 100 impressions på kun én dag.

SEO Wordpress Plugin

Vores SEO plugin "The SEO Framework" genererer automatisk meta tags til vores artikler, såsom titel og beskrivelse, og fortæller os også, om teksterne er for lange, korte eller ikke indeholder relevante søgeord ift. artiklen. Dette simplificerer processen for os, da vi har mange artikler, og at skulle skrive meta-tags selv, ville tage lang tid.

Pattern Libraries & Style guide

Typografi

Alle typografier brugt på websitet er San Serif, da den virker enkelt og let læselig. San serif passer godt til vores format da den fremstår klar og tydelig og kan læses hurtigt (Rold 2021: 162).

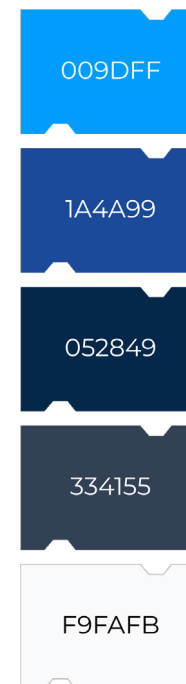
Til overskrifter har vi valgt en meget bold skrift for at skabe kontrast til brødteksten, som er fin, i forhold til, det lå også op af fonten, som er brugt til logoet. Brødteksten er en bred sans serif som er brugt mange steder online, og har en genkendelighed.

Overskrifter - Techna Sans
Brødtekst - Montserrat

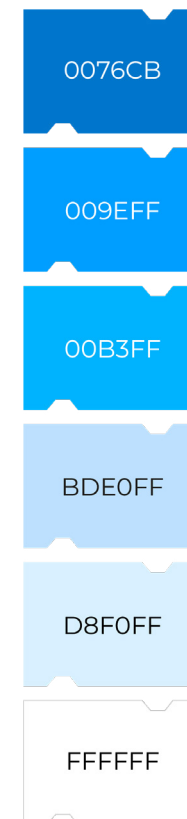
Farver

Blå har en effekt af ro og troværdighed. Kuløren blå ses ofte i forbindelse med teknologi og er også den mest benyttet farve online, så derfor er vores farvepalette i. Vi har holdt os mest indenfor de klare lyseblå farver i høj intensitet, da det giver et lethed på websitet. Dette gør at brugeren ikke føler at det er et tungt emne at skulle gå i gang med. I hele vores univers bruger vi kun analoge farver, da det giver et harmonisk udtryk uden store kontraster. (Rold 2021: 181 & 183).

Webfarver



Logofarver



Montserrat
Techna Sans

Navn

Vi brainstormede og brugte ChatGPT til hjælp med at generere mulige navne til vores side. Selv havde vi ideer som BrugAI, LærAI og AI-learning, som vi gav til ChatGPT. Den kom så bla. med Aiakademiet.dk. Vi så hurtigt at der var potentiale for at skabe et nyt ord, vores navn, Aikademiet. Vi skriver om "AI", vi giver information "I'et" og du lærer som på et akademi.

Det var derfor vigtigt for os, at når vi skulle lave logoet, at de elementer kunne tydeliggøres.

Aikademi

Aikademi

Aikademi

Aikademi

AIkadamiet

problemer:

- ser meget stift ud
- ligner < (større end), i stedet for et k

ai akademiet

problemer:

- vi hedder ikke "ai akademiet"
- ligner adobe illustrators logo

Aikademiet

Aikademiet

Aikademiet



Logo design

Som udgangspunkt ville vi gerne have navnet som en del af logoet, og med vores ide om at tydeliggøre AI, I og akademi, skulle adskilles på en god måde.

Vi ville gerne associere med et akademi/uddannelse, så vores logo skulle gerne se offentlig og tilgængeligt, uden at blive kommune-kedeligt.

Typografi (udgangspunkt) - Mundial Bold

Tone of Voice

Sproget på vores website er holdt i et let og forståeligt sprog, vi vil gerne inkludere alle. Meget af vores tekst til artiklerne er genereret med ChatGPT. Vi har formuleret en tekst og givet ChatGPT instrukser på at holde sproget på et niveau så det er letlæseligt og ikke for kryptisk. En formulering kunne lyde "teksten skal være på et niveau som alle kan forstå. minimal indviklethed og burstiness". Tekster fra ChatGPT læses altid igennem for fejl eller ukorrektheder.



Videoproduktion

Ideudvikling / koncept

Vi brainstormede på ideer til hvad en video på siden skulle omhandle, om vi skulle lave læringsvideoer eller velkomstvideo. Vi mente ikke at læringsvideoer ville passe til vores univers da vi gerne ville bruges som et opslagsværk til senere brug, og at brugeren kan gøre det i sit eget tempo.

Derfor ville vi lave en velkomstvideo, som er på forsiden af websitet. Videoen skal kort beskrive og præsentere Aikademiet og hvad du kan på siden. Vi vil gøre brug af enkelte AI værktøjer for at illustrere for bruger hvad man kan og tage det ned på et niveau som virker ufarligt.

(Se bilag for [Video script template](#) & [Shotliste](#))

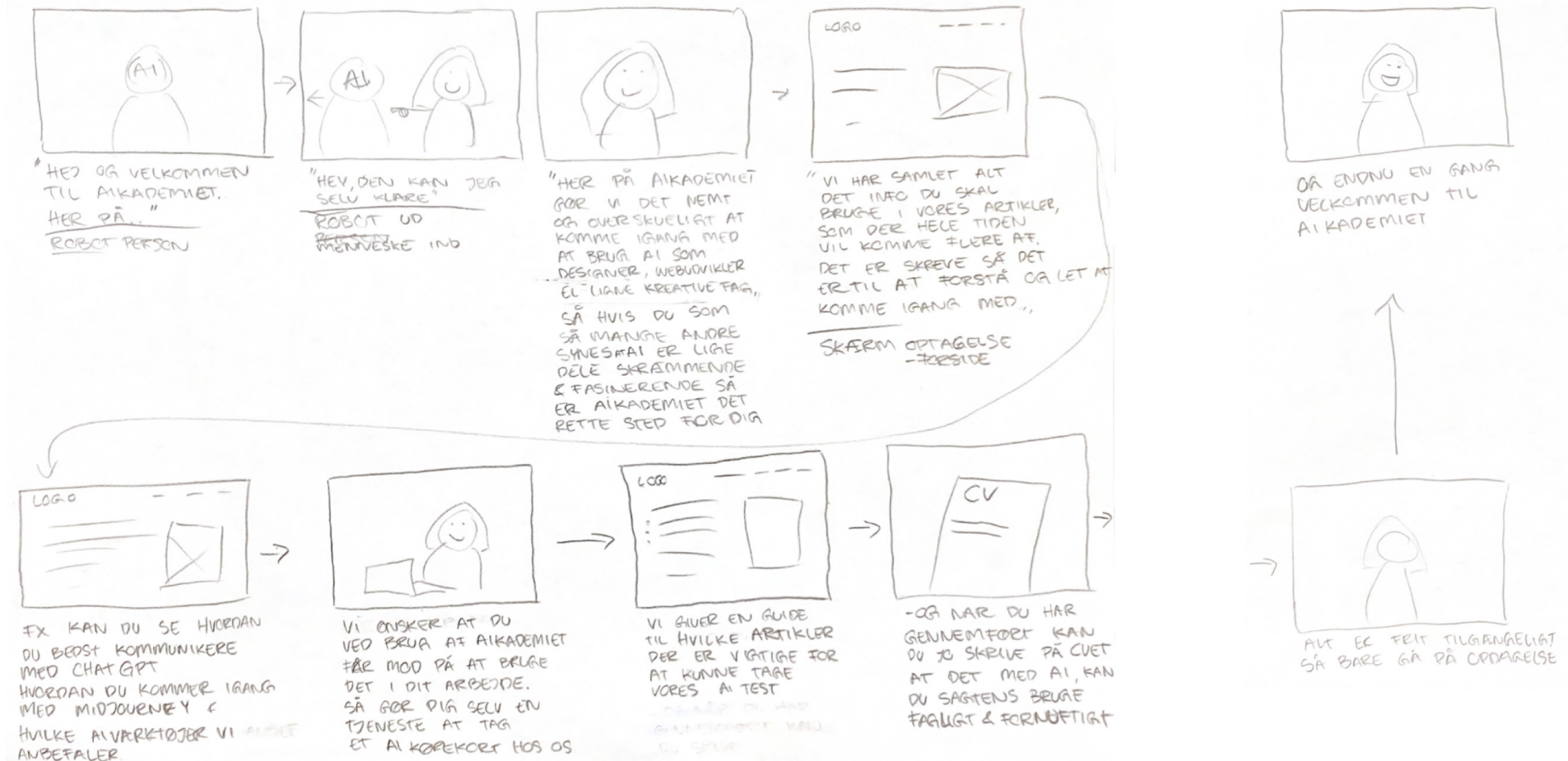


Storyboard & manuskript

Her vises vores storyboard, med første udkast til manuskript.

(se bilag for komplet manuskript).

Overgangen mellem bot og fortælleren skal ske i en glitch, og baggrunden bag vores fortæller er nu et greenscreen setup. Vi viser fortælleren i hjørnet hver gang vi viser skærmoptagelser. Under produktionen ændrede vi lidt i storyboardet da vi kunne se at det virkede bedre, med en bot-afslutning.



Produktion

Vi optog på greenscreen så vi kunne ændre baggrunden, brugte en Ai genereret bot via Colossyan.com og havde skærmoptagelser fra vores website.

Vi filmede optagelserne på greenscreen på en iPhone 12 Pro i horisontalt format. 9:16 og optog i 4k 30fps.



Filmiske virkemidler

Vi filmede i halvnær billedbeskæring og lige på i neutral vinkel.

Vi har under hele videoen lagt baggrundsmusik på for at det ikke virkede så fladt. (Filmcentralen 2023)

Post produktion

Hele post produktion blev lavet i Premier Pro. Vi lagde et Adjustment layer så vi kunne skabe den "glitch" vi ønskede.

Til dette brugte vi følgende effekter:

VR chromatic aberrations, VR digital glitch & Wave Warp.

Derudover tilføjede vi lydeffekter.

Til overgangene har vi brug Cross Dissolve, som har en "fade effekt".

Vi fjernede greenscreen ved hjælp af Ultra Key, og brugt en opacity mask over fortælleren for at fjerne rammen.

Under Essential Sound har vi sat talen til "Dialogue" og brugt Auto-Match under Loudness

Brugertest

Gangstertest

Vi har valgt at bruge gangster testen, da den vurderer websites navigationsdesign.

Jo højere score jo bedre klare websitet sig. (Krug 2014:82)

Testen gjorde os opmærksomme på, at vi manglede noget navigation, så brugeren bedre kan se, hvilken underside man er på. Det har vi derefter tilrettet med en brødkrummeski på undersiderne. Testen viste også, at det skulle være mere tydeligt, hvordan man er kommet hen på siden. Det har vi også valgt at ændre med en effekt på headeren, som viser hvilken side man er på.

	Ai kørekort	Artiklen: Ai UX/UI værktøjer til at...	Artikler
Hvilket website befinder du dig på?	3	3	3
Hvor er websitets globale menu?	3	3	3
Hvilken underside befinder du dig på?	2 markere denne side mere effektivt	0 Det er svært at gennemskue.	0 Ingen overskrift el. andre indikatorer. Skal tilføjes
Hvilke muligheder har du på denne side?	3	3	3
Hvordan er du kommet her til?	3	0 Det kan man ikke se, Brug brødkrummesti	1 Svært at finde
Hvor kan du søge?	3	3	3
Score i alt	17	12	13

Tænk-højt-test

Denne test har vi valgt at bruge, da den giver et godt indblik i hvordan brugeren navigere på siden, udfra den givende opgave de er blevet stillet. Vi har testet på 5 forskellige personer som ikke har en tæt relation til os, eller projektet, men går ind under målgruppen. Da vi gerne vil have en så objektiv test så muligt. (Moran, 2019)

Opgaven de blev stillet:

1

Du vil gerne blive klogere på AI og have et AI kørekort. Find den information/viden du skal bruge for at kunne tage testen.

2

Du vil gerne blive klogere på hvordan du bruger AI til billedredigering. Find informationen på websitet.

3

Du ved ikke hvad AI er. Find informationen på websitet.

[\(Se bilag for observation af test\)](#)

Resultat af test

Da vores testperson umiddelbart ikke lod mærke til vores header i første opgave, dette kan skyldes lys på computeren der ikke var på maks, og lys refleksion der gjorde det mindre utydeligt. Dette kan uanset være tilfældet på mange brugers computer, så vi har gjort teksten i menuen mere fed.

Vi har gjort det lidt tydeligere hvilken side man befinder sig på, ved af bruge en anden farve og fonttykkelse i headeren.

Vi fjernede vores kategoriserings menu på forsiden, og lavede en overskrift med " Seneste artikler" i stedet. Den var desværre nem at overse, selvom intentionerne med at have dem var, at det skulle være nemt at navigere i. Vores testperson overså dem i hvert fald.

Vi har også rettet vores ai-kørekort igennem, så der ikke kommer det samme spørgsmål flere gange, da det var tilfældet for testpersonen.

før

Hvad er AI AI kørekort Artikler v Kontakt 🔍

efter

Hvad er AI AI kørekort Artikler v Kontakt 🔍

før

Var du uopklaret i vores mange artikler, så har vi nu lavet et AI kørekort i form af en multiple choice test.

Allt om Billedgenerering Billedredigering Chatbot Kodeløsning Research Udviklingsværktøjer

efter

Seneste artikler

Bard AI Leonardo AI



Konklusion

Vi kan ud fra vores proces og resultater konkludere at vi skabt en dansk digital platform, som formidler, informerer og underviser om brugen af AI i det kreative erhverv. Vi er gået efter at ramme et udtryk som er tiltalende for primært kvinder og samtidig har et teknologisk udtryk, hvilket vi lykkes med, da kvinder fx også går op i, hvilken kontekst de kan bruge "produktet", altså vores website til. Det har vi flere eksempler på, med nogle af vores artikler og øvrige indhold, som taler ind i dette.

Vi har fulgt nogle af principperne for design thinking og designet vores produkt ud fra at "løse et problem", hvilket i vores tilfælde handler om at formidle brug af AI på en nem og overskuelig måde, og på den måde kan skabe værdi for brugerne. Vi har med hele vores proces været igennem mange af de stadier, man går igennem i en design og udviklingsproces, alt fra idéudvikling, målgruppeafklaring, design af websitet. Dette har været med til at skabe et resultat der taler til vores målgruppe og forhåbentlig kommer til at bidrage med det formål siden er lavet til.



Refleksion

Vi kom hurtigt igang med hvilken ide vi ville gå med og været gode til at gå slavisk igennem ideprocessen og fulgt vores tidsplan, hvilket har givet os overskud og ikke har skulle ændre retning for projektet.

En ting vi ville have gjort anderledes var fra starten af, at sammenligne SEO plugins. Vi brugte unødigt tid, da vi undervejs udskiftede vores SEO til et andet plugin, vi havde læst var bedre.

Perspektivering

Lige nu er der en stor samfundsdebat omkring AI og brugen af det. Nogle er bekymret for AI og med god grund, da AI kan være trænet på copyrightet materiale og kan være trænet til at være bias imod en bestemt retning eller holdning. Derfor kan man diskutere om det er noget man skal være med til at fremme og oplyse omkring.





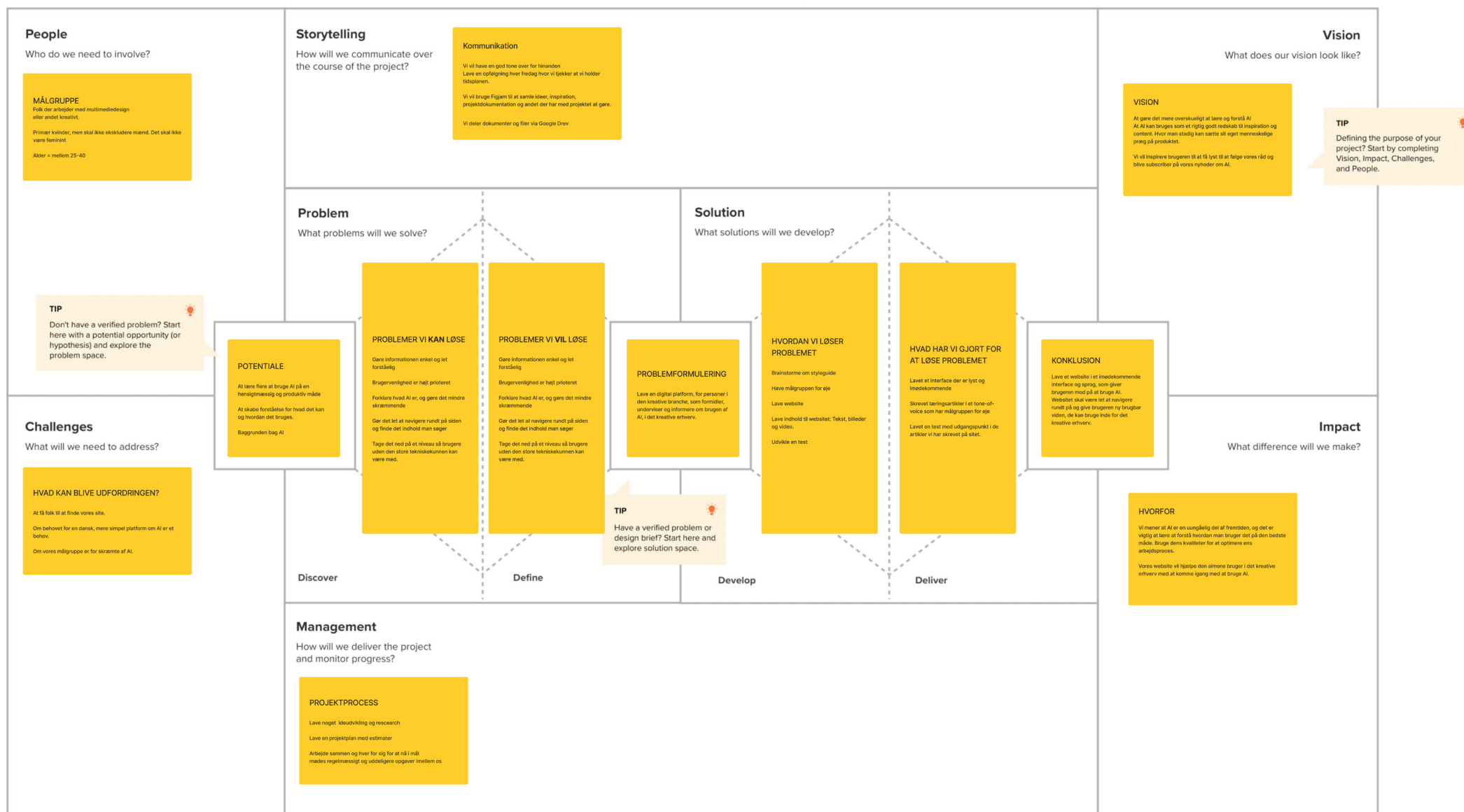
Bilag

Indhold

Double diamand	30
Tidsplan for projektet.....	31
Målgruppe.....	32
Hv-ord,	32
definition af vores produkt.	32
Personas	33
Plugins	35
Video Script Template.....	37
Manuskript	39
Brugertest.....	40

Double diamond

[Link til Figjam](#)



Tidsplan for projektet

FØR AFLEVERING

Uge 18

- PBS og WSB
- Problemformulering
- Double diamond
- Målgruppe og UX
- Begynde Pattern libraries og styleguide
- Sitamap
- Flow-chart
- Starte på Wireframes

Uge 19

- Wordpress opstart og begynde at sætte op /Java Script
- Wireframes
- Styleguide / Brand identity
- Video materiale /Læringsvideo
- Indhold til Website

Uge 20 (kort uge)

- Læringsvideo
- Wordpress
- SEO
- Brugertest
- Produktdokumentation

Uge 21

- Produktdokumentation
- Finpusse alt
- evt. SoME content

EFTER AFLEVERING

Uge 22

- Fremlæggelse indhold
- SEO
- Brugertest

Uge 23

- SEO
- Brugertest
- Arbejde videre med indhold til website
- Tjekke alt igennem

Uge 24 / 2 dage

- Øve fremlæggelse
- SEO

Hv-ord, definition af vores produkt.

Ved definition af målgruppen brugte vi hv-ord, sammenholdt med vores research omkring målgruppen.

Hvad:

Et læringssite omkring brugen af AI i det kreative erhverv.

Hvem

Designere, primær kvinder (da de oftes kan være mere tech-forskrækket end mænd).

Hvor

Online

Hvilke

Websitet vil være bygget op i blogs så der nemt kan søges

Hvordan:

Via WordPress opbygger vi websitet, da det er nemt at tilgå flere admin-usere

Hvorfor:

Vi mener at der er et behov for at gøre AI mere ligetil og overskueligt, da der findes et hav af AI tools. Det kan være svært at danne sig et overblik, og om eksempelvis er værd at betale for.

Målgruppe

I forbindelse af vores research fandt vi nogle artikler der omhandler information vi kan bruge, til at specificere vores målgruppe.

Link 1: <https://bachelor.au.dk/laes-naturvidenskab/moed-de-studerende-paa-naturvidenskab/simone>

Link 2: <https://videnskab.dk/teknologi/derfor-taender-kvinder-ikke-paa-teknik/>

»Generelt er tekniske systemer, og hvordan de virker, guf for mandehjernen. Men så let er det ikke med kvinder. For dem skal teknik ikke handle om abstrakte, tekniske detaljer, men være relateret til almindelige dagligdagsforhold: Hvad kan de bruge produktet til i deres hverdag, og hvordan vil produktet gøre en positiv forskel – ellers gider de ikke bruge tid på det,« fortæller Rune Nørager.

Personas

Her er vores tre personas i sin fulde længde.



CAMILLA FRIIS ANDERSEN

- 32 år
- Bor i Valby i en lejlighed med sin kæreste Simon
- Uddannet Multimediedesigner i 2020
- Arbejder i lille startupvirksomhed som Content Creator

Camilla bruger i sin fritid på sin mobil, på Instagram hvor hun finder inspiration og nye trends både indretning og livstil, men også professionelt til at udvikle sig på arbejdet. Hun får middelløn inden for hendes fag, dette skyldes primært sin arbejde i en startup.

Hun synes teknologi er spændende og facinerende, men også skræmmende og ved ikke helt hvordan hun skal gribe det an.

Bæredygtighed betyder noget for hende i det omfang at det kan passe ind i hendes livstil. Hun spiser grønt og har kødfrie dage, men er ikke vegetar. Hun køber gerne økologisk. Camilla og hendes kæreste bruger en deleordnings elbil via ShareNow eller lign.

Hun vil helst kommunikere med andre via tekst (messenger / mail) frem for at ringe.

Motivation

Camilla er glad for sit arbejde, og elsker at udvikle sig. Hun er ambitiøs og vil derfor gerne udvikle flere færdigheder inde for hendes fag.

Målsætning

Camilla ved at for at holde sig opdateret og igang er det vigtig at følge nye tendenser og teknologiske udviklinger.

Fustrationer

Hun synes at den teknologiske verden kan være en jungle og ved ikke hvordan hun skal komme igang med det, og kan hurtigt give lidt op.



RIE HERMANN

- 40 år
- Bor i Bagsværd med sin mand Esben og to børn, Josefine (15) & Lukas (12)
- Uddannet grafisk designer i 2008
- Arbejder som grafisk designer i en stor dansk virksomhed

Motivation

Rie finder stor motivation i at være bedst. Hun har mange års erfaring og ved man skal holde sig til ilden for altid at være aktuel

Målsætning

Ria vil gerne udvikle sine færdigheder og tror på at AI er en uungåelig del af fremtiden.

Fustrationer

Hun er tryk i sine Adobe CC programmer, så at udvide sin værktøjskasse kan virke uoverskueligt.

Rie bruger sin fritid på sin mand og to børn og på at indretning af sit hjem. Hun ser meget serier om ftenen hvis hun ikke har en deadline som lige skal nås på arbejdet. Hun finder inspiration på sociale medier og sider som Dribbble. og bruger gerne sin laptop.

Hun er dygtig og perfektionistisk til sin erhverv. Hun er ikke teknologiforskrækket men holder sig tit til det hun kender.

Bæredygtighed betyder meget for hende, og hendes valg er til truffet med bæredygtighed i tankerne.

Hun køber kun økologisk. Hun spiser ikke vegatarisk, men spiser gerne vegatarretter flere gange ugentligt.

Hun kommunikere meget i tekst grundet sit arbejde, men rigner gerne da hun synes der tit er mindre misforståelser ved tale.



NIKOLAJ MØLLER

- 36 år
- Bor på Christianshavn med sin kone Louise og datter Agnes
- Uddannet fotograf i 2015
- Arbejder som selvstændig fotograf

Motivation

Nikolaj bruger meget af sin tid på at fotoredigere og tage flotte billeder. Han har deltaget flere gange i fotokonkurrencer, da det motivere ham til at blive bedre

Målsætning

Nikolaj ved at det er vigtig at følge med i den teknologiske verden og vil gerne kunne mestre de hjælpemidler der giver mening for hans passion.

Fustrationer

Han er ikke skræmt af ny teknologi men kan have svært ved at finde ud af hvor han finde det der vil give mening for ham.

Nikolaj bruger sin fritid på sin hobby og erhverv som fotograf. Han tager billeder med sit spejlrefleks og bruger med tid i Photoshop som han er rigtig dygtig til. Han finder inspiration via fotograferings forumer, og en lille smule på instagram, hvor han også selv ligger sine billeder op.

Han ved at teknologi er en del af fremtiden og synes gadgets er fede. Han bruger Siri på sin Iphone til at hjælpe sig.

Bæredygtighed betyder noget for ham i det omfang et det typisk er bedre og dyrer produkter.

Han elsker at være i naturen hvor han finder meget inspiration til hans fotografering.

Han kommunikere meget via tekst (messenger / mail) frem for at ringe.

Plugins

Admin Menu Editor

Giver os mulighed for at redigere i menuen i venstre side for at optimere den til vores behov, så bla. de menupunkter vi bruger mest var i toppen.

Advanced Ads

Er et plugin der automatisk sætter reklamer ind i vores blogposts.

BackWPup

Vores plugin til at lave backups

Complianz GDPR/CCPA Cookie Consent

Dette plugin softlocker brugeren ud af hjemmesiden, indtil de enten accepterer eller afviser ikke nødvendige cookies. Ikke nødvendige cookies er bl.a. Google Analytics. Dette er for at overholde loven om GDPR.

Contact Form 7

Vores kontaktformular plugin, til kontakt siden.

Contact Form CFDB7

Gemmer alle henvendelser fra kontaktformularen i databasen også, i tilfælde af, at de ikke går igennem. Contact Form 7 har ikke som standard noget til dette, og henvendelser ville derfor gå tabt.

Converter for Media

Tilføjer understøttelse til WebP billedformatet, og konverterer automatisk billederne for os.

Custom Fonts

Muligheden for at tilføje vores egne fonts, som ikke kommer med Elementor som standard. Er kompatibel med Elementor, som vi har brugt til hjemmesiden.

Elementor

Elementor er den website builder, som vi har brugt til at sætte hjemmesiden op.

Elementor AI-kademiet

Vores eget plugin til Elementor, som tilføjer en ChatGPT widget.

Essential Addons for Elementor

Da mange af Elementor's widgets er låst bag en betalingsmur, bruger vi dette plugin, til at få nogle flere gratis widgets.

Essential Blocks

Blocks library til Gutenberg, hvilket er standard editoren på Wordpress. Vi bruger Gutenberg, når vi skriver blog posts, som standard.

FileBird Lite

Giver os muligheden for at oprette mapper i vores mediearkiv, så der er mere styr på vores filer. Vi skrev en artikel, som brugte 107 billeder, og for at de billeder ikke flød ud sammen med de andre, installerede vi pluginnet.

Health Check & Troubleshooting

Et Wordpress.org plugin, til at tjekke siden for eventuelle fejl.

Members

Det plugin som vi har lavet avanceret styring af userroles.

Premium Addons for Elementor

Samme princip som Essential Addons for Elementor.

Rank Math SEO

Vores første SEO plugin på siden. Vi fandt pluginnet til at være bloated og unødvendigt, og skiftede det ud med TSF i stedet. Vi har ikke slettet det endnu, i tilfælde af at pluginnet stadig indeholder gammel SEO data, som vi gerne vil have.

Redirection

Vi skiftede halvvejs igennem projektet permalinks til vores blog posts, og skulle derfor bruge et plugin, som kunne redirecte vores gamle links, til de nye. Af SEO årsager valgte vi, at skifte fra /post/%page_title% til bare /%page_title%.

Redis Object Cache

Vi bruger Redis til at køre en object cache, for at få hurtigere performance, og derfor bedre SEO og konverteringer.

Royal Elementor Addons

Samme princip som Essential Addons og Premium Addons.

Schema & Structured Data for WP & AMP

Tilføjer Google Rich Snippets markup, så vores artikler ser pænere ud på Google (inkluderer billede og dato).

Smush

Hjælper med billedkomprimering i tre forskellige størrelser.

SVG Support

Giver os muligheden for at uploade SVG-filer til mediearkivet. SVG-filer er blokeret som standard, da filerne kan indeholde ondsindet kode, såsom Javascript, og være en vektor til et persistent XSS angreb.

The SEO Framework

Vores SEO plugin til hjemmesiden.

The SEO Framework - Extension Manager

Extension Manager til TSF. Vi brugte dette, for "Transfer"-tilføjelsen, som kan migrere RankMath data til TSF.

Video Script Template

Narration (voiceover, dialogue)	Audio (music, sound FX)	Video (action)	Visuals (Set. props, visual FX)	Timecode	For the editor
Scene #1	Tale	Robot person taler. Filmes også med en person, så vi har det hele med både robotperson og rigtig person.		5-10 sek	
Scene#2	Tale	Robot ud af billedet → menneske ind i billedet. Der filmes at personen kommer ind i billedet.		5 sek	
Scene#3	Tale	Person filmes forfra og introducere		10 sek	
Scene #4	Tale	Skærmoptagelse af forside på Aikademiet.dk	Computer	10 sek	
Scene#5	Tale	Skærmoptagelse der viser hvad man kan på siden	Computer	5 sek	
Scene #6	Tale	Person der fortæller om Aikademiet og hvordan man skal få mod på at starte med AI	Computer	10 sek	
Scene #7	Tale	Skærmoptagelse: forklarer om vores artikler og test	Computer	5 sek	
Scene #8	Tale	Billede eller skærmoptagelse med vores Ai-kørekort bevis	Computer	5 sek	
Scene #9	Tale	Person der forklarer om alt vores indhold er gratis og frit tilgængeligt		5 sek	
Scene #10	Tale	Person der filmes forfra, Velkommen til Aikademiet igen, og vi håber de kommer godt igang med at bruge vores hjemmeside.		5 sek	

Shotliste

Day and time	Scene	Day or Night	Description	Location	Characters	Props
17/15/23	Scene 1	Dag	Robot person taler. Filmes også med en person, så vi har det hele med både robotperson og rigtig person.	Medialab	Person	
17/15/23	Scene 2	Dag	Robot ud af billedet → menneske ind i billedet. Der filmes at personen kommer ind i billedet.	Medialab	Person	
17/15/23	Scene 3	Dag	Person filmes forfra og introducere	Medialab	Person	
17/15/23	Scene 6	Dag	Person der fortæller om Aikademiet og hvordan man skal få mod på at starte med AI	Medialab	Person	Computer
17/15/23	Scene 9	Dag	Person der forklarer om alt vores indhold er gratis og frit tilgængeligt	Medialab	Person	
17/15/23	Scene 10	Dag	Person der filmes forfra, Velkommen til Aikademiet igen, og vi håber de kommer godt igang med at bruge vores hjemmeside.	Medialab	Person	
17/15/23	Scene 4	Dag	Skærmoptagelse af forside på Aikademiet.dk	Lokale der er stille		Computer
17/15/23	Scene 5	Dag	Skærmoptagelse der viser hvad man kan på siden	Lokale der er stille		Computer
17/15/23	Scene 7	Dag	Skærmoptagelse: forklarer om vores artikler og test	Lokale der er stille		Computer
17/15/23	Scene 8	Dag	Billede eller skærmoptagelse med vores Ai-kørekort bevis	Lokale der er stille		Computer

Manuskript

Scene 1: Robot person

“Hej og velkommen til Aikademiet. Her på...”

Scene 2: Robot ud af billedet → menneske ind i billedet

“Hey bot, smut du bare, den kan jeg selv klare”

Scene 3:

“Her på Aikademiet gør vi det nemt og overskueligt at komme igang med AI som designer, webudvikler eller andre kreative fag. Så hvis du som så mange andre synes at AI er både skræmmende og fascinerende, så er Aikademiet det rette sted for dig”

Scene 4: Skærmoptagelse af forside

“Vi har samlet alt det info du skal bruge i vores artikler, som der hele tiden vil komme flere af. Det er skrevet så det er lige til at forstå og let at komme igang med”

Scene 5:

“fx kan du se hvordan du bedst kommunikere med ChatGPT, hvordan du kommer igang med MidJourney og hvilke værktøjer vi anbefaler”

Scene 6:

“Vi ønsker at du ved brug af Aikademiet får mod på at bruge det i dit arbejde eller kreative projekter. Gør dig selv den tjeneste at tag et AI kørekort hos os”

Scene 7:

“Vi giver dig en guide til hvilke artikler der er vigtige for at kunne tage vores test...”

Scene 8:

“... og når du har gennemført kan du jo skrive på CV’et at det med AI, kan du sagtens bruge professionelt, fagligt og fornuftigt”

Scene 9:

“Alt indhold er frit tilgængeligt, så start din rejse og gå på opdagelse i vores AI-værktøjskasse.”

Scene 10:

“Endnu en gang velkommen til Aikademiet”

Brugertest

Resultat af tænke-højt test:

1

Brugeren finder hurtigt et ai kørekort i global menuen, og trykker der. Går ind på siden, sidder og kigger lidt, og læser indholdet igennem. Han finder nemt pensumknappen.

2

Brugeren synes umiddelbart ikke han kan se artiklerne på forsiden, kigger kort på siden, og finder da knappen artikler i globalmenuen, da han hover over den og den folder sig ud. han klikker da på Billedredigering.

3

Finder nemt Hvad er AI i globalmenuen.

Andre observationer:

Nede ved artiklerne på forsiden, får man ikke så godt øje på menuen.

Kørekort quizzen er der det samme spørgsmål to gange.