



Hesselgaard

Indholdsfortegnelse

Forord.....	3
Indledning	3
Problemstilling	3
Koncept	4
Hjemmeside.....	6
Menu	7
Kontaktoplysninger.....	8
Forside	9
Prisliste.....	11
Faciliteter.....	12
Booking	13
Sociale medie post	14
Informerende video	15
Informerende billede	16

Stil og designelementer.....	19
Skrifttyper.....	20
Knapper	21
Farver.....	22
Logo.....	23
Billeder	24
Opsummering	25
Kontakt.....	26

Forord

Indledning

Hesselgaard glamping formår at skabe et frirum, hvor familier og venner kan koble af fra hverdagens tempo og i stedet dyrke nærvær, ro og naturoplevelser. Hesselgaards brand bygger i høj grad på den personlige tilgang, som indehaveren repræsenterer, og dette er noget, tidligere kunder har tillagt stor værdi. Hesselgaard har for nylig inkorporeret deres nye eventsal, som en del af deres virksomhed, som de ønsker at leje ud til forskellige rolige events.

Problemstilling

Hesselgaards eventsal har på nuværende tidspunkt ingen digital tilstedeværelse, hvilket gør det udfordrende at nå ud til nye kunder. Salen har allerede dannet ramme om mindre arrangementer som mindfulness-events, foredrag og kreative workshops, men potentialet for øget synlighed og udlejning er endnu uudnyttet. Denne rapport præsenterer de løsninger, gruppen har udviklet, samt det faglige grundlag for, hvordan disse tiltag kan styrke kundetilfredsheden.

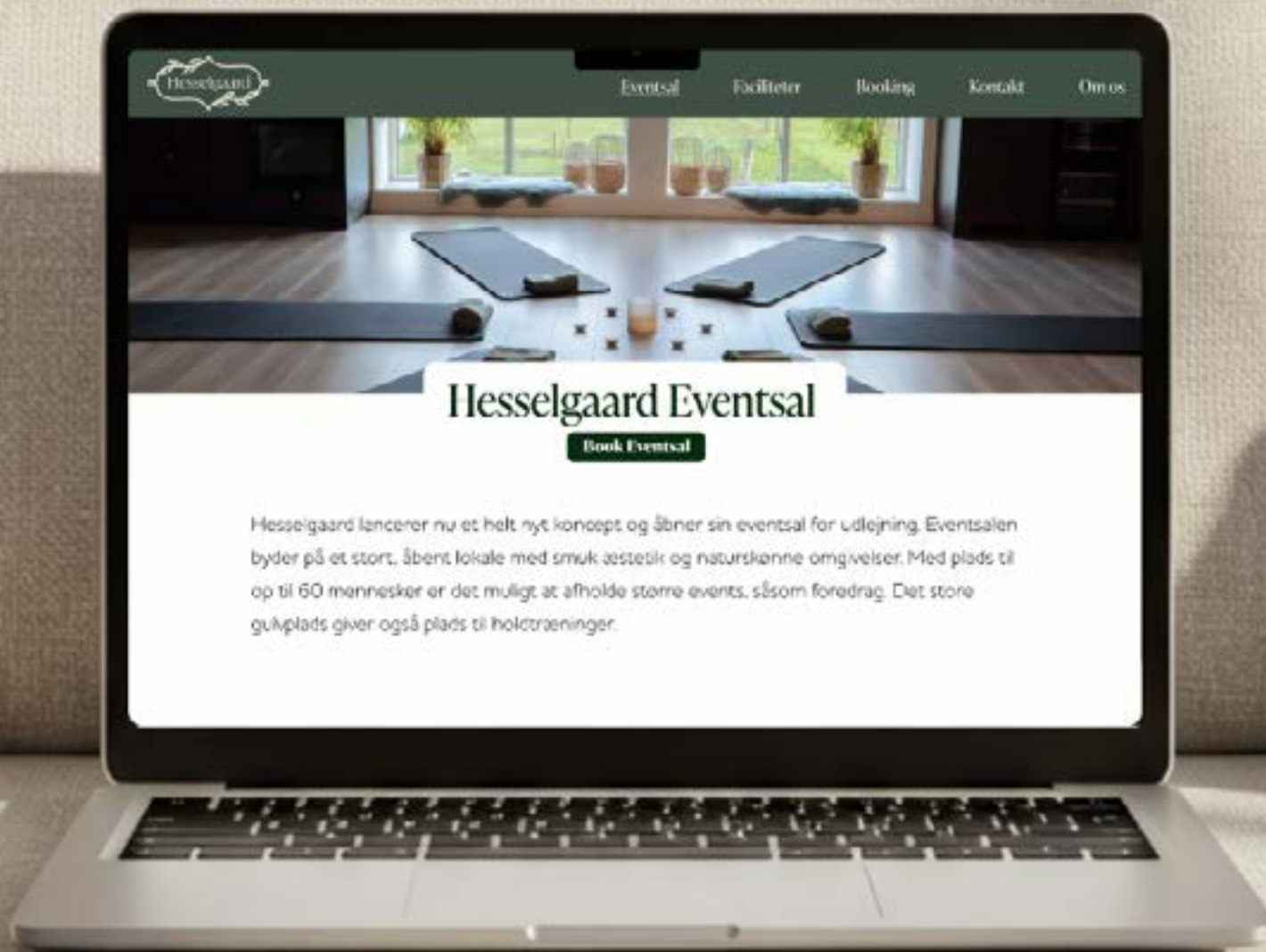
Koncept

Konceptet er udviklet for at sikre, at det rolige og nærværende univers, som Hesselgaard tilbyder, formidles effektivt på tværs af digitale platforme.

Idéen er at samle Hesselgaard Glamping og den nylancerede eventsal under ét overordnet brand. Det samlede brand tillader eventsalen at benytte glampingens veletablerede status til at opbygge en digital tilstedeværelse. Der er derfor blevet undersøgt, hvordan salen på bedste vis fremhæves som et attraktivt lokale, hvor de designmæssige tiltag samtidig understøtter brandets kerneværdier.

Produktet henvender sig særligt til målgruppen kvinder mellem 40 og 60 år, der som fagfolk, mindre virksomhedsejere eller privatpersoner har en passion for den kreative branche eller mindfulnessområdet og søger et æstetisk, roligt rum i naturskønne omgivelser.

Nyt design af hjemmeside



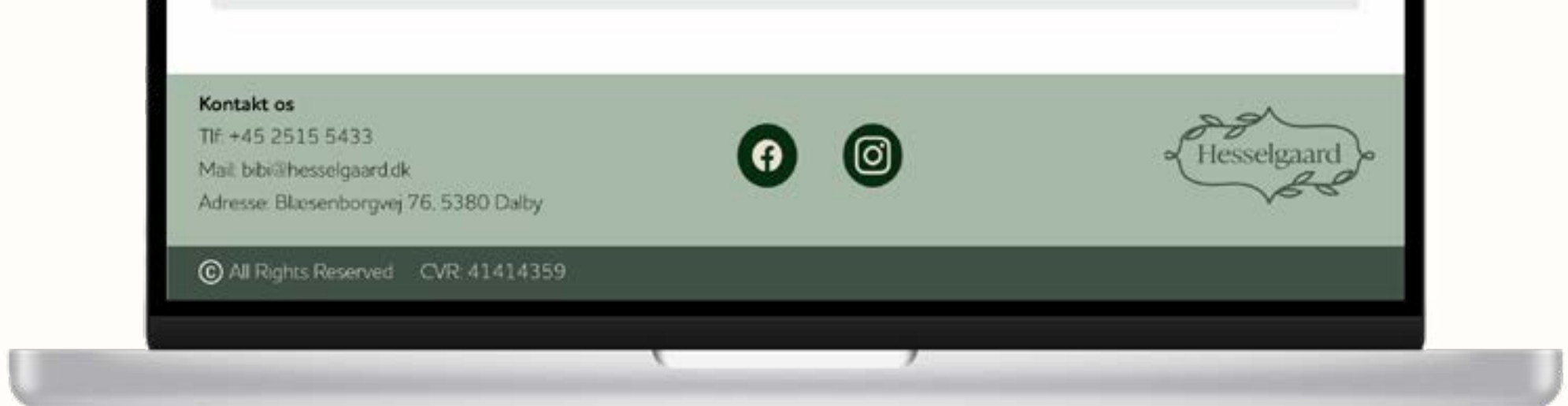
Hjemmeside

Vi har udviklet en ny hjemmeside for Hesselgaard, hvor kunderne kan orientere sig om både glampingtilbuddet og den nye eventsal. I projektet har vi valgt primært at fokusere på præsentationen af eventsalen, da glampingdelen allerede performer godt. Indsatsen har derfor koncentreret sig om at styrke eventsalens digitale tilstedeværelse og gøre det lettere for potentielle kunder at få øje på dens kvaliteter.

Menu

I toppen er der en grøn bjælke med de forskellige menupunkter, hvilket giver et hurtigt overblik over, hvilken information siden tilbyder brugeren. Når brugeren er på en given side, understreges det respektive menupunkt i bjælken, og understøtter på den måde overblik og overskuelighed. På baggrund af tendenser, er logoet placeret i venstre side. At følge tendenserne hjælper med den lette navigation samtidig med at logoet skaber genkendelighed og troværdigheden hos brugeren. På mobiltilstand her en burgermenu givet designet mere luft





Kontaktoplysninger

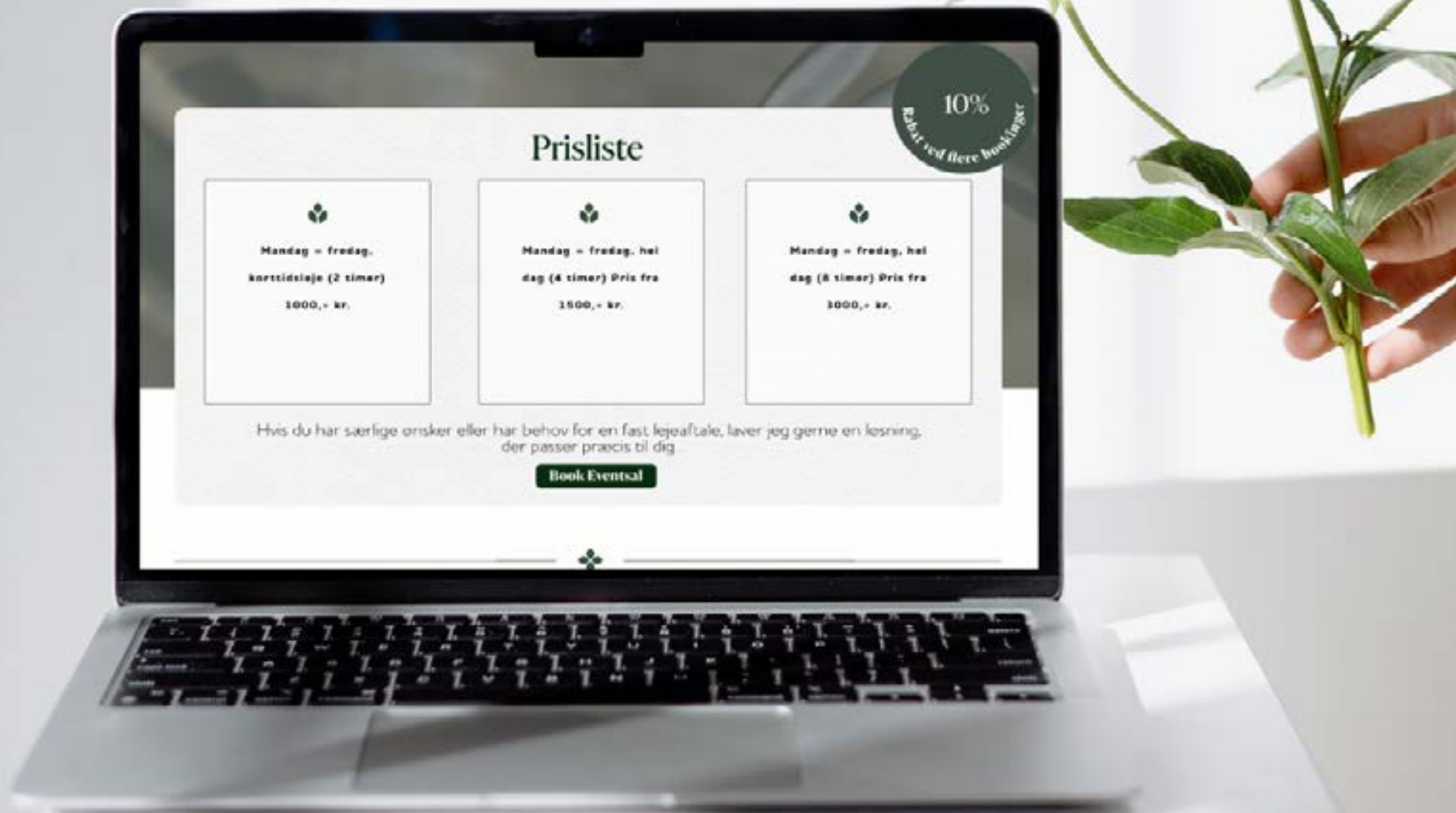
Bunden af siden er delt op i tre. Kontaktoplysninger i bunden af siden gør det nemt for brugeren at finde dem uanset hvilken side de er på, hvilket er med til at mindske friktion. Ikonerne med de sociale medier tilbyder en overskuelig måde at visualisere hvilke medier der bruges og gør det let for brugeren at komme derind ved ét enkelt tryk. Som den tredje del finder man logoet, der bidrager med øget genkendelighed og identitet



Forside

Det samlede brand kommer til udtryk på forsiden, hvor brugeren har mulighed for at vælge, hvilken retning de ønsker at kigge nærmere på, og nedenunder har mulighed for at læse om , hvad gården som helhed tilbyder.

Prisliste med fordele



Prisliste

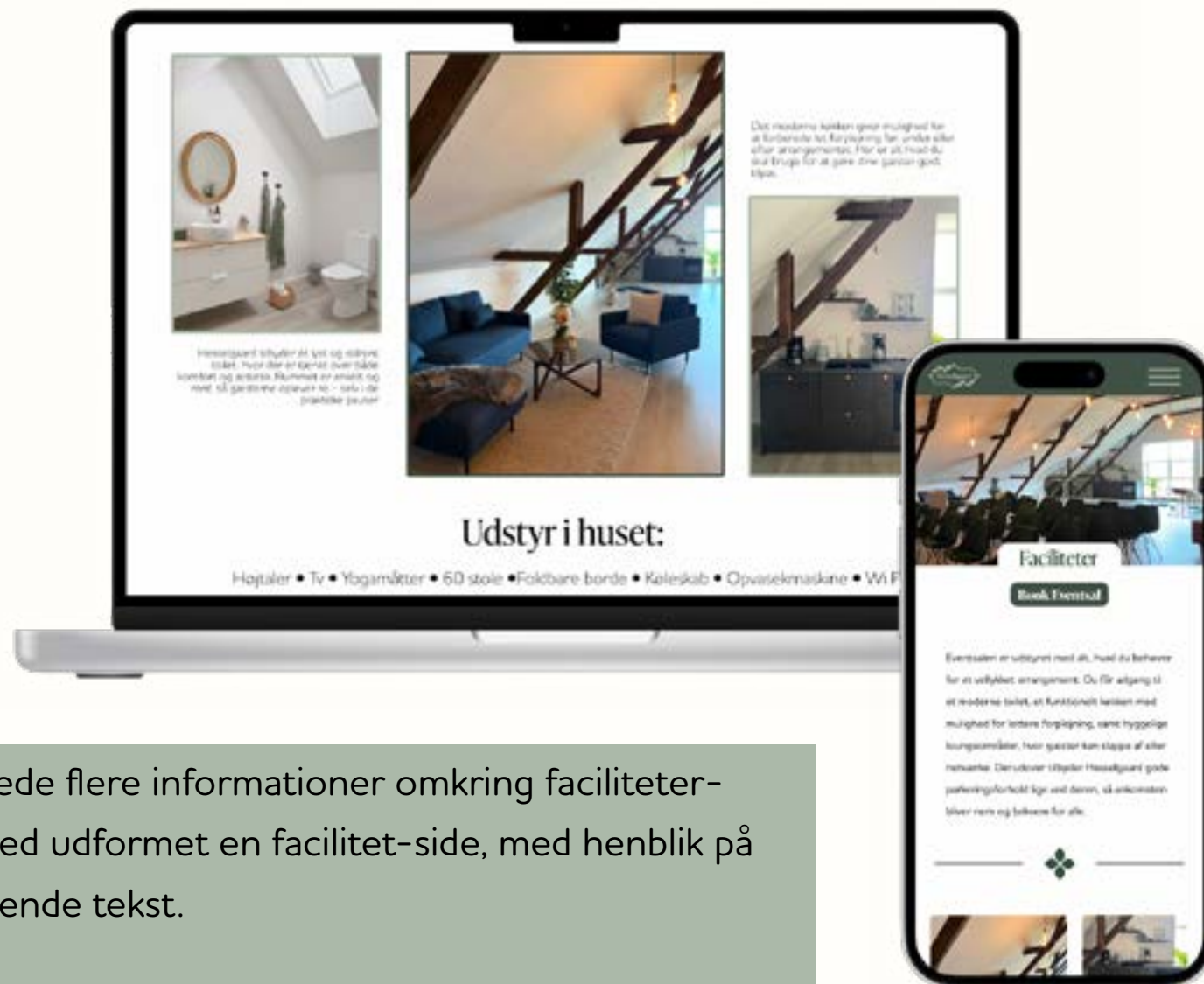
Der er blevet lavet en prisliste, der viser, hvad de forskellige tidsintervaller koster.

Der er på prislisten lavet et mærkat, der tydeligt informerer om muligheden for rabat ved flere bookinger. Denne del er tilføjet, da brugerundersøgelsen viste at målgruppen vægt prisen meget højt

Kundeudtalelserne medvirker til at give siden autenticitet

Faciliteter

Deltagerne i brugertesten ønskede flere informationer omkring faciliteterne af eventsalen. Der blev dermed udformet en facilitet-side, med henblik på detaljerede billeder og informerende tekst.



Booking

Vi har designet bookingsiden med særligt fokus på enkelhed og høj brugervenlighed. Brugerne kan nemt vælge både måned og dato via kalenderfunktionen samt angive det ønskede tidspunkt for booking. For at samle alle relevante oplysninger ét sted og styrke den samlede brugeroplevelse er der desuden integreret et Google-kort med adresse og rutevejledning direkte på siden.



Sociale medie post

Der er udarbejdet tre sociale medie post for at promovere Hesselgaard.



Scan og se video

Informerende video

Består af en instruktionsvideo, der demonstrerer bookingfunktionen på hjemmesiden og viser, hvor enkelt og hurtigt brugerne kan foretage en reservation.

Formålet er at yde praktisk støtte frem for blot at kommunikere et salgsbudskab.

Data viser, at brugere i stigende grad ønsker indhold med reel værdi, og som hjælper dem. Det tilbydes i opslaget ved at lave en vejledning og understrege brugervenligheden



Informerende billede



Første opslag fremhæver muligheden for direkte kontakte Hesselgaard i forbindelse med booking af events. Den venlige tone og tydelige kontaktinformation gør det enkelt for modtagerne at komme videre uden at skulle navigere gennem flere undersider. Opslaget bidrager til at skabe en oplevelse af nærvær og personlig service, idet kommunikationen henvender sig direkte til brugeren. Dette styrker Hesselgaard pointerer som et sted, hvor dialog og personlig kontakt vægtes højt.

Billedekarrusel med aktiviteter

Hesselgaard · Follow
Dalby, DK



1305 likes

Hesselgaard På Hesselgaard har vi allerede huset mindfulnessaktiviteter, foredrag og kreative kurser. Det har været en fornøjelse at mærke hvordan mennesker lander, deler tid sammen og finder ro i vores rammer.

Hvis du har lyst til at samle dit fællesskab her, byder vi dig hjerteligt velkommen. 🌱💚

[View all 16 comments](#)

6 days ago

Hesselgaard · Follow
Dalby, DK



1305 likes

Hesselgaard På Hesselgaard har vi allerede huset mindfulnessaktiviteter, foredrag og kreative kurser. Det har været en fornøjelse at mærke hvordan mennesker lander, deler tid sammen og finder ro i vores rammer.

Hvis du har lyst til at samle dit fællesskab her, byder vi dig hjerteligt velkommen. 🌱💚

[View all 16 comments](#)

6 days ago

Hesselgaard · Follow
Dalby, DK



1305 likes

Hesselgaard På Hesselgaard har vi allerede huset mindfulnessaktiviteter, foredrag og kreative kurser. Det har været en fornøjelse at mærke hvordan mennesker lander, deler tid sammen og finder ro i vores rammer.

Hvis du har lyst til at samle dit fællesskab her, byder vi dig hjerteligt velkommen. 🌱💚

[View all 16 comments](#)

6 days ago



Dette opslag består af billedkarrusel med tre billeder, som illustrerer forskellige typer events, der tidligere er blevet afholdt i eventsalen. Ved at vise konkrete eksempler fremstår opslaget mere autentisk og relaterbart end et traditionelt salgsorienteret budskab. Karrusellen inviterer målgruppen ind i fællesskabet og synliggør de mange muligheder, stedet rummer. Opslaget styrker samtidig Hesselgaards identitet som et sted, hvor fællesskab, ro og meningsfulde oplevelser er centrale værdier.

Stil og designelementer

Skrifttyper

Knapper

Farver

Logo

Billeder

Opsummering

Kontakt

Maria Dideriksen

Freja Absalonsen Laursen

Rebecca Haukohl Rasmussen

Caroline Stieper Nielsen

fala70542@edu.ucl.dk