

Propozycje dla wizerunku Fitness Angela

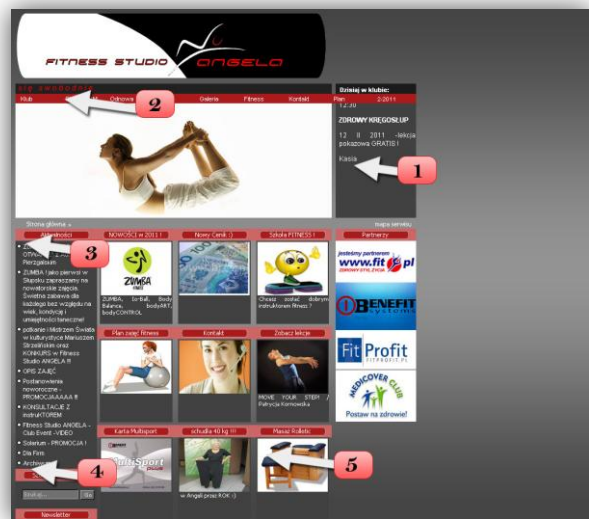
Analiza stanu obecnego

Aktualna wersja strony fitness studio stworzona jest w technologii opartej na tabelach, która w Internecie nie funkcjonuje już od kilku lat. Sprawia to, że strona jest „cięższa” bardziej toporna i nie akceptowana przez wyszukiwarki, tak więc treść która znajduje się na stronie nie jest w pełni zoptymalizowana względem osób chcących wyszukać konkretne informacje w Internecie.

Poruszanie się po stronie, czyli modne ostatnimi czasy usability jest bardzo utrudnione, chaotyczne nieuporządkowane. Sam fakt wyrównania strony do lewej sprawia,

że percepcja wzrokowa użytkownika jest na starcie zachwiana. Internet przyzwyczał wzrok do stron wycentrowanych. Dodatkowo białe litery na ciemnym tle kilkakrotnie zwiększają natężenie wzroku, przez co ciężiej się to czyta. O tyle, o ile taki stan rzeczy jest dobry dla stron firmowych, wizytówkowych gdzie tych informacji jest mało to dla stron informacyjnych, a taką jest bez wątpienia strona informująca o usługach fitnessstudio jest to nietrafionym pomysłem.

Starając się wyłowić jakiejkolwiek informacje o siłowni w bieżącej stronie, stawiając się w rolę klienta nie znalazłem tego, czego szukałem. Poprosiłem też 10 statystycznych osób które buszowały po stronie i mieli wyłowić konkretne informacje o które prosiłem. Efekt jest taki, że nikt nie skorzystał z wyszukiwarki – co spowodowane jest jej nieporęczną lokalizacją i dojście do informacji zajmował dużo czasu.



1. Box dzisiaj w klubie jest dobrym pomysłem, ale tutaj niczym się nie wyróżnia poza tym że napisy przesuwają się po osi y ale na dobrą sprawę na pierwszy rzut oka nie wiadomo czego to dotyczy.
2. Układ menu jest porządku, pogrupowane wiadomości, ale jest ono za małe
3. Aktualności bardzo chaotyczne
4. Wyszukiwarka umieszczona po lewej stronie na dole, gdzie generalnie jest to ostatnie miejsce w którym człowiek oczekuje wyszukiwarki. Powinna znajdować się w prawym rogu, lub gdzieś w pobliżu logotypu
5. Układ contentu (treść środkowa) strony podzielony na prostokąty, gdzie kolejność wiadomości jest bardzo rozproszona sprawia, że przeciętny internauta nie wie czy tematem danego obrazka jest tytuł nad nim, czy pod nim

Wizja marki Angela

Swoją wizję strony opieram o doświadczenie własne, kreatywność i znajomość badań z zakresu eyetrackingu (reakcja oczu na wyświetlane obrazy). Moim założeniem jest stworzenie strony będącej produktem samym w sobie a zarazem nieodłącznym elementem promocyjnym siłowni. Chcąc stworzyć dobrą markę należy sukcesywnie i konsekwentnie stawiać na te same kolory, hasła i trzymać się raz wyznaczonej misji i wizji firmy. Angela charakteryzuje się dużym uznaniem, profesjonalizmem, silną obecnością na rynku i stosunkowo wysoką świadomością wśród poszczególnych segmentów rynku. Niemal każdy słupszczanin potrafi bez problemu wskazać lokalizację siłowni co oznacza, że marka funkcjonuje w świadomości mieszkańców.

Kameralna atmosfera skierowana jest przede wszystkim do osób, które cenią sobie fitness, jako sposób na zrzućenie wagi, nawiązanie nowych znajomości, bycia w kolejnej społeczności, odprężenie i szereg innych aspektów. Jest to wielka przewaga w stosunku do konkurencji, która nastawiona jest na zysk i ilość członków, a nie na ich kompleksową obsługę.

Z marketingowego punktu widzenia utrzymanie klienta jest blisko trzykrotnie tańsze niż pozyskanie nowego. Utrzymać klienta można oferując mu jakąś wartość dodaną, której nie miał zapisując się a ma teraz, kiedy konkurencja oferuje promocje, niższe ceny a okres karnetu właśnie się kończy.

W związku z powyższym zdecydowałem się na zaprojektowanie społeczności w formie interaktywnego portalu. Kiedy każdy klubowicz będzie mieć swoją kartę, swój login i hasło, adres e-mail z domeną fitnessstudio będzie już podświadomie przywiązany do marki i nie będzie chciał zmienić siłowni, ponieważ tutaj będzie mieć pełną personalizację a wszędzie indziej będzie jedynie szeregowym „iksińskim”, któremu na dobrą sprawę nikt nie wskaże jak ćwiczyć i co poprawić.

Nie chodzi tu bynajmniej o społeczność typu facebook czy nasza-klasa, ale rdzeń tego produktu będzie bardzo podobny. Każdy kto ćwiczy na siłowni bez względu na to, czy ma karnet czy jest jednorazowo, czy chciałby ćwiczyć będzie miał możliwość założenia własnego konta. Po zalogowaniu się będzie mieć informacje o planie treningowym, swojej diecie, kiedy kończy mu się karnet. Będzie mieć również dostęp do płatności online aby przedłużyć swój karnet przez Internet (to jest pomysł opcjonalny, który może być ale nie musi w zależności od logistyki, którą będziecie preferować).

Pomijając już informacje o diecie czy treningu każdy będzie mógł dodać swoje zdjęcie profilowe (awatar) i będzie mógł aktywnie uczestniczyć w życiu siłowni. Kiedy pojawi się jakiś news czy artykuł każdy będzie mógł napisać komentarz i ustosunkować się do tego. Dodatkowo pozostawię newsletter, stworzymy i okresowo wymieniamy będziemy sondę.

Ponadto będzie istniała możliwość wysyłania prywatnych wiadomości między użytkownikami.

Tak mniej więcej krystalizować się będzie podstawowa funkcjonalność społeczności. W początkowej fazie wprowadzenia tego mechanizmu sądzę, że jest to wystarczające.

Projekt graficzny utrzymany będzie w najnowszych trendach designerskich, przy czym wyróżniać będzie się na tle konkurencji. Zastanawiając się nad formą i konwencją doszedłem do wniosku, że pomysł hawajskiej siłowni jest bezbłędny. Strona będzie więc typowym odwróceniem kolorystyki tego tematu, z wstawkami graficznymi, które będą jednoznacznie łączyć siłownię z tematyką iście wakacyjną, wypoczynkową. Idąc dalej tym tokiem myślenia chciałbym zerwać z wizerunkiem siłowni,

jako miejscu w którym wylewa się litry potu i podnosi setki kilogramów a pokierować wizerunek w kierunku odpoczynku. Statystyczny człowiek ma więc kojarzyć fitnessstudio Angela z miejscem wypoczynku, relaksu i zdrowym trybem życia.

Ważnym aspektem sukcesu będzie wykorzystanie zdjęć tematycznych zarówno tych hawajskich jak i ludzi wykonujących ćwiczenia. Warto postarać się o zgodę klubowiczów na umieszczenie ich w grafice strony. Fajnie jeśli na stronie wkomponowane będą osoby faktycznie ćwiczące w Angeli, a nie będą to ludzie ściągnięci z Internetu. Wbrew pozorom nie chodzi o osoby niewiadomo jak reprezentatywne, ma to na celu pokazanie, że tak naprawdę każdy może być członkiem Angeli bez względu na wiek, płeć, doświadczenie czy masę.

Ciekawym rozwiązaniem będzie umieszczanie filmów instruktażowych. Nie każda osoba pamięta, jak Mateusz pokazuje poszczególne ćwiczenia, a tak zawsze każdy za pośrednictwem strony będzie mieć dostęp.

Zastanawiam się nad wirtualnym spacerem. Czyli panoramy 360 stopni. Połączyć zdjęcia i każdy kto jeszcze nie był w siłowni mógłby ją zobaczyć, przechadzając się po niej nie wychodząc z domu. Tego typu rozwiązanie można znaleźć na jednej ze stron które wykonywałem : <http://www.camping51.pl/panoramy.html>

Organizowanie imprez też jest świetnym pomysłem, dlatego na stronie przewiduje miejsce na „zobacz ostatnią imprezę” i do następnej imprezy zostało: i jakieś odliczanie. Warto ten fakt zaakcentować bo będzie to świadczyło o przyjaznej marce. Nie każdy musi być na imprezie, ale im więcej osób pozna tę tradycję z pewnością wyrobi sobie pozytywne zdanie o siłowni.

Myślę także, że pomimo tego że siłownia skierowana jest głównie do kobiet, nie będę tego faktu komunikować w wyróżniający się sposób. Angeli w mojej wizji ma być siłownią dostępną dla każdego, natomiast w sposób podprogowy będę starać się stworzyć przekaz mówiący o tym, że nie jest to odpowiednie miejsce dla sterydżarzy, i tego typu osoby nie są do końca mile widziane.

Nowa wersja strony wykonana będzie w odcieniach zieleni, z dodatkiem koloru słomkowego, żółtego z dodatkowymi wstawkami w kolorach dopełniających. Zawierać będzie dużo ciekawych przykuwających uwagę grafik. Treść na stronie, menu i wszystkie najważniejsze informacje ułożone zostaną w sposób hierarchiczny, ciągły, tzn każda partia informacji będzie odpowiednio ułożona, tak, aby każdy potrafił się bezproblemowo poruszać. Główny nacisk położony zostanie na użytkowników – ich komentarze, propozycje. Na chwilę obecną głównym trendem w prowadzeniu stron jest delegowanie uprawnień na użytkowników tak aby mieli duży wpływ na wygląd i działanie strony – w końcu to im ma ona służyć.

Czas wykonania projektu graficznego – do 5 dni roboczych

Czas wdrożenia grafiki i systemu do użytkowania – ok. 2 tygodnie