SAM THOMAS / PROSJEKTSTUDIE

Dahle Mekaniske Verksted

Fra metallfag til en tydeligere forespørsel.

Jeg videreutviklet det eksisterende forslaget etter en dokumentert gjennomgang av Dahles nettsted, fagtilbud og tre relevante markedsaktører. Målet var en mer sammenhengende vei fra behov til forespørsel, med den visuelle retningen og alt eksisterende faginnhold bevart.

Grunnlag for studien

Dahles offentlige nettsted, tre relevante markedsaktører og gjennomgang av forslaget med 13 sider. Ingen tilgang til kunde-, salgs- eller analysedata.

Prosjektets status

Selvstendig og uoppfordret designforslag. Ikke bestilt eller godkjent av Dahle Mekaniske Verksted. Kontaktfunksjonen åpner et e-postutkast.

Om denne utgaven

Samlet presentasjon av eksisterende prosjektmateriale, 27. oktober 2026. Offentlige kilder, dokumenterte prototypefunn og hypoteser holdes atskilt. Dette er ikke en ny brukerundersøkelse eller en måling av kommersiell effekt.

Research og metode

Forstå det faktiske tilbudet.

Jeg kartla trapper, balkonger, rekkverk og øvrige metalltjenester, verkstedopplysninger og offentlige referanser. Privatpersoner, borettslag og bedrifter er dokumenterte kundetyper. Hvilke segmenter og oppdrag som er viktigst kommersielt, må selskapet bekrefte.

Undersøke innhold og kontaktveier.

Gjennomgangen omfattet offentlige sider og 11 URL-besøk, ti ulike sider etter omdirigering. Jeg undersøkte blant annet lenkemål, kontaktinformasjon, overskrifter og metadata. Deretter ble alle 13 sider i forslaget kontrollert.

Sammenligne relevante praksiser.

Smihuset, Fjellheim Stålindustri og Sotra Glass ble sammenlignet for tjenestestruktur, referanseinnhold og forespørselsgrunnlag. Fana Stål er Dahles eier og ble ikke behandlet som en uavhengig konkurrent. Ingen av aktørenes salgsresultater er kjent.

Skille bevis fra antakelser.

Jeg skilte observerte avvik fra prinsippbaserte UX-muligheter og CRO-hypoteser. Endringer ble prioritert etter dokumentasjon, forventet oppgavenytte, innsats og hva som kan gjennomføres uten kundens systemtilganger.

Funn og vurderinger

Observert / Opplysninger som ikke samsvarer.

Originalens sider oppgir både gammel og ny adresse, og historien nevner to startår. Forslaget beholder uavklarte fakta som kontrollpunkter. Ingen ny historikk eller sertifisering er antatt.

Observert / Et tjenestevalg som mistet sammenhengen.

Originalens «Våre tjenester» ender på trappesiden. I den første forslagsversjonen startet kontaktformen med Trapper selv etter klikk på en annen tjeneste. Den oppgraderte løsningen viderefører valgt tjeneste og gir direkte fagankere.

UX-mulighet / Hjelp til å beskrive oppdraget.

Kort veiledning og frivillige felt for sted, mål, tidspunkt og kundetype kan gi et bedre førstegangsgrunnlag. Kunden skal fortsatt kunne spørre uten ferdige tegninger eller tekniske forkunnskaper.

CRO-hypotese / Bedre underlag må etterprøves.

Det er en hypotese at tjenestetilpasset hjelp gir flere relevante eller mer komplette forespørsler. Det finnes ingen analyse-, salgs- eller eksperimentdata som dokumenterer en slik effekt.

Kundereise og designbeslutninger

Fra behov til en relevant første henvendelse.

1. Finne riktig fagområde

2. Se relevant arbeid og fagopplysninger

3. Få hjelp til hva som er nyttig å beskrive

4. Lese og kopiere et e-postutkast

5. Sende selv og avklare oppdraget med Dahle

Reisen er et forslag basert på offentlig innhold, ikke et resultat av kundeintervjuer. En privatkunde kan beskrive trapp eller rekkverk; et borettslag kan oppgi bygg og omfang; en entreprenør kan vise til teknisk underlag. Den faktiske tilbudsprosessen og oppfølgingen må valideres med selskapet.

Valg 1

Utgangspunkt: Generell kontaktvei og Trapper som standardvalg i forslaget.

Løsning: Valgt tjeneste følger kontaktlenken. Generell kontakt starter nøytralt med Annet / usikker.

Valg 2

Utgangspunkt: Begrenset støtte til å forklare ulike oppdrag og avklare hva som bør sendes med.

Løsning: Kort tjenestetilpasset veiledning, frivillige prosjektfelt og praktiske spørsmål og svar på fem fagsider.

Valg 3

Utgangspunkt: Mailto var eneste utvei fra skjemaet, uten en lesbar reserve hvis e-postprogrammet ikke åpnet.

Løsning: Et lokalt utkast vises før brukeren åpner e-postprogrammet. Teksten kan kopieres. Ingen falsk sendebekreftelse.

Valg 4

Utgangspunkt: Små mobile tjenesteetiketter hadde et kontrollert kontrastavvik; bildedialogene manglet navn.

Løsning: Avgrenset kontrastjustering og navngitte bildevinduer, uten å bytte palett, bilder, typografi eller bevegelsesuttrykk.

Måling, status og videre arbeid

Foreslått måleplan

Planen skiller tjenestevisning, påbegynt forespørsel, utkast og telefon-/e-postklikk fra faktisk mottatte og kvalifiserte henvendelser. Først etter et godkjent mottaks- og analyseoppsett kan leadkvalitet, svartid, tilbud og vunne oppdrag følges. GA4-hendelser, Search Console og prioriterte eksperimenter er spesifisert, men ikke aktivert. Ved lite trafikk bør oppgavebaserte brukertester vurderes før en A/B-test.

Begrensninger og avklaringer

Dette er et selvstendig og uoppfordret forslag, ikke et kundeoppdrag eller en løsning godkjent av Dahle. 13 sider ble kontrollert i 39 responsive rammevisninger i Chrome; tjenestekontekst, validering, utkast, kopiering, meny, galleri og sammenligning ble prøvd. Dette er ikke en full WCAG-, Safari-, fysisk mobil- eller Core Web Vitals-revisjon. E-postutkastet sender ikke til selskapet. Servermottak, vedlegg, kundegodkjente fakta, personvern, analyse og domenemigrering krever videre avklaring. Ingen målt forbedring i salg eller konvertering er påstått.

Kilder og referanser

Offentlige referanser brukt i den eksisterende prosjektstudien. Lenker er klikkbare. De dokumenterer kildegrunnlaget; de er ikke bevis på kommersiell effekt.

1. Dahle: tjenester og virksomhetsbeskrivelse

https://www.dahlemek.no/

2. Dahle: historie og eierforhold

https://www.dahlemek.no/omoss

3. Dahle: verkstedopplysninger

https://www.dahlemek.no/verksted-info

4. Dahle: kontakt

https://www.dahlemek.no/kontakt-oss

5. Smihuset: produktforespørsel og underlag

https://smihuset.no/produkt/helglass-toppmontert/

6. Fjellheim Stålindustri: rekkverk og prosjektkontekst

https://fjellheimstal.no/produkter/rekkverk/

7. Sotra Glass: prosess, spørsmål og kontakt

https://www.sotraglass.no/glassrekkverk/

8. Google Search Central: URL-migrering

https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/site-move-with-url-changes