Drag Industrier

Hvordan kan en industribedrifts dokumenterte fagkompetanse gjøres lettere å oppdage, forstå og etterspørre - uten å redusere den visuelle kvaliteten?

I dette uavhengige konseptet er målet ikke bare å fornye uttrykket, men å gjøre DRAGs eksisterende innhold nyttigere for profesjonelle kunder. Jeg undersøkte virksomheten, fagområdene, navigasjonen og relevante bransjereferanser før løsningene ble utviklet. Det finnes ikke tilgang til kundedata, analytics eller intervjuer; evalueringen er derfor en ekspertgjennomgang, ikke en effektmåling.

Grunnlag for studien

Offentlig informasjon fra drag.no, to bransjereferanser og gjennomgang av prototypene. Ingen kundeintervjuer eller interne analysedata.

Prosjektets status

Selvstendig, uoppfordret studie og designforslag - ikke bestilt eller godkjent av Drag Industrier AS. Fotografier er illustrative. Produktutvalg, tekniske data, sertifikater og leveranser må bekreftes med selskapet. Ingen reell konverteringsforbedring er dokumentert.

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

Innholdskartlegging

Gjennomgang av forsiden og undersidene for Glass, Plast, Metall, Design, Om oss og Kontakt på drag.no. Publiserte produksjons- og bearbeidingsmetoder ble samlet som grunnlag for ny informasjonsarkitektur.

Referanser i bransjen

CG Glass og Pilkington ble undersøkt for hvordan fagområder, produkter, dokumentasjon og profesjonelle kundeverktøy kan organiseres uten å bli generiske.

Struktur og prototyping

To visuelle retninger ble kombinert med en kategorisert produktoversikt og en strukturert forespørselsflyt for B2B-kunder. Funksjonaliteten er en demonstrasjon.

Teknisk evaluering

Utvalgte sider ble testet ved 390, 768 og 1440 px. Det ble ikke observert horisontal overflyt eller JavaScript-feil i disse testene. Ingen reelle kundetester er gjennomført.

Funn og vurderinger

OBSERVERT / Verdifull fagkompetanse er fordelt på undersider

DRAGs glass-, plast- og metallsider beskriver et bredt utvalg av konkrete metoder, blant annet isolerglass, vannjet, laser og CNC. Denne bredden er mindre synlig på den opprinnelige forsiden.

HYPOTESE / Nye kunder kan måtte lete mer enn nødvendig

Fagstoff fordelt på separate sider kan gjøre det vanskeligere å se hvilke behov bedriften dekker. Hypotesen krever brukertest, søkedata eller analyse av faktisk trafikk.

TILTAK / Skannbar oversikt og tydelige neste steg

Den foreslåtte forsiden fremhever publiserte tjenestetyper, koblet til produktkategori og vei til forespørsel. Dette er en UX-forbedring som kan vurderes før publisering.

BEGRENSNING / Produktdata og ytelse er ikke bekreftet

Demokatalogen illustrerer informasjonsmodellen. Tilgjengelighet, tekniske tall, sertifiseringer og produktdokumenter må kvalitetssikres av selskapet.

Kundereise og designbeslutninger

Fra materialbehov til relevant henvendelse.

1. Forstå selskapets fagområder

2. Velge materiale eller bearbeiding

3. Finne produkt og relevant informasjon

4. Beskrive mål, mengde og tekniske krav

5. Gjennomgå og sende forespørsel

Dette er en foreslått kundereise for profesjonelle innkjøpere, ikke dokumentert atferd fra DRAGs kunder. For rådgivere og prosjekterende er produktdokumentasjon og teknisk avklaring en egen viktig vei.

Valg 1

Utgangspunkt: Fagstoff i egne, relativt teksttunge seksjoner.

Løsning: Kort og skannbar oversikt over dokumenterte metoder med videre fordypning.

Valg 2

Utgangspunkt: Felles kontaktpunkt må brukes til ulike spørsmål.

Løsning: Et veiledet e-postutkast samler kategori, produkt, dimensjoner og mengde før kunden sender.

Valg 3

Utgangspunkt: Materialer og tjenester presenteres hver for seg.

Løsning: Fagområder knyttes til produktoversikt og teknisk dokumentasjon.

Valg 4

Utgangspunkt: Eksisterende visuell identitet og materiale-orientering.

Løsning: To forskjellige, men konsistente visuelle retninger som tar utgangspunkt i selskapets marked.

Måling, status og videre arbeid

Foreslått måleplan

Ved en faktisk lansering bør man måle navigasjon mellom fagområde og produkt, produktvisninger, dokumentåpninger, start av forespørsler og mottatte kvalifiserte henvendelser. Et klikk som åpner e-postprogrammet er ikke det samme som en sendt henvendelse. Relevante A/B-tester er materialbasert mot behovsbasert inngang, kort mot veiledet forespørsel og høy mot lav plassering av dokumentasjon - først ved tilstrekkelig trafikk.

Begrensninger og avklaringer

Dette er et uoppfordret og selvstendig forslag. DRAGs eksisterende nettside er ikke endret. Bilder er illustrative, og enkelte produkteksempler og tekniske data krever bekreftelse. Ingen informasjon sendes automatisk av demoens e-postskjema, og ingen forbedring i konverteringsrate er dokumentert. Før en reell lansering må produktkatalog, rettigheter, ytelsesdokumenter, SEO-migrering, personvern og analyseoppsett gjennomgås med selskapet.

Kilder og referanser

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

1. Drag Industrier - offisielt nettsted

https://drag.no/

2. DRAG - glass og bearbeiding

https://drag.no/glass/

3. DRAG - plast

https://drag.no/plast/

4. DRAG - metall

https://drag.no/metall/

5. CG Glass - produkter og fagområder

https://www.cg-glass.no/produkter

6. Pilkington - produkter og teknisk glass

https://www.pilkington.com/