

# **Projet 1 - Site d'entreprise de service: « Amado Dent »**

**Cours: SEG 3525**

**Nom: Carolina González González**

**Numéro d'étudiant: 300262719**

**Date: 11 Juin de 2023**

## 1. Expérience précédente en développement JavaScript:

La dernière fois que j'ai fait JavaScript c'était en Fall 2021 dans le cours SEG2900, dans lequel on a fait un page web mais en équipe. Cependant, même pour ce projet on n'a presque pas implémenté JS. Alors, pour faire mon site web j'ai dû commencer un peu de zéro pour me rappeler des principes. Pour ce faire, j'utilisé W3 Schools et plusieurs tutoriels dans YouTube tout en révisant StackOverflow pour trouble shoot. Dessous il y a quelques exemples des vidéos que j'ai révisés:

Active Nav-item: <https://www.youtube.com/watch?v=XTTUyJnUapg>

Calendrier: <https://www.youtube.com/watch?v=Z1BGAivZRIE>

Pop-up: <https://www.youtube.com/watch?v=sEJB7FtBoug>

Dropdown: <https://www.youtube.com/watch?v=hBbrGFCszU4>

En ce qui concerne JavaScript Bootstrap, j'ai regardé les vidéos de Net Ninja pour connaitre le setup. Dans ce sens, j'ai utilisé des forms, des cartes, des icônes, etc. Cependant, même si je sais qu'il y a dropdowns, je ne pouvais pas les synchroniser avec le pop-up et alors j'ai fait mes propres.

\*P. D : J'ai pris mes images des UNSPLASH, un site web qui offre des images libres.

## 2. Type d'entreprise de service choisie:

J'ai choisi un site de dentiste puisque mon père travail en tant que dentiste et j'aimerais faire ce site pour lui

## 3. Sites d'inspiration (sites que vous avez consultés pour vous inspirer dans vos maquettes et/ou dans l'interface utilisateur finale).

- Besserer Dental Centre: J'ai trouvé l'approche "simple" intéressante.  
<http://bdental.ca/>
- Sandy Hill Dental Centre: J'ai bien aimé le bouton "Request Appointment" en haut et je l'ai pris comme guide pour la description des services.  
[https://www.sandyhilldental.ca/site/home?utm\\_source=G&utm\\_medium=LPM&utm\\_campaign=DentalCorp](https://www.sandyhilldental.ca/site/home?utm_source=G&utm_medium=LPM&utm_campaign=DentalCorp)
- Trillium Dental: J'ai aimé la disposition des services (layout).  
<https://www.trilliumdental.ca/?gad=1&gclid=CjwKCAjw36GjBhAkEiwAKwIWYUS>

#### 4. Maquettes originales et navigation (sur Figma):

**\*BOLD=SECTIONS/PAGES CORRERPONSANT AUX MAQUETTES DISPONIBLES DANS LE DOCUMENT**


**HOME PAGE:** Contient la barre de menu en haut de l'écran. Lorsque vous survolez les différentes sections, par exemple, **ABOUT US**, cela devient plus sombre et vous pouvez cliquer pour être redirigé. De plus, cliquer sur le logo redirige vers la **HOME**. En outre, il en va de même pour les services présentés. Si vous survolez les cartes, ils "pop-up" et si vous cliquez sur *LEARN MORE*, vous êtes redirigé vers la **SINGLE SERVICE VIEW** de chaque service. Enfin, au bas de chaque page, vous avez la possibilité de cliquer sur un bouton qui vous redirige vers **BOOK APPOINTMENT** et il y a un accès rapide à Google Maps avec l'emplacement, qui est également affiché avec les heures de bureau, le téléphone et le courriel électronique d'AmadoDent.


**\*LA NAVIGATION PAR RAPPORT À LA BARRE DE MENU EN HAUT ET LES OPTIONS EN BAS RESTENT CONSTANTES DANS TOUTES LES DIFFÉRENTES SECTIONS/PAGES.**



## OUR SERVICES

### General Dentistry



 **Teeth Implants**  
💰 Starting at \$60  
[Learn More](#)




 **Tooth Removal**  
💰 Starting at \$60  
[Learn More](#)





 **Fillings**  
💰 Starting at \$60  
[Learn More](#)


### Cosmetic Services




 **Teeth Implants**  
💰 Starting at \$60  
[Learn More](#)



 **Whitening**  
💰 Starting at \$60  
[Learn More](#)



 **Cleaning**  
💰 Starting at \$60  
[Learn More](#)



BOOK APPOINTMENT

#### Office Hours

Monday 8:00-16:00  
Tuesday 8:00-16:00  
Wednesday 8:00-16:00  
Thursday 8:00-16:00  
Friday 8:00-16:00

#### Contact info

📍 .....  
☎️ +\*\*\*\*\*  
✉️ amadodent@gmail.com



**SINGLE SERVICE VIEW:** Ici, vous pouvez voir une description et le prix de chaque service. De plus, vous avez la possibilité d'être redirigé vers la section **BOOK APPOINTMENT** en cliquant sur le bouton bleu.



[HOME](#) [ABOUT US](#) [SERVICES](#) [CONTACT](#)

[BOOK APPOINTMENT](#)

## General Dentistry



### Teeth Implants

Starting at \$60

## Teeth Implants

### What is it?

A dental implant is an artificial tooth root which acts as an anchor for a replacement tooth. Shaped like a screw, it is surgically placed into the jawbone. After your bone heals around the implant, usually in three to six months, we place a permanent crown over the implant to complete your restoration.

### Who needs it?

Dental implants can be a great option for patients who are missing a tooth or teeth but still want something that can feel and function like a natural tooth. A dental implant can restore the look, feel, and function of a natural tooth.

Starting at

**\$ 60**

[BOOK APPOINTMENT](#)



[BOOK APPOINTMENT](#)

### Office Hours

Monday	8:00-16:00
Tuesday	8:00-16:00
Wednesday	8:00-16:00
Thursday	8:00-16:00
Friday	8:00-16:00

### Contact info

.....

1\*\*\*\*\*

amadodent@gmail.com



© 2023 AmadoDent. All Rights Reserved.





**SERVICES:** Ici, vous pouvez voir une liste des services en forme des cartes divisés par type (pareil à la liste dans **HOME PAGE**). Lorsque vous les survolez, ils “pop-up” et si vous cliquez sur *LEARN MORE*, vous êtes redirigé vers la **SINGLE SERVICE VIEW**.



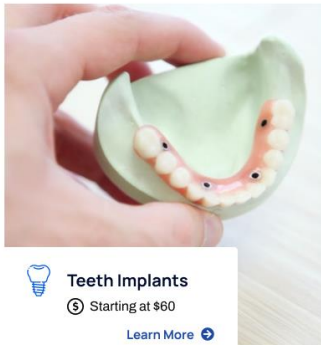
[HOME](#) [ABOUT US](#) [SERVICES](#) [CONTACT](#)


[BOOK APPOINTMENT](#)

# SERVICES

## OUR SERVICES

### General Dentistry



 **Teeth Implants**  
⑤ Starting at \$60  
[Learn More](#)





 **Tooth Removal**  
⑤ Starting at \$60  
[Learn More](#)





 **Fillings**  
⑤ Starting at \$60  
[Learn More](#)

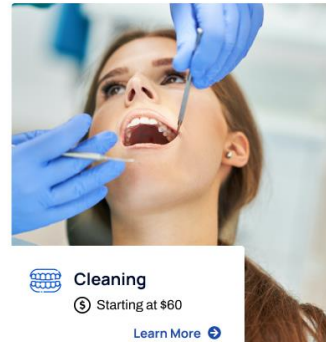
### Cosmetic Services




 **Teeth Implants**  
⑤ Starting at \$60  
[Learn More](#)



 **Whitening**  
⑤ Starting at \$60  
[Learn More](#)



 **Cleaning**  
⑤ Starting at \$60  
[Learn More](#)



[BOOK APPOINTMENT](#)

#### Office Hours

Monday 8:00-16:00  
Tuesday 8:00-16:00  
Wednesday 8:00-16:00  
Thursday 8:00-16:00  
Friday 8:00-16:00

#### Contact info

📍 .....  
☎ 1\*\*\*\*\*  
✉ amadodent@gmail.com



**CONTACT:** Ici vous pouvez voir les informations de contact (adresse, numéro de téléphone et heures d'ouverture). De plus, il y a un accès direct à Google Maps avec la photo de la carte. Enfin, il y a aussi une section avec des champs de validations pour mettre le nom, l'email et le téléphone afin d'être contacté pour faire n'importe quelle consultation (qui sera renseigné dans le champ MESSAGE si on le désire puisque ce n'est pas un champ obligatoire). Le \* signale que le champ est obligatoire et il va devenir rouge s'ils manquent des informations.



[HOME](#) [ABOUT US](#) [SERVICES](#) [CONTACT](#)

[BOOK APPOINTMENT](#)

## Contact info

📍 Avenue Something

☎ 1\*\*\*\*\*

✉ amadodent@gmail.com

## Office Hours

Monday	8:00-16:00
Tuesday	8:00-16:00
Wednesday	8:00-16:00
Thursday	8:00-16:00
Friday	8:00-16:00



## Contact Us

Name\*

Email\*

Phone number\*

Message

[CONTACT](#)



[BOOK APPOINTMENT](#)

### Office Hours

Monday	8:00-16:00
Tuesday	8:00-16:00
Wednesday	8:00-16:00
Thursday	8:00-16:00
Friday	8:00-16:00

### Contact info

📍 Avenue Something

☎ 1\*\*\*\*\*

✉ amadodent@gmail.com





**BOOK APPOINTMENT:** Ici on peut faire un rendez-vous en cliquant dans le Dropdown Button “Service” pour en choisir un. Après on a un autre Dropdown (optionnel) pour choisir un dentiste en particulier. Finalement, on peut utiliser le calendrier pour voir les dates disponibles (lesquelles seront en bold). Lorsque on clique dans une date disponible on va voir les horaires disponibles ce jour-là. On sélectionne un et après on entre nos informations (nom, courriel, téléphone) dans les champs qui seront validés. Finalement, on clique dans le bouton BOOK pour confirmer et on va voir **APPOINTMENT CONFIRMATION** comme un pop-up dans notre écran.



[HOME](#) [ABOUT US](#) [SERVICES](#) [CONTACT](#)

[BOOK APPOINTMENT](#)

## BOOK APPOINTMENT

Service ▼

May 18, 9:00 am

< > May 2023

Su	Mo	Tu	We	Th	Fr	Sa
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Select staff (optional)

Anyone ▼

9:00 am	10:00 am	10:30 am
11:00 am	11:30 am	1:30 pm
2:00 pm	2:30 pm	3:00 pm
3:30 pm		

## CONTACT DETAILS

Name\*

Email\*

Phone number\*

BOOK



[BOOK APPOINTMENT](#)

### Office Hours


Monday 8:00-16:00  
Tuesday 8:00-16:00  
Wednesday 8:00-16:00  
Thursday 8:00-16:00  
Friday 8:00-16:00

### Contact info

.....  
1\*\*\*\*\*  
amadodent@gmail.com



**APPOINTMENT CONFIRMATION:** Cette maquette ici montre le pop-up après avoir fait un rendez-vous. On peut voir les informations de type de service, date et dentiste. On peut cliquer en OK pour fermer le message.

HOME ABOUT US SERVICES CONTACTBOOK APPOINTMENT

BOOK APPOINTMENT

Service ▾

May 18, 9:00 am

< > May 2023

Su Mo Tu We Th Fr Sa

Select staff (optional)

Anyone ▾

**APPOINTMENT CONFIRMATION**

**DETAILS**

May 18th, 9:00 am

Tooth Implant

Dr. John


OK

Name

Email

Phone number\*


BOOK


**BOOK APPOINTMENT**


**Office Hours**


Monday	8:00-16:00
Tuesday	8:00-16:00
Wednesday	8:00-16:00
Thursday	8:00-16:00
Friday	8:00-16:00

**Contact info**

 .....

 1\*\*\*\*\*

 amadodent@gmail.com



© 2023 AmadoDent. All Rights Reserved.

## 5. Évolution du projet:

### Éléments d'UIs conservés:

Dans la version finale de mon site web (haute-fidélité) l'utilisateur aura accès à une **Nav-Bar**, à une section des **Services** avec des cartes, et aux **services particuliers**, qui sont exactement les mêmes que j'ai présenté dans les maquettes.

### Éléments d'UIs modifiés:

Néanmoins, le **footer** et la page de **Contact** par exemple, même si esthétiquement sont les mêmes, ils ont changé dans le contenu puisque on m'a recommandé d'ajouter "CLOSED" pour samedi et dimanche, et j'étais d'accord avec ça, donc je l'ai fait, puisque cela contribuait à la cohérence et clarté.

De plus, dans la **page d'accueil** j'ai changé l'image pour quelque chose moins choquant mais pertinent et aussi j'ai ajouté une phrase promotionnelle au-dessus lorsque on hover pour maximiser l'utilisation de l'espace, sans être embêtant, dans une section tellement importante comme le HOME.

De plus, dans la page de **Contact** j'ai arrangé le vocabulaire du bouton de "CONTACT" a "SEND MESSAGE" pour éviter les confusions.

Finalement, il y a petits changements d'**espace ou couleurs** dans des autres sections comme **Booking** ou **About** mas c'est parce que j'aime bien la version actuelle plus que ce que j'avais mis, mais ce que j'avais avant respectait aussi les caractéristiques qui rendent une UI réussie.

## 6. Personnages (avec leurs objectifs) pris en considération dans l'interface utilisateur:

- **Personnage 1:** Marie, Mère de 40 ans avec une famille de 2 enfants. Elle est moyennement habituée avec les ordinateurs car elle les utilise occasionnellement à la maison et durant son travail. Elle sait comment naviguer l'internet et connaît les services dentaires dont elle a besoin pour elle et ses enfants. Marie veut être capable de prendre un rendez-vous double pour que ses enfants puissent avoir un rendez-vous l'un après l'autre. Simplement afficher un alerte pour diriger Marie vers le numéro de téléphone de la clinique serait suffisant lorsqu'elle veut prendre un rendez-vous pour plus d'une personne en même temps

**Justification:** J'ai choisi ce personnage puisque j'ai trouvé la rétroaction de ce reviewer très utile et précis. Alors, je considérais que compte tenu de son attention aux détails, le but qu'il/elle aimerait accomplir serait en fait quelque chose de relevant. En fait, une fois que j'ai lu le personnage, je me suis dit, c'est vrai, beaucoup de fois mon père a des appointments pour des frères et sœurs. De plus, j'ai bien aimé que le

reviewer avais donné une solution possible, laquelle en fait j'ai implémenté comme information dans la section Booking.

- **Personnage 2:** Karim, 80 ans, anglophone, il est allé à l'université. Il va faire une réservation pour lui-même et son principal objectif est d'y avoir braces.

**Justification:** J'ai choisi ce personnage puisque je considéré que l'objectif est, de plus que réalisable, utile par rapport à ce que je vais accomplir avec mon site web. Par exemple, les autres personnages avaient comme but avoir un FAQ ou un registre des réservations précédents et ces deux choses-là étaient relativement faciles à implémenter puisqu'il s'agit d'une autre section dans le Nav Bar et des questions-réponses par exemple. Néanmoins, des débuts, je ne voulais pas y avoir cette section la puisque ce que je regarde dans les gens au Pérou ce qu'on ne cherche pas véritablement ces fonctionnalités de qu'on veut trouver un dentiste, alors je ne considérais pas ce personnage comme représentative de ce qui est mon public ciblé. Au contraire, les braces étaient super importantes et de plus j'aime bien l'idée du personnage ayant 80 ans parce que ça va avec la phrase dans la page d'accueil: "Never too late to improve your smile". Alors, j'ai ajouté une carte « Braces ».

7. **Lien vers l'interface utilisateur:** <https://amadodent.github.io/>

8. **Lien vers votre code Bootstrap:**

<https://github.com/AmadoDent/AmadoDent.github.io.git>

9. **Interactions axées sur les buts de l'utilisateur et communication verbale et visuelle:**

## INTERACTIONS AXÉES SUR LES BUTS DE L'USAGER

### Patrons navigationnels

**Nav-Bar (Barre de navigation) :** Actuellement, la barre de navigation est un élément essentiel de l'interface utilisateur qui permet aux utilisateurs de naviguer facilement entre les différentes sections du site web. Ma barre est au top de chaque page avec des liens claires vers les différentes sections et puisque on clique dans une section, cette section dans la barre devient bold, ce qui répond à la discussion de l'importance de garder l'utilisateur informé du progrès dans les tâches. De cette façon, on permet aux utilisateurs d'atteindre rapidement leurs objectifs en accédant aux informations ou aux fonctionnalités qu'ils recherchent.

### Patrons organisationnels

**Cards (Cartes) :** Les cartes sont un des différents formats pour la présentation de l'information de manière visuellement attrayante et organisée. Dans mon interface je les ai utilisé pour montrer les services et les spécialistes. Dans les deux cas, chaque carte a une image, un titre et un court texte. De plus, dans les cas de services elles ont même un lien vers une description plus spécifique. Dans ce sens, j'ai implémenté des cartes pour permettre aux utilisateurs de parcourir facilement le contenu et d'accéder à des informations plus détaillées si nécessaire. De cette

façon, la communication visuelle est efficace en fournissant un aperçu rapide du contenu et en incitant les utilisateurs à explorer davantage, puisque par exemple, chaque fois que on hover sur une carte, elle pop-up.

## COMMUNICATION VERBALE ET VISUELLE

**Couleur bleue :** Le choix de la couleur bleue -(en deux tonalités différentes, donc respectant les contraintes de la palette de couleurs, que dans le cas de mon site sont 4 pour maintenir la cohérence en associant une couleur à un sens (toujours le même): white, black, #1D49A7, #DFEAFB)-, pour un site Web de dentiste est souvent associé à des connotations positives telles que la confiance, la sérénité et la propreté. Le bleu est une couleur couramment utilisée dans le domaine médical et dentaire en raison de son effet apaisant et rassurant sur les patients. Il transmet également une impression de professionnalisme et de fiabilité. En fait, 85% de fois que mon père va au travail il porte un bleu très similaire ou parfois avec la même tonalité que ce du site web. Alors, au plus de l'effet général positif du bleu, il renforce la relation avec ce qu'on voit de qu'on va à notre rendez-vous. J'ai y pensé beaucoup à la couleur puisque l'utilisation d'une couleur appropriée dans l'interface utilisateur permet de créer une expérience visuelle cohérente et d'instaurer un sentiment de confiance chez les utilisateurs lorsqu'ils interagissent avec le site.

**Utilisation de l'espace :** Même si notre choix de couleurs, icônes, typographie, images, etc. est la bonne, si on n'utilise l'espace correctement on va perdre tous les bons aspects. Dans le contexte de l'implémentation de mon site Web j'ai pris en compte le layout, l'espace, la proportion et la simplicité.

- **Layout :** J'utilisé une mise en page cohérente avec une hiérarchie visuelle claire pour guider les utilisateurs à travers le site. Par exemple, j'ai mis des titres et des sous-titres pour structurer les sections d'informations et utilisez une taille de police appropriée pour distinguer les éléments importants. De plus, la barre de navigation et le footer restent constants dans les différentes sections.
- **Space:** J'ai suffisant espace négative (en forme des marges et espacement par exemple) pour éviter la surcharge visuelle. Ainsi, je facilite la lecture et la compréhension des informations affichées.
- **Simplicité:** J'ai évité l'utilisations des éléments pas nécessaires qui pourraient confondre, distraire ou même causer les possibles clients de sortir de la page. En se concentrant sur l'essentiel, je facilite l'accès aux informations importantes, telles que les services offerts, les coordonnées de la clinique et les informations sur les traitements.
- **Proportion:** J'ai fait sur d'avoir des images avec la bonne quantité des pixels pour que dans la mise à l'échelle on évite les distorsions visuelles et on crée une expérience agréable pour les utilisateurs. De plus, je me suis assuré que la taille de la police et des icônes soit suffisant sans réduire l'espace négatif. Ainsi, j'ai amélioré la lisibilité et l'accessibilité des informations présentées, donc, contribuant à une communication visuelle efficace.

## Annexe

### QUESTIONS

#### QUESTION 1 OF 4

Exprimez des commentaires positifs sur des éléments spécifiques de l'IU qui, selon vous, sont bien pensés. Evitez les commentaires génériques du style "tout est ok"... qui ne sont d'aucune utilité pour le/la designer. Mettez plutôt en évidence les éléments spécifiques qui devraient être conservés dans la version future de l'IU.

---

#### QUESTION 2 OF 4

Exprimez des commentaires constructifs sur des éléments spécifiques de l'IU qui, selon vous, sont déroutants ou moins invitants. Evitez les commentaires génériques du type "ce n'est pas clair"... qui ne sont pas utiles pour le/la designer. Mettez plutôt en évidence les éléments spécifiques qui devraient être modifiés dans leur future version et faites des suggestions sur la façon dont il/elle pourrait les modifier.

---

#### QUESTION 3 OF 4

Dans l'étape 1 du projet, j'ai parlé d'un utilisateur « générique » qui avait plusieurs buts:

- Connaître le nom de l'entreprise et sa raison d'être
- Connaître l'adresse, le numéro de téléphone ainsi que les horaires d'ouverture.
- Connaître la liste des services fournis, leur description et leurs coûts.
- Connaître la liste des experts/spécialistes de l'entreprise et ce qu'ils font.
- Faire une réservation qui inclut une sélection d'un service, d'un expert et d'une date et heure.
- Entrer son nom et adresse courriel pour pouvoir effectuer la réservation.
- Voir une confirmation une fois la réservation effectuée.

Commentez la façon dont la conception lui permet d'accomplir les tâches souhaitées.

---

#### QUESTION 4 OF 4

Nous avons discuté des personnages dans la conception centrée sur l'utilisateur. Vous devez développer un personnage que le/la designer devra prendre en compte dans sa future version de son design :

- Donnez un nom à votre personnage
- Donnez 3 caractéristiques intrinsèques à votre personnage
- Donnez la relation à la technologie et la relation au domaine de votre personnage.
- Donnez 1 objectif qui n'est pas atteint par les fonctionnalités actuelles offertes dans l'IU.  
Définissez un but qui ne serait pas trop difficile à satisfaire pour le concepteur. Et aussi, essayez de définir un but qui est spécifique au type de service offert.



## **FEEDBACK**

### **1) ZenStudio:**

#### **a) Question 1:**

YOU TO SUBMISSION #4

- I like how you scroll down the Home Page and you get a great overview of the service. It gives me really zen vibes so that is pretty nice.
- I love the "Find Your Inner Balance" phrase and the get started button, super straightforward and user-friendly. I want to keep exploring the page and not leave.
- Our Services are amazing!! The display is organized and neat and you can find the information you are looking for about what they entail.

 Comment

#### **b) Question 2:**

YOU TO SUBMISSION #4

- I wonder if you can see the prices by clicking or hovering on the services. That would be a nice feature.
- I really like the Specialists and Book sections. I understand that you used the colours in your logo. However, in comparison with the first two pages I feel like I am on a different site, they look good but I lose the Zen vibe. I would advise you to add some pictures that bring you back to the HomePage or Services feeling or modify the colour to one that transmits more calm as red usually transmits warning or caution and that is the opposite of a yoga site.
- Finally, in the FOOTER you could also add the location and office hours so they can be more easily accessed.

 Comment

#### **c) Question 3:**

YOU TO SUBMISSION #4

The Nav-Bar at the top and its sections along with the FOOT provide a straightforward guide to finding aspects like points a, b, c, and d. This is really positive because it makes it easier for possible customers to know what information they will be able to find based on a general understanding of what aspects such as "Our Team" entail. However, I do not see which days the service is offered, just the hours. As I mention I like the Get Started button but I am curious about exactly how it contributes to allowing the users to accomplish their goals. Finally, points e, f and g are smoothly covered by the Booking section which is clear and user-friendly. The booking confirmation though, could summarize the appointment details.

**d) Question 4:**

YOU TO SUBMISSION #4

Jill is a 76 years old retired woman who goes everywhere with her car. She is not very good with computers and has never tried yoga before. She wants to go to a studio on Wednesdays and Fridays and wants to know if there is parking available. Additionally, she wants to know the prices before booking a session.

 Comment

## 2) Bakeneko Tattoo Parlor

### a) Question 1:

YOU TO SUBMISSION #3

- I like the HOMEPAGE artistic vibe, it is intriguing and you can see a brief description of the site is about.

- The Nav-Bar is pretty direct and well-organized, which I like.

- I really like the Office Hours display in the Contact section, pretty clear and organized.

 Comment

### b) Question 2:

YOU TO SUBMISSION #3

Even though I can really see the effort in the HOMEPAGE and I really enjoy it visually, I believe that if it was not for the description I would not know the site is about tattoos but instead I would be inclined towards believing it is a videogames page. I believe the name of the page could be more present and highlighted more to make sure everyone knows it is a TATTOO site.

Additionally, regarding the Artist, Gallery and Booking sections, they do not really match the artistic vibe of the HOMEPAGE AND CONTACT PAGE, and you may even say they are two different sites. I would advise you to choose a series of colours and stick with them as for coherence.

Finally, I would have liked it if you show the navigation of the Appointment section in a more visual way: What does the confirmation look like? What does the calendar look like? How do you choose the artist? Is it a drop button? Do you write? I feel you have the right ideas and you tell them to us but you need to implement them so we can see how the site as a whole builds up.

### c) Question 3:

YOU TO SUBMISSION #3

The Home Page along with the Nav-Bar at the top and its sections provide a guide to finding aspects like points a, b, c, and d. However, once you are in them it can be confusing to find some information like the Services provided. For instance, I do not know what "Styles" entail as there are no examples included. I am curious about the pages you visited and what is the general understanding of Gallery for example. Regarding the last three objectives, I do not believe the conception is allowing the user to fulfill them yet. In theory, it seems that it will and I can see very good ideas that I like but they have not been implemented yet so I am not sure about how these tasks will be exactly executed.

### d) Question 4:

YOU TO SUBMISSION #3

Sara is 20 years old and she is looking for a reliable tattoo service provider. She is an artist, very detail-oriented person and very picky. She wants someone to tattoo one of her drawings. She can cope with technology but she is not the best. She wants to be able to see reviews on a service provider.

### 3) Procyding:

#### a) Question 1:

YOU TO SUBMISSION #2

- The first thing that I notice, which is the Homepage, is actually very appealing and it seems very professional. I like that you highlight the MAIN BENEFITS because it gives me a better idea on WHY I should stay on the website.
- The FOOT is also really good because it is pretty standard so people know which kind of information they will find there, and it is that information that they are looking for.
- The Components page seems pretty straightforward and I like the filters that you added.

#### b) Question 2:

YOU TO SUBMISSION #2

- Though I like the colours and the background in the HOMEPAGE, I feel that the text is too long and not direct enough. I think all that paragraphs in white could be summarized in the button if you add "BOOK APPOINTMENT" and you could replace it with a catchy shorter phrase or a statement that impacts because I feel that the phrase currently in place reduces the power your design has.
- In the FOOT I think you could go more standard with the OFFICE HOURS, I understand you probably ran out of space but the way SAT,SUN..., etc are displayed can be confusing and seem as if it is incomplete or the format moved and it is bugging.
- On the Services page, the display is nice but I can see that the logos are taken from your inspiration page and they do look pretty customized for them. I would advise you to look for free icons online to avoid any issues that may arise if ever you decide to publish the website.

 Comment  Someone liked this

#### c) Question 3:

YOU TO SUBMISSION #2

The HOMEPAGE in combination with the Nav-Bar and the FOOT sections provides a straightforward guide to finding aspects like points a, b, c, and d. This is really positive because it makes it easier for possible customers to know what information they will be able to find based on a general understanding of what aspects such as "Our Specialists" entail. Furthermore, the Homepage has an APPOINTMENT option so clients can easily access points e,f, and g. Overall, all user's needs are fulfilled by the MockUps shown. However, access to them could be even easier if, for instance, the Office Hours were in a more standard display.

#### d) Question 4:

YOU TO SUBMISSION #2

Juan, is 35 years old, a low-income, francophone introvert. He started biking recently and is hearing a weird noise. He wants to get it fixed but is not familiar with the bike/maintenance vocabulary so is looking to find out what he needs without having to call and ask for details for the services provided. Furthermore, he wants to buy a bell for his bike. He is not too good at using technology either.

#### 4) PetCare:

##### a) Question 1:

YOU TO SUBMISSION #1

- The first thing that I notice, which is the Homepage, is actually very appealing and makes me curious about the other sections of the website. The colours you inspired yourself in make a good combination and it seems very professional.

- I really like the Appointment section. I feel the process is really user-friendly and straightforward. I like the rounding edges because they make an interesting combination of playful/health which is great for a veterinarian.

- I can really see the effort in the Nav-Bar. Really nice logo, it is clear what the service is and the space between the buttons is really balanced. Plus the icons you used are pretty standard and recognizable so they are not confusing.

 Comment

##### b) Question 2:

YOU TO SUBMISSION #1

- Tho, as I mentioned the nav bar is pretty complete and aesthetically pleasing, it could be enhanced if the logo was a bit more centred so as to appreciate it more because now it is pretty close to the superior edge.

- I was looking at the second mock-up and I did not know exactly where I was, though it is possible to figure it out, I believe you would benefit from writing something at the top as an indicator of the section (Team, our doctors,...).

- I like the idea of having "cartes" for the doctors and in about us. However, I feel that the contrast is not the best and you could take better advantage of tools like Figma by adding shades, rounding edges and arranging the text as well as re-checking the colors.

- For Opening Hours I do not believe it necessary to have numbers in each day as M,T,W,T,F... is already an organized format and it would be clearer and less heavy on the sight if they were aligned and without numbers.

Hope you find this helpful, but overall I really like your ideas!

 Comment

##### c) Question 3:

YOU TO SUBMISSION #1

The Nav-Bar at the top and its sections provide a straightforward guide to finding aspects like points a, b, c, and d. This is really positive because it makes it easier for possible customers to know what information they will be able to find based on a general understanding of what aspects such as "Our Team" entail. Furthermore, the Homepage has a Book Now option so clients can easily access points e,f, and g. Overall, all user's needs are fulfilled by the MockUps shown. However, access to them could be even easier if, for instance, the address was in the Get in Touch section as well.

 Comment

#### **d) Question 4:**

YOU TO SUBMISSION #1

Rick, 19 years old, lives in Ottawa, and does not own a car. He wants to take his dog Ferdinand for his shots and is really picky about its doctor as he is very well-informed about vet services. Rick loves technology and thus, trusts the service providers based on the website's qualities. He is pragmatic so he wants to be able to see the address of the service provider without having to click around and he would like to be automatically redirected to Google Maps to save time.

 Comment