

Технически университет – Варна

Факултет по изчислителна техника и автоматизация

Проектиране на потребителски интерфейси

Софтуерни и интернет технологии

КУРСОВ ПРОЕКТ №2

ОНЛАЙН МАГАЗИН ЗА ДРЕХИ “TOP-G APPAREL”

Тодор Кирилов Пенчев – 20621541

Момчил Антонов Милков – 20621535

Съдържание

1. Задание на проекта
2. Начална Фаза на Проектиране
 - 2.1 Изучаване на Конкуренцията
 - 2.2 Изучаване на Клиента
 - 2.3 Изграждане на Персона
 - 2.4 Пътна Карта и Истории
 - 2.5 Визия и Стил
3. Изграждане на Уебсайта
 - 3.1 Mind Map и Site Map
 - 3.2 User Flow
 - 3.3 Wireframe
 - 3.4 Use Case
 - 3.5 Реализация

1. Задание на проекта

Създайте WEB on-line магазин за продажба на дрехи (артикули, кошница, търсене по критерии). Използвайте платформата пожелание. Дизайн на търсенето по критерии. Дизайн на страницата с резултатите.

2. Начална фаза на проектиране

В началната фаза на проектиране на първо място стои първата среща и дискусията относно цялостната идея за развитие на проекта, както и за брой детайли касаещи ранната му реализация. Тук придобиваме много базова представа за това какво ще представлява проекта, какви задачи ще трябва да се изпълняват и как те ще бъдат разпределяни между участниците и през времето.

2.1 Изучаване на конкуренцията

Конкурентният анализ е една от първите стъпки при изграждането на нов продукт/услуга. То спомага за насочване на идеите в посока индустриален стандарт, както и поставя летвата на очакваното от потребителите ниво за подобен тип продукт. В нашия случай, анализът е върху някои от най-големите магазини за дрехи у нас: **H&M, LC Waikiki, New Yorker**.

КОИ СА ТЕ?	ВИЗИЯ, МИСИЯ, ЦЕННОСТИ	СИЛНИ СТРАНИ	СЛАБОСТИ	ПРИЛИКИ	РАЗЛИКИ	СТОЙНОСТНО ПРЕДЛОЖЕНИЕ
H&M	"Да направи модата достъпна и забавна за всеки!"	Изключително широк каталог Вече остановена масивна база от потребители	Прекалената разнообразност се явява и недостатък в някои случаи Сравнителна трудност при намиране на точния за мен продукт	Общо погледнато, идеята е подобна, предлагаща по нещо за всеки	Присъстват повече специализирани/модерни зирани марки и линии, не особено привлекателни за средния ни потребител	"Мода и качество на най-добра и консистентна цена"
LC Waikiki	Добро отношение Постигане на цели заедно Широка експертиза Клиентът е на първо място Не се страхуваме от предизвикателства	Много достъпни цени Добри филтри Лесна навигация	В последните години, постепенно губят доход	Изключително близък, почти шаблонен по всички характеристики уебсайт	Има опции за АБСОЛЮТНО всички, включително бебета/малки деца, които ние не сме избрали за цел	"Да обличаме хората по начина по който те искат с бюджета с който разполагат"
New Yorker	Уникални изживявания за клиентите Интернационалността на голяма корпорация, водена като семеен бизнес Стилет е изключително важен	Много стилизиран уебсайт Маркетинга (където присъства) е на по-високо ниво	Трудна навигация Липса на персонализация Липса на онлайн пазаруване Няма достатъчно рекламация	Голям избор продукти Сравнително достъпни цени	Няма онлайн пазаруване Демографска насока основно над младите хора Повече блясък, не толкова функционалност	"Да позволим на нашите клиенти да бъдат себе си във всеки един момент."

Фиг.1 Сектор от таблицата с конкурентен анализ (пълната таблица се намира в папката с документация).

В резултат на анализа, придобиваме доста информация, но някои основни принципи могат да бъдат изолирани и приложени в по-нататъшната разработка:

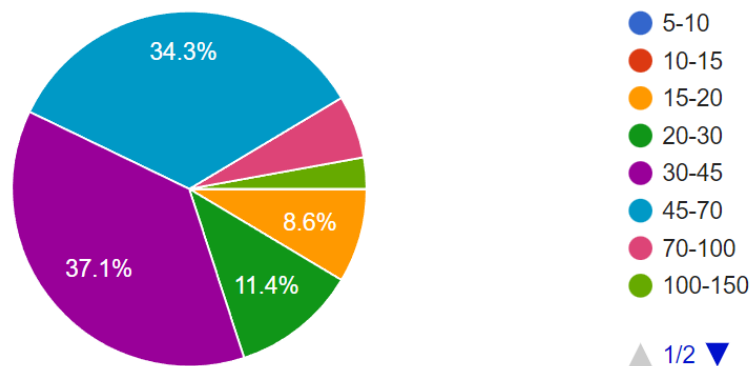
- Достъпни цени
- Разнообразие в избора на продукти
- Лекота на използване на уебсайта
- Утилизация на намаления и промоции
- Прозрачна, позитивна и активна комуникация с клиента

2.2 Изучаване на клиента

След запознаване с конкуренцията, следва запознаването с клиента. Един от най-добрите начини да се постигне това е директната връзка. Точно с тази цел, правенето на анкета с внимателно подбрани въпроси може да бъде изключително полезен инструмент. В нашата анкета въпросите са основно насочени около цените на продуктите, както и личните предпочитания на клиентите относно различните услуги, които смятат, че са нужни, както и в повече. Присъстват и някои въпроси, насочени към демографията и психологията с цел по-ясна представа за това какъв човек представлява точно нашият клиент. Някои от въпросите и резултатите:

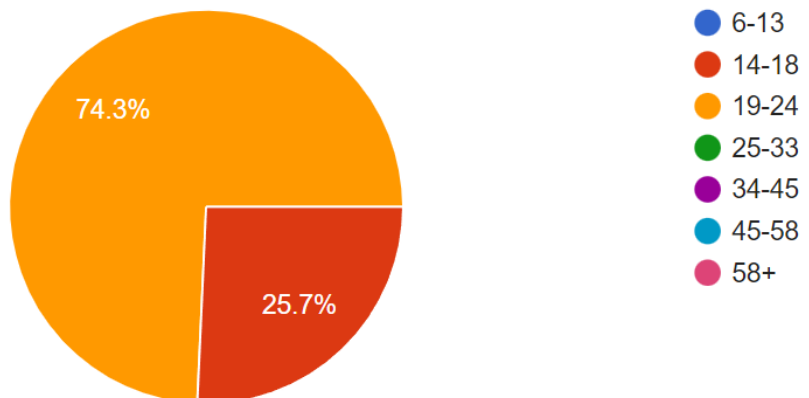
Колко трябва да струва една блуза/суичър от приемливо качество? (цените са в лв.)

35 responses



Каква е вашата възраст?

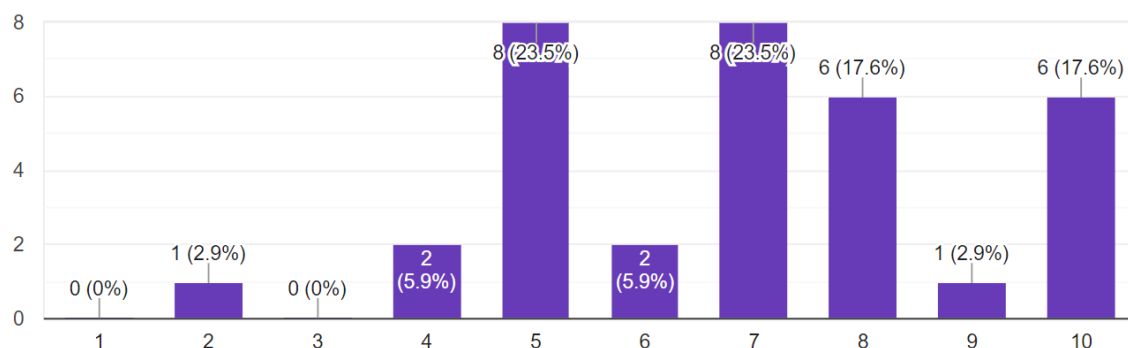
35 responses



Колко важни са за Вас честите отстъпки и промоции?

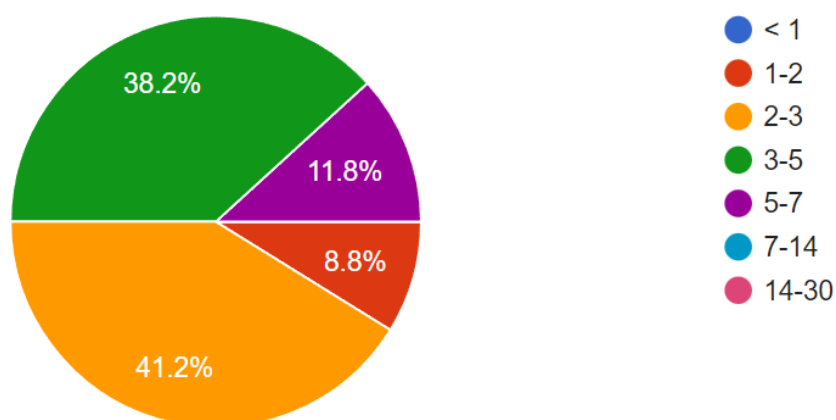
 Copy

34 responses



Колко дълго е приемливо да се чака доставка? (в дни)

34 responses



2.3 Изграждане на персона

След като сме получили нужната за нас информация за клиента, полезна стъпка е тя да бъде синтезирана в една обща персона, която да използваме като точка за сравнение на бъдещи идеи. По този начин гарантираме, че във всеки един момент се движим паралелно с желанията на клиентите.

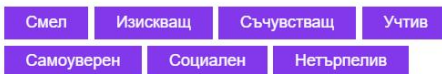
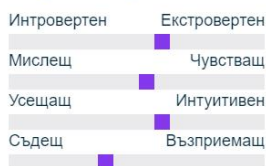
Тодор Пенчев



"Модерният, млад и технологичен човек."

Възраст: **18-23**
Работа: Ученик/Студент
Семейство: Необвързан
Локация: Варна, България

Характер



Цели

- Постигане на високо ниво на личен стил
- Намиране, закупуване и получаване на продукт възможно най- бързо и безболезнено
- Пазаруване на адекватни за неговите възможности цени

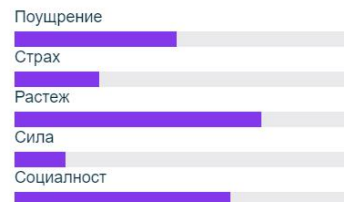
Фрустрации

- Дълго чакане на доставка на продукт
- Трудност в навигацията на каталога и намиране на желан продукт
- Рядко предоставяне на промоции и намаления

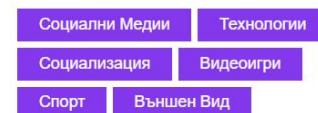
Био

Текущо, Тодор е студент, като голяма част от личното му време бива насочена към неговото следване. В резултат на това, той няма възможността да работи пълноценно, поради което финансовите му възможности са ограничени. Същевременно обаче, Тодор е много социален и обича да се събира с приятели, като за него е от голямо значение как ще изглежда. Вкусът му не е прекалено взискателен, не изпитва нужда да носи най- марковите и скъпи дрехи, но държи на качеството и стила. Тодор е израстнал в ерата на модерните технологии, така че е доста запознат с тях, като е и сравнително нетърпелив.

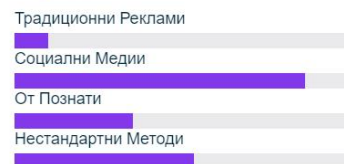
Мотивации



Интереси



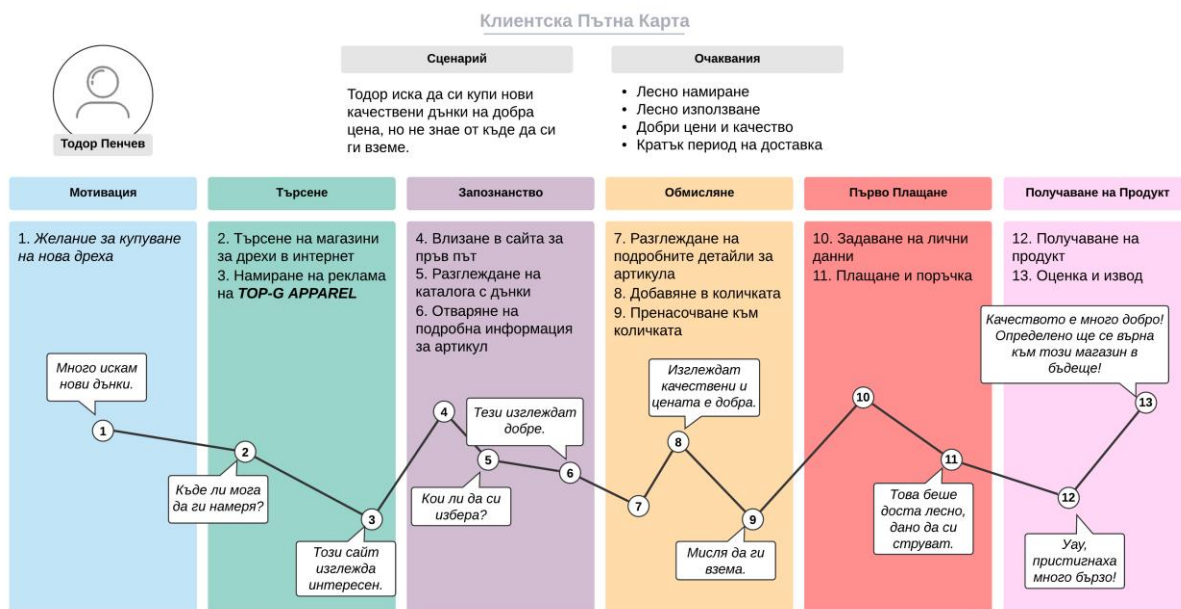
Предпочитани Канали



Фиг. 2 Персона

2.4 Пътна Карта и Истории

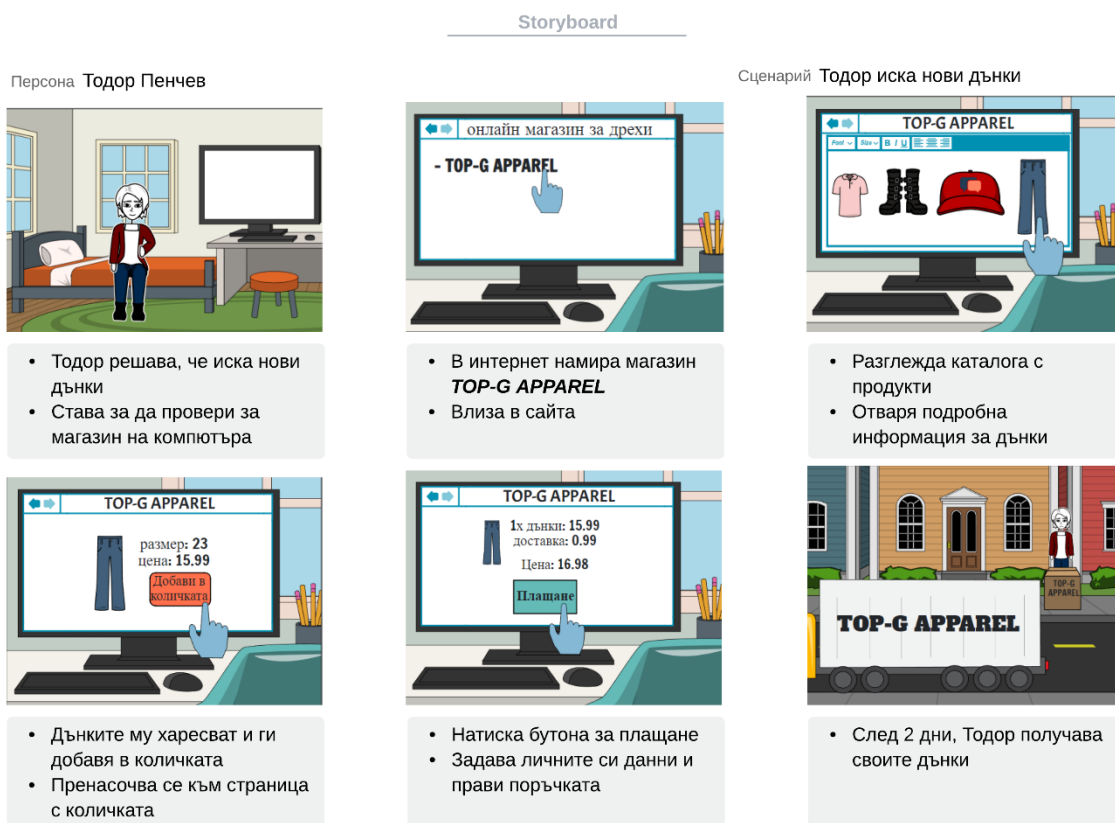
Познавайки клиента си, трябва да изградим идеята как ще протече неговото преживяване когато той използва нашите услуги. Тук на помощ идва пътната карта. Чрез нея си изясняваме всяка стъпка, която клиентът ни ще направи, неговите реакции, мисли и как възможно най- много да улесним цялостния процес.



Фиг. 3 Пътна Карта

На базата на пътната карта, можем да създадем теоретичен сценарий, история, в която по-ясно и практично визуализираме процеса на запознанство и използване на нашите услуги от клиента.

Фиг. 4 История (Storyboard)



2.5 Визия и стил

Последната част от началното проектиране е определянето на стила и общата визия на уебсайта. В нашия случай залагаме на черно-бяла палитра, семпlost и цялостно модерно усещане. Moodboard-ът е средство което ефективно изразява точно тази информация.



Liberation Sans Шрифт

#282c33

#4c535d

#6f7681

#979ea8

#ced4db



Семплостта, в своята екстремност, се превръща в елегантност. -Джон Маеда



Стилът е начин да кажеш кой си без да трябва да говориш
-Рейчъл Зоуи



Модерен

Стилен

Семпъл

Фиг. 5 Moodboard

Логото също е важна част от визията на един уебсайт. То трябва да се придържа към общия стил на проекта и да служи като котва в съзнанието на клиента, винаги напомняща за сайта.



Фиг. 6 лого на "TOP-G APPAREL"

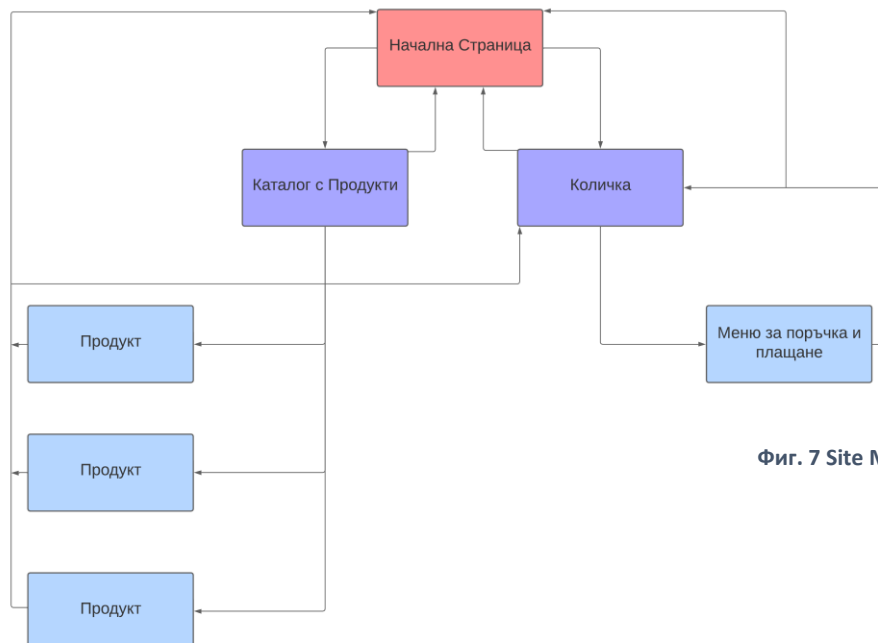
3. Изграждане на уебсайта

След като теоретичните и абстрактни елементи на проекта са завършени, следва да се започне работа по същинския сайт и неговата реализация.

3.1 Mind map и Site map

Чрез mind map и site map, си изясняваме структурата на сайта- колко страници ще имаме, по какъв начин те ще са свързани, какви различни възможности ще предлага всяка една от тях. Тази стъпка много улеснява създаването на въпросните страници в последствие.

Site Map



Фиг. 7 Site Map

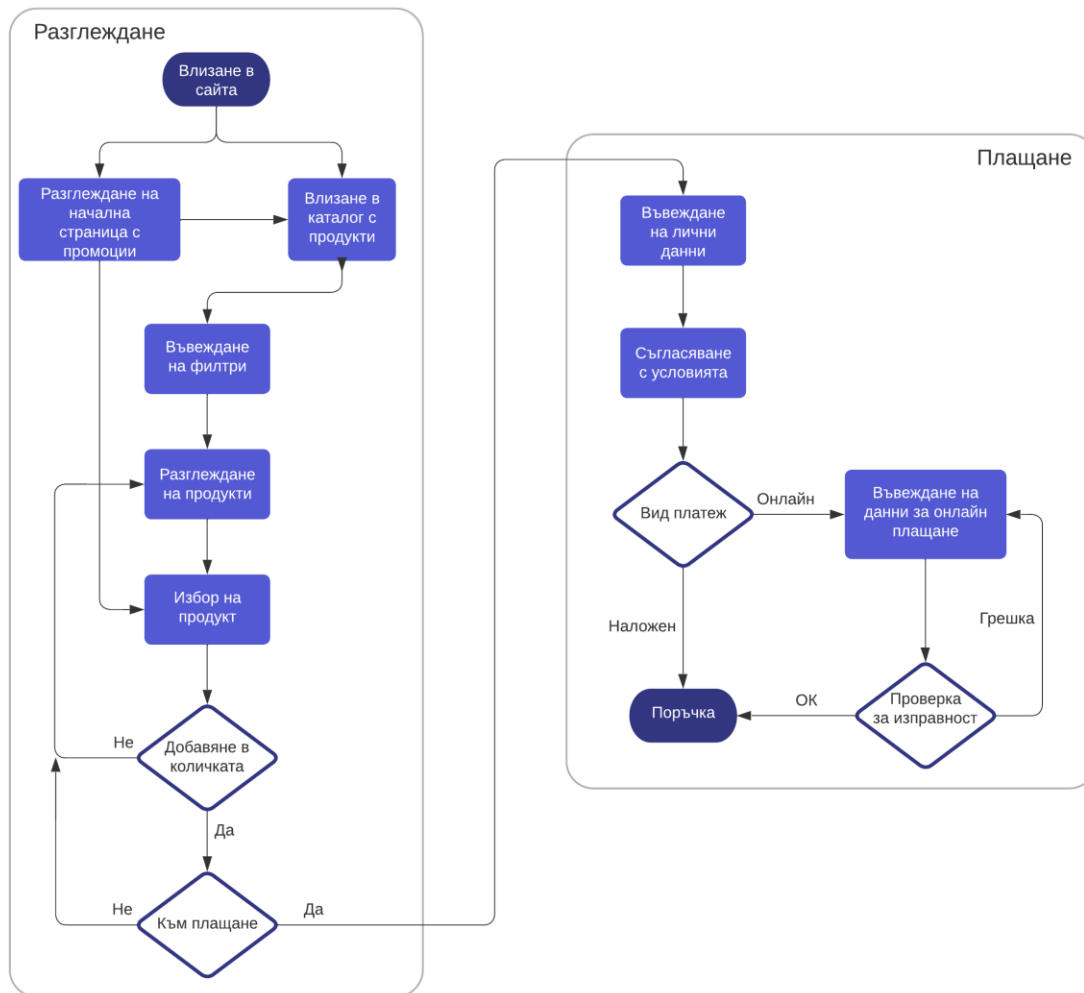


Фиг. 8 Mind Map

3.2 User Flow

Знаейки какви страници ще имаме, взаимоотношенията между тях и възможностите, която всяка от тях предоставя е полезно да създадем User Flow диаграма, която ясно изобразява очаквания път на клиента използващ сайта- през кои страници ще премине и какво ще направи във всяка една от тях.

User Flow

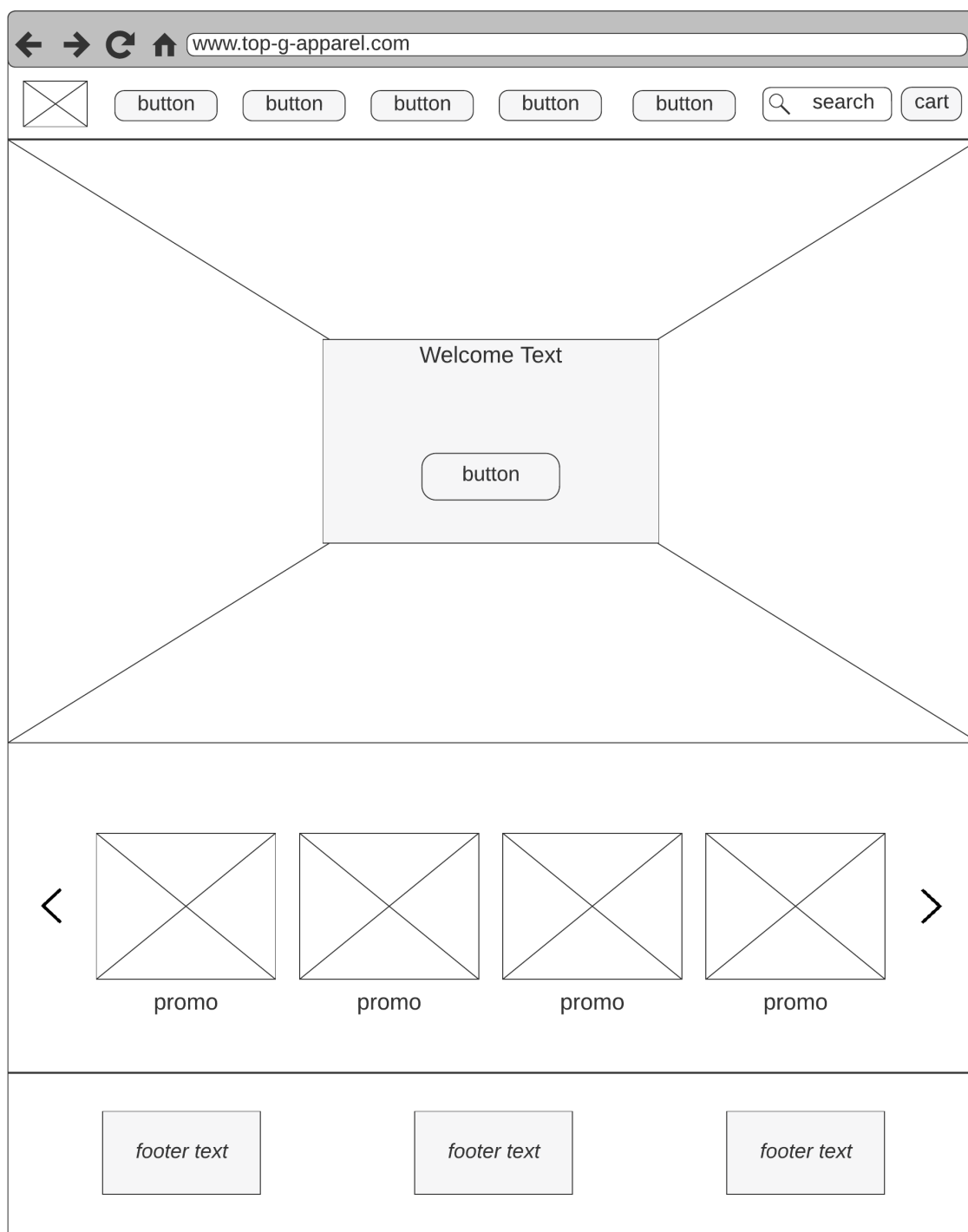


Фиг. 9 User Flow

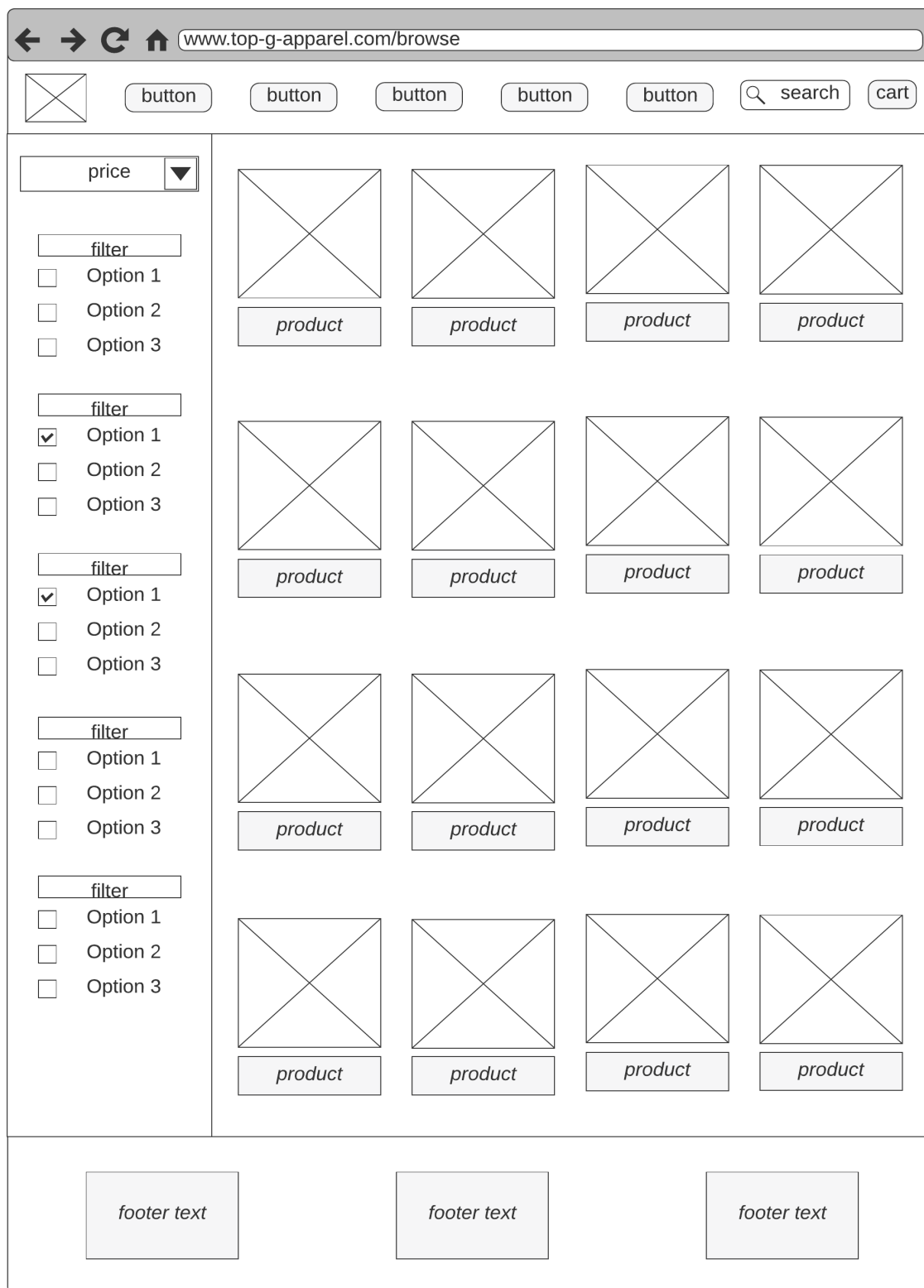
3.3 Wireframe

Последната стъпка, преди реализацията на уебсайта за така наречените wireframe прототипи, чрез които графично изобразяваме „скелето“ на това как трябва да изглежда всяка една страница в нашия сайт. Създаването на тези чертежи, оставя по-нататъшната разработка на страниците без не отговорени въпроси, което повишава скоростта и освобождава разработчика от нуждата да трябва да взима самостоятелни творчески решения.

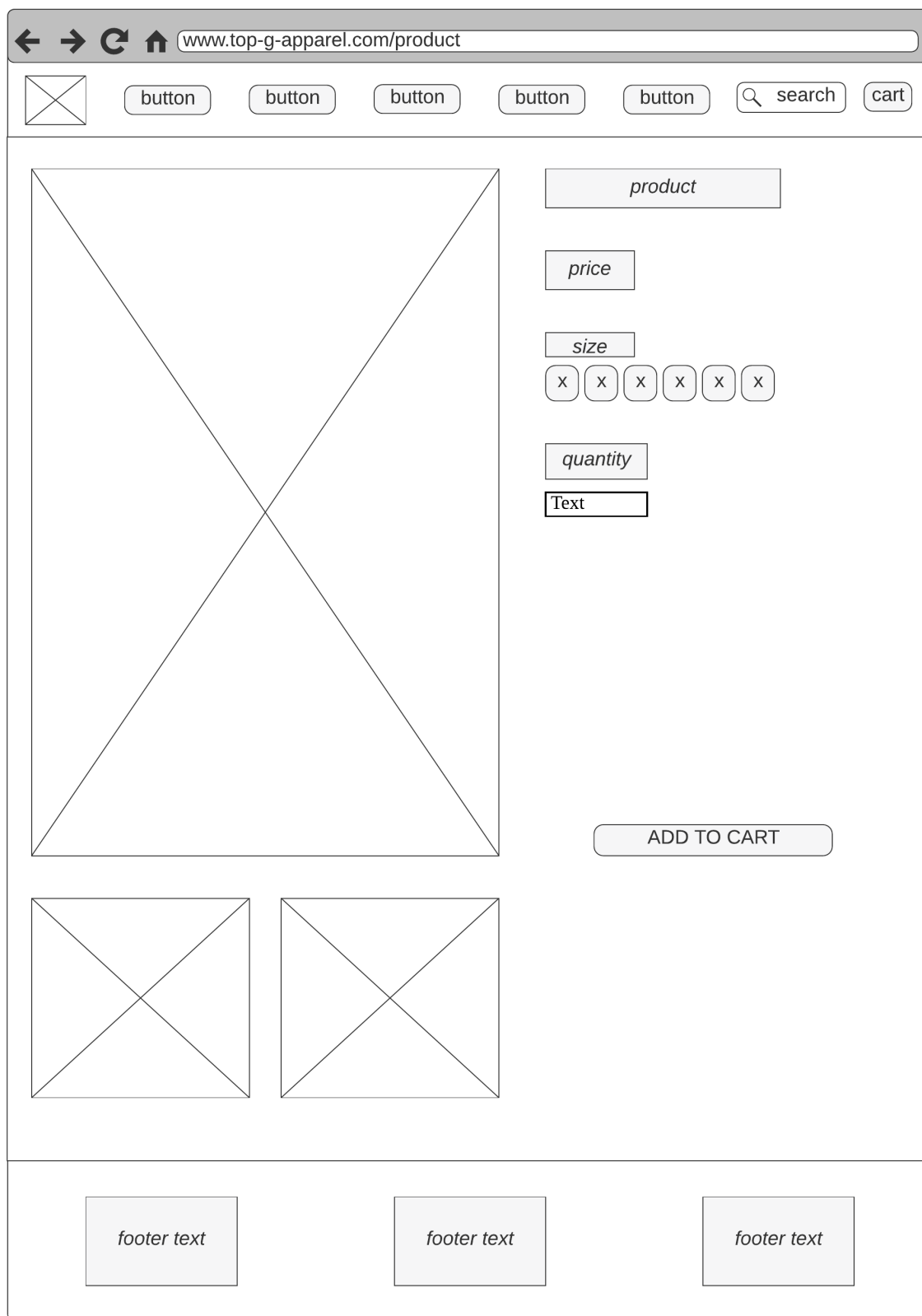
Core Page Wireframe



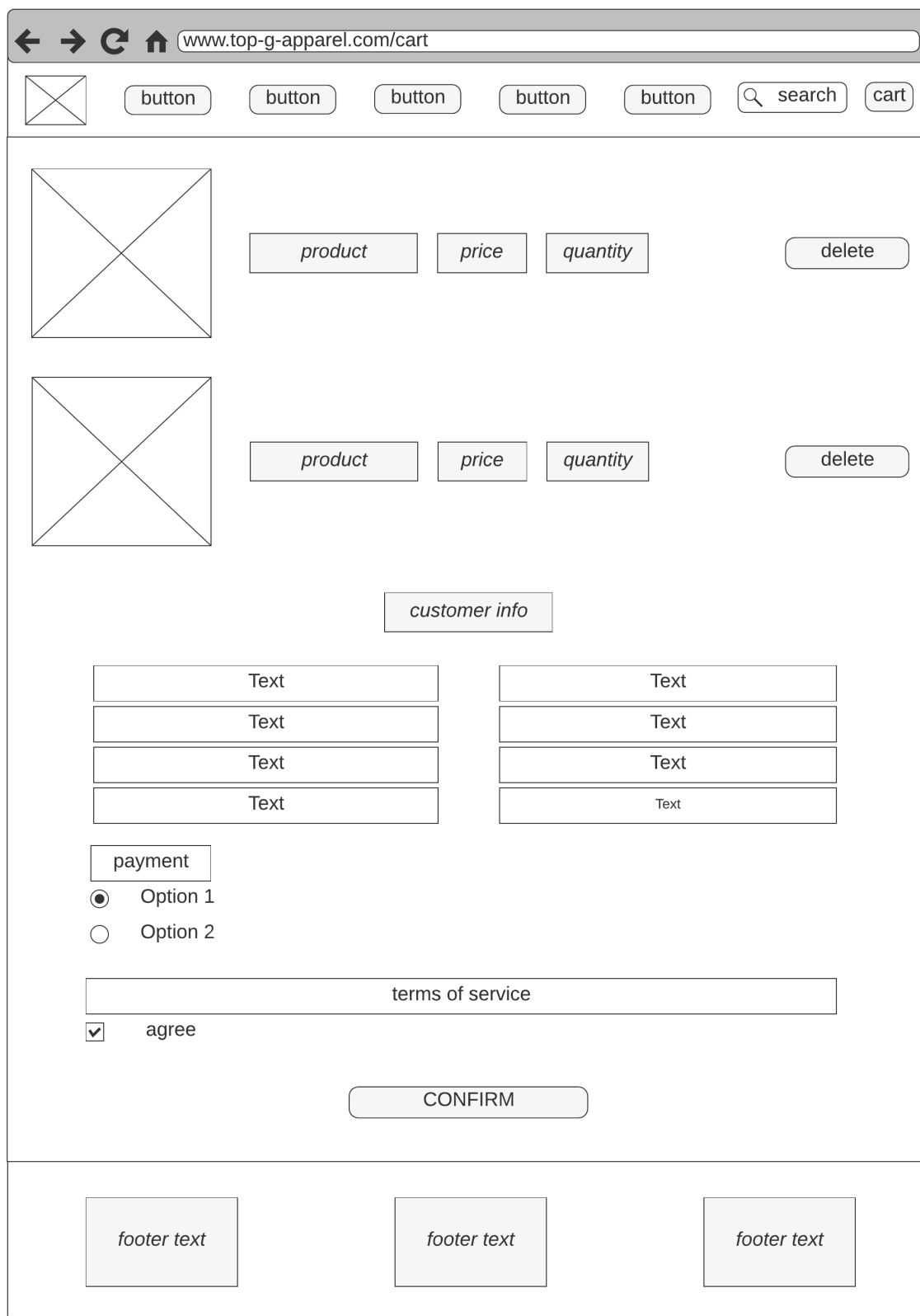
Фиг. 10.1 Wireframe на началната страница



Фиг. 10.2 Wireframe на каталога с продукти



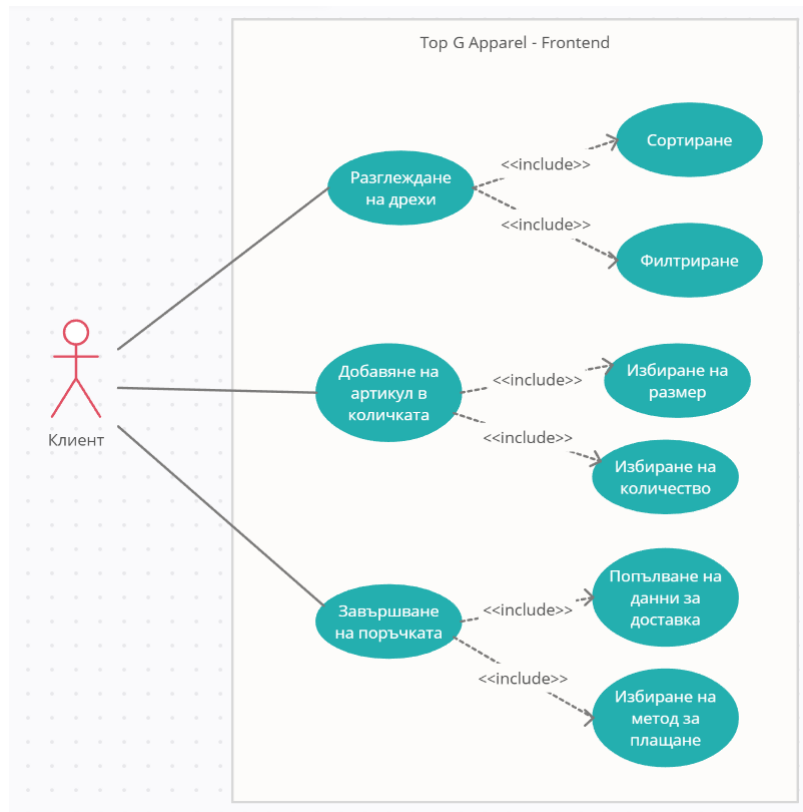
Фиг. 10.3 Wireframe на информация за продукт



Фиг. 10.4 Wireframe на страница с количка и плащане

3.4 Use Case

По време на реализацията на функционалностите на уебсайта, е добре да се направи Use Case диаграма, чиято цел е да се изяснят чисто техническите аспекти на въпросните функционалности, както и взаимоотношенията на логическите блокове в системата.



Фиг. 11 Use Case диаграма

3.5 Реализация

След като имаме всичко необходимо, самата реализация става доста лесно и бързо. За фронтенд използваме **Vue** във **Visual Studio Code**. Средата, библиотеките и управлението на пакетите осигуряват **NodeJS** и **NPM**.



ПРОДУКТИ

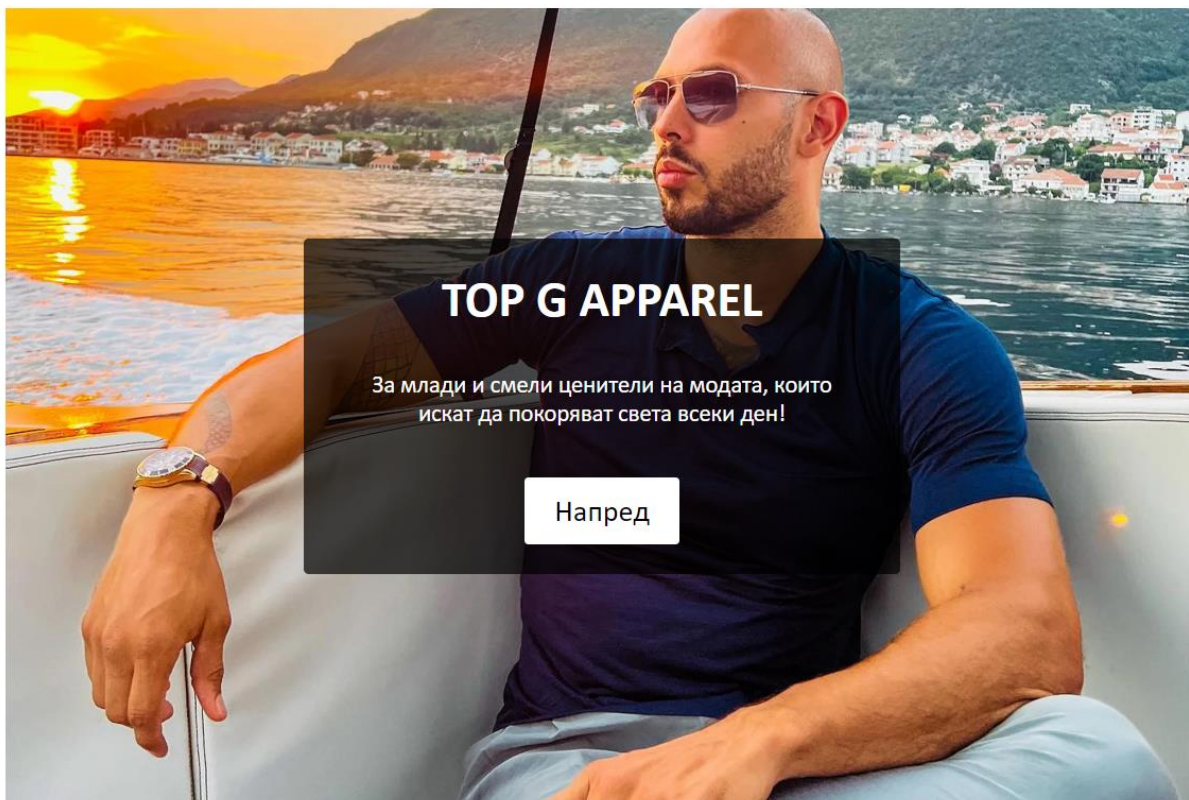
МЪЖЕ

ЖЕНИ

ДЕЦА

ПРОМОЦИИ

Търсене



TOP G APPAREL

За млади и смели ценители на модата, които искат да покоряват света всеки ден!

Напред

ПРОМОЦИИ



NEW BALANCE ТЕНИСКА Accelerate Short Sleeve

32.39 лв.
~~35.99 лв.~~

10%

119.99 лв.
~~149.99 лв.~~



СИЛНО ВТАЛЕНИ СИВИ ДЪНКИ С МЕТАЛНО ЛОГО

119.99 лв.
~~149.99 лв.~~



Дънки 'GREYS'

175.49 лв.
~~194.99 лв.~~

20%



Рокля тип риза 'BELLA'

10% 38.29 лв.
~~58.90 лв.~~



Дънки 'IZZA'

35% 52.43 лв.
~~69.90 лв.~~

25%

Фиг. 12 Начална Страница



NEW BALANCE ТЕНИСКА Accelerate Short Sleeve

New Balance

32.39 лв. ~~35.99 лв.~~

Изберете размер:

Изберете количество:

Добавете в количката

Контакти

Телефон: +359 888 9999 22
E-mail: info@top-g-apparel.bg

Адрес

Grand Mall Varna
ул. „Академик Андрей Сахаров“ 2, 9000 Варна



Работно време

Понеделник до Петък - 10:00 до 20:00
Събота и Неделя - 10:00 до 22:00

Copyright © Top G Apparel 2023

Фиг. 13 Страница с Продукт



	Продукт	Размер	Цена	Количество	Тотал	
	NEW BALANCE ТЕНИСКА Accelerate Short Sleeve		32.39 лв.	1	32.39 лв.	<button>Изтрий</button>
	UMBRO ТЕНИСКА BIG LOGO COTTON TEE		17.99 лв.	1	17.99 лв.	<button>Изтрий</button>

ВАШАТА ИНФОРМАЦИЯ

Име	Фамилия
<input type="text"/>	<input type="text"/>
ЕИК	Имейл
<input type="text" value="това поне не е задължително"/>	<input type="text"/>
Телефон	Град
<input type="text"/>	<input type="text"/>
Пощенски код	Адрес
<input type="text"/>	<input type="text"/>

☒ **Наложен платеж**

Платете на куриера по време на доставката. Моля, подгответе точната сума, ако можете.

☐ **Плащане с Кредитна/Дебитна карта онлайн**

Всички плащания се извършват в българския лева (BGN). Ако сте платили с платежна карта издадена от банка в чужбина, сумата на транзакцията ще бъде превалутирана в български лева по обменния курс на Българска Народна Банка

Когато изтегляме сумата по поръчката ви от кредитната или дебитната ви карта, конвертираната сума ще бъде пресмятана спрямо вашата национална валута и всички такси които следват ще бъдат начислени от операторите, които са издали вашата карта. Посочените цени в сайта са с информативна цел.

Тотал: 50.38 лв.☐ Кликвайки върху бутона, се съгласявате с [условията за ползване](#)

Всички продукти, визуализирани в сайта, са част от нашите предложения, но това не означава, че те са постоянно достъпни.

ПОТВЪРЖДАВАМ**Фиг. 14 Страница с Количка**