

**TỔNG LIÊN ĐOÀN LAO ĐỘNG VIỆT NAM
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÔN ĐỨC THẮNG
KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN**



**ĐỒ ÁN GIỮA KỲ MÔN THIẾT KẾ GIAO DIỆN NGƯỜI
DÙNG**

**THIẾT KẾ GIAO DIỆN WEBSITE
DỊCH VỤ THỜI TRANG**

Người hướng dẫn: **ThS Nguyễn Thái Duy**

Người thực hiện: **Mai Nguyễn Phương Trang - 52200051**

Lớp : 22050201

Khoá : 26

THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, NĂM 2023

**TỔNG LIÊN ĐOÀN LAO ĐỘNG VIỆT NAM
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÔN ĐỨC THẮNG
KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN**



**ĐỒ ÁN GIỮA KỲ MÔN THIẾT GIAO DIỆN NGƯỜI
DÙNG**

THIẾT KẾ GIAO DIỆN WEBSITE DỊCH VỤ THỜI TRANG

Người hướng dẫn: **ThS Nguyễn Thái Duy**

Người thực hiện: **Mai Nguyễn Phương Trang - 52200051**

Lớp : 22050201

Khoá : 26

THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH, NĂM 2023

LỜI CẢM ƠN

Lời đầu tiên em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến thầy, cô trong Khoa Công nghệ thông tin thuộc trường Đại học Tôn Đức Thắng đã tạo điều kiện cho em được học môn thiết kế giao diện người dùng. Cùng với lòng biết ơn sâu sắc, em xin đặc biệt gửi lời cảm ơn đến thầy Nguyễn Duy Thái - Người đã trực tiếp giảng dạy và hướng dẫn em trong môn học, cũng như đồ án này trong suốt thời gian vừa qua.

Đối với em, môn học này vô cùng cần thiết từ giờ đến cả sau khi tốt nghiệp. Bằng tất cả sự tâm huyết, em sẽ cố gắng hoàn thành đồ án giữa kì này một cách tốt nhất, tuy nhiên trong quá trình làm bài khó có thể tránh khỏi những thiếu sót, cũng như còn non nớt về kinh nghiệm nên mong thầy xem xét và bỏ qua, em mong muốn nhận được những góp ý quý giá của thầy để em có thể khắc phục, hoàn thiện và rút kinh nghiệm trong tương lai.

Một lần nữa, em xin chân thành cảm ơn và gửi đến quý thầy cô những lời chúc tốt đẹp nhất.

CÔNG TRÌNH ĐƯỢC HOÀN THÀNH TẠI TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÔN ĐỨC THẮNG

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi và được sự hướng dẫn khoa học của ThS Nguyễn Duy Thái. Các nội dung nghiên cứu, kết quả trong đề tài này là trung thực và chưa công bố dưới bất kỳ hình thức nào trước đây. Những số liệu trong các bảng biểu phục vụ cho việc phân tích, nhận xét, đánh giá được chính tác giả thu thập từ các nguồn khác nhau có ghi rõ trong phần tài liệu tham khảo.

Ngoài ra, trong luận văn còn sử dụng một số nhận xét, đánh giá cũng như số liệu của các tác giả khác, cơ quan tổ chức khác đều có trích dẫn và chú thích nguồn gốc.

Nếu phát hiện có bất kỳ sự gian lận nào tôi xin hoàn toàn chịu trách nhiệm về nội dung luận văn của mình. Trường đại học Tôn Đức Thắng không liên quan đến những vi phạm tác quyền, bản quyền do tôi gây ra trong quá trình thực hiện (nếu có).

TP. Hồ Chí Minh, ngày 20 tháng 11 năm 2023

Tác giả

(ký tên và ghi rõ họ tên)

Mai Nguyễn Phương Trang

PHẦN XÁC NHẬN VÀ ĐÁNH GIÁ CỦA GIẢNG VIÊN
Phần xác nhận của GV hướng dẫn

Tp. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm
(kí và ghi họ tên)

Phần đánh giá của GV chấm bài

Tp. Hồ Chí Minh, ngày tháng năm
(kí và ghi họ tên)

MỤC LỤC

CHƯƠNG 1 – MỞ ĐẦU	4
1.1 Giới thiệu đề tài:	4
1.2 Mục đích và đối tượng:	4
1.3 Phạm vi và giới hạn nghiên cứu:	4
CHƯƠNG 2 – CƠ SỞ LÝ THUYẾT	5
2.1 Khái niệm UX/ UI:	5
2.2 Khái niệm persona:	5
2.3 Sơ đồ phân rã chức năng hệ thống:	5
2.4 Storyboard:	5
2.5 Flow diagram:	6
2.6 Sketch:	6
2.7 Wireframe:	6
CHƯƠNG 3 – PHÂN TÍCH ỨNG DỤNG	7
3.1 Vai trò và trách nhiệm của nhóm người dùng:	7
3.1.1 <i>Người sử dụng dịch vụ</i> :	7
3.1.2 <i>Đối tượng cung cấp dịch vụ</i> :	7
3.1.3 <i>Đối tượng quản trị</i> :	8
3.2 Keyword (từ khoá):	8
3.3 Tiêu chí đánh giá:	9
3.4 SWOT:	10
3.5 Hành vi người dùng:	12
3.6 Persona:	15
CHƯƠNG 4 - DANH SÁCH CHỨC NĂNG	17
4.1 Sơ đồ phân rã hệ thống:	17
4.2 Bảng ưu tiên thứ tự chức năng:	17
4.3 Storyboard:	20

4.3.1 Storyboard đăng ký:	20
4.3.2 Storyboard tìm kiếm và bộ lọc:	21
4.4 Sơ đồ chuyển giao hệ thống:	21
4.5 Sơ đồ chuyển giao theo nhóm người dùng:	22
4.6 Wireframe:	23

DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU, HÌNH VẼ, ĐỒ THỊ

DANH MỤC HÌNH

Hình 1 - Persona khách hàng	15
Hình 2 - Persona nhà bán hàng	16
Hình 3 - Sitemap	17
Hình 4 - Storyboard đăng ký	20
Hình 5 - Storyboard tìm kiếm và bộ lọc	21
Hình 6 - Flow diagram	21
Hình 7 - Flow chart mua hàng của khách hàng	22
Hình 8 - Flowchart thêm sản phẩm của nhà bán hàng	23
Hình 9 - Wireframe của trang đăng ký	24
Hình 10 - Wireframe của trang đăng nhập	24
Hình 11 - Wireframe của trang chủ	25
Hình 12 - Wireframe của trang chi tiết sản phẩm	26

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1 - SWOT	12
Bảng 2 - Hành vi người dùng	14
Bảng 3 - Thứ tự ưu tiên chức năng	20

CHƯƠNG 1 – MỞ ĐẦU

1.1 Giới thiệu đề tài:

Với thời buổi công nghệ hóa đa phương tiện, chất lượng cuộc sống con người cũng được cải thiện, đồng thời việc tiết kiệm thời gian cũng như tiền bạc của con người từ những vấn đề nhu yếu phẩm cho đến dịch vụ của con người luôn là vấn đề hàng đầu. Việc tìm mua trang phục vừa phù hợp với phong cách cá nhân theo đuổi vừa tiết kiệm thời gian rất khó, mà mặc sao cho vừa đẹp, vừa hợp lí với ngân sách lại khó hơn. Đứng trước thách thức đó, em đã lên kế hoạch xây dựng website có thể đáp ứng những yêu cầu trên, đồng thời mở rộng thị trường thương mại điện tử cũng như góp công sức trong thời đại chuyển đổi số.

1.2 Mục đích và đối tượng:

- Mục đích: giúp các doanh nghiệp hoặc cá nhân kinh doanh thời trang thông qua hình thức trực tuyến, đồng thời tạo ra không gian mua sắm dễ dàng, tiết kiệm thời gian và chi phí cho khách hàng.

- Đối tượng: thị trường, cộng đồng yêu thích cái đẹp hoặc công việc về ngành thời trang, các biểu đồ, các use cases,... xoay quanh hệ thống dịch vụ thời trang.

1.3 Phạm vi và giới hạn nghiên cứu:

- Phạm vi đề tài: tập trung nghiên cứu về trải nghiệm người dùng cũng như nghiên cứu về cách thức hoạt động của một trang web dịch vụ thời trang, để phục vụ cho việc cải thiện và nâng cấp sao cho trang web hoàn thiện nhất.

- Giới hạn nghiên cứu: do dừng lại ở kiến thức bộ môn UX/ UI nên em chỉ thực hiện hoàn thành bước thiết kế chứ chưa đi vào thực hiện thành phẩm.

CHƯƠNG 2 – CƠ SỞ LÝ THUYẾT

2.1 Khái niệm UX/ UI:

- UI (User Interface) mô tả giao diện người dùng, bao gồm các yếu tố mà người dùng tương tác với Web/ WebApp/ App.
- UX(User Experience) là trải nghiệm của người dùng khi tương tác với các thành phần giao diện người dùng được tạo.
- UI/UX Design là hoạt động thiết kế giao diện và trải nghiệm cho người dùng sản phẩm, bao gồm Web/ WebApp/ App.

2.2 Khái niệm persona:

- Persona là được sử dụng trong lĩnh vực marketing để mô tả một nhóm khách hàng tiềm năng hoặc đại diện cho một nhóm người dùng cụ thể. Persona giúp các nhà quảng cáo, nhà thiết kế, nhà phát triển sản phẩm, và các chuyên gia marketing hiểu rõ hơn về hành vi của khách hàng tiềm năng.
- Để xây dựng persona, ta thực hiện khảo sát hoặc thu thập từ các nguồn dữ liệu rồi sử dụng các thông tin cơ bản, sở thích, và hành vi của khách hàng tiềm năng.

2.3 Sơ đồ phân rã chức năng hệ thống:

Sơ đồ phân rã chức năng (BFD - Business Function Diagram) là một công cụ được sử dụng trong phân tích hệ thống để mô tả sự phân chia các chức năng thành các chức năng nhỏ hơn trong hệ thống. Mỗi chức năng được phân rã thành các chức năng con, số mức phân rã phụ thuộc vào kích cỡ và độ phức tạp của hệ thống.

2.4 Storyboard:

- Storyboard là một công cụ được sử dụng trong quá trình sản xuất video, phim ảnh, truyện tranh, và các sản phẩm liên quan đến thị giác và chuyển động. Nó giúp bạn có cái nhìn tổng quát về câu chuyện mà bạn định kể trong từng khung hình riêng.

- Các storyboard được sử dụng để giải thích ý tưởng của bạn về video với người khác dễ dàng hơn rất nhiều. Trong UI/UX design, Storyboard được sử dụng để giải thích các ý tưởng về chức năng của Web/ WebApp/ App.

2.5 Flow diagram:

- Sơ đồ luồng dữ liệu (DFD - Data Flow Diagram) là một công cụ được sử dụng để mô tả luồng dữ liệu trong một hệ thống thông tin bao gồm các thành phần như: quá trình, luồng dữ liệu, kho dữ liệu, và các điểm nhập/xuất.

- Sơ đồ luồng dữ liệu giúp cho người thiết kế hiểu rõ hơn về cách thức hoạt động của hệ thống thông tin, từ đó giúp cho việc thiết kế và phát triển hệ thống được thuận lợi hơn.

2.6 Sketch:

- Sketch là một bản phác thảo nhanh của giao diện người dùng (UI) của Web/ WebApp/ App, nhằm ghi lại ý tưởng nhanh về một chức năng nào đó, thường được thể hiện dưới dạng một bản vẽ chì hoặc màu thô. Sketch có thể là một bản phác thảo được thực hiện nhanh chóng, và nó không phải là một tác phẩm hoàn thiện.

- Sketch được sử dụng rộng rãi trong lĩnh vực thiết kế đồ họa để phát triển ý tưởng và giúp cho công việc đó sẽ được thực hiện với độ chính xác cao hơn và chi tiết.

2.7 Wireframe:

- Wireframe là một bản phác thảo bố cục hai chiều của Web/ WebApp/ App.

- Wireframe cung cấp cái nhìn tổng quan về cấu trúc trang, bố cục, phân cấp thông tin, điều hướng người dùng, thanh chức năng và các thành phần liên quan khác. Wireframe dùng để bố trí nội dung và chức năng trên một trang. Ngoài ra, wireframe còn được dùng trong quá trình thiết lập cấu trúc cơ bản của trang web trước khi thiết kế.

- Wireframe không yêu cầu về màu sắc, kiểu chữ và không có định dạng cụ thể. Các bản phác thảo wireframe có thể được tạo ra bằng tay hoặc sử dụng các công cụ thiết kế đồ họa như Adobe XD, Sketch, Figma, Axure RP, Balsamiq Mockups và nhiều công cụ khác...

CHƯƠNG 3 – PHÂN TÍCH ỨNG DỤNG

3.1 Vai trò và trách nhiệm của nhóm người dùng:

3.1.1 Người sử dụng dịch vụ:

- Nhóm người bao gồm: Những người niềm đam mê và yêu thích với thời trang, người có công việc hướng đến ngành thời trang, người muốn tìm ra phong cách phù hợp với bản thân hoặc thay đổi phong cách thời trang khác.

- Vai trò:

- Mua quần áo và phụ kiện hoặc đặt may theo kích thước.
- Phát triển cộng đồng thời trang.
- Đánh giá và góp ý về sản phẩm, dịch vụ, trang web.
- Theo dõi tình trạng sản phẩm trên hệ thống.

- Trách nhiệm:

- Cung cấp thông tin giao hàng chính xác.
- Thanh toán đơn hàng.
- Nhận hàng.
- Đánh giá sản phẩm trung thực.

3.1.2 Đối tượng cung cấp dịch vụ:

- Nhóm người bao gồm: những cửa hàng, doanh nghiệp kinh doanh thời trang, những cửa hàng may mặc, nhà thiết kế thời trang và tư vấn trang điểm.

- Vai trò:

- Đối với người kinh doanh thời trang: phải cập nhật thông tin cần thiết về sản phẩm hoặc những chú ý cần thiết khi giặt hoặc sử dụng,...
- Đối với người nhận may, thiết kế: cần phải cập nhật phong cách thiết kế cá nhân, bảng giá phù hợp, thời gian hoàn thành, tuổi nghề,...
- Tư vấn khách hàng.
- Tiếp nhận đơn hàng.

- Trách nhiệm:

- Cập nhật thông tin thường xuyên
- Bảo mật thông tin khách hàng.
- Xử lý đơn hàng nhanh chóng.
- Đảm bảo chất lượng sản phẩm.
- Tiếp nhận phản hồi.

3.1.3 Đối tượng quản trị:

- Nhóm người quản lý: Người thiết kế và xây dựng trang web, người quản lý cơ sở dữ liệu của trang web.

- Vai trò:

- Quản lý tài khoản.
- Bảo trì hệ thống.
- Xử lý lỗi (nếu có).

- Trách nhiệm:

- Bảo mật thông tin người dùng.
- Đảm bảo chức năng, công cụ khả dụng.
- Duyệt thông tin nhanh chóng.

3.2 Keyword (từ khoá):

- Nhà bán hàng: là những người đăng bán các sản phẩm trên trang web.

- Nhà thiết kế: là những người nhận sản phẩm thiết kế trên trang web.

- Thời trang: sự thẩm mỹ phổ biến tại một thời gian, thời điểm bằng cách sử dụng quần áo, giày dép và phụ kiện với nhau.

- Hàng hiệu: các sản phẩm thời trang được sản xuất bởi các thương hiệu nổi tiếng.

- Xu hướng thời trang: những quần áo, giày dép, phụ kiện phổ biến ở một thời điểm.

- Hợp thời trang: các sản phẩm có phong cách theo xu hướng thời trang hiện tại

- Thời trang cao cấp: các sản phẩm thời trang đắt tiền và sang trọng

- Thời trang đường phố: những sản phẩm được mặc bởi những người (thường trẻ) sáng tạo và độc đáo

- Đơn đặt hàng: là những đơn đặt hàng mà khách hàng gửi cho nhà bán hàng để

- mua sản phẩm.

- Giảm giá: ưu đãi giảm giá bán gốc của sản phẩm xuống một mức nào đó.

- Voucher: mã chữ số ngẫu nhiên được sử dụng để giảm giá sản phẩm khi mua hàng.

3.3 Tiêu chí đánh giá:

- Website thường được bình chọn, đánh giá thành bảng xếp hạng bởi các chuyên gia, trang web thẩm định dựa theo các tiêu chí sau:

- Lượng truy cập tự nhiên. (Lượng truy cập bằng cách tìm kiếm chứ không qua quảng cáo tốn phí).
- Keyword ranking(Từ khoá tìm kiếm).
- Tỷ lệ CTR của web app(Số lượt nhấp vào quảng cáo/ số lượt xuất hiện quảng cáo).
- Bounce Rate (tỷ lệ tương tác của khách hàng với trang web/ khách hàng truy cập vào và thoát ra).
- Time on site(thời gian trung bình của người dùng sử dụng trên trang web).
- Conversion Rate(thước đo hiệu năng của trang web).
- Tốc độ tải.
- Điểm xếp hạng web: domain authority.
- Backlink(những đường liên kết trả về website, web có càng nhiều link này thì càng thể hiện sự chất lượng).
- Referring domain.
- Khả năng hiển thị SERP(Công cụ tìm kiếm).

- Website được người dùng đánh giá thông qua trải nghiệm, dựa trên các tiêu chí:

- Nội dung dễ hiểu, phù hợp với mục đích website.
- Tính thẩm mỹ.
- Chức năng đầy đủ, đáp ứng nhu cầu của khách hàng.
- Thân thiện với người dùng, có tính khả dụng cao.
- Ít quảng cáo, chỉ mục thừa.
- Tương thích với nhiều thiết bị.

3.4 SWOT:

Dựa vào các website cùng chủ đề đã xuất hiện trên thị trường:

1. <https://www.muji.com.vn/>
2. <https://elise.vn/>
3. <https://routine.vn/>
4. <https://yody.vn/>

Strength (Điểm mạnh)	Weakness (Điểm yếu)
<ul style="list-style-type: none"> - Có nhiều ưu đãi, giá thành hợp lý. - Có nhiều sản phẩm, đa dạng từ hình thức thanh toán đến thời trang, sản phẩm và dịch vụ. - Giao diện trực quan, sinh động, chức năng khả dụng thân thiện, dễ dùng, tận dụng công nghệ AI: phân tích màu sắc, thời trang phù hợp với mỗi cá nhân. - Tiết kiệm chi phí thuê mặt bằng cho nhà bán hàng, thiết kế. - Tiện lợi và linh hoạt: khách hàng có thể mua sắm bất cứ lúc nào và ở bất cứ đâu, miễn là họ có kết nối internet. Dẫn 	<ul style="list-style-type: none"> - Thương hiệu mới lạ đối với người tiêu dùng, khó cạnh tranh với những thương hiệu đã ra đời trước đó. - Trang web mới được thực hiện nên chức năng còn hạn chế. - Khó khăn trong việc đổi trả hàng: sản phẩm không phù hợp, khách hàng có nhu cầu đổi trả nhưng quá trình này quá phức tạp và tốn nhiều thời gian. Điều này khiến họ không hài lòng với trải nghiệm mua sắm. - Khó khăn trong việc tạo dựng niềm tin của khách hàng: khách hàng không

<p>đến việc tiết kiệm thời gian và công sức đi đến cửa hàng.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Dễ dàng tiếp cận thị trường: các cửa hàng trực tuyến có thể tiến cận khách hàng trên toàn thế giới, giúp nhà bán hàng mở rộng quy mô và tăng doanh thu. 	<p>thể tin tưởng nhà bán hàng, thiết kế vì chưa từng tiếp xúc.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Rủi ro lừa đảo: các trang web có thể giả mạo để đánh lừa khách hàng hoặc đánh lừa người bán hàng (fishing website). - Phụ thuộc vào internet: tương tác trực tuyến với khách hàng có thể gặp trục trặc do internet, khách hàng phải có internet mới dùng được các chức năng.
Threat (Thách thức)	Opportunity (Cơ hội)
<ul style="list-style-type: none"> - Khó khăn ban đầu là việc khẳng định vị trí và quảng bá trên thị trường. - Thị trường cạnh tranh gay gắt. - Chăm sóc khách hàng: Có thể có nhiều khách hàng gặp phải nhiều vấn đề cùng lúc, với nguồn nhân lực hạn hẹp không thể đáp ứng tất cả yêu cầu của khách hàng nhanh chóng. - Xu hướng thời trang thay đổi một cách nhanh chóng, cũng như sự đa dạng của nó khiến các nhà bán hàng, thiết kế khó theo kịp. 	<ul style="list-style-type: none"> - Lượng thời gian sử dụng internet của mỗi người/ mỗi ngày khá cao. - Việc mua hàng online dần trở thành xu hướng. - Áp lực cuộc sống trong xã hội hiện đại cao, nên nhu cầu mua sắm, mặc đẹp cũng đem đến sự thoải mái. - Xu hướng thời trang thay đổi nhanh chóng: dù đây là điểm thách thức với nhà bán hàng, thiết kế nhưng đây cũng là cơ hội của họ: nếu họ có thể cập nhật nhanh chóng, người dùng sẽ tìm đến họ. - Tạo lòng tin với khách hàng, nâng cao

	thương hiệu của bản thân từ đó hợp tác với những thương hiệu lớn hơn. - Nhu cầu về thời trang ngày càng tăng trên toàn thế giới.
--	---

Bảng 1 - SWOT

3.5 Hành vi người dùng:

Nhóm người dùng	Mục tiêu	Hành vi	How	When	Độ ưu tiên
1. Lập trình viên	<ul style="list-style-type: none"> - Tạo lập trang website . - Quản lí người dùng, thông tin của người dùng. - Đảm bảo trang web không phát sinh lỗi. - Tối ưu hóa website - Tiếp nhận và xử lý yêu cầu từ khách 	<ul style="list-style-type: none"> - Thiết kế giao diện và bố cục website. - Phát triển tính năng và chức năng website - Quản lí và thông tin người dùng. - Cập nhật nội dung của hệ thống. - Sửa lỗi, bảo trì, tối ưu hoá website. 	<ul style="list-style-type: none"> - Đăng nhập với tư cách bộ phận kỹ thuật - người quản lí trang web và tiến hành các thao tác cần thiết để quản lí và xây dựng website. 	<ul style="list-style-type: none"> - Khi có thông tin, chức năng xảy ra sai sót. - Khi sắp diễn ra sự kiện, đợt khuyến mãi. - Xử lí khiếu nại, yêu cầu về tính năng, chức năng của trang 	3


	hàng.			web.	
2. Khách hàng	<ul style="list-style-type: none"> - Tìm kiếm sản phẩm. - Giao tiếp với nhà cung cấp - Theo dõi các chương trình khuyến mãi. - Lựa chọn sản phẩm phù hợp. - Mua sản phẩm. 	<ul style="list-style-type: none"> - Đăng ký/đăng nhập. - Xem thông tin sản phẩm và so sánh giá. - Tiến hành thanh toán và theo dõi trạng thái đơn hàng. - Trả hàng hoàn tiền khi có vấn đề phát sinh. - Xem lịch sử đặt hàng - Gửi khiếu nại/ đánh giá sản phẩm. 	<ul style="list-style-type: none"> - Đăng ký tài khoản chọn vai trò là khách hàng - Tìm kiếm sản phẩm phù hợp với nhu cầu. - Tiến hành đặt hàng. - Theo dõi đơn hàng. - Nhận hàng - Gửi phản hồi. 	<ul style="list-style-type: none"> - Khi có khuyến mãi, ưu đãi, chương trình giảm giá. - Khi có nhu cầu sử dụng và mua sắm sản phẩm nào đó. 	1
3.Nhà cung cấp dịch vụ	<ul style="list-style-type: none"> - Lợi nhuận độc quyền. - Thu hút, giữ chân khách hàng. - Tư vấn khách hàng. - Giao hàng. 	<ul style="list-style-type: none"> - Đăng nhập/ đăng ký. - Thiết lập gian hàng và hàng hóa cần bán. - Cập nhật tình trạng, số lượng sản phẩm. - Cung cấp sản 	<ul style="list-style-type: none"> - Đăng kí tài khoản nhà bán hàng/ nhà thiết kế để tạo gian hàng. - Đăng tải thông tin sản phẩm, dịch vụ. 	<ul style="list-style-type: none"> - Hàng ngày. 	2

		<p>phẩm.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cập nhật, theo dõi trạng thái giao hàng. - Quản lý đơn hàng. - Tư vấn, giải quyết khiếu nại khi có phát sinh. - Thống kê doanh thu. - Cung cấp voucher. 	<ul style="list-style-type: none"> - Xử lý đơn hàng, gói hàng và chuyển sản phẩm cho đơn vị vận chuyển. - Giải quyết vấn đề phát sinh nếu có khiếu nại từ khách hàng. 		
--	--	--	---	--	--

Bảng 2 - Hành vi người dùng

3.6 Persona:

Persona 1:



✦

Mai Thùy


Ánh Nhung

Tôi, một nhân viên văn phòng, với mức lương 10-15 triệu đồng/ tháng nhưng với đam mê thời trang, tôi vẫn thường mua sắm mỗi cuối tuần. Mục tiêu của tôi: những sản phẩm thời trang hợp xu hướng, chất lượng tốt và đặc biệt có giá cả phải chăng cùng với những ưu đãi “hời”.


08.09.1998

Tuổi: 25

Chiều cao: 165 cm



Màu sắc yêu thích




“

Kindness is beautiful

”

Phong cách



Liên hệ:

Tân Phong, Q. 7, TP. HCM

VanphongThoiTrang@

hello@reallygreatsite.com

@reallygreatsite

Hình 1 - Persona khách hàng



Hình 2 - Persona nhà bán hàng

2.	Đăng nhập	Người sử dụng dịch vụ đăng nhập để sử dụng các chức năng của mình.	High	High	High	High
3.	Xem thông tin sản phẩm	Khách hàng truy cập đến website để xem chi tiết về sản phẩm.	High	High	High	High
4.	Tìm kiếm	Giúp cho khách hàng tìm kiếm nhanh chóng sản phẩm mong muốn	High	High	High	High
5.	Bộ lọc	Giúp cho khách hàng thu nhỏ phạm vi tìm kiếm sản phẩm.	High	High	High	High
6.	Thêm, sửa, xoá thông tin cá nhân	Cập nhật thông tin đầy đủ, tính định danh cao sẽ tăng tính bảo mật.	High	High	High	High
7.	Thêm, sửa, xoá thông tin sản phẩm	Giúp người dùng hình dung cụ thể hơn về sản phẩm, sản phẩm rõ ràng tức có nguồn gốc cụ thể.	High	High	High	High
8.	Hỗ trợ khách hàng	Khách hàng và nhà cung cấp dịch vụ có thể liên lạc với nhau	High	High	Medium	Medium

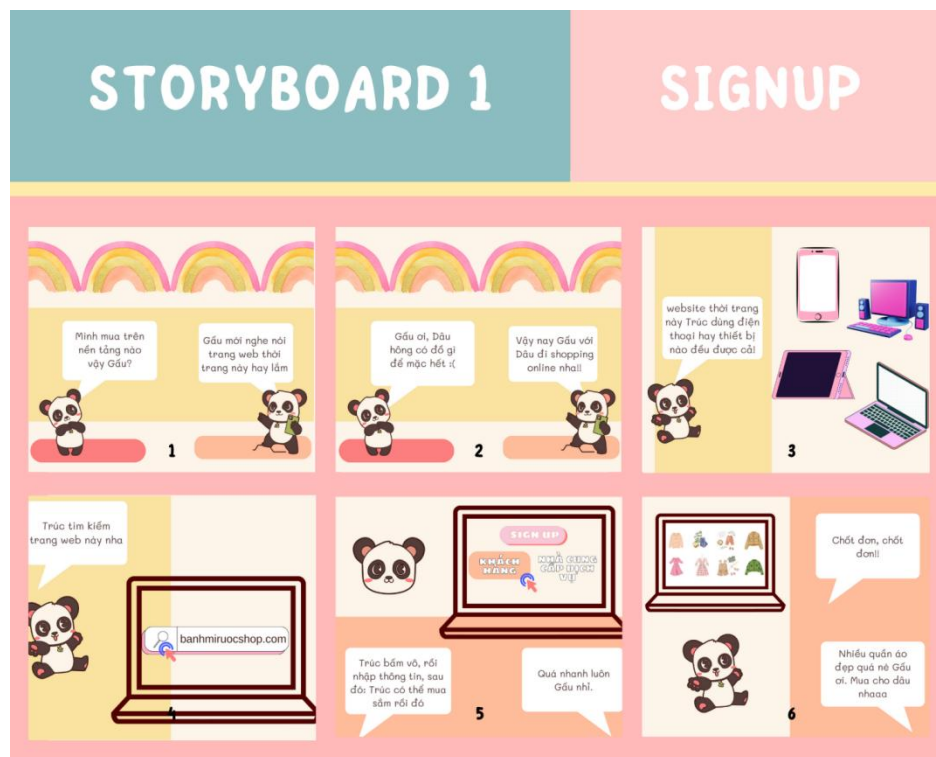
9.	Thêm/ xoá sản phẩm vào/ khỏi giỏ hàng	Khách hàng có thể thêm sản phẩm mong muốn vào giỏ hàng và xoá chúng nếu không còn muốn mua.	High	High	High	High
10.	Xem giỏ hàng	Khách hàng có thể xem những sản phẩm có trong giỏ hàng.	High	High	High	High
11.	Đăng thông tin sản phẩm	Nhân viên đăng thông tin sản phẩm lên website.	High	Low	Medium	High
12.	Xem tình trạng đơn hàng	Khách hàng và doanh nghiệp, cá nhân kinh doanh có thể xem tình trạng của đơn hàng.	High	High	High	High
13.	Chuyển đổi ngôn ngữ	Người dùng có thể đổi ngôn ngữ Anh hoặc Việt trên trang web sao cho phù hợp với bản thân.	High	High	High	High
14.	Thống kê doanh thu	Thống kê doanh thu các sản phẩm bán được	High	Low	High	High
15.	Đánh giá	Hiển thị những đánh	High	High	High	High

	sản phẩm	giá từ người dùng đối với những sản phẩm				
16.	Quản lí kho hàng	Nhân viên có thể xem thông tin sản phẩm của cửa hàng	High	Low	Medium	Medium
17.	Gợi ý sản phẩm	Gợi ý sản phẩm đến người dùng đang quan tâm đến.	High	High	High	High

Bảng 3 - Thứ tự ưu tiên chức năng

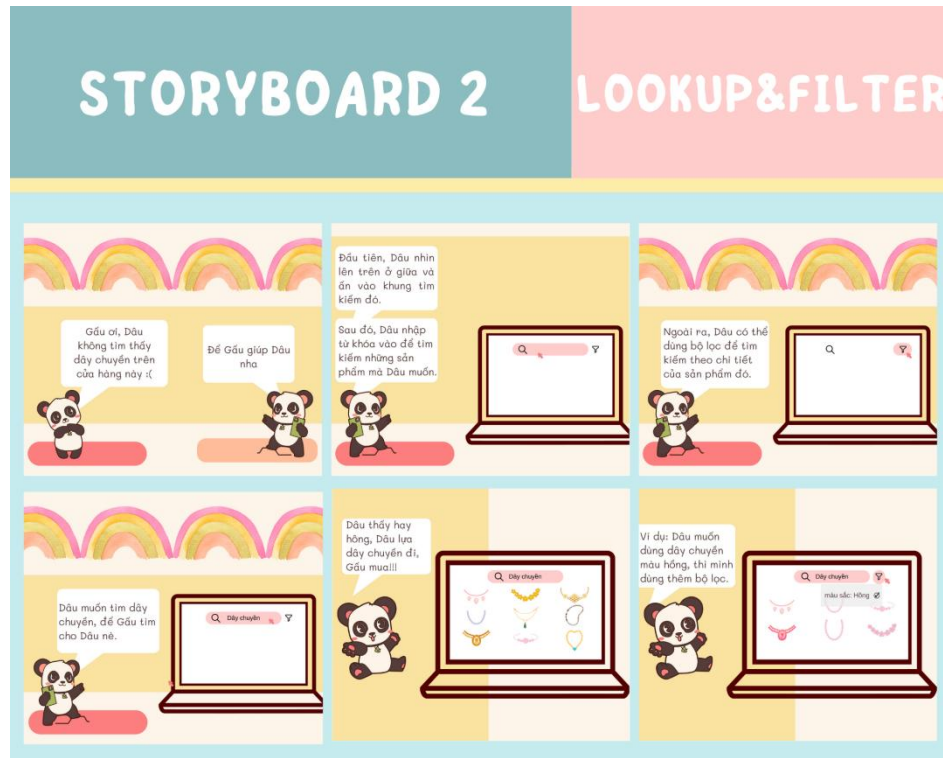
4.3 Storyboard:

4.3.1 Storyboard đăng ký:



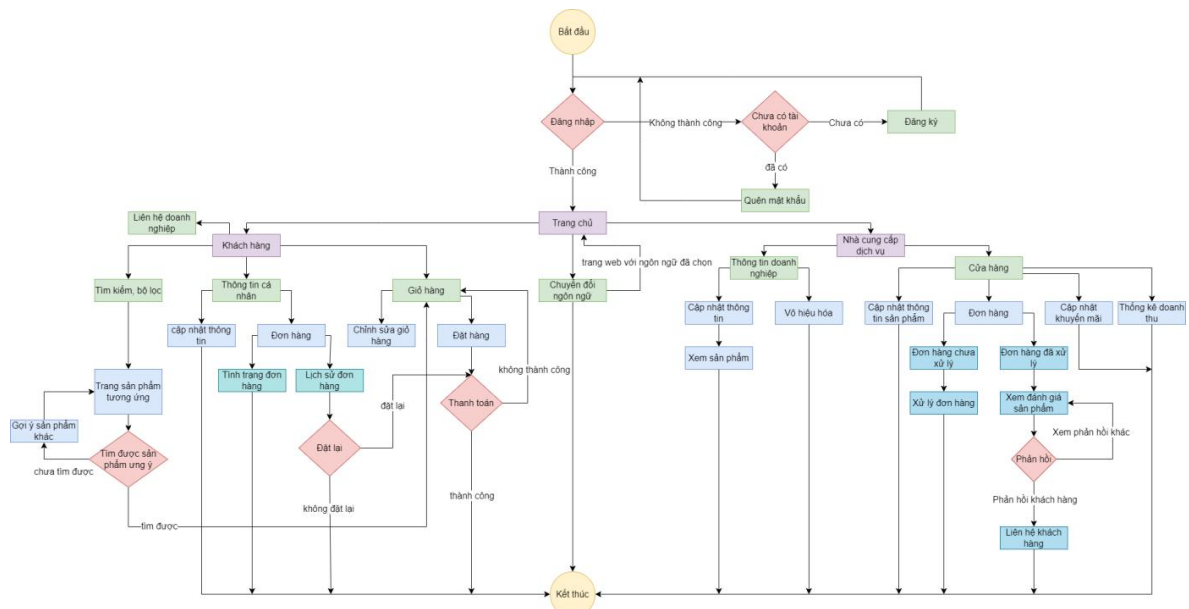
Hình 4 - Storyboard đăng ký

4.3.2 Storyboard tìm kiếm và bộ lọc:



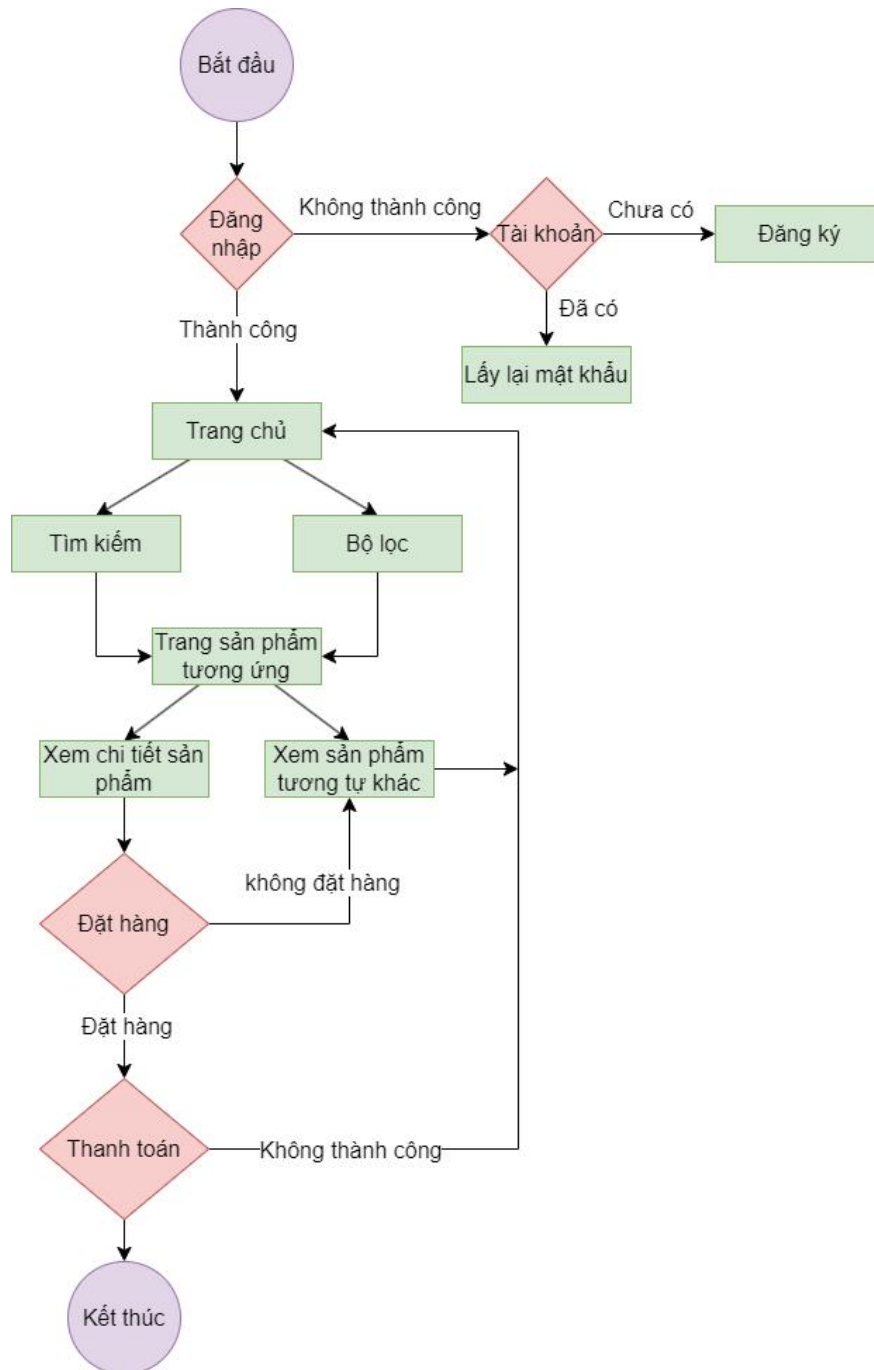
Hình 5 - Storyboard tìm kiếm và bộ lọc

4.4 Sơ đồ chuyển giao hệ thống:

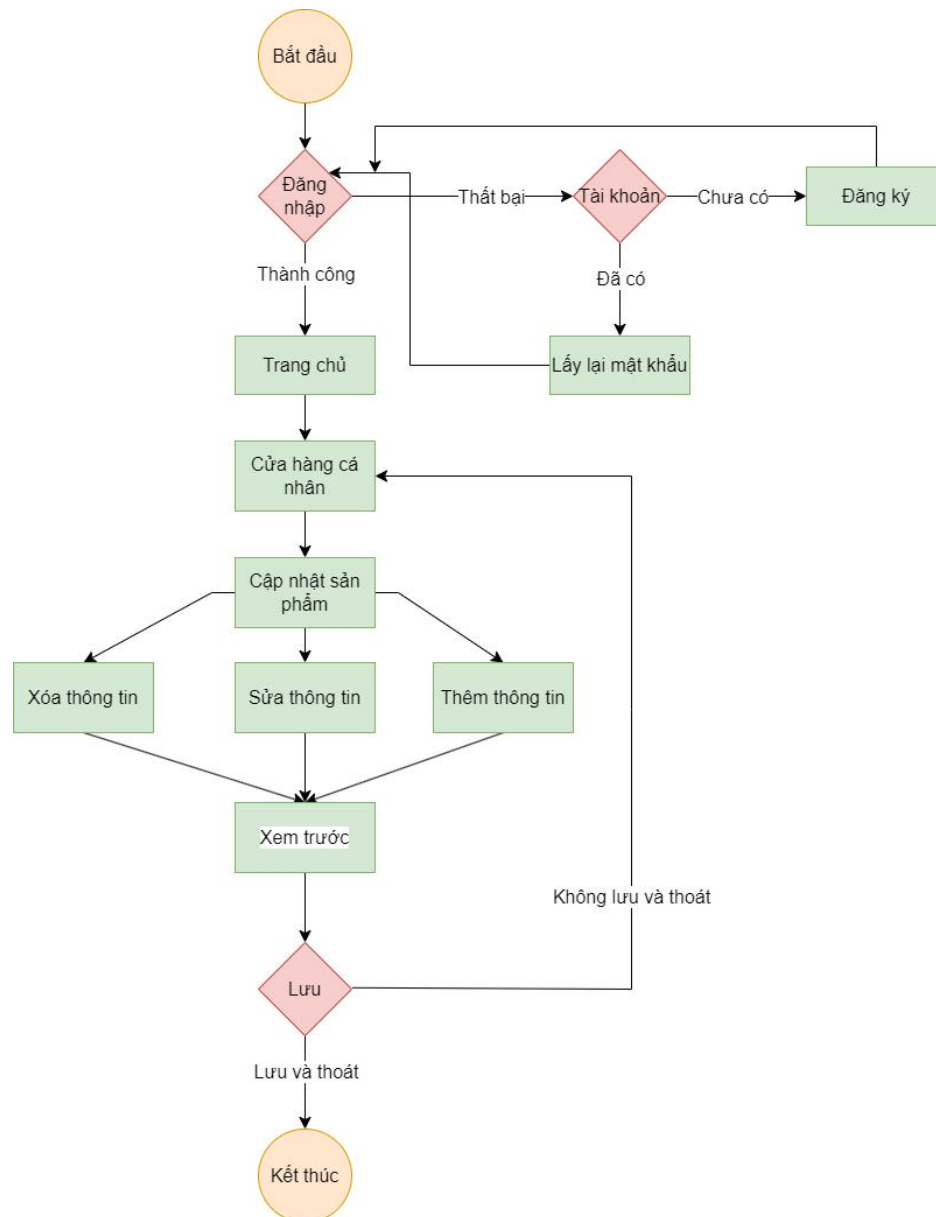


Hình 6 - Flow diagram

4.5 Sơ đồ chuyển giao theo nhóm người dùng:



Hình 7 - Flow chart mua hàng của khách hàng



Hình 8 - Flowchart thêm sản phẩm của nhà bán hàng

4.6 Wireframe:



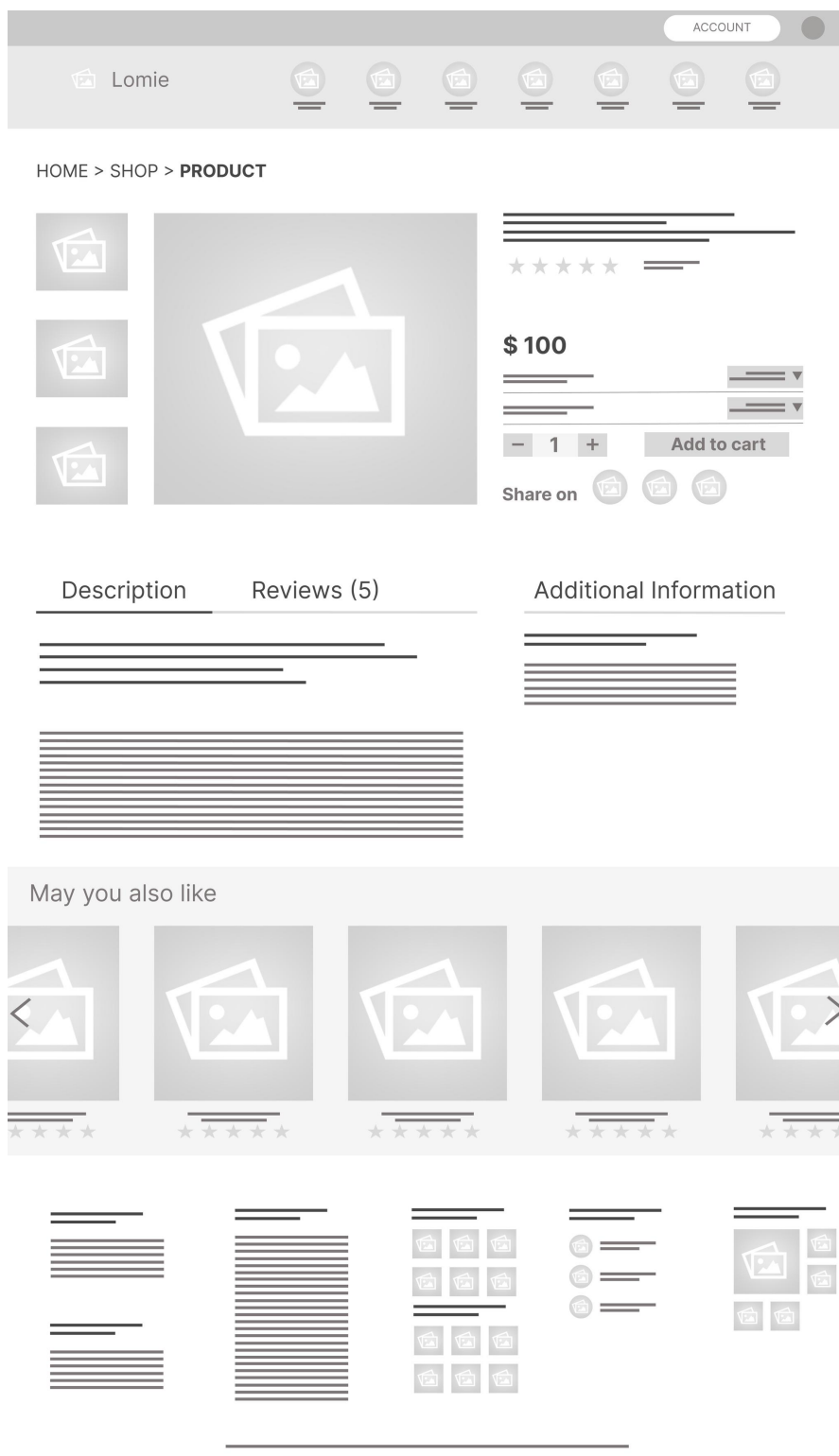
Hình 9 - Wireframe của trang đăng ký



Hình 10 - Wireframe của trang đăng nhập



Hình 11 - Wireframe của trang chủ



Hình 12 - Wireframe của trang chi tiết sản phẩm

Tài liệu tham khảo

1. U. U. Ismail, R. Ramli, and N. Rozzani, “User Experience/User Interface (UX/UI) design for autistic spectrum disorder (ASD) color based emotion detection system: a review,” 2021.
2. H. W. Alomari, V. Ramasamy, J. D. Kiper, and G. Potvin, “A User Interface (UI) and User eXperience (UX) evaluation framework for cyberlearning environments in computer science and software engineering education,” *Heliyon*, vol. 6, no. 5, 2020, Accessed: Dec. 03, 2023. [Online]
3. R. Pramudita, R. W. Arifin, A. N. Alfian, N. Safitri, and S. D. Anwariya, “Penggunaan Aplikasi Figma Dalam Membangun Ui/Ux Yang Interaktif Pada Program Studi Teknik Informatika Stmik Tasikmalaya,” *Jurnal Buana Pengabdian*, vol. 3, no. 1, pp. 149–154, 2021, Accessed: Dec. 03, 2023. [Online]