

**ĐẠI HỌC QUỐC GIA THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHỆ THÔNG TIN**  
**KHOA KHOA HỌC VÀ KĨ THUẬT THÔNG TIN**

---



**BÁO CÁO ĐỒ ÁN**  
**MÔN THIẾT KẾ GIAO DIỆN NGƯỜI DÙNG**  
**Đề tài: WEBSITE ĐẶT ĐỒ ĂN**

GVHD: ThS. Nguyễn Thành Luân

Nhóm sinh viên thực hiện:

- |                          |                |
|--------------------------|----------------|
| 1. Đào Anh Tú            | MSSV: 21522736 |
| 2. Trần Nguyễn Anh Phong | MSSV: 22521092 |
| 3. Nguyễn Tuấn Khang     | MSSV: 21522196 |
| 4. Trần Qui Linh         | MSSV: 22520779 |
| 5. Bùi Ái Đức            | MSSV: 22520352 |

Tp. Hồ Chí Minh, 05/2024

**NHẬN XÉT CỦA GIÁO VIÊN HƯỚNG DẪN**

....., ngày ..... tháng ..... năm 2024

**Người nhận xét**

(Ký tên và ghi rõ họ tên)

## BẢNG PHÂN CÔNG, ĐÁNH GIÁ THÀNH VIÊN:

*Bảng 1: Bảng phân công, đánh giá thành viên*

Họ và tên	MSSV	Phân công	Đánh giá
Đào Anh Tú	21522736	<p>Tuần 1: Kiểm tra, rà soát, chỉnh sửa các câu hỏi khảo sát.</p> <p>Tuần 2: Phát thảo giao diện cho các màn hình login, account (history, profile, setting). Giải quyết BTTH1, BTTH2 và seminar.</p> <p>Tuần 3: Tiến hành đồng bộ font, size chữ. Hoàn thiện thiết kế giao diện cho các màn hình login, account(history, profile, setting). Tham gia viết report, slide và thuyết trình.</p>	<p>Tuần 1~ 6.33%</p> <p>Tuần 2~ 6.8%</p> <p>Tuần 3~ 6.08%</p> <p><b>Tổng~19.2%</b></p>
Trần Nguyễn Anh Phong	22521092	<p>Tuần 1: Kiểm tra, rà soát, chỉnh sửa các câu hỏi khảo sát.</p> <p>Tuần 2: Phát thảo giao diện cho các màn hình blog, help, privacy. Giải quyết BTTH1, BTTH2 và seminar.</p> <p>Tuần 3: Tiến hành đồng bộ font, size chữ. Hoàn thiện thiết kế giao diện cho các màn hình blog, help, privacy, chat list. Chịu trách nhiệm chính trong việc viết report, slide và tham gia thuyết trình.</p>	<p>Tuần 1~ 6.33%</p> <p>Tuần 2~ 6.8%</p> <p>Tuần 3~ 9%</p> <p><b>Tổng~22%.</b></p>
Nguyễn Tuấn Khang	21522196	<p>Tuần 1: Kiểm tra, rà soát, chỉnh sửa các câu hỏi khảo sát.</p> <p>Tuần 2: Phát thảo giao diện cho các màn hình cart, checkout, payment. Giải quyết BTTH1, BTTH2 và seminar.</p> <p>Tuần 3: Tiến hành đồng bộ màu sắc. Hoàn thiện thiết kế giao diện cho các màn hình</p>	<p>Tuần 1~ 6.33%</p> <p>Tuần 2~ 6.8%</p> <p>Tuần 3~ 6.08%</p> <p><b>Tổng~19.2%</b></p>

		cart, checkout, payment. Tham gia viết report, slide và thuyết trình.	
Trần Qui Linh	22520779	<p>Tuần 1: <b>Soạn thảo câu hỏi khảo sát, lên kế hoạch làm việc.</b></p> <p>Tuần 2: Phát thảo giao diện cho các màn hình homepage, restaurant, restaurant detail. Giải quyết BTTH1, BTTH2 và seminar.</p> <p>Tuần 3: Tiến hành đồng bộ căn lề. Hoàn thiện thiết kế giao diện cho các màn hình homepage, restaurant, restaurant detail. Tham gia viết report, slide và thuyết trình.</p>	<p>Tuần 1~ 8%</p> <p>Tuần 2~ 6.8%</p> <p>Tuần 3~ 6.08%</p> <p><b>Tổng~20.9%</b></p>
Bùi Ái Đức	22520352	<p>Tuần 1: Kiểm tra, rà soát, chỉnh sửa các câu hỏi khảo sát.</p> <p>Tuần 2: Phát thảo giao diện cho các màn hình forum. Giải quyết BTTH1, BTTH2 và seminar.</p> <p>Tuần 3: Tiến hành đồng bộ màu sắc. Hoàn thiện thiết kế giao diện cho các màn hình forum. Tham gia viết report, slide và thuyết trình.</p>	<p>Tuần 1~ 6.33%</p> <p>Tuần 2~ 6.08%</p> <p>Tuần 3~ 6.08%</p> <p><b>Tổng~18.7%</b></p>

## LỜI MỞ ĐẦU

Trong thời đại công nghệ số phát triển mạnh mẽ, các nền tảng thương mại điện tử không chỉ là công cụ mua sắm tiện lợi mà còn trở thành cầu nối giữa thương hiệu và khách hàng. Thiết kế giao diện người dùng (UI) không chỉ đơn thuần là sắp xếp hình ảnh và thông tin, mà còn là nghệ thuật xây dựng trải nghiệm, giúp khách hàng dễ dàng tiếp cận và cảm nhận giá trị của sản phẩm.

Dự án này tập trung vào thiết kế giao diện cho website đặt đồ ăn OrderUp – một thương hiệu lấy cảm hứng từ sự đa dạng và hương vị độc đáo của ẩm thực toàn nước. Chúng tôi không chỉ nghiên cứu các yếu tố kỹ thuật và thẩm mỹ, mà còn tìm hiểu nhu cầu và hành vi của người dùng để mang lại trải nghiệm trực quan, thân thiện và tiện lợi.

Báo cáo này sẽ trình bày quá trình nghiên cứu, thiết kế, và thử nghiệm giao diện website, đồng thời kết hợp với các nguồn tham khảo uy tín từ các thương hiệu nổi tiếng như GrabFood, ShopeeFood hay beFood. Thông qua đó, nhóm chúng tôi hy vọng sẽ mang đến một sản phẩm không chỉ đẹp mắt mà còn thể hiện rõ triết lý thương hiệu, đáp ứng tốt nhất kỳ vọng của người dùng.

Sau đây, nhóm chúng tôi sẽ trình bày về phần mềm, quy trình thiết kế giao diện và giao diện hoàn chỉnh qua các chương sau:

- Chương 1: Quy trình khảo sát phần mềm
- Chương 2: Thiết kế phác thảo giao diện
- Chương 3: Giao diện website hoàn chỉnh
- Chương 4: Tương tác giao diện
- Chương 5: Kết luận

# **DANH MỤC CÁC BẢNG, HÌNH ẢNH**

## **Danh mục các bảng:**

Bảng 1: Bảng phân công, đánh giá thành viên	3
Hình 1.1: Biểu đồ phân bố giới tính	15
Hình 1.2: Biểu đồ phân bố độ tuổi	16
Hình 1.3: Biểu đồ tần suất truy cập	16
Hình 1.4: Biểu đồ phân bố thị phần	17
Hình 1.5: Biểu đồ thể hiện mức độ yêu thích	18
Hình 1.6: Biểu đồ thể hiện phân bố giao diện homepage yêu thích	19
Hình 1.7: Biểu đồ phân bố màu sắc yêu thích của website đặt đồ ăn trực tuyến	20
Hình 1.8: Biểu đồ thể hiện cấu trúc giao diện yêu thích	21
Hình 1.9: Biểu đồ thể hiện phân bố yếu tố bất tiện	22
Hình 1.10: Biểu đồ phân bố tiện ích mà người cảm thấy cần thiết	23
Hình 1.11: Giao diện chính trang web GrabFood	26
Hình 1.12: Giao diện chính trang web ShopeeFood	27
Hình 2.1: Giao diện phác thảo Header	29
Hình 2.2: Giao diện phác thảo Account	30
Hình 2.3: Giao diện phác thảo Footer	30
Hình 2.4: Logo của website	31
Hình 2.5: Giao diện phác thảo Homepage	32
Hình 2.6: Giao diện phác thảo Forum	34
Hình 2.7: Giao diện phác thảo Cart	36
Hình 2.8: Giao diện phác thảo chọn Voucher	36
Hình 2.9: Giao diện phác thảo Checkout	38
Hình 2.10: Giao diện phác thảo quá trình vận đơn	39
Hình 2.11: Giao diện phác thảo chi tiết nhà hàng	40
Hình 2.12: Giao diện phác thảo chọn món ăn	42
Hình 2.13: Giao diện phác thảo Đăng ký	44
Hình 2.14: Giao diện phác thảo Đăng nhập	46
Hình 2.15: Giao diện phác thảo chi tiết tài khoản	48
Hình 2.16: Giao diện phác thảo Cài đặt	49
Hình 2.17: Giao diện phác thảo lịch sử đơn hàng	50
Hình 2.18: Giao diện phác thảo Help & Privacy	52
Hình 2.19: Giao diện phác thảo ChatList	53
Hình 2.20: Giao diện phác thảo Blog - Event và Blog - Voucher	54
Hình 2.21: Giao diện phác thảo Blog - Event Info	55
Hình 2.22: Giao diện phác thảo Change password	56
Hình 2.23: Giao diện phác thảo Chat List	57
Hình 3.1: Giao diện tổng thể website	58

## IE106 – Thiết kế Giao diện Người dùng

Hình 3.2: Giao diện Forum	62
Hình 3.3: Giao diện Cart	65
Hình 3.4: Giao diện Checkout	66
Hình 3.5: Giao diện Voucher	68
Hình 3.6: Giao diện Chi tiết đơn hàng	68
Hình 3.7: Phần Đánh giá	70
Hình 3.8: Giao diện Đăng ký	73
Hình 3.9: Giao diện Đăng nhập	75
Hình 3.10: Giao diện Chi tiết tài khoản	77
Hình 3.11: Giao diện Cài đặt	79
Hình 3.12: Giao diện Đổi mật khẩu	81
Hình 3.13: Giao diện Lịch sử đơn hàng - Đã thanh toán	84
Hình 3.14: Giao diện Lịch sử đơn hàng - Chưa thanh toán	84
Hình 3.15: Giao diện Help	86
Hình 3.16: Giao diện Privacy	88
Hình 3.17: Giao diện Blog - Sự kiện/Voucher	90
Hình 3.18: Giao diện Blog - Sự kiện - Chi tiết sự kiện	93
Hình 3.19: Giao diện Chat List	95
Hình 4.1: Tương tác toàn giao diện	97
Hình 4.2: Tương tác Header - Logo	98
Hình 4.3: Tương tác dropdown “TỈNH THÀNH”	98
Hình 4.4: Tương tác thay đổi khi để chuột vào	98
Hình 4.5: Tương tác Header - Forum	99
Hình 4.6: Tương tác Header - Blog	99
Hình 4.7: Tương tác Header - ChatList	100
Hình 4.8: Tương tác dropdown “ACCOUNT”	100
Hình 4.9: Tương tác Account - Người dùng	100
Hình 4.10: Tương tác Account - Lịch sử mua hàng	101
Hình 4.11: Tương tác Account - Cài đặt	101
Hình 4.12: Tương tác Account - Đăng xuất	102
Hình 4.13: Tương tác Header - Cart	102
Hình 4.14: Tương tác Header - Help	102
Hình 4.15: Footer	102
Hình 4.16: Tương tác Footer - Điều khoản sử dụng	103
Hình 4.17: Tương tác Footer - Chính sách bảo mật	103
Hình 4.18 Tương tác Đề xuất	105
Hình 4.19: Tương tác Sự kiện	106
Hình 4.20: Tương tác Bàn luận	106
Hình 4.21: Tương tác Tags thịnh hành	106
Hình 4.22: Tương tác Thanh bình luận	107

Hình 4.23: Tương tác Hiện/Ẩn câu trả lời	108
Hình 4.24: Tương tác danh sách các đơn hàng đã đặt	108
Hình 4.25: Tương tác danh sách cài đặt	109
Hình 4.26: Tương tác danh sách các chức năng trong cài đặt	109
Hình 4.27: Tương tác trả lại trang chủ	109
Hình 4.28: Tương tác mở voucher	110
Hình 4.29: Tương tác mở phần chỉnh sửa món ăn	111
Hình 4.30: Tương tác mở phần chỉnh sửa món ăn	111
Hình 4.31: Tương tác mở phần chỉnh sửa món ăn	112
Hình 4.32: Tương tác mở phần chỉnh sửa món ăn	112
Hình 4.33: Tương tác mở phần chỉnh sửa món ăn	113
Hình 4.34: Tương tác banner	113
Hình 4.35: Tương tác filter box	114
Hình 4.36: Tương tác phân trang	115
Hình 4.37: Tương tác Post nổi bật	116
Hình 4.38: Tương tác review tổng quát	116
Hình 4.39: Tương tác thanh điều hướng	117
Hình 4.40: Tương tác review chi tiết	117
Hình 4.41.: Tương tác filter	118
Hình 4.42: Tương tác hộp điều hướng	119
Hình 4.43: Tương tác danh sách món	119
Hình 4.44: Tương tác chi tiết món ăn	120
Hình 4.45: Tương tác tổng thể trang Đăng ký	121
Hình 4.46: Tương tác Đăng ký - HomePage	122
Hình 4.47: Tương tác Đăng ký - Đăng nhập	122
Hình 4.48: Tương tác tổng thể trang Đăng nhập	122
Hình 4.49: Tương tác Đăng nhập - HomePage	123
Hình 4.50: Tương tác Đăng nhập - Quên mật khẩu	123
Hình 4.51: Tương tác Đăng nhập - Đăng ký	123
Hình 4.52.: Tương tác tổng thể của màn hình Chi tiết tài khoản	124
Hình 4.53: Tương tác Profile - Đăng nhập	125
Hình 4.54: Tương tác Profile - Đổi mật khẩu	125
Hình 4.55: Tương tác tổng thể của Cài đặt	126
Hình 4.56: Tương tác chuyển tab của Cài đặt	127
Hình 4.57: Tương tác tổng thể của màn hình Đổi mật khẩu	127
Hình 4.58: Tương tác Đổi mật khẩu - Profile	128
Hình 4.59: Tương tác Đổi mật khẩu thành công - Profile	128
Hình 4.60: Tương tác Tổng thể của màn hình Lịch sử đơn hàng	129
Hình 4.61: Tương tác Lịch sử đơn hàng chuyển tab chưa thanh toán	130
Hình 4.62: Tương tác Lịch sử đơn hàng - Cart	130

## IE106 – Thiết kế Giao diện Người dùng

Hình 4.63: Tương tác Lịch sử đơn hàng - Rating	131
Hình 4.64: Tương tác Lịch sử đơn hàng - Order Detail	131
Hình 4.65: Tương tác Lịch sử đơn hàng chuyển pagination	131
Hình 4.66 : Help	132
Hình 4.67: Help - Thông báo	133
Hình 4.68: Tương tác Help - ChatList	133
Hình 4.69: Tương tác Help - Thông báo	133
Hình 4.70: Tương tác Thông báo - Điều khoản sử dụng	134
Hình 4.71: Tương tác Thông báo - Help	134
Hình 4.72: Tương tác Thông báo - Đồ ăn	134
Hình 4.73: Tương tác tổng thể Blog - Sự kiện/Voucher	135
Hình 4.74: Tương tác Sự kiện - Voucher	136
Hình 4.75: Tương tác giữa các trang Sự kiện	136
Hình 4.76: Tương tác Sự kiện - Chi tiết sự kiện	137
Hình 4.77: Tương tác Voucher - Sự kiện	137
Hình 4.78: Tương tác Voucher - Sự kiện	138
Hình 4.79: Tương tác Voucher - Chi tiết nhà hàng	138
Hình 4.80: Tương tác tổng thể Blog - Chi tiết sự kiện	139
Hình 4.81: Tương tác thanh điều hướng Chi tiết sự kiện - Blog	140
Hình 4.82: Tương tác điều hướng sản phẩm trong Chi tiết sự kiện - Chi tiết nhà hàng	140
Hình 4.83: Tương tác tổng thể Chat List	141
Hình 4.84: Khi nhấn vào biểu tượng dấu + thì sẽ mở overlap bonus chức năng.	142
Hình 4.85: Tương tác danh sách box chat	142
Hình 4.86: Tương tác các textbox với nhau	143

## MỤC LỤC

<b>BẢNG PHÂN CÔNG, ĐÁNH GIÁ THÀNH VIÊN:</b>	<b>3</b>
<b>LỜI MỞ ĐẦU</b>	<b>4</b>
<b>DANH MỤC CÁC BẢNG, HÌNH ẢNH</b>	<b>6</b>
<b>MỤC LỤC</b>	<b>10</b>
<b>CHƯƠNG 1: KHẢO SÁT, PHÂN TÍCH, THAM KHẢO</b>	<b>14</b>
1.1 Khảo sát từ người dùng	14
1.1.1. Giới thiệu	14
1.1.2. Tổng quan dữ liệu	14
1.1.3 Phân tích dữ liệu	15
1.1.3.1. Giới tính	15
1.1.3.2. Độ tuổi	15
1.1.3.3. Phân tích tần suất truy cập website/ứng dụng đặt đồ ăn	16
1.1.3.4 Phân tích nền tảng đặt đồ ăn phổ biến	17
1.1.3.5. Phân tích giao diện yêu thích	18
1.1.3.6. Phân tích giao diện mong muốn khi đăng nhập	19
1.1.3.7. Phân tích màu chủ đề phù hợp cho website đặt đồ ăn	20
1.1.3.8. Phân tích cách hiển thị danh sách đồ ăn	21
1.1.3.9. Phân tích các yếu tố gây bất tiện khi sử dụng website đặt đồ ăn	22
1.1.3.10. Phân tích các tiện ích cần thiết để nâng cao trải nghiệm đặt hàng	23
1.1.4. Kết luận	24
1.2. Khảo sát chuyên sâu từ nhóm	25
1.2.1. GrabFood ( <a href="https://food.grab.com/vn/vi/">https://food.grab.com/vn/vi/</a> )	26
1.2.2. ShopeeFood ( <a href="https://shopeefood.vn/">https://shopeefood.vn/</a> )	27
<b>CHƯƠNG 2: PHÁC THẢO GIAO DIỆN</b>	<b>29</b>
2.1 Các trang giao diện thành phần	29
2.2 Giao diện phác thảo	29
2.2.1 Header	29
2.2.2 Footer	30
2.2.3 Logo	30
2.2.4 Homepage	32
2.2.5 Forum	34
2.2.6 Cart (Giỏ hàng), Checkout (Chi tiết thanh toán)	35
2.2.7 Chi tiết nhà hàng	40
2.2.8 Chi tiết món ăn	42
2.2.9 Danh sách đánh giá của nhà hàng	43
2.2.10 Đăng ký, đăng nhập	44
2.2.11 Chi tiết tài khoản	47

2.2.12 Cài đặt	49
2.2.13 Lịch sử đơn hàng	50
2.2.14 Help & Privacy	52
2.2.15 Blog	54
2.2.16 Thay đổi mật khẩu	55
2.2.17 Chat List	57
<b>CHƯƠNG 3: GIAO DIỆN APP HOÀN CHỈNH</b>	<b>58</b>
3.1 Giao diện tổng thể toàn diện	58
3.1.1 Ý nghĩa màu sắc trong giao diện	58
3.1.2 Ý nghĩa font chữ trong giao diện	59
3.2 Forum	62
3.2.1 Ý tưởng thiết kế	62
3.2.2 Giao diện và bố cục trang	63
3.3 Cart (Giỏ hàng)	64
3.3.1 Ý tưởng thiết kế	64
3.3.2 Giao diện và bố cục trang	65
3.4 Checkout	66
3.4.1 Ý tưởng thiết kế	66
3.4.2 Giao diện và bố cục trang	67
3.5 Chi tiết đơn hàng	68
3.5.1 Ý tưởng thiết kế	68
3.5.2 Giao diện và bố cục trang	69
3.6 Màn hình chính	70
3.6.1 Màn hình chính (Homepage)	70
3.6.1.1 Ý tưởng thiết kế	70
3.6.1.2 Giao diện và bố cục trang	70
3.6.2 Màn hình chi tiết nhà hàng	71
3.6.2.1 Ý tưởng thiết kế	71
3.6.2.2 Giao diện và bố cục trang	71
3.6.3 Màn hình chi tiết món ăn (Overlay)	71
3.6.3.1 Ý tưởng thiết kế	71
3.6.3.2 Giao diện và bố cục trang	72
3.6.4 Màn hình danh sách đánh giá (Overlay)	72
3.6.4.1 Ý tưởng thiết kế	72
3.6.4.2 Giao diện và bố cục trang	72
3.7 Đăng ký	73
3.7.1 Ý tưởng thiết kế	73
3.7.2 Giao diện và bố cục trang	74
3.8 Đăng nhập	75
3.8.1 Ý tưởng thiết kế	75

3.8.2 Giao diện và bố cục trang	76
3.9 Chi tiết tài khoản	77
3.9.1 Ý tưởng thiết kế	77
3.9.2 Giao diện và bố cục trang	78
3.10 Cài đặt	79
3.10.1 Ý tưởng thiết kế	79
3.10.2 Giao diện và bố cục trang	79
3.11 Thay đổi mật khẩu	81
3.11.1 Ý tưởng thiết kế	81
3.11.2 Giao diện và bố cục trang	82
3.12 Lịch sử đơn hàng	83
3.12.1 Ý tưởng thiết kế	84
3.12.2 Giao diện và bố cục trang	85
3.13 Help	86
3.13.1 Ý tưởng thiết kế	86
3.13.2 Giao diện và bố cục trang	87
3.14 Privacy	88
3.14.1 Ý tưởng thiết kế	88
3.14.2 Giao diện và bố cục	88
3.15 Blog - Sự kiện/Voucher	90
3.15.1 Ý tưởng thiết kế	90
3.15.2 Giao diện và bố cục trang	91
3.16 Blog - Sự kiện - Chi tiết sự kiện	92
3.16.1 Ý tưởng thiết kế	93
3.16.2 Giao diện và bố cục trang	93
3.17 Chat List	94
3.17.1 Ý tưởng thiết kế	95
3.17.2 Giao diện và bố cục trang	95
<b>CHƯƠNG 4: TUƯƠNG TÁC GIAO DIỆN</b>	<b>97</b>
4.1 Tương tác tổng thể toàn giao diện	97
4.2 Tương tác thanh điều hướng Header	97
4.2.1 Tương tác tổng thể	97
4.2.2 Chi tiết tương tác	98
4.3 Tương tác Footer	102
4.3.1 Tương tác tổng thể	102
4.3.2 Chi tiết tương tác	103
4.4 Tương tác Forum	103
4.4.1 Tương tác tổng thể	103
4.4.2 Chi tiết tương tác	105
4.5 Tương tác Cart	109

4.6 Tương tác màn hình chính	113
4.7 Tương tác màn hình chi tiết nhà hàng	116
4.8 Tương tác màn hình Đăng ký	121
4.8.1 Tương tác tổng thể	121
4.8.2 Tương tác tổng thể	121
4.9 Tương tác màn hình Đăng nhập	122
4.9.1 Tương tác tổng thể	122
4.9.2 Chi tiết tương tác	123
4.10 Tương tác màn hình Chi tiết tài khoản	124
4.10.1 Tương tác tổng thể	124
4.10.2 Chi tiết tương tác	124
4.11 Tương tác màn hình Cài đặt	125
4.11.1 Tương tác tổng thể	126
4.11.2 Chi tiết tương tác	126
4.12 Tương tác màn hình Thay đổi mật khẩu	127
4.12.1 Tương tác tổng thể	127
4.12.2 Chi tiết tương tác	128
4.13 Tương tác màn hình Lịch sử đơn hàng	128
4.13.1 Tương tác tổng thể	129
4.13.2 Chi tiết tương tác	130
4.14. Tương tác Help	132
4.14.1 Tương tác tổng thể	133
4.14.2 Chi tiết tương tác	133
4.15 Tương tác Blog - Sự kiện/Voucher	135
4.15.1 Tương tác tổng thể	135
4.15.2 Chi tiết tương tác	136
4.16 Tương tác Blog - Chi tiết sự kiện	139
4.16.1 Tương tác tổng thể	139
4.16.2 Chi tiết tương tác	140
4.17 Chat List	141
4.17.1 Tương tác tổng thể	141
4.17.2 Chi tiết tương tác	141
<b>CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN</b>	<b>144</b>
5.1 Ưu điểm	144
5.2 Nhược điểm	144
5.3 Hướng phát triển	145
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b>	<b>148</b>

## CHƯƠNG 1: KHẢO SÁT, PHÂN TÍCH, THAM KHẢO

### 1.1 Khảo sát từ người dùng

#### 1.1.1. Giới thiệu

Khảo sát này nhằm thu thập ý kiến và đánh giá của sinh viên về giao diện của các website đặt đồ ăn. Kết quả sẽ giúp nhận diện những điểm mạnh, hạn chế và đề xuất cải thiện để tối ưu hóa trải nghiệm người dùng.

Đối tượng khảo sát chủ yếu là sinh viên đến từ nhiều ngành khác nhau, nhằm đảm bảo sự đa dạng trong phản hồi. Dữ liệu được thu thập thông qua Google Forms, giúp thu thập ý kiến một cách thuận tiện và nhanh chóng.

#### 1.1.2. Tổng quan dữ liệu

Cuộc khảo sát thu thập ý kiến từ **96 sinh viên** đến từ nhiều ngành học khác nhau. Dữ liệu phản ánh sự đa dạng về giới tính, độ tuổi và thói quen sử dụng website đặt đồ ăn.

Các tiêu chí chính được khảo sát bao gồm:

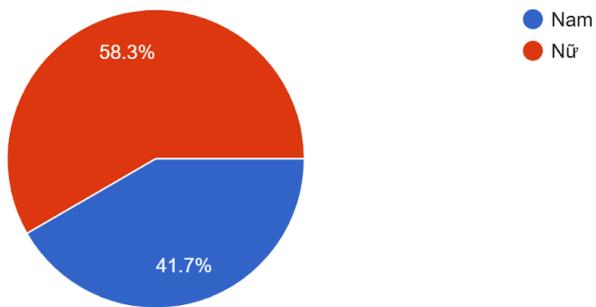
- Tần suất truy cập website hoặc ứng dụng đặt đồ ăn.
- Các nền tảng phổ biến mà người dùng thường sử dụng.
- Giao diện ưa thích khi sử dụng website đặt đồ ăn.
- Trang hiển thị đầu tiên mong muốn sau khi đăng nhập.
- Màu sắc chủ đề phù hợp cho website.
- Cách hiển thị danh sách đồ ăn mà người dùng cảm thấy tiện lợi.
- Những bất tiện thường gặp khi sử dụng website đặt đồ ăn.
- Các tiện ích cần thiết để cải thiện trải nghiệm đặt hàng.

### 1.1.3 Phân tích dữ liệu

#### 1.1.3.1. Giới tính

1. Giới tính của bạn:

96 responses



Hình 1.1: Biểu đồ phân bố giới tính

Trong tổng số 96 người tham gia khảo sát:

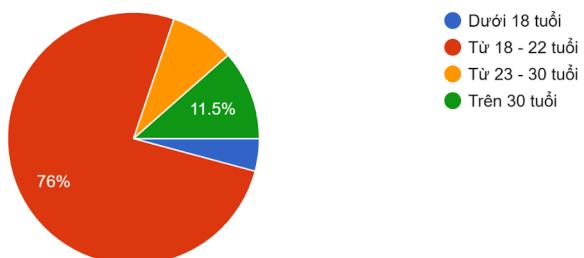
- **58.3% là nam,**
- **41.7% là nữ.**

Điều này cho thấy nam giới chiếm tỷ lệ lớn hơn trong nhóm khảo sát. Tuy nhiên, tỷ lệ này không quá chênh lệch, đảm bảo được sự đa dạng về góc nhìn giữa các giới tính khi đánh giá giao diện website đặt đồ ăn.

#### 1.1.3.2. Độ tuổi

2. Độ tuổi của bạn:

96 responses



Hình 1.2: Biểu đồ phân bố độ tuổi

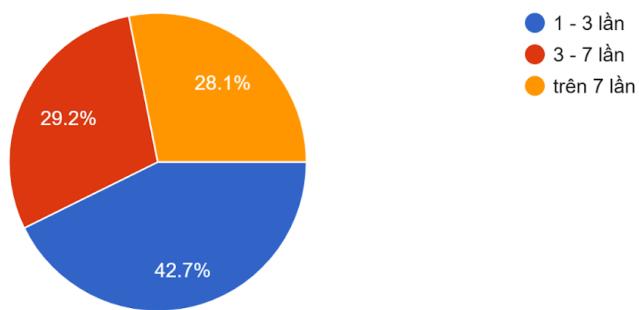
Phân bố độ tuổi của người tham gia khảo sát như sau:

- **Dưới 18 tuổi:** 4.2%
- **18 - 22 tuổi:** 76% (chiếm đa số)
- **23 - 30 tuổi:** 8.3%
- **Trên 30 tuổi:** 11.5%

Kết quả này cho thấy phần lớn người tham gia là **sinh viên từ 18 - 22 tuổi**, phù hợp với đối tượng mục tiêu của khảo sát. Nhóm trên 30 tuổi chiếm 11.5%, có thể bao gồm giảng viên hoặc người đi làm, mang lại góc nhìn khác về giao diện website đặt đồ ăn.

### 1.1.3.3. Phân tích tần suất truy cập website/ứng dụng đặt đồ ăn

3. Bạn thường truy cập website hoặc ứng dụng đặt đồ ăn bao nhiêu lần mỗi tháng?  
96 responses



Hình 1.3: Biểu đồ tần suất truy cập

Phân bố tần suất sử dụng của người tham gia khảo sát như sau:

- 1 - 3 lần/tháng: 42.7% (chiếm tỷ lệ cao nhất)
- 3 - 7 lần/tháng: 29.2%
- Trên 7 lần/tháng: 28.1%

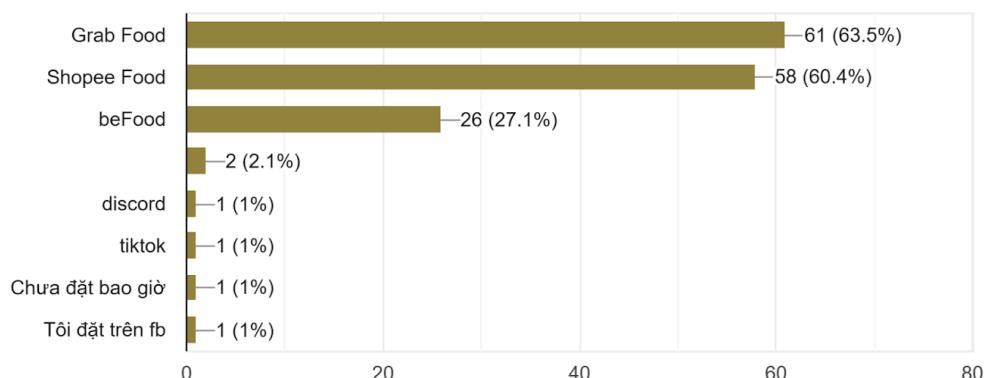
**Nhận xét:**

- Đa số sinh viên (42.7%) chỉ sử dụng dịch vụ đặt đồ ăn ở mức thấp (1 - 3 lần/tháng), cho thấy đây không phải là thói quen thường xuyên với phần lớn người dùng.
- Tuy nhiên, có tới 57.3% (gồm nhóm 3 - 7 lần và trên 7 lần) sử dụng dịch vụ này nhiều hơn, cho thấy một lượng lớn sinh viên có nhu cầu đặt đồ ăn khá cao.
- Hai nhóm có tần suất trung bình và cao (3 - 7 lần và trên 7 lần) chiếm tỷ lệ gần bằng nhau, cho thấy có sự phân hóa rõ rệt giữa nhóm ít sử dụng và nhóm sử dụng thường xuyên.

#### 1.1.3.4 Phân tích nền tảng đặt đồ ăn phổ biến

4. Website/app mà bạn thường dùng là gì?

96 responses



Hình 1.4: Biểu đồ phân bổ thị phần

Kết quả khảo sát về các nền tảng đặt đồ ăn mà sinh viên thường sử dụng:

- GrabFood: 63.5% (phổ biến nhất)
- ShopeeFood: 60.4% (cũng rất phổ biến, chỉ kém GrabFood một chút)
- beFood: 27.1% (ít được sử dụng hơn)
- Không trả lời: 2.1%
- Khác: 0.0416% (gần như không đáng kể)

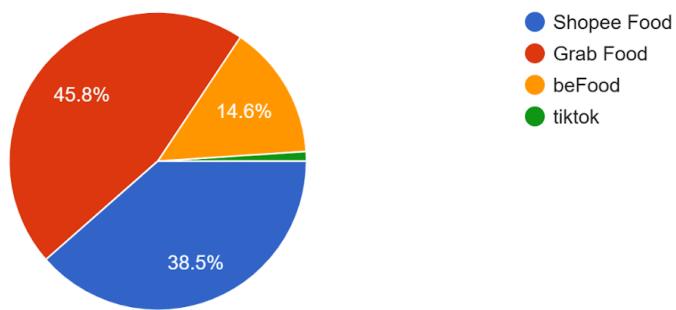
**Nhận xét:**

- GrabFood và ShopeeFood là hai nền tảng chiếm ưu thế rõ rệt, với tỷ lệ sử dụng khá tương đương nhau. Điều này cho thấy đây là hai dịch vụ quen thuộc và có ảnh hưởng lớn đến trải nghiệm người dùng.
- beFood có mức sử dụng thấp hơn (27.1%), có thể do chưa phổ biến bằng hoặc chưa đáp ứng đủ nhu cầu của người dùng so với hai nền tảng trên.
- Rất ít người chọn nền tảng khác hoặc không trả lời, cho thấy thị trường đặt đồ ăn chủ yếu xoay quanh một số nền tảng lớn.

#### 1.1.3.5. Phân tích giao diện yêu thích

5. Hãy chọn giao diện mà bạn thấy thích nhất

96 responses



Hình 1.5: Biểu đồ thể hiện mức độ yêu thích

Kết quả khảo sát về giao diện website/app đặt đồ ăn mà sinh viên thích nhất:

- **GrabFood**: 45.8% (được yêu thích nhất)
- **ShopeeFood**: 38.5% (bám sát ngay sau)
- **beFood**: 14.6% (ít được ưa chuộng hơn)
- **TikTok**: 1% (rất ít người lựa chọn)

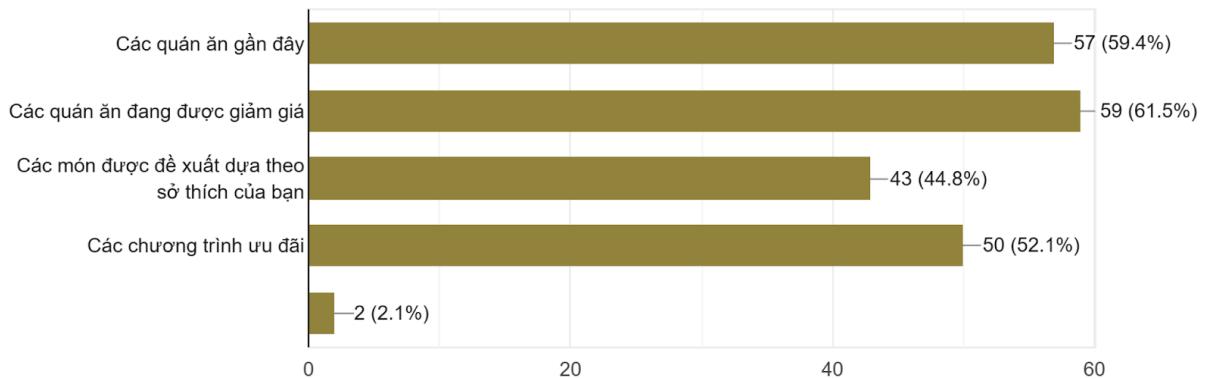
#### Nhận xét:

- **GrabFood dẫn đầu với 45.8%**, cho thấy giao diện của nền tảng này được đánh giá cao nhất, có thể do tính trực quan, dễ sử dụng hoặc thiết kế thân thiện với người dùng.

- **ShopeeFood cũng rất được ưa chuộng (38.5%)**, chứng tỏ sự cạnh tranh mạnh mẽ giữa hai nền tảng lớn này.
- **beFood có mức độ yêu thích thấp hơn (14.6%)**, có thể do thiết kế chưa tối ưu hoặc ít người quen dùng.
- **TikTok chỉ chiếm 1%**, cho thấy nền tảng này chưa có ảnh hưởng lớn đến trải nghiệm đặt đồ ăn.

#### 1.1.3.6. Phân tích giao diện mong muốn khi đăng nhập

6. Khi đã đăng nhập vào website, giao diện mà bạn muốn nhìn thấy đầu tiên khi ở màn hình chính?  
96 responses



Hình 1.6: Biểu đồ thể hiện phân bố giao diện homepage yêu thích

Khi đăng nhập vào website đặt đồ ăn, sinh viên muốn nhìn thấy trên màn hình chính:

- **Các quán ăn được giảm giá:** 61.5% (cao nhất)
- **Các quán ăn gần đây:** 59.4%
- **Các chương trình ưu đãi:** 52.1%
- **Các món được đề xuất theo sở thích:** 44.8%
- **Không trả lời:** 2.1%

Nhận xét:

- **Khuyến mãi là yếu tố quan trọng nhất**, thể hiện qua việc **61.5% người dùng** muốn thấy quán ăn giảm giá và **52.1% quan tâm đến các chương trình ưu**

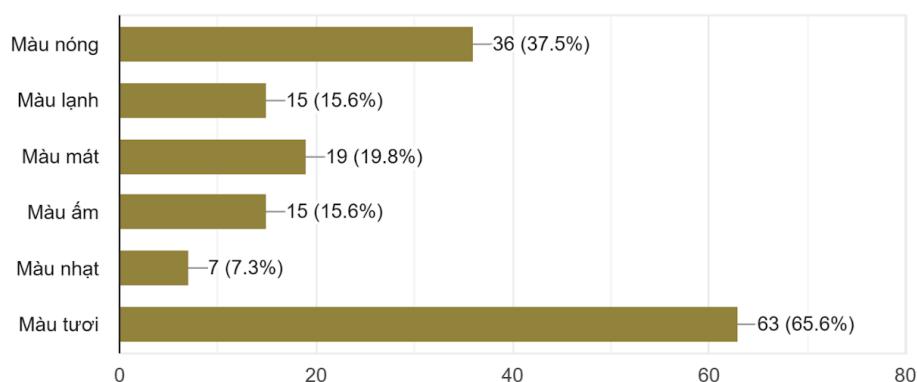
**đãi.** Điều này cho thấy sinh viên có xu hướng tìm kiếm ưu đãi trước khi quyết định đặt hàng.

- **59.4% người dùng muốn xem quán ăn gần đây**, chứng tỏ họ ưu tiên tính tiện lợi và thời gian giao hàng nhanh.
- **Đề xuất món ăn theo sở thích chỉ đạt 44.8%**, nghĩa là cá nhân hóa nội dung chưa phải yếu tố quan trọng với tất cả người dùng.
- **Chỉ 2.1% không đưa ra ý kiến**, chứng tỏ đa số người dùng có nhu cầu cụ thể về giao diện trang chủ.

#### 1.1.3.7. Phân tích màu chủ đề phù hợp cho website đặt đồ ăn

7. Bạn nghĩ màu chủ đề nào sẽ thích hợp với website đặt đồ ăn?

96 responses



Hình 1.7: Biểu đồ phân bố màu sắc yêu thích của website đặt đồ ăn trực tuyến

Kết quả khảo sát về màu chủ đề được người dùng ưa chuộng:

- **Màu tươi:** 65.6% (được yêu thích nhất)
- **Màu nóng:** 37.5%
- **Màu mát:** 19.8%
- **Màu lạnh:** 15.6%
- **Màu ấm:** 15.6%
- **Màu nhạt:** 7.3% (ít được chọn nhất)

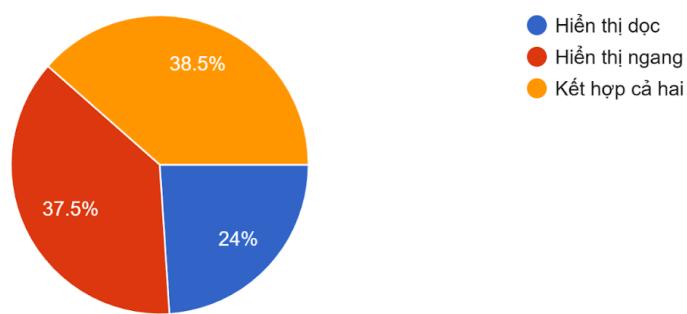
**Nhận xét:**

- **Màu tươi (65.6%) là lựa chọn hàng đầu**, cho thấy người dùng thích giao diện rực rỡ, bắt mắt, tạo cảm giác năng động và kích thích thị giác khi đặt đồ ăn (Đây có thể là lý do GrabFood được nhiều người sử dụng nhất).
- **Màu nóng (37.5%) cũng khá được ưa chuộng**, có thể vì nó liên quan đến cảm giác thèm ăn (các thương hiệu như beFood hay ShopeeFood cũng dùng màu đỏ, cam, vàng).
- **Màu mát (19.8%), màu lạnh (15.6%) và màu ám (15.6%) có mức lựa chọn thấp hơn**, có thể do chúng mang lại cảm giác nhẹ nhàng, không phù hợp với lĩnh vực ẩm thực vốn cần sự thu hút.
- **Màu nhạt (7.3%) là ít được chọn nhất**, chứng tỏ người dùng không thích giao diện quá nhẹ nhàng, dễ gây cảm giác nhảm chán.

#### 1.1.3.8. Phân tích cách hiển thị danh sách đồ ăn

8. Bạn thích việc hiển thị danh sách đồ ăn như thế nào?

96 responses



Hình 1.8: Biểu đồ thể hiện cấu trúc giao diện yêu thích

Kết quả khảo sát về cách hiển thị danh sách món ăn mà người dùng ưa thích:

- **Kết hợp cả hiển thị dọc và ngang**: 38.5% (được ưa chuộng nhất)
- **Hiển thị ngang**: 37.5%
- **Hiển thị dọc**: 24%

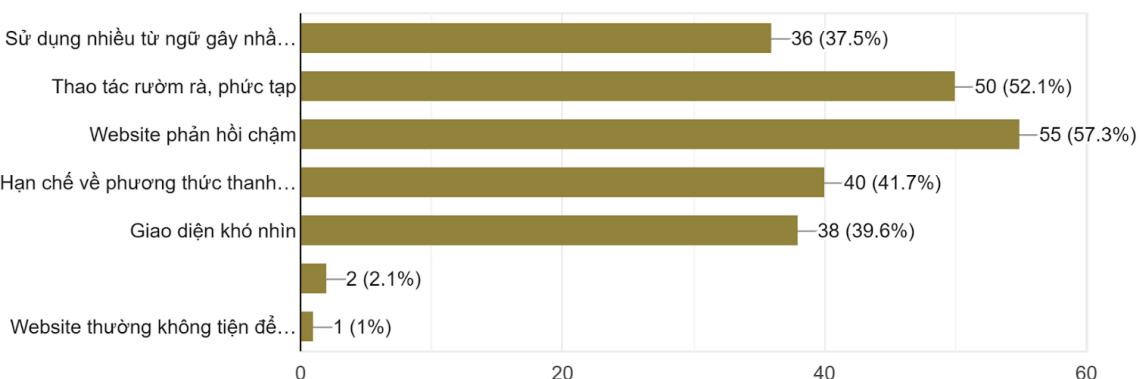
**Nhận xét:**

- **Người dùng không có xu hướng nghiêng hẳn về một kiểu hiển thị cố định,** thay vào đó họ **thích sự linh hoạt (38.5%)** với cả hai kiểu dọc và ngang.
- **Hiển thị ngang (37.5%)** được ưa chuộng hơn so với **hiển thị dọc (24%)**, có thể vì nó giúp xem nhiều món ăn trên cùng một màn hình, dễ cuộn hơn trên thiết bị di động.
- **Hiển thị dọc ít được chọn hơn**, có thể vì nó chiếm nhiều không gian hơn, khiến người dùng phải cuộn nhiều để xem thêm món ăn.

#### 1.1.3.9. Phân tích các yếu tố gây bất tiện khi sử dụng website đặt đồ ăn

9. Điều gì làm bạn thấy bất tiện khi sử dụng website đặt đồ ăn?

96 responses



Hình 1.9: Biểu đồ tháp hiện phân bố yếu tố bất tiện

Kết quả khảo sát về những bất tiện người dùng gặp phải:

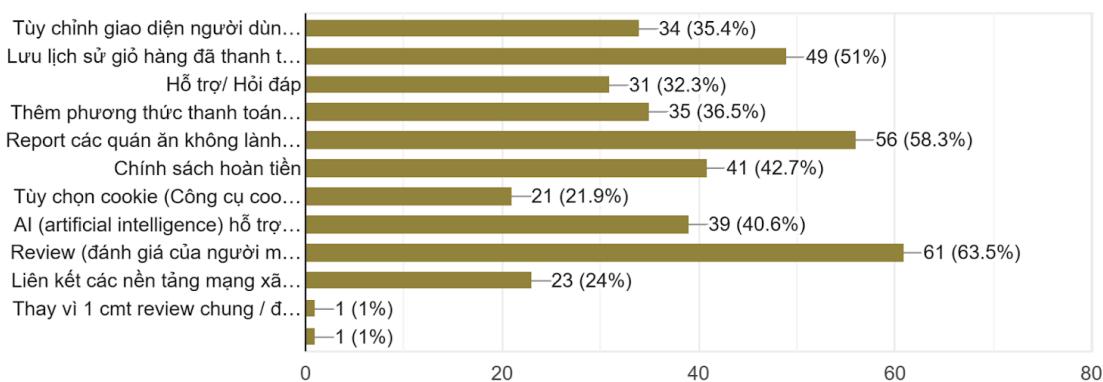
- **Website phản hồi chậm:** 57.3% (bất tiện lớn nhất)
- **Thao tác rườm rà, phức tạp:** 52.1%
- **Hạn chế về phương thức thanh toán:** 41.7%
- **Giao diện khó nhìn:** 39.6%
- **Sử dụng nhiều từ ngữ gây nhầm lẫn, khó hiểu:** 37.5%
- **Không trả lời:** 2.1%
- **Khác:** 1%

Nhận xét:

- **Tốc độ phản hồi chậm (57.3%) là vấn đề lớn nhất.** Người dùng muốn trải nghiệm mượt mà, không bị gián đoạn khi đặt món. Việc website chậm có thể gây khó chịu và làm họ bỏ qua đơn hàng.
- **Thao tác rườm rà (52.1%) là vấn đề đáng quan tâm thứ hai,** cho thấy giao diện và quy trình đặt hàng cần tối giản, tránh quá nhiều bước gây mất thời gian.
- **Hạn chế về phương thức thanh toán (41.7%) cũng là một rào cản,** đặc biệt với sinh viên – nhóm khách hàng có thể chưa sở hữu nhiều loại thẻ ngân hàng hoặc ví điện tử.
- **Giao diện khó nhìn (39.6%) và từ ngữ gây nhầm lẫn (37.5%)** cho thấy trải nghiệm người dùng chưa thực sự tối ưu, cần cải thiện về mặt thiết kế và nội dung hiển thị.
- **Chỉ 1% chọn “Khác”,** nghĩa là hầu hết các vấn đề chính đã được đề cập đầy đủ trong khảo sát.

#### 1.1.3.10. Phân tích các tiện ích cần thiết để nâng cao trải nghiệm đặt hàng

10. Để có trải nghiệm đặt hàng tốt nhất, bạn nghĩ những tiện ích nào sau đây là cần thiết?  
96 responses



Hình 1.10: Biểu đồ phân bố tiện ích mà người cảm thấy cần thiết

Kết quả khảo sát về những tính năng mà người dùng mong muốn:

- **Review (đánh giá) của người mua trước đó:** 63.5% (quan trọng nhất)
- **Report các quán ăn không lành mạnh:** 58.3%
- **Lưu lịch sử giỏ hàng đã thanh toán hoặc chưa thanh toán:** 51%

- **Chính sách hoàn tiền:** 42.7%
- **AI hỗ trợ tìm đồ ăn/quán ăn theo yêu cầu:** 40.6%
- **Thêm phương thức thanh toán khác:** 36.5%
- **Tùy chỉnh giao diện người dùng theo sở thích:** 35.4%
- **Hỗ trợ/Hỏi đáp:** 32.3%
- **Liên kết các nền tảng mạng xã hội:** 24%
- **Tùy chọn cookie:** 21.9%
- **Khác:** 1%
- **Không trả lời:** 1%

#### Nhận xét:

- **Review từ người mua trước (63.5%) là tính năng quan trọng nhất.** Điều này cho thấy người dùng cần sự tin tưởng trước khi đặt món, và họ dựa vào đánh giá của những khách hàng trước để quyết định.
- **Tính năng báo cáo quán ăn không lành mạnh (58.3%) cũng rất cần thiết,** cho thấy người dùng quan tâm đến chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm.
- **Lưu lịch sử giờ hàng (51%) giúp người dùng đặt lại đơn dễ dàng,** phù hợp với thói quen đặt món lặp lại của sinh viên.
- **Chính sách hoàn tiền (42.7%) và AI hỗ trợ tìm đồ ăn (40.6%)** cũng được nhiều người quan tâm, cho thấy nhu cầu về sự bảo đảm quyền lợi và trải nghiệm cá nhân hóa.
- **Các yếu tố khác như hỗ trợ nhiều phương thức thanh toán (36.5%), tùy chỉnh giao diện (35.4%) và hỗ trợ/hỏi đáp (32.3%)** tuy không phải ưu tiên hàng đầu nhưng vẫn quan trọng để cải thiện trải nghiệm người dùng.
- **Liên kết mạng xã hội (24%) và tùy chọn cookie (21.9%) ít được quan tâm hơn,** có thể vì chúng không ảnh hưởng trực tiếp đến quá trình đặt món.

#### 1.1.4. Kết luận

Kết quả khảo sát cho thấy sinh viên là nhóm khách hàng chính của các website đặt đồ ăn, với độ tuổi chủ yếu từ 18-22. Họ thường xuyên sử dụng các nền tảng như **GrabFood, ShopeeFood và beFood**, cho thấy nhu cầu đặt đồ ăn trực tuyến ngày càng phổ biến.

Về giao diện, người dùng ưa chuộng phong cách của GrabFood và ShopeeFood, đồng thời mong muốn trang chủ hiển thị các quán ăn gần đây, ưu đãi giảm giá và đề xuất món ăn theo sở thích. Màu sắc chủ đạo được yêu thích là màu tươi và màu nóng, giúp tạo cảm giác thu hút và kích thích vị giác.

Tuy nhiên, vẫn tồn tại nhiều bất tiện trong quá trình sử dụng, trong đó tốc độ phản hồi chậm, thao tác rườm rà và hạn chế phương thức thanh toán là các vấn đề lớn nhất. Để cải thiện trải nghiệm người dùng, cần tối ưu hóa hiệu suất website, đơn giản hóa quy trình đặt hàng và hỗ trợ nhiều hình thức thanh toán hơn.

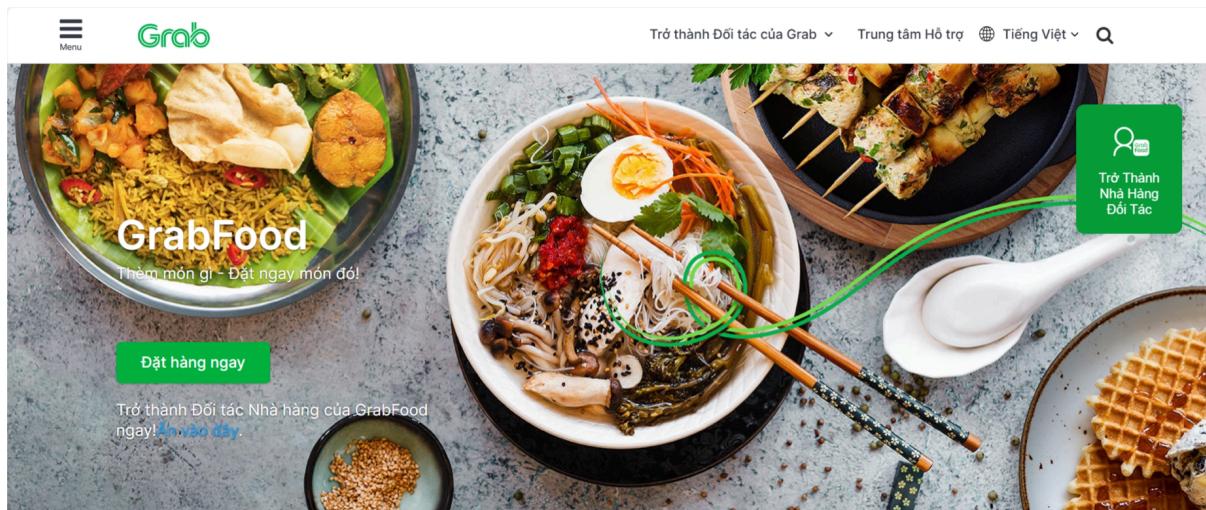
Người dùng cũng đề xuất các tính năng quan trọng như đánh giá từ khách hàng, báo cáo quán ăn không đảm bảo vệ sinh, lưu lịch sử giỏ hàng và hỗ trợ hoàn tiền. Ngoài ra, trí tuệ nhân tạo (AI) gợi ý món ăn và giao diện tùy chỉnh cũng là các yếu tố có thể nâng cao trải nghiệm cá nhân hóa.

Nhìn chung, để một website đặt đồ ăn thu hút và giữ chân người dùng, cần tập trung vào tối ưu giao diện, cải thiện tốc độ, nâng cao tính tiện lợi trong đặt hàng và đảm bảo quyền lợi khách hàng. Việc đáp ứng các nhu cầu này không chỉ giúp cải thiện trải nghiệm mà còn góp phần nâng cao mức độ hài lòng và lòng trung thành của người dùng.

## 1.2. Khảo sát chuyên sâu từ nhóm

Cả hai nền tảng GrabFood và ShopeeFood đều hướng đến trải nghiệm đặt đồ ăn nhanh, trực quan và thân thiện với người dùng. GrabFood sử dụng tông trắng – xanh lá chủ đạo, tập trung vào các ưu đãi và danh mục món rõ ràng qua các thẻ “Promo” lớn ngay trên trang chủ. Trong khi đó, ShopeeFood tận dụng tối đa màu cam thương hiệu, kết hợp với các biểu tượng danh mục tròn và thanh tìm kiếm nổi bật ở trên cùng để dẫn dắt luồng tương tác. Cả hai đều áp dụng layout card/grid cho nhà hàng và khuyến mãi, nhưng khác biệt về phong cách hình ảnh và cách phân bố không gian hiển thị.

### 1.2.1. GrabFood (<https://food.grab.com/vn/vi/>)



Hình 1.11: Giao diện chính trang web GrabFood

#### - Thiết kế trực quan:

- **Tông màu:** Chủ yếu nền trắng kết hợp viền xanh lá và trắng, tạo cảm giác tươi mới, tin cậy.
- **Hình ảnh:** Các card ưu đãi sử dụng ảnh thực món ăn lớn, sắc nét, cuốn hút người xem.

#### - Cấu trúc điều hướng:

- **Thanh tìm kiếm** nằm ngay đầu trang với placeholder “Where should we deliver...” giúp người dùng nhanh chóng nhập địa chỉ.
- **Danh mục nhanh** (Hủ tiếu, Thức ăn nhanh,...) được hiển thị dọc bên dưới, cho phép cuộn ngang để khám phá nhiều loại món.

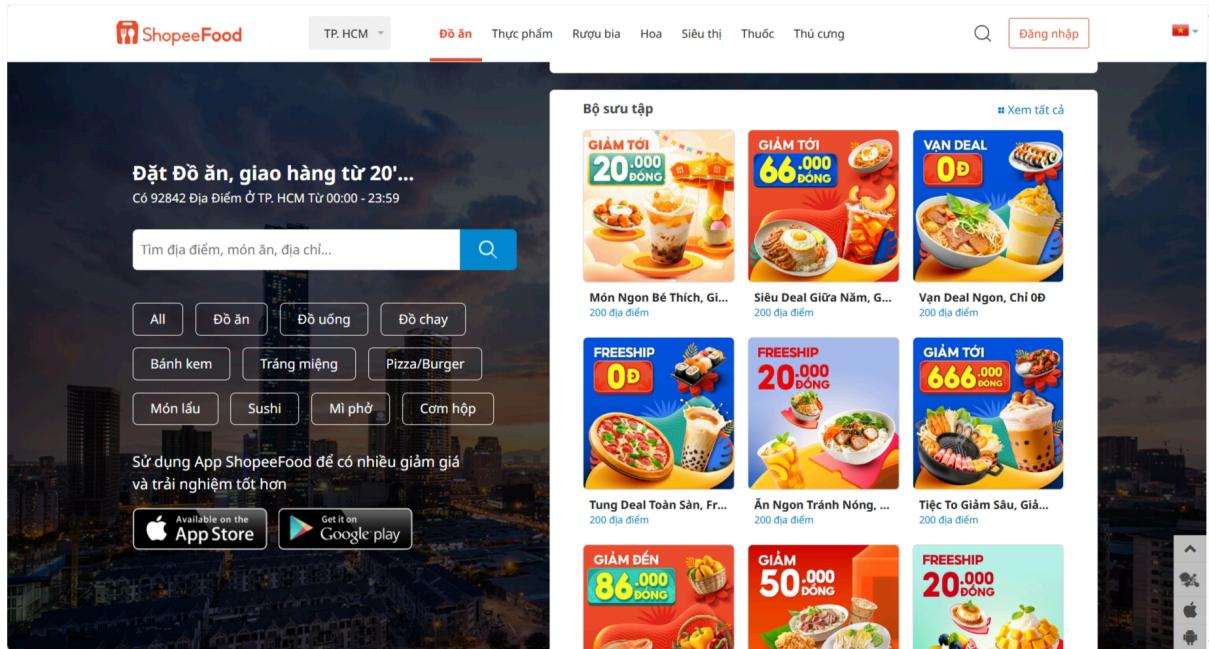
#### - Khả năng sử dụng:

- **Card khuyến mãi** có tiêu đề, rating và thời gian giao kèm icon ưu đãi (“Saving 91k”), dễ phân biệt mức giảm giá.
- **Section “Vì sao nên Order...”** liệt kê benefit qua bullet, hỗ trợ người dùng mới nắm nhanh ưu điểm dịch vụ.

- **Khả năng responsive:**

- Layout card/grid tự co giãn theo kích thước trình duyệt, từ desktop đến mobile đều hiển thị hợp lý.

### 1.2.2. ShopeeFood (<https://shopeefood.vn/>)



Hình 1.12: Giao diện chính trang web ShopeeFood

- **Thiết kế trực quan:**

- Tông màu:** Sắc cam chủ đạo đậm nét, kết hợp nền trắng để tạo độ tương phản cao.
- Icon danh mục** (Burger, Pizza, Trà sữa...) được vẽ đơn giản, thân thiện, giúp người dùng nhận diện nhanh thể loại món.

- **Cấu trúc điều hướng:**

- Thanh tìm kiếm** chiếm toàn bộ chiều ngang trên cùng, kích thước lớn, dễ thao tác.
- Carousel ưu đãi** hiển thị banner Flash Deal sát cạnh thanh tìm kiếm, tạo điểm nhấn cho khuyến mãi.

- **Khả năng sử dụng:**

- **Tab điều hướng dưới đáy hoặc trên đầu** (Trang chủ, Khuyến mãi, Đơn hàng, Cá nhân) hướng tới trải nghiệm mobile-first, người dùng có thể chuyển giữa các mục nhanh chóng.
- **Card nhà hàng** thể hiện logo, rating, khoảng cách, và icon freeship nhỏ bên góc, giúp so sánh dễ dàng.

- ***Khả năng responsive:***

- Thiết kế hoàn toàn thích ứng với màn hình điện thoại và máy tính, các thành phần luôn ở kích thước hợp lý, không bị chồng chéo. Đặc biệt khi đã cài đặt phần mềm, khi vào website sẽ tự động redirect đến phần mềm.

## CHƯƠNG 2: PHÁC THẢO GIAO DIỆN

### Đường dẫn Figma: [Figma](#)

#### 2.1 Các trang giao diện thành phần

- Header
- Footer
- Logo
- Homepage
- Forum
- Cart, Checkout
- Chi tiết nhà hàng
- Chi tiết món ăn
- Danh sách đánh giá nhà hàng
- Đăng ký, đăng nhập
- Chi tiết tài khoản
- Cài đặt
- Lịch sử đơn hàng
- Help & Privacy
- Blog
- Thay đổi mật khẩu
- Chat List

#### 2.2 Giao diện phác thảo

##### 2.2.1 Header



Hình 2.1: Giao diện phác thảo Header

- Logo OrderUp: Logo của website.
- Location List (TỈNH THÀNH): chọn vị trí của quán.

NavigationBar gồm 6 phần từ trái sang:

- Forum: chuyển hướng tới giao diện Forum.
- Blog: chuyển hướng tới giao diện Blog.

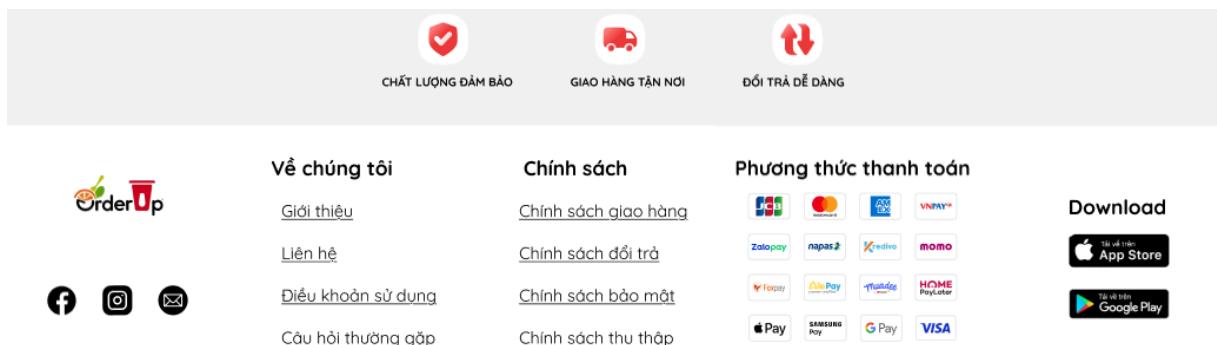
- Help & Privacy: chuyển hướng tới mục hỗ trợ thông tin.
- Account: dropdown list để kiểm soát tài khoản



Hình 2.2: Giao diện phác thảo Account

- Chatlist: chuyển hướng tới mục liên lạc hỗ trợ qua tin nhắn.

## 2.2.2 Footer



Hình 2.3: Giao diện phác thảo Footer

- Đường dẫn tới các trang khác như: Điều khoản sử dụng, Chính sách bảo mật...
- Icon các trang mạng xã hội dẫn tới website.
- Thông tin về các phương thức thanh toán.
- Nền tảng sử dụng, download.

## 2.2.3 Logo



*Hình 2.4: Logo của website*

- Ý nghĩa tên:

Tên OrderUp gợi lên sự nhanh chóng và tiện lợi, thể hiện cam kết mang đến trải nghiệm đặt đồ ăn dễ dàng chỉ với một cú nhấp chuột. Từ "Order" nhấn mạnh hành động đặt hàng đơn giản, trong khi "Up" mang ý nghĩa nâng tầm chất lượng dịch vụ và sự hài lòng của khách hàng, hứa hẹn mang đến những bữa ăn ngon lành và đáng nhớ.

- Ý nghĩa Logo:

Logo của OrderUp kết hợp hình ảnh một ly đồ uống đỏ rực – biểu tượng cho sự ám áp và đam mê trong ẩm thực – cùng với các yếu tố tự nhiên như quả cam và lá xanh, tượng trưng cho sự tươi mới, lành mạnh và đa dạng của thực đơn. Thiết kế này không chỉ thu hút mà còn truyền tải thông điệp về một thương hiệu đặt đồ ăn gần gũi, năng động và chú trọng đến chất lượng nguyên liệu.

## 2.2.4 Homepage

The screenshot displays the homepage of the OrderUp website, featuring a top navigation bar with a search bar, location selection, and user account information. Below the header are two large promotional banners for "ORDER UP" with offers like "Tiết Kiệm Thời Gian" and "Ưu Đãi Ngập Tràn". The main content area is titled "CÁC NHÀ HÀNG PHỐ BIỂN" and lists various restaurants with their names, addresses, ratings, and price ranges. To the right, there are three filter panels for "Danh mục món ăn", "Mức giá", and "Tiêu chí khác", each with dropdown menus for selecting specific categories or price ranges. Below this is a section titled "Posts dành cho bạn" showing user-generated food photos and captions. The footer contains links for "Về chúng tôi", "Chính sách", "Phương thức thanh toán", and download links for the app.

Hình 2.5: Giao diện phác thảo Homepage

- Banner: Quảng cáo chung cho toàn website, khi ấn vào sẽ dẫn đến màn hình Blog chứa tất cả chương trình khuyến mãi.

- Filter box: Lọc ra và hiển thị các nhà hàng theo các thông tin, tiêu chí mà người dùng chọn.
- Danh sách nhà hàng nổi bật: hiển thị ngay chính giữa giao diện.
- Phân trang: Cho phép người dùng chuyển trang.
- Post nổi bật: Chứa danh sách các bài đăng nổi bật trong phần Forum. Khi ấn vào 1 bài đăng bất kỳ, người dùng sẽ được điều hướng đến bài đăng đó.
- Header, Footer.

## 2.2.5 Forum



Hình 2.6: Giao diện phác thảo Forum

- Search: nhập từ khóa để tìm kiếm thông tin.

- Navigation toolbar: giúp người dùng biết được vị trí trong forum.
- Container chủ đề chung: khi nhấp vào sẽ hiển thị các chủ đề về món ăn cho mọi người lựa chọn.
- Container bàn luận/giới thiệu món ăn: Khi nhấp vào sẽ hiển thị các chủ đề về các món ăn của cửa hàng.
- Post for you.
- Bài viết: Hiển thị nội dung bài đăng của người dùng kèm tương tác (thích, bình luận), phục vụ trao đổi và thảo luận trong từng chủ đề cụ thể và phản hồi của bài đăng.
- Container Similar thread: Hiển thị danh sách các chủ đề hoặc bài viết tương tự, dựa trên nội dung đang xem; giúp người dùng khám phá thêm các thảo luận cùng lĩnh vực và tăng thời gian tương tác trên diễn đàn.
- Header, Footer.

## 2.2.6 Cart (Giỏ hàng), Checkout (Chi tiết thanh toán)

**Giỏ Hàng Của Tôi**

Có 4 sản phẩm trong giỏ hàng của bạn

	Cơm chiên dương châu Thêm đồ trộn, không hành Chinh sua	1	59.000đ
	Cơm gà xối mỡ Chinh sua	1	59.000đ
	Cơm thêm Chinh sua	1	10.000đ
	Matcha latte Size M, 70% đường, tràm chua đen Chinh sua	1	43.000đ

Voucher

Nhập hoặc chọn voucher của bạn

Chi tiết thanh toán

Tạm tính	171.000đ
Giảm giá	0đ
Phí giao hàng	12.000đ
<b>Tổng cộng</b>	<b>183.000đ</b>

Thanh Toán

Các món thường đặt cùng

	Khoai tây chiên 20.000đ	+
	Coca 15.000đ	+

Về chúng tôi

Giới thiệu  
Liên hệ  
Điều khoản sử dụng  
Câu hỏi thường gặp

Chính sách

Chính sách giao hàng  
Chính sách đổi trả  
Chính sách bảo mật  
Chính sách thu thập

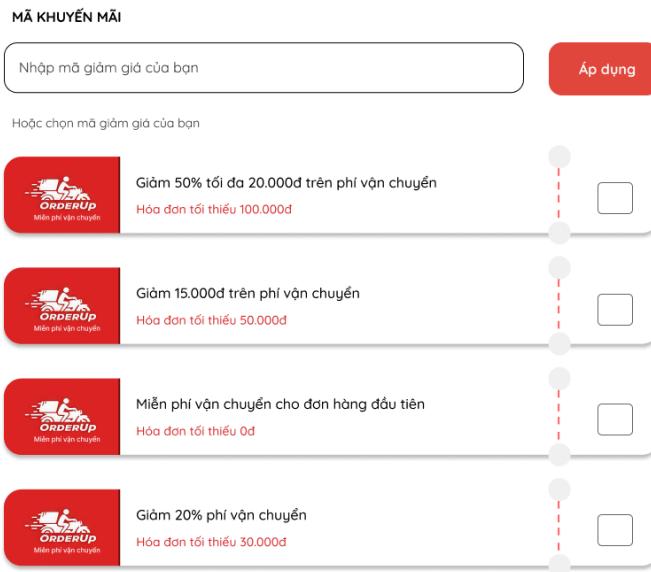
Phương thức thanh toán

Download

App Store  
Google Play

Hình 2.7: Giao diện phác thảo Cart

- Giỏ hàng: Hiển thị danh sách món đã chọn với tên, số lượng và giá tiền.
- Voucher: Mở popup để khách hàng nhập hoặc chọn mã giảm giá.



Hình 2.8: Giao diện phác thảo chọn Voucher

- Chỉnh sửa món ăn: Mở popup chỉnh sửa tăng, giảm số lượng, ghi chú món ăn.



**Matcha latte**  
59.000  
Không nhận xuất hóa đơn VAT trên ứng dụng giao hàng trực tuyến.  
Trà hoa Hibiscus chua nhẹ tự nhiên, với những trái dâu đỏ tươi với nhiều lợi ích về sức khỏe, Trà Sữa Thái Đỏ FS mang đến cảm giác mát mẻ để bắt đầu 1 ngày mới đầy nồng vui. Thức uống được trang trí kèm những viên đá hoa quả sắc màu.

---

**Chọn món thêm Optional, max 8**

<input checked="" type="checkbox"/> Thêm Nha Đam	15.000
<input checked="" type="checkbox"/> Thêm Đào Miếng	15.000
<input checked="" type="checkbox"/> Thêm Vải	15.000
<input checked="" type="checkbox"/> Thêm Thạch Cà Phê	15.000
<input checked="" type="checkbox"/> Thêm Trân Châu Đường Đen	15.000
<input checked="" type="checkbox"/> Thêm Thạch Konjac Hoa Hồng	15.000
<input checked="" type="checkbox"/> Thêm Thạch Konjac	15.000
<input checked="" type="checkbox"/> Thêm Chôm Chôm	15.000
<input checked="" type="checkbox"/> Thêm Trân Châu Hoàng Kim	15.000

---

**Cơm chiên dương châu** **59.000đ**  
Ghi chú

---

**Chọn Bánh Thêm Optional, max 1**

<input type="button" value="-"/>	1	<input type="button" value="+"/>	<input type="button" value="Thêm vào giỏ hàng"/>
----------------------------------	---	----------------------------------	--



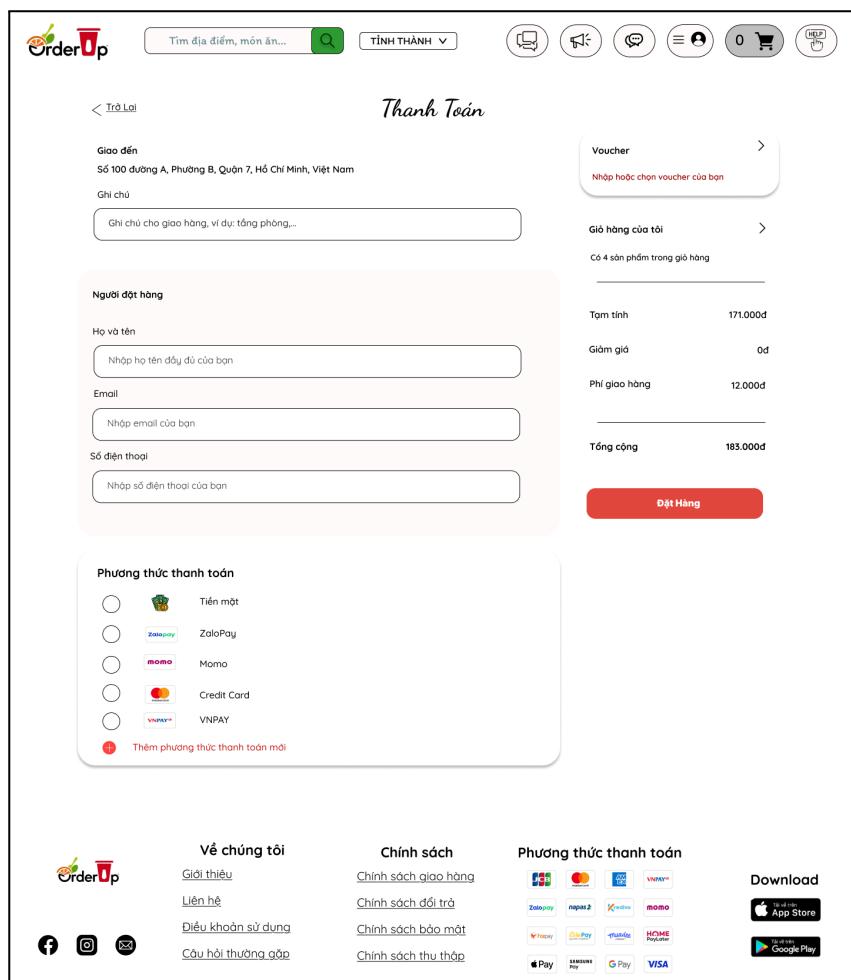
**Cơm chiên dương châu** **59.000đ**  
Ghi chú

---

**Chọn Bánh Thêm Optional, max 1**

<input type="button" value="-"/>	1	<input type="button" value="+"/>	<input type="button" value="Thêm vào giỏ hàng"/>
----------------------------------	---	----------------------------------	--

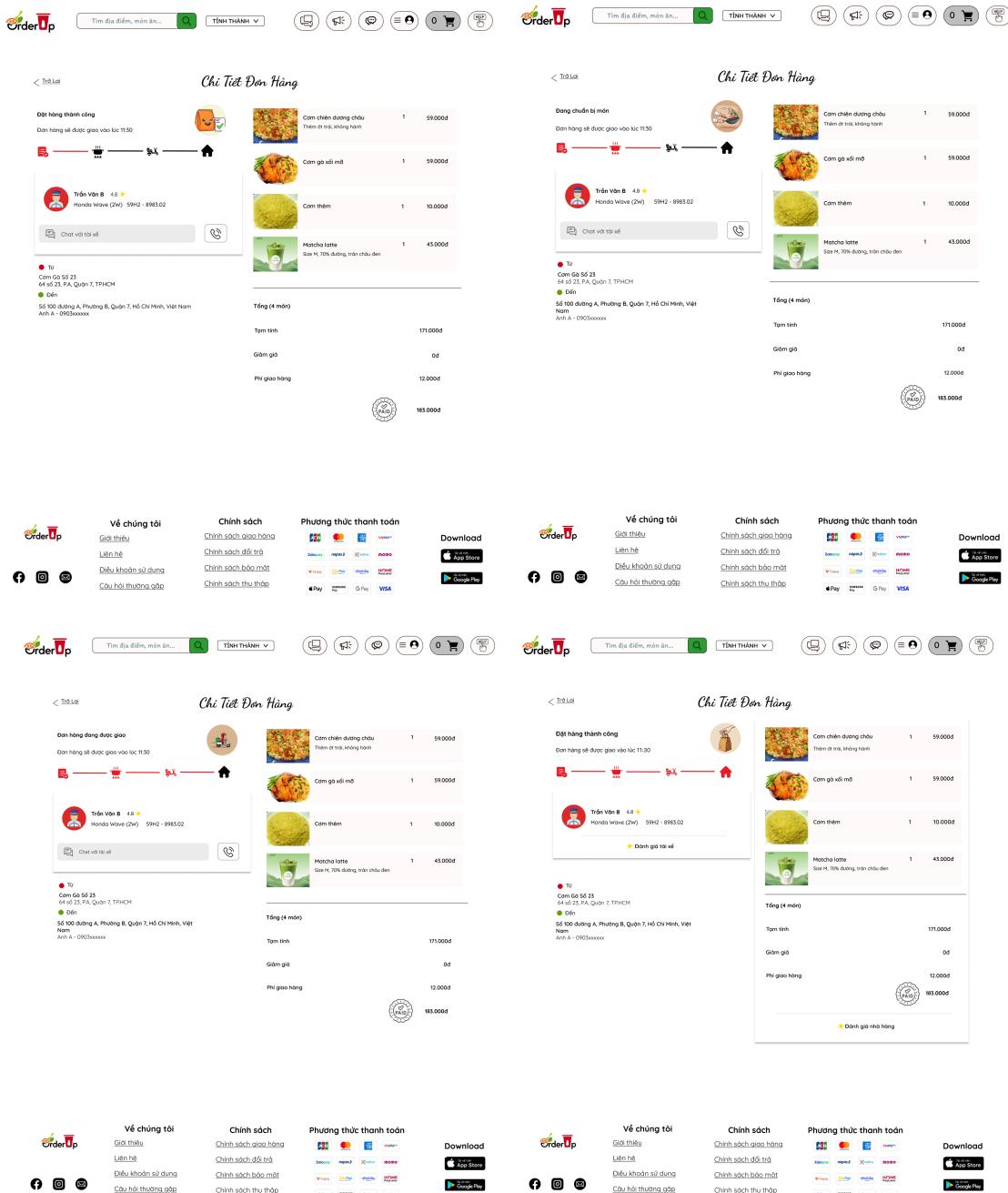
Hình 2.7: Giao diện phác thảo chỉnh sửa món ăn và cập nhật giỏ hàng



Hình 2.9: Giao diện phác thảo Checkout

- Hiển thị địa chỉ giao hàng và cho phép chỉnh sửa.
- Trường nhập thông tin người nhận: họ tên, số điện thoại, email.
- Chọn phương thức thanh toán: tiền mặt, ví điện tử, thẻ tín dụng.
- Hiển thị tóm tắt đơn hàng: số lượng món, tổng tiền, phí giao hàng, giảm giá.
- Nút "Đặt hàng" để hoàn tất quá trình mua hàng và chuyển sang màn hình chi tiết đơn hàng để khách hàng có thể theo dõi quá trình vận đơn.

IE106 – Thiết kế Giao diện Người dùng



Hình 2.10: Giao diện phác thảo quá trình vận đơn

## 2.2.7 Chi tiết nhà hàng

The screenshot displays the OrderUp mobile application's restaurant detail screen. At the top, there is a promotional banner for "MUA 1 NG 1 PIZZA" and another for "ORDER UP". Below the banner, the restaurant's name, "CAFE AMAZONE - HAI BA TRUNG", is displayed along with its address, "95 HAI BA TRUNG, PHƯỜNG NGHỆ QUẬN 1, TP. HCM", and a 5.0 rating with 5 reviews. The operating hours are listed as "06:00 - 23:59" and the price range as "20.000 - 100.000". A "Đặt món ngay" (Order now) button is also present.

On the right side of the header, there are icons for search, location, notifications, account, cart (0 items), and a QR code scanner. Below the header, a "Review" section shows a 5.0 rating with 5 reviews and a "Chạm để xem thêm" (Tap to see more) button.

The main content area is a grid of food and drink items. A "SẮP XẾP THEO" (Sort by) dropdown menu is visible at the top left of the grid. The items are categorized into groups such as "MÓN ĐANG GIẢM", "SẢN PHẨM MỚI", "TRÀ VÀ TRÀ SỮA", "CÀ PHÊ AMAZON SIGNATURE", "CÀ PHÊ VIỆT NAM", "CÀ PHÊ KIỂU Y", "FRAPPE", "THỨC UỐNG KHÁC", "BÁNH", "BÁNH TƯƠI NƯỚNG TAI CHỒ", "BÁNH NGỌT", "MÓN ĂN VẶT", "DEAL FLASH SALE", "CÀ PHÊ VIỆT NAM", "CÀ PHÊ KIỂU Y", "FRAPPE", "THỨC UỐNG KHÁC", "BÁNH", "BÁNH TƯƠI NƯỚNG TAI CHỒ", "BÁNH NGỌT", "MÓN ĂN VẶT", and "DEAL FLASH SALE". Each item listing includes a small image, the name, a brief description, a price, and a "XEM THÊM" (See more) button.

At the bottom of the screen, there are three navigation icons: "CHẤT LƯỢNG ĐẢM BẢO" (Quality Assurance), "GIAO HÀNG TẬN NƠI" (Delivery to home), and "ĐỔI TRẢ ĐỂ ĐẶNG" (Return/exchange). Below these icons, there are sections for "Về chúng tôi" (About us), "Chính sách" (Policies), and "Phương thức thanh toán" (Payment methods), each with their respective links and icons. There is also a "Download" section with links to the App Store and Google Play.

Hình 2.11: Giao diện phác thảo chi tiết nhà hàng

- QR code: Khi người dùng quét mã sẽ chuyển đến các trang khác để nhận khuyến mãi.

- Review: Hiển thị trung bình sao và tổng số lượt đánh giá mà nhà hàng nhận được. Khi nhấp vào “Nhấn để mở rộng” sẽ hiển thị danh sách bình luận của nhà hàng.
- Section điều hướng: Giúp người dùng nhanh chóng đến section mong muốn trong danh sách món ăn của nhà hàng.
- Search: hỗ trợ tìm kiếm món ăn bằng tên món.
- Danh sách món ăn: Khi nhấp vào món ăn sẽ chuyển đến screen chi tiết món ăn
- Header, Footer.

## 2.2.8 Chi tiết món ăn

×



**Trà Sữa Thái Đỏ FS**

59.000

Không nhận xuất hóa đơn VAT trên ứng dụng giao hàng trực tuyến.

Trà hoa Hibiscus chưa nhe tự nhiên, với những trái dâu đỏ tươi với nhiều lợi ích về sức khỏe, Trà Sữa Thái Đỏ FS mang đến cảm giác mát mẻ để bắt đầu 1 ngày mới đầy vui vẻ. Thức uống được trang trí kèm những viên đá hoa đầy sắc màu.

---

**Chọn món thêm Optional, max 8**

<input checked="" type="checkbox"/> Thêm Nha Đam	15.000
<input checked="" type="checkbox"/> Thêm Đào Miếng	15.000
<input checked="" type="checkbox"/> Thêm Vải	15.000
<input checked="" type="checkbox"/> Thêm Thạch Cà Phê	15.000
<input checked="" type="checkbox"/> Thêm Trân Châu Đường Đen	15.000
<input checked="" type="checkbox"/> Thêm Thạch Konjac Hoa Hồng	15.000
<input checked="" type="checkbox"/> Thêm Thạch Konjac	15.000
<input checked="" type="checkbox"/> Thêm Chôm Chôm	15.000
<input checked="" type="checkbox"/> Thêm Trân Châu Hoàng Kim	15.000

---

**Chọn Bánh Thêm Optional, max 1**

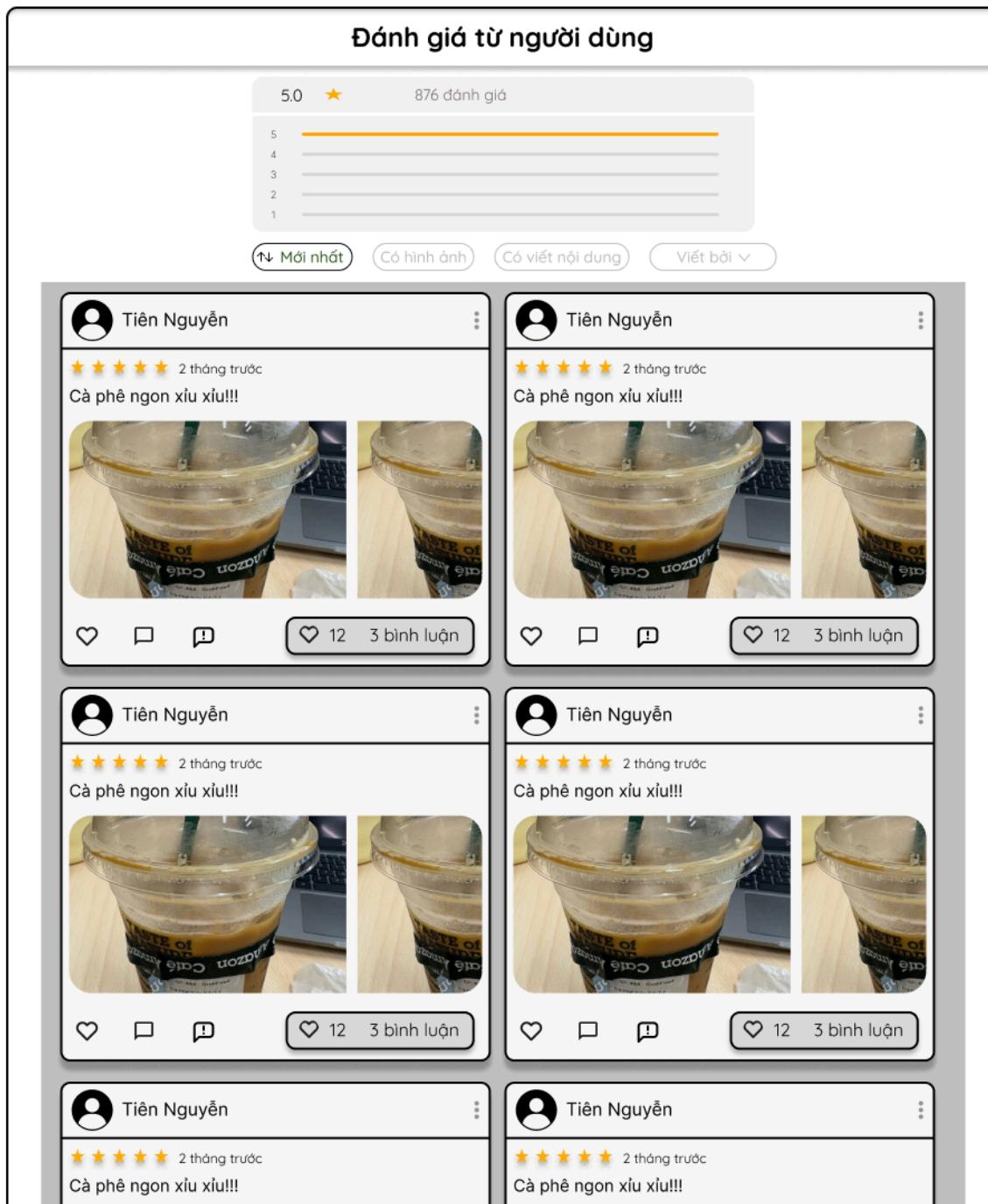
+
1
-
Thêm vào giỏ hàng

Hình 2.12: Giao diện phác thảo chọn món ăn

- Là màn hình overlay, sẽ hiển thị giữa màn hình chủ.
- Danh sách các tùy chọn của món ăn: Cho phép tích để chọn hoặc bỏ chọn các tùy chọn. Có thể không chọn, chọn 1 hoặc chọn tất cả.

- Số lượng đặt: Hiển thị số lượng món ăn người dùng muốn đặt và cho phép thêm hoặc bớt số lượng bằng nút cộng, trừ hoặc nhấn vào số để thay đổi bằng bàn phím.
- Nút xác nhận món: Thực hiện thêm món vào giỏ hàng khi bấm nút này.

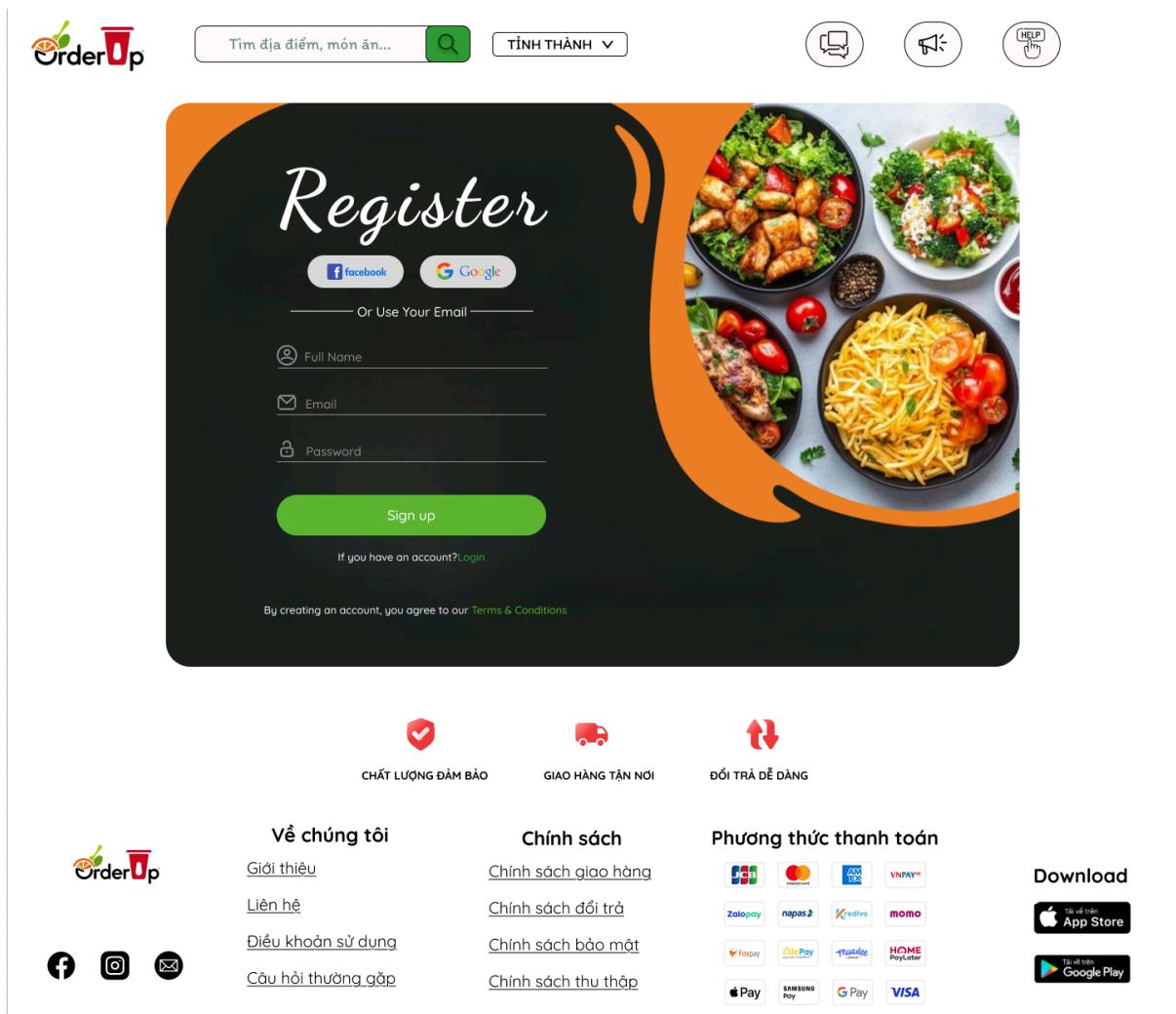
### 2.2.9 Danh sách đánh giá của nhà hàng



- Là màn hình overlay, sẽ hiển thị giữa màn hình chủ.
- Filter bar: Cho phép người dùng lọc ra các bình luận, đánh giá theo tiêu chí đã chọn.

- Danh sách đánh giá: Được sắp xếp theo layout dạng grid. Mỗi dòng sẽ có 2 đánh giá.
- Mỗi đánh giá sẽ có hình ảnh của đánh giá, có thể chọn ảnh để mở rộng ảnh (ảnh cũng sẽ được hiển thị overlay).
- Các button để tương tác với đánh giá cũng như hiển thị số lượng tương tác.

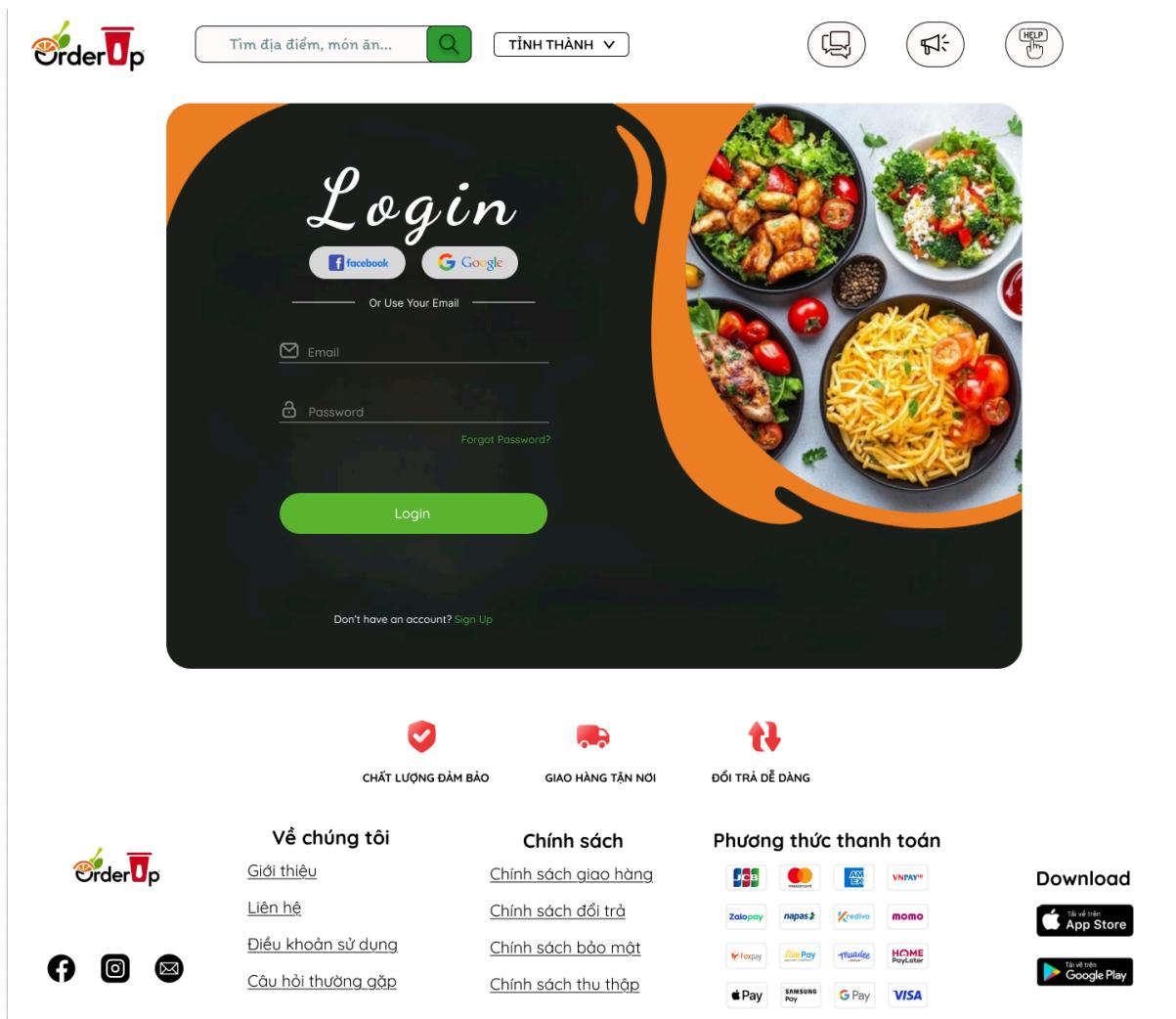
## 2.2.10 Đăng ký, đăng nhập



Hình 2.13: Giao diện phác thảo Đăng ký

- Bố cục tổng thể:
  - Giao diện chia làm hai nửa:
    - Bên trái: Form đăng ký.
    - Bên phải: Hình ảnh món ăn sinh động, hấp dẫn, giúp tăng tính thẩm mỹ và trải nghiệm người dùng.

- Phần form đăng ký:
  - Tiêu đề lớn: “Register” với kiểu chữ nghệ thuật, nổi bật, dễ nhận diện.
  - Đăng ký nhanh bằng mạng xã hội:
    - Nút Facebook: có thẻ liên kết đến tài khoản facebook của người dùng để đăng nhập
    - Nút Google: có thẻ liên kết đến tài khoản google của người dùng để đăng nhập
- Hoặc đăng ký bằng Email:
  - Trường Full Name: Ở đây người dùng nhập đầy đủ họ tên của người dùng.
  - Trường Email: Nhập thông tin email của người dùng .
  - Trường Password: Biểu tượng khóa, có nút ẩn/hiện mật khẩu và ở đây nhập mật khẩu bảo mật của người dùng để đăng nhập vào tài khoản.
- Nút “Sign up”:
  - Màu xanh lá cây nổi bật, trông tươi tắn phù hợp với màu sắc của thức ăn healthy.
  - Bên dưới có dòng nhỏ: If you have an account? Login(có liên kết đến trang đăng nhập) tại đây nếu người dùng đã có tài khoản thì có thẻ nhấn login để chuyển qua trang đăng nhập.
- Điều khoản sử dụng:
  - Dòng nhỏ cuối form: “By creating an account, you agree to our Terms & Conditions” – đảm bảo tính pháp lý.



Hình 2.14: Giao diện phác thảo Đăng nhập

- Giao diện chia đôi:
  - Bên trái: Form đăng nhập, thiết kế tối giản, dễ thao tác.
  - Bên phải: Hình ảnh món ăn hấp dẫn (salad, mì Ý, rau củ) trên nền bàn sáng, viền cam, vừa thẩm mỹ vừa kích thích vị giác.
- Phần form đăng nhập
  - Tiêu đề “Login”: Chữ nghệ thuật, lớn, màu trắng trên nền đen, nổi bật và dễ nhận diện.
  - Đăng nhập nhanh:
    - Nút Facebook: đăng nhập bằng tài khoản facebook trực tiếp.
    - Nút Google: đăng nhập bằng tài khoản google trực tiếp.
  - Đăng nhập bằng Email:

- Trường Email: Nhập tài khoản đăng nhập của người dùng và ở đây là thông tin gmail để đăng nhập vào tài khoản.
- Trường Password:Nhập mật khẩu để có thể đăng nhập vào trong tài khoản cá nhân của người dùng.
- Nút “Login”: Xanh lá, bo tròn, chữ trắng, sáng nhẹ khi hover, dùng để đăng nhập vào tài khoản.
- Liên kết đăng ký: Dòng “Don't have an account? Sign Up” với “Sign Up” màu xanh dương, gạch chân, dẫn đến trang đăng ký.

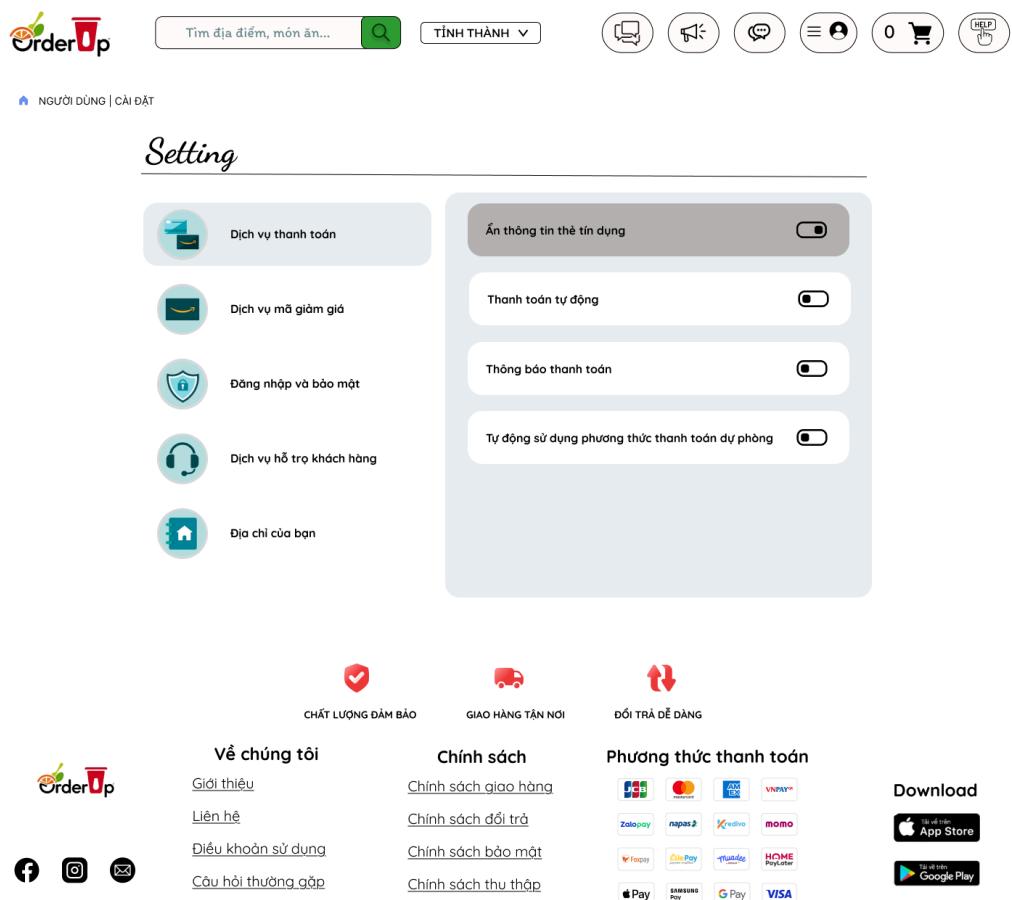
### 2.2.11 Chi tiết tài khoản

The screenshot shows the OrderUp app's profile page. At the top, there is a navigation bar with icons for search, location, notifications, and account. Below the navigation bar is a header with the text "Profile" and a "Lưu" (Save) button. The main area contains fields for "FULLNAME" (with placeholder "Fullname"), "USERNAME" (with placeholder "Username"), "EMAIL" (with placeholder "Email"), and "PASSWORD" (with placeholder "Password"). There is also a "Change Password" link. To the right of these fields is a circular profile picture of a person, with "Thay hình ảnh" (Change photo) and "Xoá" (Delete) buttons below it. Below this section is a "Connected Accounts" heading. It lists a "facebook" account with the status "Unknown" and a "Disconnect" button. It also lists a "Google" account with the email "Unknown@gmail.com" and a "Disconnect" button. At the bottom of the page are three sections: "CHẤT LƯỢNG ĐẢM BẢO" (Quality Assurance), "GIAO HÀNG TẬN NƠI" (Delivery at home), and "ĐỔI TRẢ DỄ DÀNG" (Easy return). The "Về chúng tôi" (About us) section includes links for "Giới thiệu", "Liên hệ", "Điều khoản sử dụng", and "Câu hỏi thường gặp". The "Chính sách" (Policies) section includes links for "Chính sách giao hàng", "Chính sách đổi trả", "Chính sách bảo mật", and "Chính sách thu thập". The "Phương thức thanh toán" (Payment methods) section shows various payment logos including ZaloPay, Rapay, Kedro, momo, Fapay, OlaPay, ThailandPay, HOME Paylater, Apple Pay, Samsung Pay, G Pay, and VISA. There are also download links for the App Store and Google Play.

*Hình 2.15: Giao diện phác thảo chi tiết tài khoản*

- Hồ sơ: Màn hình cho phép người dùng chỉnh sửa thông tin cá nhân bao gồm họ tên, tên đăng nhập, email và mật khẩu. Mỗi trường đều đi kèm biểu tượng minh họa để tăng tính trực quan. Người dùng có thể thay đổi ảnh đại diện với các nút "Thay hình ảnh" và "Xoá". Nút "Lưu" nổi bật ở góc trên cùng bên phải để xác nhận thay đổi.
- Change Password: Bên dưới trường mật khẩu có liên kết "Change Password" để người dùng cập nhật mật khẩu mới khi cần. Thao tác này sẽ dẫn sang màn hình đổi mật khẩu riêng biệt, đảm bảo bảo mật thông tin.
- Connected Accounts: Phần kết nối tài khoản hiển thị các nền tảng mạng xã hội đã liên kết như Facebook và Google. Mỗi nền tảng đều có tùy chọn "Disconnect" để ngắt liên kết. Giao diện này giúp dễ dàng quản lý tài khoản đăng nhập nhanh.
- Sign out: Tùy chọn đăng xuất nằm ở cuối giao diện, tách biệt rõ ràng với phần chỉnh sửa thông tin.

## 2.2.12 Cài đặt



Hình 2.16: Giao diện phác thảo Cài đặt

Giao diện cài đặt tổng hợp với danh sách các dịch vụ được bố trí bên trái dưới dạng menu dọc có biểu tượng minh họa đi kèm, giúp người dùng dễ dàng phân loại. Khi chọn một mục bất kỳ, nội dung chi tiết tương ứng sẽ được hiển thị ở khung bên phải. Trong ví dụ hiển thị là “Dịch vụ thanh toán”, các thiết lập dạng bật/tắt (toggle switch) được sử dụng để tùy chỉnh nhanh các tùy chọn liên quan đến thanh toán. Giao diện rõ ràng, dễ thao tác và có thể mở rộng cho các dịch vụ khác như: mã giảm giá, bảo mật, hỗ trợ khách hàng, địa chỉ cá nhân.

## 2.2.13 Lịch sử đơn hàng

The screenshot shows the 'History' screen of the OrderUp app. At the top, there's a search bar with placeholder text 'Tim địa điểm, món ăn...', a search icon, and a dropdown menu labeled 'TỈNH THÀNH'. To the right are icons for account, notifications, messages, a shopping cart (0 items), and help. Below the header, a blue banner says 'NGƯỜI DÙNG | LỊCH SỬ'.

The main content area is titled 'History' and lists five recent orders:

- Cơm chiên dương châu: 1 item, 59.000đ. Actions: Đánh giá →, Đặt hàng lại →.
- Matcha Latte: 1 item, 59.000đ. Actions: Đánh giá →, Đặt hàng lại →.
- Phở bò: 1 item, 59.000đ. Actions: Đánh giá →, Đặt hàng lại →.
- Bò kho: 1 item, 59.000đ. Actions: Đánh giá →, Đặt hàng lại →.
- Trà sữa trân châu đường đen: 1 item, 59.000đ. Actions: Đánh giá →, Đặt hàng lại →.

Below the order list are three circular navigation arrows (left, center, right) and icons for quality guarantee (checkmark), delivery (truck), and exchange (up-down arrows). At the bottom, there are sections for company introduction, policies, payment methods, and download links for the App Store and Google Play.

Hình 2.17: Giao diện phác thảo lịch sử đơn hàng

Giao diện này là một trang lịch sử đơn hàng của ứng dụng "OrderUp", được sử dụng để giúp người dùng xem lại các đơn hàng đã đặt, bao gồm thông tin như món ăn, số lượng, giá cả, và các tùy chọn đánh giá hoặc đặt lại. Nó hỗ trợ quản lý và theo dõi giao dịch, tăng tiện lợi cho trải nghiệm mua sắm trực tuyến.

- Tiêu đề “History”: Chữ lớn, nghệ thuật, màu trắng trên nền đen, nổi bật, báo hiệu đây là trang lịch sử đơn hàng.
- Tab lọc đơn hàng:

- Nút “Đã thanh toán” (đỏ, đang active): Hiển thị các đơn đã hoàn tất thanh toán.
- Nút “Chưa thanh toán” (xám): Chuyển sang đơn chưa thanh toán.
- Danh sách đơn hàng:
  - Mỗi mục gồm:
    - Hình ảnh món ăn (như cơm chiên, matcha latte, phở, bò kho, trà sữa): Hình nhỏ, sinh động, giúp nhận diện món.
    - Tên món: Ví dụ “Cơm chiên dương châu”, “Matcha Latte”.
    - Số lượng: “1”, hiển thị số lượng món đã đặt.
    - Giá: “59.000đ”, giá trị đơn hàng.
    - Nút “Đánh giá” và “Đặt hàng lại” (màu xanh): Cho phép người dùng gửi phản hồi hoặc đặt lại món nhanh.
    - Khi nhấp vào đơn hàng thì sẽ được chuyển đến trang chi tiết đơn hàng gồm danh sách các món ăn đã đặt chung trong 1 đơn hàng.
- Phân trang:
  - Các số “1, 2, 3” với “1” đang active (đỏ): Điều hướng giữa các trang nếu có nhiều đơn hàng.

## 2.2.14 Help & Privacy

**Chúng Tôi Có Thể Giúp Gì Cho Bạn?**

Tìm địa điểm, món ăn...

LIÊN HỆ VỚI CHÚNG TÔI TẠI ĐÂY

**THÔNG BÁO**

- ĐỒ ĂN MỚI
- TÀI KHOẢN VÀ HỒ SƠ
- GIAO HÀNG
- TÀI CHÍNH
- DOANH NGHIỆP

**QUÀ TẶNG VÀ REWARDS**

- GÓI HỘI VIÊN MỚI
- ĂN TẠI NHÀ HÀNG
- PHẢN HỒI
- SỰ CỐ ỨNG DỤNG
- AN TOÀN

**CHẤT LƯỢNG ĐẢM BẢO** **GIAO HÀNG TẬN NƠI** **ĐỔI TRẢ DỄ DÀNG**

**Về chúng tôi**

- [Giới thiệu](#)
- [Liên hệ](#)
- [Điều khoản sử dụng](#)
- [Câu hỏi thường gặp](#)

**Chính sách**

- [Chính sách giao hàng](#)
- [Chính sách đổi trả](#)
- [Chính sách bảo mật](#)
- [Chính sách thu thập & xử lý dữ liệu cá nhân](#)

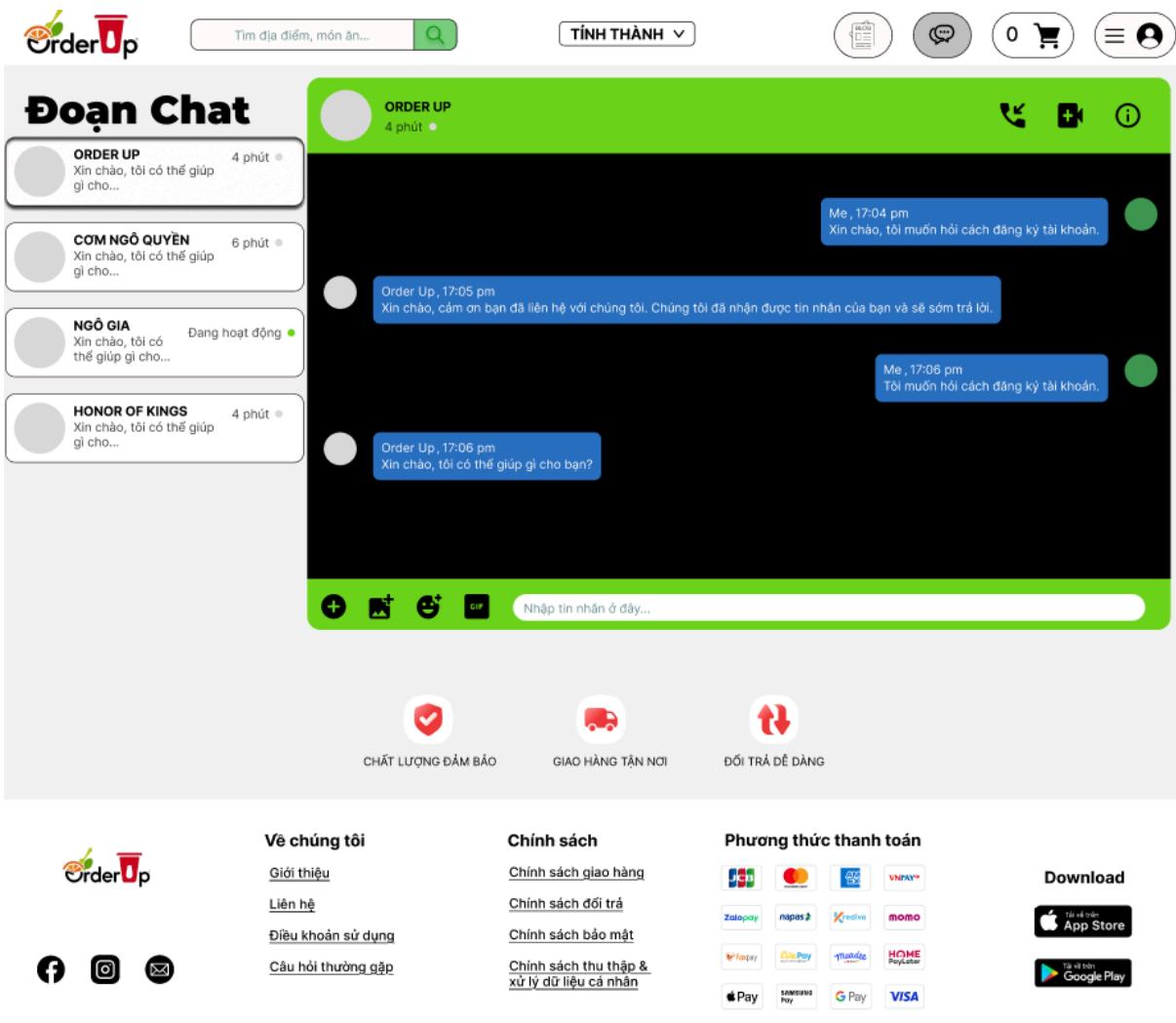
**Phương thức thanh toán**

**Download**

Tải về trên [App Store](#) [Google Play](#)

Hình 2.18: Giao diện phác thảo Help & Privacy

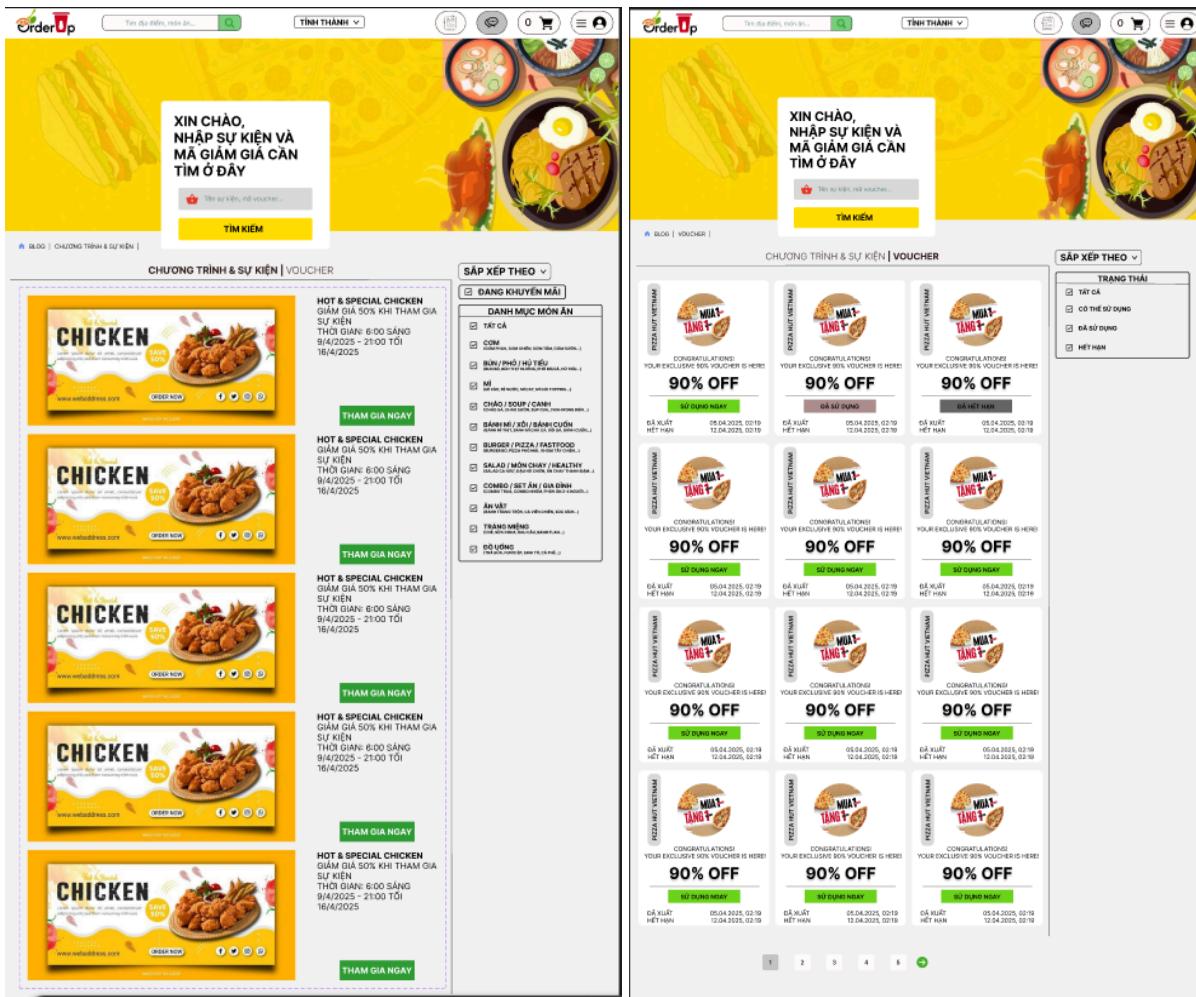
- Search: Hỗ trợ tìm kiếm những điều khoản trợ giúp.
- Thanh điều hướng “Liên hệ với...”: Chuyển sang màn hình nhắn tin (ChatList) với Admin web và các quán đồ ăn.
- HelpSection: Danh mục về những nội dung được hướng dẫn sẵn, nhấn vào để điều hướng sang nội dung đó để đọc.
- Header, Footer.



Hình 2.19: Giao diện phác thảo ChatList

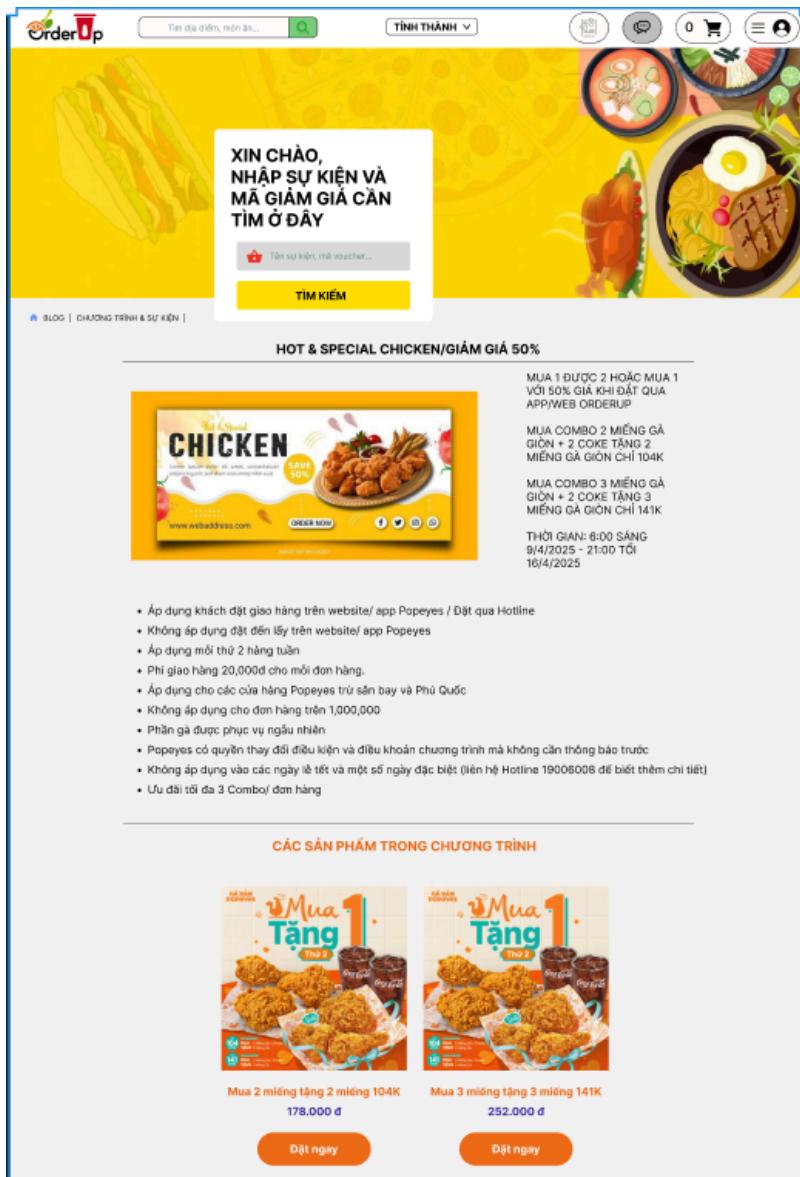
- Chat List: danh sách hỗ trợ nhắn tin của website và nhà hàng.
- Box Chat: hộp thoại nhắn tin.
- Header, Footer.

## 2.2.15 Blog



Hình 2.20: Giao diện phác thảo Blog - Event và Blog - Voucher

- Search bar: tìm kiếm sự kiện và voucher.
- Selection bar: chuyển giữa trang event và voucher.
- Banner Event/Voucher: những event và voucher hiện có.
- Filter bar: sắp xếp event và voucher.
- Button (Tham gia ngay/Sử dụng ngay): điều hướng tới EventInfo/Chi tiết nhà hàng.
- Header, Footer.



Hình 2.21: Giao diện phác thảo Blog - Event Info

- Banner Info Event: nội dung chi tiết của sự kiện.
- Button “Đặt ngay”: điều hướng tới chi tiết chi tiết thanh toán với đơn hàng được chọn
- Header, Footer.

## 2.2.16 Thay đổi mật khẩu



*Change Password*

Please fill the form below to update password

CURRENT PASSWORD

PASSWORD  
 123456789Zxc

• Minimum characters 12  
• One uppercase character  
• One lowercase character  
• One special character  
• One number

CONFIRM NEW PASSWORD

**Change password**

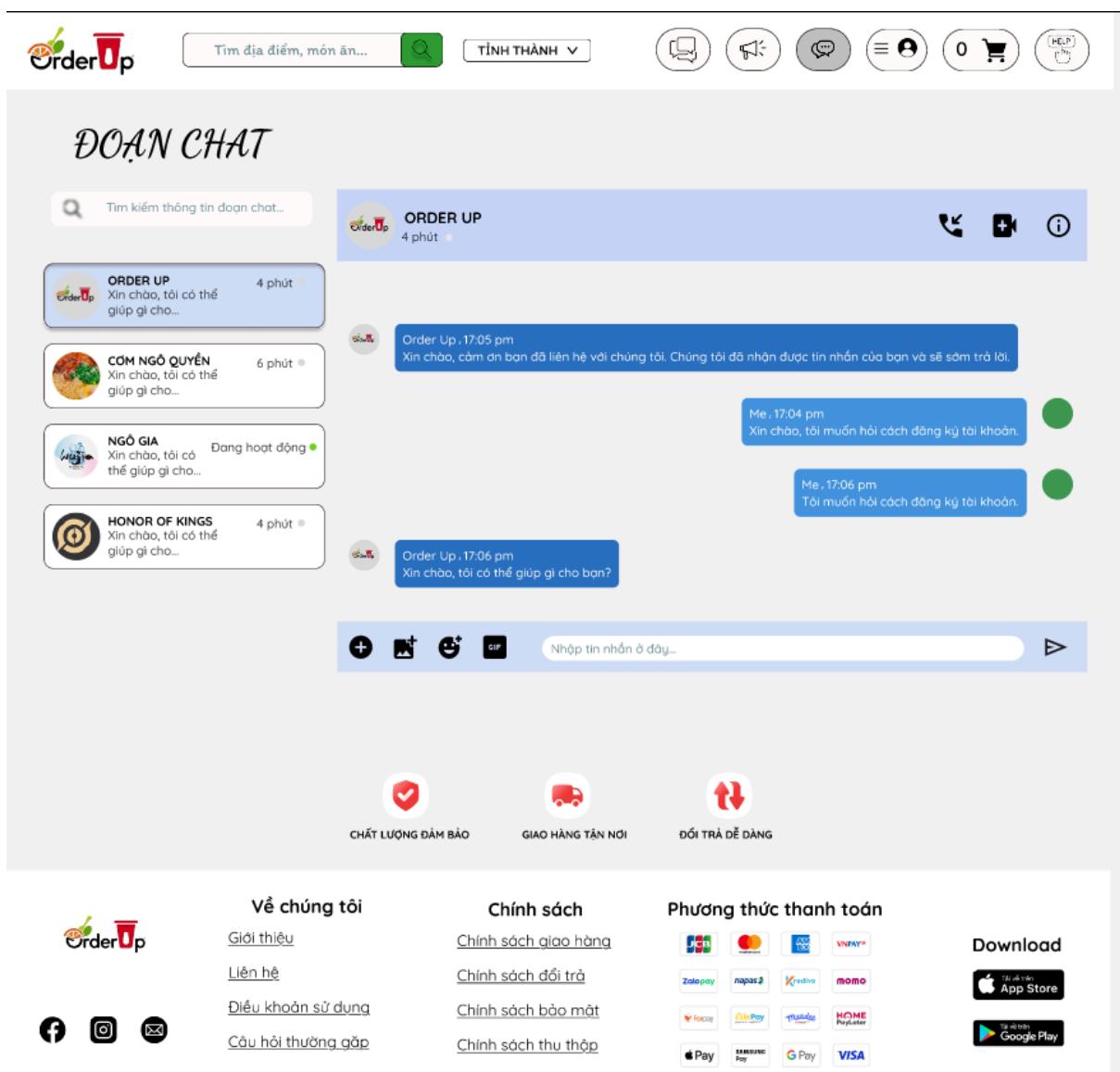


Hình 2.22: Giao diện phác thảo Change password

Giao diện cho phép người dùng cập nhật mật khẩu mới. Gồm các trường: mật khẩu hiện tại, mật khẩu mới và xác nhận lại mật khẩu.

Khi nhập mật khẩu mới, hệ thống sẽ hiển thị các tiêu chí cần thiết như độ dài tối thiểu, ký tự hoa, ký tự thường, ký tự đặc biệt và số, giúp người dùng đảm bảo mật khẩu đủ mạnh. Nếu không đáp ứng, các điều kiện tương ứng sẽ được tô đỏ. Nút "Change password" nằm ở cuối form giúp người dùng hoàn tất thao tác cập nhật. Biểu tượng con mắt được thêm vào mỗi trường để bật/tắt hiển thị nội dung mật khẩu, tăng tính tiện lợi và bảo mật khi nhập.

## 2.2.17 Chat List

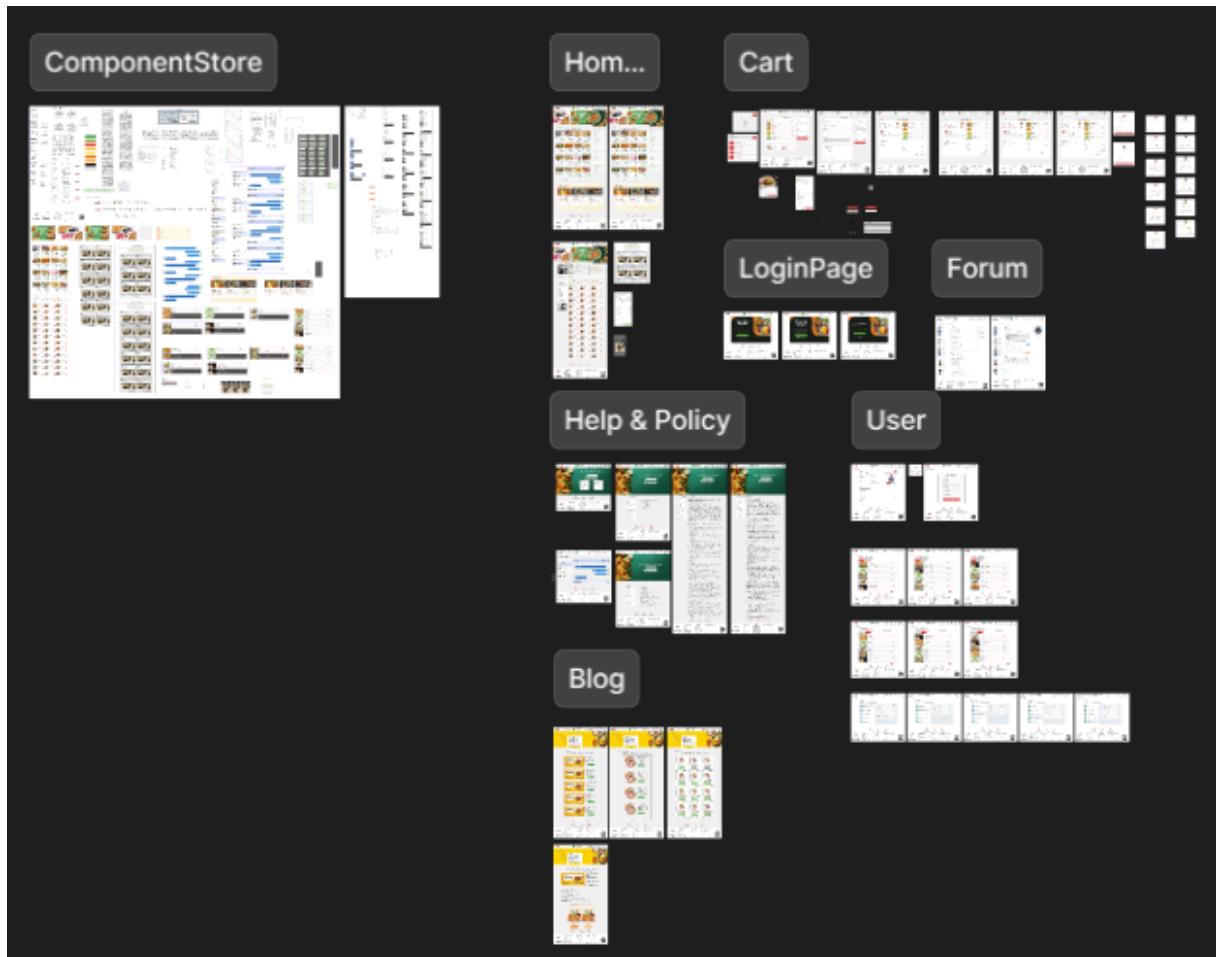


Hình 2.23: Giao diện phác thảo Chat List

- Khung chat ở ngay chính giữa màn hình.
- Danh sách chat ở bên trái màn hình.
- Thanh tìm kiếm giúp tìm kiếm nội dung chat.
- Header, Footer.

## CHƯƠNG 3: GIAO DIỆN APP HOÀN CHỈNH

### 3.1 Giao diện tổng thể toàn diện



Hình 3.1: Giao diện tổng thể website

#### 3.1.1 Ý nghĩa màu sắc trong giao diện

Bảng màu được sử dụng trong thiết kế giao diện website có ý nghĩa quan trọng trong việc định hình trải nghiệm người dùng, tạo cảm giác chuyên nghiệp, và phản ánh giá trị thương hiệu. Dưới đây là phân tích chi tiết và tổng hợp ý nghĩa các màu sắc chính trong thiết kế giao diện:

- **Màu trắng (#FFFFFF):** Màu trắng được sử dụng làm màu nền chính, tạo không gian thoáng đãng và làm nổi bật nội dung. Trắng mang lại cảm giác tối giản, hiện đại và sạch sẽ, giúp người dùng tập trung vào các thông tin quan trọng mà không bị phân tâm.

- **Màu xanh lá (#00FF00 hoặc sắc thái tương tự):** Màu xanh lá được sử dụng để tượng trưng cho sự tươi mới, tự nhiên và sức sống, phản ánh nguồn nguyên liệu chất lượng cao và phong cách ẩm thực lành mạnh của OrderUp. Màu này tạo cảm giác gần gũi với thiên nhiên, khuyến khích người dùng tin tưởng vào sự tươi ngon của món ăn, đồng thời mang lại sự cân bằng và thư giãn khi duyệt website, giúp trải nghiệm trở nên dễ chịu và thân thiện.
- **Màu đen (#000000, #0C0606, #0F0D0D):** Màu đen được ứng dụng để làm nổi bật văn bản chính và tiêu đề, đảm bảo độ tương phản cao và dễ đọc. Ngoài ra, màu đen đậm được sử dụng trong các chi tiết nhỏ, đường viền hoặc phân cách, nhằm tăng cường tính sắc nét và chuyên nghiệp. Đây là màu sắc mang tính biểu tượng cho sự mạnh mẽ, quyền lực và cao cấp.
- **Màu đỏ (#FF0000 hoặc sắc thái tương tự):** Màu đỏ đại diện cho năng lượng, đam mê và sự khẩn trương, phù hợp với tinh thần nhanh chóng và hiệu quả của OrderUp trong việc giao hàng. Sử dụng trong logo và các nút kêu gọi hành động, màu đỏ kích thích sự chú ý của người dùng, tạo cảm giác cấp bách để đặt hàng ngay, đồng thời thể hiện sự áp và nhiệt huyết của thương hiệu trong việc phục vụ khách hàng.
- **Màu cam (#FFA500 hoặc sắc thái tương tự):** Màu cam mang ý nghĩa vui vẻ, sáng tạo và thân thiện, phản ánh sự đa dạng và hấp dẫn của thực đơn OrderUp. Được kết hợp trong logo với hình ảnh quả cam, màu này gợi lên cảm giác ngon miệng và sự tươi mới của đồ ăn, đồng thời tạo điểm nhấn nổi bật, thu hút người dùng khám phá các món ăn độc đáo, nâng cao trải nghiệm tương tác trên website.
- **Màu xám (#E0E0E0):** Màu xám đóng vai trò quan trọng trong việc tạo sự cân bằng và tinh tế cho giao diện. Xám nhạt được dùng làm nền phụ, trong khi xám trung bình và ánh kim được sử dụng để nhấn mạnh các chi tiết hoặc các văn bản phụ. Màu xám giúp giảm bớt sự nặng nề của giao diện, đồng thời tạo cảm giác thanh lịch và cao cấp.

### 3.1.2 Ý nghĩa font chữ trong giao diện

Font chữ là một yếu tố quan trọng trong thiết kế giao diện, không chỉ ảnh hưởng đến tính thẩm mỹ mà còn tác động trực tiếp đến trải nghiệm người dùng và khả năng

truyền tải thông điệp của website. Trong giao diện này, hai font chữ chính được sử dụng là **Dancing Script** và **Quicksand**:

- **Dancing Script:**

- **Đặc điểm:** là font chữ viết tay, với kiểu chữ mềm mại, uyển chuyển, với các nét chữ nghiêng và liên kết tự nhiên, mô phỏng nét chữ viết tay thủ công.
- **Ý nghĩa:**
  - Tính thẩm mỹ: Dancing Script mang lại cảm giác tinh tế, lãng mạn và cá nhân hóa, như thể mỗi ký tự được viết tay với sự chăm chút. Nó gợi lên sự ám áp, thân mật và độc đáo.
  - Cảm xúc: Font này truyền tải sự sáng tạo, vui tươi và cảm giác gần gũi, phù hợp với các thương hiệu muốn tạo ấn tượng nghệ thuật hoặc cảm xúc.
  - Tương phản với hiện đại: Dù có phong cách cổ điển, Dancing Script có thể kết hợp với các yếu tố hiện đại để tạo sự cân bằng trong thiết kế.
- **Ứng dụng:** dùng cho tiêu đề hoặc slogan, các nội dung cần gây ấn tượng.

- **Quicksand:**

- **Đặc điểm:** là font sans-serif có thiết kế hiện đại, đơn giản, với các nét chữ tròn trịa và hình học, mang lại cảm giác nhẹ nhàng và dễ đọc.
- **Ý nghĩa:**
  - Tính thẩm mỹ: Quicksand mang lại cảm giác hiện đại, tối giản và thân thiện, với các nét chữ tròn tạo sự mềm mại nhưng vẫn gọn gàng.
  - Cảm xúc: Font này truyền tải sự dễ tiếp cận, đáng tin cậy và thoải mái, phù hợp với các thương hiệu muốn tạo trải nghiệm người dùng mượt mà và chuyên nghiệp.
  - Tính linh hoạt: Với nhiều weight, Quicksand có thể dùng cho cả heading và body text, giúp duy trì sự đồng bộ trong thiết kế.

- **Ứng dụng:** dùng cho các tiêu đề nhỏ và nội dung chính của website.

Việc kết hợp hai font Dancing Script và Quicksand tạo sự cân bằng giữa nghệ thuật và tiện lợi, giúp giao diện website OrderUp vừa hấp dẫn, sáng tạo, vừa dễ sử dụng. Font Dancing Script mang lại cảm giác mềm mại, gần gũi và đậm chất cá nhân hóa cho các tiêu đề nổi bật và slogan, trong khi Quicksand đảm bảo sự rõ ràng, hiện đại và thân thiện cho nội dung chính như thực đơn và thông tin giao hàng. Sự phối hợp này không chỉ thể hiện triết lý thương hiệu OrderUp – nơi hội tụ hương vị đa dạng và dịch vụ nhanh chóng – mà còn nâng cao trải nghiệm người dùng, phù hợp với một dịch vụ đặt đồ ăn năng động và đáng tin cậy.

### 3.2 Forum

The screenshot displays the OrderUp forum interface. At the top, there is a navigation bar with the OrderUp logo, a search bar, and a dropdown menu labeled "TỈNH THÀNH". Below the navigation bar are several circular icons for different features: a video camera, a megaphone, a speech bubble, a list, a shopping cart with a '0' count, and a help icon.

Below the navigation bar, there are three main tabs: "Bài viết" (selected), "Đề xuất", "Sự kiện", and "Bàn luận".

**Bài viết:** This section shows a list of posts. One post is highlighted with a star and the title "Món ăn mỗi ngày". Other posts include "Ẩm thực 3 miền & quốc tế", "Mẹo vặt nhà bếp", "Tư vấn & hỏi đáp món ăn", "Ăn chay & ăn lành mạnh", "Chuyện bếp núc & tâm sự", "Ẩm thực ngày lễ và sự kiện", and "Thử thách nấu ăn".

**Tags thịnh hành:** A sidebar on the right lists popular hashtags: #thietke (98,323 posts), #dulich (98,323 posts), #laptrinh (98,323 posts), and #monan (98,323 posts).

**Đề xuất:** This section shows a list of suggested topics. One topic is highlighted with a star and the title "Đề xuất 1". Other topics include "Đề xuất 2" and "Đề xuất 3".

**Sự kiện:** This section shows a list of events. One event is highlighted with a star and the title "Sự kiện 2019". Other events include "Sự kiện 2020", "Sự kiện 2022", "Sự kiện 2023", "Sự kiện 2024", and "Sự kiện 2025".

**Bàn luận:** This section shows a list of discussions. One discussion is highlighted with a star and the title "Bàn luận 1". Other discussions include "Bàn luận 2", "Bàn luận 3", "Bàn luận 4", and "Bàn luận 5".

**Bàn luận về cửa hàng:** This section shows a list of reviews about stores. One review is highlighted with a star and the title "Review cửa hàng - Quán ăn". Other reviews include "Phản hồi về dịch vụ giao hàng", "Đánh giá chất lượng món ăn", "Đánh giá chất lượng món ăn", "Gợi ý món mới", "Câu chuyện khách hàng", "Câu hỏi thường gặp về cửa hàng", and "Khách hàng thân thiết & ưu đãi riêng".

#### Về chúng tôi



[Giới thiệu](#)

[Liên hệ](#)

[Điều khoản sử dụng](#)

[Câu hỏi thường gặp](#)

#### Chính sách

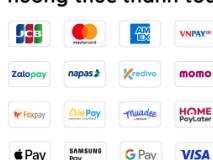
[Chính sách giao hàng](#)

[Chính sách đổi trả](#)

[Chính sách bảo mật](#)

[Chính sách thu thập](#)

#### Phương thức thanh toán



#### Download



Hình 3.2: Giao diện Forum

#### 3.2.1 Ý tưởng thiết kế

Giao diện Forum của OrderUp được thiết kế nhằm tạo nên một không gian cộng đồng năng động, nơi người dùng có thể trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm và thảo luận các chủ đề liên quan đến ẩm thực, dịch vụ đặt món và xu hướng ăn uống. Mục tiêu chính của trang là thúc đẩy sự tương tác giữa người dùng, giúp họ kết nối thông qua các bài viết, bình luận, và đánh giá thực tế. Diễn đàn không chỉ là nơi cung cấp thông tin mà còn là nơi ghi nhận phản hồi từ cộng đồng, góp phần hoàn thiện chất lượng dịch vụ của OrderUp. Việc tổ chức các bài viết theo thẻ tag và chuyên mục như “Đề xuất”, “Sự kiện”, “Bình luận” giúp người dùng dễ dàng tìm thấy nội dung phù hợp với mối quan tâm của mình, đồng thời khuyến khích họ chủ động đóng góp vào diễn đàn.

### 3.2.2 Giao diện và bố cục trang

Giao diện Forum của website OrderUp được thiết kế với gam màu trắng chủ đạo, kết hợp cùng điểm nhấn màu xanh dương và đen tạo cảm giác chuyên nghiệp, rõ ràng và hiện đại. Trang được chia làm ba cột chính:

- **Cột trái:** Hiển thị các danh mục chính như “Đề xuất”, “Sự kiện”, “Bình luận”, cùng các bài viết nổi bật theo từng thời điểm (ví dụ: Sự kiện 2023, Bản luận 1...), giúp người dùng dễ dàng theo dõi các nội dung được đề xuất hoặc có lượt tương tác cao.
- **Cột giữa:** Là trung tâm nội dung chính của forum, bao gồm hai phần chính:
  - **Bài viết:** Đây là nơi hiển thị các bài đăng mới nhất hoặc nổi bật trong cộng đồng. Mỗi bài viết bao gồm tiêu đề ngắn gọn, mô tả ngắn và thông tin cơ bản về người đăng. Các chủ đề trải dài từ chia sẻ công thức, mẹo vặt nấu ăn, trải nghiệm nhà hàng, đến những câu chuyện thú vị xoay quanh món ăn. Phần này được thiết kế dạng danh sách dọc, dễ đọc, giúp người dùng nhanh chóng nắm bắt nội dung và nhấp vào bài chi tiết nếu quan tâm.
  - **Bàn luận về cửa hàng:** Đây là khu vực tập trung phản hồi và đánh giá của người dùng về các nhà hàng và dịch vụ trên OrderUp. Các chủ đề bao gồm: Review cửa hàng cụ thể, Phản hồi về dịch vụ giao hàng, Đánh giá chất lượng món ăn, Câu chuyện khách hàng và các thắc mắc thường gặp. Phần này được trình bày rõ ràng, có biểu tượng phân loại, giúp

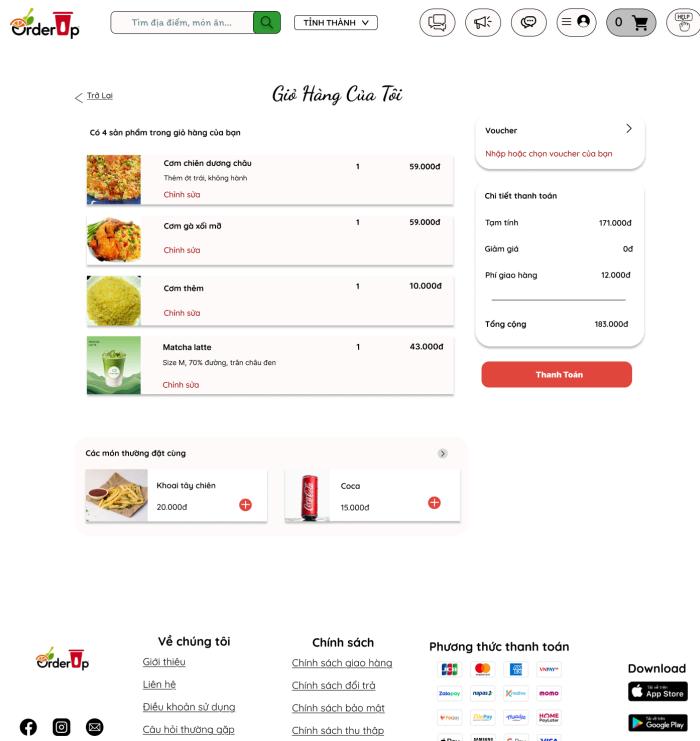
người đọc dễ dàng nhận biết và theo dõi những đánh giá thực tế, tạo sự minh bạch và tin tưởng cho cộng đồng.

- **Cột phải:** Là nơi tập trung các **tags** **thịnh hành**, hỗ trợ người dùng lọc nội dung theo từ khóa như #monan, #dulich, #giaotannoi, #rewards... giúp việc tìm kiếm thông tin trở nên linh hoạt và nhanh chóng hơn.
- **Thanh Header:** Được cố định ở đầu trang, giúp chuyển đổi nhanh chóng giữa các trang nếu cần.
- **Footer:** Được cố định ở cuối trang, bao gồm những câu slogan như “Chất lượng đảm bảo”, “Giao hàng tận nơi”, “Đổi trả dễ dàng” thể hiện được uy tín của website. Bên cạnh đó còn bao gồm các thông tin giới thiệu hay chính sách của website, icon mạng xã hội, phương thức thanh toán hay nền tảng download giúp người dùng có thể nhanh chóng quyết định rằng website có phù hợp với mình không, đồng thời mở rộng được sự gắn bó với thương hiệu.

### 3.3 Cart (Giỏ hàng)

#### 3.3.1 Ý tưởng thiết kế

Trang giỏ hàng OrderUp được thiết kế nhằm mang lại trải nghiệm mua sắm trực quan, nhanh chóng và thân thiện, đồng thời khuyến khích khách hàng hoàn tất đơn hàng và tăng giá trị mua sắm. Giao diện hiện đại, đơn giản với logo và thanh tìm kiếm ở đầu. Tiêu đề "Giỏ Hàng Của Tôi" dùng font chữ viết tay tạo cảm giác gần gũi. Danh sách món ăn hiển thị rõ ràng với hình ảnh, tên, mô tả, giá, số lượng và một phần chỉnh sửa riêng biệt để điều chỉnh riêng từng món ăn. Phần "Chi tiết thanh toán" bên phải hiển thị giá cụ thể các món ăn, phí phụ thu cũng như tổng số tiền để khách hàng dễ theo dõi và tránh bị nhầm lẫn, kèm nút "Thanh Toán" màu đỏ thu hút. Phần hiển thị lựa chọn voucher nổi khỏi thu hút khách hàng. Gợi ý "Các món thường đặt chung" như khoai tây chiên, Coca thúc đẩy mua thêm. Một phần gợi ý các phương thức thanh toán đa dạng như Momo, ZaloPay, thẻ tín dụng,... Thiết kế tập trung vào sự rõ ràng, gọn gàng giúp trải nghiệm đặt món trở nên mượt mà.



Hình 3.3: Giao diện Cart

### 3.3.2 Giao diện và bố cục trang

Giao diện giỏ hàng của hệ thống OrderUp được thiết kế theo phong cách hiện đại, tối giản và trực quan, giúp người dùng dễ dàng quản lý các món ăn đã chọn, áp dụng voucher và tiến hành thanh toán nhanh chóng. Giao diện được chia bố cục hợp lý, rõ ràng thành các khu vực chức năng chính.

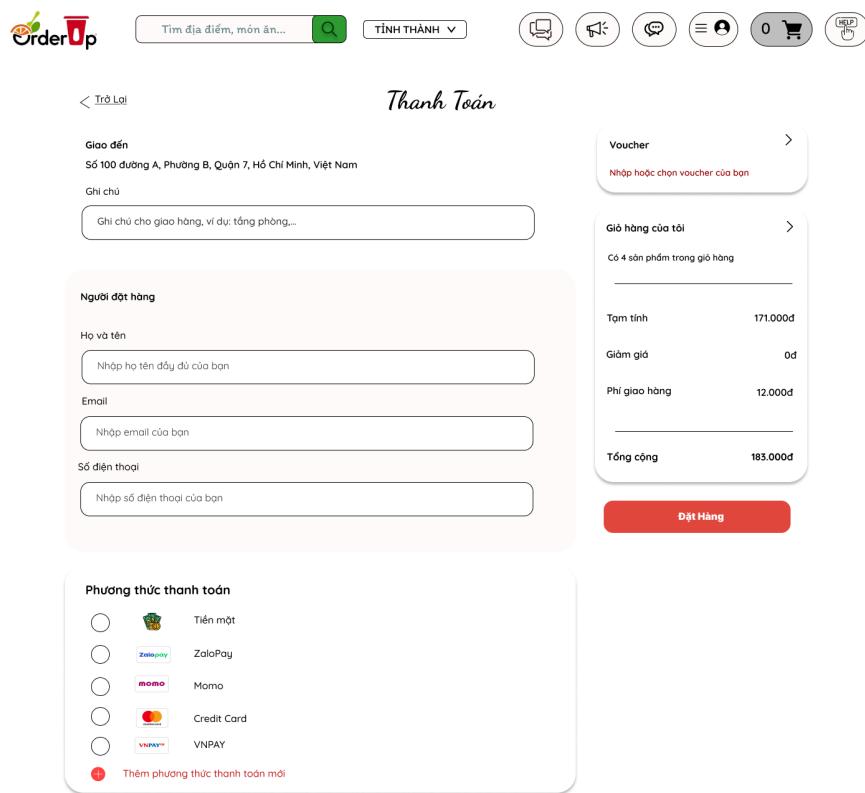
- Tiêu đề & Điều hướng trang:** Tiêu đề trang "Giỏ Hàng Của Tôi" được trình bày nổi bật, dễ nhận diện. Có nút "Trở lại" để quay về trang trước đó.
- Danh sách sản phẩm trong giỏ hàng:** Hiển thị các món đã chọn với: ,Hình ảnh món ăn, tên món, mô tả tùy chọn (ví dụ: "không hành", "trân châu đen"), số lượng, giá tiền, nút “Chỉnh sửa” cho mỗi món để thay đổi tùy chọn hoặc số lượng.
- Gợi ý món ăn kèm:** Phần “Các món thường đặt cùng” gợi ý thêm món ăn kèm như khoai tây chiên hoặc nước uống. Hiển thị giá và nút (+) để thêm vào giỏ hàng nhanh chóng.
- Khu vực thanh toán:**
  - Voucher:** Có mục để người dùng nhập/chọn voucher giảm giá.

- **Hiển thị chi tiết hóa đơn:** Tạm tính, giảm giá, phí giao hàng, tổng cộng.
- Nút “**Thanh Toán**” màu đỏ nổi bật, dễ bấm.

### 3.4 Checkout

#### 3.4.1 Ý tưởng thiết kế

Tương tự với trang giỏ hàng, bước tiếp theo để tiến một bước đến việc hoàn tất đơn hàng là trang thanh toán. Với mục đích của trang Checkout là giúp người dùng hoàn tất đơn hàng và thanh toán nhanh chóng, dễ dàng, từ đó ý tưởng thiết kế tập trung vào sự tối giản và rõ ràng, sử dụng khoảng trắng để phân tách các phần thông tin, làm nổi bật nút "Đặt hàng" bằng màu đỏ, đồng thời cung cấp nhiều phương thức thanh toán linh hoạt.



Hình 3.4: Giao diện Checkout

### 3.4.2 Giao diện và bố cục trang

Trang Checkout trong hệ thống OrderUp được thiết kế với phong cách đơn giản, tinh gọn và dễ sử dụng, giúp người dùng dễ dàng hoàn tất đơn hàng của mình một cách nhanh chóng và thuận tiện. Giao diện chia làm hai phần chính: thông tin đặt hàng (bên trái) và tóm tắt đơn hàng (bên phải).

- **Phần nhập thông tin giao hàng:**

- Địa chỉ giao hàng: hiển thị địa chỉ mặc định (có thể thay đổi ở bước trước đó).
- Ghi chú: ô nhập để thêm yêu cầu đặc biệt cho đơn hàng (ví dụ: giao tầng, không bấm chuông...).

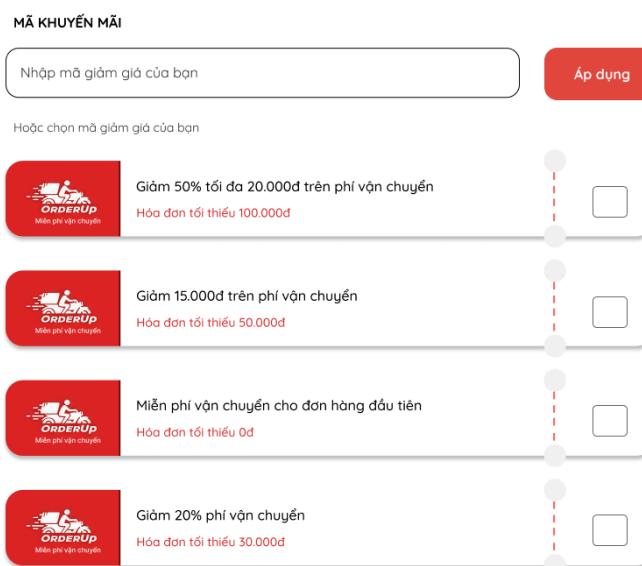
- **Thông tin người đặt hàng:**

- Họ và tên: ô nhập tên người mua.
- Email: dùng để nhận xác nhận đơn hàng.
- Số điện thoại: liên hệ khi giao hàng.

- **Phương thức thanh toán:** Hiển thị các phương thức thanh toán phổ biến như: tiền mặt, momo, zalopay,... hoặc thêm các phương thức thanh toán mong muốn khác.

- **Tóm tắt đơn hàng:**

- **Voucher:** Có mục để người dùng nhập/chọn voucher giảm giá.



Hình 3.5: Giao diện Voucher

- Giỏ hàng của tôi:** Hiển thị số sản phẩm/ món ăn có trong số hàng, cũng với hóa đơn cho khách hàng dễ theo dõi

### 3.5 Chi tiết đơn hàng

#### 3.5.1 Ý tưởng thiết kế

Với mục đích của trang này là cung cấp thông tin chi tiết về đơn hàng và trạng thái giao hàng, giúp người dùng dễ dàng theo dõi đơn hàng của mình. Từ đó, ý tưởng thiết kế tập trung vào sự rõ ràng và trực quan, sử dụng hình ảnh minh họa món ăn, tiến trình giao hàng bằng biểu đồ đường thẳng, thông tin tài xế và tóm tắt đơn hàng được trình bày nổi bật, cùng với các liên kết hỗ trợ như chat và gọi điện để tăng tính tương tác và hỗ trợ người dùng.

Hình 3.6: Giao diện Chi tiết đơn hàng

### 3.5.2 Giao diện và bố cục trang

Trang Chi Tiết Đơn Hàng là bước cuối cùng trong quy trình đặt hàng, nhằm giúp người dùng theo dõi tiến trình giao hàng cũng như xem lại toàn bộ thông tin về đơn đặt của mình. Giao diện thiết kế trực quan, thân thiện, dễ theo dõi và tối ưu cho cả desktop lẫn thiết bị di động.

- **Trạng thái đơn hàng:**

- Hiển thị thông báo: "Đơn hàng sẽ được giao vào lúc 11:30".
- Có dòng thời gian hình ảnh biểu thị trạng thái đơn hàng từ khi đặt → nhà hàng → tài xế đang giao → hoàn thành.

- **Cung cấp thông tin tài xế:**

- Tên tài xế, phương tiện, biển số, và đánh giá.
- Tích hợp ô chat với tài xế để liên lạc trực tiếp.

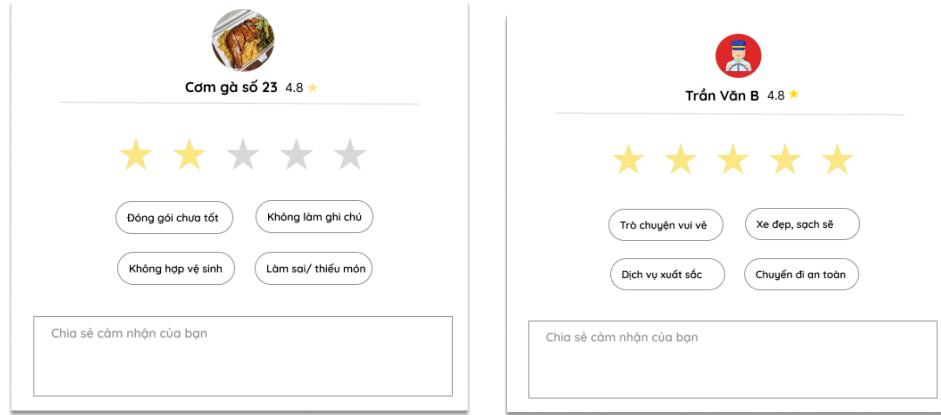
- **Thông tin giao hàng:** Hiển thị rõ địa điểm

- Từ: Địa chỉ quán ăn
- Đến: Địa chỉ người nhận (đầy đủ địa chỉ + số điện thoại).

- **Danh sách món đã đặt:**

- Hiển thị danh sách sản phẩm người dùng đã chọn: Tất cả kèm theo ảnh món ăn, tên, tùy chọn ghi chú và số lượng.
- Tổng kết đơn hàng: Tổng số món và các chi tiết các phí trên hóa đơn.

- **Đánh giá:** Sau khi kết thúc đơn hàng sẽ có phần đánh giá để khách hàng để lại đánh giá cho tài xế và nhà hàng.



Hình 3.7: Phần Đánh giá

### 3.6 Màn hình chính

#### 3.6.1 Màn hình chính (Homepage)

##### 3.6.1.1 Ý tưởng thiết kế

Màn hình chính được thiết kế theo phong cách hiện đại với màu sắc tươi sáng, tập trung vào việc hiển thị các nhà hàng nổi bật và tạo trải nghiệm mua sắm thuận tiện. Giao diện sử dụng layout grid để trình bày danh sách nhà hàng một cách trực quan, kết hợp với các banner quảng cáo thu hút và hệ thống lọc thông minh giúp người dùng dễ dàng tìm kiếm.

##### 3.6.1.2 Giao diện và bộ cục trang

- Header: Chứa logo OrderUp, thanh tìm kiếm với placeholder "Tìm địa điểm, món ăn...", dropdown chọn địa điểm (Tỉnh Thành), và các icon chức năng (chat, thông báo, tài khoản, giỏ hàng,...)
- Banner quảng cáo: Hai banner lớn bên trái quảng cáo "MUA 1 TẶNG 1 PIZZA" và bên phải hiển thị "ORDER UP" với các món ăn hấp dẫn và nhãn "SALE"
- Danh sách nhà hàng: Layout grid 4 cột hiển thị các nhà hàng và thông tin chung của từng nhà hàng. Dễ dàng quan sát, so sánh các nhà hàng với nhau.
- Sidebar bộ lọc: Bao gồm danh mục món ăn, mức giá và các tiêu chí khác. Cho phép người dùng thực hiện lọc các nhà hàng theo tiêu chí

- Phân trang: Thanh phân trang với các số trang ở cuối danh sách. Dùng để biết số trang hiện tại cũng như điều hướng đến các trang khác
- Section "Posts dành cho bạn": Hiển thị các bài viết nổi bật từ cộng đồng với hình ảnh và mô tả ngắn

### 3.6.2 Màn hình chi tiết nhà hàng

#### 3.6.2.1 Ý tưởng thiết kế

Màn hình chi tiết nhà hàng tập trung vào việc trình bày menu một cách có tổ chức với các danh mục rõ ràng. Thiết kế sử dụng layout 2 cột với sidebar điều hướng bên trái và danh sách món ăn bên phải, giúp người dùng dễ dàng browse qua các món ăn khác nhau.

#### 3.6.2.2 Giao diện và bố cục trang

- Thông tin nhà hàng: Hiển thị tên nhà hàng, địa chỉ nhà hàng, đánh giá, giá tiền trung bình, thời gian hoạt động và khoảng cách.
- QR Code: Positioned ở góc trái dưới với text "QUÉT MÃ ĐỂ CÓ THÊM NHIỀU ƯU ĐÃI". Giúp người dùng có thể điều hướng đến các trang nhận ưu đãi bên ngoài.
- Thanh tìm kiếm: Cho phép tìm kiếm món ăn trong menu bằng tên món ăn
- Sidebar danh mục: Bao gồm các danh mục như "SẢN PHẨM MỚI", "TRÀ VÀ TRÀ SỮA", "CÀ PHÊ AMAZON SIGNATURE", etc. Hỗ trợ người dùng nhanh chóng đến được section món ăn mong muốn.
- Menu món ăn: Layout grid 3 cột hiển thị các món với hình ảnh, tên, giá và nút thêm món màu đỏ
- Popup đánh giá: Hiển thị tổng quan đánh giá với biểu đồ sao và nút "Chọn để xem thêm"

### 3.6.3 Màn hình chi tiết món ăn (Overlay)

#### 3.6.3.1 Ý tưởng thiết kế

Màn hình overlay được thiết kế như một modal popup tập trung vào việc tùy chỉnh món ăn. Giao diện sử dụng checkbox để cho phép người dùng chọn nhiều tùy chọn cùng lúc, với giá cả hiển thị rõ ràng cho từng tùy chọn.

### 3.6.3.2 Giao diện và bố cục trang

- Header modal: Hiển thị tên món, thông tin món và giá bán
- Section tùy chọn: Hiển thị các món ăn tùy chọn kiểu danh sách và checkbox
- Section bánh kèm: Chọn thêm các loại bánh ăn kèm
- Controls số lượng: Nút trừ, số lượng hiện tại, nút cộng. Có thể nhấn vào số lượng hiện tại để thay đổi số lượng đặt một cách trực tiếp
- Nút thêm vào giỏ: Button màu xanh lá "Thêm vào giỏ hàng"

### 3.6.4 Màn hình danh sách đánh giá (Overlay)

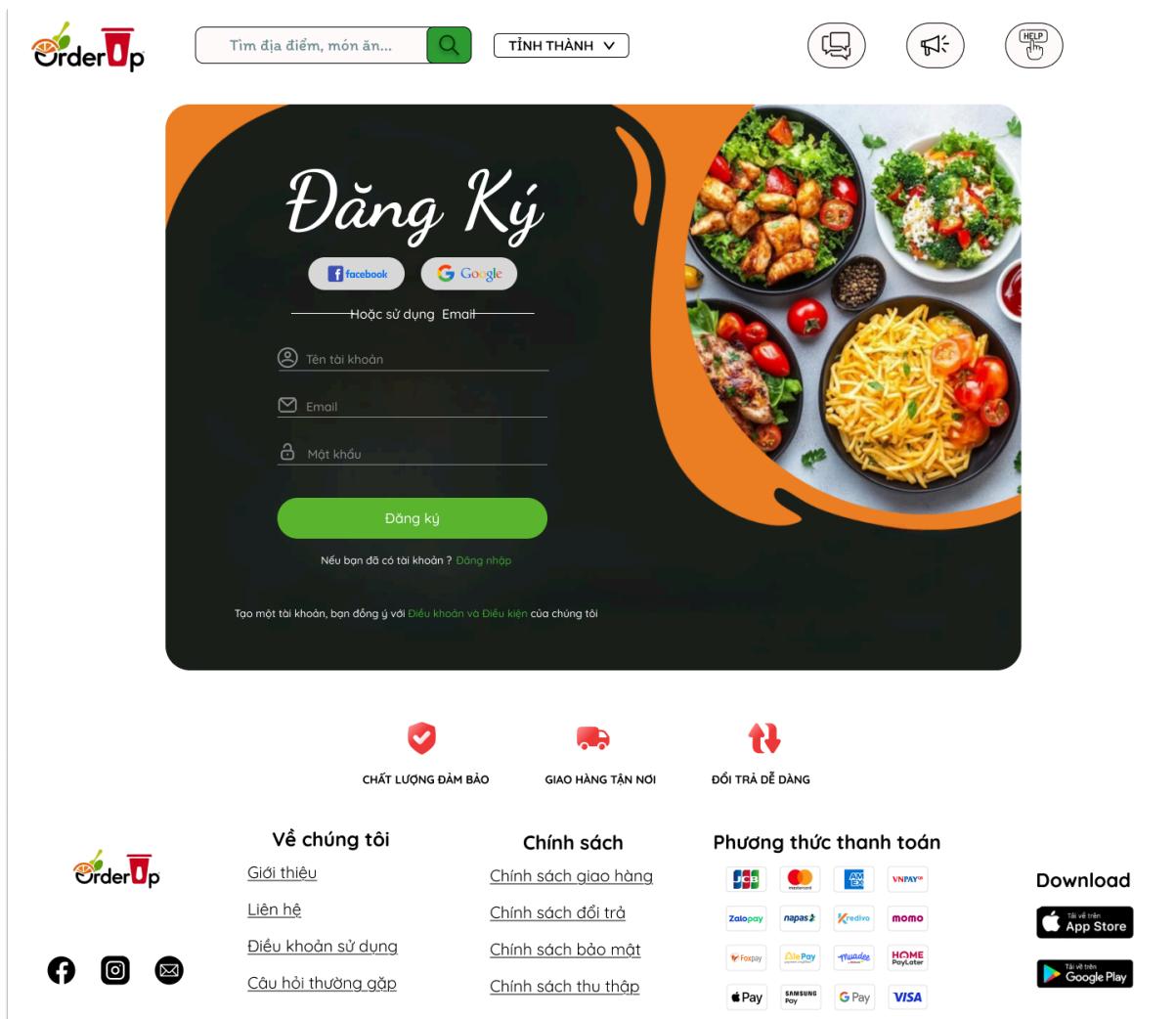
#### 3.6.4.1 Ý tưởng thiết kế

Màn hình đánh giá được thiết kế theo dạng grid layout để tối ưu không gian hiển thị. Mỗi đánh giá được trình bày như một card với đầy đủ thông tin và hình ảnh, tạo cảm giác tin cậy và chân thực cho người dùng.

#### 3.6.4.1 Giao diện và bố cục trang

- Header đánh giá: "Đánh giá từ người dùng" với thống kê tổng quan đánh giá của nhà hàng.
- Biểu đồ đánh giá: Histogram hiển thị phân bố đánh giá từ 1-5 sao.
- Filter bar: Các nút lọc "Mới nhất", "Có hình ảnh", "Có viết nội dung", "Viết bởi". Nhằm mục đích lọc ra các đánh giá theo tiêu chí mà người dùng muốn xem.
- Grid đánh giá: Layout 2 cột với mỗi card đánh giá bao gồm:
  - Avatar và tên người đánh giá.
  - Số lượng sao đánh giá và thời gian đánh giá
  - Nội dung của đánh giá
  - Hình ảnh món ăn/đồ uống
  - Các nút tương tác và số lượng tương tác

### 3.7 Đăng ký



Hình 3.8: Giao diện Đăng ký

#### 3.7.1 Ý tưởng thiết kế

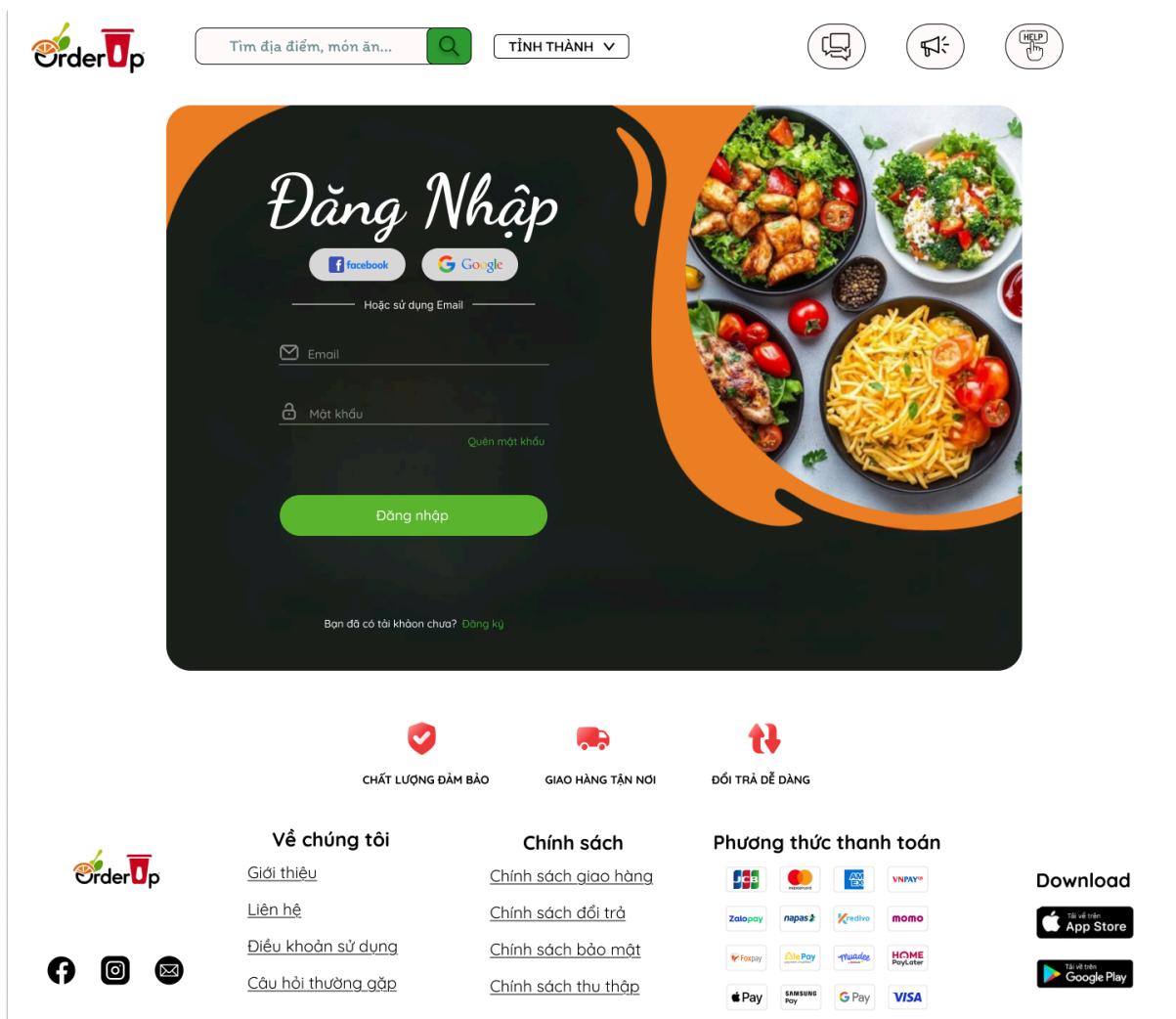
Giao diện Register của OrderUp được thiết kế nhằm mang đến trải nghiệm đăng ký tài khoản nhanh chóng, thuận tiện và đáng tin cậy cho người dùng. Mục tiêu chính của trang là khuyến khích người dùng tạo tài khoản mới một cách dễ dàng, đồng thời tạo cảm giác thân thiện và chuyên nghiệp khi gia nhập dịch vụ. Với thiết kế đơn giản nhưng hiện đại, trang Register tập trung vào việc tối ưu hóa quy trình đăng ký, hỗ trợ đăng nhập qua các nền tảng phổ biến như Facebook và Google, đồng thời đảm bảo tính minh bạch với các điều khoản sử dụng. Bố cục rõ ràng, dễ tiếp cận giúp người dùng hoàn thành đăng ký ngay từ lần truy cập đầu tiên.

### 3.7.2 Giao diện và bố cục trang

Giao diện trang Register của website OrderUp sử dụng nền xanh lá nhạt kết hợp với màu trắng, đen và cam, tạo cảm giác tươi mới, thân thiện nhưng vẫn giữ được sự chuyên nghiệp, phù hợp với phong cách thương hiệu ẩm thực. Bố cục được sắp xếp theo chiều dọc với các phần nội dung được trình bày rõ ràng, đảm bảo trải nghiệm người dùng trực quan và mượt mà.

- Thanh Header: Được cố định ở đầu trang, bao gồm logo OrderUp và các biểu tượng điều hướng như tìm kiếm, tin nhắn và trợ giúp, giúp người dùng dễ dàng chuyển đổi giữa các trang nếu cần.
- Banner Chính: Ngay dưới thanh Header, banner chính hiển thị hình ảnh các món ăn hấp dẫn (như salad, khoai tây chiên và thịt nướng) cùng tiêu đề "Register" nổi bật, định hướng người dùng tập trung vào việc tạo tài khoản mới.
- Form Đăng Ký: Đặt ở trung tâm trang, form đăng ký cung cấp tùy chọn đăng ký nhanh qua Facebook hoặc Google, hoặc sử dụng email với các trường thông tin cơ bản như Họ tên, Email và Mật khẩu. Nút "Sign Up" màu xanh nổi bật giúp người dùng dễ dàng hoàn tất quá trình đăng ký. Dòng chữ nhỏ bên dưới thông báo về điều khoản sử dụng, tăng tính minh bạch.
- Liên Kết Đăng Nhập: Ngay dưới form đăng ký, dòng chữ "If you have an account? Login" được hiển thị, khuyến khích người dùng đã có tài khoản chuyển sang trang đăng nhập nếu cần.
- Footer: Được cố định ở cuối trang, bao gồm các slogan như "Chất lượng đảm bảo", "Giao hàng tận nơi", "Đổi trả dễ dàng", thể hiện uy tín của website. Ngoài ra, footer còn chứa thông tin giới thiệu, chính sách, icon mạng xã hội, phương thức thanh toán và các nền tảng tải ứng dụng (App Store, Google Play), giúp người dùng nhanh chóng đánh giá sự phù hợp của dịch vụ và tăng sự gắn kết với thương hiệu.

### 3.8 Đăng nhập



Hình 3.9: Giao diện Đăng nhập

#### 3.8.1 Ý tưởng thiết kế

Cũng tương tự như giao diện Đăng ký, Giao diện Đăng Nhập (Login) của OrderUp được thiết kế để mang lại trải nghiệm truy cập tài khoản mượt mà, an toàn và đầy cảm hứng. Khác với trang Đăng Ký, trang Đăng Nhập tập trung vào sự tối giản và tiện lợi, giúp người dùng nhanh chóng bước vào hành trình ẩm thực của mình mà không gặp bất kỳ rào cản nào. Với mục tiêu tạo cảm giác chào đón như trở về nhà, trang hỗ trợ đăng nhập qua các nền tảng quen thuộc như Facebook và Google, đồng thời cung cấp tùy chọn email truyền thống. Thiết kế nhấn mạnh sự ấm áp và thân thiện, khiến người dùng cảm thấy OrderUp không chỉ là một dịch vụ, mà là một người bạn đồng hành đáng tin cậy.

### 3.8.2 Giao diện và bố cục trang

Giao diện trang Đăng Nhập của Order cũng tương tự giao diện của trang Đăng ký gồm footer và header đã được cố định và mô tả như ở trang Register ngoài ra còn sử dụng nền xanh lá nhạt kết hợp với các tông màu trắng, đen và cam, tạo nên một không gian vừa tươi mới, vừa ấm cúng, phản ánh đúng tinh thần của thương hiệu ẩm thực. Bố cục được sắp xếp theo chiều dọc, gọn gàng và trực quan, giúp người dùng dễ dàng thao tác mà không bị phân tâm.

- Banner Chính: Ngay dưới thanh Header, banner chính gây ấn tượng với hình ảnh các món ăn đầy màu sắc (như salad, khoai tây chiên và thịt nướng) cùng dòng chữ "Đăng Nhập" được viết theo phong cách thư pháp mềm mại, tạo cảm giác chào đón nồng nhiệt. Hình ảnh món ăn không chỉ kích thích vị giác mà còn gợi lên sự háo hức cho hành trình ẩm thực sắp tới.
- Form Đăng Nhập: Được đặt chính giữa trang với phong cách tối giản, form đăng nhập cung cấp hai lựa chọn: đăng nhập nhanh qua Facebook hoặc Google, hoặc nhập thông tin qua email và mật khẩu. Các trường thông tin được thiết kế với biểu tượng trực quan (email và khóa), giúp người dùng thao tác dễ dàng. Nút "Đăng Nhập" màu xanh lá nổi bật như một lời mời gọi đầy năng lượng. Liên kết "Quên Mật Khẩu" được đặt tinh tế bên dưới, sẵn sàng hỗ trợ khi cần.
- Lời Mời Đăng Ký: Một dòng chữ nhẹ nhàng "Chưa là thành viên? Tham gia ngay!" xuất hiện ngay dưới form, khuyến khích người dùng mới khám phá thêm mà không gây cảm giác ép buộc.

### 3.9 Chi tiết tài khoản

The screenshot shows the OrderUp app's profile management screen. At the top, there is a navigation bar with the OrderUp logo, a search bar ('Tim dia diem, mon an...'), a location dropdown ('TỈNH THÀNH'), and several icons for notifications, messages, and account settings. Below the navigation is a header 'Hồ sơ cá nhân' with a 'Lưu' (Save) button. The main area contains two columns of input fields: 'Tên người dùng' and 'Tên tài khoản', both with placeholder '@' and 'Tên người dùng/tài khoản'. Below these are 'EMAIL' and 'MẬT KHẨU' fields, with 'Email' having a placeholder '@ Email' and 'Mật khẩu' having a placeholder 'Mật khẩu'. To the right is a circular profile picture of a person wearing headphones, with buttons for 'Thay hình ảnh' (Change photo) and 'Xóa' (Delete). Further down, there is a section titled 'Tài khoản liên kết' with a 'facebook' entry showing 'Nguyen Van A' and a 'Ngắt kết nối' (Disconnect) button. Another section shows a 'Google' account with 'A@gmail.com' and a 'Ngắt kết nối' button. At the bottom, there are links for 'Đăng xuất' (Logout), social media sharing icons, and sections for 'CHẤT LƯỢNG ĐẢM BẢO', 'GIAO HÀNG TẬN NƠI', and 'ĐỔI TRÀ ĐỄ DÀNG'. There are also links for 'Về chúng tôi', 'Chính sách', 'Phương thức thanh toán', and download links for the App Store and Google Play.

Hình 3.10: Giao diện Chi tiết tài khoản

#### 3.9.1 Ý tưởng thiết kế

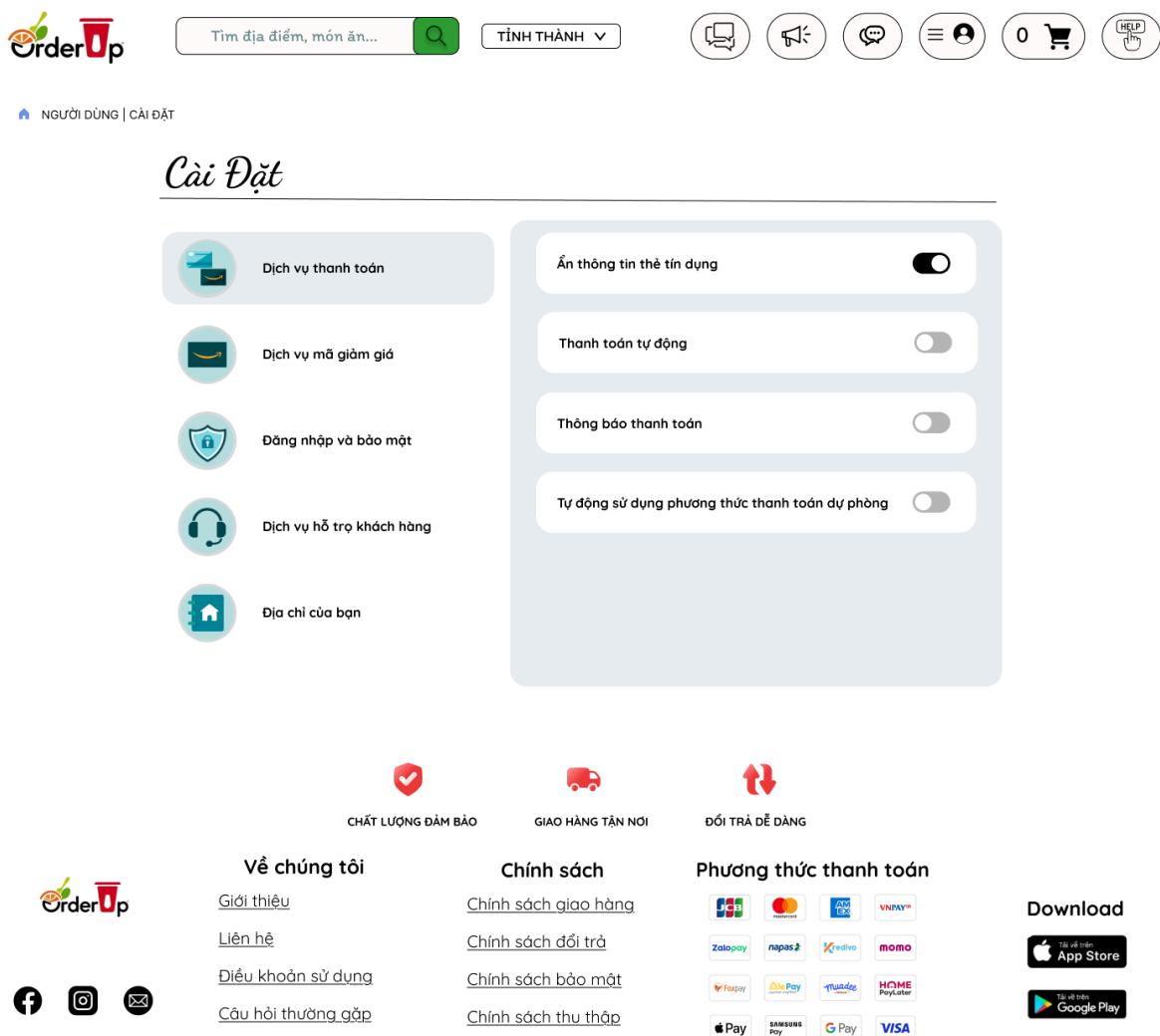
Giao diện Hồ Sơ Cá Nhân (Profile) của OrderUp được thiết kế để tạo nên một không gian quản lý thông tin cá nhân gọn gàng, hiện đại và dễ sử dụng. Trang tập trung vào việc cho phép người dùng chỉnh sửa thông tin cơ bản một cách nhanh chóng, đồng thời mang lại cảm giác cá nhân hóa thông qua thiết kế tối giản nhưng đầy đủ chức năng. Ngoài các thông tin chính, một số yếu tố mới được bổ sung để tăng tính tiện ích, giúp người dùng dễ dàng quản lý tài khoản và trải nghiệm dịch vụ một cách hiệu quả.

### 3.9.2 Giao diện và bố cục trang

Giao diện trang Hồ Sơ Cá Nhân của OrderUp sử dụng nền trắng tinh tế với các điểm nhấn màu đỏ và đen, tạo nên sự rõ ràng và chuyên nghiệp, phù hợp với phong cách thương hiệu âm thực. Bố cục được sắp xếp theo chiều dọc, với các thành phần được tổ chức logic, mang lại trải nghiệm trực quan và mượt mà.

- Tiêu đề và Form Hồ Sơ: Trang bắt đầu với tiêu đề "Hồ Sơ Cá Nhân" được viết bằng phong cách chữ mềm mại, tạo cảm giác gần gũi. Form chính bao gồm các trường cố định như Họ Tên (Fullname), Tên Người Dùng (Username), Email và Mật Khẩu, được trình bày rõ ràng với các biểu tượng minh họa (người, email, khóa). Hình ảnh đại diện được đặt bên phải form, kèm theo các nút "Thay HìnhẢnh" và "Xóa" để người dùng dễ dàng tùy chỉnh ảnh đại diện.
- Kết Nối Tài Khoản: Phần liên kết tài khoản với Facebook và Google được giữ nguyên, hiển thị trạng thái kết nối (ví dụ: "Unknown" hoặc email đã liên kết), giúp người dùng quản lý phương thức đăng nhập một cách thuận tiện.
- Nút Hành Động: Nút "Lưu" màu đỏ nổi bật được đặt ở đầu trang, kèm theo nút "Đóng Xử Lý" màu xám để hủy chỉnh sửa. Dòng chữ "Đổi mật khẩu" vẫn được giữ, đảm bảo tính bảo mật cho tài khoản. Một nút "Đăng Xuất" màu đỏ với biểu tượng mũi tên được thêm vào ở cuối trang, giúp người dùng thoát tài khoản nhanh chóng.

### 3.10 Cài đặt



Hình 3.11: Giao diện Cài đặt

#### 3.10.1 Ý tưởng thiết kế

Giao diện Cài Đặt (Settings) của OrderUp được thiết kế để cung cấp một không gian quản lý tùy chỉnh đơn giản và hiệu quả, giúp người dùng dễ dàng điều chỉnh các thiết lập cá nhân. Trang tập trung vào việc tối ưu hóa trải nghiệm người dùng với các tùy chọn như thông báo, bảo mật và hỗ trợ khách hàng, tạo cảm giác kiểm soát và tiện lợi.

#### 3.10.2 Giao diện và bố cục trang

Giao diện trang cài đặt của hệ thống OrderUp được thiết kế theo phong cách hiện đại, tối giản và thân thiện người dùng, giúp khách hàng dễ dàng quản lý thông tin cá nhân, cài đặt bảo mật và các tùy chọn thanh toán. Giao diện được chia bố cục hợp lý thành các khu vực chức năng rõ ràng.

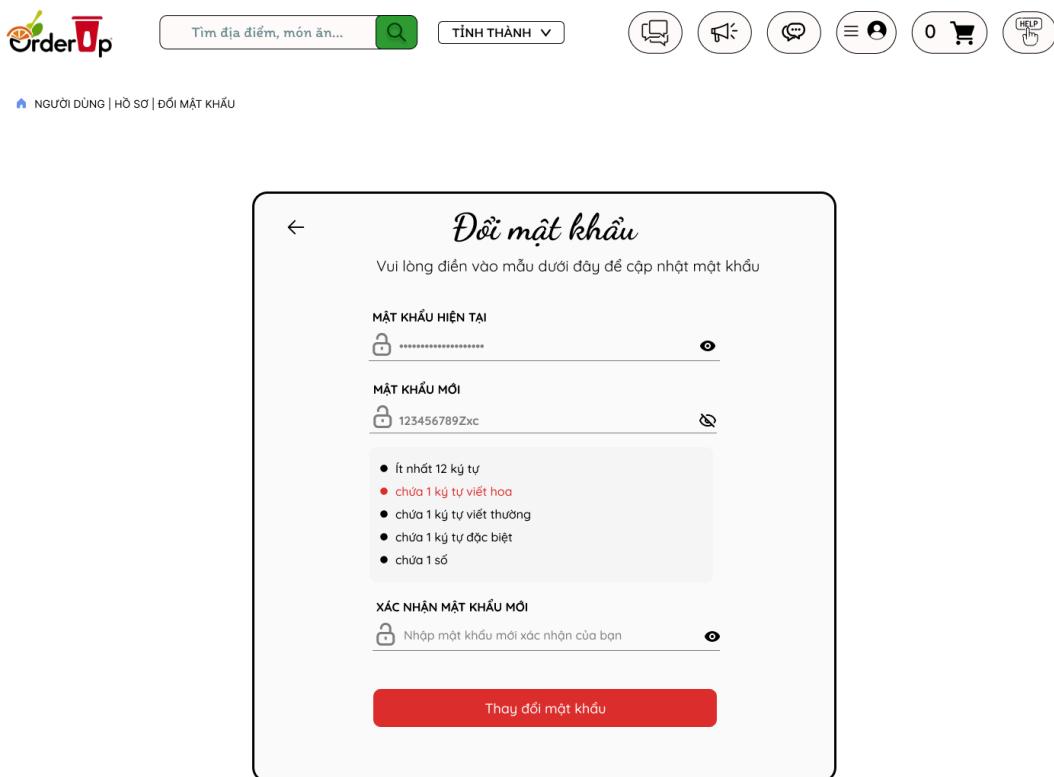
Menu điều hướng bên trái: Danh sách các mục cài đặt được trình bày dưới dạng list vertical với icon minh họa tròn màu xanh nhạt kết hợp text mô tả. Mỗi item có khoảng cách hợp lý, tạo cảm giác thoáng đãng và dễ nhấn.

Khu vực cài đặt chi tiết bên phải:

- Toggle switches hiện đại: Sử dụng công tắc trượt (toggle switch) với thiết kế bo tròn, màu sắc phân biệt rõ ràng giữa trạng thái bật/tắt, tạo phản hồi trực quan khi người dùng tương tác.
- Các tùy chọn cài đặt: Các option được sắp xếp theo thứ tự ưu tiên, mỗi dòng cài đặt có label mô tả rõ ràng ở bên trái và toggle switch ở bên phải, tạo sự cân bằng và nhất quán trong bố cục.

Thiết kế tập trung vào tính dễ sử dụng, bảo mật cao và khả năng tùy chỉnh linh hoạt theo nhu cầu của từng người dùng.

### 3.11 Thay đổi mật khẩu



Hình 3.12: Giao diện *Đổi mật khẩu*

#### 3.11.1 Ý tưởng thiết kế

Trang đổi mật khẩu OrderUp được thiết kế với triết lý bảo mật cao và trải nghiệm người dùng thân thiện. Giao diện tập trung vào một modal/popup trung tâm màn hình với nền overlay mờ, tạo sự tập trung hoàn toàn vào thao tác đổi mật khẩu. Thiết kế sử dụng card layout với border radius bo tròn nhẹ, tạo cảm giác hiện đại và tinh tế. Màu sắc chủ đạo là trắng kết hợp với accent màu đỏ của thương hiệu OrderUp, tạo sự nhất quán với hệ thống tổng thể. Các input field được thiết kế với icon bảo mật và nút show/hide mật khẩu trực quan, giúp người dùng dễ dàng quản lý việc nhập liệu. Hệ thống validation real-time với màu sắc phân biệt (đỏ cho lỗi, xanh/đen cho hợp lệ) giúp người dùng nhanh chóng nhận biết tình trạng mật khẩu.

### 3.11.2 Giao diện và bố cục trang

Giao diện trang đổi mật khẩu của hệ thống OrderUp được thiết kế theo phong cách modal overlay, tối giản và tập trung vào bảo mật, giúp người dùng thực hiện thay đổi mật khẩu một cách an toàn và thuận tiện. Giao diện được bố trí tập trung và logic.

- Modal trung tâm:
  - Tiêu đề và mô tả: "Đổi mật khẩu" với font chữ viết tay tạo cảm giác thân thiện, kèm dòng hướng dẫn ngắn gọn phía dưới
  - Nút quay lại: Icon mũi tên trái ở góc trên bên trái modal để người dùng dễ dàng thoát ra
- Form đổi mật khẩu:
  - Input fields: Thiết kế input với icon khóa bên trái, border nhẹ và placeholder rõ ràng
  - Toggle visibility: Nút mắt/gạch mắt ở cuối mỗi input để show/hide mật khẩu
  - Validation real-time:
    - Danh sách yêu cầu mật khẩu hiển thị dưới dạng bullet points
    - Sử dụng màu sắc phân biệt (đỏ cho chưa đạt, đen cho đã đạt yêu cầu)
    - Kiểm tra độ dài, ký tự đặc biệt, chữ hoa, chữ thường, số
  - Xác nhận mật khẩu: Input riêng biệt với placeholder hướng dẫn và validation khớp với mật khẩu mới
  - Call-to-action: Nút "Thay đổi mật khẩu" màu đỏ thương hiệu, full-width, bo tròn góc, tạo điểm nhấn mạnh mẽ
  - Layout responsive: Modal tự động điều chỉnh kích thước phù hợp với màn hình, đảm bảo trải nghiệm tốt trên mọi thiết bị

### 3.12 Lịch sử đơn hàng

**Lịch Sử Đơn Hàng**

Sản Phẩm	Số Lượng	Giá
Cơm chiên dương châu	1	59.000đ
Matcha Latte	1	59.000đ
Phở bò	1	59.000đ
Bò kho	1	59.000đ
Trà sữa trân châu đường đen	1	59.000đ

**Về chúng tôi**

- Giới thiệu
- Liên hệ
- Điều khoản sử dụng
- Câu hỏi thường gặp

**Chính sách**

- Chính sách giao hàng
- Chính sách đổi trả
- Chính sách bảo mật
- Chính sách thu thập

**Phương thức thanh toán**

- Internet Banking
- Mastercard
- AMEX
- VNPAY
- Zalopay
- Napas
- Kreditivo
- Momo
- Fapay
- AiPay
- Thaitrade
- HOME PayLater
- Apple Pay
- SAMSUNG Pay
- G Pay
- VISA

**Download**

- Tải về trên App Store
- Tải về trên Google Play

Hình 3.13: Giao diện Lịch sử đơn hàng - Đã thanh toán

The screenshot shows the OrderUp mobile application interface. At the top, there is a header with the OrderUp logo, a search bar with placeholder text 'Tìm địa điểm, món ăn...', a 'TÌNH THÀNH' dropdown, and several circular icons for account settings, notifications, messages, and a shopping cart (0 items). Below the header is a navigation bar with the text 'NGƯỜI DÙNG | LỊCH SỬ'.

### Lịch Sử Đơn Hàng

The main content area displays a list of completed orders (labeled 'Đã thanh toán') in a card-based format:

- Cơm gà xối mỡ: 1 item, 59.000đ. Includes a 'Đặt hàng lại' button with an arrow icon.
- Matcha Latte: 1 item, 59.000đ. Includes a 'Đặt hàng lại' button with an arrow icon.
- Bò kho: 1 item, 59.000đ. Includes a 'Đặt hàng lại' button with an arrow icon.
- Phở bò: 1 item, 59.000đ. Includes a 'Đặt hàng lại' button with an arrow icon.
- Trà sữa trân châu đường đen: 1 item, 59.000đ. Includes a 'Đặt hàng lại' button with an arrow icon.

Below the order list is a pagination control with buttons for page 1, 2, 3, and 4. The page number '1' is highlighted in red. At the bottom of the screen, there are sections for 'Về chúng tôi' (About us), 'Chính sách' (Policies), 'Phương thức thanh toán' (Payment methods), and download links for the App Store and Google Play.

Hình 3.14: Giao diện Lịch sử đơn hàng - Chưa thanh toán

### 3.12.1 Ý tưởng thiết kế

Trang lịch sử đơn hàng OrderUp được thiết kế nhằm mang lại trải nghiệm theo dõi và quản lý đơn hàng trực quan, dễ sử dụng cho người dùng. Giao diện tập trung vào việc hiển thị thông tin đơn hàng một cách có tổ chức với layout dạng danh sách card, mỗi món ăn được trình bày riêng biệt với hình ảnh thu hút và thông tin chi tiết. Thiết kế sử dụng màu sắc nhẹ nhàng với điểm nhấn màu đỏ của thương hiệu, tạo sự nhất quán với toàn bộ hệ thống. Tab navigation ở đầu trang giúp phân loại đơn hàng theo trạng thái, trong khi pagination ở cuối trang đảm bảo hiệu suất tốt khi có nhiều

đơn hàng. Các action buttons "Đánh giá" và "Đặt hàng lại" được đặt ở vị trí dễ tiếp cận, khuyến khích người dùng tương tác và đặt lại món ăn yêu thích.

### 3.12.2 Giao diện và bố cục trang

Giao diện trang lịch sử đơn hàng của hệ thống OrderUp được thiết kế theo phong cách hiện đại, có tổ chức và thân thiện người dùng, giúp khách hàng dễ dàng theo dõi, quản lý và tái đặt các đơn hàng trước đó. Giao diện được bố trí logic và rõ ràng theo từng khu vực chức năng.

Tiêu đề trang: "Lịch Sử Đơn Hàng" sử dụng font chữ viết tay đặc trưng, tạo cảm giác thân thiện và nhất quán với thiết kế tổng thể.

- Tab Navigation:

- Hai tab chính: "Đã thanh toán" (active - màu đỏ) và "Chưa thanh toán" (inactive - màu xám) có thể chuyển qua lại màn hình danh sách các đơn hàng đã thanh toán và các đơn hàng chưa thanh toán
- Thiết kế tab với bo góc tròn, tạo sự mềm mại và hiện đại
- Màu sắc phân biệt rõ ràng giữa trạng thái active/inactive

- Danh sách đơn hàng:

- Layout card: Mỗi đơn hàng hiển thị trong một card riêng biệt với border nhẹ
- Hình ảnh: Thumbnail vuông bên trái, kích thước đồng nhất, chất lượng cao
- Thông tin sản phẩm: Tên món ăn, số lượng và giá tiền được bố trí rõ ràng
- Action buttons: Hai nút "Đánh giá" và "Đặt hàng lại" với icon mũi tên, khuyến khích tương tác có thể chuyển trang khi click vào

- Pagination:

- Hệ thống phân trang ở cuối danh sách với số trang hiện tại được highlight
- Navigation arrows cho phép di chuyển qua lại giữa các trang
- Thiết kế pagination tròn, hiện đại với màu đỏ accent

### 3.13 Help

Về chúng tôi

- [Giới thiệu](#)
- [Liên hệ](#)
- [Điều khoản sử dụng](#)
- [Câu hỏi thường gặp](#)

Chính sách

- [Chính sách giao hàng](#)
- [Chính sách đổi trả](#)
- [Chính sách bảo mật](#)
- [Chính sách thu thập](#)

Phương thức thanh toán

Download

- [Tải về trên App Store](#)
- [Tải về trên Google Play](#)

Hình 3.15: Giao diện Help

#### 3.13.1 Ý tưởng thiết kế

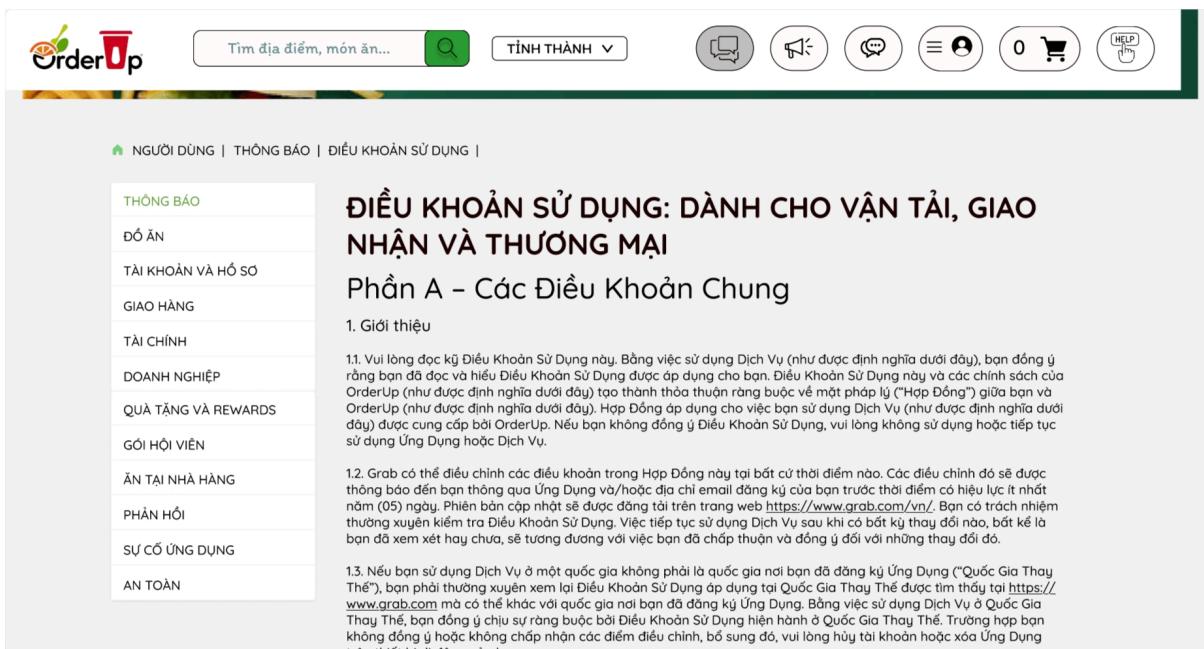
Giao diện Help của OrderUp được thiết kế để cung cấp cho người dùng một không gian hỗ trợ toàn diện, giúp giải đáp các thắc mắc phổ biến và tạo cảm giác tin cậy khi sử dụng dịch vụ. Mục tiêu chính của trang là hỗ trợ người dùng nhanh chóng tìm kiếm thông tin về các vấn đề như đặt hàng, thanh toán, giao hàng, hoặc chính sách hoàn tiền, đồng thời khuyến khích họ liên hệ trực tiếp nếu cần. Với bố cục rõ ràng và giao diện thân thiện, trang Help được chia thành các danh mục chính như "Hướng dẫn đặt món", "Chính sách giao hàng", "Câu hỏi thường gặp (FAQ)", và "Liên hệ với chúng tôi", giúp người dùng dễ dàng điều hướng và tìm kiếm thông tin cần thiết ngay từ lần truy cập đầu tiên.

### 3.13.2 Giao diện và bố cục trang

Giao diện và bố cục trang Help của website OrderUp được thiết kế với nền xanh lá nhạt, kết hợp cùng màu trắng và đỏ, tạo ra sự cân bằng giữa sự tươi mới, thân thiện và năng động, phù hợp với phong cách thương hiệu ẩm thực. Bố cục được sắp xếp theo chiều dọc với các phần nội dung rõ ràng, dễ nhận biết, đảm bảo trải nghiệm người dùng mượt mà và trực quan.

- **Thanh Header:** được cố định ở đầu trang, giúp chuyển đổi nhanh chóng giữa các trang nếu cần.
- **Banner Chính:** Ngay dưới thanh Header, banner chính sử dụng hình ảnh món ăn hấp dẫn (như burger và khoai tây chiên) cùng thông điệp "Chúng Tôi Có Thể Giúp Gì Cho Bạn?", đặt ở trung tâm để thu hút sự chú ý ngay từ đầu, định hướng người dùng đến các giải pháp hỗ trợ chính.
- **Danh Mục Hỗ Trợ Theo Loại:** Được bố trí ngay dưới banner, phần này hiển thị các danh mục như "Thời gian giao hàng", "Quà tặng với rewards", và "Phương thức thanh toán", giúp người dùng dễ dàng tìm kiếm thông tin liên quan đến nhu cầu cụ thể, tạo sự mượt mà và hiệu quả trong điều hướng.
- **Thanh Tìm Kiếm:** Đặt ngay dưới câu hỏi lớn, giúp người dùng có thể tìm kiếm ngay lập tức mà không cần tự tìm kiếm.
- **Liên Hệ Với Chúng Tôi:** Đặt ngay dưới thanh tìm kiếm, giúp người dùng có thể ngay lập tức nhắn tin liên hệ trực tiếp với chăm sóc khách hàng của website mà không cần tự tìm kiếm.
- **Footer:** được cố định ở cuối trang, bao gồm những câu slogan như “Chất lượng đảm bảo”, “Giao hàng tận nơi”, “Đổi trả dễ dàng” thể hiện được uy tín của website. Bên cạnh đó còn bao gồm các thông tin giới thiệu hay chính sách của website, icon mạng xã hội, phương thức thanh toán hay nền tảng download giúp người dùng có thể nhanh chóng quyết định rằng website có phù hợp với mình không, đồng thời mở rộng được sự gắn bó với thương hiệu.

### 3.14 Privacy



*Hình 3.16: Giao diện Privacy*

#### 3.14.1 Ý tưởng thiết kế

Giao diện Privacy của OrderUp được thiết kế nhằm giúp cho người dùng có thể đọc để tìm hiểu về các điều khoản sử dụng hay chính sách bảo mật của website, từ đó có thể chắc chắn và an tâm sử dụng OrderUp mà không có bất kỳ vướng bận nào, đồng thời tạo dựng được lòng tin trong lòng khách hàng.

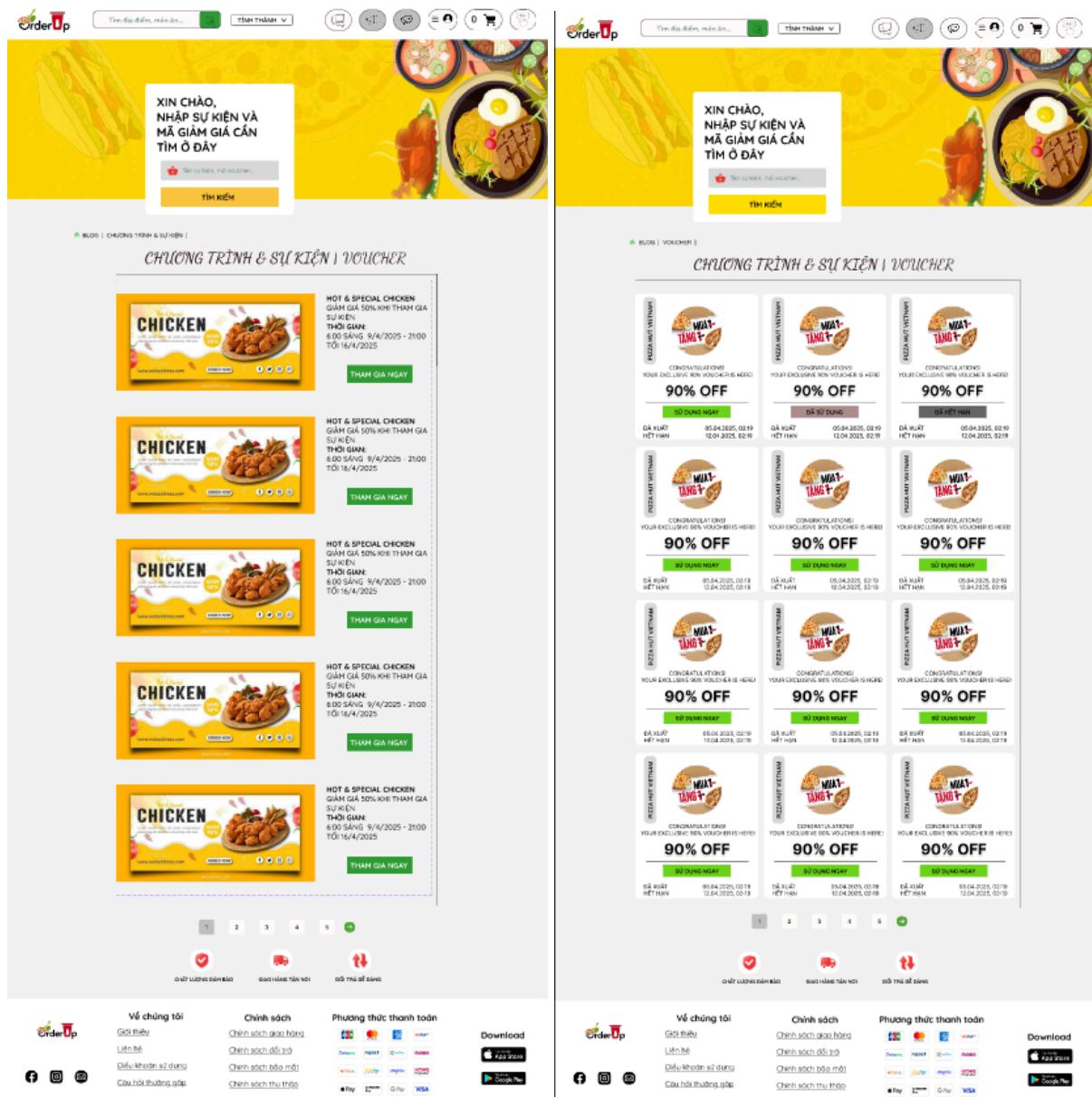
#### 3.14.2 Giao diện và bố cục

Giao diện và bố cục của trang Privacy tại website OrderUp được xây dựng dựa trên nền tảng của trang Help, với nền trắng xám chữ đen cùng màu xanh ở banner phía trên giúp tăng độ tương phản, người dùng có thể đọc rõ ràng những nội dung có trong trang đồng thời không bị mỏi mắt. Bố cục nội dung được sắp xếp từ trên xuống với các mục đẽ to rõ khác nhau, đảm bảo trải nghiệm mượt mà không bị gián đoạn.

- **Thanh Header:** được cố định ở đầu trang, giúp chuyển đổi nhanh chóng giữa các trang nếu cần.
- **Thanh Điều Hướng:** đặt ngay góc trên bên trái, người dùng có thể biết vị trí mình đang ở đâu trong trang.

- **Banner Chính:** Ngay dưới thanh Header, banner chính sử dụng hình ảnh món ăn hấp dẫn (như burger và khoai tây chiên) cùng thông điệp "Chúng Tôi Có Thể Giúp Gì Cho Bạn?", đặt ở trung tâm để thu hút sự chú ý ngay từ đầu, định hướng người dùng đến các giải pháp hỗ trợ chính.
- **Danh Mục Hỗ Trợ Theo Loại:** Lần này thì thanh danh mục được gộp lại và bố trí ở phía bên trái trang với nội dung cũng giống trang Help, giúp người dùng có thể chuyển nội dung cần đọc ngay cả lúc đang đọc mà không cần tương tác gì thêm.
- **Nội dung:** được trình bày ngay chính giữa trang để thu hút người đọc với chữ đen tương phản với nền trắng, độ đậm nhạt của các mục đề và nội dung cũng khác nhau để dễ dàng phân biệt. Đây chính là phần chính của trang.
- **Footer:** được cố định ở cuối trang, bao gồm những câu slogan như “Chất lượng đảm bảo”, “Giao hàng tận nơi”, “Đổi trả dễ dàng” thể hiện được uy tín của website. Bên cạnh đó còn bao gồm các thông tin giới thiệu hay chính sách của website, icon mạng xã hội, phương thức thanh toán hay nền tảng download giúp người dùng có thể nhanh chóng quyết định rằng website có phù hợp với mình không, đồng thời mở rộng được sự gắn bó với thương hiệu.

### 3.15 Blog - Sự kiện/Voucher



Hình 3.17: Giao diện Blog - Sự kiện/Voucher

#### 3.15.1 Ý tưởng thiết kế

Giao diện **Blog - Sự kiện** của OrderUp được thiết kế nhằm mục tiêu giới thiệu đến người dùng các chương trình khuyến mãi, sự kiện đặc biệt và voucher đang diễn ra. Trang này không chỉ là nơi truyền tải các nội dung quảng bá mà còn tạo không gian hấp dẫn để thu hút người dùng quay lại website thường xuyên. Với bố cục trực quan, hình ảnh sản phẩm nổi bật và thông tin chi tiết rõ ràng, trang giúp người dùng dễ dàng nắm bắt các ưu đãi mới nhất, đồng thời thúc đẩy hành động tham gia và sử dụng mã giảm giá ngay trên nền tảng.

### 3.15.2 Giao diện và bố cục trang

Giao diện **Blog - Sự kiện** mang phong cách trẻ trung và năng động, sử dụng tông màu vàng chủ đạo kết hợp với trắng và xanh lá cây để làm nổi bật các thông tin khuyến mãi. Bố cục trang được trình bày theo chiều dọc, tập trung tối ưu hóa trải nghiệm duyệt tin và hành động “Tham Gia Ngay”.

Giao diện **Blog - Voucher** nổi bật với tông màu trắng làm nền chủ đạo, kết hợp cùng sắc màu khác nhau của logo khuyến mãi và các button, tạo nên sự năng động và thu hút. Bố cục theo dạng lưới nhiều cột giúp tối ưu hóa khả năng hiển thị nhiều voucher trên cùng một màn hình, đồng thời giữ trải nghiệm người dùng mượt mà, dễ theo dõi.

- **Thanh Header:** được cố định ở đầu trang, giúp chuyển đổi nhanh chóng giữa các trang nếu cần.
- **Banner Chính:** nằm phía trên nội dung sự kiện, banner lớn với tông vàng rực rỡ cùng hình ảnh món ăn và khung nhập mã giảm giá tạo điểm nhấn thị giác mạnh mẽ, thúc đẩy người dùng nhập mã sự kiện để tìm ưu đãi.
- **Danh sách sự kiện:** phần trung tâm của trang là loạt khung voucher được trình bày dưới dạng thẻ card với thiết kế bắt mắt, hình ảnh nổi bật và thông tin chi tiết như tên chương trình, thời gian áp dụng và nút "Tham Gia Ngay" màu xanh lá, giúp điều hướng hành động hiệu quả. Các thẻ được sắp xếp gọn gàng theo chiều dọc, tạo cảm giác liền mạch và dễ theo dõi.
- **Danh sách voucher:** trung tâm của trang là lưới các thẻ voucher được bố trí theo bố cục 3 cột x 4 hàng (tổng cộng 12 voucher trên mỗi trang), mỗi thẻ gồm các yếu tố: hình ảnh minh họa, tiêu đề, mức giảm giá rõ ràng, trạng thái sử dụng hay thời gian hiệu lực... giúp người dùng dễ dàng sử dụng.
- **Thanh phân trang:** đặt ở phía dưới danh sách sự kiện, cho phép người dùng chuyển tiếp giữa các trang nội dung nếu có nhiều sự kiện đang diễn ra, đảm bảo không bỏ sót bất kỳ ưu đãi nào.
- **Footer:** được cố định ở cuối trang, bao gồm những câu slogan như “Chất lượng đảm bảo”, “Giao hàng tận nơi”, “Đổi trả dễ dàng” thể hiện được uy tín của website. Bên cạnh đó còn bao gồm các thông tin giới thiệu hay chính sách của website, icon mạng xã hội, phương thức thanh toán hay nền tảng download giúp

người dùng có thể nhanh chóng quyết định rằng website có phù hợp với mình không, đồng thời mở rộng được sự gắn bó với thương hiệu.

### 3.16 Blog - Sự kiện - Chi tiết sự kiện

The screenshot shows a promotional page for a chicken event. At the top, there's a search bar with placeholder text "Tìm địa điểm, món ăn..." and a "TÌM THÀNH VỐN" button. Below the search bar is a yellow banner with the text "XIN CHÀO, NHẬP SỰ KIỆN VÀ MÃ GIẢM GIÁ CẨN TÌM Ở ĐÂY" and a "TÌM KIẾM" button. To the right of the banner is a large image of a meal. Below the banner, the text "HOT & SPECIAL CHICKEN / GIẢM GIÁ 50%" is displayed. A smaller image of fried chicken with the text "CHICKEN SAVE 50%" is shown. To the right, there are three promotional offers: "MUA 1 ĐƯỢC 2 HOẶC MUA 1 VỚI 50% GIÁ KHI ĐẶT QUA APP/WEB ORDERUP", "MUA COMBO 2 MIẾNG GÀ GIÒN + 2 COKE TẶNG 2 MIẾNG GÀ GIÒN CHỈ 104K", and "MUA COMBO 3 MIẾNG GÀ GIÒN + 2 COKE TẶNG 3 MIẾNG GÀ GIÒN CHỈ 141K". The text "THỜI GIAN: 6:00 SÁNG 9/4/2025 - 21:00 TỐI 16/4/2025" is also present. Below these offers is a list of terms and conditions. Further down, there's a section titled "CÁC SẢN PHẨM TRONG CHƯƠNG TRÌNH" featuring two promotional banners for "Mua 1 Tặng 1" deals. Each banner shows a tray of fried chicken and two cups of Coca-Cola. The left banner is for "Mua 2 miếng tặng 2 miếng 104K" (total 178,000đ) and the right one is for "Mua 3 miếng tặng 3 miếng 141K" (total 251,000đ). Buttons for "ĐẶT NGAY" (Order Now) are provided for each. At the bottom, there are links for "Về chúng tôi" (About us), "Chính sách" (Policies), "Phương thức thanh toán" (Payment methods), and download links for the "OrderUp" app on both the App Store and Google Play.

*Hình 3.18: Giao diện Blog - Sự kiện - Chi tiết sự kiện*

### 3.16.1 Ý tưởng thiết kế

Trang **Chi tiết sự kiện** của OrderUp được thiết kế nhằm cung cấp đầy đủ và chi tiết thông tin về từng chương trình khuyến mãi cụ thể. Mục tiêu của giao diện này là giúp người dùng hiểu rõ nội dung, điều kiện, thời gian áp dụng của sự kiện và có thể tham gia ngay bằng cách đặt món. Thiết kế tập trung vào việc truyền tải thông tin rõ ràng, sinh động với hình ảnh món ăn hấp dẫn và bối cảnh khoa học để giữ chân người dùng và thúc đẩy hành động chuyển đổi.

### 3.16.2 Giao diện và bố cục trang

Trang **Chi tiết sự kiện** mang phong cách trực quan, hiện đại với màu sắc thương hiệu đặc trưng (vàng – cam – trắng) kết hợp cùng hình ảnh món ăn bắt mắt để thu hút sự chú ý và tăng độ hấp dẫn của chương trình.

- **Thanh Header:** được cố định ở đầu trang, giúp chuyển đổi nhanh chóng giữa các trang nếu cần.
- **Thanh Điều Hướng:** đặt ngay góc trên bên trái, người dùng có thể biết vị trí mình đang ở đâu trong trang.
- **Banner Chính:** giữ nguyên tông màu vàng nổi bật với hình ảnh món ăn đa dạng và phần nhập mã khuyến mãi quen thuộc, nhấn mạnh hành động tìm kiếm nhanh mẽ ưu đãi.
- **Tiêu đề sự kiện:** tên chương trình "HOT & SPECIAL CHICKEN / GIẢM GIÁ 50%" được hiển thị to rõ, đặt ngay đầu phần nội dung để người dùng nắm bắt nhanh chương trình đang theo dõi.
- **Hình ảnh sự kiện và nội dung chi tiết:** bên dưới tiêu đề là ảnh banner mô tả chương trình khuyến mãi, bên phải là đoạn mô tả nội dung ưu đãi gồm các gói combo giảm giá, điều kiện áp dụng, thời gian khuyến mãi. Các gạch đầu dòng giúp thông tin được trình bày gọn gàng, dễ đọc và dễ nhớ.
- **Danh sách sản phẩm trong chương trình:** phần này nằm ngay dưới phần mô tả, bao gồm hình ảnh minh họa và thông tin giá cho từng combo. Nút "**ĐẶT NGAY**" nổi bật màu cam giúp thúc đẩy hành động mua hàng trực tiếp từ trang sự kiện.

- **Footer:** được cố định ở cuối trang, bao gồm những câu slogan như “Chất lượng đảm bảo”, “Giao hàng tận nơi”, “Đổi trả dễ dàng” thể hiện được uy tín của website. Bên cạnh đó còn bao gồm các thông tin giới thiệu hay chính sách của website, icon mạng xã hội, phương thức thanh toán hay nền tảng download giúp người dùng có thể nhanh chóng quyết định rằng website có phù hợp với mình không, đồng thời mở rộng được sự gắn bó với thương hiệu.

### 3.17 Chat List

**ĐOẠN CHAT**

Tìm kiếm thông tin đoạn chat...

ORDER UP  
4 phút

CƠM NGÔ QUÝEN  
Xin chào, tôi có thể giúp gì cho...  
6 phút

NGÔ GIA  
Xin chào, tôi có thể giúp gì cho...  
Đang hoạt động

HONOR OF KINGS  
Xin chào, tôi có thể giúp gì cho...  
4 phút

Order Up, 17:05 pm  
Xin chào, cảm ơn bạn đã liên hệ với chúng tôi. Chúng tôi đã nhận được tin nhắn của bạn và sẽ sớm trả lời.

Me, 17:04 pm  
Xin chào, tôi muốn hỏi cách đăng ký tài khoản.

Me, 17:06 pm  
Tôi muốn hỏi cách đăng ký tài khoản.

Nhập tin nhắn ở đây...

CHẤT LƯỢNG ĐẢM BẢO

GIAO HÀNG TẬN NƠI

ĐỔI TRẢ DỄ DÀNG

Về chúng tôi

Giới thiệu

Liên hệ

Điều khoản sử dụng

Câu hỏi thường gặp

Chính sách

Chính sách giao hàng

Chính sách đổi trả

Chính sách bảo mật

Chính sách thu thập

Phương thức thanh toán

Download

App Store

Google Play

*Hình 3.19: Giao diện Chat List*

### 3.17.1 Ý tưởng thiết kế

Giao diện Chat List của OrderUp được thiết kế nhằm tạo nên một không gian trò chuyện trực tiếp, giúp người dùng dễ dàng đặt câu hỏi, nhận hỗ trợ từ hệ thống, nhà hàng, hoặc các đối tác liên kết. Mục tiêu là tối ưu trải nghiệm hỗ trợ khách hàng với tốc độ phản hồi nhanh, bố cục rõ ràng, thân thiện như các ứng dụng nhắn tin phổ biến, từ đó tăng sự tin tưởng và gắn bó của người dùng với nền tảng.

### 3.17.2 Giao diện và bố cục trang

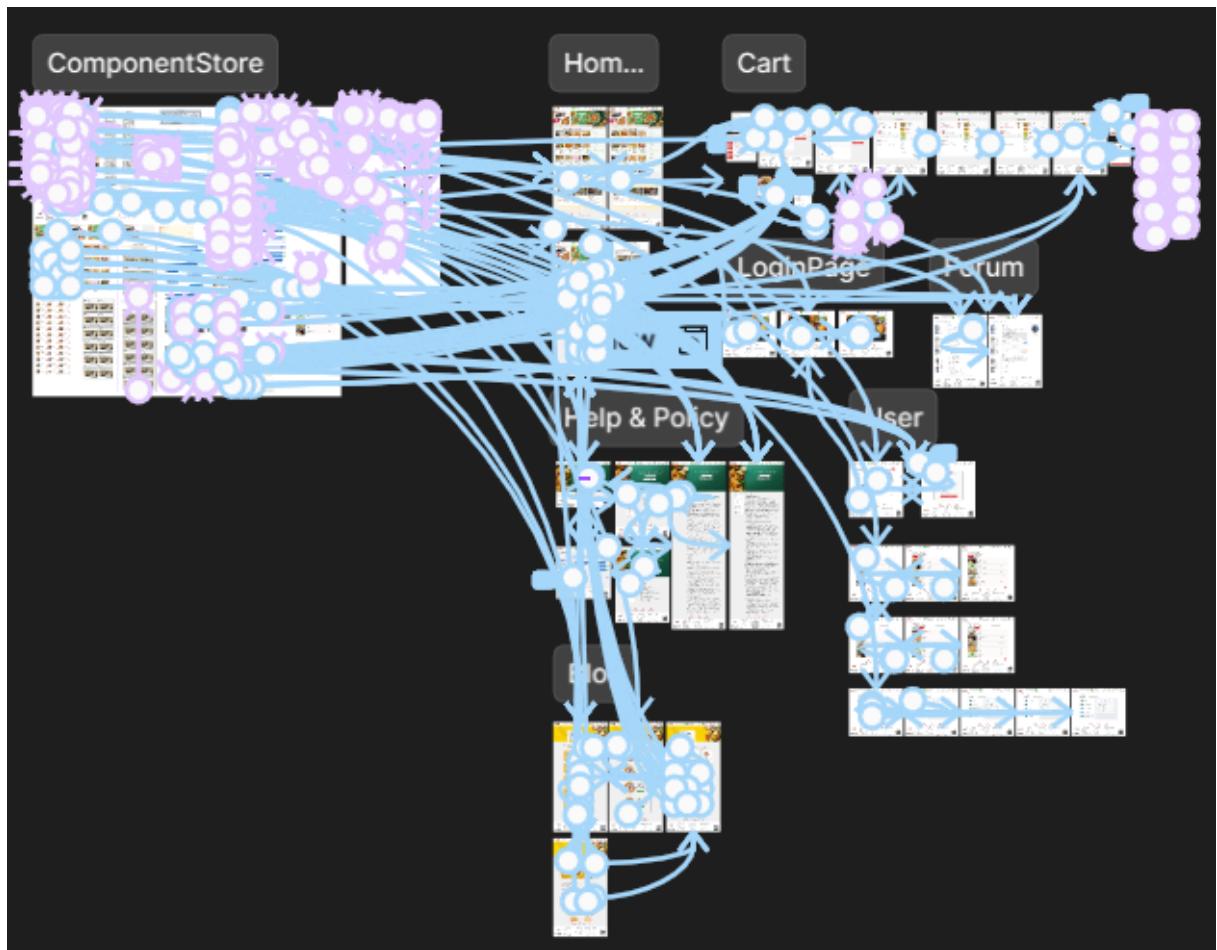
Trang được chia làm hai phần chính: danh sách đoạn chat (trái) và khung trò chuyện chi tiết (phải), sử dụng màu sắc dịu mắt, nhấn mạnh sự trực quan và dễ thao tác.

- **Thanh Header:** được cố định ở đầu trang, giúp chuyển đổi nhanh chóng giữa các trang nếu cần.
- **Thanh Tìm Kiếm:** đặt ngay góc trên bên trái, người dùng có thể tìm kiếm nội dung hoặc đoạn chat.
- **Danh Sách Đoạn Chat:** hiển thị các đoạn chat gần đây với tên, thời gian, nội dung gần nhất, trạng thái hoạt động.
- **Khung Chat Chi Tiết:**
  - Phần trò chuyện sử dụng bong bóng tin nhắn xanh (người dùng) và trắng/xanh nhạt (OrderUp), thời gian rõ ràng, cách biệt để dễ theo dõi.
  - Các biểu tượng tiện ích ở thanh nhập như: gửi ảnh, emoji, gif, đính kèm tệp, giúp cá nhân hóa cuộc trò chuyện.
  - Biểu tượng gọi điện, video call, và thông tin phía trên cùng cho thấy đây là hệ thống hỗ trợ toàn diện đa kênh.
  - Trạng thái phản hồi ("Order Up, 17:06 pm: Tôi có thể giúp gì cho bạn?") mang tính tự động, thể hiện sự tiếp nhận nhanh.
- **Footer:** được cố định ở cuối trang, bao gồm những câu slogan như "Chất lượng đảm bảo", "Giao hàng tận nơi", "Đổi trả dễ dàng" thể hiện được uy tín của website. Bên cạnh đó còn bao gồm các thông tin giới thiệu hay chính sách của website, icon mạng xã hội, phương thức thanh toán hay nền tảng download giúp

người dùng có thể nhanh chóng quyết định rằng website có phù hợp với mình không, đồng thời mở rộng được sự gắn bó với thương hiệu.

## CHƯƠNG 4: TƯƠNG TÁC GIAO DIỆN

### 4.1 Tương tác tổng thể toàn giao diện



Hình 4.1: Tương tác toàn giao diện

Các trang giao diện đều có Header và Footer. Các trang có sử dụng Component nào thì đều được điều hướng để tới Component gốc được đặt trong Component Store. Tất cả các trang đều có thể quay lại HomePage (hay trang chủ) nhờ ấn vào Logo của website.

### 4.2 Tương tác thanh điều hướng Header

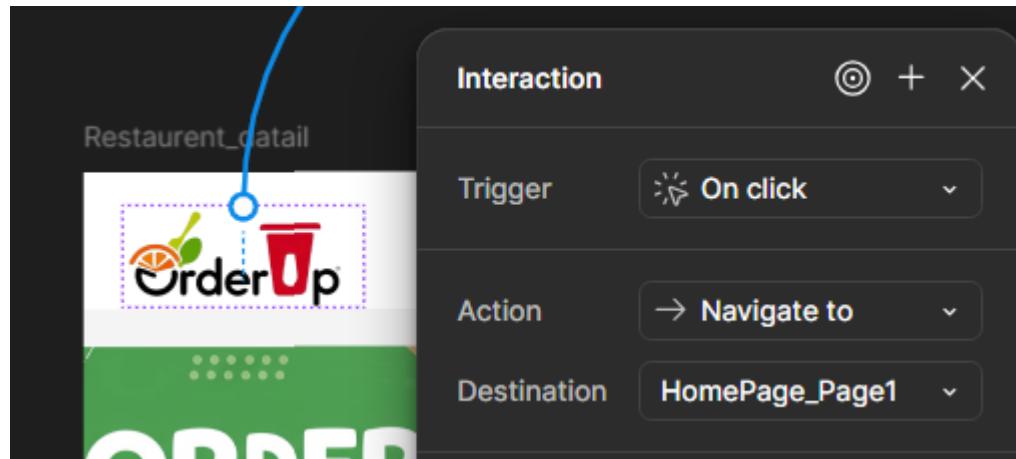
#### 4.2.1 Tương tác tổng thể

Thanh Header bao gồm các phần chính:

- Logo: nhấp vào sẽ quay về HomePage.
- Thanh tìm kiếm: tìm kiếm món ăn cần tìm.
- Thanh chọn tỉnh thành: chọn địa điểm của quán.
- Các biểu tượng:
  - Hộp bình luận: điều hướng đến trang Forum.
  - Loa âm thanh: điều hướng đến trang Blog.

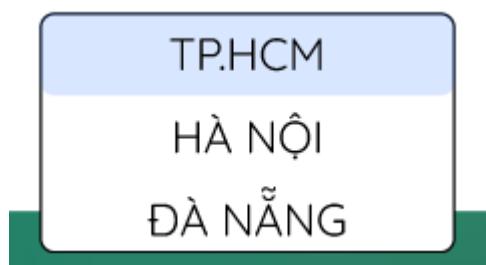
- Tin nhắn: điều hướng đến trang Help.
- Người dùng: drop down để quản lý tài khoản cá nhân.
- Giỏ hàng: điều hướng tới trang giỏ hàng của tôi.
- Bàn tay & Help: điều hướng đến trang Chat List.

#### 4.2.2 Chi tiết tương tác



Hình 4.2: Tương tác Header - Logo

Khi người dùng nhấp vào vùng của Logo thương hiệu thì sẽ đường đi điều hướng đến HomePage của website.



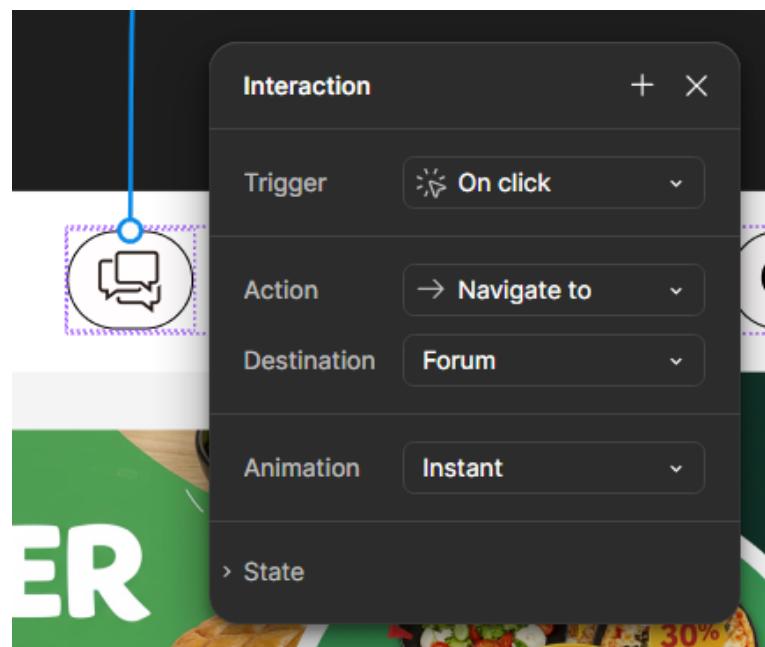
Hình 4.3: Tương tác dropdown “TỈNH THÀNH”

Khi nhấp vào thanh chọn tỉnh thành thì sẽ hiện ra drop down để chọn tỉnh thành muốn chọn.



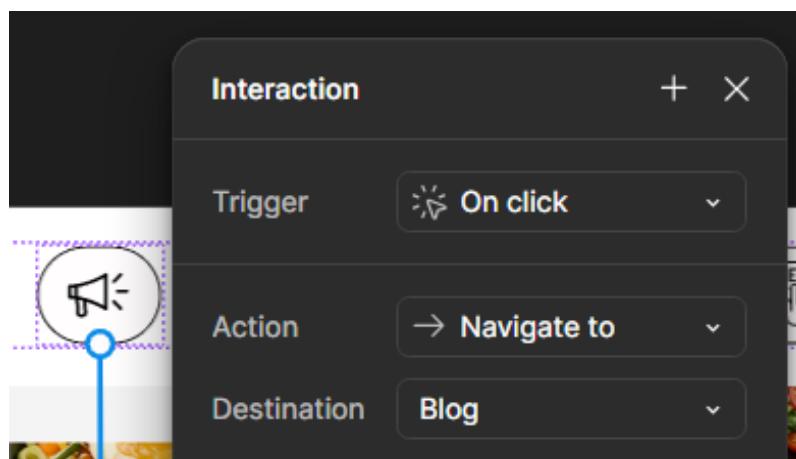
Hình 4.4: Tương tác thay đổi khi đê chuột vào

Khi đê chuột vào vùng nào muốn chọn thì trạng thái sẽ thay đổi để báo hiệu.



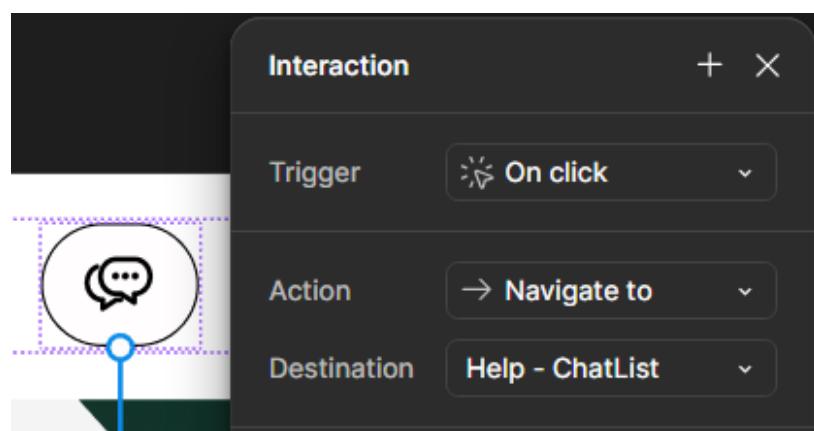
Hình 4.5: Tương tác Header - Forum

Khi người dùng nhấp vào biểu tượng thì sẽ điều hướng tới trang Forum của website.



Hình 4.6: Tương tác Header - Blog

Khi người dùng nhấp vào biểu tượng thì sẽ điều hướng tới trang Blog của website.



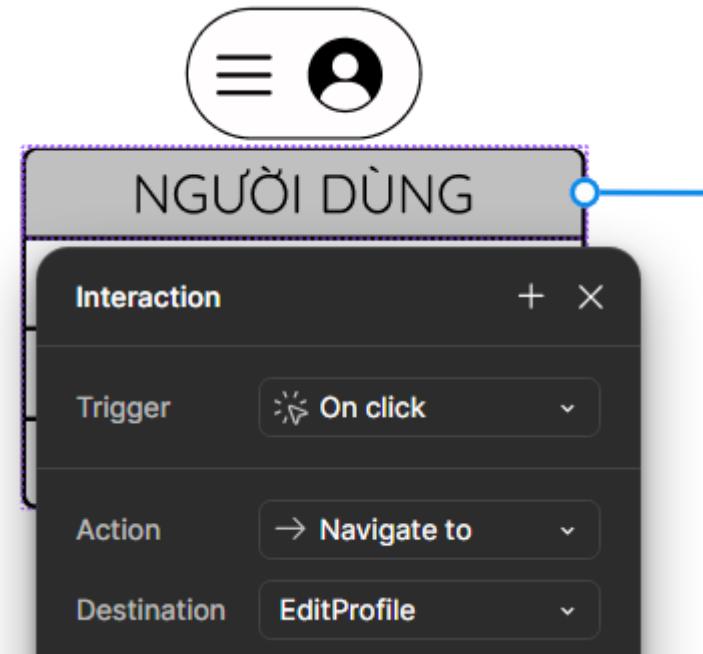
Hình 4.7: Tương tác Header - ChatList

Khi người dùng nhấp vào biểu tượng thì sẽ điều hướng tới trang ChatList của website.



Hình 4.8: Tương tác dropdown “ACCOUNT”

Khi người dùng nhấp vào biểu tượng account thì các lựa chọn sẽ hiển thị, đồng thời thay đổi trạng thái khi để chuột.



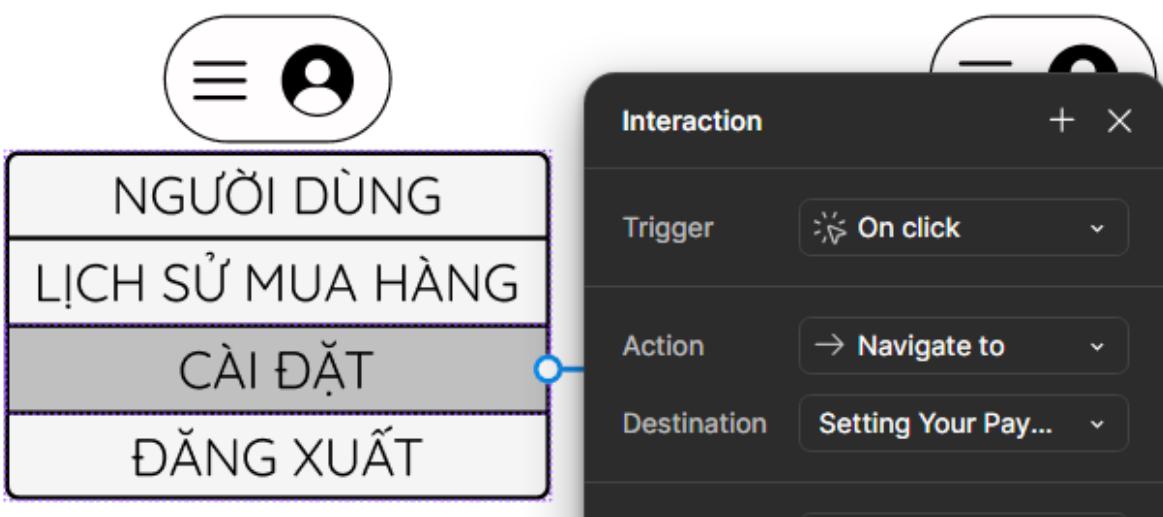
Hình 4.9: Tương tác Account - Người dùng

Khi người dùng nhấp vào ô “NGƯỜI DÙNG” thì sẽ điều hướng tới trang chi tiết tài khoản.



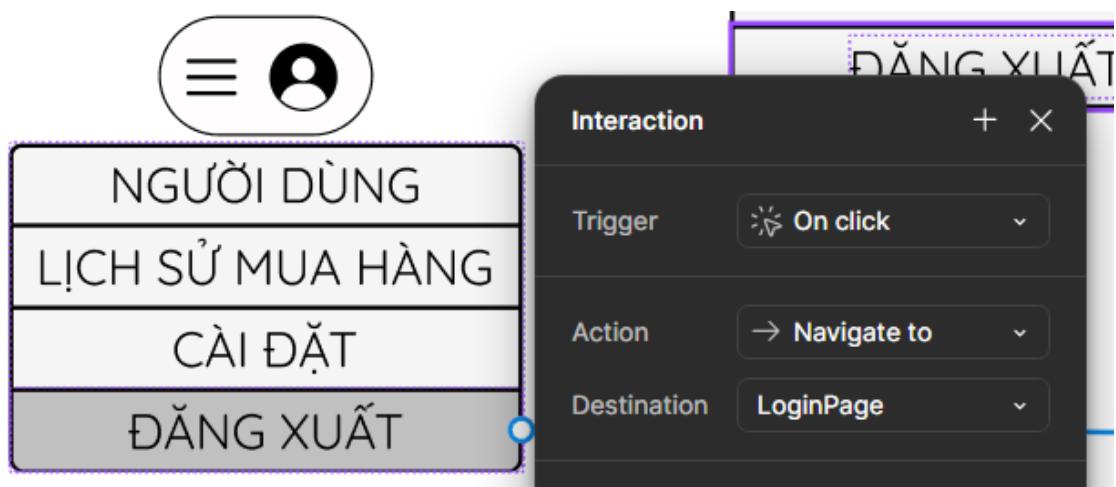
Hình 4.10: Tương tác Account - Lịch sử mua hàng

Khi người dùng nhấp vào ô “LỊCH SỬ MUA HÀNG” thì sẽ điều hướng tới trang lịch sử mua hàng.



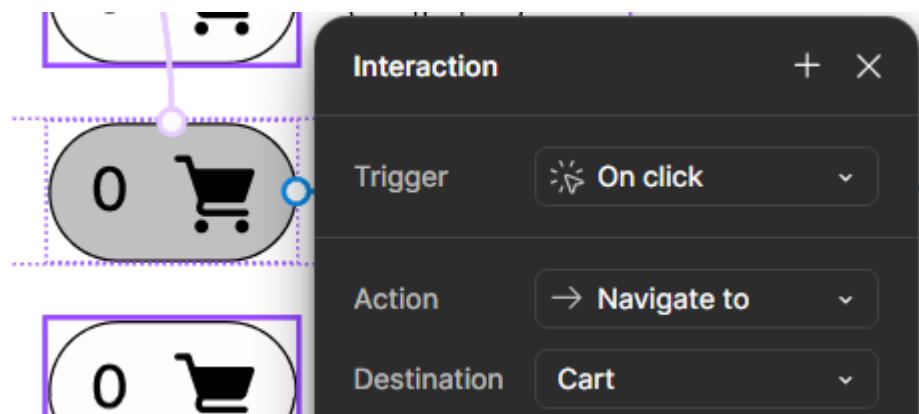
Hình 4.11: Tương tác Account - Cài đặt

Khi người dùng nhấp vào ô “CÀI ĐẶT” thì sẽ điều hướng tới trang cài đặt.



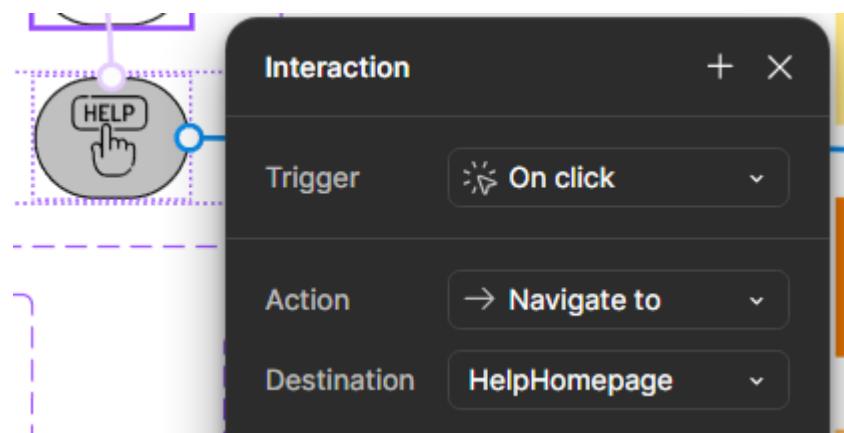
Hình 4.12: Tương tác Account - Đăng xuất

Khi người dùng nhấp vào ô “ĐĂNG XUẤT” thì sẽ điều hướng tới trang Đăng nhập.



Hình 4.13: Tương tác Header - Cart

Khi người dùng nhấp vào biểu tượng thì sẽ điều hướng tới trang Giỏ hàng của tôi.

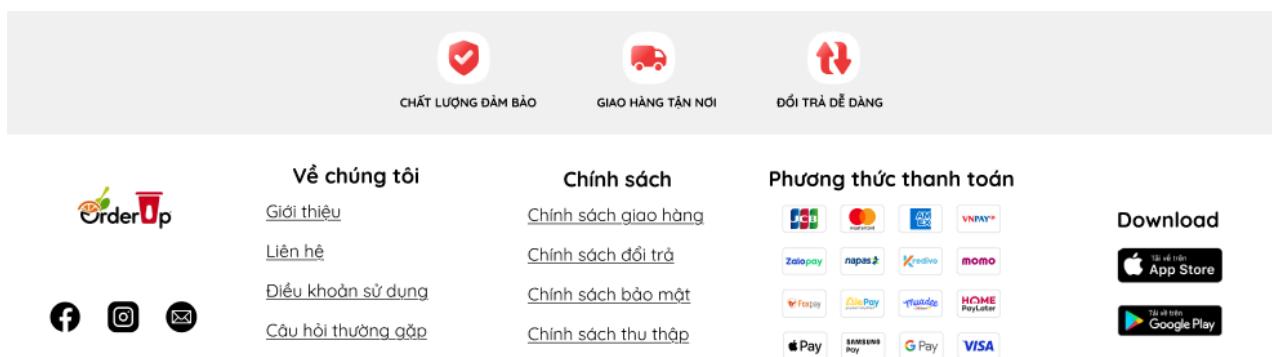


Hình 4.14: Tương tác Header - Help

Khi người dùng nhấp vào biểu tượng thì sẽ điều hướng tới trang Help.

### 4.3 Tương tác Footer

#### 4.3.1 Tương tác tổng thể

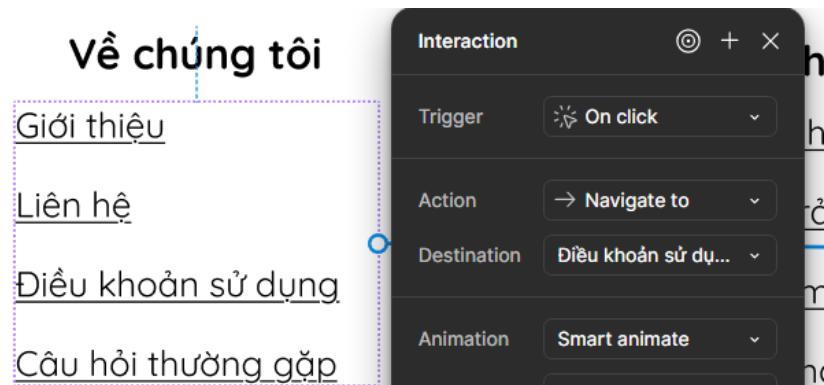


Hình 4.15: Footer

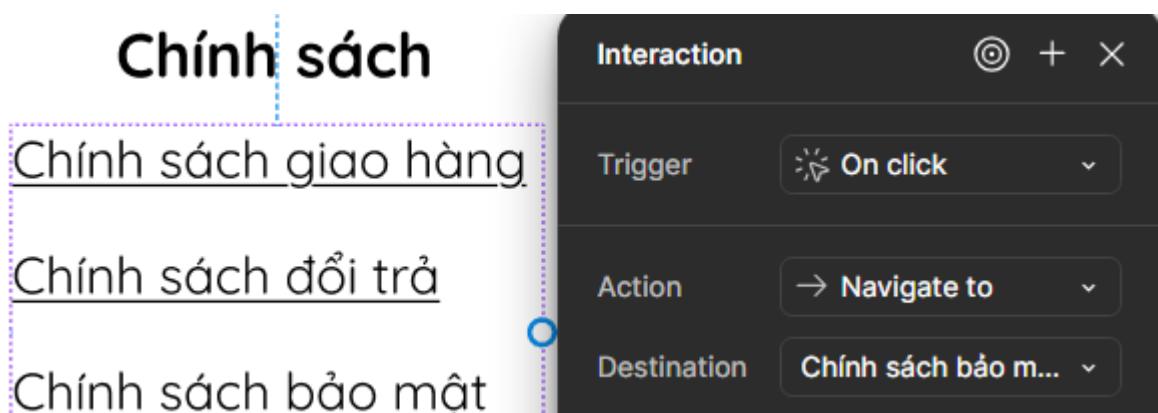
Tương tác Footer gồm 2 phần chính:

- “Về chúng tôi”: để chuột vào sẽ chuyển đổi trạng thái và nhấp vào sẽ điều hướng tới trang “Điều khoản sử dụng”.
- “Chính sách”: để chuột vào sẽ chuyển đổi trạng thái và nhấp vào sẽ điều hướng tới trang “Chính sách bảo mật”.

#### 4.3.2 Chi tiết tương tác



Hình 4.16: Tương tác Footer - Điều khoản sử dụng



Hình 4.17: Tương tác Footer - Chính sách bảo mật

### 4.4 Tương tác Forum

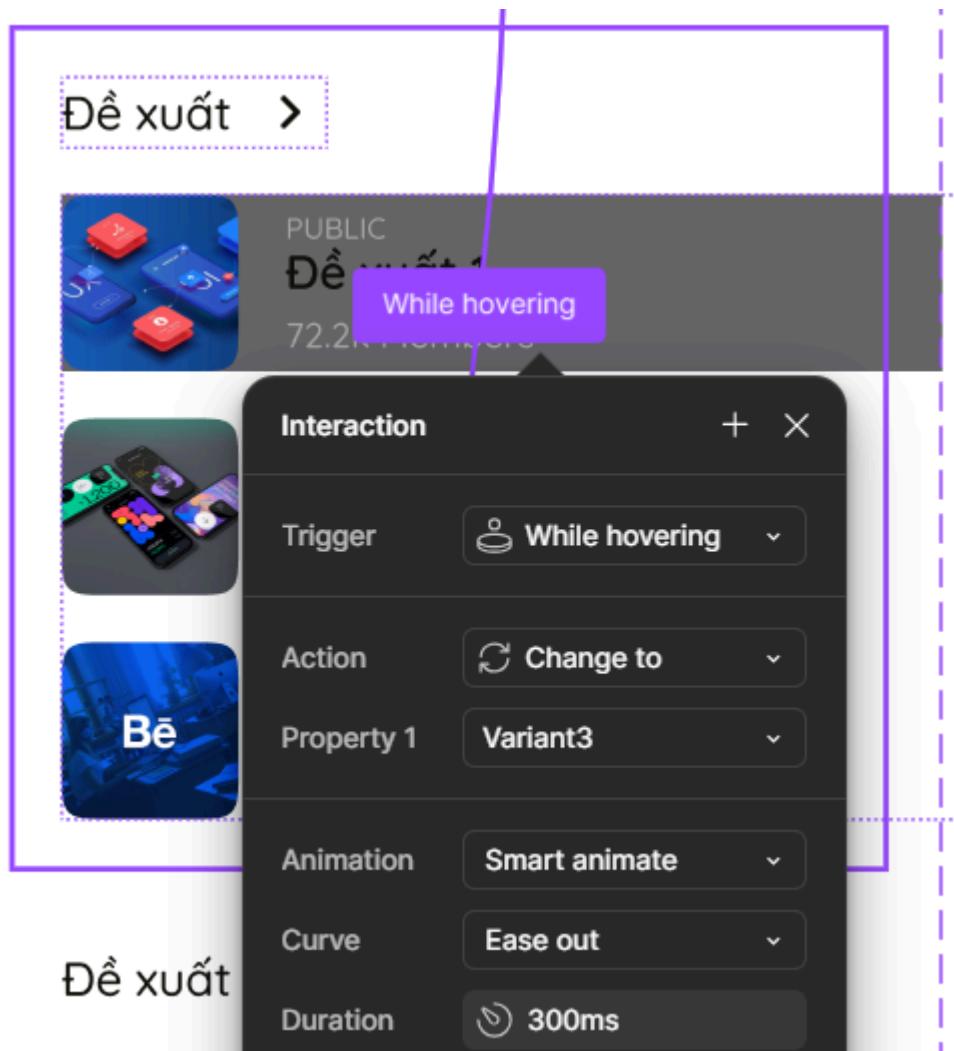
#### 4.4.1 Tương tác tổng thể

Forum gồm 2 trang có 3 phần chính:

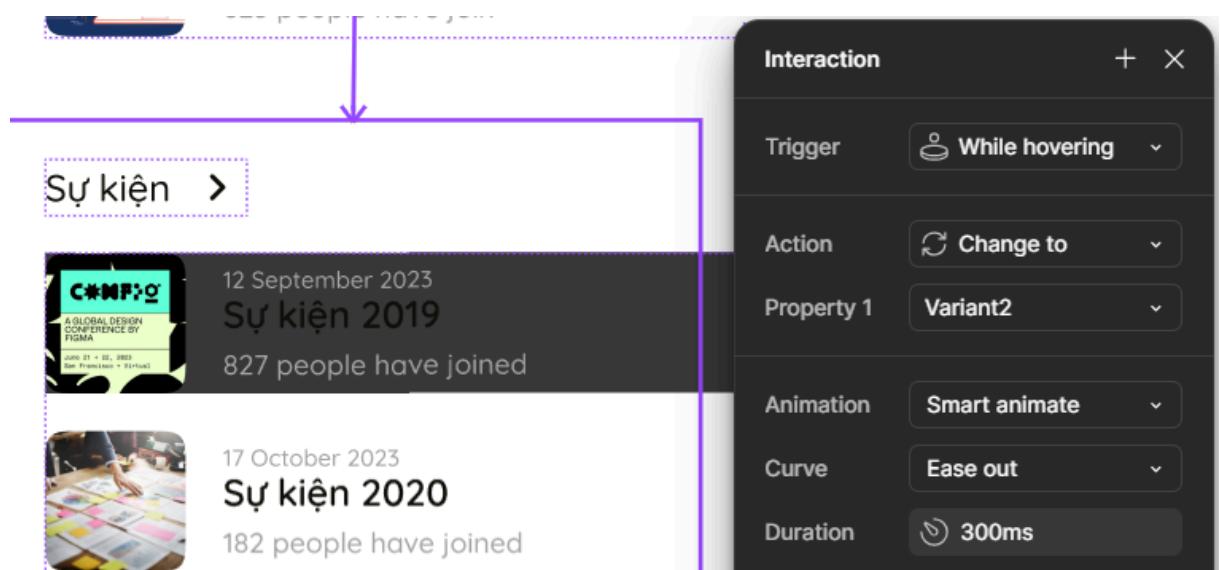
- Cột trái:
  - Thanh chọn vị trí: Khi di chuột vào các mục đề xuất sẽ hiển thị nút đổi màu tạo hiệu ứng nhấn.
  - Khung đề xuất: Khi di chuột vào các mục đề xuất sẽ hiển thị nút đổi màu tạo hiệu ứng nhấn.

- Khung sự kiện: Khi di chuột vào các mục đề xuất sẽ hiển thị nút đổi màu tạo hiệu ứng nhấp.
- Khung bàn luận: Khi di chuột vào các mục đề xuất sẽ hiển thị nút đổi màu tạo hiệu ứng nhấp.
- Cột giữa:
  - Khung bài viết: Di chuột vào các bài đăng sẽ hiển thị nút đổi màu tạo hiệu ứng nhấp. Khi nhấp vào một bài đăng sẽ điều hướng tới bài đăng.
  - Khung thanh bình luận: Nhấp vào khung nhập bình luận sẽ có hiệu ứng nhấp nháy để nhập từ.
  - Chọn hiện/ẩn câu trả lời: Khi nhấp chuột thì sẽ ẩn/hiện các câu trả lời.
- Cột phải:
  - Khung tags thịnh hành: Khi di chuột vào các mục đề xuất sẽ hiển thị nút đổi màu tạo hiệu ứng nhấp.

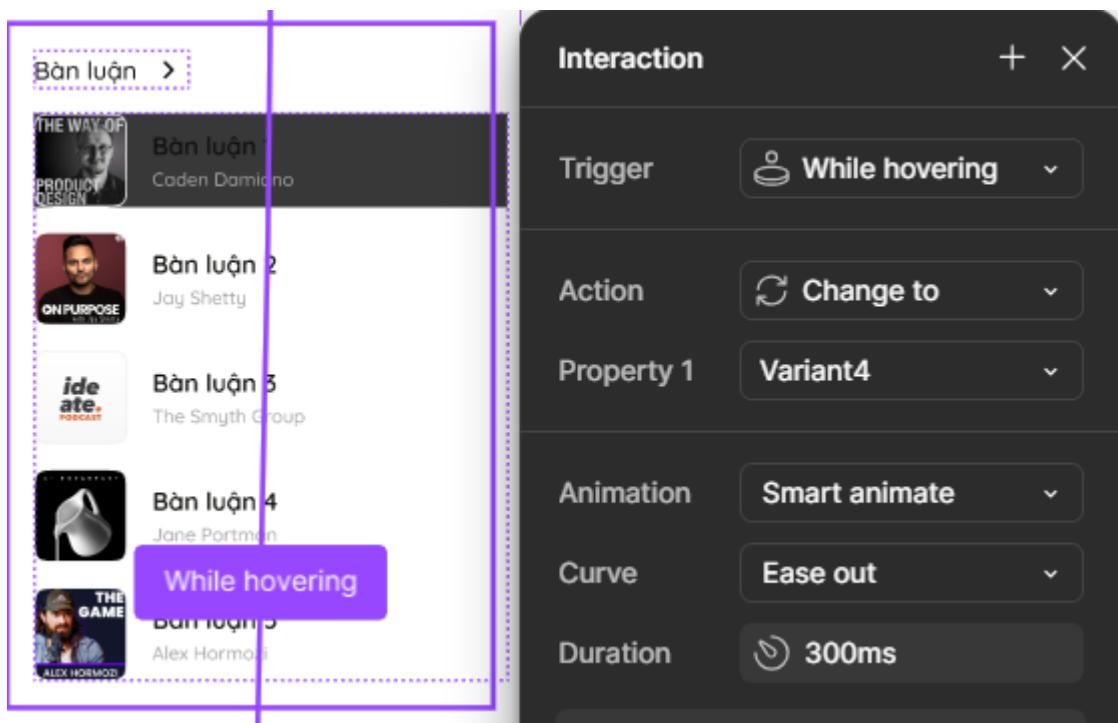
#### 4.4.2 Chi tiết tương tác



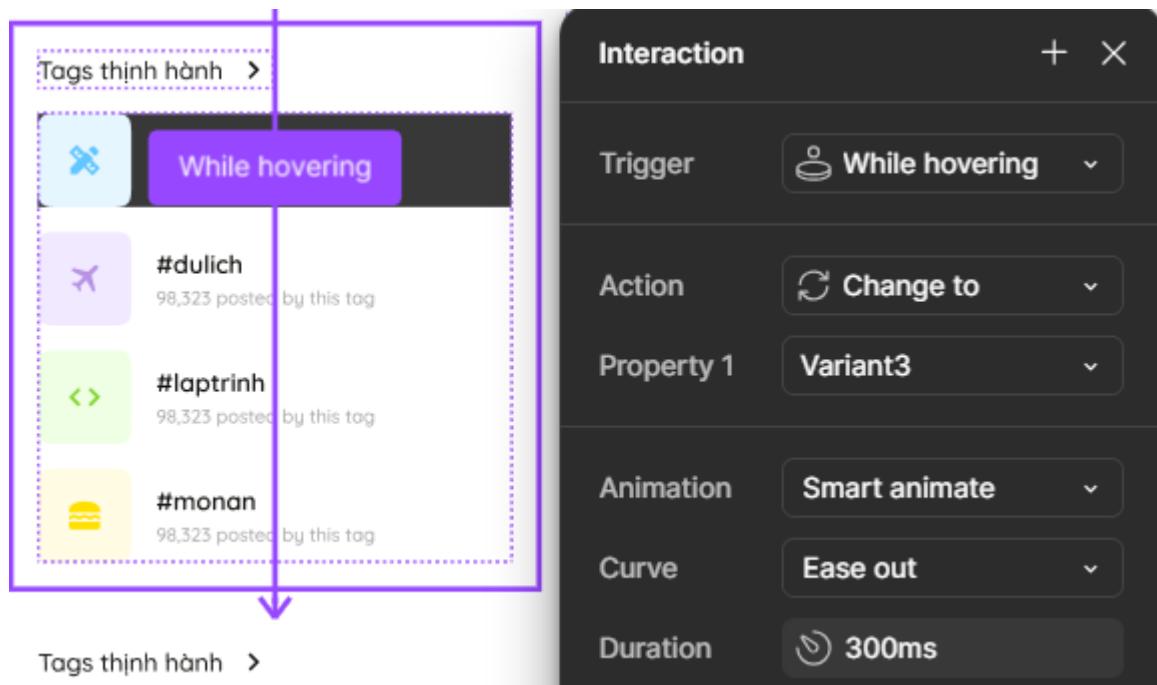
Hình 4.18 Tương tác Đề xuất



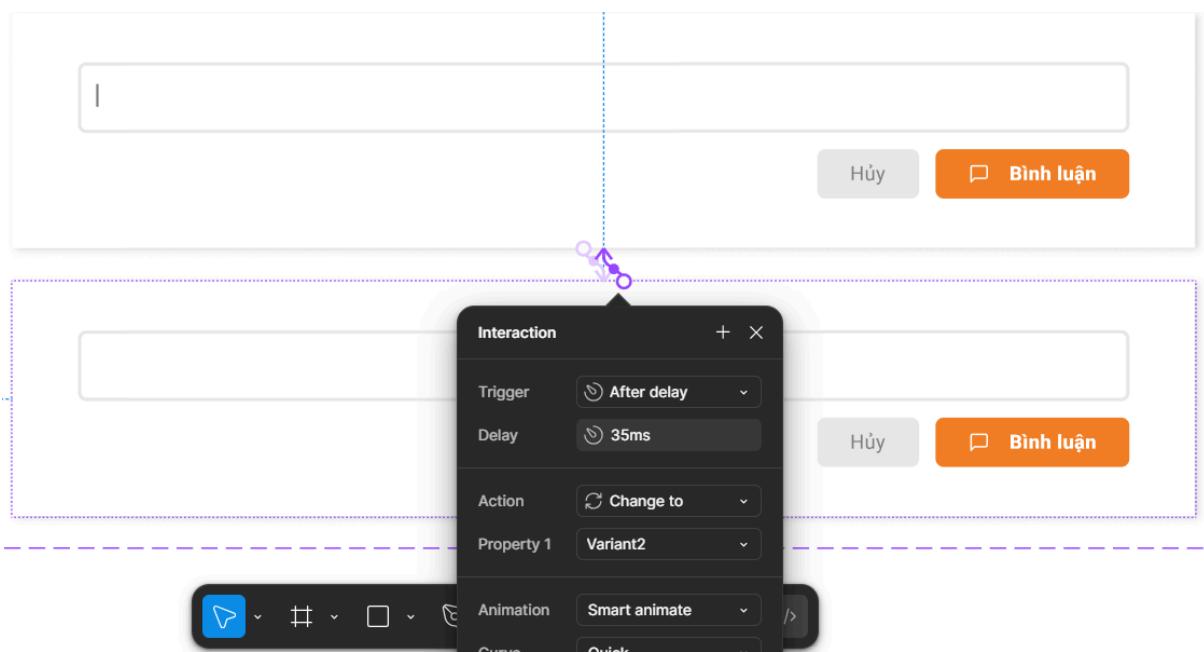
Hình 4.19: Tương tác Sự kiện



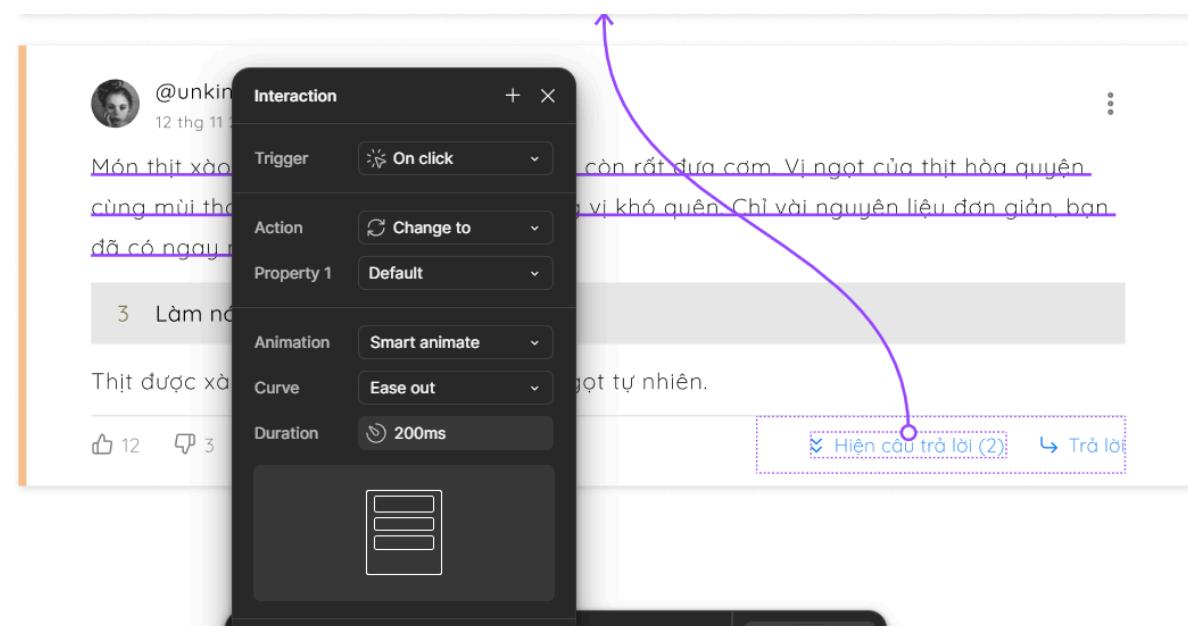
Hình 4.20: Tương tác Bàn luận



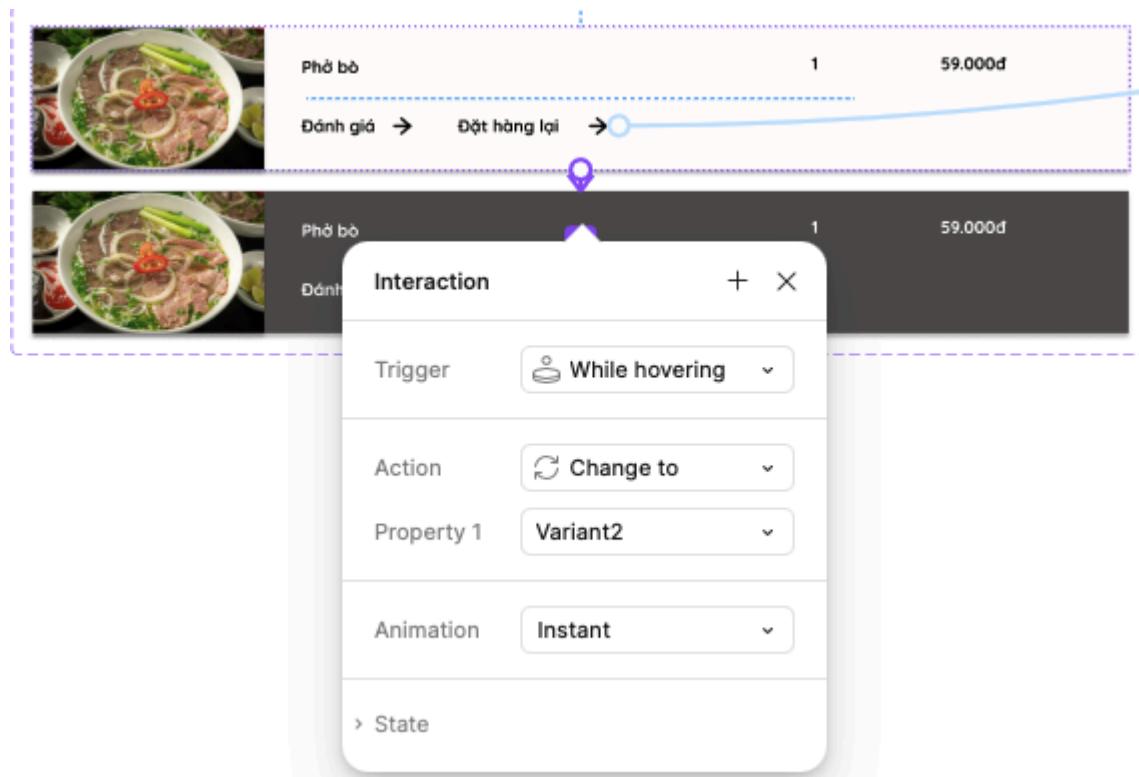
Hình 4.21: Tương tác Tags thịnh hành



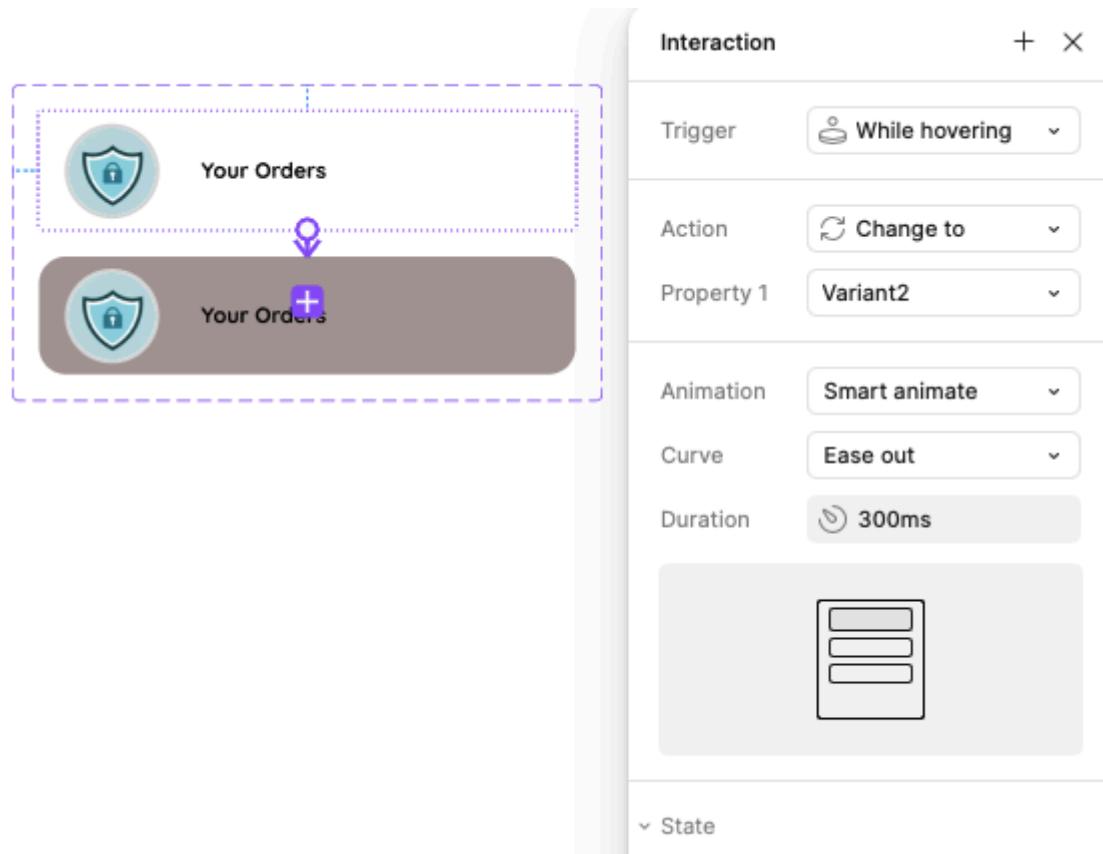
Hình 4.22: Tương tác Thanh bình luận



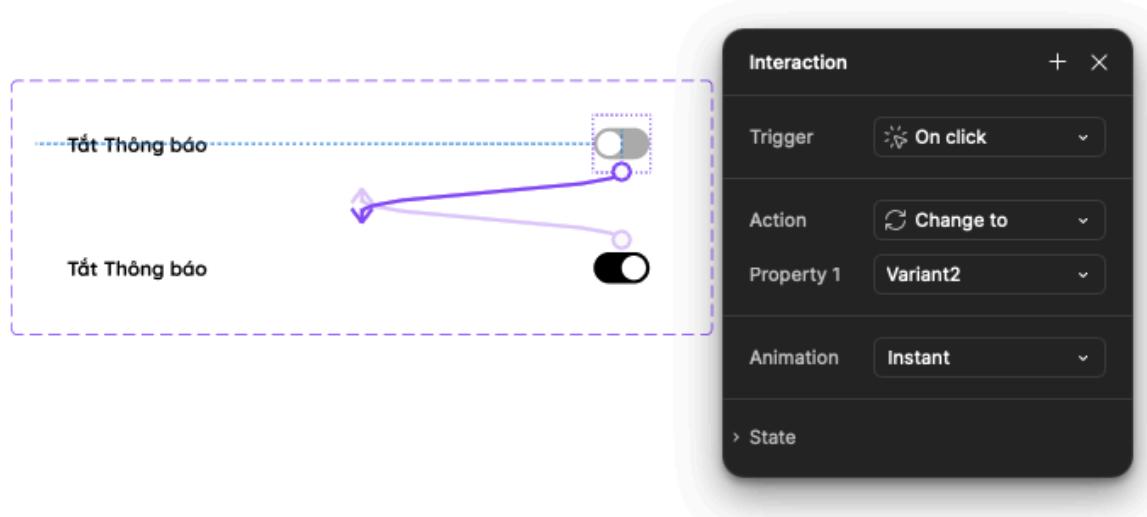
Hình 4.23: Tương tác Hiện/Ẩn câu trả lời



Hình 4.24: Tương tác danh sách các đơn hàng đã đặt



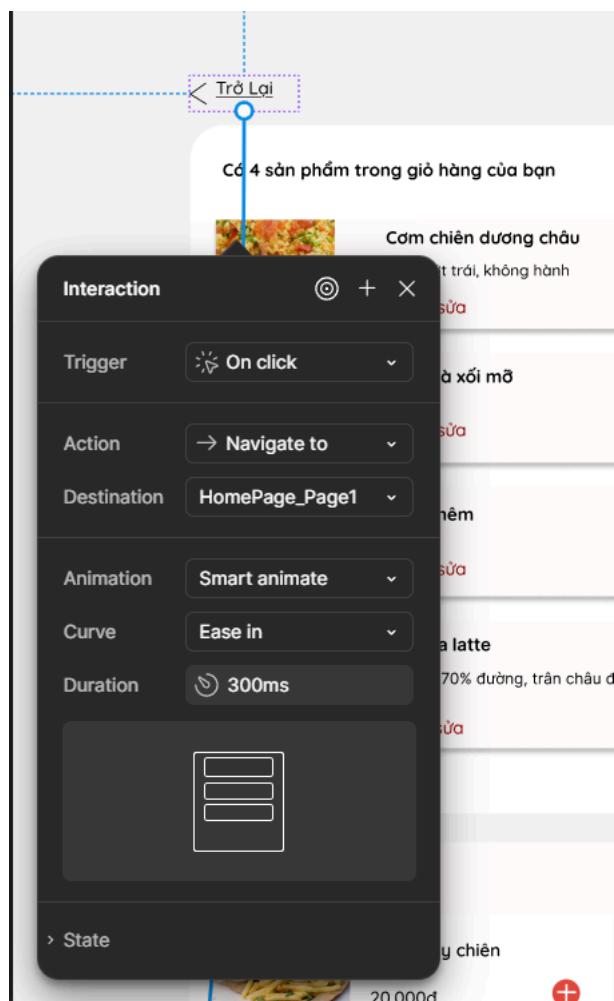
Hình 4.25: Tương tác danh sách cài đặt



Hình 4.26: Tương tác danh sách các chức năng trong cài đặt

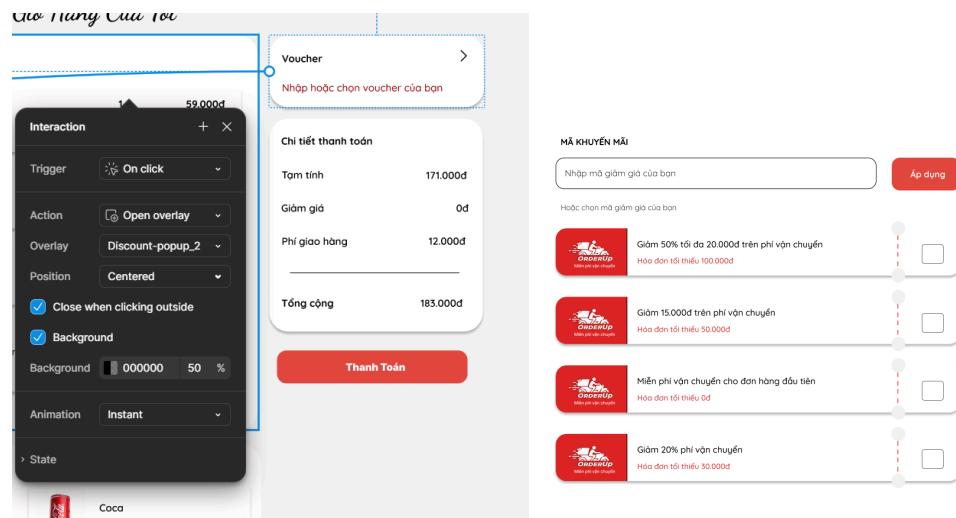
#### 4.5 Tương tác Cart

- a) Các nút trở lại: Click để quay về trang trước đó hoặc trang chủ.



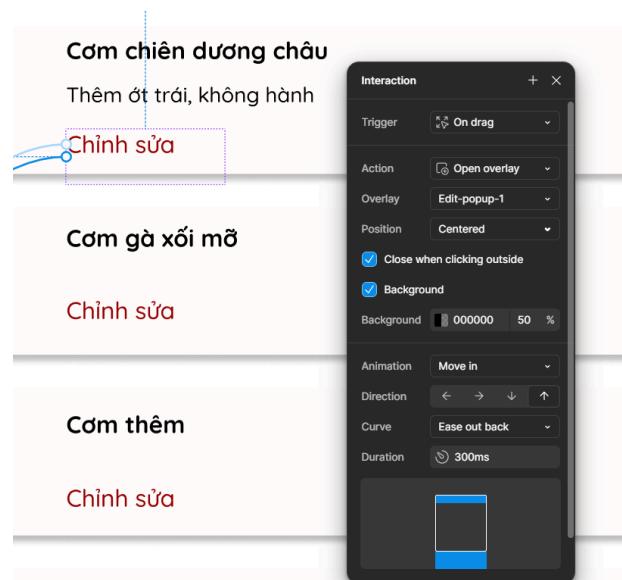
Hình 4.27: Tương tác trở lại trang chủ

- b) Voucher: Click vào để mở popup cho khách hàng lựa chọn voucher.



Hình 4.28: Tương tác mở voucher

- c) Chính sửa: Click vào để mở popup chỉnh sửa các ghi chú cho món ăn.



**Cơm chiên dương châu** 59.000đ

Ghi chú

Thêm ớt trái, không hành

Matcha latte 59.000đ

Không bao gồm xuất hóa đơn VAT trên ứng dụng giao hàng  
Trà hoa Hibiscus chua nhẹ tự nhiên, với những trái dâu đỏ tươi với nhiều lợi ích về sức khỏe. Trà Sữa Thái Đô FS mang đến cảm giác mát mẻ để bắt đầu 1 ngày mới đầy nụ cười. Thực uống được trong trì kẹm những viên đá hoa quả sắc màu.

Chọn món thêm Optional, max 8

- Thêm Nha Đam 15.000
- Thêm Đào Miếng 15.000
- Thêm Vải 15.000
- Thêm Thạch Cà Phê 15.000
- Thêm Trân Châu Đường Đen 15.000
- Thêm Thạch Konjac Hoa Hồng 15.000
- Thêm Thạch Konjac 15.000
- Thêm Chôm Chôm 15.000
- Thêm Trân Châu Hoàng Kim 15.000

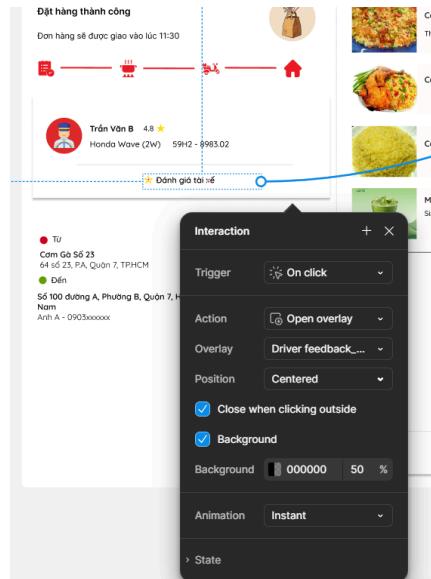
Chọn Bánh Thêm Optional, max 1

- 1 + Thêm vào giỏ hàng

- 1 + Thêm vào giỏ hàng

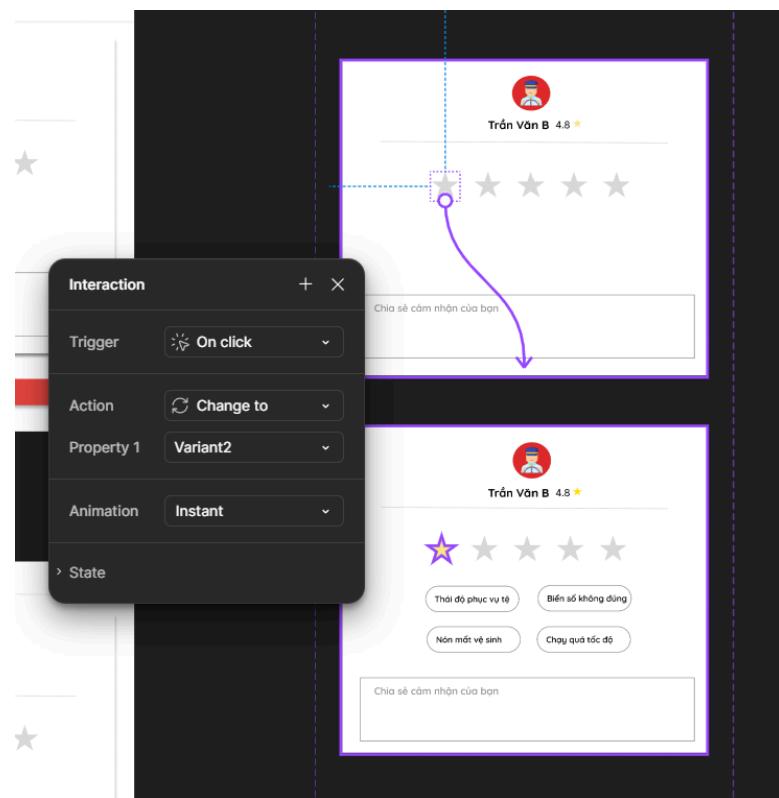
Hình 4.29: Tương tác mở phần chỉnh sửa món ăn

- d) Đánh giá: Sau khi hoàn tất đơn hàng có 2 phần “Đánh giá tài xế”, “Đánh giá nhà hàng” cho khách hàng để lại đánh giá
- Đánh giá tài xế: Click vào mở popup đánh giá cho tài xế.



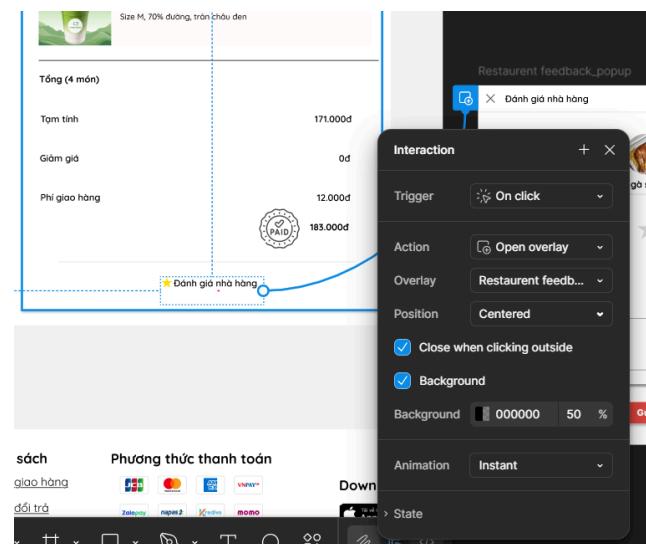
Hình 4.30: Tương tác mở phần chỉnh sửa món ăn

- Popup đánh giá sẽ có 5 lựa chọn đánh giá theo sao: Mỗi sao khi được click có thể có các gợi ý đánh giá nhanh.



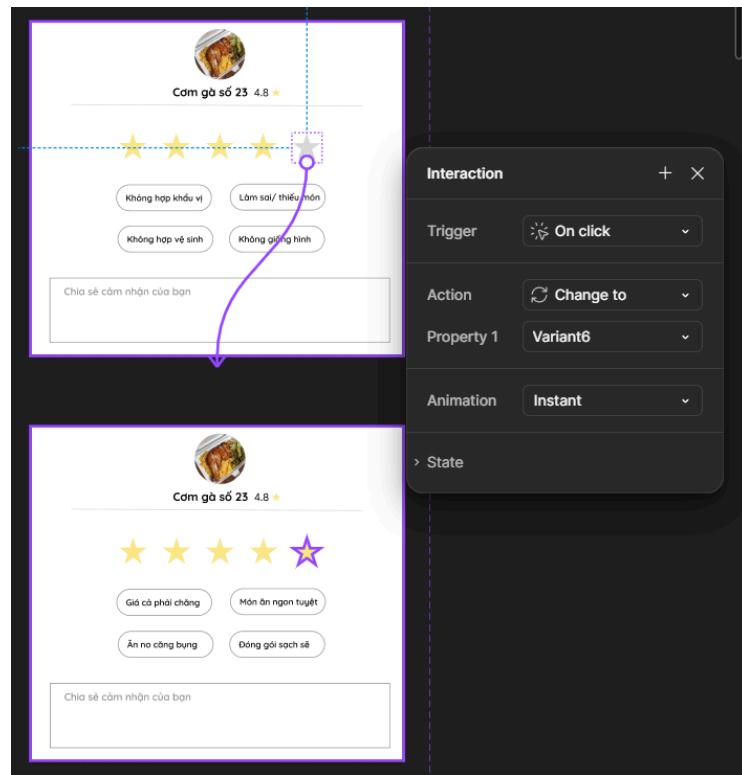
Hình 4.31: Tương tác mở phần chỉnh sửa món ăn

- Đánh giá nhà hàng: Click vào mở popup đánh giá cho nhà hàng.



Hình 4.32: Tương tác mở phần chỉnh sửa món ăn

- Tương tự với đánh giá tài xế, đánh giá nhà hàng cũng có popup đánh giá sẽ có 5 lựa chọn đánh giá theo sao: Mỗi sao khi được click có thể có các gợi ý đánh giá nhanh.



Hình 4.33: Tương tác mở phần chỉnh sửa món ăn

#### 4.6 Tương tác màn hình chính

##### a) Banner:

- Thực hiện cuộn để có thể xem nhiều quảng cáo khác nhau.
- Click vào banner vuông sẽ được điều hướng đến trang Blog\_event\_detail (chi tiết của sự kiện).
- Click vào banner tròn sẽ được điều hướng đến Blog\_event1 (chứa tất cả sự kiện đang có).



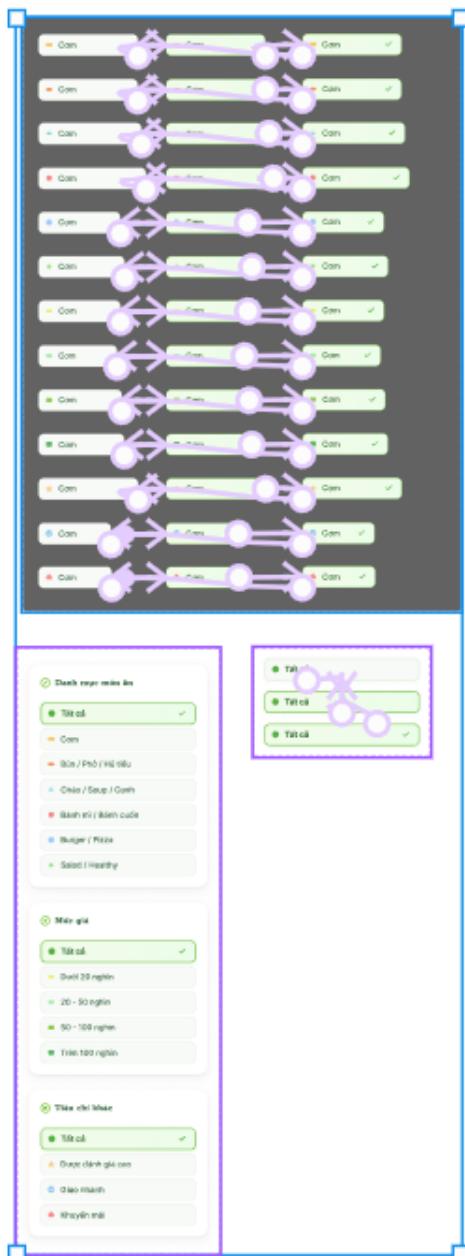
Hình 4.34: Tương tác banner

##### b) Danh sách nhà hàng phổ biến:

- Click vào từng nhà hàng sẽ được điều hướng đến trang Restaurant\_detail (chi tiết của nhà hàng).

c) Filter box:

- Các mục filter sẽ thay đổi màu sắc và cấu hình tạm thời khi trong tình trạng “while hover”.
- Các mục filter sẽ thay đổi màu sắc và cấu hình cố định khi được click.

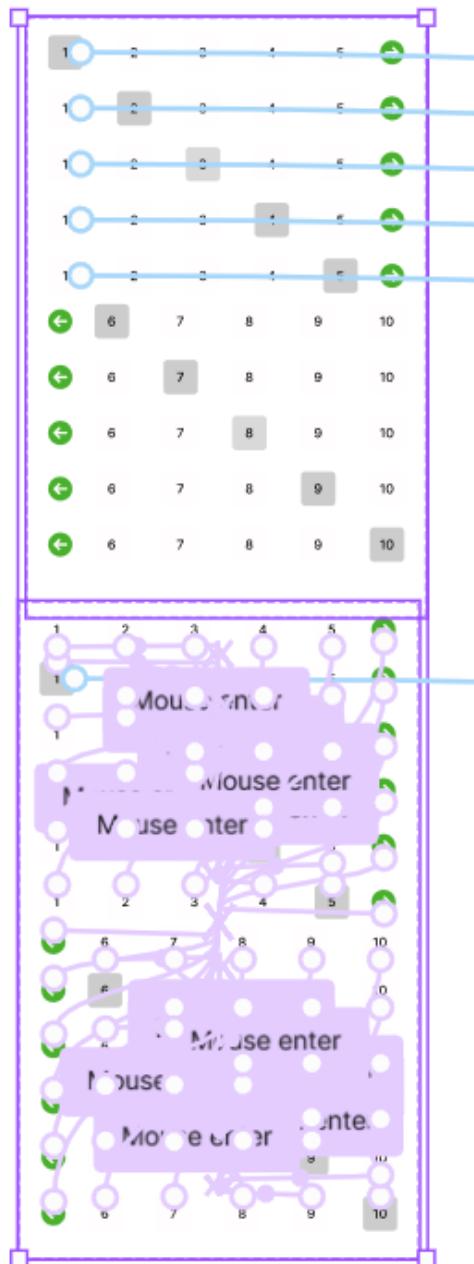


Hình 4.35: Tương tác filter box

d) Thanh chuyển trang:

- Các item số trong thanh chuyển trang sẽ thay đổi màu background khi đưa chuột vào.

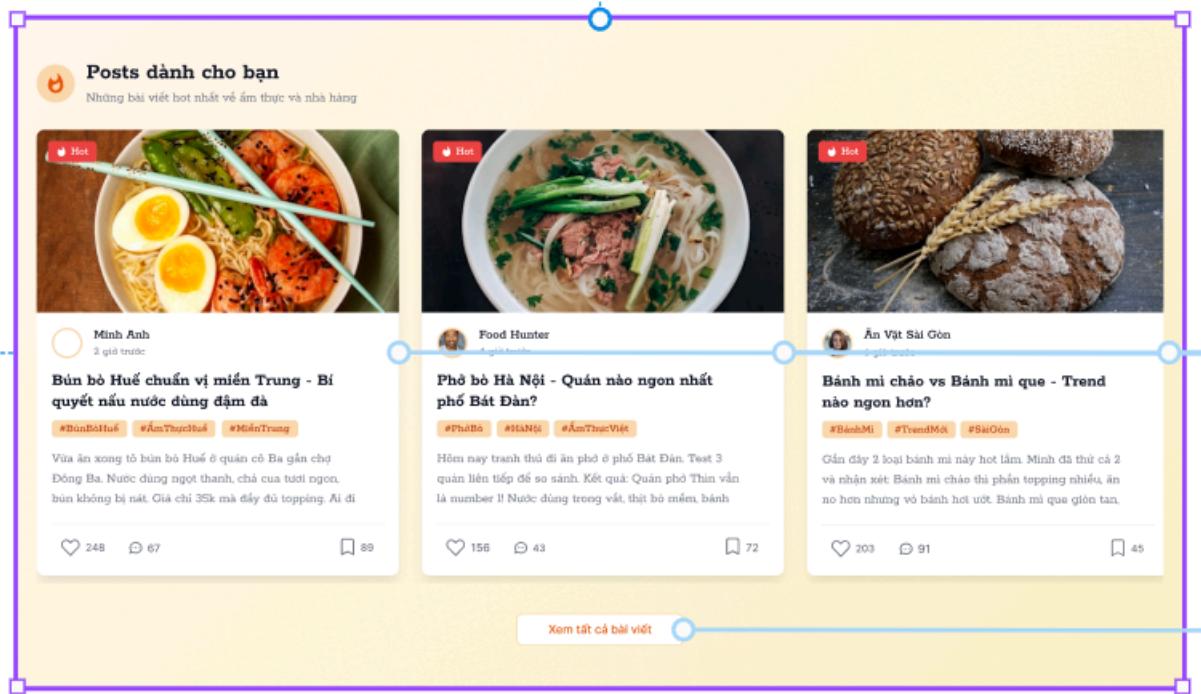
- Khi được click, chúng sẽ điều hướng web đến trang có số trang được click.



Hình 4.36: Tương tác phân trang

e) Post nổi bật

- Có thể thực hiện cuộn các bài review post được hiển thị.
- Khi click vào bài review post sẽ được điều hướng đến bài post chi tiết.
- Khi click vào “Xem tất cả bài viết” sẽ được điều hướng đến forum.

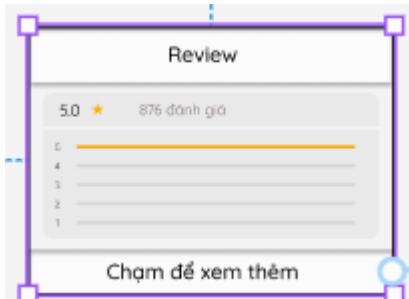


Hình 4.37: Tương tác Post nổi bật

#### 4.7 Tương tác màn hình chi tiết nhà hàng

##### a) Đánh giá tổng quát nhà hàng:

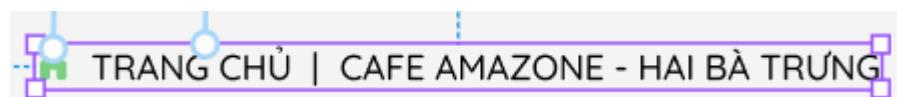
- Khi ấn vào “chạm để xem thêm” sẽ mở overlay Review chứa các đánh giá của nhà hàng đó.



Hình 4.38: Tương tác review tổng quát

##### b) Thanh điều hướng:

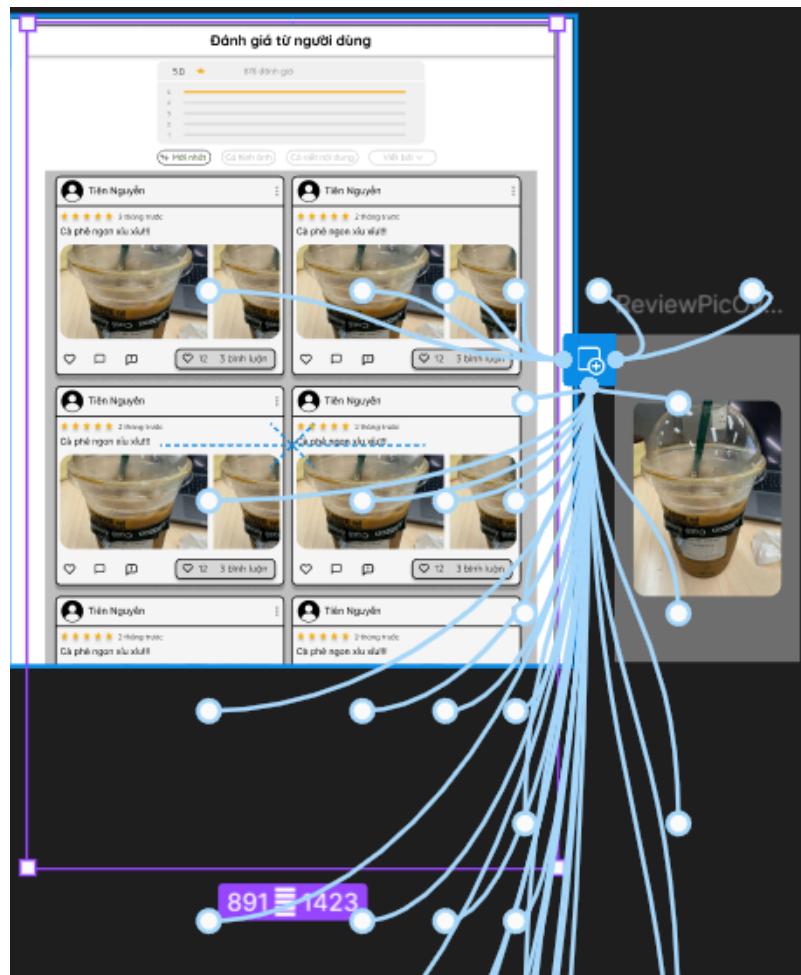
- Khi Click vào “Trang chủ” hoặc biểu tượng trang chủ sẽ được điều hướng về lại homepage.



*Hình 4.39: Tương tác thanh điều hướng*

c) Đánh giá chi tiết nhà hàng:

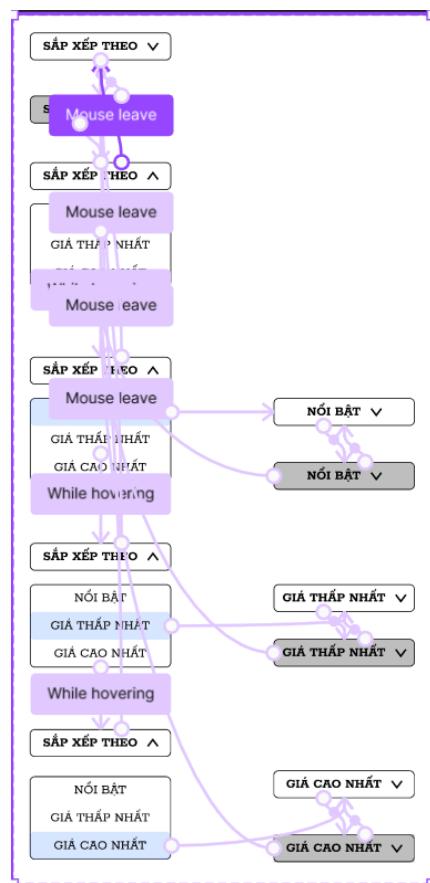
- Cho phép cuộn các bài đánh giá để theo dõi.
- Khi click vào các filter sẽ thay đổi trạng thái.
- Khi click vào hình ảnh trong bài đánh giá sẽ hiển thị overlay toàn bộ hình ảnh giữa màn hình chủ.



*Hình 4.40: Tương tác review chi tiết*

d) Filter

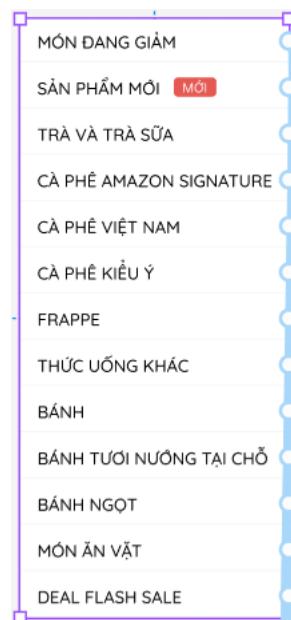
- Khi nhấn vào sẽ bung ra các lựa chọn dùng để lọc ra các món ăn theo nhiều tiêu chí khác nhau.



Hình 4.41.: Tương tác filter

e) Hộp điều hướng:

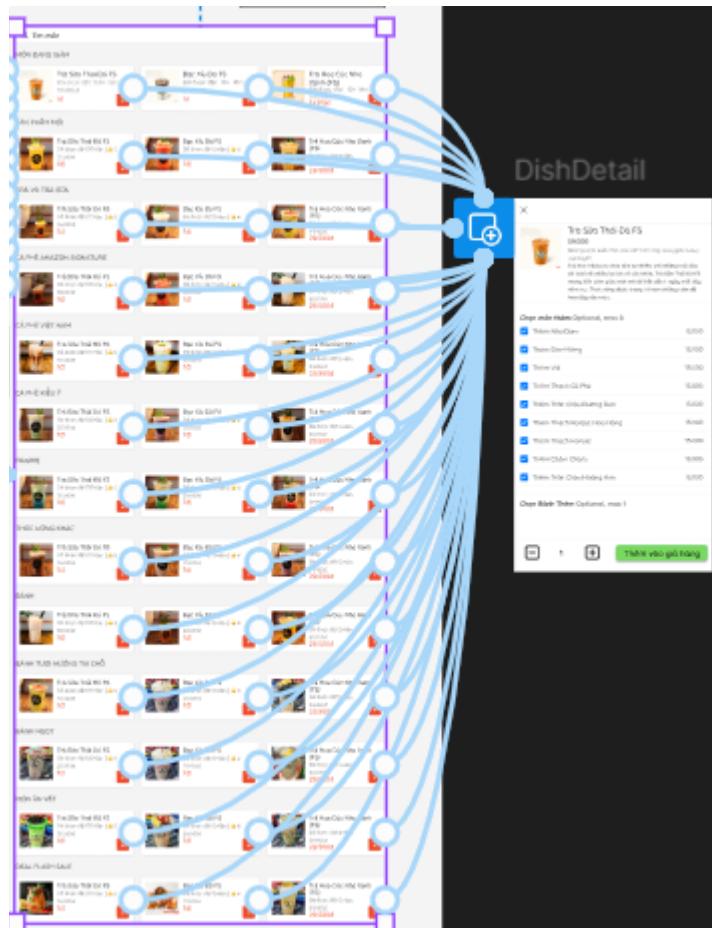
- Khi click vào các section sẽ được di chuyển đến section đó trong danh sách món.



Hình 4.42: Tương tác hộp điều hướng

f) Danh sách món:

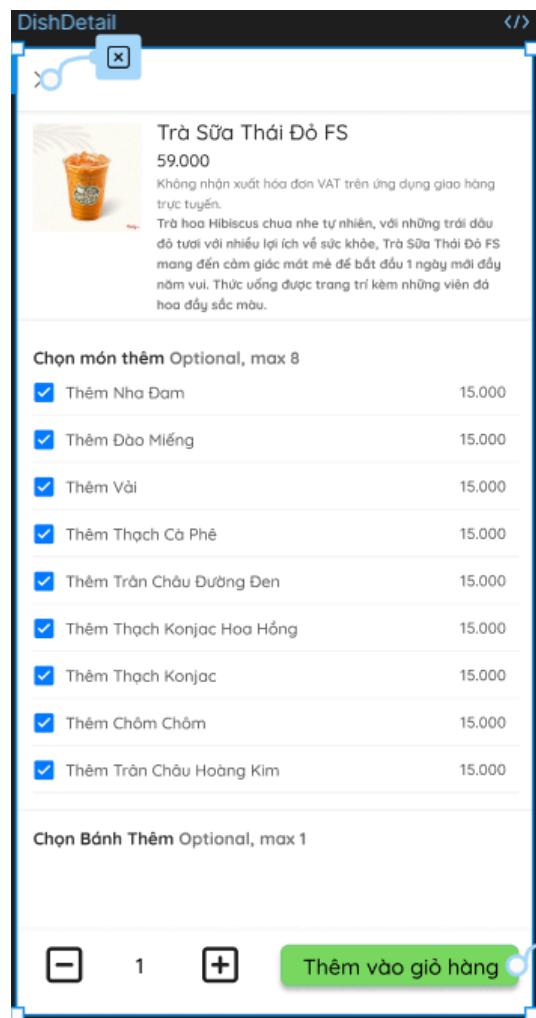
- Khi nhấn vào món ăn sẽ mở màn hình overlay dishDetail.



Hình 4.43: Tương tác danh sách món

g) Chi tiết món ăn:

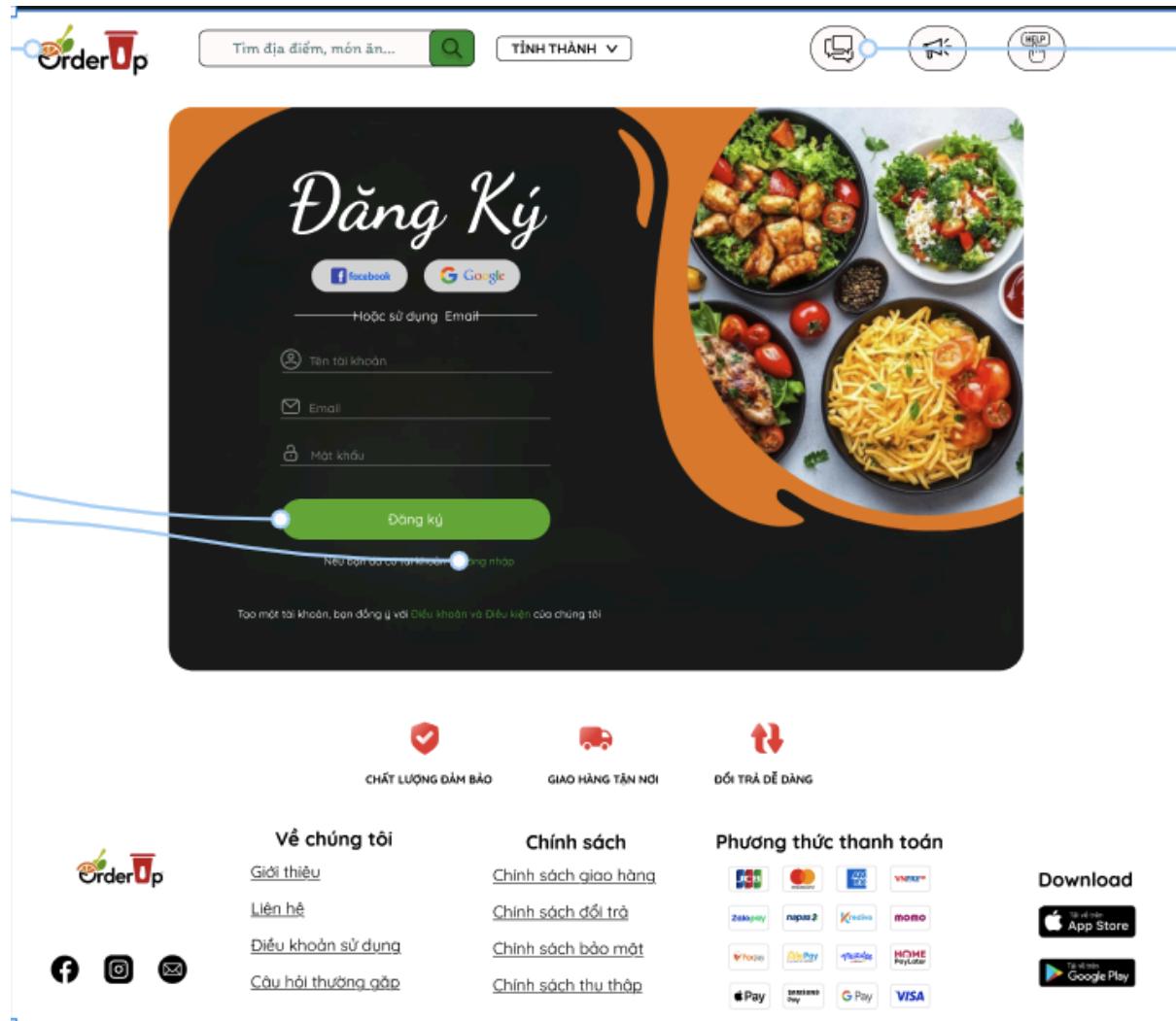
- Khi nhấn vào dấu X sẽ đóng overlay.
  - Các danh sách món thêm hoặc tùy chọn món ăn sẽ có thể đánh checkbox để lựa chọn hoặc bỏ lựa chọn.
  - Nút cộng và trừ cho phép thay đổi số lượng món ăn muốn đặt. Khi nhấn sẽ làm thay đổi số lượng. Có thể click vào số để thay đổi trực tiếp số lượng món ăn muốn đặt.
  - Khi nhấn nút thêm vào giỏ hàng sẽ đóng overlay.



Hình 4.44: Tương tác chi tiết món ăn

## 4.8 Tương tác màn hình Đăng ký

### 4.8.1 Tương tác tổng thể

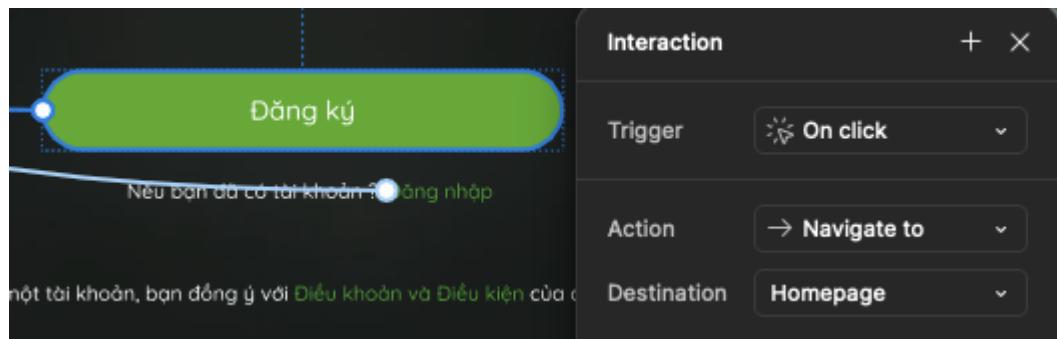


Hình 4.45: Tương tác tổng thể trang Đăng ký

Đăng ký có các tương tác chính:

- Diều hướng sang trang Đăng nhập.
- Diều hướng sang trang HomePage.

### 4.8.2 Tương tác tổng thể



Hình 4.46: Tương tác Đăng ký - HomePage

Khi người dùng nhập đầy đủ thông tin và đăng ký thành công thì khi click đăng ký sẽ chuyển người dùng đến trang homepage

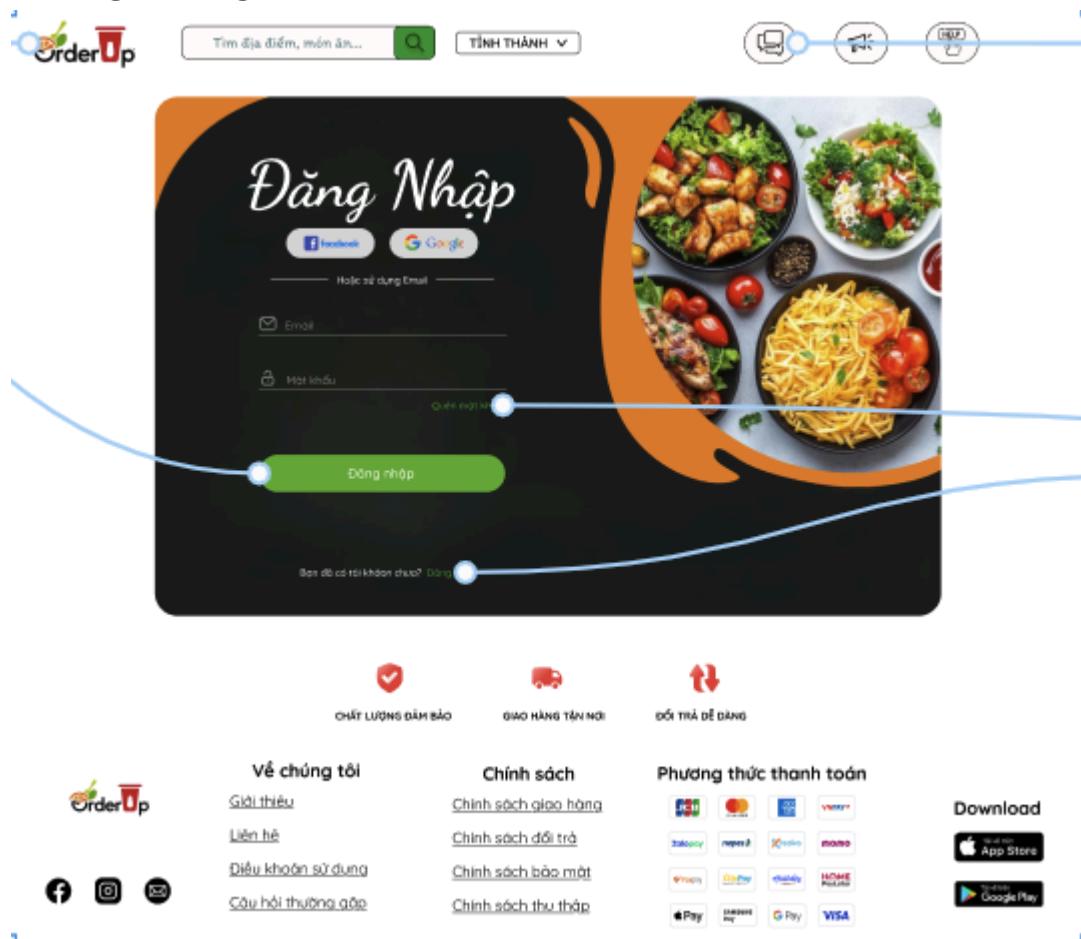


Hình 4.47: Tương tác Đăng ký - Đăng nhập

Nếu người dùng đã có tài khoản thì chỉ cần click vào đăng nhập thì có thể chuyển hướng sang trang đăng nhập

#### 4.9 Tương tác màn hình Đăng nhập

##### 4.9.1 Tương tác tổng thể

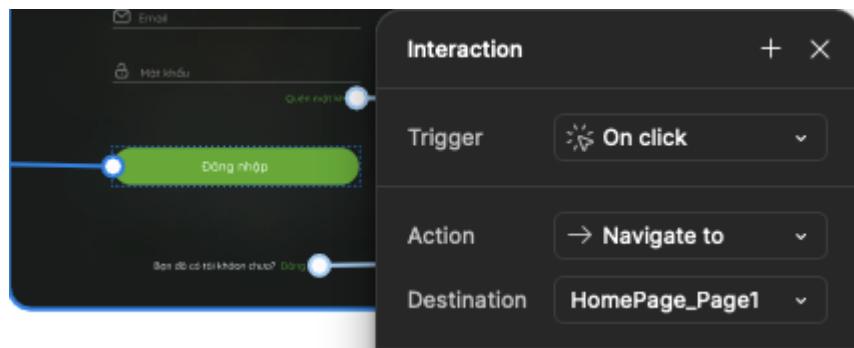


Hình 4.48: Tương tác tổng thể trang Đăng nhập

Đăng nhập có các tương tác chính:

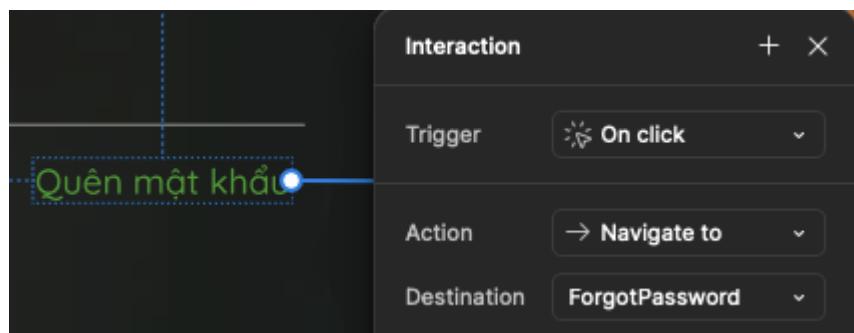
- Điều hướng sang trang Đăng Ký.
- Điều hướng sang trang HomePage.
- Điều hướng sang trang Quên mật khẩu

#### 4.9.2 Chi tiết tương tác



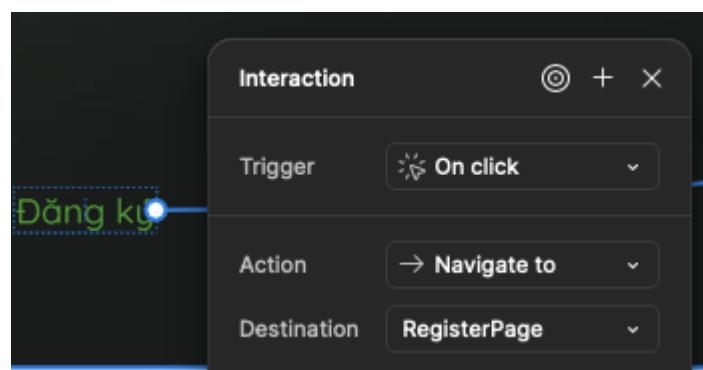
Hình 4.49: Tương tác Đăng nhập - HomePage

Khi người dùng nhập đúng thông tin và đăng nhập thành công khi click button Đăng nhập thì người dùng sẽ được chuyển hướng sang màn hình HomePage



Hình 4.50: Tương tác Đăng nhập - Quên mật khẩu

Khi người dùng đã có tài khoản mà quên mật khẩu thì có thể click vào text Quên mật khẩu để dẫn tới trang Quên mật khẩu để có thể được cấp lại mật khẩu đăng nhập



Hình 4.51: Tương tác Đăng nhập - Đăng ký

Khi người dùng chưa có tài khoản thì tại màn hình Đăng ký người dùng nhấn vào Text Đăng ký để được dẫn đến trang đăng ký tài khoản

## 4.10 Tương tác màn hình Chi tiết tài khoản

### 4.10.1 Tương tác tổng thể

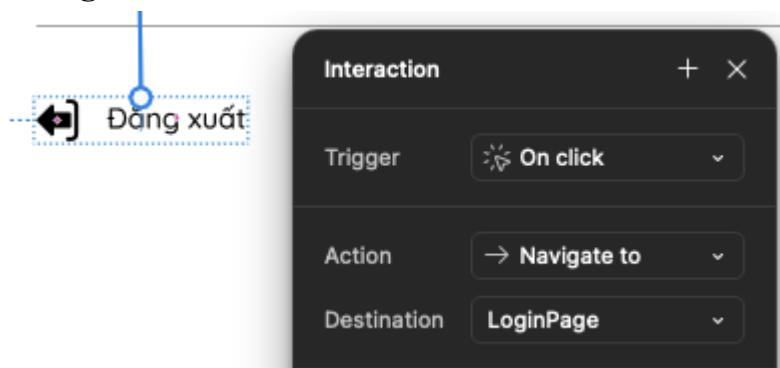


Hình 4.52.: Tương tác tổng thể của màn hình Chi tiết tài khoản

Đăng ký có các tương tác chính:

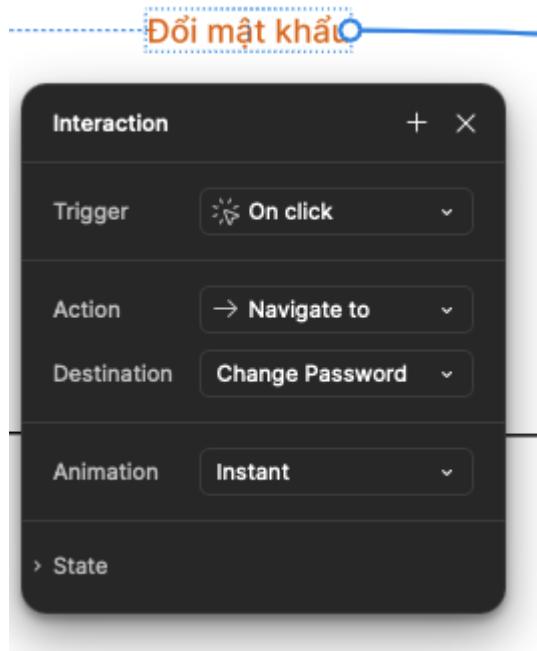
- Điều hướng sang trang Đăng nhập.
- Điều hướng sang trang thay đổi mật khẩu.

### 4.10.2 Chi tiết tương tác



*Hình 4.53: Tương tác Profile - Đăng nhập*

Người dùng muốn đăng xuất tài khoản thì nhấn vào Biểu tượng lối ra với Text có nội dung Đăng xuất thì hệ thống sẽ tự dẫn người dùng tới trang Đăng nhập và thoát khỏi tài khoản

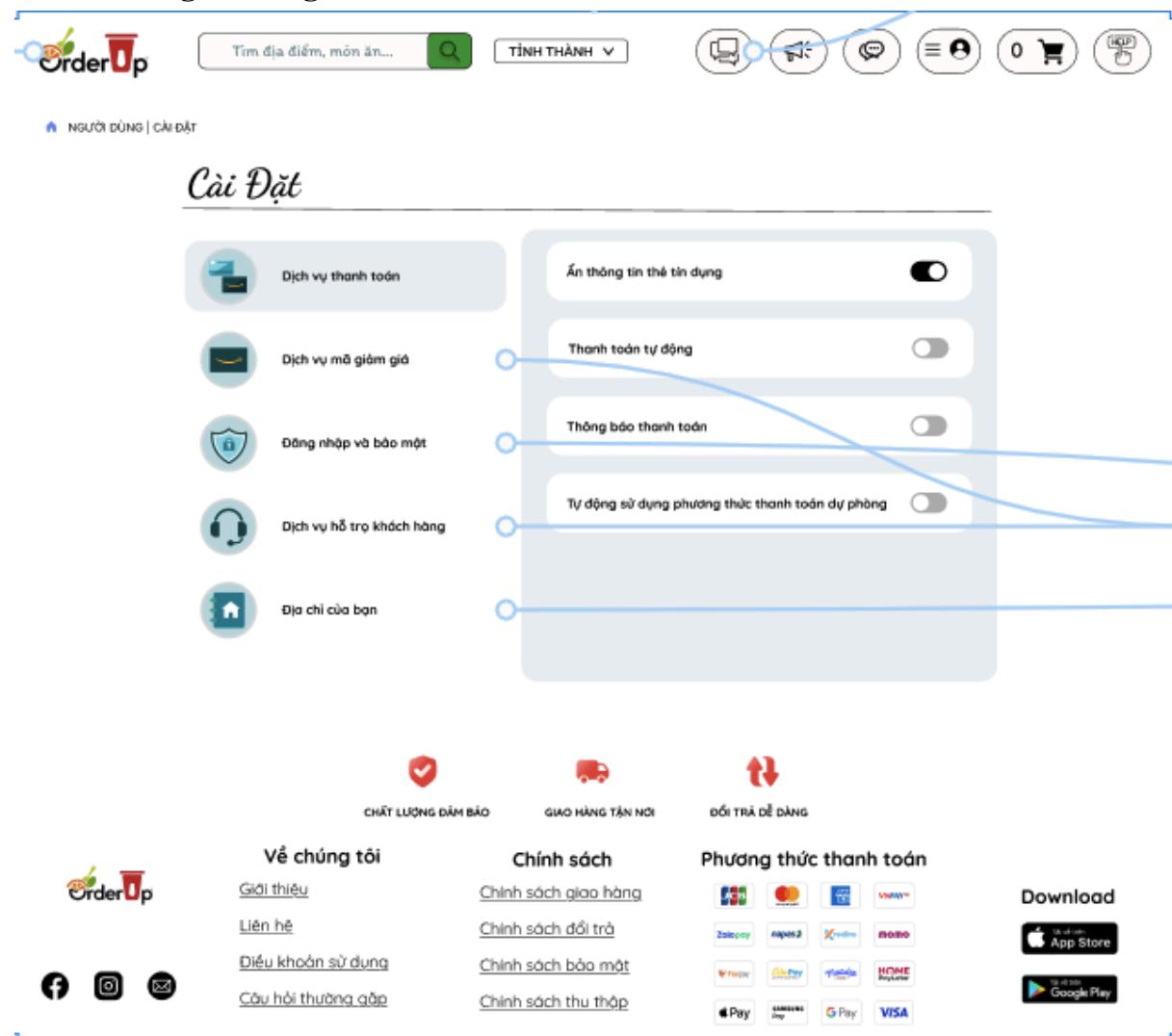


*Hình 4.54: Tương tác Profile - Đổi mật khẩu*

Người dùng muốn đổi mật khẩu tài khoản thì nhấn vào Text có nội dung Đổi mật khẩu thì hệ thống sẽ tự dẫn người dùng tới trang Đổi mật khẩu

#### 4.11 Tương tác màn hình Cài đặt

### 4.11.1 Tương tác tổng thể

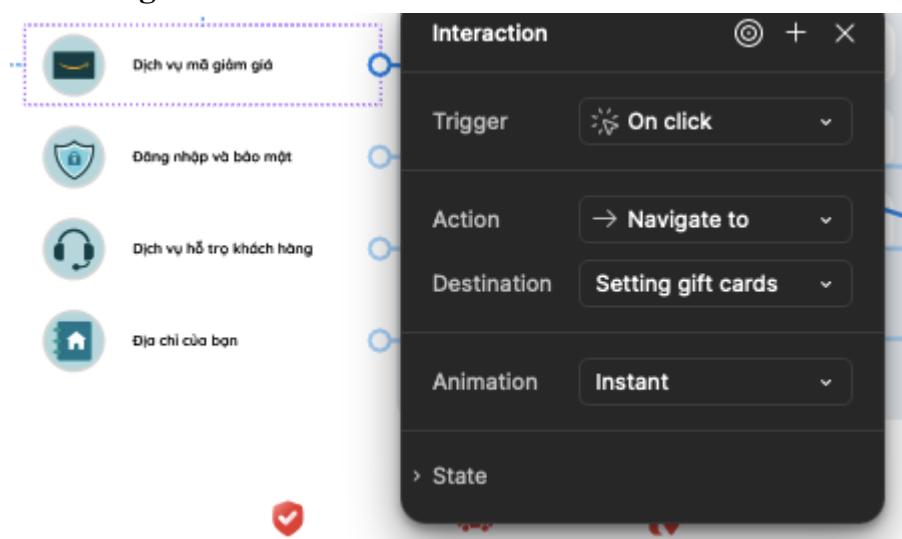


Hình 4.55: Tương tác tổng thể của Cài đặt

Cài đặt có các tương tác chính:

- Điều hướng sang các tab chức năng khác

### 4.11.2 Chi tiết tương tác

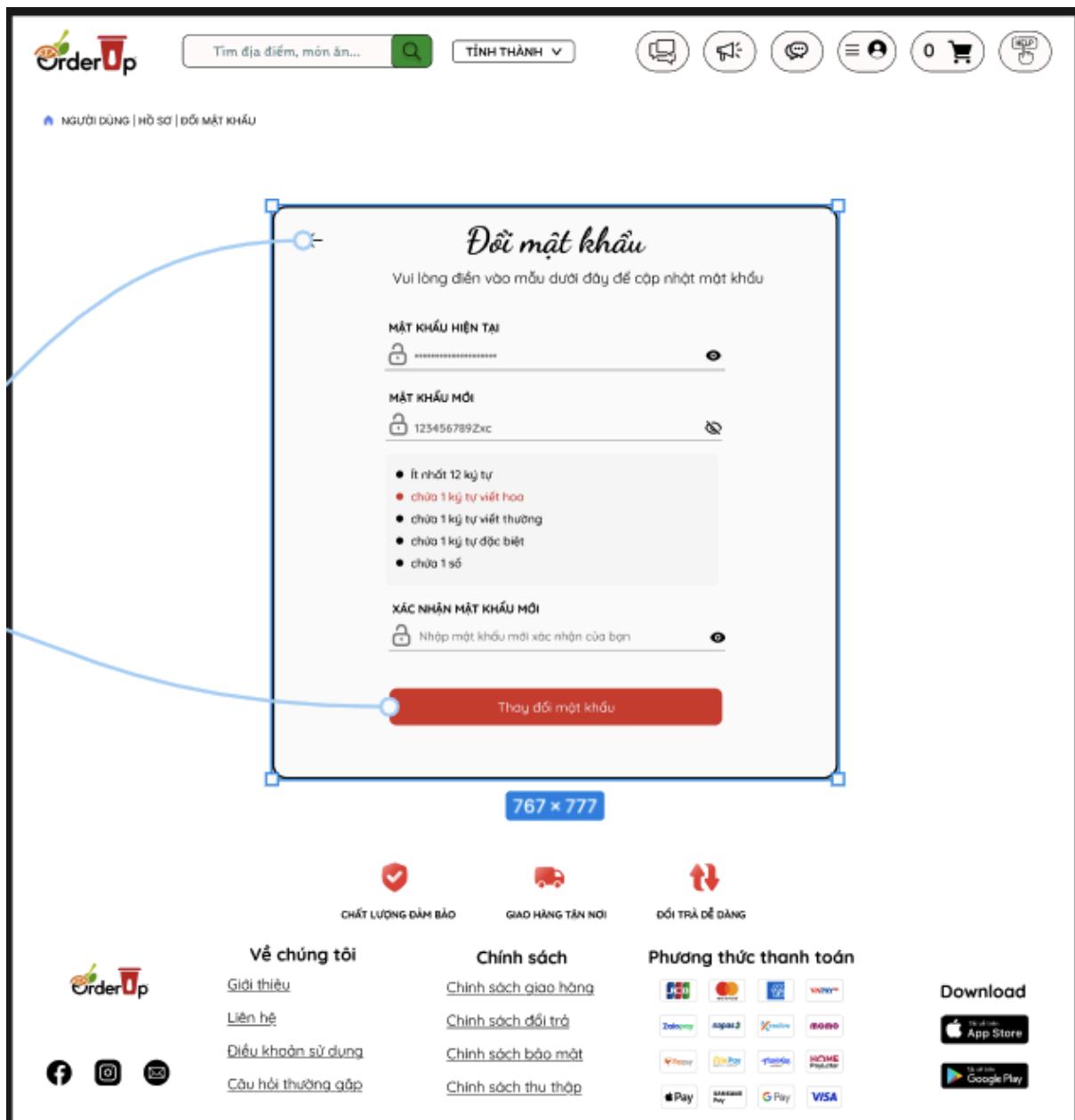


*Hình 4.56: Tương tác chuyển tab của Cài đặt*

Người dùng muốn dùng các chức năng khác của tài khoản thì có thể chuyển tab để chọn các chức năng mà người dùng muốn sử dụng hệ thống sẽ tự chuyển tab khi người dùng click vào tab bất kỳ

## 4.12 Tương tác màn hình Thay đổi mật khẩu

### 4.12.1 Tương tác tổng thể

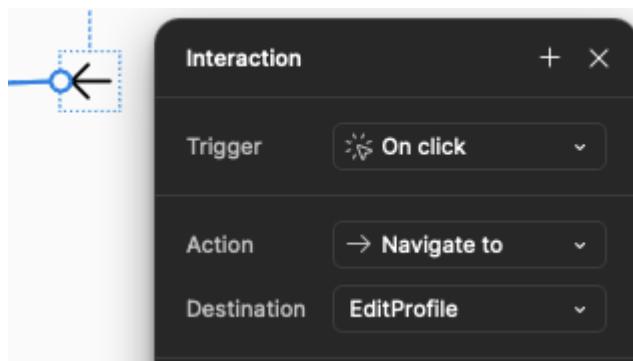


*Hình 4.57: Tương tác tổng thể của màn hình Đổi mật khẩu*

Đổi mật khẩu có các tương tác chính:

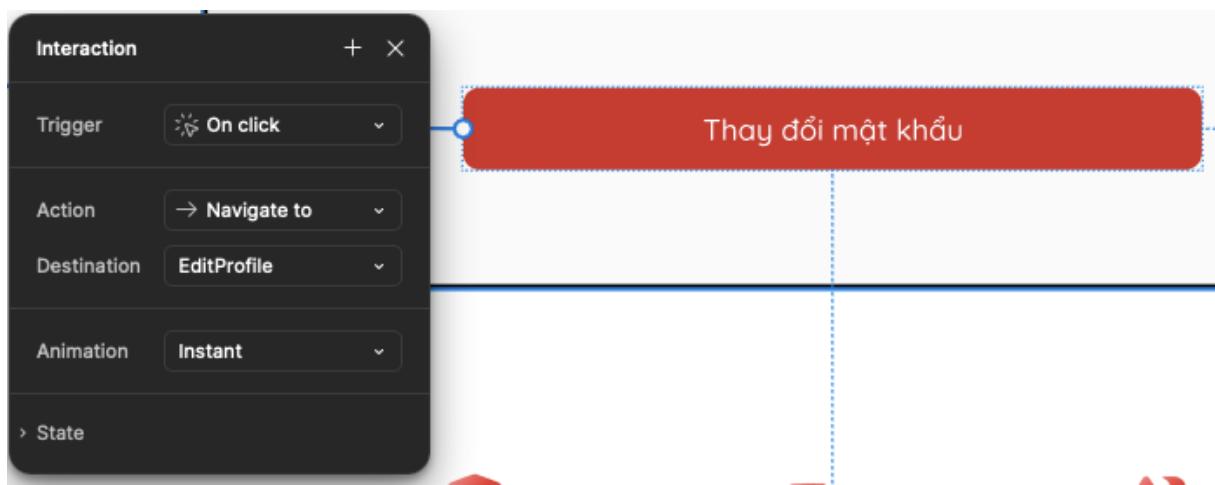
- Điều hướng trở lại trang Profile

#### 4.12.2 Chi tiết tương tác



Hình 4.58: Tương tác Đổi mật khẩu - Profile

Khi người dùng đổi ý không muốn thay đổi mật khẩu nữa thì có thể nhấn biểu tượng mũi tên và trở về trang Profile

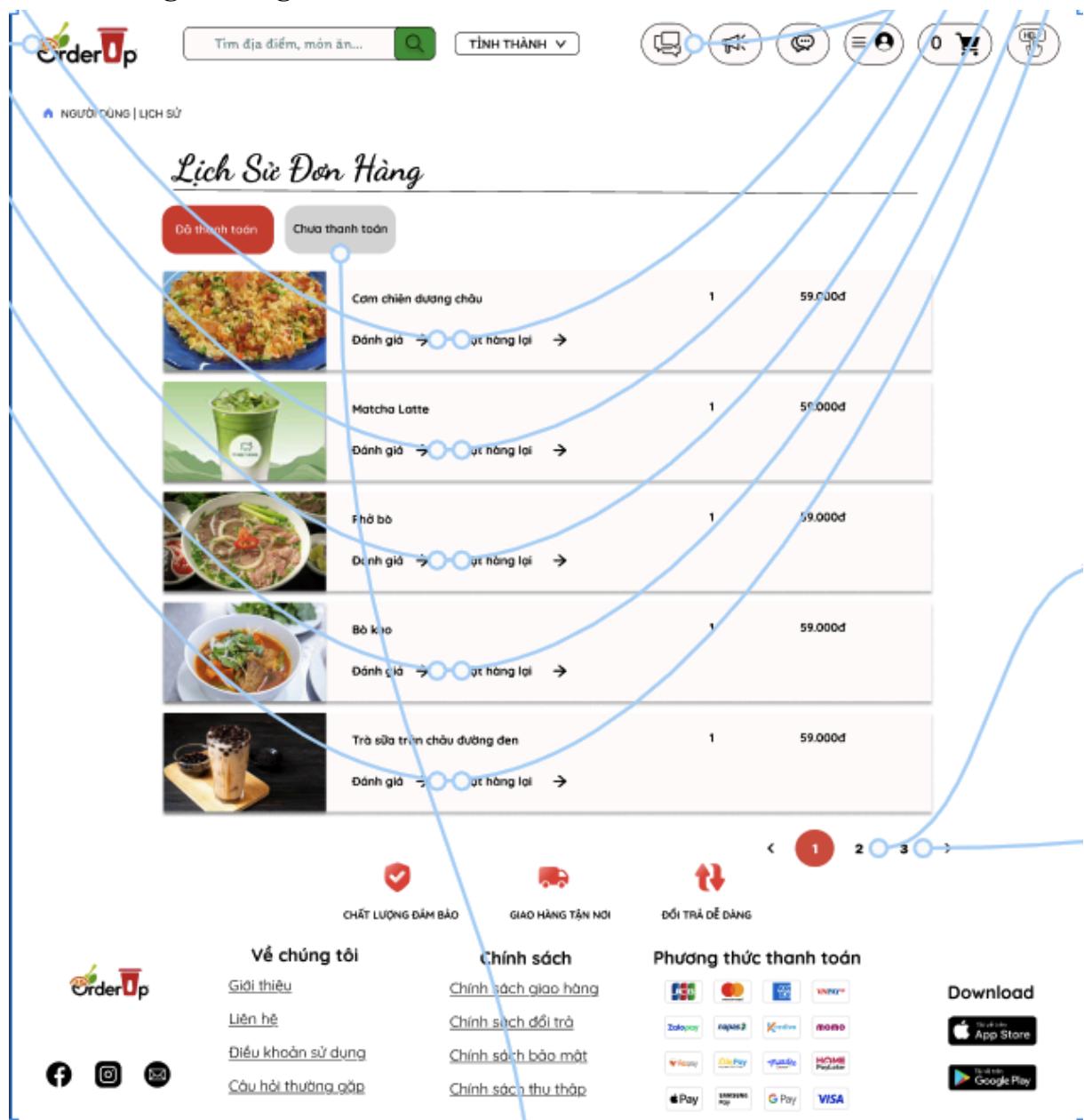


Hình 4.59: Tương tác Đổi mật khẩu thành công - Profile

Người dùng nhập đủ dữ liệu và nhấn vào button Thay đổi mật khẩu và thay đổi mật khẩu thành công thì hệ thống sẽ dẫn người dùng quay trở lại trang Profile

#### 4.13 Tương tác màn hình Lịch sử đơn hàng

### 4.13.1 Tương tác tổng thể

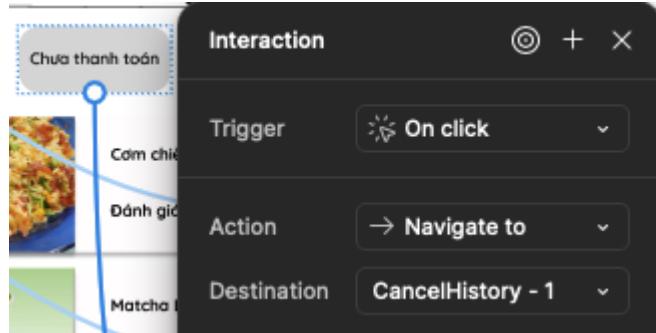


Hình 4.60: Tương tác Tổng thể của màn hình Lịch sử đơn hàng

Lịch sử đơn hàng có các tương tác chính:

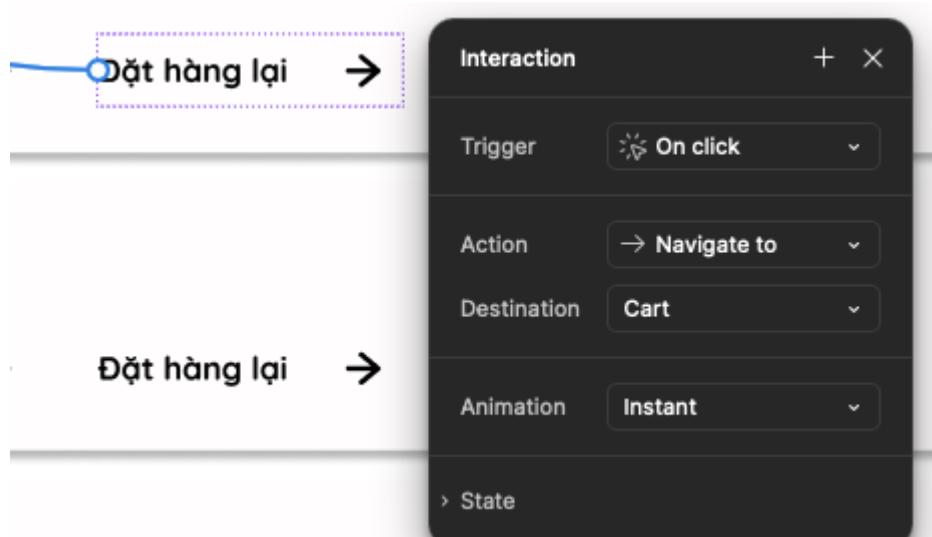
- Chuyển tab qua lại giữa danh sách các đơn hàng đã thanh toán và các đơn hàng chưa thanh toán
- Điều hướng tới màn hình chi tiết đơn hàng
- Điều hướng tới giỏ hàng nếu muốn đặt hàng lại
- Điều hướng tới trang đánh giá sản phẩm
- Điều hướng qua lại số trang của danh sách đơn hàng

#### 4.13.2 Chi tiết tương tác



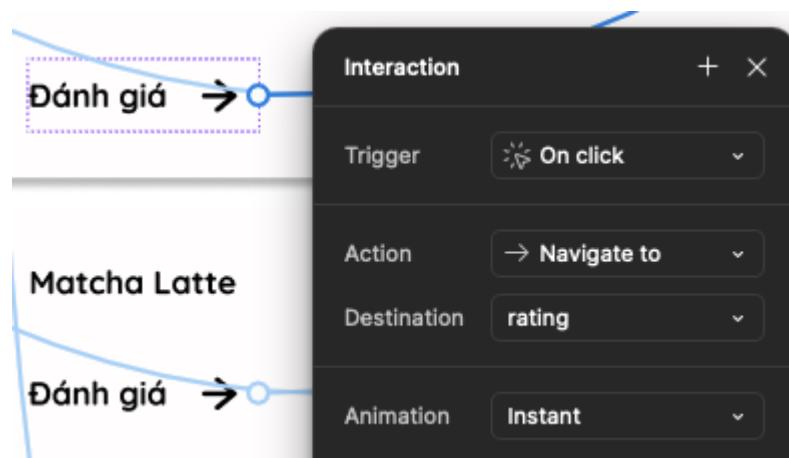
Hình 4.61: Tương tác Lịch sử đơn hàng chuyển tab chưa thanh toán

Người dùng muốn xem những đơn hàng chưa được thanh toán thì có thể chuyển tab để xem danh sách đơn hàng chưa thanh toán



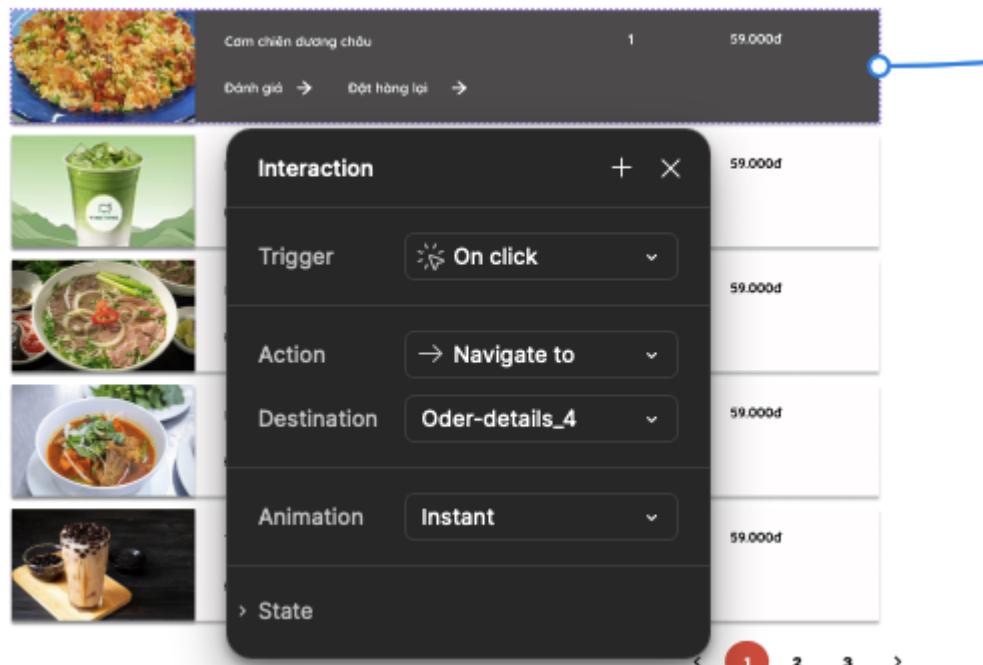
Hình 4.62: Tương tác Lịch sử đơn hàng - Cart

Người dùng click vào Đặt hàng lại của một item đơn hàng bất kỳ thì sẽ được chuyển qua trang giỏ hàng với sản phẩm đó



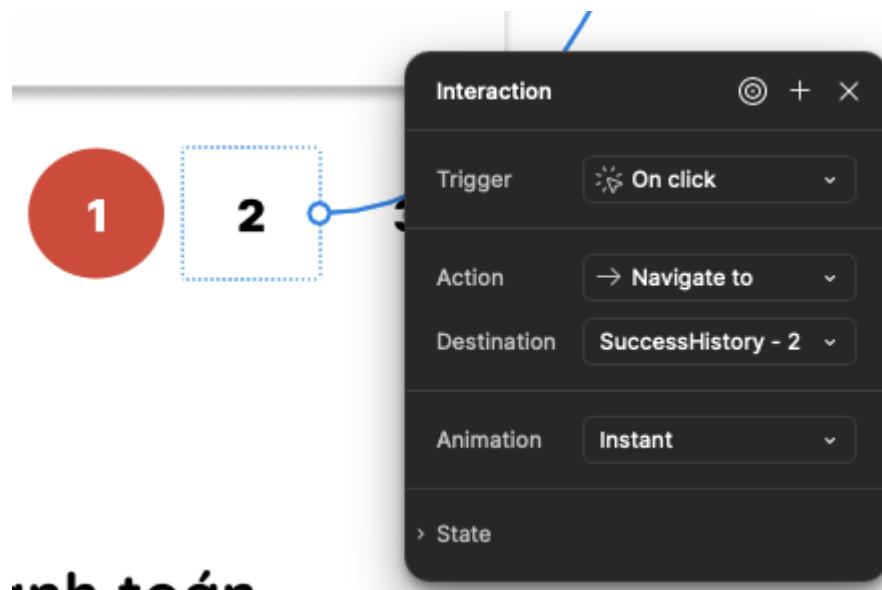
Hình 4.63: Tương tác Lịch sử đơn hàng - Rating

Người dùng muốn đánh giá đơn hàng đó thì nhấn vào Đánh giá sẽ được hệ thống chuyển sang màn hình đánh giá



Hình 4.64: Tương tác Lịch sử đơn hàng - Order Detail

Khi click 1 item đơn hàng bất kỳ thì sẽ được hệ thống dẫn đến trang chi tiết đơn hàng của đơn hàng đó sẽ gồm chi tiết các món ăn và giá cả của đơn hàng đó



Hình 4.65: Tương tác Lịch sử đơn hàng chuyển pagination

Danh sách lịch sử của người dùng dài thì sẽ được chia và chuyển sang trang 2 khi đó người dùng muốn coi những đơn hàng khác nữa thì chỉ cần click vào số 2 thì sẽ xem được danh sách các đơn hàng ở trang 2 tương tự như các trang khác

## 4.14. Tương tác Help

The screenshot shows the OrderUp website's help section. At the top, there is a navigation bar with the OrderUp logo, a search bar, a 'TÌNH THÀNH' dropdown, and several icons for messaging, notifications, and account management. Below the navigation is a large banner with a green background featuring a variety of food items like burgers, fries, and salads. The text 'Chúng Tôi Có Thể Giúp Gì Cho Bạn?' is displayed prominently. A search bar and a 'LIÊN HỆ VỚI CHÚNG TÔI TẠI ĐÂY' button are also present. To the right, there are two boxes: 'THÔNG BÁO' (containing links to ĐỒ ĂN, TÀI KHOẢN VÀ HỒ SƠ, GIAO HÀNG, TÀI CHÍNH, and DOANH NGHIỆP) and 'QUÀ TẶNG VÀ REWARDS' (containing links to GÓI HỘI VIÊN, ĂN TẠI NHÀ HÀNG, PHẢN HỒI, SỰ CỐ ỨNG DỤNG, and AN TOÀN). Below these boxes are three icons: 'CHẤT LƯỢNG ĐẢM BẢO' (with a checkmark icon), 'GIAO HÀNG TẬN NƠI' (with a delivery truck icon), and 'ĐỔI TRẢ DỄ DÀNG' (with a return icon). At the bottom, there is a footer with links to 'Về chúng tôi' (Giới thiệu, Liên hệ, Điều khoản sử dụng, Câu hỏi thường gặp), 'Chính sách' (Chính sách giao hàng, Chính sách đổi trả, Chính sách bảo mật, Chính sách thu thập), 'Phương thức thanh toán' (listing various payment methods like ATM, Momo, Zalopay, etc.), and download links for the App Store and Google Play.

Hình 4.66 : Help

This screenshot shows the OrderUp website's help section with a sidebar. The sidebar contains a 'CHÍNH SÁCH | THÔNG BÁO |' link. The main content area has two columns. The left column lists 'THÔNG BÁO' links: ĐỒ ĂN, TÀI KHOẢN VÀ HỒ SƠ, GIAO HÀNG, TÀI CHÍNH, DOANH NGHIỆP, QUÀ TẶNG VÀ REWARDS, GÓI HỘI VIÊN, ĂN TẠI NHÀ HÀNG, PHẢN HỒI, SỰ CỐ ỨNG DỤNG, and AN TOÀN. The right column lists 'THÔNG BÁO NGỪNG DỊCH VỤ VÍ ĐIỆN TỬ MOMO', 'QUY CHẾ HOẠT ĐỘNG', 'ĐIỀU KHOẢN SỬ DỤNG', 'CHÍNH SÁCH BẢO MẬT', and 'THÔNG TIN VỀ ORDER UP'. At the bottom of the sidebar, there is a note: 'Press Ctrl\ to show the Figma UI again Copy sharing link'.

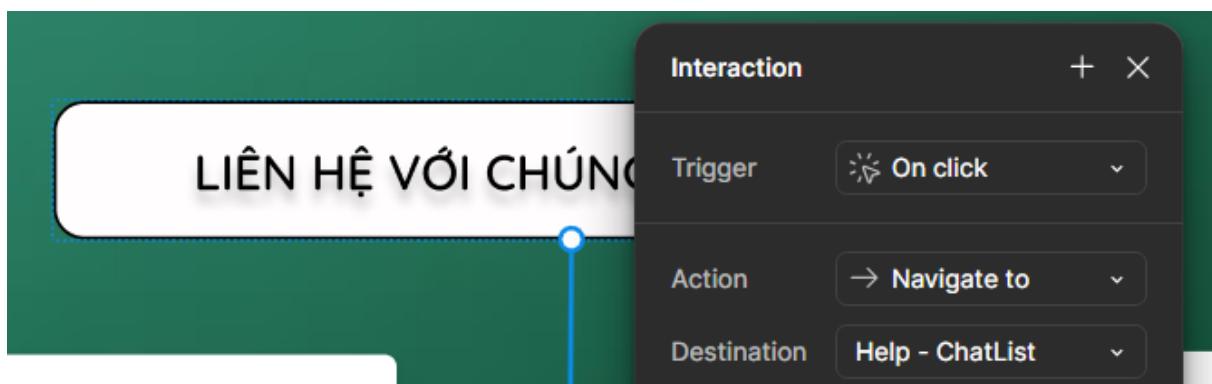
Hình 4.67: Help - Thông báo

#### 4.14.1 Tương tác tổng thể

Tương tác Help có các phần chính:

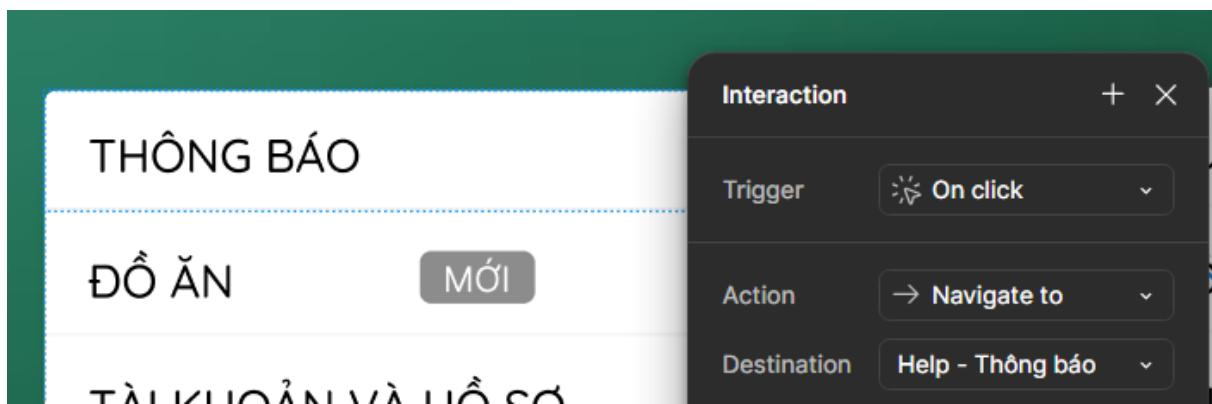
- “LIÊN HỆ VỚI...”: điều hướng sang trang Chat List.
- Danh mục hỗ trợ: điều hướng sang các trang có thông tin trợ giúp khác nhau và đổi trạng thái khi đê chuột.

#### 4.14.2 Chi tiết tương tác



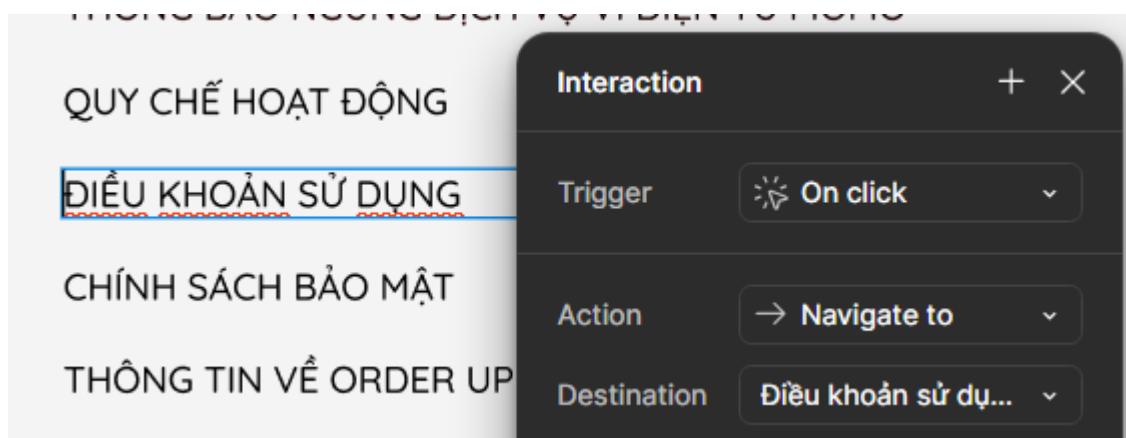
Hình 4.68: Tương tác Help - ChatList

Khi nhấn vào ô thì sẽ được điều hướng tới trang Chat List.

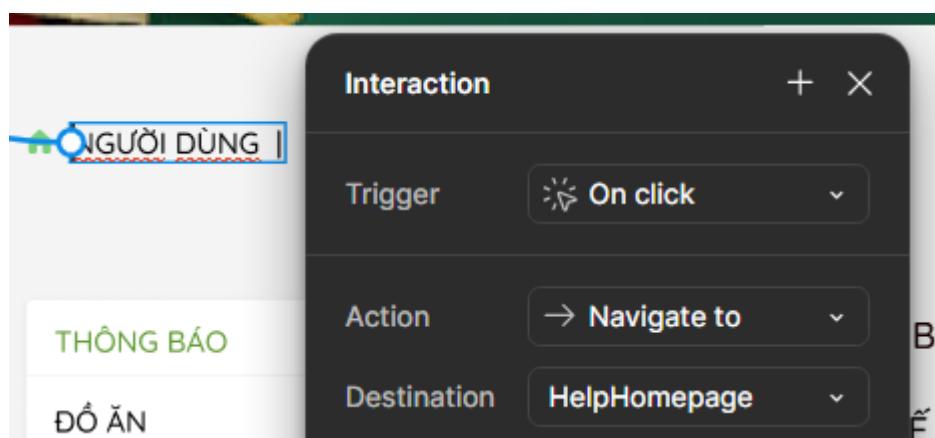


Hình 4.69: Tương tác Help - Thông báo

Khi nhấn vào danh mục thì sẽ được điều hướng tới trang chứa nội dung của danh mục đó (ví dụ THÔNG BÁO).

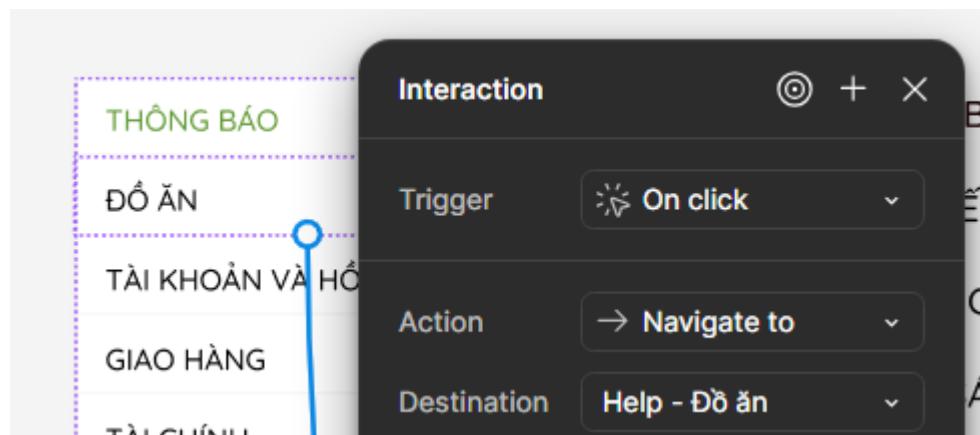


Hình 4.70: Tương tác Thông báo - Điều khoản sử dụng



Hình 4.71: Tương tác Thông báo - Help

Người dùng nhấn vào có thể quay lại trang Help đầu tiên.

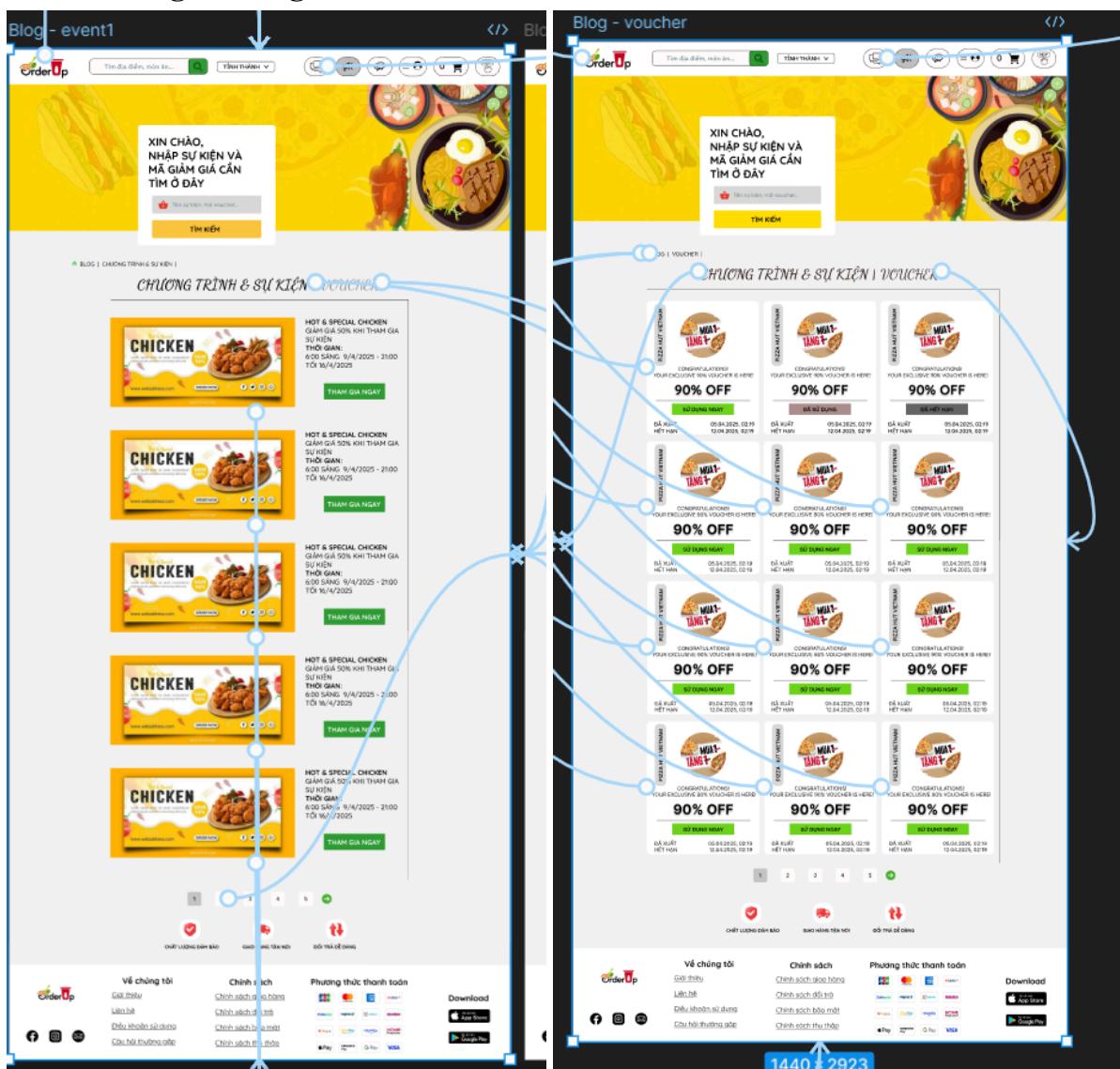


Hình 4.72: Tương tác Thông báo - Đồ ăn

Người dùng nhấn vào có thể chuyển đổi giữa nội dung các danh mục với nhau.

## 4.15 Tương tác Blog - Sự kiện/Voucher

### 4.15.1 Tương tác tổng thể



Hình 4.73: Tương tác tổng thể Blog - Sự kiện/Voucher

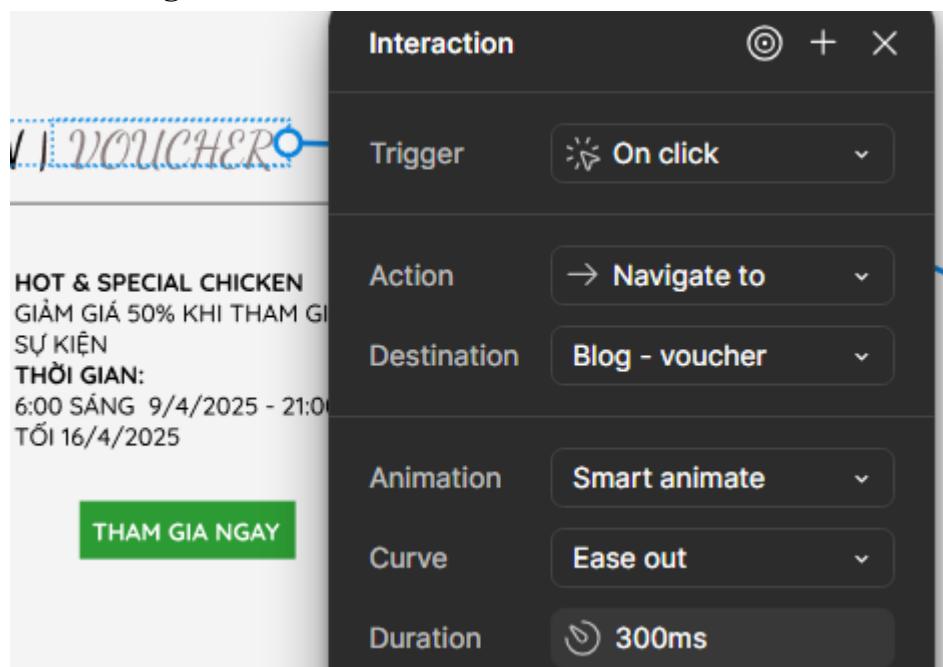
Blog - Sự kiện có các tương tác chính:

- Chuyển đổi giữa Sự kiện và Voucher.
- Điều hướng sang trang Chi tiết sự kiện.
- Điều hướng sang trang Sự kiện khác.

Blog - Voucher có các tương tác chính:

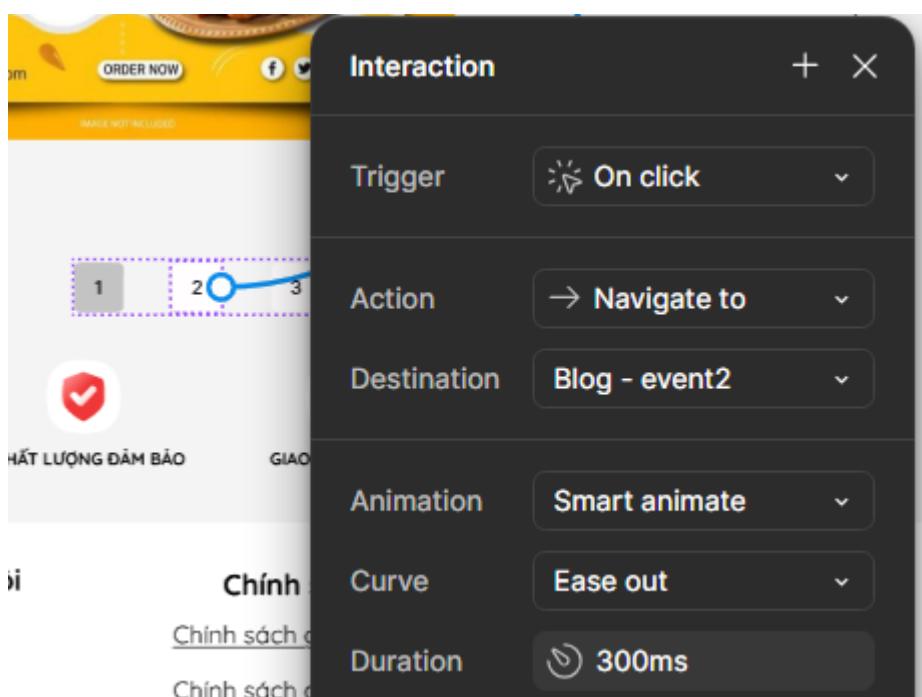
- Chuyển đổi giữa Sự kiện và Voucher.
- Điều hướng sang trang Chi tiết nhà hàng.
- Điều hướng sang trang Voucher khác.
- Quay về trang Sự kiện ban đầu.

#### 4.15.2 Chi tiết tương tác



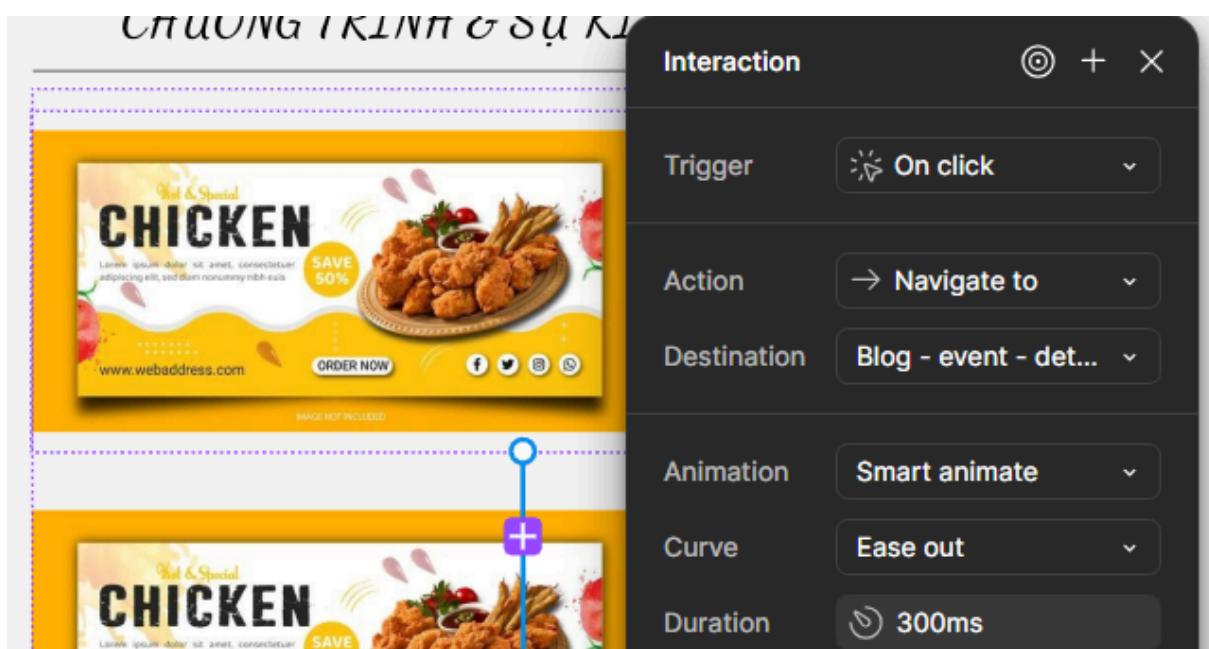
Hình 4.74: Tương tác Sự kiện - Voucher

Người dùng nhấn vào để chuyển đổi giữa Sự kiện và Voucher.



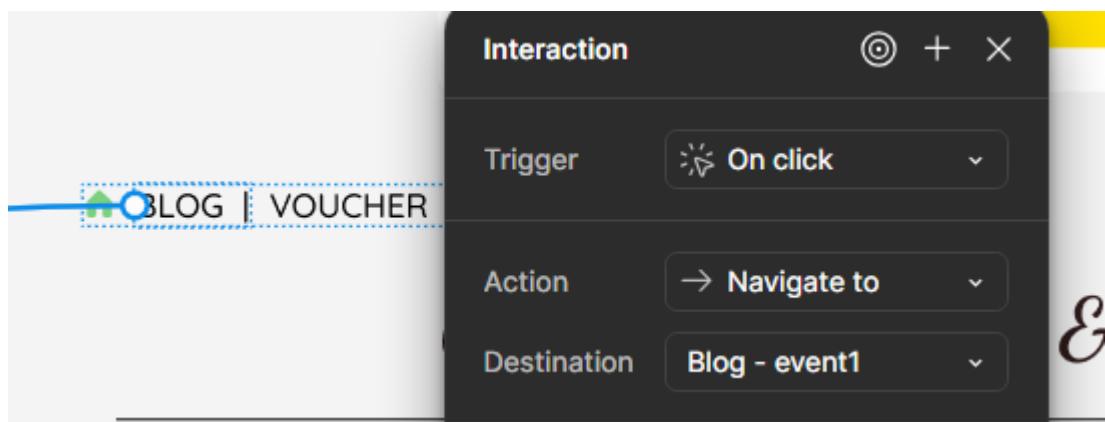
Hình 4.75: Tương tác giữa các trang Sự kiện

Người dùng nhấn vào để chọn trang Sự kiện.



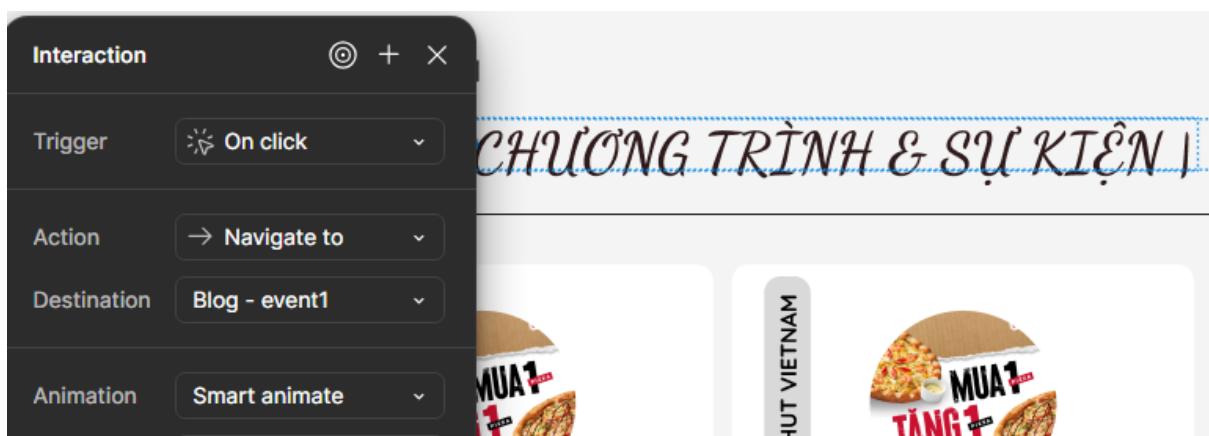
Hình 4.76: Tương tác Sự kiện - Chi tiết sự kiện

Người dùng nhấn vào banner để điều hướng sang trang chi tiết sự kiện.



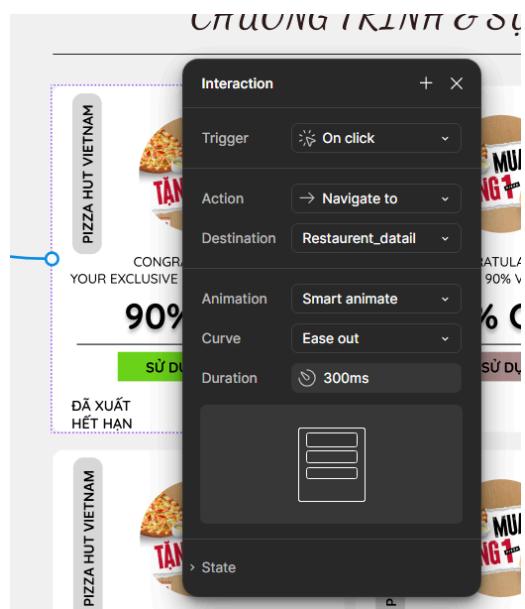
Hình 4.77: Tương tác Voucher - Sự kiện

Nhấn vào thanh điều hướng để quay về trang chủ của Blog.



Hình 4.78: Tương tác Voucher - Sự kiện

Nhấn vào để quay lại phần Sự kiện



Hình 4.79: Tương tác Voucher - Chi tiết nhà hàng

Nhấn chọn vào voucher cần sử dụng để chuyển sang nhà hàng sở hữu Voucher đó.

## 4.16 Tương tác Blog - Chi tiết sự kiện

### 4.16.1 Tương tác tổng thể

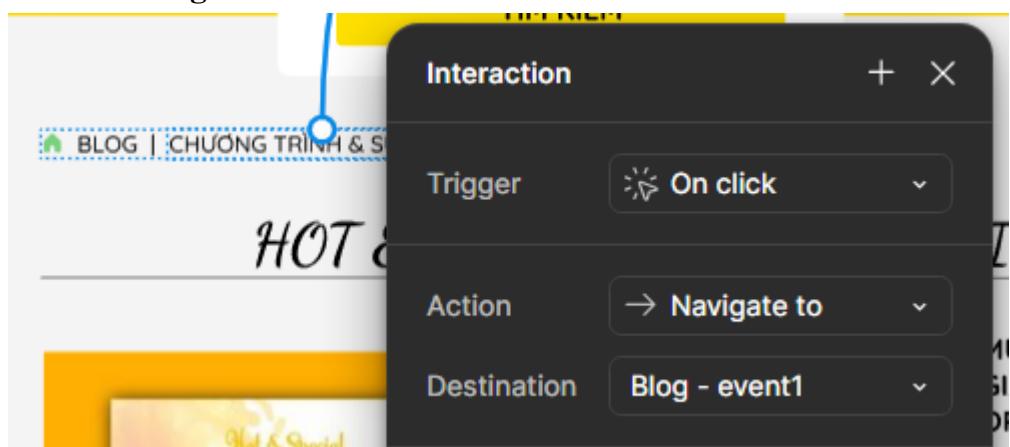


Hình 4.80: Tương tác tổng thể Blog - Chi tiết sự kiện

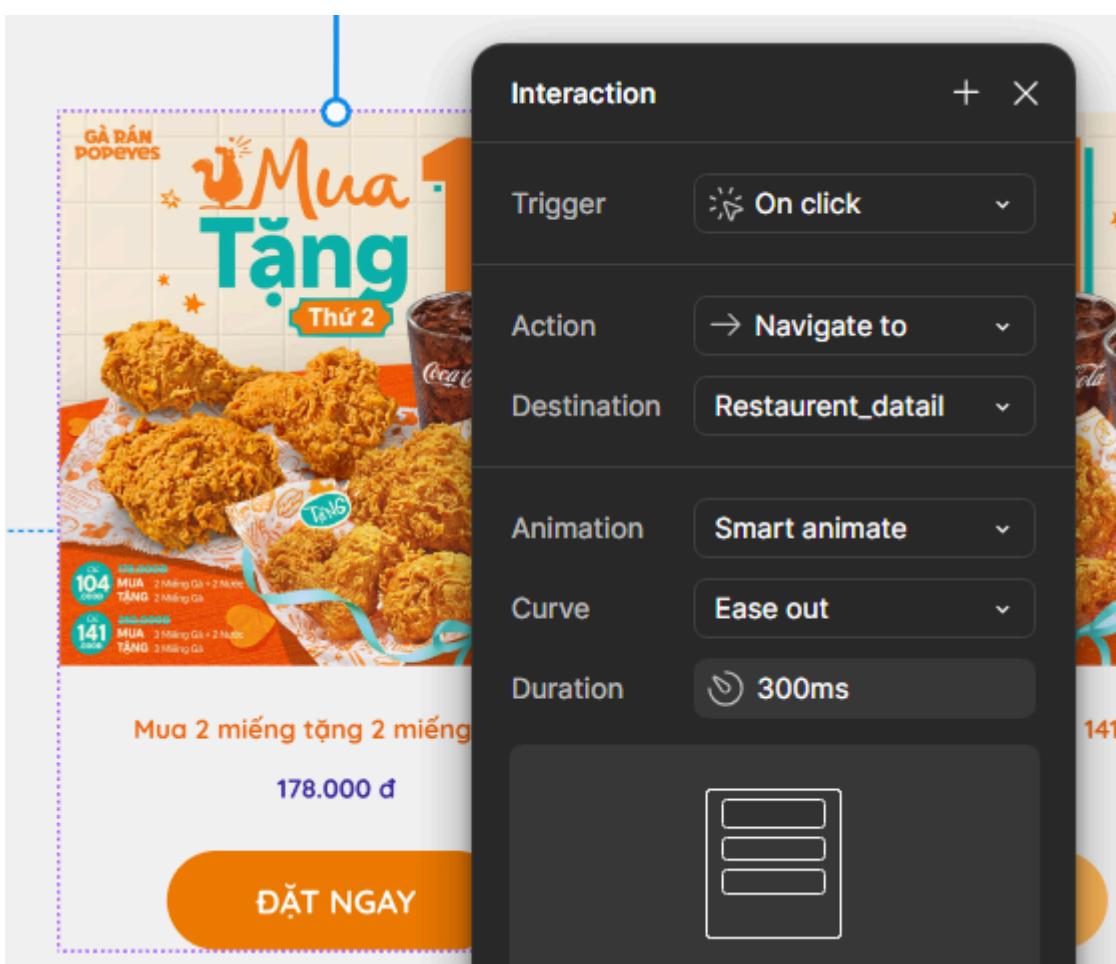
Blog - Chi tiết sự kiện có các tương tác chính:

- Thanh điều hướng: quay về Blog chính.
- “ĐẶT NGAY”: điều hướng sang trang Chi tiết nhà hàng.

#### 4.16.2 Chi tiết tương tác



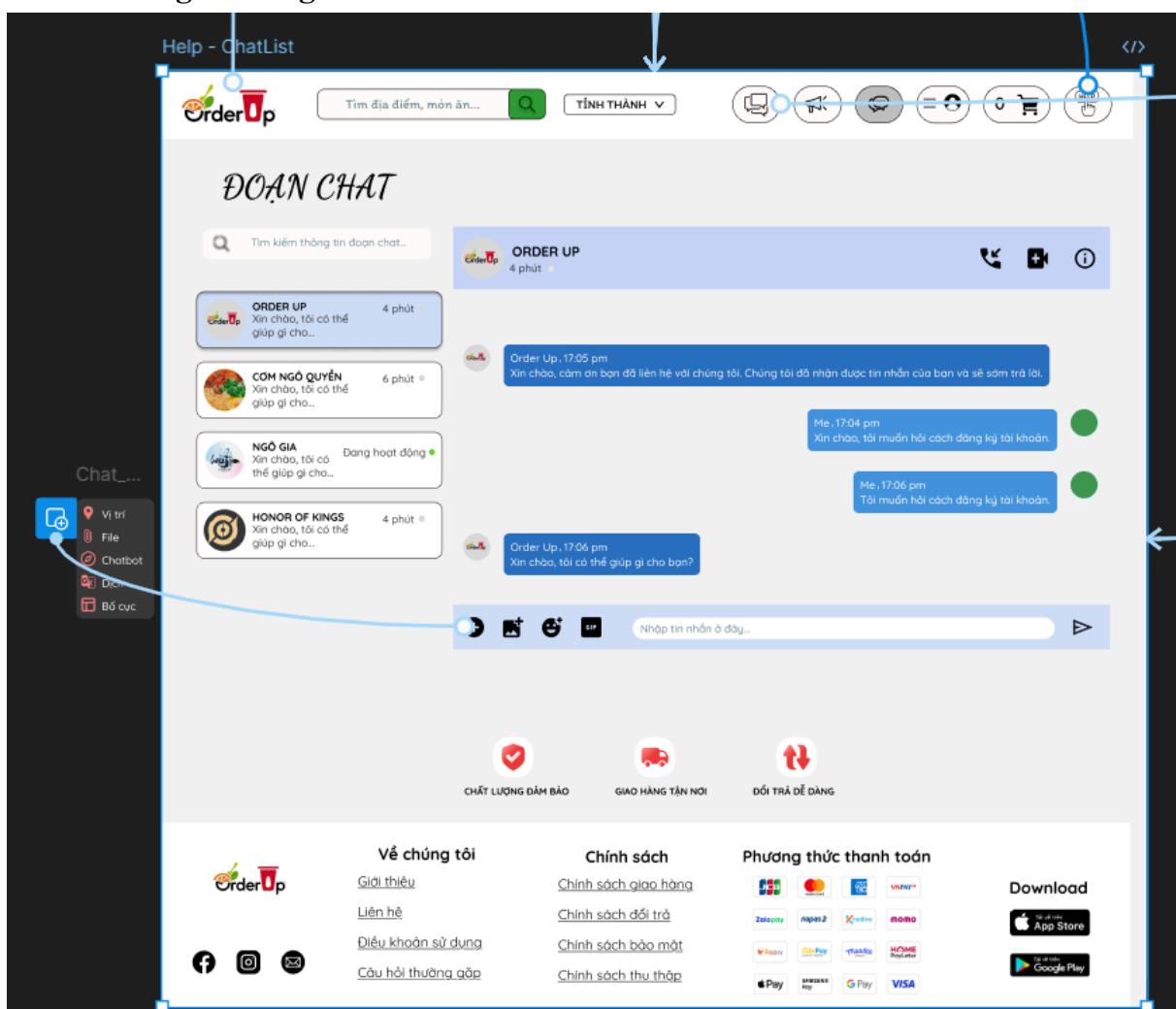
Hình 4.81: Tương tác điều hướng Chi tiết sự kiện - Blog



Hình 4.82: Tương tác điều hướng sản phẩm trong Chi tiết sự kiện - Chi tiết nhà hàng

## 4.17 Chat List

### 4.17.1 Tương tác tổng thể

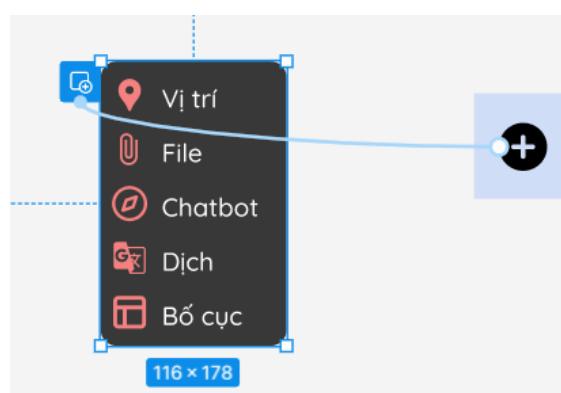


Hình 4.83: Tương tác tổng thể Chat List

Chat List có các tương tác chính:

- Trạng thái thay đổi khi để chuột vào chat list.
- Chuyển đổi giữa các box chat với nhau.
- Mở overlay tương tác bonus (vị trí, file, chat bot...).

### 4.17.2 Chi tiết tương tác

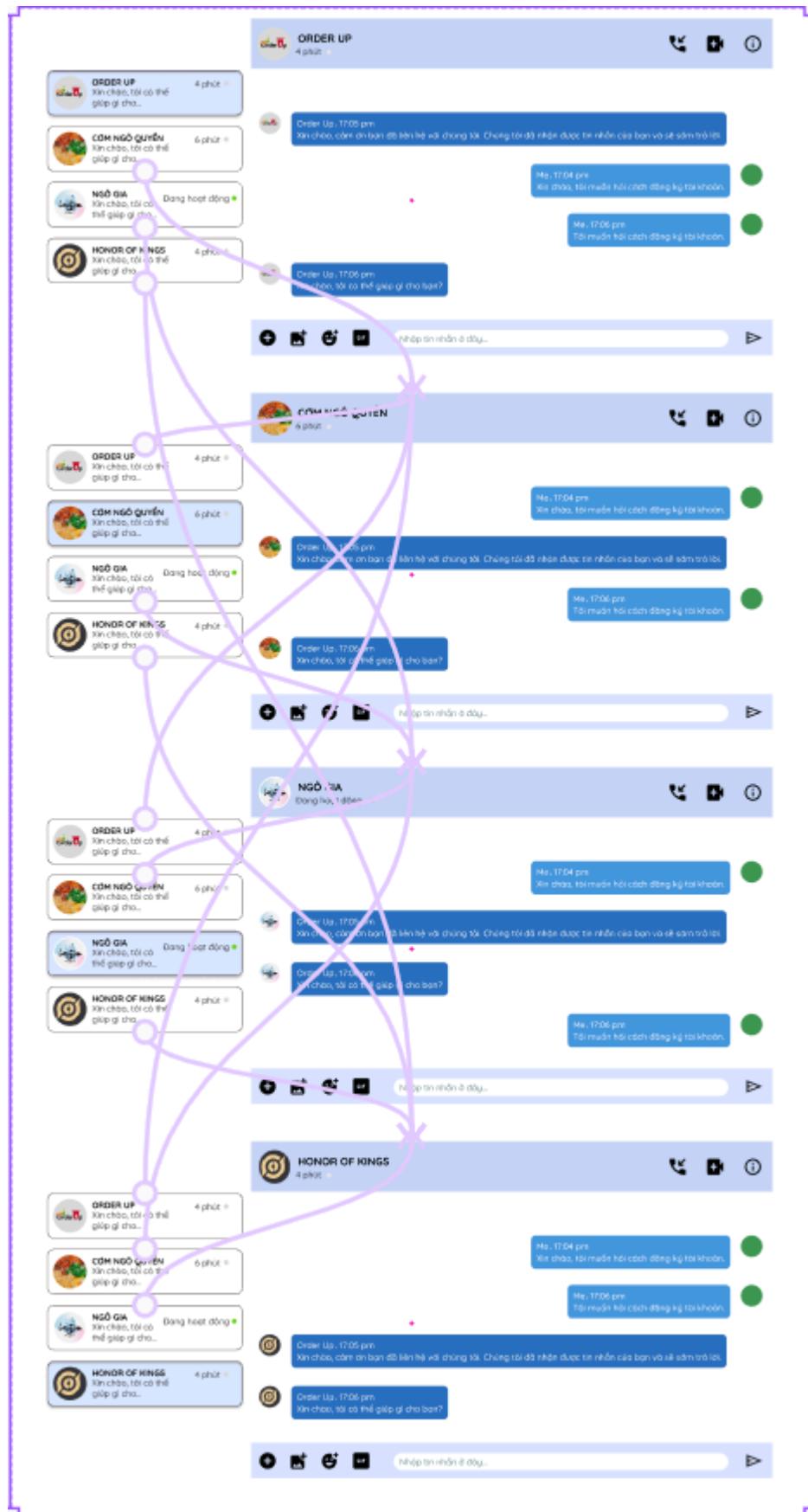


Hình 4.84: Khi nhấp vào biểu tượng dấu + thì sẽ mở overlap bonus chức năng.



Hình 4.85: Tương tác danh sách box chat

Các box chat sẽ thay đổi trạng thái khi người dùng dùng chuột vào.



Hình 4.86: Tương tác các textbox với nhau

Khi người dùng chọn box chat khác nhau thì text box cũng thay đổi sang box chat đó.

## CHƯƠNG 5: KẾT LUẬN

### 5.1 Ưu điểm

1. **Giao diện tổng thể hấp dẫn:** Phù hợp với một nền tảng đặt đồ ăn trực tuyến, sử dụng hình ảnh món ăn chất lượng cao (như trong phần Homepage và Chi tiết món ăn) để thu hút sự chú ý của khách hàng, tạo cảm giác ngon miệng và kích thích đặt hàng.
2. **Phân loại món ăn rõ ràng:** Danh mục món ăn dễ tiếp cận (ví dụ: phân loại theo loại ẩm thực, bữa ăn trong phần Homepage và Restaurant), giúp người dùng nhanh chóng tìm thấy các món ăn mong muốn, nâng cao trải nghiệm điều hướng.
3. **Chia sẻ thông tin về nhà hàng:** Phần giới thiệu về các nhà hàng đối tác (trong Chi tiết nhà hàng) cung cấp thông tin về nguồn gốc và chất lượng món ăn, tạo sự tin tưởng và kết nối với khách hàng.
4. **Tích hợp hình ảnh món ăn:** Sử dụng hình ảnh món ăn hấp dẫn (như trong Chi tiết món ăn và Restaurant Detail) giúp khách hàng dễ dàng hình dung sản phẩm, hỗ trợ quá trình ra quyết định đặt hàng.
5. **Chân trang đầy đủ thông tin:** Chân trang (Footer) chứa các thông tin quan trọng như dịch vụ khách hàng, liên hệ, điều khoản sử dụng, và mạng xã hội (được đề cập trong phần Tương tác Footer), mang lại sự thuận tiện cho người dùng.
6. **Forum:** OrderUp forum còn là không gian lý tưởng để người dùng thỏa sức bàn tán, chia sẻ và tham gia vào những cuộc thảo luận sôi nổi ngay trên website. Đây không chỉ là nơi kết nối cộng đồng yêu ẩm thực, mà còn là công cụ hỗ trợ đắc lực giúp người dùng khám phá các đánh giá chân thực về nhà hàng và món ăn, từ đó đưa ra những lựa chọn hoàn hảo cho bữa ăn của mình. Hơn thế nữa, diễn đàn chính là trái tim của một cộng đồng năng động, khuyến khích người dùng ghé thăm website thường xuyên. Với mỗi bài viết, mỗi đánh giá hay bình luận, người dùng không chỉ tìm thấy cảm hứng mà còn góp phần tăng lưu lượng truy cập và thúc đẩy doanh thu bán hàng cho OrderUp.
  - **Khuấy động Thảo luận:** Người dùng có thể chia sẻ trải nghiệm, gợi ý món ngon hay đánh giá nhà hàng, tạo nên một không gian tương tác đầy hấp dẫn.
  - **Review Đáng Tin Cậy:** Xem và đóng góp các nhận xét chi tiết, giúp mọi người dễ dàng chọn lựa dựa trên ý kiến thực tế từ cộng đồng.
  - **Tăng Tương Tác, Nâng Doanh Thu:** Một cộng đồng sôi nổi không chỉ giữ chân người dùng mà còn thu hút thêm khách hàng mới, biến mỗi lượt ghé thăm thành cơ hội đặt hàng.

### 5.2 Nhược điểm

- **Thông tin quá tập trung vào nhà hàng:** Thiết kế hiện tại có thể chú trọng nhiều vào thông tin nhà hàng (như trong Chi tiết nhà hàng) mà chưa nhấn mạnh

đủ các lợi ích trực tiếp cho khách hàng, ví dụ: thời gian giao hàng, chương trình khuyến mãi cụ thể.

- **Phông chữ và màu sắc chưa đủ nổi bật:** Mặc dù giao diện đã sử dụng màu sắc tươi sáng (theo khảo sát người dùng thích màu tươi - 65.6%), nhưng tổng thể có thể chưa đủ kích thích sự thèm ăn hoặc tạo ấn tượng mạnh, cần thêm màu nóng như đỏ, cam (theo phần Ý nghĩa màu sắc).
- **Chưa tối ưu hóa thanh điều hướng:** Menu trên cùng (Header) tuy đơn giản nhưng có thể chưa đủ trực quan để người dùng nhanh chóng tìm thấy các tính năng quan trọng như theo dõi đơn hàng (Order Detail) hay cài đặt tài khoản (Account).

### 5.3 Hướng phát triển

- **Cá nhân hóa trải nghiệm người dùng:**
  - Cung cấp gợi ý món ăn dựa trên sở thích hoặc lịch sử đặt hàng (hiện chưa có trong giao diện, nhưng phù hợp với mong muốn "đề xuất món ăn" từ khảo sát - 44.8%).
  - Thêm công cụ lọc món ăn chi tiết (ví dụ: theo nguyên liệu, giá cả) để tăng tính tiện lợi.
- **Tăng nội dung hữu ích:**
  - Đưa thêm blog hoặc hướng dẫn như "Cách chọn món ăn phù hợp" hoặc "Các món ăn theo mùa" (phát triển từ Blog - Sự kiện/Voucher hiện có), đáp ứng nhu cầu nội dung phong phú.
- **Cải thiện yếu tố thiết kế:**
  - Sử dụng màu sắc hoặc hiệu ứng bắt mắt hơn ở các phần như danh mục món ăn (Homepage) để tạo sự thu hút, ví dụ: thêm màu đỏ/cam theo sở thích người dùng từ khảo sát.
  - Tăng tính nổi bật cho các món ăn đặc biệt hoặc khuyến mãi giới hạn (như trong Checkout hoặc Cart) để khuyến khích đặt hàng.
- **Tăng khả năng thương mại:** Tích hợp các chương trình khuyến mãi định kỳ hoặc ưu đãi theo mùa (hỗ trợ tính năng chọn Voucher hiện có), đáp ứng mong muốn về ưu đãi từ khảo sát (52.1% người dùng muốn thấy chương trình ưu đãi).
- **Đa dạng hóa hình thức tiếp cận:**
  - Tối ưu hóa website cho thiết bị di động (nếu chưa hoàn thiện), đảm bảo trải nghiệm liền mạch trên mọi nền tảng.
  - Tích hợp chat hỗ trợ trực tuyến hoặc chatbot (phát triển từ Chat List hiện có) để hỗ trợ khách hàng ngay lập tức, cải thiện dịch vụ.

### Bài học nhóm em học được:

#### 1. Hiểu về giao diện người dùng và cách đáp ứng mong đợi của người dùng

- **Giao diện người dùng (UI):** Là điểm tiếp xúc giữa người dùng và hệ thống, bao gồm các yếu tố trực quan như nút bấm, menu, hình ảnh, màu sắc (như Header, Footer, Homepage của OrderUp).
- **Đáp ứng mong đợi người dùng:**

- Luôn đặt câu hỏi: Người dùng cần gì? (Ví dụ: ưu đãi, quán gần - theo khảo sát).
- Tạo giao diện rõ ràng, dễ sử dụng (như phân loại món ăn trong Homepage), giúp người dùng đặt hàng mà không cần suy nghĩ quá nhiều.
- Áp dụng khảo sát (Chương 1) và kiểm tra người dùng để điều chỉnh thiết kế.

## 2. Hiểu được thế nào là giao diện thân thiện và kém hiệu quả

- **Giao diện thân thiện:**
  - Dễ dàng điều hướng (như Header với dropdown "Tỉnh Thành").
  - Có hướng dẫn rõ ràng (như thông báo trong Help), đánh dấu bước tiếp theo.
  - Thiết kế đơn giản, trực quan, giảm “nhiều” (ví dụ: bố cục Homepage).
- **Giao diện kém hiệu quả:**
  - Quá nhiều yếu tố thừa thãi, gây rối mắt.
  - Khó tìm kiếm thông tin (như nhược điểm thanh điều hướng chưa tối ưu).
  - Không nhất quán về bố cục, màu sắc.
- **Ứng dụng thực tế:** Kiểm tra giao diện OrderUp: Người dùng có thể đặt món, thanh toán dễ dàng không?

## 3. Áp dụng các nguyên lý thiết kế

- **Tính nhất quán (Consistency):**
  - Đảm bảo nút, màu sắc, kiểu chữ đồng nhất (ví dụ: nút “Đặt ngay” trong Checkout).
  - Ví dụ: Nút “Đặt hàng” màu cam xuyên suốt các trang.
- **Ít gây bất ngờ (Minimal Surprise):** Hành động dự đoán được, như nút “Hủy đơn” có cảnh báo trước (trong Lịch sử đơn hàng).
- **Hướng dẫn người dùng (User Guidance):** Sử dụng gợi ý, thông báo (như “Nhập địa chỉ giao hàng hợp lệ” trong Checkout).
- **Ứng dụng thực tế:** Cung cấp thông báo khi nhập sai thông tin giao hàng.

## 4. Làm thế nào để tạo giao diện dễ hiểu, nhanh chóng và an toàn

- **Learnability (Dễ hiểu):** Giao diện dễ học, không cần nhiều hướng dẫn (nút “Thoát” ở góc quen thuộc).
- **Efficiency (Hiệu quả):** Giảm số bước đặt hàng, như “Thanh toán nhanh” trong Checkout.
- **Safety (An toàn):** Ngăn lỗi, như yêu cầu xác nhận trước khi hủy đơn (Lịch sử đơn hàng).
- **Ứng dụng thực tế:** Yêu cầu xác nhận trước khi hủy đơn trong OrderUp.

## 5. Phương pháp thiết kế lấy người dùng làm trung tâm (User-Centered Design - UCD)

- **Quy trình UCD:**
  - Hiểu người dùng: Nghiên cứu qua khảo sát (Chương 1).
  - Tạo nguyên mẫu: Wireframe, mockup (Chương 2).

- Kiểm tra người dùng: Thủ nghiệm và phản hồi.
- Cải tiến: Tối ưu giao diện dựa trên dữ liệu.
- **Ứng dụng thực tế:** Tạo khảo sát để hiểu nhu cầu (ưu đãi, quán gần), thử nghiệm giao diện trước khi hoàn thiện.

## 6. Ý nghĩa của phông chữ và màu sắc

- Font chữ:
  - Dùng phông dễ đọc cho nội dung chính (như trong Blog).
  - Font trang trí cho tiêu đề, slogan (như Homepage).
- Màu sắc:
  - Cam, đỏ: Kích thích thèm ăn (phù hợp OrderUp).
  - Xanh lá: Tươi mới, lành mạnh.
- **Ứng dụng thực tế:** Sử dụng tông cam, đỏ, xanh lá để tạo sự hấp dẫn cho OrderUp.

## 7. Đánh giá và cải tiến giao diện

- **Quy trình đánh giá:**
  - Xác định mục tiêu: Tăng trải nghiệm đặt đồ ăn.
  - Phân tích điểm mạnh, yếu (như 5.1 và 5.2).
  - Thủ nghiệm người dùng (A/B testing, usability testing).
  - Điều chỉnh dựa trên kết quả.
- **Ứng dụng thực tế:** Đánh giá hiệu quả của Header, màu sắc, bố cục trong OrderUp.

## 8. Làm việc nhóm và giao tiếp

- **Hợp tác với nhóm:** Giao tiếp hiệu quả (Bảng phân công - Trang 3).
- **Trình bày ý tưởng:** Giải thích thiết kế với đồng đội, khách hàng.
- **Ứng dụng thực tế:**
  - Tạo giao diện OrderUp: Áp dụng kiến thức đáp ứng yêu cầu dự án.
  - Portfolio: Sản phẩm này là dự án quan trọng trong hồ sơ năng lực.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. <https://www.figma.com/resource-library/design-basics/>
2. <https://careerviet.vn/en/talentcommunity/figma-la-gi-ung-dung-uu-diem-cach-su-dung-figma.35A520B7.html>
3. <https://topdev.vn/blog/figma-la-gi-kham-pha-nhung-tinh-nang-tuyet-voi-cua-figma/>
4. <https://www.cprime.com/resources/blog/how-to-create-your-first-ui-design-app-in-figma/>
5. <https://www.geeksforgeeks.org/figma-tutorial/>
6. <https://dorik.com/blog/how-to-use-figma-for-web-design>
7. <https://design.google/library/euphrates-dahout-material-design-figma>