**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO**

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI NGỮ - TIN HỌC TP.HCM**

**KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN**

Logo

Description automatically generated

**BÁO CÁO MÔN HỌC**

**THIẾT KẾ GIAO DIỆN**

**App Đọc và Bán Sách**

**Giảng viên: ThS. Trần Nguyễn Quỳnh Trâm**

**Sinh viên thực hiện:**

* + **Dương Công Duy – 18DH110207**
  + **Nguyễn Thanh Trường – 18DH110233**

**TP. HỒ CHÍ MINH - 2021**

LỜI CẢM ƠN

🙞🕮🙜

Đầu tiên, chúng em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến Trường Đại Học Ngoại Ngữ - Tin Học Thành Phố Hồ Chí Minh đã đưa môn học Thiết Kế Giao Diện vào Chương trình giảng dạy.

Đặc biệt, em xin gửi lời cảm ơn sâu sắc đến giảng viên bộ môn - ThS Trần Nguyễn Quỳnh Trâm đã hướng dẫn và giúp đỡ trang bị kỹ năng cơ bản cũng như là nâng cao, truyền đạt những kiến thức quý báu cho em trong suốt thời gian học tập vừa qua. Trong thời gian tham gia lớp học Thiết Kế Giao Diện của cô, chúng em đã có thêm cho mình nhiều kiến thức bổ ích, tinh thần học tập hiệu quả, nghiêm túc. Đây chắc chắn sẽ là những kiến thức quý báu, là hành trang để chúng em có thể vững bước sau này.

Qua quá trình học tập đã hiểu được phần nào về phần căn bản của thiết kế giao diện. Và cho thấy đã thấy được nhiều mẫu thiết kế đẹp và xu hướng phù hợp hiện nay.

Bộ môn Thiết Kế Giao Diện là môn học thú vị, vô cùng bổ ích và có tính thực tế cao. Đảm bảo cung cấp đủ kiến thức, nâng cao tính thẩm mỹ, gắn liền với nhu cầu thực tiễn của sinh viên. Vì kiến thức của chúng em còn hạn nên trong quá trình nghiên cứu đề tài vẫn còn nhiều sai sót. Em mong nhận được sự góp ý của cô để đề tài được hoàn thiện hơn.

MỤC LỤC

[Chương 1. HỒ SƠ DỰ ÁN................................................................................………..1](#_Toc92405752)

[1. Tên dự án: 1](#_Toc92405753)

[2. Mô tả dự án: 1](#_Toc92405754)

[3. Khách hàng mục tiêu 1](#_Toc92405755)

[4. Feature list (product requirements) 1](#_Toc92405756)

[Chương 2. LẬP KẾ HOẠCH (PLAN)……………………..………………………….2](#_Toc92405757)

[I. STRATEGIZE 2](#_Toc92405758)

[1. User Centered Business Canvas 2](#_Toc92405759)

[2. Nghiên cứu sản phẩm (đối thủ) 5](#_Toc92405760)

[a. Ưu điểm 5](#_Toc92405761)

[b. Nhược điểm 6](#_Toc92405762)

[c. Note 6](#_Toc92405763)

[3. User Personas 6](#_Toc92405764)

[II. ORGANIZE 13](#_Toc92405765)

[1. Functionality map – Quản lý hàng tồn kho 13](#_Toc92405766)

[2. Sitemap 14](#_Toc92405767)

[a. COMPANY CONTACT INFORMATION\ 14](#_Toc92405768)

[b. GENERAL 14](#_Toc92405769)

[c. PROJECT OBJECTIVE – BUSINESS GOAL 15](#_Toc92405770)

[d. USER NEEDS 17](#_Toc92405771)

[e. PERCEPTION AND DESIGN 18](#_Toc92405772)

[f. FUNCTIONALITY, CONTENT 19](#_Toc92405773)

[III. THIẾT KẾ LUỒNG(FLOWS) 20](#_Toc92405774)

[3. User Flow – Đặt sách 23](#_Toc92405775)

[4. StoryBoarding 24](#_Toc92405776)

[5. Task Flow- Sản phẩm 24](#_Toc92405777)

[Chương 3. NGHIÊN CỨU NGƯỜI DÙNG (DISCOVER.………………………....25](#_Toc92405778)

[I. USER INTERVIEW 25](#_Toc92405779)

[1. Interview script 25](#_Toc92405780)

[2. Discussion question 25](#_Toc92405781)

[II. OBSERVATION 26](#_Toc92405782)

[1. Direct observation: 26](#_Toc92405783)

[2. Unobtrusive observation: 27](#_Toc92405784)

[III. MEASURE & ANALYZE 27](#_Toc92405785)

[IV. CARD SORTING 28](#_Toc92405786)

[1. Account 28](#_Toc92405787)

[2. Về chúng tôi 28](#_Toc92405788)

[3. Xem lịch sử 28](#_Toc92405789)

[4. Sách hay 28](#_Toc92405790)

[5. Chat với admin 28](#_Toc92405791)

[6. Bản tin 28](#_Toc92405792)

[7. Đặt sách 28](#_Toc92405793)

[V. UX SURVEY 28](#_Toc92405794)

[Chương 4. PHÁC THẢO WIREFRAME (EXPLORER&DEFINE)……..……… 31](#_Toc92405795)

[I. CÁC LUỒNG WIREFRAME 31](#_Toc92405796)

[II. BẢNG STYLE GUIDE 34](#_Toc92405797)

[III. BẢNG MOODBOARD 35](#_Toc92405798)

[Chương 5. THIẾT KẾ MẪU TƯƠNG TÁC (PROTOTYPE)……...…….………. 36](#_Toc92405799)

[I. GIAO DIỆN CHÍNH 36](#_Toc92405800)

[II. Luồng đọc sách và xem tất cả thông tin 36](#_Toc92405801)

[III. Luồng mua sách 40](#_Toc92405802)

[KẾT LUẬn…………………………………………..……………………………..….…44](#_Toc92405803)

[TÀI LIỆU THAM KHẢO……………………………………………………..….……..45](#_Toc92405804)

**DANH SÁCH BẢNG**

[Bảng 1. Nghiên cứu chiến lược 5](#_Toc91885519)

[Bảng 2. UserPersona 1 8](#_Toc91885520)

[Bảng 3. UserPersona 2 10](#_Toc91885521)

[Bảng 4. UserPersona 3 12](#_Toc91885522)

[Bảng 5. Mô hình AARRR 13](#_Toc91885523)

[Bảng 6. Journey Map 22](#_Toc91885524)

[Bảng 7. User Stories 23](#_Toc91885525)

[Bảng 8**:** MEASURE & ANALYZE 28](#_Toc91885526)

**DANH SÁCH HÌNH**

[Hình 1. Functionality Map 13](#_Toc92411818)

[Hình 2. Site Map 14](#_Toc92411819)

[Hình 3. UserFlow 23](#_Toc92411820)

[Hình 4. StoryBoarding 24](#_Toc92411821)

[Hình 5. TaskFlow 24](#_Toc92411822)

[Hình 6. Onboarding Hình 7. Onboarding 2 Hình 8. Onboarding 3 31](#_Toc92411823)

[Hình 9. Onboarding 4 Hình 10. Đăng ký Hình 11. Đăng nhập 31](#_Toc92411824)

[Hình 12. Home Hình 13. Search Focus Hình 14. Search Filter 32](#_Toc92411825)

[Hình 15. Đọc sách Hình 16. Địa chỉ Hình 17. Lịch sử TT 32](#_Toc92411826)

[Hình 18. Product Hình 19. Product Detail Hình 20. Thể loại 32](#_Toc92411827)

[Hình 21. Giỏ hàng Hình 22. Xác nhận Hình 23. Side Menu 33](#_Toc92411828)

[Hình 24.Account Hình 25. Về chúng tôi Hình 26. Xin cảm ơn 33](#_Toc92411829)

[Hình 27. Chat với Admin 33](#_Toc92411830)

[Hình 28. Icon 34](#_Toc92411831)

[Hình 29. MoodBoard 1 35](#_Toc92411832)

[Hình 30. Giao diện 36](#_Toc92411833)

[Hình 31. Onboarding Hình 32. Onboarding 2 Hình 33. Onboarding 3 37](#_Toc92411834)

[Hình 34. Onboarding 4 Hình 35. Đăng ký Hình 36. Đăng nhập 37](#_Toc92411835)

[Hình 37. Home Hình 38. Tìm kiếm Hình 39. KQ TK 38](#_Toc92411836)

[Hình 40. Filter Hình 41. Side Menu Hình 42. Thể loại 38](#_Toc92411837)

[Hình 43. Account Hình 44. Về chúng tôi Hình 45. Sách trắng Hình 46. Sách đen 39](#_Toc92411838)

[Hình 47. Onboarding Hình 48. Onboarding 2 Hình 49. Onboarding 3 41](#_Toc92411839)

[Hình 50. Onboarding 4 Hình 51. Đăng ký Hình 52. Đăng nhập 41](#_Toc92411840)

[Hình 53. Home Hình 54. Tìm kiếm Hình 55. Kết quả 42](#_Toc92411841)

[Hình 56. Product Hình 57. Địa chỉ Hình 58. Cập nhật PD 42](#_Toc92411842)

[Hình 59. PD Detail Hình 60. Giỏ hàng Hình 61. Cập nhật giỏ hàng 43](#_Toc92411843)

[Hình 62. Xác nhận Hình 63. Cảm ơn Hình 64. Chat với Admin 43](#_Toc92411844)

# HỒ SƠ DỰ ÁN

1. **Tên dự án:**

RalphBook

1. **Mô tả dự án:**

William Barclay đã từng nói: "Có hai ngày quan trọng nhất trong cuộc đời của một người một là ngày chúng ta được sinh ra, hai là khi chúng ta xác định được mục tiêu và nhận thức được mục đích sự xuất hiện của mình trên cuộc đời này". Vậy mục tiêu của bạn là gì? Trái ngược với những gì chúng ta thường nói, một mục tiêu không phải là công việc hay sự nghiệp bạn đang làm, mà nó là mong muốn, sự thôi thúc muốn làm điều có ý nghĩa nhất trong cuộc đời bạn. Nhận thức được giá trị đó, chúng tôi RalphBook sẽ đồng hành cùng bạn để tìm ra giải pháp và con đường ngắn hướng tới giá trị đích thực trong cuộc đời của chính bạn.

1. **Khách hàng mục tiêu**

* ***Software Trainers:*** Project này dành cho tất cả mọi người đang cố gắng tìm hiểu và mong muốn tìm ra được giá trị đích thực của bản thân. Với ralphBook cung cấp cho bạn những cuốn sách mang giá trị đích thực, khả năng nhận thức, định hướng, hạnh phúc tự thân
* User có thể đọc online hoặc mua trực tiếp sách trên nền tảng, giao diện ưu nhìn và dễ sử dụng. Project này sẽ mở rộng phạm vi tiếp cận đến khách hàng thông qua tích hợp với nền tảng tồn tại (youtube, facebook, LikeIn) và các thị trường thương mại điện tử (amazone, shopee, lazada, tiki …)

1. **Feature list (product requirements)**

* Dễ dàng sử dụng | Review sản phẩm
* Mẫu mã sách đa dạng | Xây dựng dụng cụ trực quan và sản phẩm mẫu.
* Ví dụ || giá | đọc | mua sách
* Xác nhận đơn hàng | thanh toán | vận chuyển

- Có thể xem đánh giá sản phẩm | Phân tích nhu cầu khách hàng.

# LẬP KẾ HOẠCH (PLAN)

1. STRATEGIZE
2. User Centered Business Canvas

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **PROBLEMS**, **NEEDS**  **-** Không có thời gian đến cửa hàng  - Ngại giao tiếp.  - Không có thời gian để tìm hiểu loại sách đúng chủ đề mình mong muốn.  - Sản phẩm không chất lượng.  - Sản phẩm không tin cậy, chính hãng  - Mức độ uy tín của cửa hàng  - Tiết kiệm thời gian mua.  - Gian hàng tiện ích  - Mua được mọi lúc mọi nơi.  - Mua được nhiều sách trong cùng một lúc | **USERS**  - Mọi lứa tuổi, mọi user mong muốn sở hữu vốn kiến thức cao cả để phát triển bản thân hoặc dùng sách để làm một món quà ý nghĩa. - Có các thiết bị kết nối được internet  - Có nhu cầu tìm hiểu thông tin và tra cứu sản phẩm | **USER** **FEARS**  - Chất lượng về độ mới của sách không như mong đợi(ít)  - Không tìm được một chủ đề đáng để quan tâm và tìm hiểu.  - Trang web không uy tín, lừa đảo.  - Thái độ nhân viên với user.  - Phí vận chuyển và thời gian vận chuyển  - Bị đánh cắp thông tin khi mua hàng. | **SOLUTION**  - Đăng kí làm member của trang web.  - Áp dụng các chương trình ưu đãi.  - Đặt hàng mọi lúc mọi nơi.  - Có thể hủy hóa đơn khi xác nhận.  - Xóa tất cả sản phẩm trong giỏ hàng.  - Thuật toán lưu trữ thông minh  - Đa ngôn ngữ  - Chức năng đa dạng, danh mục rõ ràng, dễ sử dụng.  - Cung cấp description trước từng loại sách, cho khách hàng tham khảo.  - Bảo mật thông tin khách hàng.  - Chuyên viên tư vấn, hỗ trợ khách hàng. | **ACQUISITION CHANNELS**  - SocialNetwork: facebook, zalo, instagram, LikeIn, 10times, Pinteres, Twitter…  - E-Commerce: Shopee, Lazada, Tiki, thegioididong, Sendo, fptshop…  - Hỗ trợ trên các trình duyệt Windows, MacOS, Linux cũng như trên các trình duyệt mobile IOS, Android… |
| **EXISTING** **SOLUTIONS**  - Social Network: Facebook, Instagram, Twitter, …  - E-Commerce: Amazon, Ebay, Shopee… | **EARLY** **ADOPTERS**  - Ứng dụng dành cho tất cả mọi người có nhu cầu sử dụng sách: Học tập, làm việc, tham khảo sách, gỡ bỏ mọi thắc mắc, dùng làm quà tặng hoặc thậm trí để trưng bày…  - Dành cho mọi người không có thời gian đến cửa hàng trực tiếp | **USER** **GOALS**  - Giá cả phù hợp với chất lượng sản phẩm.  - Được áp dụng các chương trình khuyến mãi cũng như phí vận chuyển.  - Tìm kiếm và tham khảo được các chủ đề mà mình mong muốn.  - CSKH tận tình.  - Chất lượng sản phẩm đi kèm với dịch vụ được tối ưu. | **VALUE PROPOSITION**  - Theo dõi, cập nhật thông tin các các chương trình khuyến mãi: Voucher, FreeShipExtra, Discount,  - Tham gia event được tặng sách miễn phí. | **REVENUE SOURCES**  - App được download, Sản phẩm bán chạy nhất.  - Sẽ tiếp cận được nhiều người dùng hơn từ việc tổ chức event, chia sẻ rộng rãi.  - Mức độ trung thành của khách hàng.  - Đối tác hợp tác quảng cáo  - Cập nhật thường xuyên các xu hướng đọc sách. |
| **METRICS**  - Số lượt download app  - Số lượt quan tâm, theo dõi  - Số lượt bình luận  - Đăng kí lên thành viên vip để sử dụng nhiều ưu đã.  - Sử dụng thường xuyên và lâu dài  - Tạo đánh giá về chất lượng của app từ khách hàng và đối tác, để cải tiến và nâng cao. |

Bảng 1. Nghiên cứu chiến lược

1. Nghiên cứu sản phẩm (đối thủ)
   1. Ưu điểm

* Mục tiêu của **Vinabook** là luôn mở rộng thị trường sách trực tuyến cùng với đà phát triển của công nghệ thông tin. Để thực hiện mục tiêu đó, **Vinabook** đã có những nhận thức đúng đắn về vai trò của nguồn nhân lực trong xây dựng và phát triển kinh doanh. **Vinabook** đã và đang không ngừng hoàn thiện hơn nữa môi trường làm việc với các trang thiết bị hiện đại, cung cách làm việc hiệu quả để ngày càng hoàn thiện việc phục vụ khách hàng.
* Dịch vụ **Vinabook**:
* Đặt hàng trực tuyến, giao hàng tận nơi
* Sách trước khi giao được bao bọc cẩn thận trong thùng giấy hoặc túi giấy, lịch sự và bảo vệ môi trường
* Đội ngũ giao hàng trong thành phố thân thiện, tận tâm
* Sẵn sàng giao đến mọi miền đất nước thông qua dịch vụ giao hàng của Bưu Chính Việt Nam
* Chuyển sách đi nước ngoài thông qua dịch vụ chuyển phát nhanh DHL hoặc chuyển phát bằng máy bay.
* Nhiều hình thức thanh toán tiện lợi, trả trước bằng thẻ trực tuyến hoặc thu tiền tận nơi
* Phong cách Vinabook:
* Phục vụ khách hàng tốt nhất, nhanh nhất, chu đáo nhất và tiết kiệm nhất. **Vinabook** là Nhà sách, vì vậy Dịch vụ của **Vinabook** hướng đến và hiểu những quý khách hàng là những người đọc sách.
* Hiện nay, **Vinabook** là nhà sách trên mạng có số lượng đầu sách lớn nhất với hơn 60,000 tựa sách và đều cập nhật mới mỗi ngày.
  1. Nhược điểm
* VinaBook chỉ tập trung vào bán sách là chủ yếu và chưa có chi tiết cụ thể đánh giá chất lượng sản phẩm, giao diện khó sử dụng.
  1. Note
* Mục tiêu hướng đến của **RalphBook** liên quan chủ yếu đến trải nghiệm người dùng, điểm mạnh mà dự án **RalphBook** này của chúng em chính là nhịn nhận và thấu hiểu về khách hàng song song với việc mua bán**RalphBook** còn được sử dụng như một công cụ đọc sách online cũng như là review cụ thể. Ngoài doanh thu từ việc mua bán, thì còn doanh thu từ việc hợp tác quảng cáo với các ngành dịch vụ khác.

1. User Personas

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **-PERSONA NAME**   * Kim Jisoo   **-TITLE**   * CEO * Lạc quan, yêu đời * Sức khỏe ổn định * Thích trải nghiệm * Có mục tiêu cụ thể   **-SHORT DESCRIPTION**   * Đọc tài liệu, sách. * Đam mê trải nghiệm * Quan tâm sức khỏe | **PROBLEMS**   * Ít di chuyển, không đến được cửa hàng. | **NEEDS**   * Chuyên viên tư vấn tận tâm. * Những cuốn sách liên quan đến sức khỏe, doanh nghiệp, quản lí con người… * Web uy tín chất lượng cao | **GOALS**   * Mong muốn tìm được những mẫu mã chất lượng * Bảo mật thông tin khách hàng |
| **DEMOGRAPHICS**   * Lạc quan, yêu đời * Luôn có được hạnh phúc tự thân. * Luôn có những mục tiêu định hướng cụ thể rõ ràng và đặc biệt là quan tâm sức khỏe | **CONTEXT**   * Dùng được các nền tảng xã hội | **FEARS**   * Chất lượng web kém * Không bảo mật thông tin khách hàng và không áp dụng các công nghệ chuyển đổi số * Không có được sự khác biệt * Thái độ làm việc không chuyên nghiệp |

Bảng 2. UserPersona 1

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **-PERSONA NAME**   * La Lisa   **- TITLE**   * Sinh viên * Kỹ tính * Gọn gàng * Thời trang * Tự tin   **SHORT DESCRIPTION**   * Sinh viên năng động * Đam mê việc học * Du lịch * Đọc sách | **PROBLEMS**   * Không có thời gian đến cửa hàng * Chưa xác định được mục tiêu cụ thể với đam mê * Còn mất tập trung * Giao tiếp kém | **NEEDS**   * Đội ngũ tư vấn nhiệt tình * Trang web uy tín chất lượng * Web áp dụng nhiều ưu đãi * Mẫu mã đa dạng và chất lượng sách | **GOALS**   * Tìm được sách mong đợi. * Giá cả rõ ràng, phải chăng. * Được áp dụng các ưu đãi * Nhân viên tư vấn lựa chọn sách phù hợp |
| **DEMOGRAPHICS**   * Sinh viên vừa học vừa làm thu nhập ổn định. * Ham học hỏi * Thích trải nghiệm | **CONTEXT**   * Connect tốt với các nền tảng xã hội cũng như các trang TMĐT. * Giá cả hợp túi tiền. * Giao hàng 24/7 | **FEARS**   * Web lừa đảo * Không được hỗ trợ nhiệt tình. * Phí vận chuyển và thời gian nhận được sản phẩm lâu * Giao hàng không đúng. |

Bảng 3. UserPersona 2

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **-PERSONA NAME:**   * Kim Jennie   **- TITLE:**   * Software Engineer * Kỹ tính * Độc thân * Tự tin * Hòa đồng * Vui tính | **PROBLEMS**   * Bận rộn không có thời gian mua hàng trực tiếp. | **NEEDS**   * Tìm sách liên quan đến lĩnh vực của mình, cũng như sự khác biệt trong xã hội, kinh doanh, đầu tư và giao tiếp… * Những trang ứng dụng bán sách uy tín. * Áp dụng nhiều ưu đãi với khách hàng. * Mẫu mã đa dạng | **GOALS**   * Tìm kiếm được sản phẩm đang cần. * Hiển thị đầy đủ thông tin giá cả, mẫu mã… * Được áp dụng ưu đãi cũng như event. * Chuyên viên tư vấn tận tình * Bảo mật thông tin khách hàng |
| **- SHORT DESCRIPTION**   * Đam mê đọc sách và học hỏi kinh nghiệm. * Bận rộn * Có trách nhiệm | **DEMOGRAPHICS**   * Software Engineer thu nhập ổn định * Thích trải nghiệm * Luôn tập trung cao độ trong công việc. * Sẽ đặt ra mục tiêu mới khi đã đạt được mục tiêu đã định. * Luôn thay đổi và làm mới bản thân * Thích du lịch | **CONTEXT**   * Mọi lúc mọi nơi, đa phương tiện. * Giao hàng chất lượng và 24/7 * Mua sách là không màng giá cả miễn sách chất lượng. | **FEARS**   * Thái độ làm việc của nhân viên đối với khách hàng. * Giao không đúng hàng, lừa đảo * Không đáp ứng được nhu cầu loại sách mà tôi cần. * App không bảo mật. |

Bảng 4. UserPersona 3

1. Mô hình AARRR

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Step | Action | Description | Metric | Value |
| Acquisition | Vào app | Người dùng đến từ nhiều kênh khác nhau đến ứng dụng | 100% | 100 000 |
| Đăng ký | Người dùng thực hiện hành động đầu tiên của họ và đăng ký vào ứng dụng | 15% | 15 000 |
| Activation | Đăng nhập | Người dùng đã xác nhận email của họ và đăng ký vào ứng dụng | 80% | 19 000 |
| Tải app | Người dùng tải ứng dụng | 70% | 7 300 |
| Retention | Sử dụng hàng tuần | Người dùng đăng nhập 3 lần trong 1 tuần | 80% | 2 760 |
| Sử dụng hàng tháng | Người dùng duy trì thời gian lâu nhất trong suốt 4 tuần | 20% | 3 345 |
| Revenue | Chọn một sản phẩm | Người dùng chọn sản phẩm và thêm chi tiết thanh toán | 20% | 2 985 |
| Thanh toán | Tiền thanh toán của khách hàng | 100% | 39 000 |
| Referral | Chia sẻ với bạn bè | Người dùng chia sẻ mã code cho bạn bè | 30% | 1 304 |

Bảng 5. Mô hình AARRR

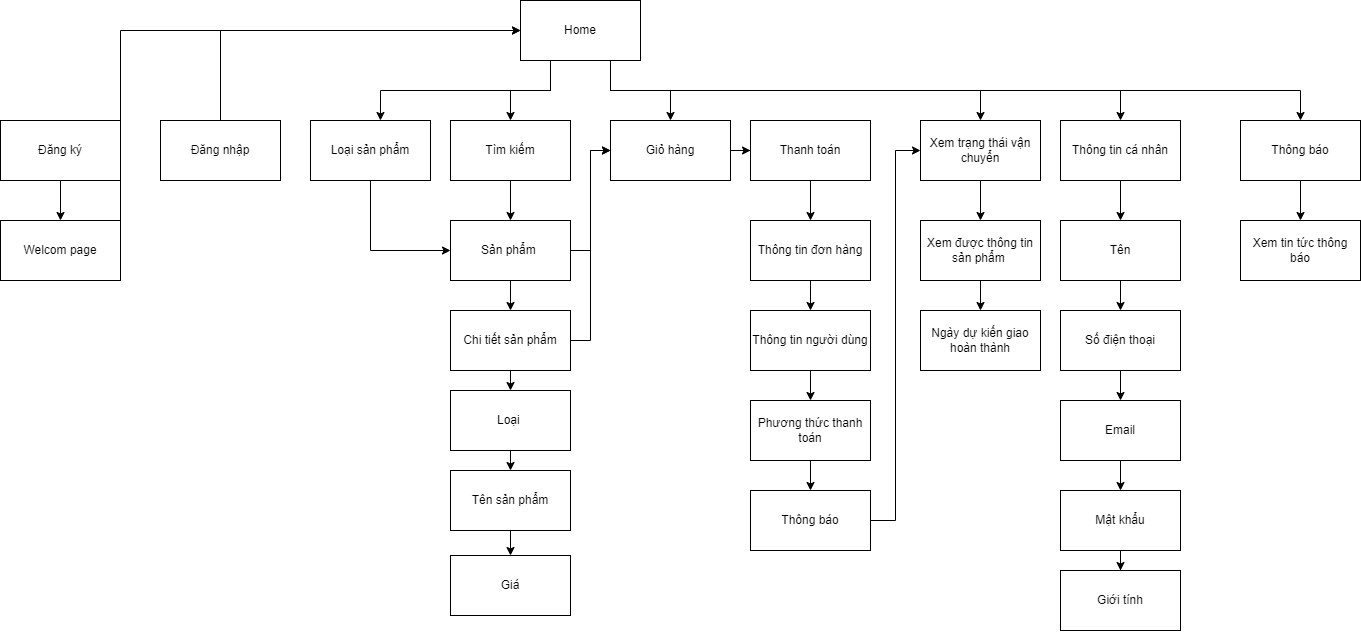
1. ORGANIZE
2. **Functionality map – Quản lý hàng tồn kho**

A picture containing text, computer

Description automatically generated

*Hình 1. Functionality Map*

1. Sitemap



Hình 2. Site Map

1. Design Brief

RalphBook

* 1. COMPANY CONTACT INFORMATION\
     + Tên công ty chính thức: RalphBook
     + Địa chỉ công ty đầy đủ:545/5 Điện Biên Phủ, phường 11, Quận 10
     + Liên hệ chính cho dự án (tên và tiêu đề):RALPH PROJECT
     + Người ra quyết định cuối cùng cho dự án: Nguyễn Thanh Trường
     + Điện thoại: 0123456789
     + Email: binnt0083@gmail.com
  2. GENERAL
* Bạn có ngân sách dành cho dự án này không? Nếu vậy, phạm vi của bạn là gì?
  + Tôi có ngân sách
  + Trước hết là local và từng bước tiến đến global
  + Sẽ hoạt động, phạm vi rộng rãi
* Dòng thời gian cho dự án là gì?
  + 2-3 tháng
* Thời hạn cho dự án là gì? Các yếu tố xung quanh thời hạn này là gì?
  + Sau 3 tháng nếu không hoàn thành sẽ chịu trách nhiệm về quy định trong hợp đồng đã đề cập.
  1. PROJECT OBJECTIVE – BUSINESS GOAL

1. Hãy mô tả mục tiêu chính cho dự án này.

* Giới thiệu và tiếp cận được khách hàng rộng rãi trên mọi lứa tuổi. Mở rộng quy mô kinh doanh và tiếp cận nhiều đến E-commerce, mang đến giá trị cho công ty.

2. Có thông điệp cụ thể nào bạn muốn truyền tải tới khán giả của mình với dự án mới này không?

* Nếu bạn không phải là một người bó buộc trong suy nghĩ bởi những kiến thức của mình thì xin chúc mừng bạn, thế giới bao la rộng lớn-con người thật nhỏ bé.
* Khi bạn đang đọc một cuốn sách chính là bạn đang trò chuyện với chính tác giả của cuốn sách đấy hãy tận dụng cơ hội cũng như mở mang kiến thức với những người có tư duy vượt bật.
* Sách chính là bạn, mỗi cuốn sách dù ít hay nhiều cũng mang đến một giá trị nhất định cho bạn đọc.

3. Hãy liệt kê bất kỳ mục tiêu phụ (nếu có).

4. Mục tiêu chung của bạn là gì (ví dụ: tăng doanh số, thay đổi hình ảnh công ty, tiếp cận thị trường mới)?

* Mang đến giá trị cho xã hội
* Tăng doanh thu
* Tiếp cận thị trường E-commerce

5. Làm thế nào để công ty khác biệt với các đối thủ cạnh tranh?

* Tạo ra giá trị khác biệt cho công ty bằng cách:
  + Đa dạng hóa sản phẩm
  + Event
  + Luôn Update
  + Hợp tác
  + Dịch vụ
  + Ưu đãi
  + Review chi tiết…
  + Luôn quan tâm đánh giá của khách hàng

6. Những lý do chính tại sao khách hàng chọn công ty của bạn?

* Dịch vụ
* Review sản phẩm
* Ưu đãi
* Mức giá hấp dẫn cho từng mẫu sách
* Luôn quan tâm đánh giá của khách hàng

7. Công ty có những mục tiêu nào trong kinh doanh?

* Phải mang đến giá trị nhất định cho công ty trong từng thời điểm chuyển đổi số và phải mang đến giá trị khác biệt không trùng lắp.

8. Dự án đem lại lợi nhuận bằng cách nào?

* Online:
  + SocialNetwork: facebook, tiktok, zalo, instagram…
  + E-commerce: Shopee, Lazada, Tiki, thegioididong, Sendo, fptshop…
  + Website hỗ trợ trên các trình duyệt web Windows, MacOS, Linux cũng như các trình duyệt mobile IOS, Android…
  + Quảng cáo bằng web catalog cũng như SNS trên các nền tảng social
* Offline:
  + Từ các cửa hàng trực tiếp
  + Quảng cáo bằng print catalog
* Nguồn thu từ sỉ, lẻ và nhận quảng cáo trên trang web của công ty.
  1. USER NEEDS

1. Đối tượng mục tiêu của bạn là ai (ví dụ: nam và nữ 18 - 50, thu nhập trung bình, dân tộc)?

* Không giới hạn độ tuổi, ai cũng có thể mua sách tùy vào từng thể loại mà khách hàng hướng đến.

1. Bạn cảm thấy gì là ba nhu cầu quan trọng nhất của đối tượng mục tiêu của bạn vì nó liên quan đến doanh nghiệp của bạn (ví dụ: mua sản phẩm, dịch vụ chăm sóc khách hàng, vv)?

* Thái độ
* Ưu đãi
* Tiện lợi

1. Những users có những đặc tính, thông tin nào?

* Chúng tôi áp dụng cho mọi đối tượng, mọi tính cách.
* Mọi lứa tuổi, mọi user mong muốn sở hữu vốn kiến thức cao cả để phát triển bản thân hoặc dùng sách để làm một món quà ý nghĩa.
  + Không có thời gian đến cửa hàng
  + Ngại giao tiếp.
  + Không có thời gian để tìm hiểu loại sách đúng chủ đề mình mong muốn.
  + Sản phẩm không chất lượng.
  + Sản phẩm không tin cậy, chính hãng
  + Mức độ uy tín của cửa hàng
  + Tiết kiệm thời gian mua.
  + Gian hàng tiện ích
  + Mua được mọi lúc mọi nơi.
  + Mua được nhiều sách trong cùng một lúc

1. Users cần những gì, có những nhu cầu nào, và có mục đích gì?

* Có các thiết bị kết nối được internet
* Có nhu cầu tìm hiểu thông tin và tra cứu sản phẩm
* Giá cả phù hợp với chất lượng sản phẩm.
* Được áp dụng các chương trình khuyến mãi cũng như phí vận chuyển.
* Tìm kiếm và tham khảo được các chủ đề mà mình mong muốn.
* CSKH tận tình.
* Chất lượng sản phẩm đi kèm với dịch vụ được tối ưu.
* Tìm sách liên quan đến lĩnh vực của mình, cũng như sự khác biệt trong xã hội, kinh doanh và giao tiếp…
* Những trang web bán sách uy tín.
* Có description ở mỗi sách…
* Web áp dụng nhiều ưu đãi với khách hàng.
* Mẫu mã đa dạng
* Web uy tín
  1. PERCEPTION AND DESIGN

1. Sử dụng ba tính từ để mô tả cách người dùng nên cảm nhận trang web mới. (ví dụ: bảo thủ, tiến bộ, thân thiện, trang trọng, giản dị, nghiêm túc, hoạt bát, hài hước, chuyên nghiệp)

* Chuyên nghiệp, tiến bộ, nghiêm túc

2. Bạn cảm thấy điều gì là thách thức lớn nhất trong việc đưa hình ảnh này đến với khách hàng?

* Không tạo ra được tầm quan trọng thực sự của sách đến với mọi người

3. Mô tả bất kỳ yếu tố hoặc phong cách trực quan nào có thể được sử dụng từ các tài liệu tiếp thị hiện có hoặc tài sản thế chấp, công ty hướng dẫn phong cách, ...

4. Liệt kê bất kỳ trang web nào bạn thấy hấp dẫn. Bạn thấy điều gì thú vị nhất về các trang web này?

* Quantrimang.com, Stackoverflow chia sẻ những kiến thức bổ ích

5. Liệt kê các trang web của bạn không thấy hấp dẫn và mô tả ngắn gọn những gì bạn thích và không thích về chúng

* Các trang web 18+ vì khả năng cao máy tính sẽ nhiễm virut khi truy cập gây hại cho bảo mật và quyền riêng tư.
  1. FUNCTIONALITY, CONTENT
* Mô tả chức năng của sản phẩm:
* **Lưu ý:**
  1. Mô tả chức năng nên có
     + Tên chức năng là động từ: Search
     + Ai sử dụng chức năng: User
     + Chức năng làm gì: Khi khách hàng mua sách
     + Luồng chức năng: Trang chủ 🡪 Sản phẩm 🡪 Điền thông tin yêu cầu 🡪 Thanh toán.

1. THIẾT KẾ LUỒNG(FLOWS)
2. Journey map

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Research | Comparison | WorkShop | Quote | Sign-OFF |
| Typical Questions | Làm cách nào để tạo một ứng dụng  Nền tảng nào nền sử dụng  Giá trị  Phác thảo và lên ý tưởng? | Giá thành và chất lượng?  Đối tác  Khả năng làm việc  Chủ quan | Không chắc chắn | Làm cách nào để ứng dụng thành công  Chủ sở hữu/ người ra quyết định | Làm thế nào để so sánh  Kinh doanh | cơ hội  Sự phát triển của ứng dụng?  Tài trợ sản phẩm như thế nào? | Cần phải làm gì để phát triển app  Khi nào hoàn thành |
| Emotions/Feellings | An toàn. Tiện ích  Chất lượng, thu hút người dùng | Phụ thuộc vào thời gian chất lượng và tiền bạc | Cảm hứng làm việc  Khối lượng công việc phù hợp | Xem xét lại các ý tưởng, giải thích lại mục đích kinh doanh. | Mong chờ thành quả phát triển ứng dụng |
| We need to… | Có mặt, đảm bảo chất lượng  Đã tìm thấy. Tạo cho khách hàng niềm tin với tư cách là một công ty và cung cấp cho họ lý do để họ sử dụng app | Giải thích quy trình phát triển ứng dụng, các phương thức phát triển ứng dụng một cách tổng quan và chi tiết | Kiểm soát và hướng dẫn mỗi cá nhân trong nhu cầu làm việc | Hiển thị vì sao nên chọn RalphBook và điều chỉnh giá sản phẩm phù hợp | Đặt niềm tin, liên lạc thường xuyên |

Chart, bubble chart

Description automatically generated

Bảng 6. Journey Map

1. User stories

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| User | Circumstance | I want… | Therefore… |
| Customer | Người dùng ứng dụng | Thanh toán online | App có thể thanh toán với nhiều hình thức |
| Partner | Người phân phối, hợp tác | Bán các sản phẩm của mình trên app | App có quản lý bảo mật dữ liệu thông tin sản phẩm |
| Customer | Người dùng ứng dụng | Xem đơn hàng vận chuyển | App cho xem trạng thái sản phẩm |
| Customer | Người dùng ứng dụng | Đặt hàng đã được chọn | App lưu thông tin sản phẩm và thông tin người dùng và giao đúng địa chỉ |
| Customer | Người dùng ứng dụng | Tôi muốn ứng dụng phải bảo mật thông tin | Để không bị hacker đánh cấp và xâm phạm |
| Customer | Người dùng ứng dụng | Tôi muốn xem phần đánh giá và bình luận của người mua | Để cải thiện và nâng cao chất lượng món ăn. |
| Customer | Người dùng ứng dụng | Tôi muốn ứng dụng phải đa dạng mẫu mã. | Để có thể đáp ứng nhu cầu của tôi. |
| Customer | Người dùng ứng dụng | Xem lịch sử mua hàng của mình | Tôi muốn có công cụ lưu thông tin tất cả đơn hàng của tôi |
| Customer | Người dùng ứng dụng | Xem thông tin chi tiết của sản phẩm | Tôi muốn trang thể hiện thông tin rõ ràng, đầy đủ, đa dạng hình ảnh và thông tin về SP |

Bảng 7. User Stories

1. User Flow – Đặt sách

Diagram

Description automatically generated

Hình 3. UserFlow

1. StoryBoarding

A picture containing map

Description automatically generated

Hình 4. StoryBoarding

1. Task Flow- Xem Sản phẩm

Diagram

Description automatically generated

Hình 5. TaskFlow – Xem sản phẩm

1. Task Flow- Thanh toán

Diagram

Description automatically generated

Hình. TaskFlow – Thanh Toán

1. Task Flow- Đặt sách

Diagram

Description automatically generated

Hình. TaskFlow – Đặt sách

# NGHIÊN CỨU NGƯỜI DÙNG (DISCOVER)

1. USER INTERVIEW
   * + 1. Interview script

* Xin chào, tôi tên là Trường và tôi là một người chuyên viên về thiết kế UX/UI. Tôi đánh giá cao khoảng thời gian bạn đã sử dụng ứng dụng của chúng tôi. Để chúng tôi có thể thảo luận về cách bạn sử dụng như thế nào đối với một ứng dụng có thể đáp ứng nhu cầu khách hàng vừa đọc online và vừa mua sách
* Dĩ nhiên mọi ý kiến phát triển của khách hàng đối với chúng tôi là trân quý và chúng tôi sẽ cố gắng tiếp thu, đáp ứng và nâng cấp ứng dụng cho phù hợp với yêu cầu của khách hàng. Chúng tôi đã lên lịch phỏng vấn sản phẩm này trong 30 phút ...
  + - 1. Discussion question

1. Điều gì khiến bạn lựa chọn đọc sách online và mua sách?
   * Trả lời: Vì tôi thấy nó dễ sử dụng và tiện lợi.
2. Điều gì ở một ứng dụng có thể thu hút bạn?
   * Trả lời: Giao diện bắt mắt, dễ sử dụng.
3. Bạn biết đến RalphBook qua đâu?
   * Trả lời: Qua facebook ạ
4. Rào cản lớn nhất trong việc trải nghiệm người dùng là gì?
   * Trả lời: Tôi nghĩ là khả năng khai thác của người dùng đối với ứng dụng.
5. Làm cách nào để một ứng dụng có thể duy trì lâu dài?
   * Trả lời: Tôi nghĩ là bảo mật và update
6. Bạn đọc nhanh hay chậm?
   * Trả lời: Tôi đọc chậm và ngẫm nghĩ
7. Bạn có quan tâm đến sự bảo mật thông tin?
   * Trả lời: Tôi có!
8. Tại sao bạn lại chọn Ralphbook?
   * Trả lời: Vì cái nhìn đầu tiên!!!
9. Bạn có quan tâm đến dịch vụ CSKH?
   * Trả lời: Rất quan tâm.
10. Theo bạn khó khăn lớn nhất trong việc đọc sách online là gì?
    * Trả lời: Dễ mất tập trung thôi ạ.
11. OBSERVATION
12. Direct observation:
    * + Countinuos monitoring:
        - Khi user được phỏng vấn biết là có ai đó đang đánh giá, theo dõi hoạt động của mình trên ứng dụng và họ giám sát liên tục thì user có thái độ tập trung vào những chi tiết, cẩn thận nhất có thể, đưa ra được những ý kiến tích cực về ứng dụng.
      + Time allocations:
        - Khi user được phỏng vấn biết là có ai đó đang đánh giá, theo dõi hoạt động của mình trên ứng dụng và họ không giám sát liên tục thì user có thái độ tập trung khai thác vào luồng chính là đặt và đọc sách. Khi đi vào chi tiết các chức năng khác user chưa khai phá được ứng dụng.
13. Unobtrusive observation:
    * Khi user được phỏng vấn không biết rằng mình đang bị quan sát lúc user thao tác trên ứng dựng. User thường thao tác qua loa, và chỉ tập trung vào luồng chính mà user đang cần
14. MEASURE & ANALYZE

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Goal** | **Measure** | **How to measure** |
| Có nhiều người dùng | Lượng truy cập | Thống kê dữ liệu |
| Có nhiều thành viên | Số người đăng ký | Thống kê dữ liệu |
| Sản phẩm khiến khách hàng hài lòng | Số lượt đánh giá sao/ bình luận tốt | Khảo sát người dùng |
| Có nhiều khách hàng quay lại mua hàng sau khi đã mua trước đó | Lượng khách hàng quay lại sau lần đầu | Thống kê |
| Sản phẩm được khách hàng yêu thích | Số lượng sản phẩm bán ra | Thống kê |

Bảng 8**:** MEASURE & ANALYZE

1. CARD SORTING
2. Account
3. Về chúng tôi
4. Xem lịch sử
   * Lịch sử mua hàng
5. Sách hay
6. Chat với admin
7. Bản tin
8. Đặt sách
   * Chọn sách
   * Chi tiết
   * Thanh toán
   * Vận chuyển
9. UX SURVEY
10. **Lần đầu tiên bạn tìm hiểu về app của chúng tôi như thế nào?**

* Lí do chọn câu hỏi: Nhắm mục tiêu đặc biệt là khách hàng truy cập mới. Họ có thể nhớ cách tìm hiểu về app rõ ràng hơn.

1. **Khả năng bạn có thể giới thiệu app của chúng tôi cho bạn bè hoặc đồng nghiệp là bao nhiêu?**

* Lí do chọn câu hỏi: Nhắm mục tiêu người dùng hiện tại hoặc khách truy cập trang web nhiều lần (dựa trên cookie hoặc lịch sử các trang đã duyệt).

1. **Điều gì xuất hiện trong đầu bạn khi nghĩ về app của chúng tôi?**

* Lí do chọn câu hỏi: Cho phép người dùng nhập các từ của riêng hoặc người dùng có thể chọn 1 hoặc nhiều tùy chọn từ danh sách. Thật khó để phân tích dữ liệu ngẫu nhiên như thế này nhưng có thể tạo một từ đám mây.

1. **Nếu đánh giá app của chúng tôi trên thang điểm 10, bạn sẽ cho chúng tôi mấy điểm?**

* Lí do chọn câu hỏi: Yêu cầu đánh giá tổng thể hoặc yêu cầu họ đánh giá các khu vực cụ thể. Sử dụng điểm 10 thay vì 5 điểm vì nó mang lại cho người tham gia sự linh hoạt hơn.

1. **Trước khi bạn sử dụng app chúng tôi, bạn đã phân vân lựa chọn với app nào khác chưa?**

* Lí do chọn câu hỏi: Sử dụng câu hỏi này trong một cuộc khảo sát sau khi mua hàng. Và nên biết thông tin về đối thủ cạnh tranh

1. **Chúng tôi hơn các app khác ở điểm nào?**

* Lí do chọn câu hỏi: Sử dụng câu hỏi này trong một cuộc khảo sát sau khi mua hàng. Đặt câu hỏi này cho khách hàng hiện tại.

1. **Sản phẩm của app chúng tôi so sánh với sản phẩm của app VinaBook hơn điểm nào?**

* Lí do chọn câu hỏi: Đối thủ cạnh tranh mà bạn chọn nên được khách hàng biết đến nhiều hơn. “Bạn thích cái nào hơn?” Điều này làm cho bạn biết nhiều hơn về cách xử lý các cuộc thi

1. **Bạn thích điều gì nhất / ít nhất về app của chúng tôi?**

* Lí do chọn câu hỏi: Đảm bảo rằng khách hàng có thể bày tỏ cảm xúc của mình một cách rõ ràng.

1. **App của chúng tôi có dễ sử dụng không?**

* Lí do chọn câu hỏi: Không cân bằng các lựa chọn, không đưa ra câu trả lời với 4 lựa chọn tích cực và 1 lựa chọn tiêu cực. Cũng nên cân nhắc việc hỏi “Tại sao? nếu khách hàng dùng chọn các câu trả lời phủ định. Nó sẽ giúp ta điều tra lý do đằng sau và cải thiện dịch vụ.

1. **Tính năng nào của sản phẩm / trang web của chúng tôi là quan trọng nhất đối với bạn?**

* Lí do chọn câu hỏi: Nhắm mục tiêu người dùng hiện tại.

1. **Tính năng nào của app chúng tôi ít quan trọng nhất đối với bạn?**

* Lí do chọn câu hỏi: Nhắm mục tiêu người dùng hiện tại.

1. **Tính năng nào mà bạn nghĩ app của chúng tôi nên thêm vào?**

* Lí do chọn câu hỏi: Nhắm mục tiêu trở lại khách truy cập đã đăng ký. Cung cấp các tùy chọn văn bản miễn phí.

1. **Tại sao bạn bắt đầu sử dụng app của chúng tôi?**

* Lí do chọn câu hỏi: Nhắm mục tiêu tất cả khách truy cập. Đặt các câu hỏi tiếp theo “Bạn có đạt được mục tiêu của lần sử dụng này không?”.

1. **Điều gì đã ngăn bạn mua hàng?**

* Lí do chọn câu hỏi: Hãy coi đây là một câu hỏi khảo sát sau khi mua hàng. Nhắm mục tiêu đặc biệt là những khách đã đăng ký.

1. **Phương thức thanh toán / giao hàng ưa thích của bạn là gì?**

* Lí do chọn câu hỏi: Nhắm mục tiêu tất cả khách truy cập đã duyệt qua trang mua của bạn. Sử dụng lấy mẫu.

1. **Giá của chúng tôi có rõ ràng cho bạn không?**

* Lí do chọn câu hỏi: Nhắm mục tiêu những khách truy cập chi tiêu nhiều hơn mức trung bình trên trang định giá. Đặt một câu hỏi tiếp theo: "Làm thế nào chúng ta có thể cải thiện nó?" khi ai đó trả lời không.

1. **Ấn tượng đầu tiên của bạn khi vào app là gì?**

* Lí do chọn câu hỏi: Đặt câu hỏi này trên trang chính, chỉ nhắm mục tiêu khách truy cập mới.

1. **Có điều gì còn thiếu trên trang này không?**

* Lí do chọn câu hỏi: Nhắm mục tiêu đặc biệt là khách truy cập mới

1. **Blog yêu thích của bạn là gì?**

* Lí do chọn câu hỏi: Nhắm mục tiêu độc giả của blog trong app và người dùng đang hoạt động.

1. **Nếu bạn không hài lòng với chúng tôi, chúng tôi có thể làm gì để khiến bạn quay trở lại?**

* Lí do chọn câu hỏi: Câu hỏi này có thể gợi lại tình cảm sử dụng.

1. **Chức năng nào của app mà bạn cảm thấy hài lòng nhất?**

* Lí do chọn câu hỏi: Nhằm nhận ra ưu điểm của app..

1. **Bạn đã trả tiền cho bất kỳ app hoặc công cụ nào khác chưa?**

* Lí do chọn câu hỏi: Nhằm phát triển ưu điểm và khắc phục nhược điểm.

1. **Bạn thích hoặc không thích điều gì về chức năng mua sách?**

* Lí do chọn câu hỏi: Thăm dò ưu điểm và khuyết điểm

1. **Bạn sẽ buồn như thế nào nếu app này không còn nữa?**

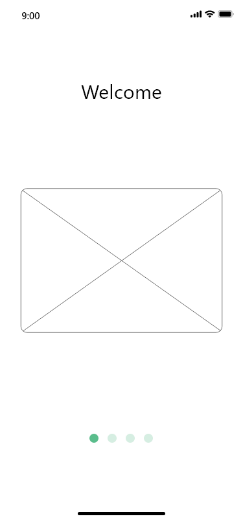
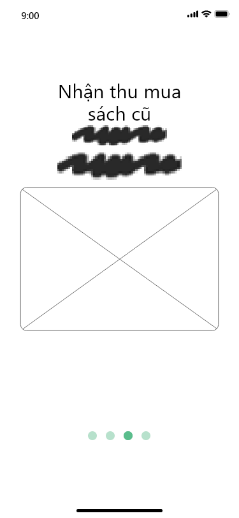
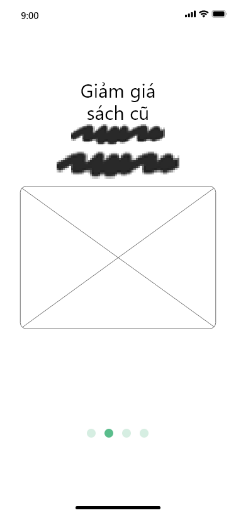
* Lí do chọn câu hỏi: tìm hiểu mức độ trung thành của khách hàng.

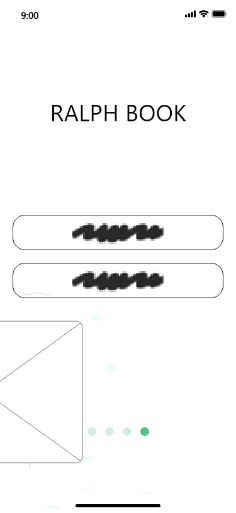
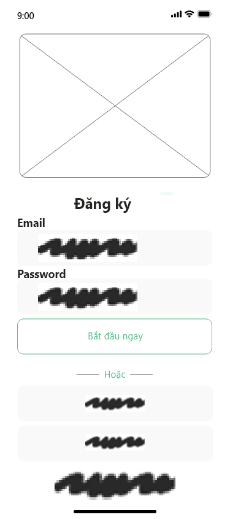
1. **Bạn đã sử dụng app nào khác để giải quyết vấn đề nào đó nhanh hơn?**

* Lí do chọn câu hỏi: Khả năng vận hành và xử lý của ứng dụng.

# PHÁC THẢO WIREFRAME (EXPLORER&DEFINE)

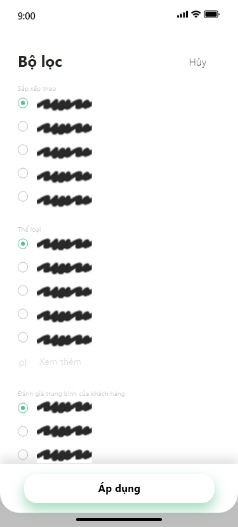
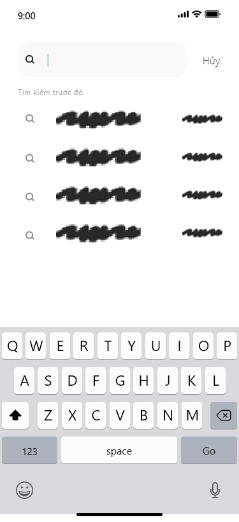
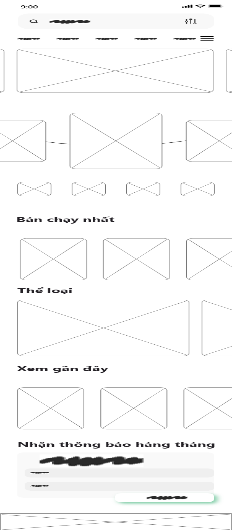
1. CÁC LUỒNG WIREFRAME

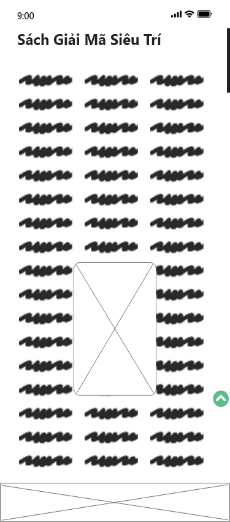
[](Mau-Bao-cao.docx)

Hình 6. Onboarding Hình 7. Onboarding 2 Hình 8. Onboarding 3  Diagram

Description automatically generated with low confidence

Hình 9. Onboarding 4 Hình 10. Đăng ký Hình 11. Đăng nhập

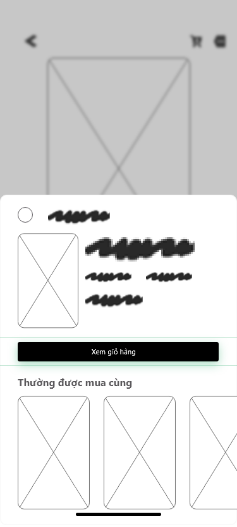
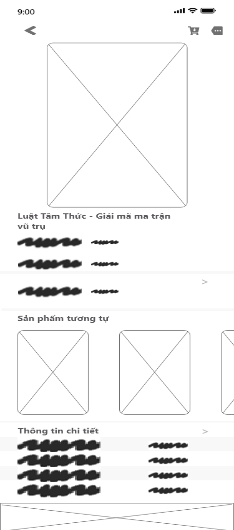
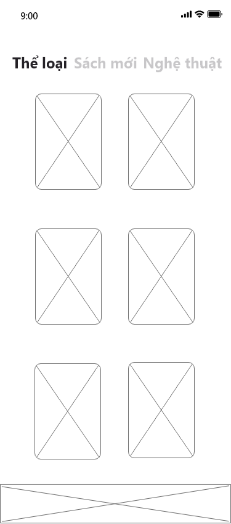


Hình 12. Home Hình 13. Search Focus Hình 14. Search Filter Graphical user interface

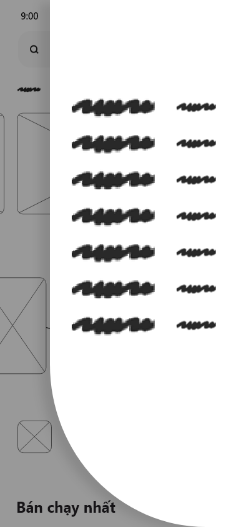
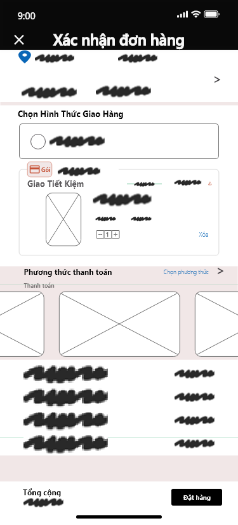
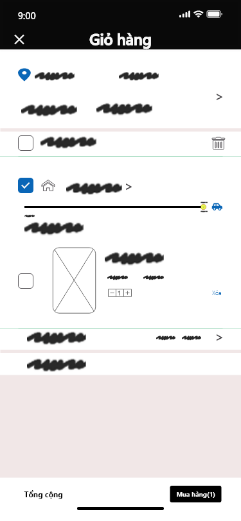
Description automatically generated with medium confidenceShape

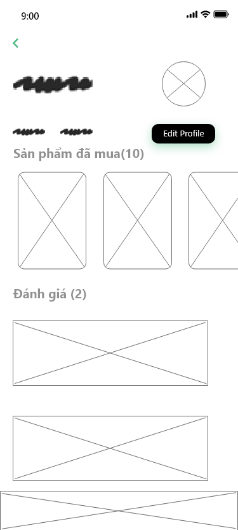
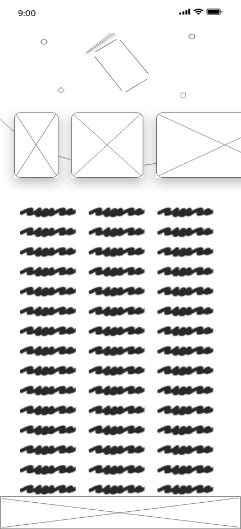
Description automatically generated

Hình 15. Đọc sách Hình 16. Địa chỉ Hình 17. Lịch sử TT

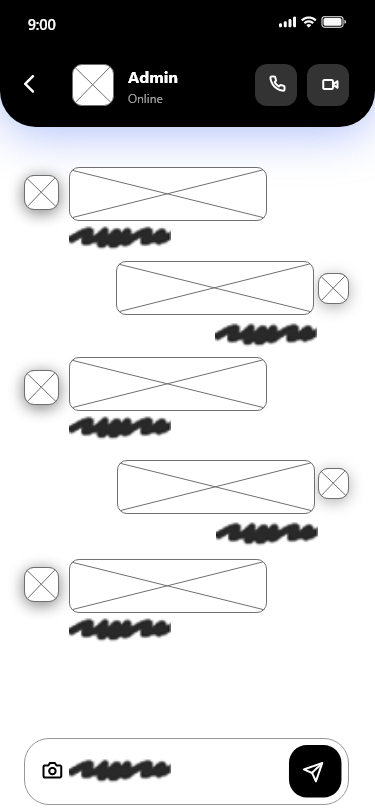
Hình 18. Product Hình 19. Product Detail Hình 20. Thể loại



Hình 21. Giỏ hàng Hình 22. Xác nhận Hình 23. Side Menu  Graphical user interface

Description automatically generated

Hình 24.Account Hình 25. Về chúng tôi Hình 26. Xin cảm ơn



Hình 27. Chat với Admin

1. BẢNG STYLE GUIDE
2. **Phông chữ:** SF Pro Text
3. **Màu:**

* (#5ABD8C) 

- (#FA8D62) 

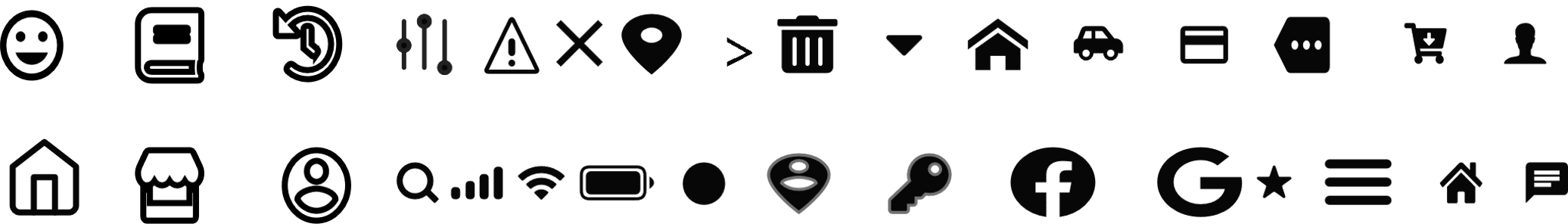
* ![Shape

  Description automatically generated](data:image/png;base64,iVBORw0KGgoAAAANSUhEUgAAAKAAAAA7CAYAAAD8boGtAAAAAXNSR0IArs4c6QAAAARnQU1BAACxjwv8YQUAAAAJcEhZcwAADsMAAA7DAcdvqGQAAACzSURBVHhe7dKhAcAwDMCwdBfnf9KS/WAiET/gs7t3IPL9hYQBSRmQlAFJGZCUAUkZkJQBSRmQlAFJGZCUAUkZkJQBSRmQlAFJGZCUAUkZkJQBSRmQlAFJGZCUAUkZkJQBSRmQlAFJGZCUAUkZkJQBSRmQlAFJGZCUAUkZkJQBSRmQlAFJGZCUAUkZkJQBSRmQlAFJGZCUAUkZkJQBSRmQlAFJGZCUAUkZkJQBSRmQlAEJzTy75gLFFKVFJQAAAABJRU5ErkJggg==) (#707070)
* ![Shape

  Description automatically generated with medium confidence](data:image/png;base64,iVBORw0KGgoAAAANSUhEUgAAAJkAAAA1CAYAAABSgkkvAAAAAXNSR0IArs4c6QAAAARnQU1BAACxjwv8YQUAAAAJcEhZcwAADsMAAA7DAcdvqGQAAAClSURBVHhe7dKxDcAwAMMwp///3GboC9pIwPADOtveO8g8/0NGZORERk5k5ERGTmTkREZOZORERk5k5ERGTmTkREZOZORERk5k5ERGTmTkREZOZORERk5k5ERGTmTkREZOZORERk5k5ERGTmTkREZOZORERk5k5ERGTmTkREZOZORERk5k5ERGTmTkREZOZORERk5k5ERGTmTkREZOZORERk5kxLYPNDgBafKmbmoAAAAASUVORK5CYII=) (#000000)
*  (#3939DC)
*  (#E4AF1C)
* (#11A71B)
* #6CBB41 
* ![Shape, rectangle

  Description automatically generated](data:image/png;base64,iVBORw0KGgoAAAANSUhEUgAAAJ0AAAA6CAYAAACqP1uAAAAAAXNSR0IArs4c6QAAAARnQU1BAACxjwv8YQUAAAAJcEhZcwAADsMAAA7DAcdvqGQAAADTSURBVHhe7dIxCkIxEEDBxDt5CisP49WsLKzsPNM3XwTthVfNLGRZSPnm9fbcxjL3Z9nWfK9f72/wt3m63NVEaj7OR9GROnw2ZERHTnTkREdOdORER0505ERHTnTkREdOdORER0505ERHTnTkREdOdORER0505ERHTnTkREdOdORER0505ERHTnTkREdOdORER0505ERHTnTkREdOdORER0505ERHTnTkREdOdORER0505ERHTnTkREdOdORER0505ERHTnTkREdOdORER050xMZ4Ac9PC3lnSqs4AAAAAElFTkSuQmCC) (#C65135)
* (#F1E7E7) 
* Note: Màu chủ đạo #5ABD8C 

1. **Icon**:



Hình 28. Icon

1. BẢNG MOODBOARD



Hình 29. MoodBoard 1

# THIẾT KẾ MẪU TƯƠNG TÁC (PROTOTYPE)

1. GIAO DIỆN CHÍNH

Table

Description automatically generated

Hình 30. Giao diện

1. Luồng đọc sách và xem tất cả thông tin
2. Khách hàng duyệt ứng dụng và khởi chạy
3. Tại trang home, ứng dụng sẽ hiển thị các sản phẩm. Khách hàng có thể duyệt sản phẩm theo chủng loại, chủ đề hoặc có thể sử dụng chức năng tìm kiếm
4. Chỉ cần một cú click chuột vào sản phẩm, màn hình sẽ hiển thị nội dung chi tiết để khách hàng có thể đọc.

[A screenshot of a cell phone

Description automatically generated with low confidence](Mau-Bao-cao.docx)A picture containing text

Description automatically generatedShape, arrow

Description automatically generated

Hình 31. Onboarding Hình 32. Onboarding 2 Hình 33. Onboarding 3 Graphical user interface, application

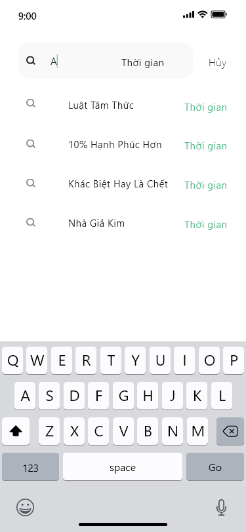
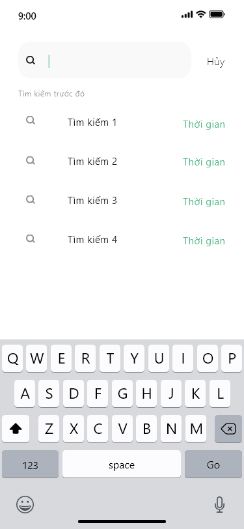
Description automatically generated Graphical user interface, application

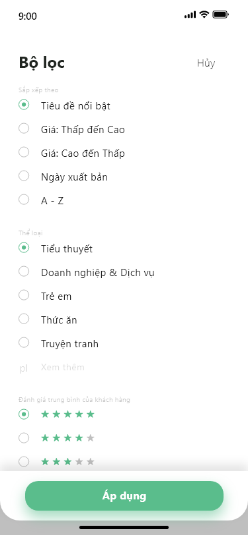
Description automatically generated [Graphical user interface, application

Description automatically generated](Mau-Bao-cao.docx)

Hình 34. Onboarding 4 Hình 35. Đăng ký Hình 36. Đăng nhập

Graphical user interface, website

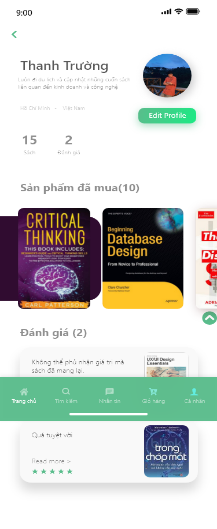
Description automatically generated

Hình 37. Home Hình 38. Tìm kiếm Hình 39. KQ TK  [Graphical user interface, text, application, chat or text message

Description automatically generated](Mau-Bao-cao.docx) Graphical user interface, application

Description automatically generated

Hình 40. Filter Hình 41. Side Menu Hình 42. Thể loại

Text, letter

Description automatically generatedText

Description automatically generated Hình 43. Account Hình 44. Về chúng tôi Hình 45. Sách trắng Hình 46. Sách đen

1. Luồng mua sách
2. Khách hàng duyệt ứng dụng và khởi chạy
3. Ứng dụng sẽ hiển thị các sản phẩm và dịch vụ hiện có. Khách hàng có thể duyệt sản phẩm theo chủng loại, chủ đề hoặc có thể sử dụng chức năng tìm kiếm.
4. Sau khi tìm kiếm, tham khảo các thông tin về sản phẩm khách hàng có thể đi đến quyết định mua sản phẩm. Để thực hiện điều này khách hàng phải thêm sản phẩm vào giỏ hàng, tại đây khách hàng có thể thay đổi số lượng, thêm hoặc xóa sản phẩm
5. Để tiến hành thanh toán, khách hàng phải đăng nhập vào hệ thống, nếu chưa có tài khoản khách hàng phải đăng kí tài khoản. Sau khi đăng nhập khách hàng cung cấp đầy đủ thông tin mà ứng dụng yêu cầu.
6. Sau khi đã cung cấp đầy đủ thông tin, khách hàng có thể xem lại, chỉnh sửa rồi gửi đơn hàng. Hệ thống sẽ sớm phản hồi thông báo cho khách hàng “đơn hàng đã được gửi”.

[A screenshot of a cell phone

Description automatically generated with low confidence](Mau-Bao-cao.docx)A picture containing text

Description automatically generatedShape, arrow

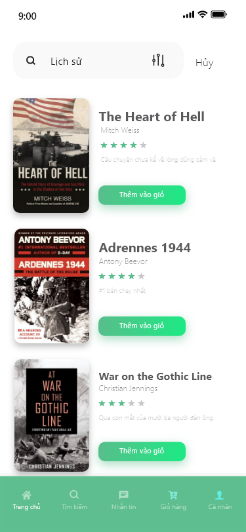
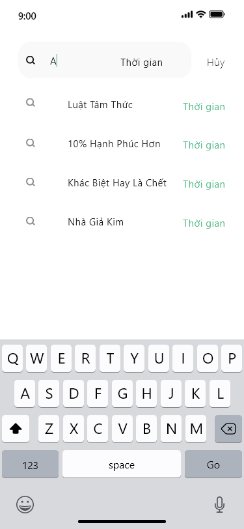
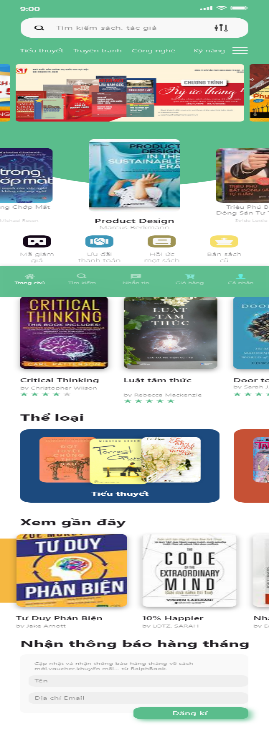
Description automatically generated *Hình 47. Onboarding* *Hình 48. Onboarding 2 Hình 49. Onboarding 3* Graphical user interface, application

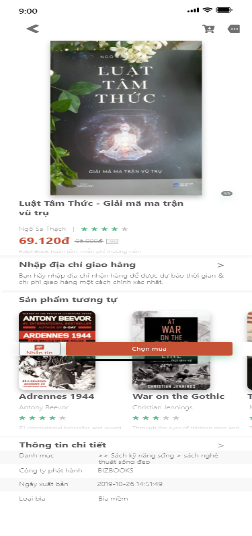
Description automatically generated Graphical user interface, application

Description automatically generated [Graphical user interface, application

Description automatically generated](Mau-Bao-cao.docx)

Hình 50. Onboarding 4 Hình 51. Đăng ký Hình 52. Đăng nhập

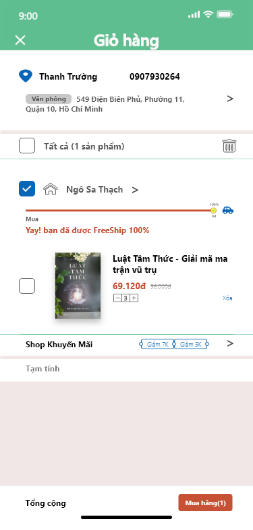
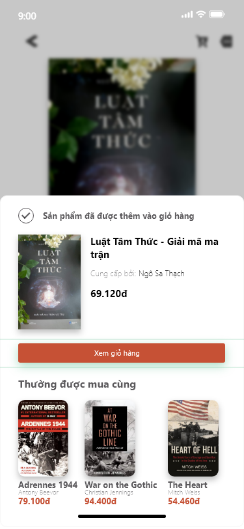
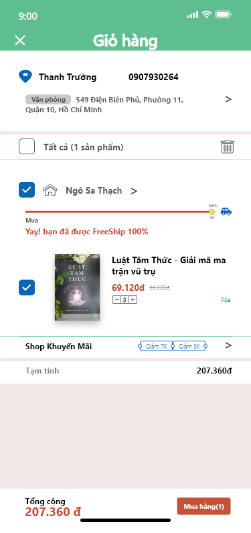


Hình 53. Home Hình 54. Tìm kiếm Hình 55. Kết quả  [Graphical user interface, application

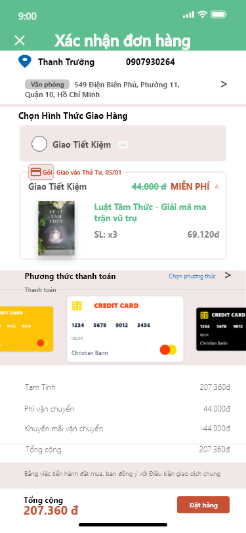
Description automatically generated](Mau-Bao-cao.docx) Graphical user interface, website

Description automatically generated

Hình 56. Product Hình 57. Địa chỉ Hình 58. Cập nhật PD

Hình 59. PD Detail Hình 60. Giỏ hàng Hình 61. Cập nhật giỏ hàng

Graphical user interface, application

Description automatically generated

Hình 62. Xác nhận Hình 63. Cảm ơn Hình 64. Chat với Admin

# KẾT LUẬN

**1. Những vấn đề đã làm được**

* Hồ sơ dự án
* Lập kế hoạch
* Nghiên cứu người dùng
* Thiết kế app đọc và bán sách:
  + Tìm kiếm
  + Giao hàng
  + Chọn mode đọc sách
  + Địa chỉ giao hàng
  + Xem đánh giá
  + Tài khoản
  + Xác nhận đơn hàng
  + Lọc sản phẩm
  + Giỏ hàng
  + Chi tiết sản phẩm
  + Thanh toán | Hình thức thanh toán
  + Lịch sử mua hàng

**2. Những vấn đề chưa làm được**

* Giao diện còn đơn giản
* Khả năng sáng tạo còn hạn chế

**3. Hướng phát triển**

* Nâng cấp giao diện, thu hút khách hàng
* Tập trung vào trải nghiệm người dùng trên app
* Bảo mật thông tin khách hàng
* Cập nhật mẫu mã và chức năng phù hợp
* Đề xuất tiến trình hợp lí.

# TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. <https://uxhacker.co/category/ux/ux-terms-keywords/>
2. <https://www.mockplus.com/blog/post/user-experience-survey-uestions>
3. <https://www.behance.net/>
4. <https://www.userinterviews.com/>
5. <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/the-difference-between-ux-and-ui-design-a-laymans-guide/>
6. <https://decemberlabs.com/blog/>
7. <https://mixpanel.com/blog>