

Bộ Giáo Dục Và Đào Tạo

Trường Đại Học Ngoại Ngữ - Tin Học Thành Phố Hồ Chí Minh

Khoa Công Nghệ Thông Tin

∞ □ ∞



BÀI BÁO CÁO KẾT THÚC HỌC PHẦN HỌC KỲ I NĂM HỌC 2022-2023

MÔN HỌC: THIẾT KẾ GIAO DIỆN

ĐỀ TÀI: BÁN QUẦN ÁO

Giáo Viên Hướng Dẫn: ThS. Trần Nguyễn Quỳnh Trâm

Sinh Viên Thực Hiện:

Đỗ Anh Duy – 20DH111943 Nguyễn Tấn Lộc – 20DH111260 Đinh Nguyễn Đình Nam – 20DH112086

Tp. Hồ Chí Minh, Ngày... tháng...năm 2022





Bộ Giáo Dục Và Đào Tạo Trường Đại Học Ngoại Ngữ - Tin Học Thành Phố Hồ Chí Minh

Khoa Công Nghệ Thông Tin

 \mathfrak{S}



BÀI BÁO CÁO KẾT THÚC HỌC PHẦN HỌC KỲ I NĂM HỌC 2022-2023

MÔN HỌC: THIẾT KẾ GIAO DIỆN

ĐỀ TÀI: BÁN QUẦN ÁO

Giáo Viên Hướng Dẫn: ThS. Trần Nguyễn Quỳnh Trâm

Sinh Viên Thực Hiện:

Đỗ Anh Duy – 20DH111943 Nguyễn Tấn Lộc – 20DH111260 Đinh Nguyễn Đình Nam – 20DH112086

Tp. Hồ Chí Minh, Ngày... tháng...năm 2022



LÒI CẨM ƠN

&<u></u>₩\$

Trước tiên với tình cảm sâu sắc và chân thành nhất, cho phép em được bày tỏ lòng biết ơn đến tất cả các cá nhân và đặc biệt là cô Trần Nguyễn Quỳnh Trâm đã tạo điều kiện hỗ trợ, giúp đỡ em trong suốt quá trình học tập và nghiên cứu đề tài này. Trong suốt thời gian từ khi bắt đầu học tập tại trường đến nay, em đã nhận được rất nhiều sự quan tâm, giúp đỡ của quý Thầy Cô và bạn bè.

Với lòng biết ơn sâu sắc nhất, em xin gửi đến quý Thầy Cô ở Khoa Công Nghệ Thông Tin đã truyền đạt vốn kiến thức quý báu cho chúng em trong suốt thời gian học tập tại trường. Nhờ có những lời hướng dẫn, dạy bảo của các thầy cô nên đề tài nghiên cứu của em mới có thể hoàn thiện tốt đẹp.

Một lần nữa, em xin chân thành cảm ơn thầy/cô – Người đã trực tiếp giúp đỡ, quan tâm, hướng dẫn em hoàn thành tốt bài báo cáo này trong thời gian qua.

Bài báo cáo thực tập thực hiện trong khoảng thời gian gần tuần. Bước đầu đi vào thực tế của em còn hạn chế và còn nhiều bỡ ngỡ nên không tránh khỏi những thiếu sót, em rất mong nhận được những ý kiến đóng góp quý báu của quý Thầy Cô để kiến thức của em trong lĩnh vực này được hoàn thiện hơn đồng thời có điều kiện bổ sung, nâng cao ý thức của mình.

MIIC	
MŲC	LŲC
-	-

CHƯƠNG 1. HÒ SƠ DỰ ÁN	8
1.1. Project name	8
1.2. Project Description	8
1.3. Who is this for?	8
1.4. Feature list (product requirements)	8
1.5. Competitors and Product Inspiration	9
1.6. Deliverables	9
1.7. Cost	9
1.8. Timeline / Deadline	10
CHƯƠNG 2. LẬP KẾ HOẠCH (PLAN)	11
2.1. STRATEGIZE	11
2.1.1. Bảng nghiên cứu chiến lược	11
2.1.2. User Personas	13
2.1.3. Tìm hiểu thực trạng	16
2.1.4. Nghiên cứu đối thủ	18
2.1.5. Mô hình AARRR	19
2.2. ORGANIZE	21
2.2.1. Functionality map	21
2.2.2. Sitemap	22
2.2.3. Design Brief	23
2.3. THIẾT KẾ LUÔNG (FLOWS)	26
2.3.1. Journey map	26
2.3.2. User stories	26
2.3.3. User flows	27
CHƯƠNG 3. NGHIÊN CỨU NGƯỜI DÙNG	28
3.1. USER INTERVIEW	28
3.1.1. USER 01: Cẩm Sục Lan	28
3.1.2. User 02: Leonardo De Van Xe	29
3.1.3. User 03: Bella Nguyễn	30

3.2. OBSERVATION	31
3.3. CARD SORTING	32
CHƯƠNG 4. PHÁC THẢO WIREFRAME (EXPLORER & DEFI	NE)33
4.1. CÁC LUỒNG WIREFRAME	33
4.1.1. WIREFRAME TÔNG QUÁT	33
4.1.2. TRANG CHỦ / TRANG CON	34
4.1.3. SẢN PHẨM / CHI TIẾT SẢN PHẨM	35
4.1.4. CHI TIẾT SẢN PHẨM / GIỎ HÀNG	36
4.1.5. CHI TIẾT SẢN PHẨM / TƯ VẤN TRỰC TIẾP	37
4.2. BÅNG STYLE GUIDE	38
4.2.1. Font style	38
4.2.2. Color style	39
4.2.3. Icons	
4.3. BÅNG MOODBORD	40
CHƯƠNG 5. THIẾT KẾ MẪU TƯƠNG TÁC (PROTOTYPE)	41
5.1. PROTOTYPE TRANG CHỦ / TRANG CON	41
5.2. PROTOTYPE SẢN PHẨM / CHI TIẾT SẢN PHẨM	42
5.3. PROTOTYPE CHI TIẾT / THÊM VÀO GIỎ HÀNG THÀNH CÔNG	43
5.4. PROTOTYPE THÊM VÀO GIỎ HÀNG / GIỎ HÀNG	44
5.5. PROTOTYPE CHECKOUT / CÅM ON MUA HÀNG	45
5.6. PROTOTYPE CẨM ƠN THANH TOÁN / TRANG CHỦ	
5.7. PROTOTYPE TRANG CHỦ / TƯ VẤN TRỰC TIẾP	
CHƯƠNG 6. TÓM TẮT DỰ ÁN TRÊN BEHANCE	48
6.1. DỰ ÁN TRÊN BEHANCE	48
62 LINK DITÁN TRÊN BEHANCE	59

DANH SÁCH BẢNG

Bảng 1: Bảng nghiên cứu người dùng	11
Bång 2: Bång user 01	13
Bång 3: Bång user 02	12
Bång 4: Bång user 03	15
Bảng 5: Bảng nghiên cứu đối thủ	18
Bảng 6: Bảng đo lường	19
Bång 7: Bång AAARR	19
Bång 8: Bång User stories	27
Bång 9: Bång Observation	31
Bång 10: Bång Card Sorting	32

DANH SÁCH HÌNH

Hình 1: Funtionality map	21
Hình 2: Sitemap	22
Hình 3: Journey map	26
Hình 4: User flows	27
Hình 5: User Interview 01: Cẩm Sục Lan	28
Hình 6: User Interview 02: Leonardo De Van Xe	29
Hình 7: User Interview 03: Bella Nguyễn	30
Hình 8: Wireframe tổng quát (web)	33
Hình 9: Wireframe Trang chủ & Sản phẩ	34
Hình 10: Wireframe trang sản phẩm & trang chi tiết sản phẩm	35
Hình 11: Wireframe trang chi tiết sản phẩm & trang giỏ hàng	36
Hình 12: Wireframe trang chi tiết sản phẩm & trang tư vấn trực tiếp	37
Hình 13: Font style	38
Hình 14: Color style	39
Hình 15: Icons	39
Hình 16: Bảng Moodboard	40
Hình 17: Prototype trang chủ đến trang con	41
Hình 18: Prototype sản phẩm đến chi tiết sản phẩm	42
Hình 19: Prototype trang chi tiết đến thêm vào giỏ hàng thành công	43
Hình 20: Prototype trang thêm vào giỏ hàng đến giỏ hàng	44
Hình 21: Protoype trang thanh toán đến trang cảm ơn mua	45
Hình 22: Prototype trang cảm ơn thanh toán đến trang chủ	46
Hình 23: Prototype trang chủ đến trang tư vấn trực tiếp	47
Hình 24: Dir án trên Behance	48

CHƯƠNG 1. HÒ SƠ DỰ ÁN

1.1. Project name

TailorOfTailor.com

1.2. Project Description

Cửa hàng quần áo đưa ra mục tiêu xây dựng được thương hiệu trong 5 tháng, với mong muốn tất cả sinh viên toàn quốc và mọi người sống ở gần khu vực cửa hàng có thể biết đến shop.

1.3. Who is this for?

Sản phẩm dành riêng cho mình một phong cách riêng, từ phong cách Teen cho những bạn yêu chuộng sự dễ thương, nhí nhảnh, đến sự sang trọng và cá tính phù hợp với đa đối tượng người dùng, các loại sản phẩm với nhiều mức giá khác nhau phù hợp với người đã tự do tài chính, phù hợp đến cả những sinh viên, học sinh toàn quốc. Ngoài ra các bạn cũng có thể đến shop để mua đồ tặng người thân, bạn bè...

1.4. Feature list (product requirements)

- 1. Thanh menu chính đầy đủ, được phân cấp rõ ràng
- 2. Bố cục website rõ ràng, chi tiết, có khả năng thu hút khách hàng tốt
- 3. Trang chủ
- 4. Trang giới thiệu
- 5. Trang tin tức
- 6. Trang liên hệ
- 7. Tính năng tư vấn, hỗ trợ trực tuyến
- 8. Website responsive

1.5. Competitors and Product Inspiration

- **4** 5THEWAY
- **♣** Clownz
- Degrey
- **♣** SWE
- YaMe

1.6. Deliverables

- 1. Bàn giao Wireframes cho khách hàng phê duyệt
- 2. Báo cáo khả năng sử dụng
- 3. Các developer
- 4. Người dùng thử nghiệm
- 5. Bàn giao sản phẩm lại cho doanh nghiệp

1.7. Cost

- Tổng chi phí 36 triệu cho 1 tháng, trong đó:
 - $\circ~$ Lương 1 người: 75k/h -> 12tr/ tháng
50% payment require to begin work
 - o Luong 3 dev: 36tr/ tháng
 - Nếu yêu cầu tăng ca cho các hạng mục ngoài yêu cầu công việc: 113k/h
 (=Lương 1h x 150%)
- Thanh toán: Trả trước 50%, sau khi bàn giao trả 50% còn lại

1.8. Timeline / Deadline

- Ngày 10 tháng 11: Nghiên cứu UX sẽ được hoàn thành bởi Duy và Lộc.
- Ngày 17 tháng 11: wireframes đầu tiên được giao cho Nam.
- 21 tháng 11: Phản hồi từ wireframes do Duy và Lộc.
- Ngày 28 tháng 11: Nguyên mẫu có độ trung thực cao gửi Nam để xem xét.
- Ngày 1 tháng 12 Phản hồi về nguyên mẫu do Duy và bắt đầu sửa đổi cuối cùng cho giao diện người dùng.
- Ngày 4 tháng 12 Bắt đầu thử nghiệm người dùng.
 - O Cho phép người dùng thử nghiệm trong 2 tuần.
- Đã hoàn thành thử nghiệm người dùng và báo cáo khả năng sử dụng được trình bày tại cuộc họp tham gia.
 - Vui lòng ghi chú vào nhật ký của tất cả những người phản hồi có liên quan rằng họ muốn xem xét lại dự án UX vào những ngày trên.
 - Trong khi mọi nỗ lực đều được thực hiện để đảm bảo dòng thời gian cũng được tuân thủ. Nếu bạn, khách hàng, vẫn có ý tưởng làm việc.

CHƯƠNG 2. LẬP KẾ HOẠCH (PLAN)

2.1. STRATEGIZE

2.1.1. Bảng nghiên cứu chiến lược

Bảng 1: Bảng nghiên cứu người dùng

PROBLEMS	PROBLEMS, USERS USER SOLUTION ACQUISITION			
NEEDS	USEKS	FEARS	SOLUTION	CHANNELS
NEEDS		TEARS		CHANNELS
Cuộc sống bận	Người tiêu	Sợ gặp phải	Có phần đánh	Các trang truyền
rộn, không có	dùng từ 16 đến	trang web lùa	giá sản phẩm để	thông mạng xã
nhiều thời gian	40 tuổi	đảo	khách hàng	hội:
S			tham khảo ý	Facebook
		- ()	kiến của những	
Muốn mua sắm		Sợ mất nhiều	người mua khác	• Instagram
nhưng ngại		thời gian tìm	liguoi iliua kiiac	• SEO
việc ra đường		kiếm sản phẩm		 Paid social
			Tạo các khung	• Tik tok
Muốn tìm một		Sợ sản phẩm	giờ live stream	
•		mua về khác	quảng bá sản	
trang web đáng			phẩm	
tin cậy và đa		với mẫu trên	r	
dạng các mẫu		mạng		
và size			Đưa ra các ưu	
		Sơ mua sản	đãi và khuyến	
		phẩm bị độn	mãi	
		giá		
		z ₁ a	Cho phép kiểm	
			tra hàng hóa	
			trước khi thanh	
			toán và trả hàng	
EXISTING	EARLY	USER	VALUE	REVENUE
SOLUTIONS	ADOPTERS	GOALS	PROPOSITIO	SOURCES
			N	

Social network:	Những người	Mua được	Giúp việc mua	Bán những sản
Facebook, Tik	đã tự do và	những sản	quần áo của mọi	phẩm trên
tok,	thoải mái về tài	phẩm như	người được đa	website
Instagram	chính từ 25 đến	mong muốn	dạng và tiện gọn	
	35 tuổi		hơn	
Ứng dụng bán		Tìm được một		METRICS
hàng: Shopee,		trang web bán		
Tiki, Lazada,		quần áo uy tín		Đăng ký tài
Sendo				khoản
Website:				Mua hàng
Yame.com,				C
Viviane.vn,				
Sandro.com.vn,				

2.1.2. User Personas

a) User 01: Cẩm Sục Lan

Bảng 2: Bảng user 01

Dung 2. Dung user of				
NAME: Cẩm Sục Lan	PROBLEMS Không có ngân sách để đi nhiều shop quần áo uy tín Trẻ người non dạ nên thường xuyên bị dụ mua những món đồ "dởm"	NEEDS Các website bán đồ đẹp và rẻ Có những kênh khung giờ livestream về sản phẩm và phản hồi của người mua	GOALS Mua được đồ đẹp Tìm kiếm được trang bán hàng đảm bảo chất lượng	
TITLE: Sinh viên năm 3	DEMOGRAPHICS Giới tính nữ, sinh sống và học tập tại tp.HCM Sinh viên năm 3, thích du lịch và mua	CONTEXT Bất cứ lúc nào, bất cứ đâu	FEARS Sợ mua phải đồ dỏm	
SHORT DESCRIPTION: Uu nhìn, thu nhập thấp nhưng thích mua sắm	sắm			

b) User 02: Bella Nguyễn

Bảng 3: Bảng user 02

	PROBLEMS	NEEDS	GOALS
	Không cón nhiều thời	Các website bán đồ	Mua được đồ đẹp
	gian và hiểu biết về	đẹp và giao hàng	mà không tốn
	các hãng quần áo	nhanh chóng	nhiều thời gian
			chọn lựa
	Do xinh đẹp và có thu		
	nhập cao nên có xu		Mua được bộ đồ
NAME, Pollo Nauvõn	hướng kén chọn		ưng ý với cá tính
NAME: Bella Nguyễn			và thu nhập
			• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •
	DEMOGRAPHICS	CONTEXT	FEARS
TITLE:	Giới tính nữ, sinh	Trong thời gian	Tốn nhiều thời
Nhân viên công sở	sống và làm việc tại	rånh	gian nhưng không
Tynan vien cong so	Hà Nội		mua được đồ ưng
			ý
	Nhân viên văn phòng,		
	28 tuổi, khá xinh đẹp		
SHORT	và thu nhập cao.		
DESCRIPTION:	Thường đi làm về		
	muộn và bận vào cuối		
Xinh đẹp, thu nhập cao	tuần.		
nhưng bận rộn với			
công việc			

c) User 03: Leonardo De Vanh Xe

Bång 4: Bång user 03

NAME: Leonardo De Vanh Xe	PROBLEMS Không có nhiều kinh nghiệm mua hàng Online Tuổi đã xế chiều nên khó cảm thụ trang phục	NEEDS Các website bán đồ rẻ đẹp và đa dạng kích cỡ	GOALS Mua được đồ đẹp, rẻ và vừa vặn
TITLE: Công nhân chuẩn bị về hưu SHORT DESCRIPTION: Cao lớn, nặng ký, thu nhập trung bình	DEMOGRAPHICS Giới tính nam, sinh sống và làm việc tại thành phố Buôn Mê Thuật Đàn ông 38 tuổi, phong độ, chẳng tài gì ngoài tài sản và không có nhiều thơi gian mua sắm	CONTEXT Ngoài giờ hanh chính	FEARS Sợ mua phải đồ lừa đảo và bị vợ chửi Sợ mua đồ không vừa vặn

2.1.3. Tìm hiểu thực trạng

a) Thực trạng

- I. Kinh doanh thời trang và con bão xả hàng
 - 1. Tình hình kinh doanh thời trang đang có nhiều biến đổi do thời tiết miền Bắc đã chuyển thu, nhu cầu về mẫu mã và giá trị sử dụng cũng thay đổi khiến cho nhiều cửa hàng ồ ạt treo biển "SALE" tạo ra cơn bão xả hàng hè.
 - 2. Bởi lẽ từng ngày từng giờ các nhà thiết kế cũng đang cố gắng hết sức tạo ra những xu hướng, mẫu mã mới để thu hút sự chú ý của người tiêu dùng. Như vậy, những mẫu mã cũ thường sẽ không được ưa chuộng và khó có thể thu hút sự chú ý của các tín đồ thời trang.
 - 3. Trên thực tế, chính sách giảm giá lại được áp dụng thường xuyên bởi nền kinh tế đang trong giai đoạn khó khăn, người tiêu dùng phải thắt chặt túi tiền, thu hẹp chi tiêu trong mọi lĩnh vực, trong đó bao gồm cả việc mua sắm các sản phẩm thời trang.

II. Dịch vụ cho thuê đồ phát triển mạnh

- Dịch vụ này có nhiều ưu điểm, vừa tạo điều kiện cho khách hàng diện những bộ váy hàng hiệu ưng ý, lại giúp họ tiết kiệm được một khoản chi phí đáng kể.
- 2. Khách hàng không phải bỏ mấy triệu đồng mua một chiếc váy hàng hiệu mặc vài dịp trong khi chỉ với chưa đầy 200.000 đồng họ đã có thể khoác lên mình những bộ đồ rất ưng ý và sang trọng.
- 3. Bên cạnh việc cho thuê đồ hàng hiệu thì những cử hàng cho thuê đồ cũng khá là phổ biến. Đối tượng ở đây thường là sinh viên, học sinh, những người không dư dả về tiền bạc.

- 4. Mẫu mã là áo dài, váy dạ hộ, những bộ cosplay đủ màu sắc, kiểu dáng với đủ mọi phong cách, từ nữ hoàng Ai Cập tới trang phục truyền thống Nhật Bản và đồ cổ trang Trung Hoa.
- 5. Quy trình và điều kiện khi cho thuê đồ rất linh động, không phải đặt cọc số tiền tương đương với 70 80% giá trị như thuê đồ hàng hiệu., thay vì đó, khách chỉ cần để lại chứng minh thư nhân dân và thanh toán hết tiền thuê đồ.
- 6. Để đáp ứng nhu cầu đa dạng của giới trẻ, nhiều cửa hàng còn mở thêm các gói dịch vụ như chụp ảnh giá rẻ, quay phim, nhiều gói thuê đồ combo giá hấp dẫn.
- b) Thương mại điện tử thăng hoa nhờ các hoạt động kinh doanh thời trang

Cùng với sự phổ biến của internet là sự ra đời hàng loạt của các trang mạng xã hội, các **phần mềm quản lý bán hàng** trực tuyến có khả năng hỗ trợ đắc lực cho nhiều hoạt động kinh doanh hiện hành.

Chủ cửa hàng có thể mở một gian hàng bán hàng trực tuyến hay dùng các tài khoản Google+, Facebook... để cung cấp đầy đủ thông tin về mẫu mã, màu sắc, kích cỡ của sản phẩm cho người tiêu dùng lựa chọn.

Khách hàng không còn phải tốn thời gian, công sức di chuyển tới nhiều cửa hàng khác nhau để lựa chọn nữa. Phương thức bán hàng online này đặc biệt giúp tiết kiệm chi phí thuê mặt bằng với những người muốn khởi nghiệp mà không có nhiều vốn.

Đồng thời, nhờ vào đặc tính kết nối rộng khắp không giới hạn nên sản phẩm liên tục được quảng cáo tới nhiều nhóm khách hàng khác nhau.

Có thể thấy rằng kinh doanh thời trang đã góp phần mở đường cho rất nhiều xu hướng mới xuất hiện hoặc "thừa thắng đi lên". Trên thực tế, những xu hướng này bổ trợ nhau cùng phát triển theo hướng chuyên nghiệp hóa. Điều đó cho thấy thị trường ngày càng mở rộng và trở nên đa dạng hóa hơn.

2.1.4. Nghiên cứu đối thủ

Bảng 5: Bảng nghiên cứu đối thủ

	_	-	
Comparison	STHEWAY®	YaMe.un	CLOWNZ
Giỏ hàng	Thêm, xóa bỏ các sản phẩm trong giỏ hàng	Thêm, xóa bỏ các sản phẩm trong giỏ hàng	Thêm, xóa bỏ các sản phẩm trong giỏ hàng
Tìm kiếm	Tìm kiếm sản phẩm dựa trên các từ khóa về sản phẩm	Tìm kiếm sản phẩm dựa trên các từ khóa về sản phẩm	Tìm kiếm sản phẩm dựa trên các từ khóa về sản phẩm
Cung cấp thông tin	Cung cấp các thông tin về sản phẩm	Cung cấp các thông tin về sản phẩm	Cung cấp các thông tin về sản phẩm
Check out	Thanh toán trực tiếp qua ví điện tử, banking	Thanh toán trực tiếp qua ví điện tử, banking	Thanh toán trực tiếp qua ví điện tử, banking
Hỗ trợ trực tuyến	Gửi phản hồi qua email	Gửi phản hồi qua email	Tư vấn trực tuyến qua chat box
Interaction	Thường xuyên gửi các thông báo khuyến mãi về sản phẩm	Thường xuyên gửi các thông báo khuyến mãi về sản phẩm	Thường xuyên gửi các thông báo khuyến mãi về sản phẩm
Social	Chia sẻ thông tin sản phẩm	Chia sẻ thông tin sản phẩm	Cho phép liên kết các tài khoản cá nhân từ các trang mạng xã hội khác
UI	Bố cục dạng danh sách theo các kiểu mẫu	Chi tiết và dễ sử dụng	Dạng trình chiếu kết hợp bố trí các sản phẩm dạng lưới
Positive	Thu hút người dùng bởi sự đang dạng về màu sắc	Cung cấp hình ảnh chi tiết về sản phẩm và phân loại mọi sản phẩm theo màu sắc	Trang trình chiếu bắt mắt Phân loại sản phẩm theo loại
Negative	Cung cấp một lượng lớn hình ảnh có thể khiến khách hàng choáng ngợp	Không hiển thị các thông tin khách hàng quan tâm như giá cả và kích cỡ	Cung cấp quá ít thông tin về các sản phẩm ở trang chủ

2.1.5. Mô hình AARRR

Bảng 6: Bảng đo lường

Business Goals	Thước đo (thể hiện sự thành công)	Làm thế nào để đo lường
Có nhiều người dùng hơn	Đo lượng số lượng khách hàng mua sản phẩm	Tổng hợp, phân tích
Khiến người dùng gắn bó với sản	Số lần duyệt web của người dùng theo ngày,	Tổng hợp, phân tích
phẩm	tuần, tháng	
Người dùng yêu thích trang	Số lần chia sẻ trang, sản phẩm của người dùng	Tổng hợp, phân tích
Người dùng yêu thích sản phẩm,	Đánh giá sản phẩm, đánh giá trang	Kiểm tra khả năng sử dụng,
trang web		feedback

Bảng 7: Bảng AAARR

Step	Action	Description	Metric	Value
Acquisition	Miễn phí phí giao hàng cho	Đáp ứng được nhu cầu giảm bớt chi phí mua		
	khách	sắm của người dùng		
	Đưa ra các khuyến mãi	Đáp ứng được nhu cầu của người dùng về		
		các mã giảm giá, sự kiện tri ân các tài khoản		
		đã đăng ký		
	Chạy quảng cáo, makerting	Chạy quảng cáo, marketing trang web nhằm		
	trang web	pr trang trên các trang mạng xã hội, truyền		
		thông		
Activation	Mua sản phẩm	Khách hàng mua sản phẩm, không quan tâm		
		đến vấn đề đăng nhập và đăng xuất		

	Trở thành thành viên	Khách hàng đã đăng ký tài khoản	
	Tham gia vào các chương trình	Tham gia vào các chương trình như khuyến	
		mãi sản phẩm, xem livestream quảng cáo	
		sản phẩm	
	Sử dụng hàng ngày	Số lượng khách hàng ghé thăm trang, mua	
		sản phẩm mỗi ngày	
Retention	Sử dụng hàng tuần	Số lượng khách hàng ghé thăm trang, mua	
Retention		sản phẩm mỗi 7 ngày	
	Sử dụng hàng tháng	Số lượng khách hàng ghé thăm trang, mua	
		sản phẩm trong vòng 4 tuần	
	Chia sẻ các thông tin sản phẩm	Người dùng chia sẻ thông tin sản phẩm qua	
		nhiều nền tảng như mạng xã hội, báo cáo	
	Chia sẻ các ưu đãi và khuyến	Người dùng chia sẻ các chương trình	
Referral	mại	khuyến mãi và ưu đãi cho người thân, bạn	
Referrar		bè thông qua các hoạt động chia sẻ trang,	
		link trang	
	Giới thiệu trang	Chia sẻ các thông tin về trang web trên mọi	
		nền tảng ứng dụng, lời nói	
Revenue	Bán các sản phẩm	Bán các sản phẩm trên trang web	

2.2. ORGANIZE

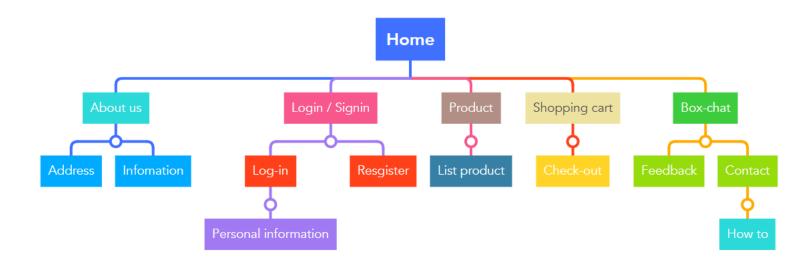
2.2.1. Functionality map



Hình 1: Funtionality map

Trang 21 | 59

2.2.2. Sitemap



Hình 2: Sitemap

2.2.3. Design Brief

- a) Company Contact Information
 - Tên công ty chính thức: Talented Tailors
 - Địa chỉ công ty đầy đủ: 828 Sư Vạn Hạnh, phường 13, quận 10, tp.HCM
 - Người ra quyết định cuối cùng cho dự án: Giám đốc
 - Điện thoai: 0908070605
 - Email: toilaconmeo@gmail.com
 - Địa chỉ trang web hiện tại: Ztailor.com

b) General

- Ngân sách của dự án được cung cấp bởi công ty Talented Tailors
- Phạm vi dự án:
 - Hoàn thiện chức năng tư vấn trực tuyến
 - O Hoàn thiện chức năng quản lý giỏ hàng
 - O Hoàn thiện chức năng thanh toán online
 - O Hoàn thiện chức năng tìm kiếm sản phẩm
 - O Hoàn thiện chức năng hiển thị sản phẩm

c) Project Objective - Business Goal

- Mục tiêu: Cung cấp một trang web bán quần áo uy tín
- Thông điệp truyền tải: Sản phẩm dành cho mỗi người một mình một phong cách riêng, từ phong cách Teen cho những bạn yêu chuộng sự dễ thương, nhí nhảnh và những tất cả sinh viên toàn quốc. Ngoài ra các bạn cũng có thể đến shop để mua đồ tặng người thân, bạn bè...
- Các mục tiêu khác: Mong muốn tất cả mọi người sử dụng internet và có nhu cầu mua quần áo biết đến trang web
- Khác biệt so với các công ty khác:
 - Có phần đánh giá sản phẩm để khách hàng tham khảo ý kiến của những người mua khác
 - o Tạo các khung giờ live stream quảng bá sản phẩm
- Lý do khách hàng nên chọn công ty chúng tôi
 - O Đưa ra các ưu đãi và khuyến mãi liên tuc
 - Cho phép kiểm tra hàng trước khi thanh toán
 - o Hỗ trợ trực tuyến trong các khung giờ hành chính
 - o Tạo ra giao diện bắt mắt phù hợp với lứa tuổi teen
 - o Hỗ trợ các kênh livestream giới thiệu sản phẩm
- Mục tiêu chung
 - Tăng doanh số theo tháng, quý, năm
 - Thay đổi hình ảnh công ty ngày càng tươi mới phù hợp với người trẻ
 - o Tiếp cận thị trường trong và ngoài nước
- Mục tiêu trong kinh doanh: Doanh thu mỗi tháng đạt 1 tỷ đồng
- Lợi nhuận từ dự án: Bán các sản phẩm trên trang web

d) User Needs

- Đối tượng
 - O Người tiêu dùng từ 16 đến 40 tuổi
 - O Thu nhập trung bình 1 triệu/tháng
 - o Mọi người sử dụng trực tiếp được internet
- Các nhu cầu quan trọng
 - Hỗ trợ tư vấn
 - O Tìm hiểu về các thời trang mới
 - o Bắt kịp xu hướng thời trang
 - o Tìm được nơi mua quần áo uy tín và phù hợp với giá cả
- Đặc tính, thông tin Users
 - o Phù hợp mọi lứa tuổi
 - Biết sử dụng internet
- Users cần
 - o Có nhu cầu mua hàng
 - O Có các thiết bị điển tử có kết nối internet
- e) Perception And Design
 - 👃 3 tính từ mô tả người dùng
 - Cá tính
 - o Sành điệu
 - o Trẻ trung
 - ♣ Thách thức lớn nhất trong việc đưa hình ảnh đến với khách hàng:
 - o Có quá nhiều trang web tương tự tràn lan trên internet
 - Các trang web hấp dẫn
 - o Tumbl
 - Printerest
 - Deviantart

- Các trang web kém hấp dẫn
 - New Old Stock
 - o Spiderum
 - o Tailieu

2.3. THIẾT KẾ LUÒNG (FLOWS)

2.3.1. Journey map



Hình 3: Journey map

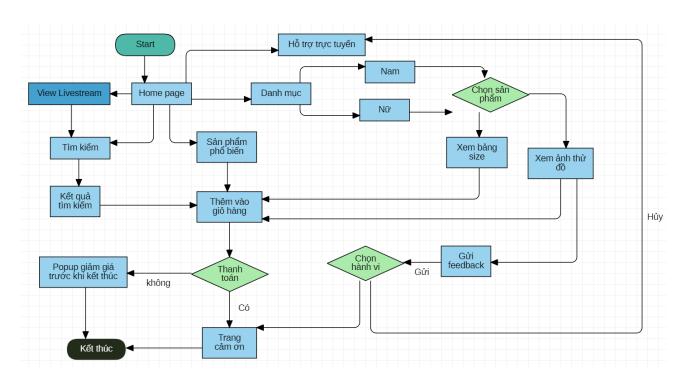
2.3.2. User stories

Là một khách hàng không nhiều thời gian, nhưng chẳng có gì ngoài điều kiện, Tôi muốn tìm mua những Outfit chất lượng và ưng ý trên các trang mạng Internet, Do đó tôi cần một trang web bán quần áo uy tín và đa dạng.

Bång 8: Bång User stories

As	Conditional	I want	So that
Là một khách	Người tìm đến	Tôi muốn mua những bộ	Vì vậy tôi cần có tiền
hàng	trang web	quần áo theo sở thích và điều	
		kiện của bản thân	
Là một Admin	Là người tạo ra	Tôi muốn khách hàng được	Vì vậy khách hàng
của trang web	hoặc có quyền	trải nghiệm mua hàng tốt nhất	cần phải có tiền
	vận hành trang	và ưng ý nhất	
	web		
Là một người	Chủ trang web	Tôi muốn khách hàng mua	Vì vậy khách hàng
bán hàng trên		thật nhiều sản phẩm trên	cần phải có rất nhiều
trang web		trang	tiền

2.3.3. User flows



Hình 4: User flows

CHƯƠNG 3. NGHIÊN CỨU NGƯỜI DÙNG

3.1. USER INTERVIEW

3.1.1. USER 01: Cẩm Sục Lan

Cẩm Sục Lan 12/11/2022 - 3:50 am - 4:30 am



Question 1

Một số ứng dụng và trang web bán quần áo bạn sử dụng gần đây là gì?

Answer 1

Các trang web và ứng dụng thương mại điện tử như shoppe, lazada, tiki...

Question 2

Bạn thường dành thời gian bao lâu trên các nền tảng mua bán quần áo online?

Answer 2

Hầu hết thời gian rảnh. Tôi rất thích dành thời gian vào việc mua sắm trên mạng.

Question 3

Bạn cảm thấy trải nghiệm của bản thân như thể nào khi sử dụng trang web này.

Answer 3

Tôi khá ấn tượng với trang web của các bạn.

Question 4

Điều gì ở trang web khiến bạn cảm thấy trải nghiệm trở nên ấn tượng?

Answer 4

Tôi khá thích cách bố trí các sản phẩm, danh mục sản phẩm rất sáng tạo và bắt mắt người dùng

Hình 5: User Interview 01: Cẩm Sục Lan

3.1.2. User 02: Leonardo De Van Xe

Leonardo De Van Xe

24/09/2022 - 3:50 am - 4:30 am

Question 1

Một số ứng dụng và trang web bán quần áo bạn sử dụng gần đây là dì?

Answer 1

SWF, Cloud5 và thỉnh thoảng là Sendo.

Question 2

Bạn thường dành thời gian bao lâu trên các nền tảng mua bán quần áo online?

Answer 2

Khi không có thời gian mua sắm bên ngoài.

Question 3

Bạn cảm thấy trải nghiệm của bản thân như thế nào khi sử dụng trang web này.

Answer 3

Cũng cảm thấy thú vị và thuận mắt.

Question 4

Điều gì ở trang web khiến bạn cảm thấy trải nghiệm trở nên ấn tượng?

Answer 4

Tôi khá thích cách trang web đưa ra các hình ảnh chi tiết và các review sản phẩm của người dùng khác trông cũng rất có tâm

Hình 6: User Interview 02: Leonardo De Van Xe

3.1.3. User 03: Bella Nguyễn

Bella Nguyễn 24/09/2022 - 3:50 am - 4:30 am



Question 1

Một số ứng dụng và trang web bán quần áo bạn sử dụng gần đây là

Answer 1

Dạo gần đây tôi đang tập trung chủ yếu mua đồ trên các ứng dụng lớn uy tín như Tiki và Shopee.

Question 2

Bạn thường dành thời gian bao lâu trên các nền tảng mua bán quần áo online?

Answer 2

Mỗi khi rảnh rỗi.

Question 3

Bạn cảm thấy trải nghiệm của bản thân như thế nào khi sử dụng trang web này.

Answer 3

Cảm giác mang lại khá mới mẻ và cũng khiến đem lại cảm giác tò mò.

Question 4

Điều gì ở trang web khiến bạn cảm thấy trải nghiệm trở nên ấn tượng?

Answer 4

Dễ dàng sử dụng, đầy đủ các chức năng và giao diện trông cung bắt mắt.

Hình 7: User Interview 03: Bella Nguyễn

3.2. OBSERVATION

Bång 9: Bång Observation

	P1	P2	Р3	P4	P5	P6	SUM
Ít đánh giá sản phẩm	1	1	1	1			4
Font chữ gây nhức mắt			1	1			2
Màu sắc hơi sặc sỡ		1	1			1	3
Thông tin về kích thước và giá cả không dễ tìm		1		1	1		3
Thông tin sản phẩm chưa đầy đủ	1	1	1	1	1	1	6
Thanh toán bằng nhiều phương thức	1		1	1		1	4
Không có người trực tuyến dịch vụ		1		1	1		3
Thanh điều hướng quay lại đầu trang	1		1			1	3
Muốn có chức năng tư vấn trực tuyến	1		1		1		2
Mong muốn có chức năng thử đồ trên mẫu	1	1		1		1	4
Cảm thấy ứng dụng khá ít chức năng			1		1		2
Logo chưa được đẹp mắt		1		1	1		3
Cách bố trí tính năng khó thao tác			1			1	2

3.3. CARD SORTING

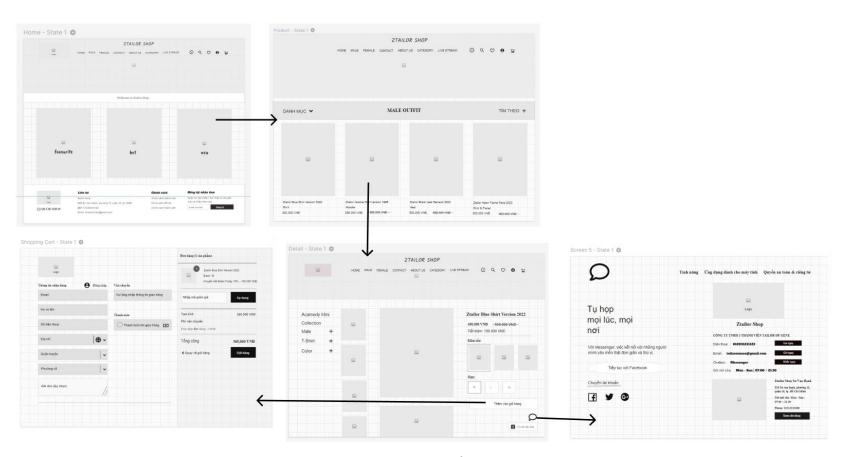
Bång 10: Bång Card Sorting

	Home Page	T-Shirt	Shirt & Polo	Hoodie & Sweatshirt	Jacket	Pants	Shorts	Outfit	Color	Voucher	Cart	Box- Chat	Collection
Đỗ Anh Duy	1	3	2	10	14	11	12	4	7	22	13	22	24
Đình Nam	1	2	3	5	11	4	15	12	22	6	18	32	41
Tấn Lộc	1	8	4	2	3	22	15	35	29	17	6	5	8
Xaviel Đỗ	4	1	2	3	5	11	4	35	29	17	6	8	42
Nam Louis	1	5	11	4	15	12	22	6	3	2	10	14	15
Đạt Villa	10	1	3	2	10	14	11	3	5	11	4	35	5
Hot Gơ Trứng Rán	5	22	15	35	29	17	3	2	10	14	11	12	4
Cẩm Sục Lan	18	3	12	4	7	21	30	1	2	10	22	8	9
Bo Mèo Đáng Iu	32	22	3	12	4	7	10	1	3	2	10	3	2
Linda Long Xuyên	2	3	10	14	11	12	4	7	5	11	1	35	29
Chị em ruột thừa Đông Diệu	3	10	14	2	24	32	47	3	2	10	14	11	10
Tùng Tú	15	5	11	1	41	26	47	2	3	5	11	4	5
Huấn Tulip	15	2	3	1	8	42	12	8	4	2	3	22	2
Trịnh và ems	2	3	5	7	42	32	24	1	2	3	5	11	3
Mít Ren An Giang	6	4	15	10	15	35	17	5	11	4	15	12	4
Dì Na	9	2	10	4	5	11	15	1	3	2	10	14	2
Bé Xuân Mai	13	35	29	3	4	7	11	22	15	35	29	17	35
Lê Thị Li Sa	22	4	7	5	9	11	29	3	12	4	7	21	4

CHƯƠNG 4. PHÁC THẢO WIREFRAME (EXPLORER & DEFINE)

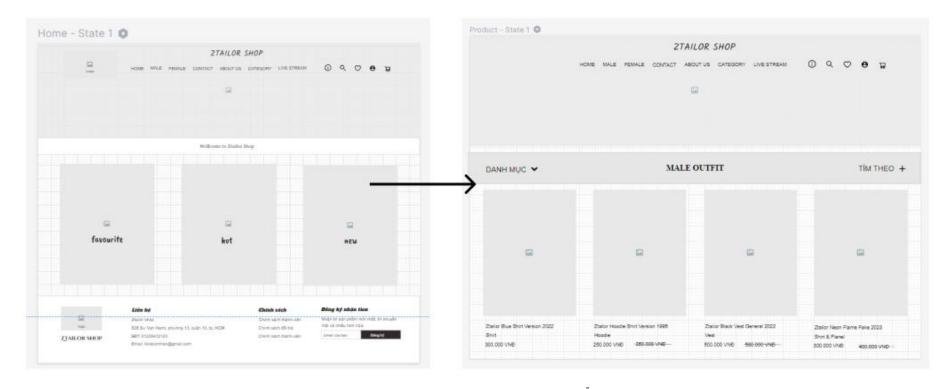
4.1. CÁC LUÔNG WIREFRAME

4.1.1. WIREFRAME TÔNG QUÁT



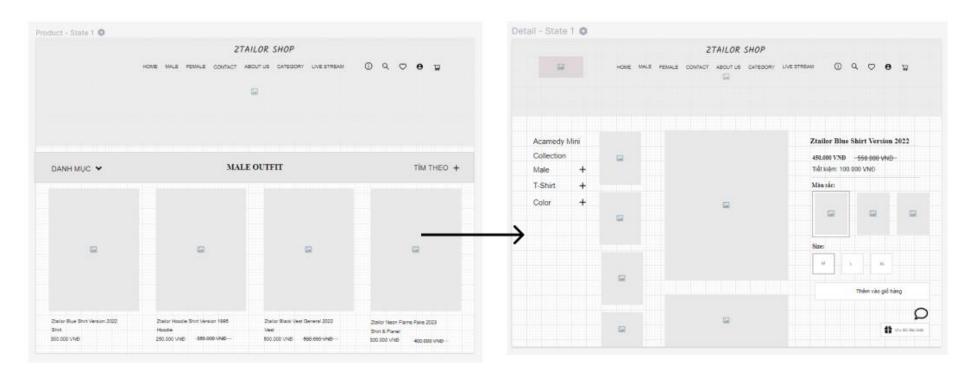
Hình 8: Wireframe tổng quát (web)

4.1.2. TRANG CHỦ / TRANG CON



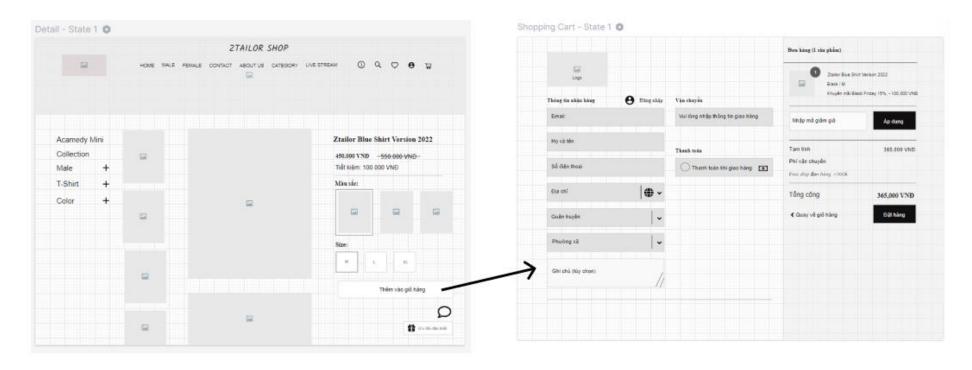
Hình 9: Wireframe Trang chủ & Sản phẩ

4.1.3. SẢN PHẨM / CHI TIẾT SẢN PHẨM



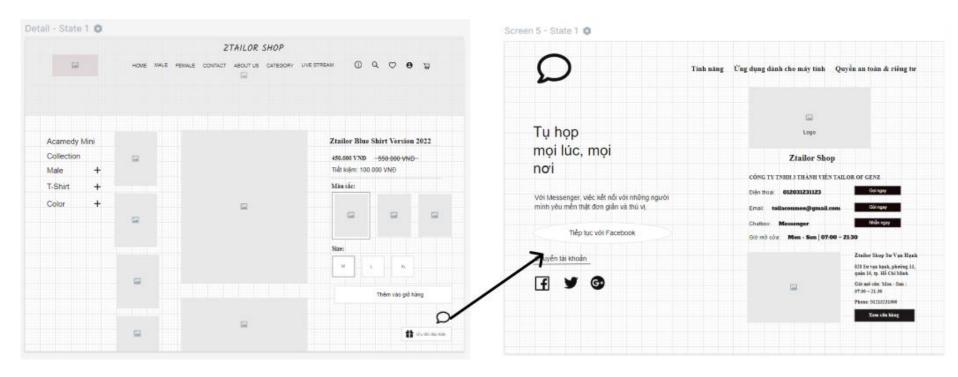
Hình 10: Wireframe trang sản phẩm & trang chi tiết sản phẩm

4.1.4. CHI TIẾT SẨN PHẨM / GIỔ HÀNG



Hình 11: Wireframe trang chi tiết sản phẩm & trang giỏ hàng

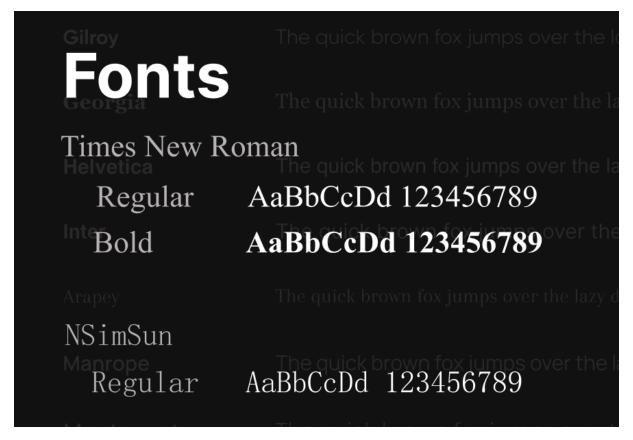
4.1.5. CHI TIẾT SẢN PHẨM / TƯ VẤN TRỰC TIẾP



Hình 12: Wireframe trang chi tiết sản phẩm & trang tư vấn trực tiếp

4.2. BÅNG STYLE GUIDE

4.2.1. Font style



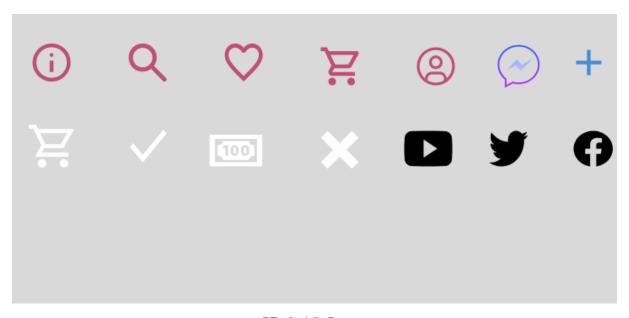
Hình 13: Font style

4.2.2. Color style



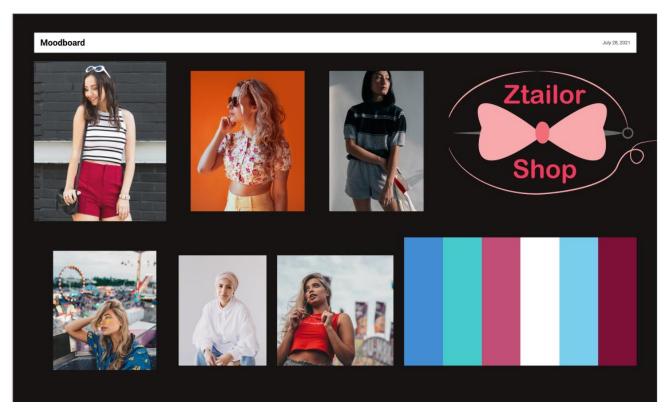
Hình 14: Color style

4.2.3. Icons



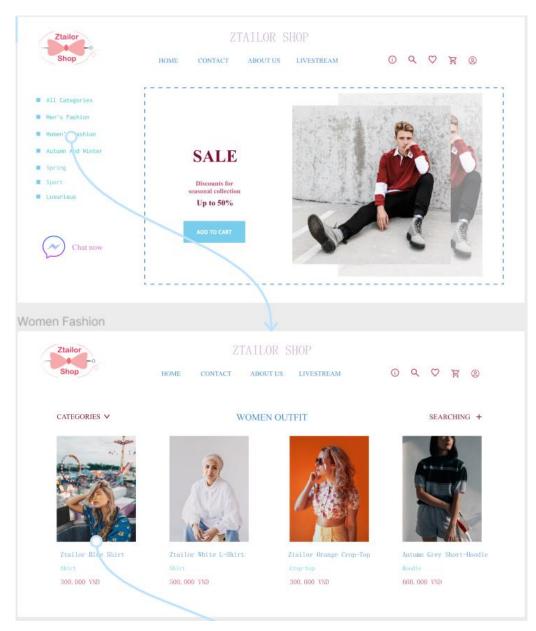
Hình 15: Icons

4.3. BÅNG MOODBORD



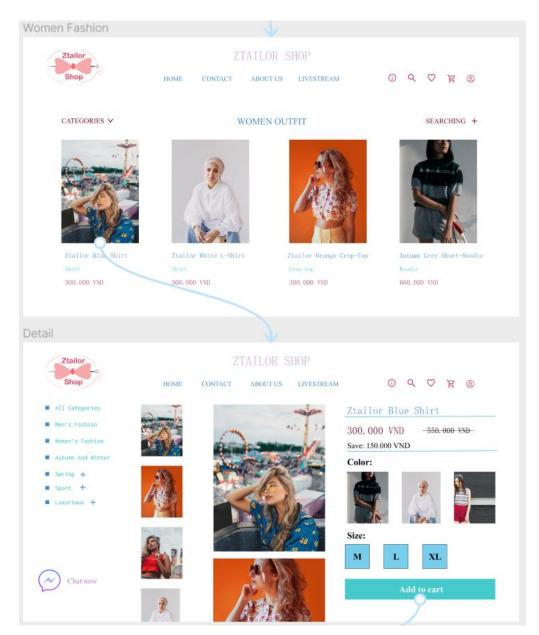
Hình 16: Bảng Moodboard

CHƯƠNG 5. THIẾT KẾ MẪU TƯƠNG TÁC (PROTOTYPE) 5.1. PROTOTYPE TRANG CHỦ / TRANG CON



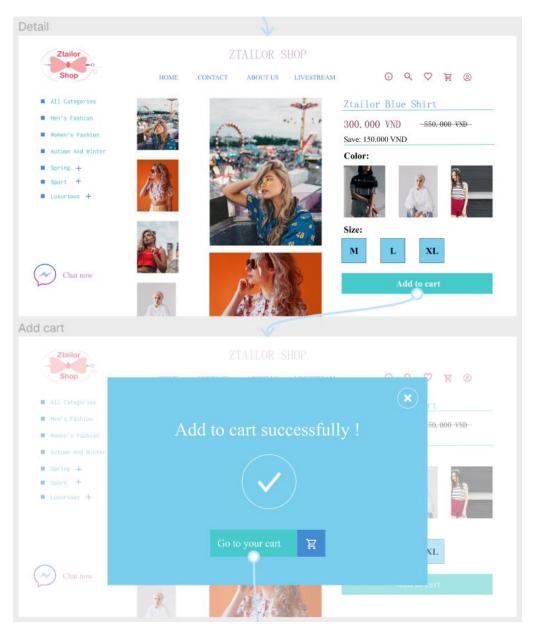
Hình 17: Prototype trang chủ đến trang con

5.2. PROTOTYPE SẨN PHẨM / CHI TIẾT SẨN PHẨM



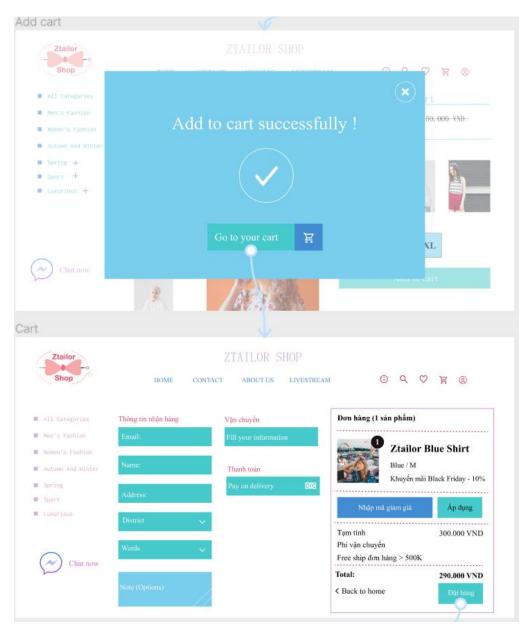
Hình 18: Prototype sản phẩm đến chi tiết sản phẩm

5.3. PROTOTYPE CHI TIẾT / THÊM VÀO GIỔ HÀNG THÀNH CÔNG



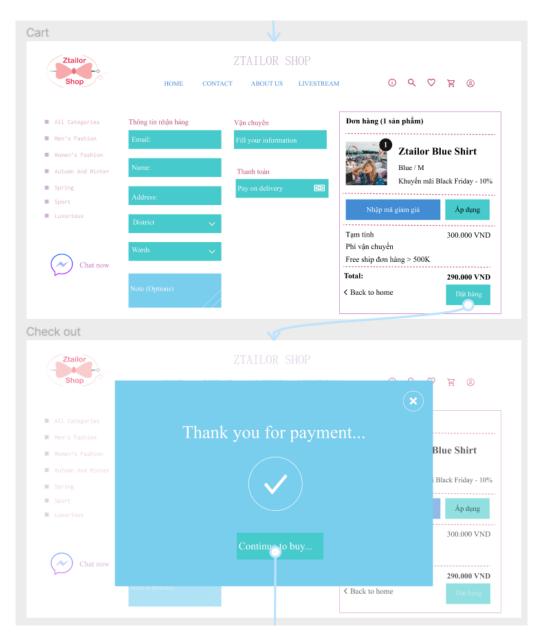
Hình 19: Prototype trang chi tiết đến thêm vào giỏ hàng thành công

5.4. PROTOTYPE THÊM VÀO GIỎ HÀNG / GIỎ HÀNG



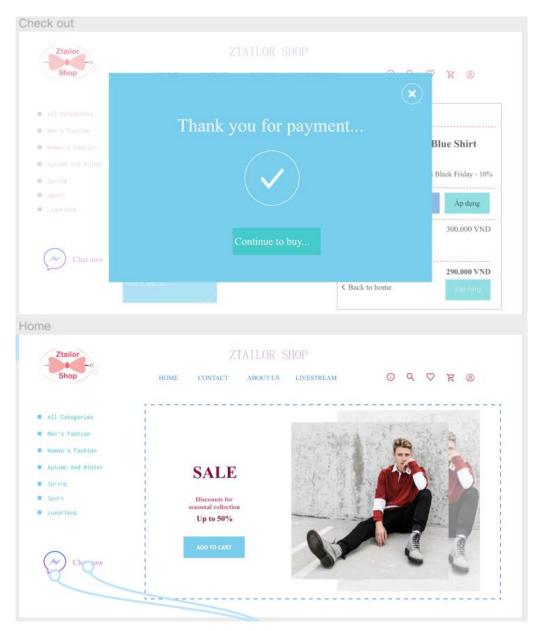
Hình 20: Prototype trang thêm vào giỏ hàng đến giỏ hàng

5.5. PROTOTYPE CHECKOUT / CẨM ƠN MUA HÀNG



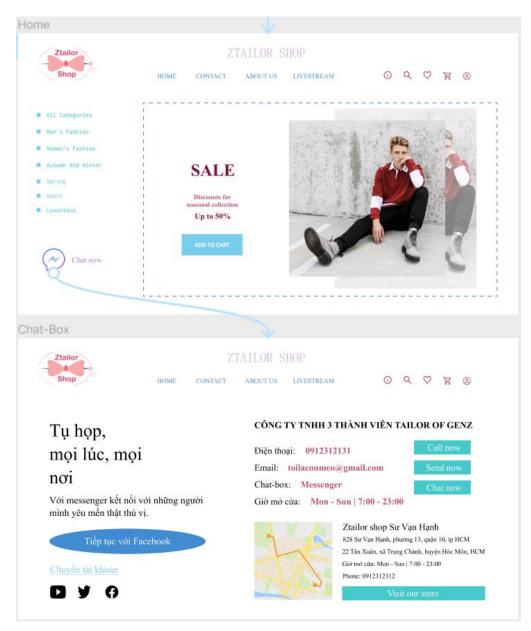
Hình 21: Protoype trang thanh toán đến trang cảm ơn mua

5.6. PROTOTYPE CẨM ƠN THANH TOÁN / TRANG CHỦ



Hình 22: Prototype trang cảm ơn thanh toán đến trang chủ

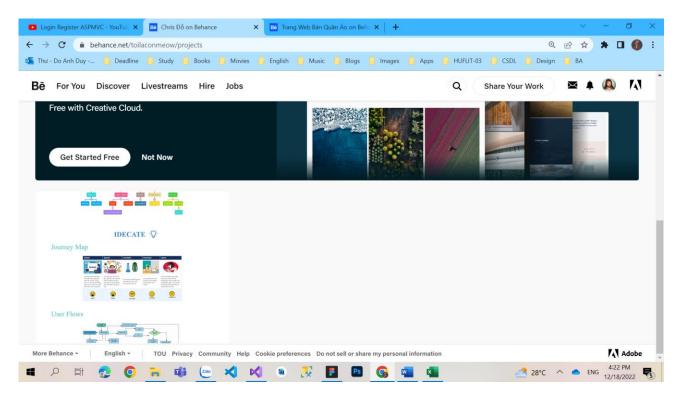
5.7. PROTOTYPE TRANG $CH\mathring{U}$ / $T\mathring{U}$ VÁN TRỰC TIẾP



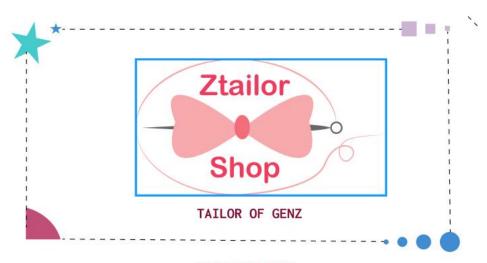
Hình 23: Prototype trang chủ đến trang tư vấn trực tiếp

CHƯƠNG 6. TÓM TẮT DỰ ÁN TRÊN BEHANCE

6.1. DỰ ÁN TRÊN BEHANCE



Hình 24: Dự án trên Behance



OVERVIEW

Description

Ztailor Shop is an e-commerce website that specializes in selling clothes that make users have a comfortable and enjoyable experience when shopping here.

My Role

Strategy Research User Personas AAARR Diagram Competitor Resear Functionality map Sitemap Design Brief Journey Map User Stories User flows
User Interview
Observation
Card Sorting
Hight Wireframe
Style Guide
Mood board
Prototype



WHO IS THIS FOR?

Sản phẩm dành riêng cho minh một phong cách riêng, từ phong cách Teen cho những bạn yếu chuộng sự để thương, nhi nhánh, đến sự sang trọng và cá tính phù hợp với đã đổi tượng người dùng, các loại sản phẩm với nhiều mức giả khác nhau phù hợp với người đã tự do tài chính, phù hợp đến cả những sinh viên, học sinh toàn quốc. Ngoài ra các bạn cũng có thể đến shop để mua đổ tặng người thân, bạn bè...

COST AND TIMELINE

Cost

- Tổng chi phí 36 triệu cho 1 tháng, trong đó:
- + Lurong 1 người: 75k/h -> 12tr/ tháng50% payment require to begin work
- + Luong 3 dev: 36tr/ tháng
- + Nếu yêu cầu tăng ca cho các hạng mục ngoài yêu cầu công việc; 113k/h (=Lương 1h x 150%)
- Thanh toán: Trã trước 50%, sau khi bản giao trả 50% còn lại



DESIGN PROCESS



DISCOVER

Design Strategy

Business Goal

Cửa hàng quần áo đưa ra mục tiêu xây dựng được thương hiệu trong 5 tháng,với mong muốn tất cả sinh viên toàn quốc và mọi người sống ở gần khu vực cửa hàng có thể biết đến shop.

Critical Success Factors

- · Giao diện bắt mắt
- Giao diện dễ dàng thao tác
- Bảo mật dữ liệu
- Liên kết các tài khoản mạng xã hội
- Có nhiều sự lựa chọn trong danh mục khi người dùng sử dụng

Technology Constraints

Internet

Cross Channels

Web

Competitive Analysis

Business Type B2C

General Task

- Thanh menu chính đầy đủ, được
- phân cấp rõ ràng.
- Bố cục website rõ ràng, chi tiết, có khả năng thu hút khách hàng tốt.
- · Trang chủ
- · Trang giới thiệu
- · Trang tin tức
- Trang liên hệ
- Tính năng tư vấn, hỗ trợ trực tuyến
- · Website responsive

Comparison	STHEWAY	- Q- ValMe.un	22	
Gió hàng	Thêm, xóa bó các sản phẩm trong gió hàng	Thêm, xóa bó các sản phẩm trong giố hàng	Thêm, xóa bỏ các sản phẩm trong giỏ hàng	
Tim kiểm	Tim kiểm sản phẩm dựa trên các từ khóa về sản phẩm	Tim kiểm sản phẩm dựa trên các từ khóa về sản phẩm	Tim kiểm sản phẩm dựa trên các từ khóa về sản phẩm	
Cung cấp thông tin	Cung cấp các thông tin về săn phẩm	Cung cấp các thông tin về sản phẩm	Cung cấp các thông tin về sán phẩm	
Check out	Thanh toàn trực tiếp qua vi điện từ, banking	Thanh toán trực tiếp qua vi điện từ, banking	Thanh toán trực tiếp qua ví điện tử, banking	
Hỗ trợ trực tuyến	Gửi phản hồi qua email	Gửi phản hồi qua email	Tư vấn trực tuyến qua chát box	
Interaction	Thường xuyên gửi các thông báo khuyển mải về sản phẩm	Thường xuyên gửi các thông báo khuyển mãi về sản phẩm	Thường xuyên gửi các thông báo khuyên mãi về sản phẩm	
Social	Chia sé thông tin sán phẩm	Chia sẻ thông tin sản phẩm	Cho phép liên kết các tài khoản cả nhân từ các trang mạng xã hội khác	
UI	Bố cục đạng danh sách theo các kiểu mẫu	Chi tiết và để sử dụng	Dạng trình chiếu kết hợp bố trí các sản phẩm dạng lưới	
Positive	Thu hút người dùng bởi sự đang dạng về màu sắc	Cung cấp hình ảnh chi tiết về sản phẩm và phân loại mọi sản phẩm theo màu sắc	n loại Phân loại sản phẩm theo	
Negative	Cung cấp một lượng lớn hình ảnh có thể khiển khách hàng choảng ngợp	Không hiến thị các thông tin khách hàng quan tâm như giả cá và kích cỡ	Cung cấp quả ít thông tin về các sản phẩm ở trang chủ	

User Reseach

PROBLEMS, NEEDS	USERS	USER FEARS	SOLUTION	ACQUISITION CHANNELS
Cuộc sống bản rộn, không có nhiều thời giam Muốn mua sắm nhưng ngại việc ra đường Muốn tìm một trang web đáng tin cây và đa dạng các mẫu và size	Người tiêu dùng từ 16 đến 40 tuổi	Sợ gấp phải trang web lừa đảo Sợ mất nhiều thời gian tim kiểm sản phẩm. Sợ sản phẩm mua về khác với mấu trên mạng. Sợ mua sản phẩm bị độn giả	Có phần đánh giá sản phâm để khách hàng tham khác ý kiến của những người mua khác Tạo các khung giữ live stream quảng bá sản phẩm Dua ra các ưu đãi và khuyên mãi Cho phép kiểm tra hàng hóa trước khi thanh toán và trá hàng	Các trang truyền thông mạng xã hội: Facebook Instagram SEO Paid social Tik tok
EXISTING SOLUTIONS	EARLY ADOPTER S	USER GOALS	VALUE PROPOSITION	REVENUE SOURCES
Social network: Facebook, Tik tok, Instagram. Úng dung bán háng: Shopee, Tiki, Lazada, Sendo Website: Yame.com, Viviane.vn, Sandro.com.vn,	Những người đã tự do và thoái mái về tài chính từ 25 đến 35 tuổi	Mua được những sản phẩm như mong muốn Tim được một trang web bán quần áo uy tin	Giúp việc mua quần áo của mọi người được đa dạng và tiện gọn hơn	Bán những sản phẩm trên website METRICS
				Đăng ký tài khoản
		1		Mua hàng

DEFINE 🥕

User Personas

NAME: Cẩm Sực Lan	PROBLEMS Không có ngắn sách để di nhiều shop quần áo uy tin Trẻ người non dạ nên thường xuyên bị dụ mua những món đổ "đớm"	NEEDS Các website bán đồ đẹp và rẻ Có những kênh khung giờ livestream vẻ sán phẩm và phán hỗi của người mua	GOALS Mua được đồ đẹp Tìm kiếm được trang bán hàng đàm bào chất lượng
TITLE: Sinh viên năm 3	DEMOGRAPHICS Giới tính nữ, sinh sống và học tập tại tp.HCM Sinh viên năm 3, thích du lịch và mua	CONTEXT Bắt cử lúc nào, bắt cứ đầu	FEARS Sợ mua phải đồ đóm
SHORT DESCRIPTION: Ưu nhìn, thu nhập thấp nhưng thích mua sắm	sām		

	PROBLEMS Không cón nhiều thời gian và hiểu biết về các hãng quản áo Do xinh đẹp và có thu	NEEDS Các website bán đồ đẹp và giao hàng nhanh chóng	GOALS Mua được đồ đẹp mà không tốn nhiều thời gian chọn lựa
NAME: Bella Nguyễn	nhập cao nên có xu hướng kén chọn		Mua được bộ đồ ưng ý với cá tính và thu nhập
TITLE: Nhân viên công sở	DEMOGRAPHICS Giới tính nữ, sinh sống và làm việc tại Hà Nội Nhân viên văn phòng, 28 tuổi, khá xinh đẹp	CONTEXT Trong thời gian rành	FEARS Tổn nhiều thời gian nhưng không mua được đồ ưng ý
SHORT DESCRIPTION: Xinh đẹp, thu nhập cao nhưng bận rộn với công việc	và thu nhập cao. Thường đi làm về muộn và bận vào cuối tuần.		

NAME: Leonardo De Vanh Xe	PROBLEMS Không có nhiều kinh nghiệm mua hàng Online Tuổi đã xế chiều nên khó cám thụ trang phục	NEEDS Các website bán đồ rẻ dẹp và đa dạng kích cỡ	GOALS Mua được đồ đẹp, rẻ và vừa vặn
TITLE: Công nhân chuẩn bị về hưu	DEMOGRAPHICS Giới tính nam, sinh sống và làm việc tại thành phố Buôn Mê Thuật Đàn ông 38 tuổi, phong độ, chẳng tải	CONTEXT Ngoài giờ hanh chính	FEARS Sợ mua phái đồ lừa đảo và bị vợ chửi Sợ mua đồ không vừa vặn
SHORT DESCRIPTION: Cao lớn, nặng ký, thu nhập trung bình	phong dọ, chang tại gì ngoài tài sản và không có nhiều thơi gian mua sắm		

Function Map



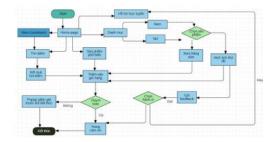




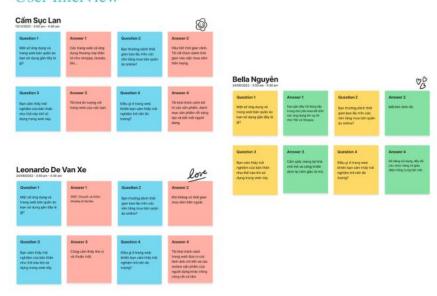
Journey Map



User Flows



User Interview



% IDECATE

High - Fidelity Wireframe



Style Guide

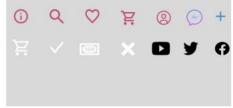
Font Style



Font Style



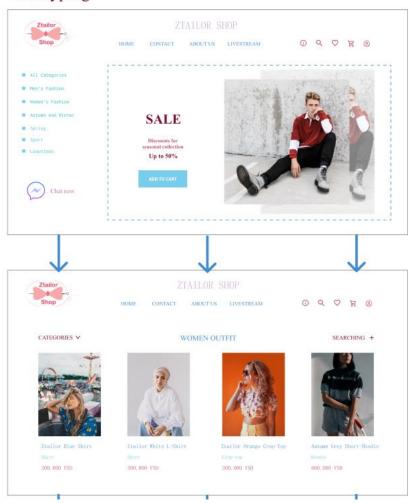


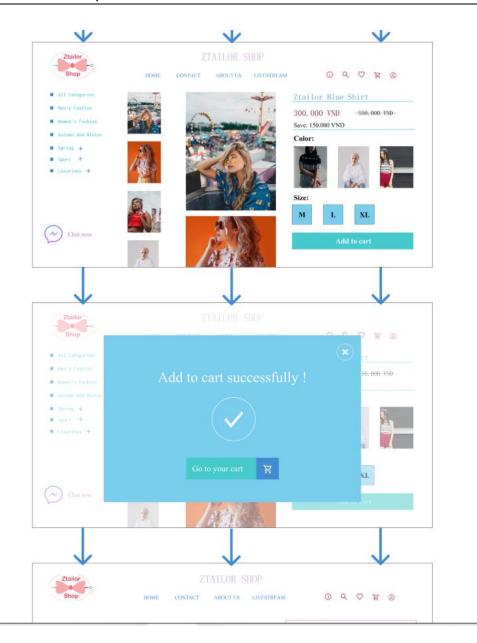


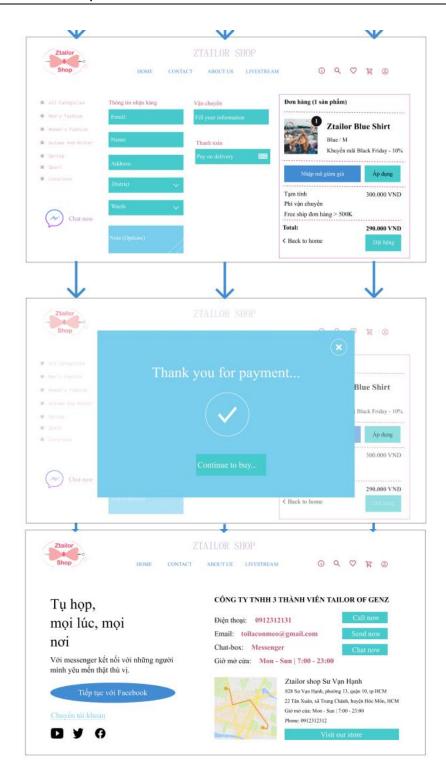
Bang Moodboard



Prototyping







6.2. LINK DỰ ÁN TRÊN BEHANCE

https://www.behance.net/gallery/159445721/Trang-Web-Ban-Qun-Ao