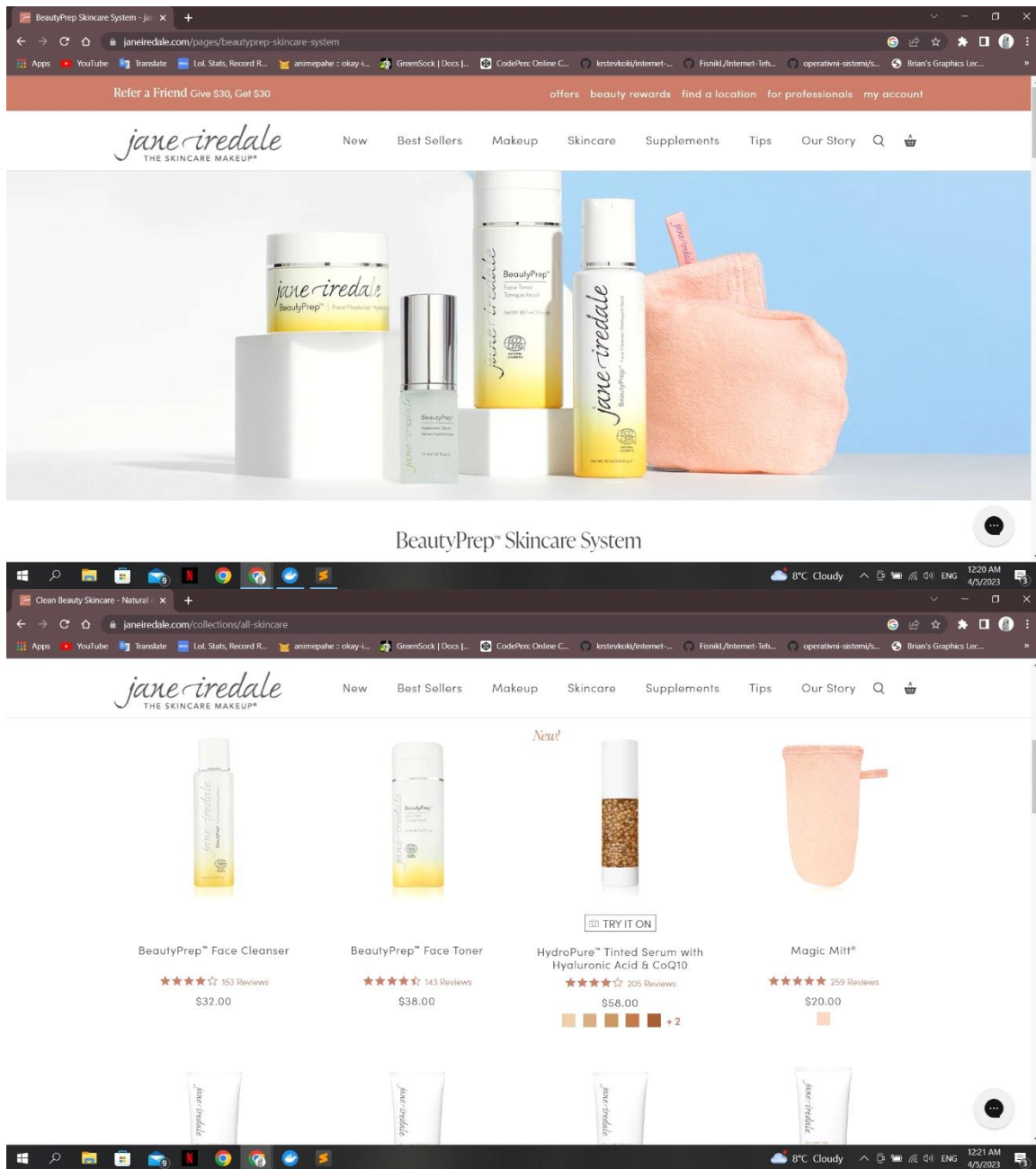


1.

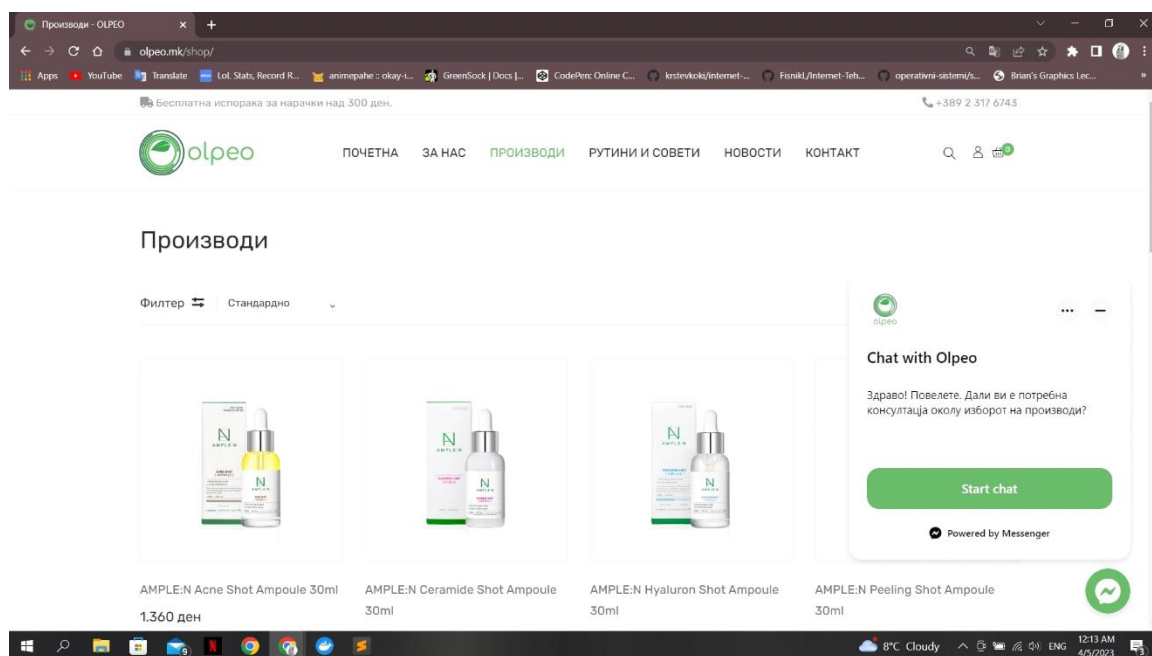
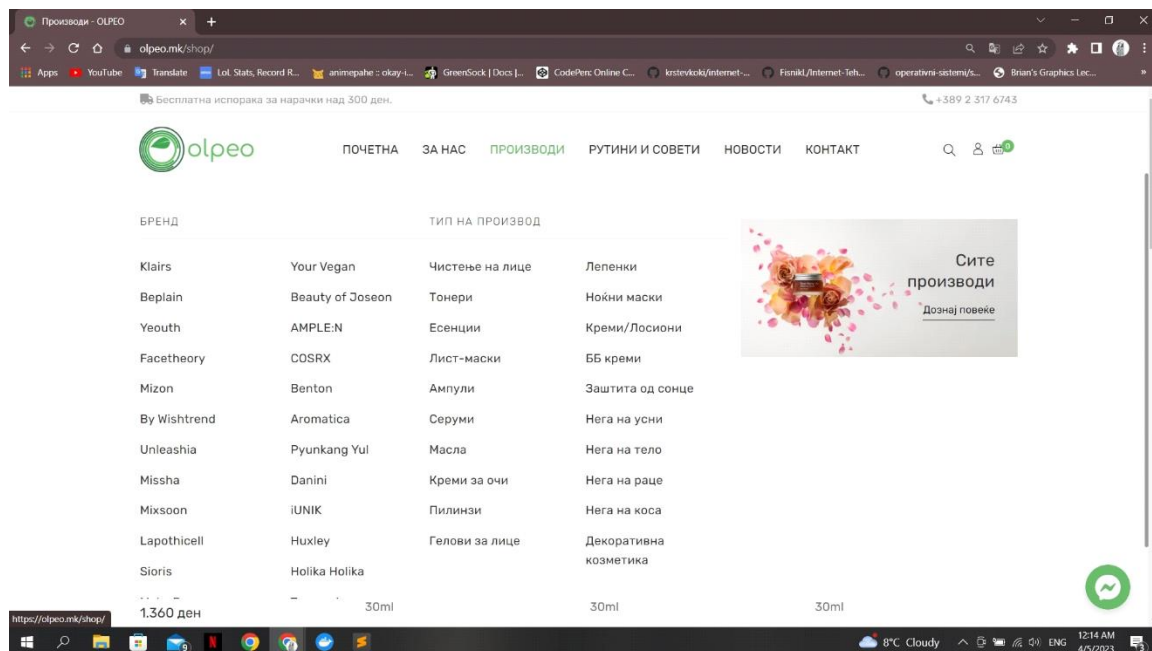
- Како би го опишале процесот на онлајн купување на производи за нега и убавина на кожата?  
Ова прашање ни помага да разбереме како интервјуираните моментално купува производи за нега и убавина на кожата преку интернет и кои чекори ги превзема за да го заврши купувањето.
- Дали некогаш сте се соочиле со било какви проблеми додека ги купувате производите?  
Ова прашање има за цел да ги идентификува вообичаените проблеми со кои се соочуваат корисниците додека ги купуваат производите, како и слабите точки и областите за подобрување на тековниот систем кој корисникот го користи.
- Дали постои нешто што вие барате од системот што недостасува или е тешко да се најде?  
Со ова прашање можеме да разбереме што бараат корисниците, но имаат потешкотии да најдат. Можеме да ги идентификуваме недостатоците во дизајнот или недостигот на фичри што пречат во доброто корисничко искуство. Овие информации потоа може да се користат за да се подобри системот и да се направи попријатен за корисниците.
- Кои уреди најчесто ги користите при реализација на активноста?  
Ова прашање може да обезбеди увид во навиките и преференциите на корисникот. Со разбирање на уредите што корисниците најчесто ги користат, можеме да го прилагодиме пристапот кон дизајнот за да ги задоволиме потребите и преференциите на корисниците, што ќе доведе до подобро корисничко искуство и позадоволни корисници.
- Колку често ја извршувате активноста?  
Ова прашање ни помага да дознаеме колку често тие ја посетуваат страната, дали тие редовно купуваат или повремено.

2.

<https://janeiredale.com/collections/all-skincare>



<https://olpeo.mk/shop/>



3.

### ПРИКАЗНА 1:

По долго време трагање по добра онлајн продавница која што конечно ќе ми ги реши проблемите со акни на моето лице наидов на ново отворена продавница која нудеше услуга да одговориш на неколку прашања, па според тоа да ги предложи продукти што се перфектни за тебе, па си реков зошто да не пробам. На почеток ми изгледаше се толку лесно и едноставно се додека не ги

отворив прашањата. Најпрво, се беше на англиски, јазик кој не е моја најдобра страна. Иако не е нешто што одзема премногу време, но потрошив половина од времето што го потрошив на пазарување преведувајќи се што пишува на страната. Поминав неколку прашања, што според мене не би му помогнале ни на експерт да дознае каков тип на кожа имам и што ми се проблемите, но си реков ајде, толку работи пробав до сега, ќе му дадам шанса и на ова. После прашањата ми се прикажаа минимум по 5 различни производи од секоја категорија, што повторно не ми помага во изборот, напротив мислам само ми го отежни бидејќи потоа пребарував за секој продукт посебно што бенифиции има. Кога конечно се одлучив за тоа што сакам да го купам се упатив кон наплата и конечно ја завршив нарачката. Целиот процес ми беше нејасен и ме чинеше многу време, што на крајот не знам дали ќе се испати.

#### ПРИКАЗНА 2:

4.

#### КОНЦЕПТУАЛНО СЦЕНАРИО НА КУПУВАЧ:

Лицето треба да знае да пристапи до онлајн продавница преку веб или мобилна апликација. Системот потоа го поттикнува корисникот да направи квиз за да го одреди типот на кожата, состојбата на кожата и другите фактори кои можат да влијаат на потребите за неа. Врз основа на резултатите од квизот, системот ќе препорача персонализирана рутина на производи кои најдобро одговараат на специфичните потреби на клиентите. Клиентот потоа може да прелистува и избира производи од препорачаната рутина, како и да додава дополнителни производи во својата кошничка. Тие можат да гледаат детали за производот како што се состојките и упатствата за употреба, како и да гледаат прегледи и оценки од други клиенти. Откако ќе ги изберат своите производи, тие можат да продолжат со наплатата и да изберат од различни опции за плаќање како кредитна картичка или PayPal. Потребно е да ја внесат својата адреса за испорака, а системот ќе им обезбеди проценет датум на испорака.

#### КОНЦЕПТУАЛНО СЦЕНАРИО НА ПРОДАВАЧ:

Лицето може да пристапи до онлајн продавницата преку портал на продавач. Тие можат да додаваат нови производи во својот инвентар, да ги ажурираат постојните детали за производот и да управуваат со нивните нарачки и информации за испорака. Тие исто така можат да дадат информации за производите, вклучувајќи состојки и придобивки, кои системот ќе ги користи за да дава персонализирани препораки за клиентите. Продавачот може да комуницира со клиентите преку платформата и навремено да ги адресира сите грижи или проблеми што може да ги имаат. Тие, исто така, можат да гледаат извештаи за продажба и аналитика за да донесат информирани одлуки за нивните стратегии за залихи и цени, вклучувајќи кои производи се најпопуларни и кои производи се барани.

5.

#### Личност 1 - Продавач

Име: Бела

Возраст: 32

Занимање: Професионален шминкер

Употреба на технологија: Вешта со користење на различни дигитални алатки и платформи за социјални медиуми.

Бела е професионален шминкер кој започна своја сопствена линија производи за убавина и нега на кожата. Таа бара да ги продава своите производи преку Интернет и сака да создаде персонализирано искуство за своите клиенти. Таа сака да создаде веб-страница која нуди персонализирани рутини за нега на кожа врз основа на типот на кожата, состојбата на кожата и други фактори на лицето на клиентот. Таа има искуство во користење на различни дигитални алатки и платформи за социјални медиуми за промовирање на нејзиниот бизнис. Таа сака да создаде веб-страна што е лесна за употреба и нуди беспрекорно шопинг искуство за нејзините клиенти.

#### Персона 2 - Просечен купувач

Име: Рејчел

Возраст: 28

Занимање: директор за маркетинг

Употреба на технологија: Има искуство во онлајн шопинг и платформи за социјални медиуми.

Рејчел е зафатена маркетинг директорка која е секогаш во движење. Таа сака да се грижи за својата кожа, но нема време да истражува и да ги најде вистинските производи. Таа бара онлајн продавница која нуди персонализирани рутини за нега на кожата врз основа на нејзиниот тип на кожа, состојбата на кожата и други фактори на нејзиното лице. Искусна е со онлајн шопинг и платформи за социјални медиуми, но сака да се погрижи веб-страната што ја користи да биде доверлива и да нуди производи со висок квалитет. Сака што е лесна за употреба и нуди беспрекорно искуство за купување со брза испорака и лесно враќање. Рејчел ја спроведува акцијата додека има пауза од работа. Најпрво се регистрира на системот, кое што е прилично лесно и едноставно. Потоа започнува со одговарање на прашањата и завршува за неколку минути. После квизот таа добива листа на продукти, но не премногу, и избира неколку од нив за да ги купи. Таа продолжува кон наплатата. Постапката е добро објаснета со постепени чекори и наплатата ја завршува за кратко време. Среќна што успеа за време на кратката пауза од работа да ги проача продуктите, таа продолжи со својот напорен ден.