

BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING
KHOA KHOA HỌC DỮ LIỆU



ĐỒ ÁN MÔN HỌC
THIẾT KẾ GIAO DIỆN VÀ TRẢI NGHIỆM NGƯỜI DÙNG

Tên đề tài:

**XÂY DỰNG WEBSITE KINH
DOANH TRANG SỨC BẠC CHO
CỬA HÀNG HIENNE JEWELRY**

TP. HCM, ngày 17 tháng 04 năm 2025

BỘ TÀI CHÍNH
TRƯỜNG ĐẠI HỌC TÀI CHÍNH – MARKETING
KHOA HỌC DỮ LIỆU



ĐỒ ÁN MÔN HỌC
THIẾT KẾ GIAO DIỆN VÀ TRẢI NGHIỆM NGƯỜI DÙNG

Tên đề tài:

**XÂY DỰNG WEBSITE KINH
DOANH TRANG SỨC BẠC CHO
CỬA HÀNG HIENNE JEWELRY**

Giảng viên hướng dẫn: Ths. Mai Thanh Tâm
Sinh viên thực hiện: Lê Thị Thanh Hiền – 2221004176
Mã lớp học phần: 2511101169502

TP. HCM, ngày 17 tháng 04 năm 2025

LỜI CẢM ƠN

Trước tiên, em xin gửi lời cảm ơn đến các thầy cô trong Khoa Khoa Học Dữ Liệu đã xây dựng chương trình học hiệu quả, đặc biệt là đưa môn ***Thiết kế giao diện và trải nghiệm người dùng*** vào giảng dạy. Nhờ đó, em có cơ hội tiếp cận những kiến thức thiết thực, làm nền tảng cho việc học chuyên ngành cũng như công việc sau này.

Em xin gửi lời cảm ơn chân thành đến cô ***Mai Thanh Tâm*** – người đã tận tình hướng dẫn, hỗ trợ và chia sẻ nhiều kiến thức, kinh nghiệm trong suốt quá trình học và thực hiện đồ án. Nhờ sự chỉ dẫn của cô, em đã có thể hoàn thành tốt bài làm của mình.

Do kiến thức và kinh nghiệm còn hạn chế, đồ án chắc chắn vẫn còn những thiếu sót. Em mong nhận được góp ý từ cô để rút kinh nghiệm và cải thiện tốt hơn trong tương lai.

Em xin chân thành cảm ơn.

Sinh viên thực hiện

Lê Thị Thanh Hiền

NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN

Nhận xét của giảng viên hướng dẫn (chấm 1)	Nhận xét của giảng viên phản biện (chấm 2)
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
Điểm số:	Điểm số:
Điểm chữ.....	Điểm chữ.....
Ngày...../...../202.....	Ngày...../...../202.....
Ký tên (ghi rõ họ tên)	Ký tên (ghi rõ họ tên)

TP.HCM, ngày 17 tháng 04 năm 2025

MỤC LỤC

LỜI CẢM ƠN.....	ii
NHẬN XÉT CỦA GIẢNG VIÊN.....	iii
MỤC LỤC	iv
DANH MỤC HÌNH	vi
1. Giới thiệu	1
2. Quy trình xây dựng hệ thống	1
2.1. Lập kế hoạch.....	1
2.2. Phân tích	2
2.2.1. Xác định yêu cầu chức năng:.....	2
2.2.2. Thiết kế Use-Case.....	3
2.2.3. Sơ đồ luồng.....	5
2.2.4. Số lượng giao diện người dùng cần thiết.....	7
2.2.5. Bảng câu hỏi khảo sát khách hàng	8
2.2.6. Phân mô tả giao diện	10
2.2.6.1. Giao diện dành cho khách hàng	10
2.2.6.2. Giao diện dành cho chủ cửa hàng	22
2.2.7. Các màn hình hoàn chỉnh	25
2.2.7.1. Giao diện khách hàng.....	25
2.2.7.2. Giao diện chủ cửa hàng.....	36
PHỤ LỤC	39
1.1. User persona.....	39
1.1.1. User persona 1	39
1.1.2. User persona 2	41
1.1.3. User persona 3	42
1.1.4. User persona 4	43
1.1.5. User persona 5	44
1.2. User scenario	45

1.2.1. User scenario Tìm kiếm.....	45
1.2.2. User scenario Đăng nhập:.....	45
1.2.3. User scenario Thêm giỏ hàng	45
1.2.4. User scenario Đặt hàng:.....	46
1.2.5. User scenario Thêm vào danh sách yêu thích	47
1.3. User journey	47
1.3.1. User journey 1	47
1.3.2. User journey 2	48
1.3.3. User journey 3	49
1.3.4. User journey 4	50
1.3.5. User journey 5	50
TÀI LIỆU THAM KHẢO	51

DANH MỤC HÌNH

Hình 1: User flow mua sản phẩm.....	6
Hình 2: User flow thêm sản phẩm vào danh sách yêu thích	7
Hình 3: Wireframe Trang chủ	11
Hình 4: Wireframe Chi tiết sản phẩm	14
Hình 5: Wireframe Giỏ hàng.....	16
Hình 6: Wireframe Đăng nhập.....	18
Hình 7: Wireframe Thanh toán	20
Hình 8: Wireframe Admin Đăng nhập.....	23
Hình 9: Wireframe Trang chủ Admin.....	24
Hình 10: Màn hình Trang chủ hoàn chỉnh	26
Hình 11: Màn hình Danh sách sản phẩm hoàn chỉnh	28
Hình 12: Màn hình Chi tiết sản phẩm hoàn chỉnh	30
Hình 13: Màn hình Thanh toán hoàn chỉnh	32
Hình 14: Màn hình Đăng nhập hoàn chỉnh	33
Hình 15: Màn hình Giỏ hàng hoàn chỉnh.....	34
Hình 16: Màn hình Danh sách yêu thích hoàn chỉnh.....	35
Hình 17: Màn hình Thông báo	36
Hình 18: Màn hình Admin Đăng nhập hoàn chỉnh.....	37
Hình 19: Màn hình Trang chủ Admin hoàn chỉnh	38
Hình 20: User persona 1	40
Hình 21: User persona 2.....	41
Hình 22: User persona 3.....	42

Hình 23: User persona 4.....43

Hình 24: User persona 5.....44

DANH MỤC BẢNG

Bảng 1: User journey 1	47
Bảng 2: User journey 2	48
Bảng 3: User journey 3	49
Bảng 4: User journey 4	50
Bảng 5: User journey 5	51

1. Giới thiệu

Hienne Jewelry là website thương mại điện tử chuyên kinh doanh trang sức bạc, được thiết kế với mục tiêu mang đến trải nghiệm mua sắm trực tuyến tinh tế, thuận tiện và cá nhân hóa cho người dùng. Website cung cấp đầy đủ các tính năng cơ bản của một nền tảng bán hàng trực tuyến như xem sản phẩm, tìm kiếm, giỏ hàng và thanh toán,...

Một điểm nổi bật của Hienne Jewelry là hỗ trợ dịch vụ thiết kế trang sức theo yêu cầu cá nhân. Người dùng có thể liên hệ trực tiếp qua website hoặc zalo để được tư vấn trực tiếp và lên ý tưởng từ kiểu dáng, chất liệu đến thông điệp riêng muốn gửi gắm trong sản phẩm cùng thợ thiết kế. Thông qua đó, website không chỉ là nơi mua sắm mà còn là cầu nối giúp khách hàng sở hữu những món trang sức độc bản, mang dấu ấn riêng.

Website được phát triển dựa trên nguyên tắc thiết kế lấy người dùng làm trung tâm, đảm bảo sự nhất quán về mặt hình ảnh và hành vi, hướng tới việc xây dựng một thương hiệu chuyên nghiệp và thân thiện.

2. Quy trình xây dựng hệ thống

2.1. Lập kế hoạch

Trong giai đoạn lập kế hoạch, các hoạt động chính bao gồm:

- Phân tích mục tiêu và yêu cầu ban đầu: Mục tiêu chính của dự án là xây dựng website bán trang sức bạc Hienne Jewelry với giao diện thân thiện, hiện đại, dễ sử dụng cho cả người mua lẫn người quản lý. Các yêu cầu cần giải quyết bao gồm:
 - Cung cấp trải nghiệm mua sắm trực tuyến nhanh chóng, rõ ràng.
 - Hạn chế sai sót khi đặt hàng và xử lý thanh toán.
 - Cho phép khách hàng gửi yêu cầu thiết kế trang sức theo ý tưởng cá nhân.
 - Hỗ trợ chủ cửa hàng trong việc quản lý sản phẩm, đơn hàng và các yêu cầu đặt thiết kế.
- Phạm vi hệ thống: Hệ thống sẽ phục vụ hai nhóm đối tượng chính:

- Người dùng (khách hàng): Có thể xem và tìm kiếm sản phẩm, thêm vào giỏ hàng, thanh toán, và gửi yêu cầu thiết kế riêng thông qua form liên hệ.
 - Chủ cửa hàng (quản trị viên): Có quyền đăng nhập vào trang quản trị để quản lý sản phẩm, cập nhật thông tin, xem và xử lý đơn hàng, tiếp nhận các yêu cầu thiết kế từ khách hàng.
- Lập kế hoạch dự án:
- Dự án cần được chia thành các giai đoạn: phân tích – thiết kế – phát triển – kiểm thử – hoàn thiện. Trong bối cảnh nhóm phát triển phần mềm hiện tại đang đảm nhiệm nhiều dự án khác, cần tính toán kỹ về thời gian và nguồn lực:
 - Rà soát lại khối lượng công việc của nhóm lập trình web và thiết kế UI.
 - Đề xuất phương án thuê thêm nhân sự bán thời gian (freelancer thiết kế hoặc lập trình) để đảm bảo tiến độ.
 - Cân nhắc nâng cấp máy móc hoặc công cụ hỗ trợ nếu cần thiết.
 - Dự kiến thời gian triển khai: 8–10 tuần.
 - Ngân sách cần phân bổ hợp lý cho chi phí nhân sự, thiết kế giao diện chuẩn UX, và kiểm thử trải nghiệm người dùng.

2.2. Phân tích

2.2.1. Xác định yêu cầu chức năng:

- Đối với khách hàng:
- Xem sản phẩm: Cho phép khách hàng duyệt qua các sản phẩm trang sức bạc, xem thông tin chi tiết như tên sản phẩm, mô tả, giá bán, hình ảnh.
 - Xem đánh giá sản phẩm: Khách hàng có thể đọc các đánh giá về sản phẩm từ người mua trước ngay tại trang chi tiết sản phẩm, hỗ trợ ra quyết định mua hàng.
 - Thêm vào giỏ hàng: Khách hàng thêm nhanh sản phẩm vào giỏ hàng và tiếp tục xem hoặc thêm vào giỏ hàng các sản phẩm khác trước khi tiến hành thanh toán.
 - Thêm sản phẩm vào mục yêu thích: Khách hàng có thể lưu sản phẩm vào danh sách yêu thích, giúp dễ tìm lại sau này.

- Đăng ký/Đăng nhập: Cho phép khách hàng tạo tài khoản hoặc đăng nhập để quản lý thông tin cá nhân và đơn hàng.
 - Chọn sản phẩm để thanh toán: Tại trang giỏ hàng, khách hàng có thể chọn các sản phẩm muốn thanh toán trong giỏ, hoặc thay đổi số lượng của sản phẩm và tiến hành đặt hàng.
 - Thanh toán: Hỗ trợ nhập thông tin nhận hàng và xác nhận đơn đặt hàng.
 - Đánh giá sản phẩm: Sau khi mua hàng, khách hàng có thể để lại đánh giá về sản phẩm, bao gồm nội dung, số sao và tùy chọn hình ảnh.
 - Liên hệ trực tiếp với cửa hàng qua tin nhắn hoặc số điện thoại: Cho phép khách hàng liên hệ trực tiếp với cửa hàng ngay tại trang web để có thể nhận sự hỗ trợ và tư vấn hoặc đặt thiết kế riêng.
- Đối với chủ cửa hàng:
- Quản lý sản phẩm: Thêm, chỉnh sửa hoặc xóa sản phẩm khỏi hệ thống.
 - Quản lý đơn hàng: Xem danh sách đơn hàng đã đặt, cập nhật trạng thái (đang xử lý, đã giao, đã hủy).
 - Xử lý yêu cầu thiết kế: Xem thông tin yêu cầu thiết kế và liên hệ lại với khách hàng để trao đổi chi tiết.

2.2.2. Thiết kế Use-Case

- Use-Case "Xem sản phẩm"
 - Actor: Khách hàng
 - Luồng chính: Duyệt sản phẩm, chọn để xem chi tiết
 - Kịch bản thay thế: Sản phẩm bị xóa hoặc không khả dụng
- Use-Case "Xem đánh giá sản phẩm"
 - Actor: Khách hàng
 - Luồng chính: Truy cập trang sản phẩm, xem đánh giá
 - Kịch bản thay thế: Sản phẩm chưa có đánh giá
- Use-Case "Thêm vào giỏ hàng"

- Actor: Khách hàng
 - Luồng chính: Chọn sản phẩm, thêm vào giỏ
 - Kịch bản thay thế: Sản phẩm hết hàng, không thêm vào giỏ được
- Use-Case "Thêm vào yêu thích"
- Actor: Khách hàng
 - Luồng chính: Tại trang chủ hoặc chi tiết sản phẩm, khách hàng nhấn nút yêu thích để lưu
 - Kịch bản thay thế: Người dùng chưa đăng nhập
- Use-Case "Đăng ký / Đăng nhập"
- Actor: Khách hàng
 - Luồng chính: Nhập thông tin, đăng nhập hoặc tạo tài khoản
 - Kịch bản thay thế: Email đã tồn tại, mật khẩu sai
- Use-Case "Đánh giá sản phẩm"
- Actor: Khách hàng
 - Luồng chính: Nhập nội dung đánh giá và gửi
 - Kịch bản thay thế: Khách chưa mua sản phẩm hoặc nội dung đánh giá không hợp lệ
- Use-Case "Thanh toán"
- Actor: Khách hàng
 - Luồng chính: Xác nhận đơn hàng, nhập thông tin giao hàng
 - Kịch bản thay thế: Thông tin không hợp lệ, đơn hàng không được ghi nhận
- Use-Case: Liên hệ trực tiếp với cửa hàng
- Actor: Khách hàng
 - Luồng chính: Khách hàng truy cập website, tại trang chủ hoặc trang chi tiết sản phẩm, nhấn vào các nút liên hệ như: Gọi điện thoại, Gửi tin nhắn. Sau đó, khách

hàng được chuyển sang trang tương ứng để trò chuyện trực tiếp với cửa hàng để nhận tư vấn hoặc trình bày ý tưởng thiết kế trang sức riêng.

- Kịch bản thay thế: Số điện thoại không liên lạc được hoặc bị sai, tin nhắn không gửi được do lỗi trình duyệt.

– Use-Case "Quản lý sản phẩm"

- Actor: Chủ cửa hàng
- Luồng chính: Thêm, sửa, xóa sản phẩm
- Kịch bản thay thế: Dữ liệu nhập thiếu hoặc trùng lặp

– Use-Case "Quản lý đơn hàng"

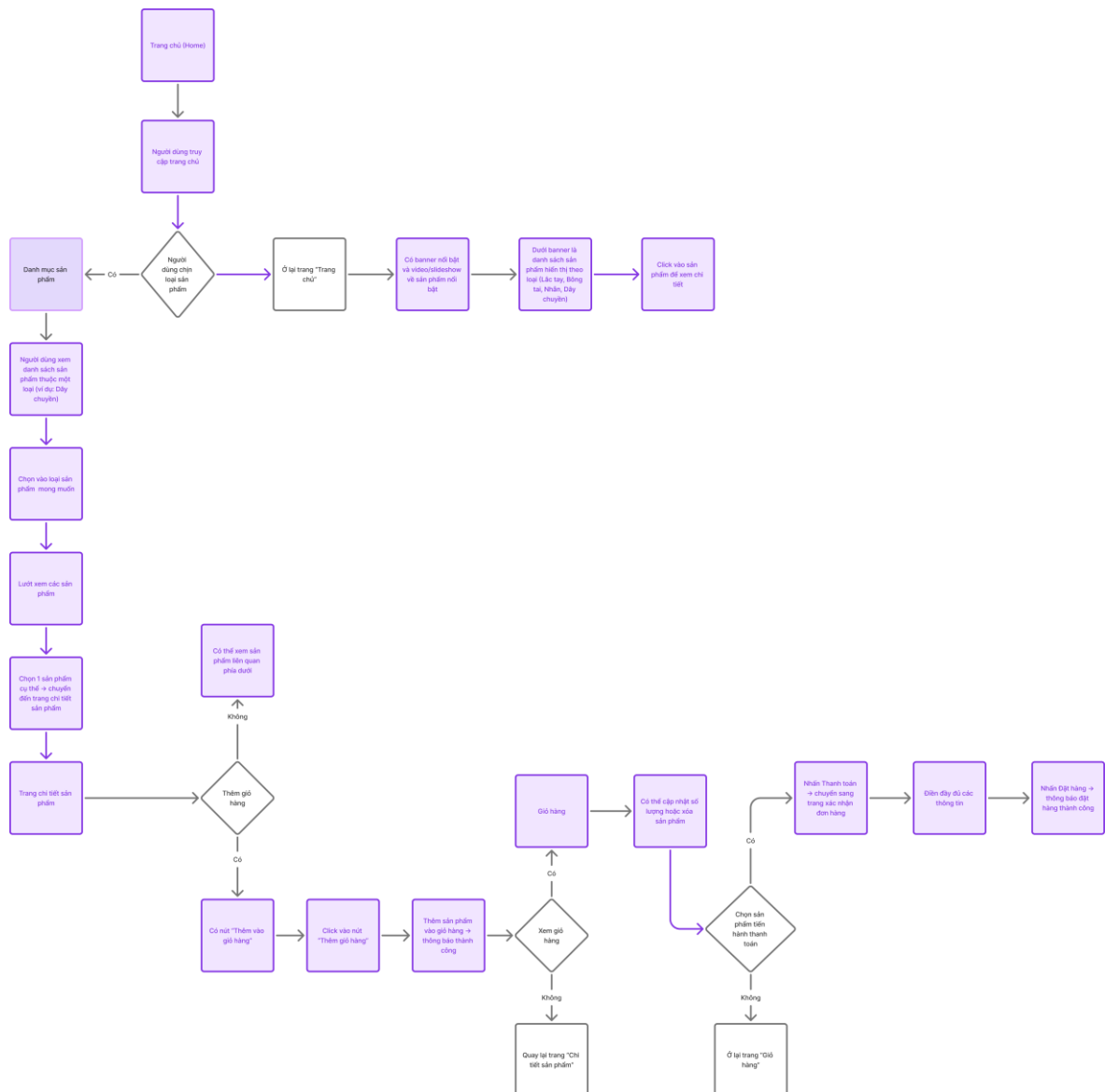
- Actor: Chủ cửa hàng
- Luồng chính: Xem danh sách đơn, cập nhật trạng thái
- Kịch bản thay thế: Đơn hàng không tồn tại

– Use-Case "Xử lý yêu cầu thiết kế riêng"

- Actor: Chủ cửa hàng
- Luồng chính: Xem yêu cầu, liên hệ khách hàng để xác nhận
- Kịch bản thay thế: Không liên hệ được với khách, thông tin chưa rõ ràng

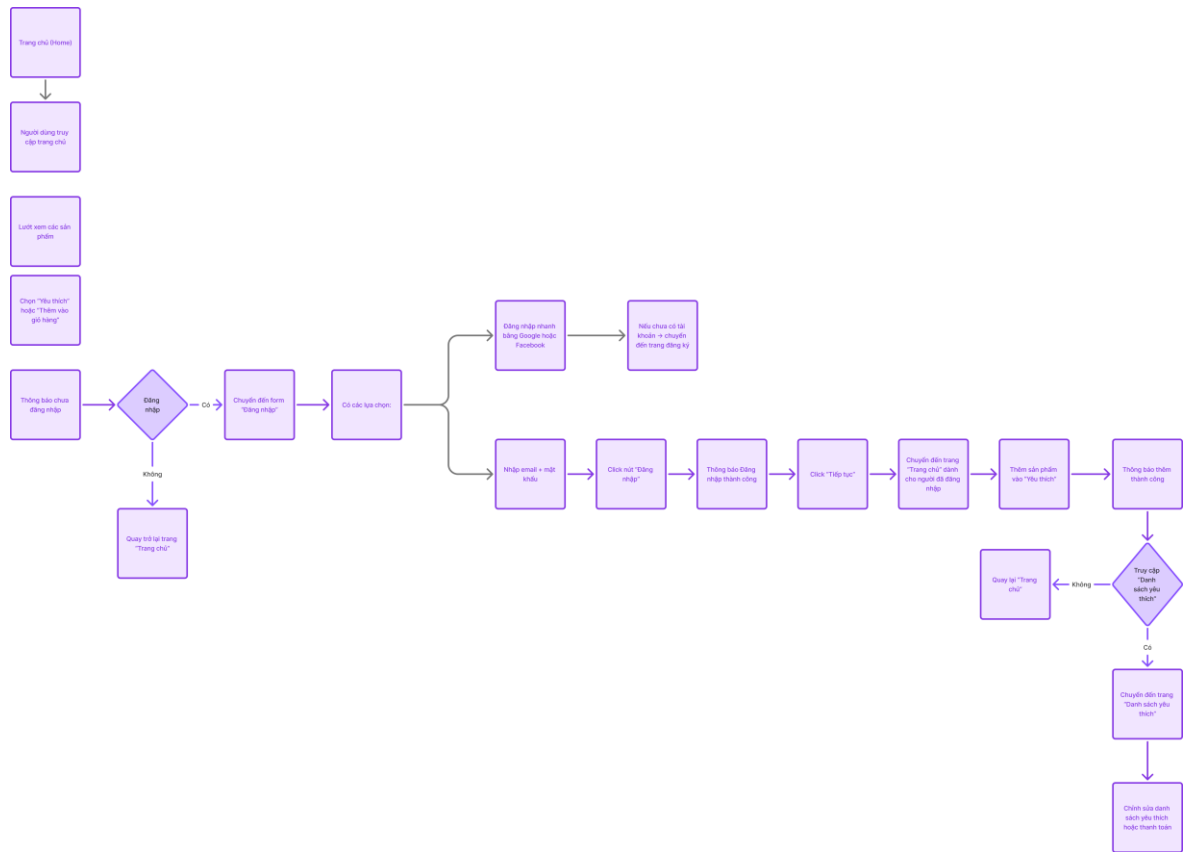
2.2.3. Sơ đồ luồng

Sơ đồ luồng cho việc mua sản phẩm



Hình 1: User flow mua sản phẩm

Sơ đồ luồng cho việc thêm sản phẩm vào danh sách yêu thích



Hình 2: User flow thêm sản phẩm vào danh sách yêu thích

2.2.4. Số lượng giao diện người dùng cần thiết

Dựa trên các use-case đã liệt kê bên trên, hệ thống sẽ cần các giao diện chính sau:

– Giao diện khách hàng:

- Trang chủ: Hiện thị sản phẩm nổi bật, bộ sưu tập, banner thông tin, liên kết đến các phần khác như: trang đăng nhập/đăng ký, trang chi tiết sản phẩm, trang danh sách các sản phẩm,...
- Trang danh sách sản phẩm: Hiện thị sản phẩm theo danh mục, bộ lọc, tìm kiếm.
- Trang chi tiết sản phẩm: Thông tin sản phẩm, chính sách hậu mãi, đánh giá, thêm vào giỏ, đặt hàng.
- Trang đăng nhập: Dành cho người dùng đã có tài khoản, có thể đăng nhập bằng tài khoản đã đăng ký trước đó hoặc đăng nhập bằng tài khoản Google hoặc Facebook.

- Trang đăng ký: Dành cho người chưa có tài khoản, nhập các thông tin để tạo tài khoản bằng email hoặc số điện thoại.
 - Trang giỏ hàng: Hiển thị sản phẩm đã thêm vào, cập nhật số lượng, xóa sản phẩm, chuyển sang thanh toán.
 - Trang thanh toán: Nhập thông tin giao hàng và xác nhận đơn hàng.
 - Trang xác nhận đơn hàng thành công: Hiển thị thông tin đơn đã đặt sau khi hoàn tất thanh toán.
 - Trang yêu thích: Danh sách sản phẩm đã lưu vào yêu thích.
 - Trang đánh giá sản phẩm: Giao diện để khách hàng viết đánh giá (có thể viết ngay tại trang chi tiết sản phẩm).
 - Trang hồ sơ cá nhân: Xem và chỉnh sửa thông tin cá nhân, đổi mật khẩu, xem lịch sử đơn hàng.
- Giao diện chủ cửa hàng:
- Dashboard quản trị – Tổng quan về số vé đặt, doanh thu, chuyến bay sắp diễn ra.
 - Quản lý khách hàng – Xem và chỉnh sửa thông tin khách hàng.
 - Quản lý chuyến bay – Thêm, sửa, xóa chuyến bay.
 - Quản lý đặt vé – Xem danh sách vé đã đặt, trạng thái thanh toán.
 - Xử lý hoàn tiền – Giao diện phê duyệt yêu cầu hoàn tiền.

2.2.5. Bảng câu hỏi khảo sát khách hàng

Phần câu hỏi:

Phần 1: Thông tin chung

1. Bạn thuộc nhóm tuổi nào sau đây?
2. Giới tính của bạn là gì?
3. Bạn đã từng mua trang sức bạc trực tuyến chưa?
4. Bạn thường mua trang sức bạc để làm gì?
5. Bạn thường mua trang sức bạc vào dịp nào?

Phần 2: Trải nghiệm người dùng (UX)

6. Bạn thường mua trang sức bạc ở đâu? (Cửa hàng, sàn TMĐT, mạng xã hội, v.v.)
7. Theo bạn, giá bao nhiêu cho một món trang sức bạc là hợp lý?
8. Khi mua trang sức bạc trực tuyến, bạn quan tâm điều gì? (Chất lượng, uy tín, ảnh sản phẩm, đánh giá...)
9. Bạn có gặp khó khăn khi mua trang sức bạc trực tuyến không? (Không chọn đúng sản phẩm, ảnh sai thực tế, khó thanh toán,...)
10. Bạn thường sử dụng thiết bị nào để mua sắm trực tuyến?

Phần 3: Thiết kế giao diện (UI)

11. Khi mua trang sức bạc trực tuyến, bạn quan tâm nhất đến yếu tố nào? (Chọn tối đa 3 yếu tố)

Phần trả lời

Phần 1: Thông tin chung

1. Bạn thuộc nhóm tuổi nào sau đây?
 - 18 – 24 tuổi
2. Giới tính của bạn là gì?
 - Nữ
3. Bạn đã từng mua trang sức bạc trực tuyến chưa?
 - Đã mua 1 – 2 lần
4. Bạn thường mua trang sức bạc để làm gì?
 - Làm quà tặng
5. Bạn thường mua trang sức bạc vào dịp nào?
 - Sinh nhật

Phần 2: Trải nghiệm người dùng (UX)

6. Bạn thường mua trang sức bạc ở đâu? (Cửa hàng, sàn TMĐT, mạng xã hội, v.v.)
 - Các trang thương mại điện tử (Shopee, Lazada, Tiki, v.v.)
 - Mạng xã hội (Facebook, Instagram, TikTok...)
7. Theo bạn, giá bao nhiêu cho một món trang sức bạc là hợp lý?
 - 100.000 VNĐ – 200.000 VNĐ

8. Khi mua trang sức bạc trực tuyến, bạn quan tâm điều gì? (Chất lượng, uy tín, ảnh sản phẩm, đánh giá...)
- Thiết kế đẹp, hợp xu hướng
 - Chính sách bảo hành, đổi trả
9. Bạn có gặp khó khăn khi mua trang sức bạc trực tuyến không? (Không chọn đúng sản phẩm, ảnh sai thực tế, khó thanh toán,...)
- Hình ảnh trên website không phản ánh đúng sản phẩm thực tế
10. Bạn thường sử dụng thiết bị nào để mua sắm trực tuyến?
- Máy tính bảng
 - Desktop/laptop

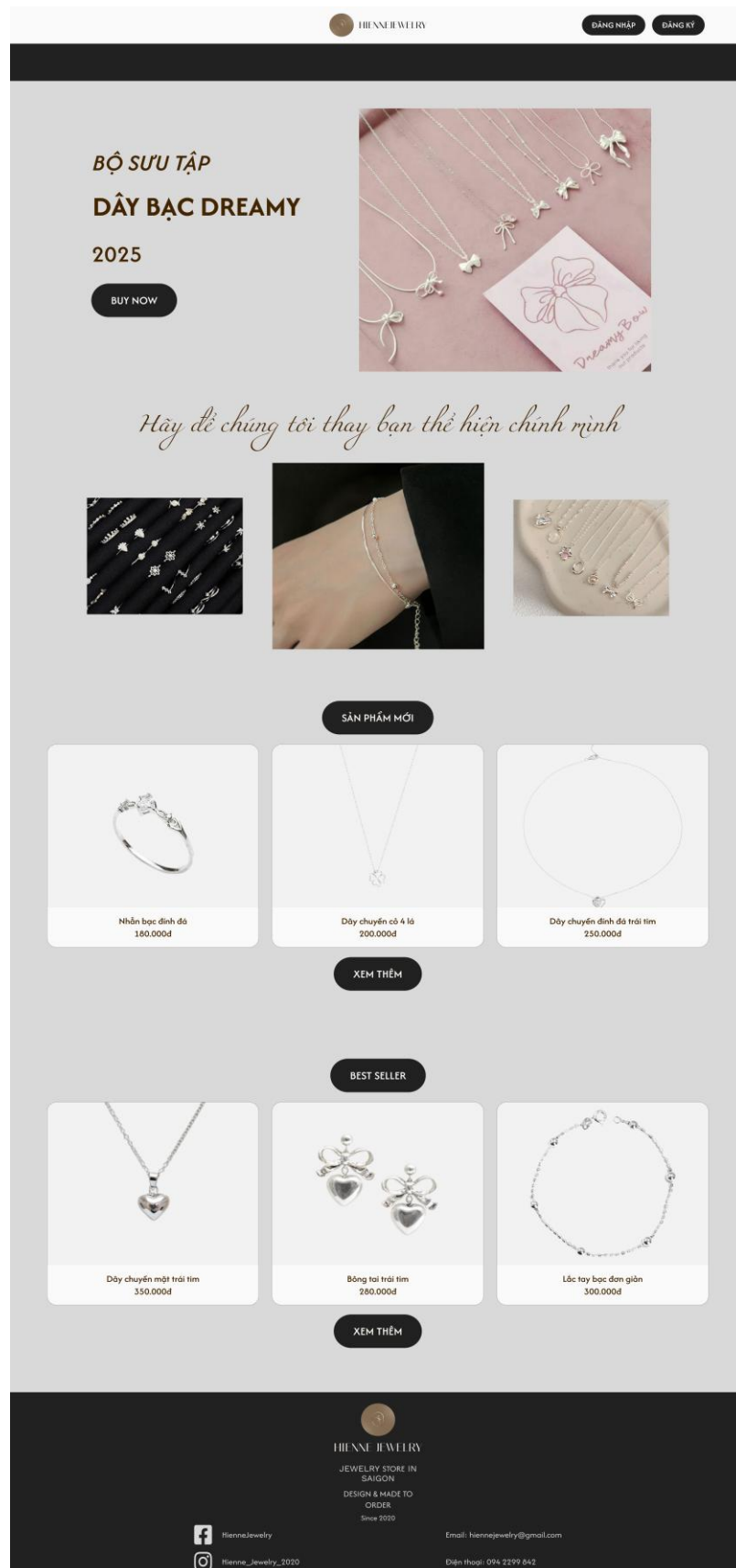
Phần 3: Thiết kế giao diện (UI)

11. Khi mua trang sức bạc trực tuyến, bạn quan tâm nhất đến yếu tố nào? (Chọn tối đa 3 yếu tố)
- Tùy chọn sản phẩm (chọn size, chất liệu bạc)
 - Đánh giá, nhận xét từ khách hàng khác

2.2.6. Phần mô tả giao diện

2.2.6.1. Giao diện dành cho khách hàng

Wireframe Trang chủ



Hình 3: Wireframe Trang chủ

– **Header (Thanh Điều Hướng)**

- Logo thương hiệu: “HIENNE JEWELRY” nằm ở góc trái, thiết kế tối giản, màu nâu vàng chủ đạo.
- Menu chính: Hiển thị đơn giản, không có nhiều mục – chỉ gồm 2 nút chính là: **Đăng nhập, Đăng ký**
- Cả hai nút nằm ở góc phải, thiết kế dạng bo tròn, dễ nhận biết và dễ thao tác.

– **Khu Vực Giới Thiệu Bộ Sưu Tập (Trung tâm trang chủ)**

- Tiêu đề lớn: BỘ SƯU TẬP DÂY BẠC DREAMY 2025
- Hình ảnh minh họa sản phẩm nổi bật (các mẫu dây chuyền nơ) nằm bên phải.
- Nút “**BUY NOW**” thiết kế dạng nút đậm, dễ nhận thấy.

– **Thông điệp thương hiệu**

- Câu slogan được trình bày trang trọng, kiểu chữ thư pháp: “*Hãy để chúng tôi thay bạn thể hiện chính mình*”
- Kèm theo đó là một dãy hình ảnh về sản phẩm (vòng tay, charm, dây chuyền...), thể hiện phong cách tinh tế.

– **Khu Vực Sản Phẩm Mới**

- Hiển thị 3 sản phẩm nổi bật
- Bên dưới có nút “**XEM THÊM**”, điều hướng mở rộng danh mục sản phẩm mới.

– **Khu Vực Sản Phẩm Bán Chạy (Best Seller)**

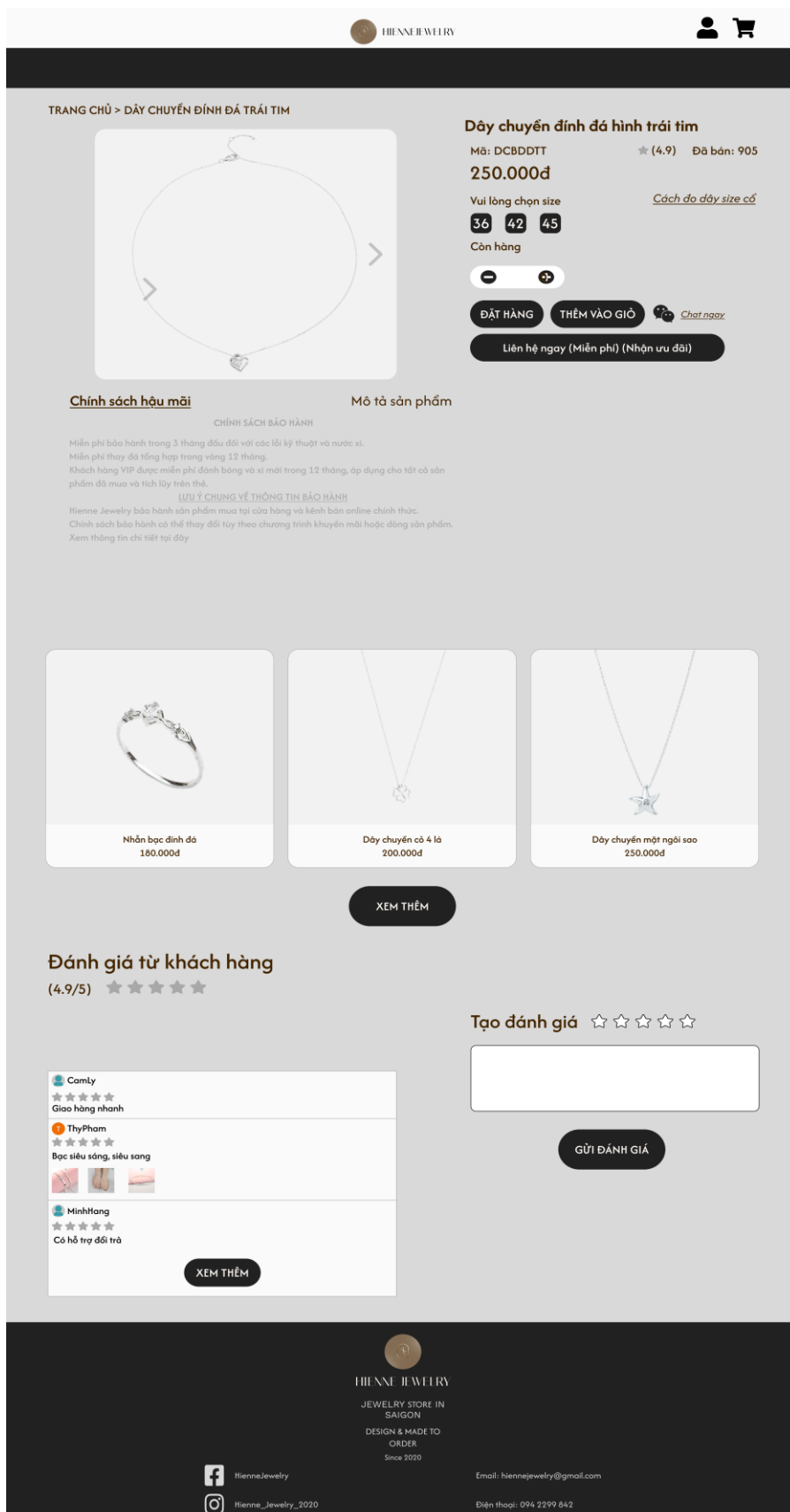
- Hiển thị 3 sản phẩm bán chạy:
- Có nút “**XEM THÊM**” giúp xem thêm các sản phẩm bán chạy khác.

– **Footer (Chân Trang)**

- Hiển thị các thông tin về thương hiệu.
- Logo và tên thương hiệu
- Thông tin mô tả
- Thông tin liên hệ

- Mạng xã hội

Wireframe Chi tiết sản phẩm



Hình 4: Wireframe Chi tiết sản phẩm

– **Header (Thanh điều hướng trên cùng)**

- Logo tròn “HIENNE JEWELRY” nằm giữa, tone nâu vàng + trắng sang trọng.
- Góc phải: bao gồm biểu tượng người dùng và biểu tượng giỏ hàng

– **Đường dẫn rõ ràng**

– **Thông tin sản phẩm (chia làm 2 cột)**

- Cột trái: Nơi trưng bày hình ảnh sản phẩm
- Cột phải: Mô tả các thông tin về sản phẩm và các nút thao tác:
 - Tên sản phẩm
 - Mã sản phẩm
 - Giá
 - Đánh giá
 - Size
 - Cách chọn size
 - Tình trạng
 - Số lượng: Nút - và + chọn số lượng
 - Nút chính:
 - ĐẶT HÀNG (nút đen, nổi bật)
 - THÊM VÀO GIỎ
 - Chat ngay (chữ nhỏ)
 - Liên hệ ngay (Miễn phí) (Nhận ưu đãi) (nút viền trắng)

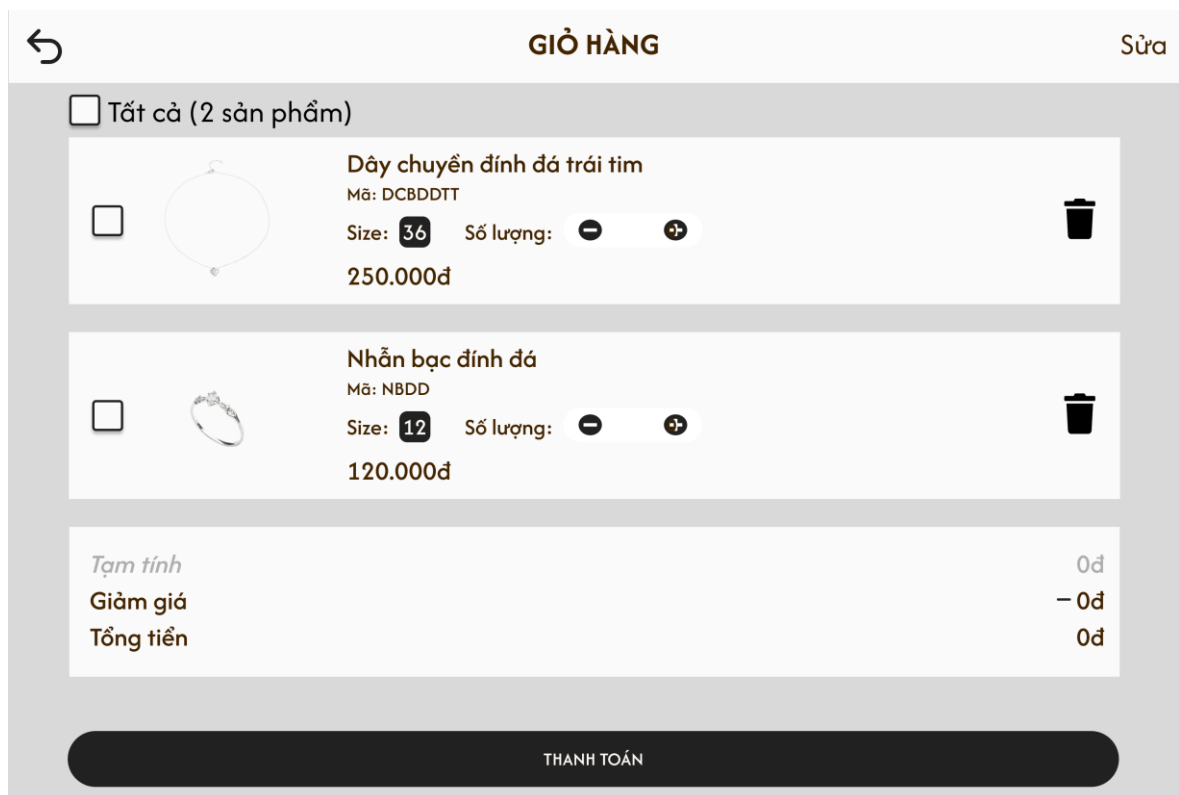
– **Tabs thông tin cung cấp các thông tin về chính sách bảo hành và mô tả chi tiết về sản phẩm**


- Chính sách hậu mãi
- Mô tả sản phẩm

– **Phần sản phẩm tương tự: Hiển thị các sản phẩm tương đồng để người dùng tham khảo**

- **Phần Đánh giá từ khách hàng: Hiển thị các đánh giá của các khách hàng trước đó:**
 - Gồm các tùy chọn cho phép lọc đánh giá
 - Phân hiển thị các đánh giá
 - Nút: XEM THÊM để xem thêm các đánh giá khác
- **Phần Tạo đánh giá: để người dùng có thể gửi đánh giá về sản phẩm**
 - 5 sao trống để người dùng chọn.
 - Ô nhập văn bản nội dung đánh giá.
 - Nút: GỬI ĐÁNH GIÁ
- **Footer (Chân trang): là các thông tin về cửa hàng**
 - Chính giữa là logo tròn Hienne Jewelry, cùng slogan:
 - Các kênh liên hệ

Wireframe Giỏ hàng







GIỎ HÀNG


Sửa

☐ Tất cả (2 sản phẩm)


☐


Dây chuyền đính đá trái tim
Mã: DCBDDTT
Size: **36** Số lượng: – +
250.000đ



☐


Nhẫn bạc đính đá
Mã: NBDD
Size: **12** Số lượng: – +
120.000đ



Tạm tính

Giảm giá

Tổng tiền

0đ
– 0đ
0đ

THANH TOÁN

Hình 5: Wireframe Giỏ hàng

– **Header (Phần đầu)**

- Biểu tượng quay lại (góc trái): Trả người dùng về trang trước (ví dụ: danh sách sản phẩm).
- Tiêu đề: "**GIỎ HÀNG**" – rõ ràng, to, nổi bật.
- Chữ "Sửa" (góc phải): Cho phép chỉnh sửa giỏ hàng (có thể là xóa nhiều sản phẩm, thay đổi thông tin...).

– **Danh sách sản phẩm trong giỏ hàng:** Gồm 2 sản phẩm, mỗi sản phẩm hiển thị các thông tin sau:

- Checkbox chọn từng sản phẩm
 - Cho phép người dùng chọn một hoặc nhiều sản phẩm để thao tác (ví dụ: thanh toán, xóa...).
- Ảnh minh họa sản phẩm
 - Cung cấp hình ảnh trực quan cho mỗi món hàng.
- Thông tin sản phẩm
 - **Tên sản phẩm**
 - **Mã sản phẩm**
 - **Kích thước (Size)**
 - **Số lượng:** Có nút (+) và (–) để tăng/giảm.
 - **Giá sản phẩm**
- Biểu tượng thùng rác
 - Dùng để xóa nhanh sản phẩm khỏi giỏ hàng.
 - Checkbox "Tất cả (2 sản phẩm)"
 - Cho phép chọn tất cả sản phẩm trong giỏ cùng lúc.

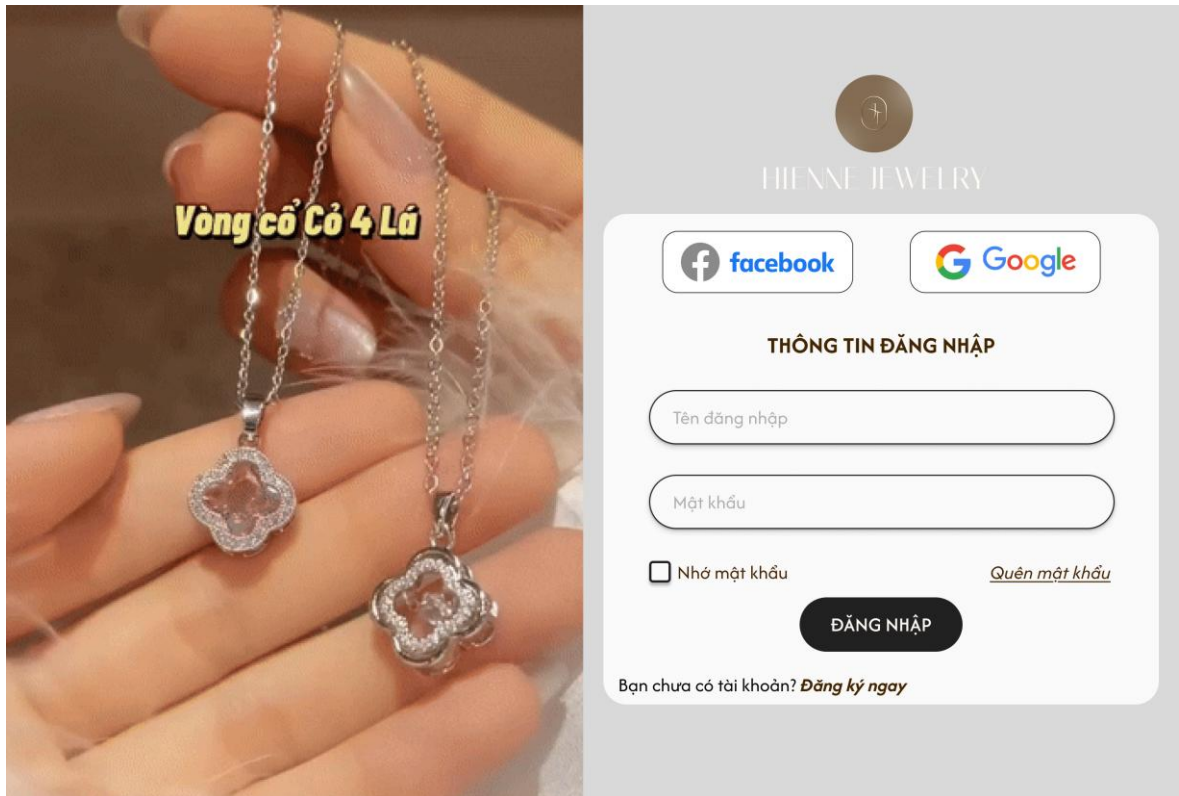
– **Thông tin thanh toán (footer phụ)**

- Tạm tính: Tổng giá trị sản phẩm đã chọn.
- Giảm giá: Nếu có mã khuyến mãi, sẽ hiển thị tại đây.
- Tổng tiền: Số tiền cần thanh toán cuối cùng.

– Nút "THANH TOÁN"

- Nút hành động chính, thực hiện bước tiếp theo để thanh toán đơn hàng.

🚦 Wireframe Đăng nhập



Hình 6: Wireframe Đăng nhập

– Logo “HIENNE JEWELRY”: Logo to rõ nhằm nổi bật thương hiệu cho trang đăng nhập

– Thông tin đăng nhập (Chia làm 2 cột)

- Cột trái: Video minh họa sinh động, giới thiệu đơn giản các sản phẩm
- Cột phải: Form đăng nhập và các nút thao tác
 - Tiêu đề: "THÔNG TIN ĐĂNG NHẬP"
 - Trường nhập liệu:
 - Ô "Tên đăng nhập": Nhập tên tài khoản.
 - Ô "Mật khẩu": Nhập mật khẩu.
 - Checkbox "Nhớ mật khẩu"
 - Liên kết "Quên mật khẩu"

- Nút **ĐĂNG NHẬP**: to rõ và nằm ngay tầm mắt người dùng nhằm thu hút sự chú ý
- Đăng nhập bằng tài khoản mạng xã hội:
 - Nút "Facebook": Đăng nhập nhanh bằng tài khoản Facebook
 - Nút "GOOGLE": Đăng nhập nhanh bằng tài khoản Google
- Liên kết phụ: "Bạn chưa có tài khoản? Đăng ký ngay" với "Đăng ký ngay" dẫn đến trang đăng ký nếu người dùng chưa có tài khoản và muốn đăng ký tài khoản.

Wireframe Thanh toán



THANH TOÁN

THÔNG TIN ĐẶT HÀNG



Dây chuyền đính đá hình trái tim

Mã: DCBDDTT

Size: **36** Số lượng: **-** **+**

250.000đ



Nhập mã ưu đãi

Áp dụng

Tạm tính

250.000đ

Giảm giá

-30.000đ

Phí vận chuyển

25.000đ

Tổng tiền

245.000đ

THÔNG TIN NGƯỜI MUA

☐ Chị

☐ Anh

Họ và tên

Số điện thoại

Email

DD/MM/YYYY

☐ Tôi muốn gửi thiệp và lời chúc qua SMS

HÌNH THỨC NHẬN HÀNG



Giao hàng tận nơi



Nhận tại cửa hàng

Chọn tỉnh/thành *



Quận/huyện *



Phường/xã *



Địa chỉ cụ thể *

☐ Vui lòng đảm bảo các thông tin bạn cung cấp là chính xác

PHƯƠNG THỨC THANH TOÁN

Thanh toán khi nhận hàng (COD)

Thanh toán bằng tài khoản ngân hàng (Banking)

Thanh toán bằng ví điện tử (MoMo, ZaloPay)

Thanh toán VNPay

GHI CHÚ (Không bắt buộc)

ĐẶT HÀNG

Hình 7: Wireframe Thanh toán

– **Tiêu đề trang**

- Dòng chữ “**THANH TOÁN**” nằm giữa, kiểu chữ in đậm, rõ ràng.

– **Phần thông tin đặt hàng gồm:**

- Sản phẩm
- Mã
- Size
- Số lượng: Có nút giảm (-) và tăng (+)
- Giá

– **Mã ưu đãi**

- Ô nhập mã ưu đãi với nút “**Áp dụng**” ở bên phải.

– **Chi tiết đơn hàng gồm:**

- Tạm tính
- Giảm giá
- Phí vận chuyển
- Tổng tiền

– **Thông tin người mua gồm:**

- Lựa chọn giới tính
- Họ và tên
- Số điện thoại
- Email
- Ngày sinh
- Checkbox

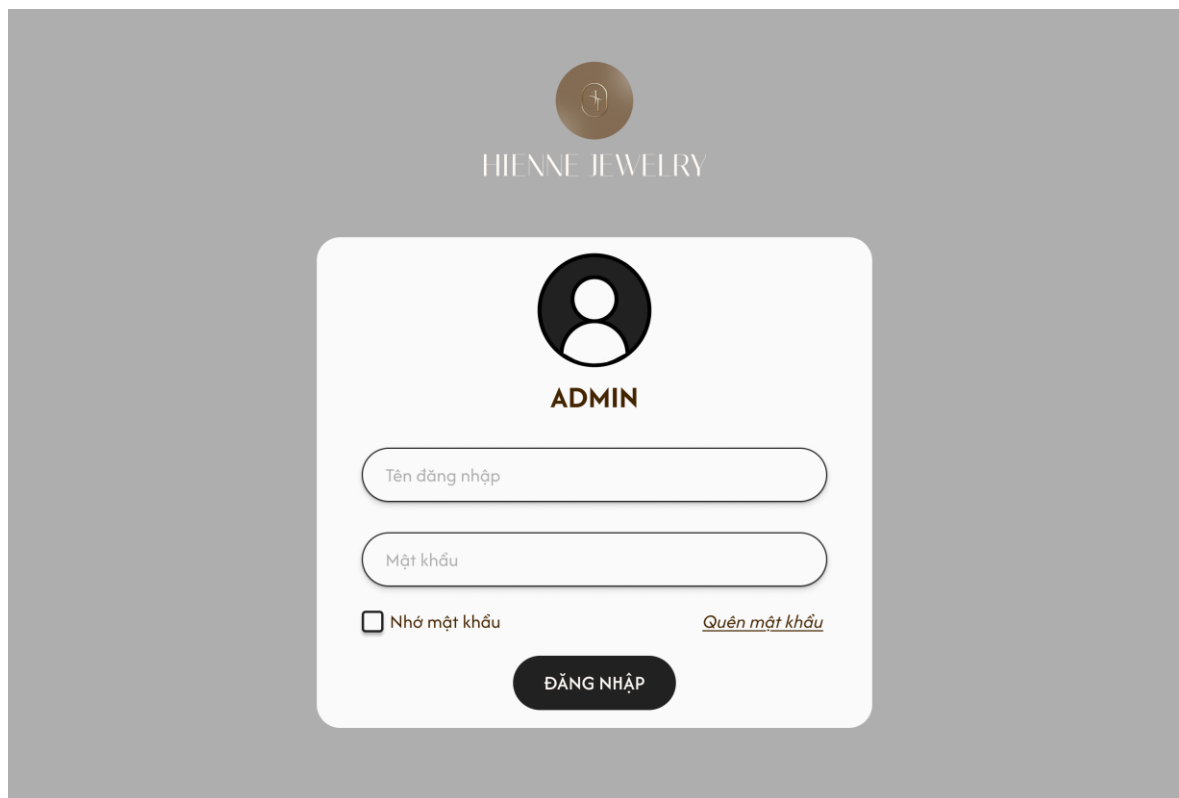
– **Hình thức nhận hàng gồm:**

- 2 lựa chọn:
 - **Giao hàng tận nơi**
 - **Nhận tại cửa hàng**

- Nếu chọn giao hàng:
 - Chọn tỉnh/thành (*)
 - Quận/huyện (*)
 - Phường/xã (*)
 - Địa chỉ cụ thể (*)
 - Checkbox xác nhận
- **Phương thức thanh toán: hỗ trợ 4 phương thức thanh toán**
- Thanh toán khi nhận hàng (COD)
 - Thanh toán bằng tài khoản ngân hàng (Banking)
 - Thanh toán bằng ví điện tử (MoMo, ZaloPay)
 - Thanh toán VNPay
- **Ghi chú**
- Ô nhập nội dung (Không bắt buộc)
- **Nút đặt hàng**
- Nút lớn, màu đen, chữ trắng: "**ĐẶT HÀNG**"

2.2.6.2. Giao diện dành cho chủ cửa hàng

Wireframe Đăng nhập



Hình 8: Wireframe Admin Đăng nhập

- **Logo:** Logo được đặt ở giữa phía trên cùng của màn hình, kích thước lớn và rõ ràng, giúp nổi bật thương hiệu cho trang đăng nhập.
- **Form đăng nhập:**
 - Hiện thị biểu tượng avatar và dòng chữ “ADMIN” nổi bật ở giữa, định hướng vai trò người dùng.
 - **Trường nhập liệu:**
 - Ô “**Tên đăng nhập**”: Người dùng nhập tên tài khoản.
 - Ô “**Mật khẩu**”: Người dùng nhập mật khẩu.
 - **Checkbox “Nhớ mật khẩu”:** Có checkbox để ghi nhớ mật khẩu.
 - **Liên kết “Quên mật khẩu”:** Đặt phía dưới trường mật khẩu bên phải, màu nâu nổi bật.
 - **Nút ĐĂNG NHẬP:** Kích thước to, màu đen đậm, nằm ngay dưới form giúp dễ dàng nhìn thấy và thao tác.

Wireframe Trang chủ



Hình 9: Wireframe Trang chủ Admin

- **Thông tin người dùng:** Góc trên bên trái hiển thị avatar và tên người dùng.
- **Thanh điều hướng bên trái (menu dọc):**
 - Trang chủ
 - Quản lý đơn hàng
 - Quản lý khách hàng
 - Quản lý sản phẩm
 - Thống kê
 - Cài đặt

– **Nội dung chính (dashboard hiển thị tổng quan dữ liệu):** Hiển thị các thông tin

- Tổng đơn hàng hôm nay
- Doanh thu tháng
- Biểu đồ cột (Doanh thu VND)
- Sản phẩm bán chạy
- Biểu đồ thanh (Tồn kho %)
- Biểu đồ tròn (Tỷ lệ đơn hàng %)

2.2.7. Các màn hình hoàn chỉnh

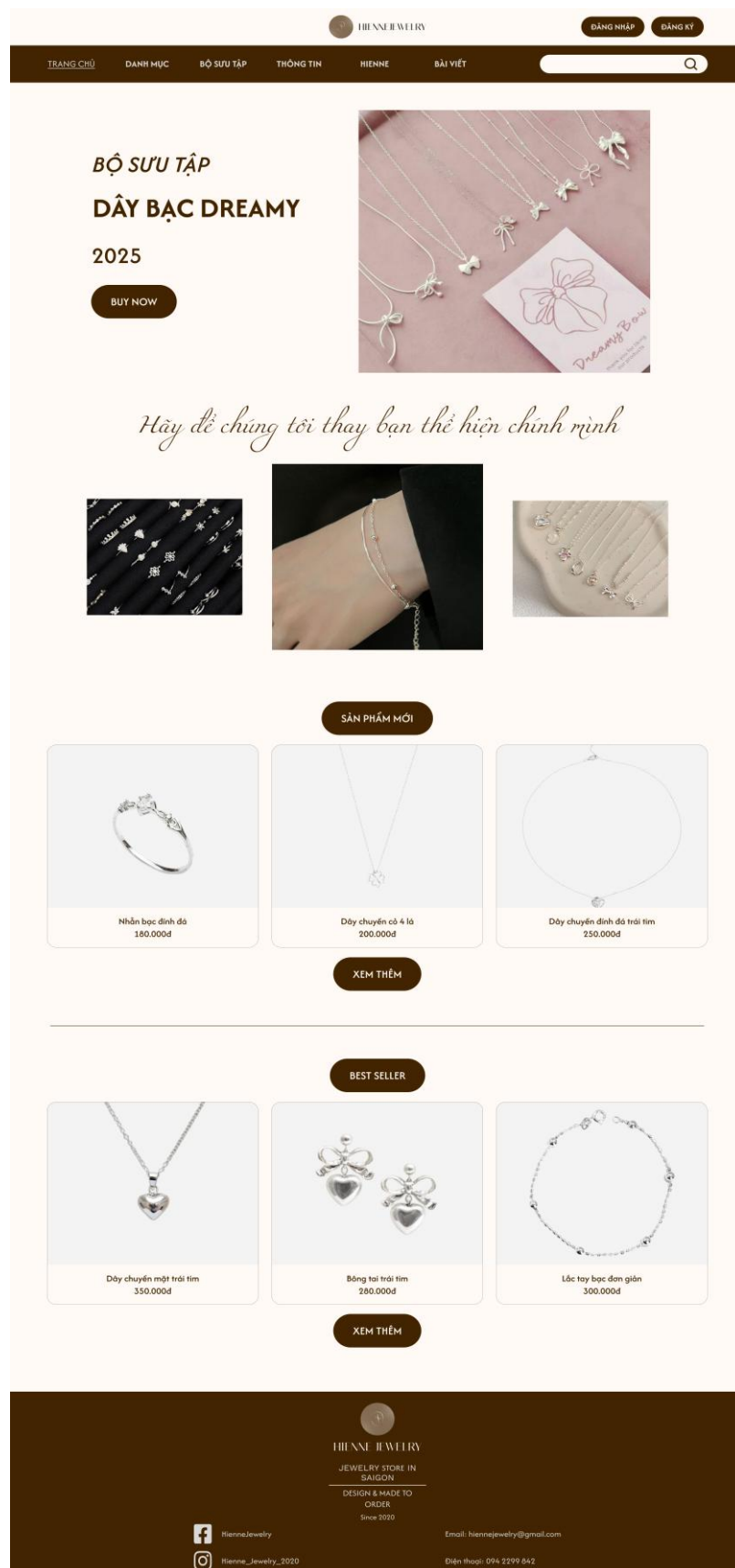
Website Hienne Jewelry được thiết kế với giao diện hiện đại, nhẹ nhàng và thân thiện với người dùng. Trang web bao gồm các màn hình chính như: trang chủ, danh sách sản phẩm, chi tiết sản phẩm, giỏ hàng, đăng nhập/đăng ký và đặt hàng,... Mỗi màn hình đều được bố trí rõ ràng, dễ thao tác, tập trung vào trải nghiệm mua sắm trực tuyến và hỗ trợ khách hàng cá nhân hóa sản phẩm thông qua tính năng đặt thiết kế riêng. Giao diện ưu tiên tính trực quan, đồng bộ màu sắc thương hiệu và tối ưu trên cả máy tính lẫn thiết bị di động.

Màu sắc chủ đạo:

- **Nâu trầm (chocolate brown):** tạo cảm giác sang trọng, ấm áp và đáng tin cậy – phù hợp với đặc trưng của thương hiệu trang sức thủ công, mang tính cá nhân hóa cao
 - **Trắng kem (cream white):** giúp tạo sự cân bằng, giữ giao diện nhẹ nhàng, tinh tế, đồng thời làm nổi bật hình ảnh sản phẩm bạc.
- ⇒ Sự kết hợp này vừa truyền tải tinh thần thủ công cao cấp, vừa mang lại trải nghiệm thị giác dễ chịu cho người dùng.

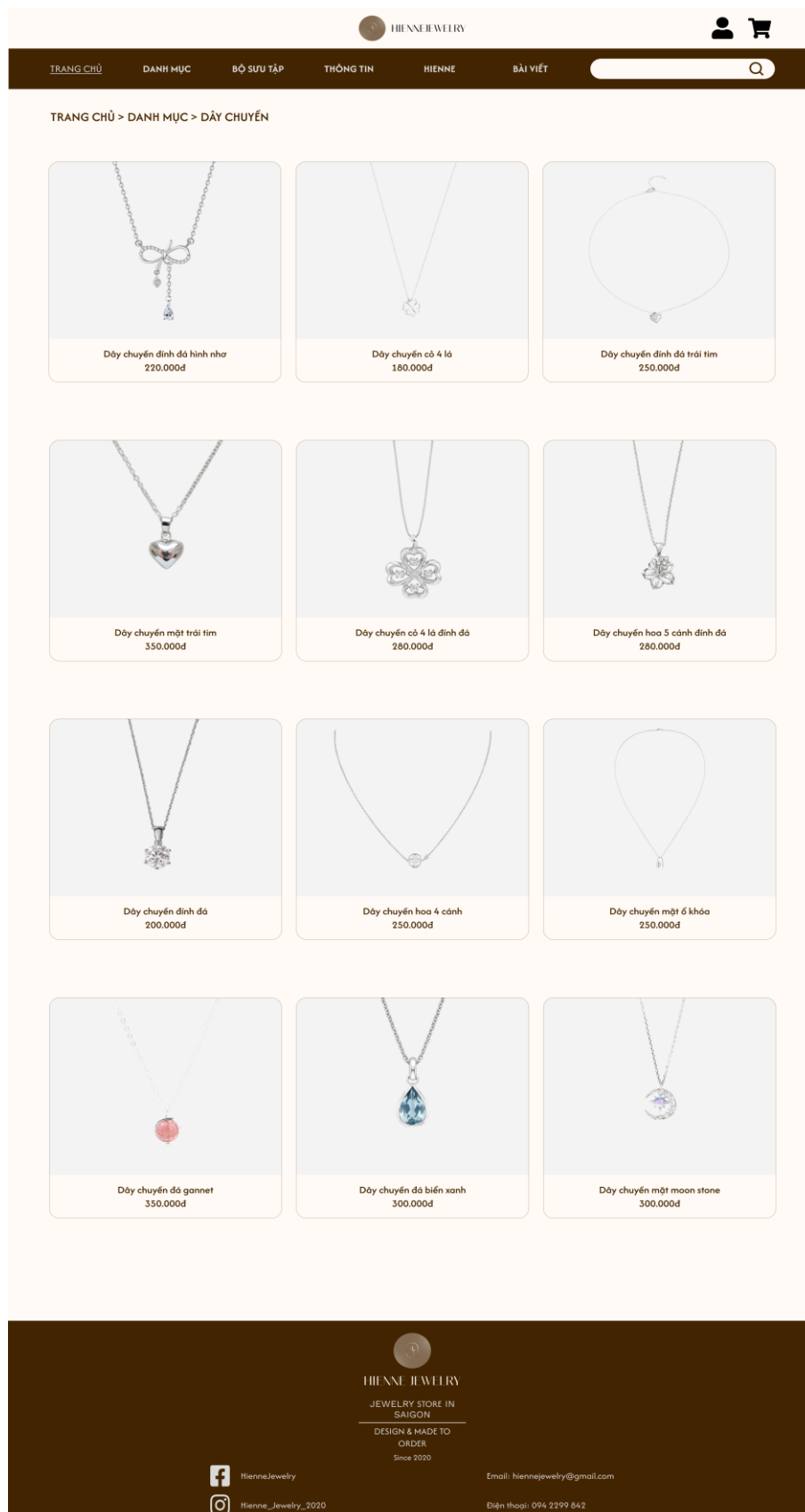
2.2.7.1. Giao diện khách hàng

Màn hình trang chủ



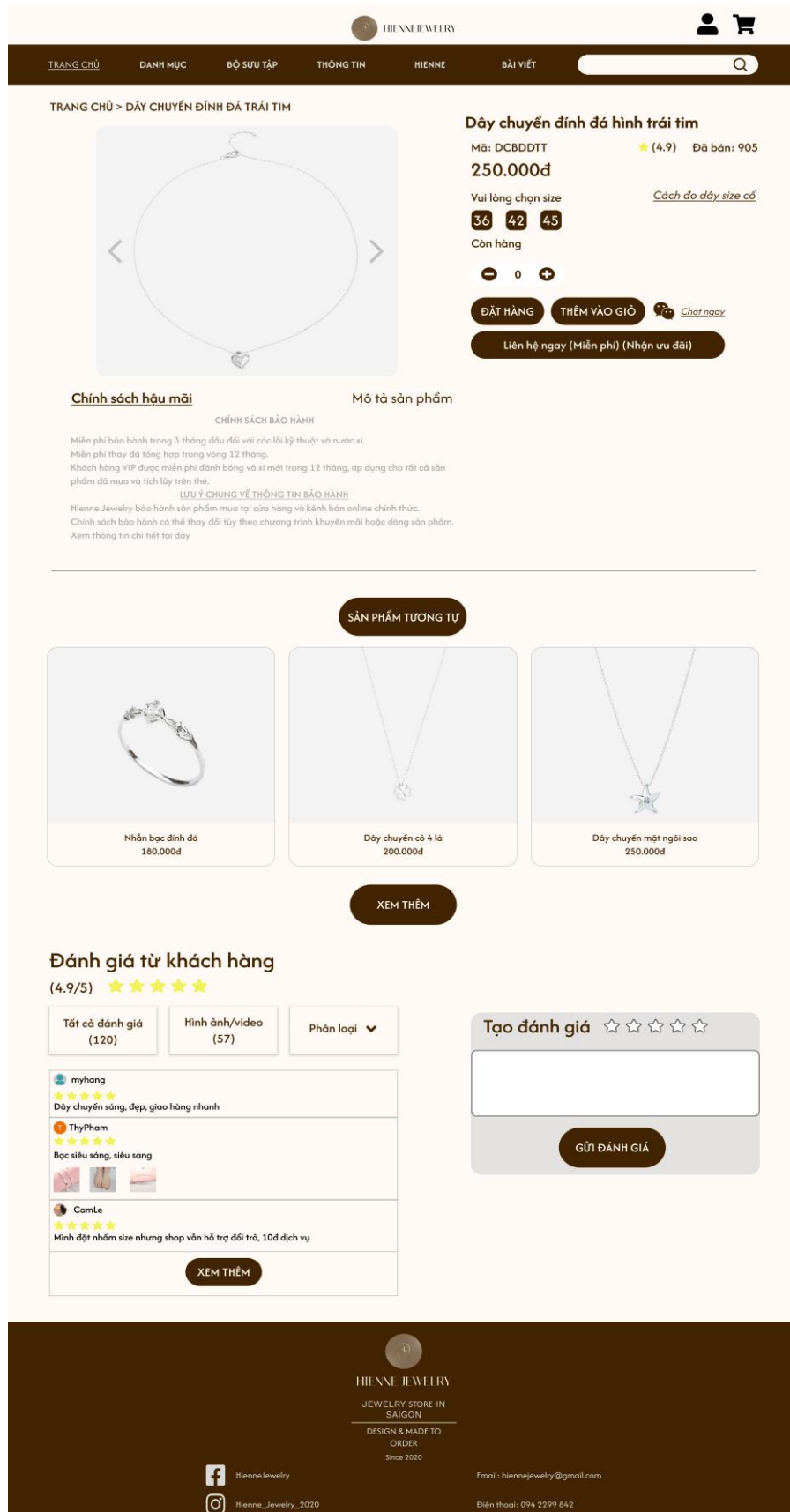
Hình 10: Màn hình Trang chủ hoàn chỉnh

Màn hình Danh sách các sản phẩm



Hình 11: Màn hình Danh sách sản phẩm hoàn chỉnh

Màn hình Chi tiết sản phẩm



Hình 12: Màn hình Chi tiết sản phẩm hoàn chỉnh

Màn hình Thanh toán



THANH TOÁN

THÔNG TIN ĐẶT HÀNG



Dây chuyền đính đá trái tim

Mã: DCBDDTT

Size: **36** Số lượng: **- 0 +**

250.000đ



Nhập mã ưu đãi

Áp dụng

Tạm tính

250.000đ

Giảm giá

-30.000đ

Phí vận chuyển

25.000đ

Tổng tiền

245.000đ

THÔNG TIN NGƯỜI MUA

☐ Chị ☐ Anh

Họ và tên

Số điện thoại

Email

DD/MM/YYYY

☐ Tôi muốn gửi thiệp và lời chúc qua SMS

HÌNH THỨC NHẬN HÀNG



Giao hàng tận nơi



Nhận tại cửa hàng

Chọn tỉnh/thành *



Quận/huyện *



Phường/xã *



Địa chỉ cụ thể *

☐ Vui lòng đảm bảo các thông tin bạn cung cấp là chính xác

PHƯƠNG THỨC THANH TOÁN

Thanh toán khi nhận hàng (COD)

Thanh toán bằng tài khoản ngân hàng (Banking)

Thanh toán bằng ví điện tử (MoMo, ZaloPay)

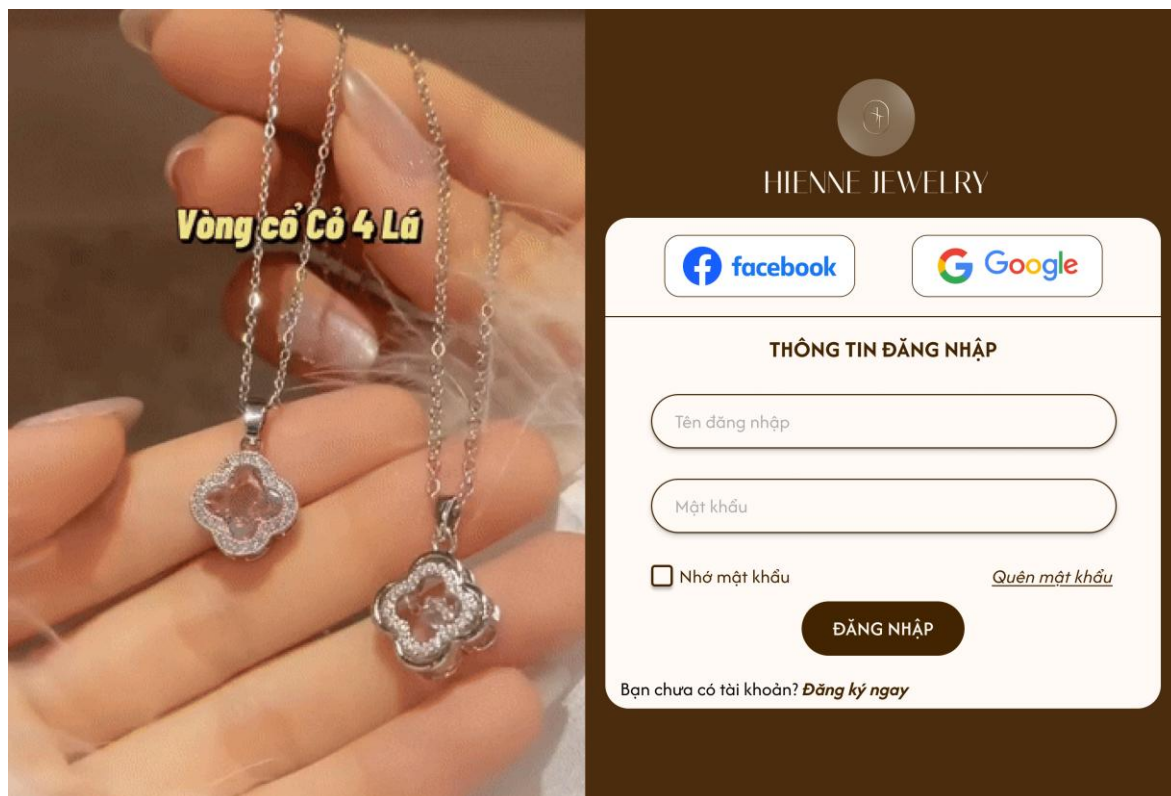
Thanh toán VNPay

GHI CHÚ (Không bắt buộc)

ĐẶT HÀNG

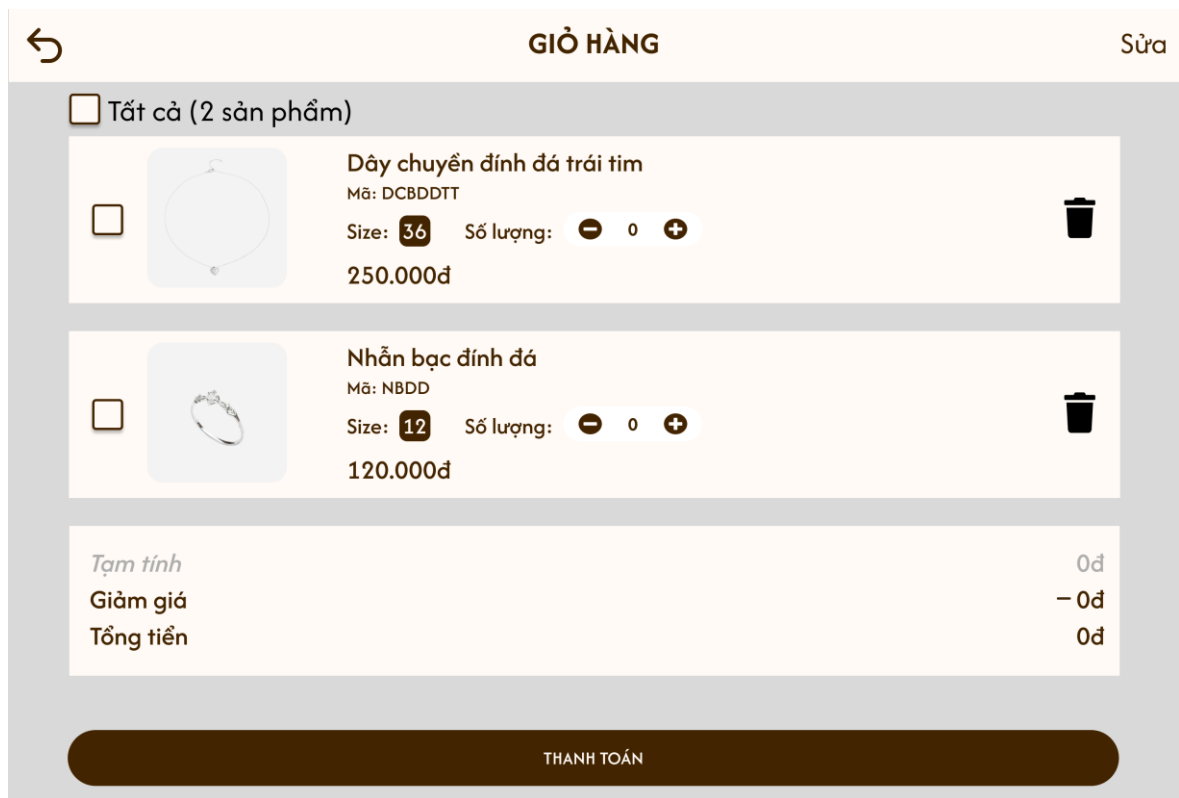
Hình 13: Màn hình Thanh toán hoàn chỉnh

Màn hình đăng nhập



Hình 14: Màn hình Đăng nhập hoàn chỉnh

Màn hình giỏ hàng



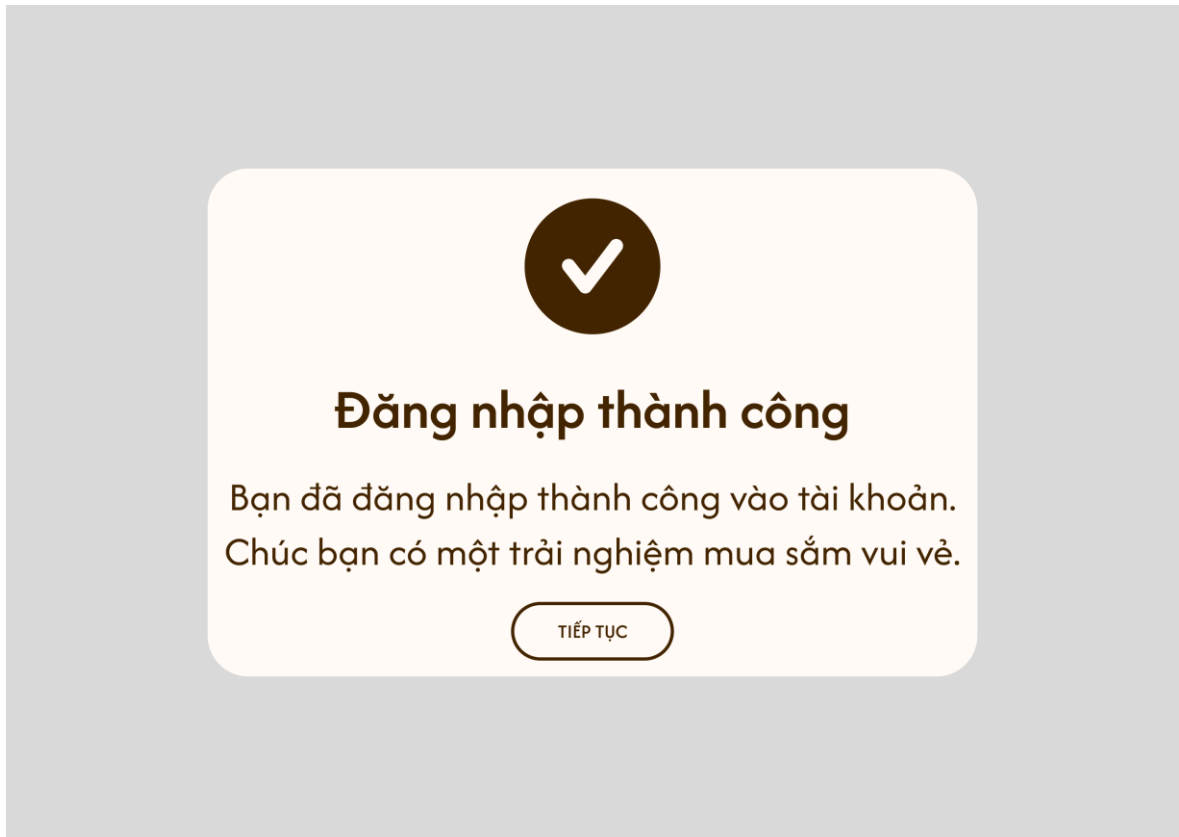
Hình 15: Màn hình Giỏ hàng hoàn chỉnh

Màn hình danh sách yêu thích



Hình 16: Màn hình Danh sách yêu thích hoàn chỉnh

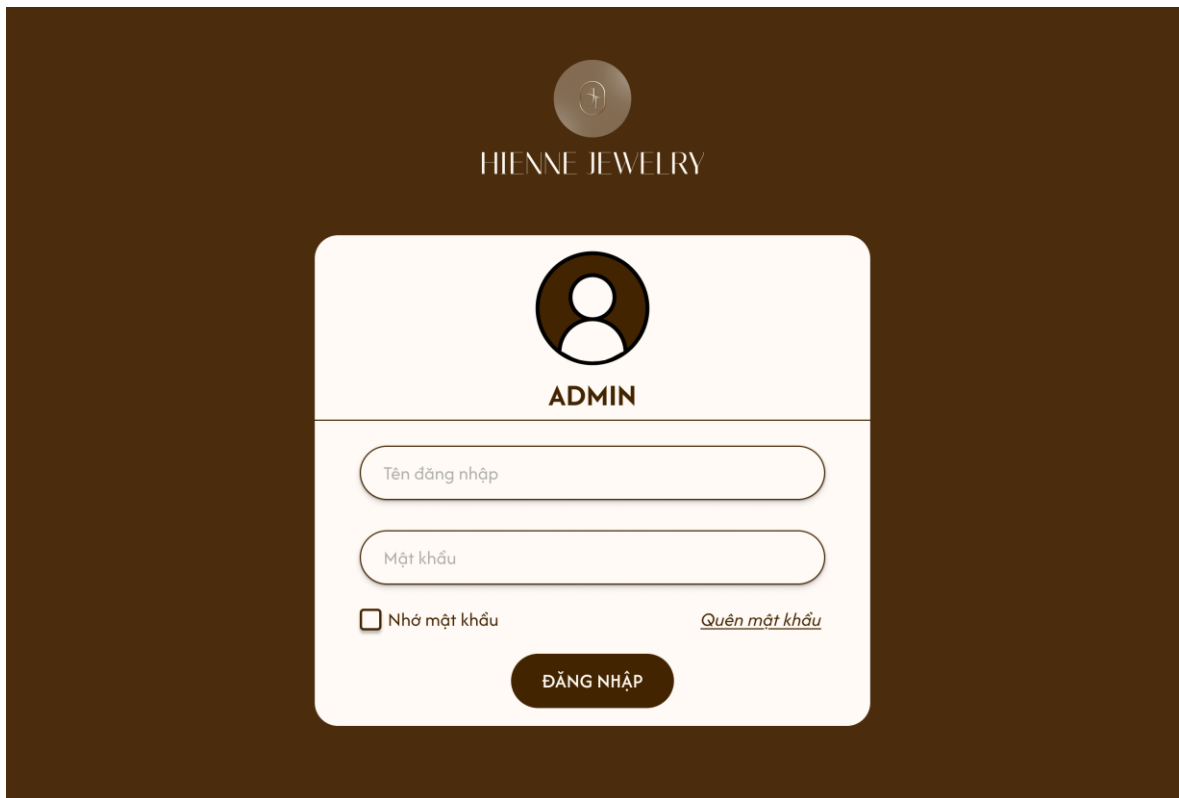
Màn hình Thông báo đăng nhập thành công



Hình 17: Màn hình Thông báo

2.2.7.2. Giao diện chủ cửa hàng

+ Màn hình Đăng nhập



Hình 18: Màn hình Admin Đăng nhập hoàn chỉnh

Màn hình Trang chủ



Hình 19: Màn hình Trang chủ Admin hoàn chỉnh

PHỤ LỤC

1.1. User persona

1.1.1. User persona 1



NGUYỄN MINH CHÂU

- Tuổi: 26
- Giới tính: Nữ
- Nghề nghiệp: Nhân viên văn phòng
- Sở thích: Mua sắm online, chụp ảnh, du lịch
- Địa điểm: Hà Nội
- Thiết bị sử dụng: Smartphone, laptop

MÔ TẢ

Châu là một người trẻ làm việc trong môi trường công sở, yêu thích sự tinh tế, tối giản nhưng vẫn phải thể hiện được cá tính. Cô thường mua trang sức bạc để phối đồ đi làm và đi chơi. Do tính chất công việc bận rộn, cô chủ yếu mua hàng online và cần quá trình mua sắm nhanh chóng, dễ hiểu.

NHU CẦU

- Tìm các mẫu trang sức bạc nhỏ gọn, tinh tế, dễ phối đồ công sở.
- Muốn có hình ảnh thật, rõ ràng, video đeo thử.
- Giá từ 300.000 - 700.000 VNĐ cho từng món.
- Có phần đánh giá, nhận xét từ người mua trước.

KHÓ KHĂN BẮT TIỆN

- Không tin tưởng các website thiếu thông tin sản phẩm rõ ràng.
- Sợ mua phải hàng giả bạc, chất lượng kém.
- Không muốn tạo tài khoản mỗi lần mua.

Hình 20: User persona 1

1.1.2. User persona 2



TRẦN QUỐC HƯNG

- Tuổi: 35
- Giới tính: Nam
- Nghề nghiệp: Kỹ sư công nghệ
- Sở thích: Chơi thể thao, đọc sách, mua quà cho vợ
- Địa điểm: TP. Đà Nẵng
- Thiết bị sử dụng: Máy tính để bàn, điện thoại

MÔ TẢ

Hưng là người chu đáo, thường xuyên tìm mua quà tặng cho vợ vào các dịp đặc biệt. Anh thường gặp khó khăn khi chọn kiểu dáng phù hợp vì không rành về thời trang. Anh cần website hỗ trợ lọc quà theo dịp và theo gu thẩm mỹ phổ biến.

NHU CẦU

- Mua trang sức bạc làm quà (sinh nhật, kỷ niệm cưới).
- Muốn được tư vấn chọn mẫu phù hợp độ tuổi và sở thích nữ giới.
- Ưu tiên sản phẩm có hộp quà tặng đẹp, có dịch vụ viết thiệp.
- Giá trong khoảng 500.000 - 1.000.000 VNĐ.

KHÓ KHĂN BẮT TIỆN

- Không biết chọn mẫu nào phù hợp.
- Website không có bộ lọc theo dịp hay gợi ý quà.
- Không rõ chính sách đổi trả nếu không ưng.

Hình 21: User persona 2

1.1.3. User persona 3



PHẠM THỊ MỸ LINH

- Tuổi: 22
- Giới tính: Nữ
- Nghề nghiệp: Sinh viên đại học
- Sở thích: Thời trang, làm video TikTok, phụ kiện
- Địa điểm: TP. Hồ Chí Minh
- Thiết bị sử dụng: Điện thoại thông minh

MÔ TẢ

Linh là sinh viên năm cuối, rất quan tâm đến xu hướng thời trang. Cô thường săn các mẫu trang sức bạc trẻ trung, cá tính để quay clip TikTok hoặc phối đồ chụp hình. Ngân sách hạn chế, nhưng luôn ưu tiên kiểu dáng đẹp, bắt trend.

NHU CẦU

- Mẫu mã độc lạ, hợp trend (hoặc theo KOLs đeo).
- Ưu tiên giá rẻ < 400.000 VNĐ.
- Mua theo combo (ví dụ: vòng cổ + nhẫn + khuyên tai).
- Có chính sách freeship, mã giảm giá cho sinh viên.

KHÓ KHĂN BẮT TIỆN

- Website không tối ưu cho điện thoại.
- Không có ảnh feedback người thật đeo.
- Thiếu chương trình khuyến mãi hấp dẫn.

Hình 22: User persona 3

1.1.4. User persona 4

LÊ ANH TUẤN



- Tuổi: 28
- Giới tính: Nam
- Nghề nghiệp: Nhiếp ảnh gia tự do
- Sở thích: Nghệ thuật, thiết kế, quà tặng độc đáo
- Địa điểm: TP. Cần Thơ
- Thiết bị sử dụng: Máy tính bảng, smartphone

MÔ TẢ

Tuấn thường xuyên mua trang sức bạc để làm đạo cụ chụp ảnh hoặc làm quà cá nhân hóa cho bạn bè, khách hàng. Anh ưu tiên các thiết kế sáng tạo, có thể khắc tên, ký hiệu riêng. Trải nghiệm mua hàng và hình ảnh sản phẩm là yếu tố quyết định.

NHU CẦU

- Trang sức bạc có thể khắc chữ/thiết kế riêng.
- Mua theo bộ concept để chụp ảnh.
- Hình ảnh sản phẩm đẹp, rõ nét, có ảnh nền trắng và ảnh người mẫu đeo.
- Dễ trao đổi với người bán về yêu cầu tùy chỉnh.

KHÓ KHĂN BẮT TIỆN

- Khó tìm trang sức bạc cho nam hoặc unisex.
- Web thiếu kênh chat nhanh (Zalo, Messenger).
- Khó kiểm tra tình trạng đơn hàng sau khi mua.

Hình 23: User persona 4

1.1.5. User persona 5



HỒ DIỆU VY

- Tuổi: 35
- Giới tính: Nữ
- Nghề nghiệp: Chủ cửa hàng spa
- Sở thích: Làm đẹp, phong thủy, đồ trang sức bạc to
- Địa điểm: Bình Dương
- Thiết bị sử dụng: Điện thoại, laptop

MÔ TẢ

Vy là một phụ nữ thành đạt, yêu thích các loại trang sức bạc bản to, có yếu tố phong thủy hoặc thiết kế nổi bật. Cô mua để đeo hằng ngày và làm điểm nhấn khi đi tiệc. Không quan tâm nhiều đến giá, mà chú trọng vào chất lượng và ý nghĩa sản phẩm.

NHU CẦU

- Trang sức bạc cao cấp, không bị xỉn màu.
- Có thông tin về ý nghĩa thiết kế, phong thủy.
- Giao hàng nhanh, đóng gói sang trọng.
- Có chính sách bảo hành lâu dài.

KHÓ KHĂN BẮT TIỆN

- Ít nơi có sản phẩm thiết kế riêng cho người trung niên.
- Thông tin chất liệu không rõ ràng.
- Khó so sánh sản phẩm giữa các thương hiệu trên web.

Hình 24: User persona 5

1.2. User scenario

1.2.1. User scenario Tìm kiếm

- Ngữ cảnh: Linh – một sinh viên đại học – đang tìm một đôi bông tai bạc kiểu dáng nhỏ gọn để đeo hằng ngày.
- Mục tiêu: Tìm nhanh sản phẩm phù hợp với ngân sách và phong cách cá nhân.
- Các bước:
 1. Truy cập vào trang chủ website.
 2. Nhập từ khóa “bông tai nhỏ” vào thanh tìm kiếm.
 3. Sử dụng bộ lọc để chọn khoảng giá dưới 300.000 VNĐ và kiểu dáng đơn giản.
 4. Xem kết quả hiển thị và nhấn vào sản phẩm yêu mình để xem chi tiết.
- Kết quả mong đợi: Người dùng thấy được danh sách sản phẩm phù hợp nhanh chóng và chọn được sản phẩm ưng ý để tiếp tục hành trình mua sắm.

1.2.2. User scenario Đăng nhập:

- Ngữ cảnh: Hưng – một khách hàng cũ – muốn đăng nhập để xem đơn hàng trước và tiếp tục mua sản phẩm.
- Mục tiêu: Đăng nhập vào tài khoản dễ dàng và an toàn.
- Các bước:
 1. Nhấp vào nút “Đăng nhập” ở góc trên bên phải màn hình.
 2. Nhập email và mật khẩu đã đăng ký.
 3. Chọn “Ghi nhớ tôi” và nhấn nút “Đăng nhập”.
- Kết quả mong đợi: Hệ thống cho phép người dùng truy cập vào trang tài khoản cá nhân và lịch sử mua hàng.

1.2.3. User scenario Thêm giỏ hàng

- Ngữ cảnh: Châu – một nhân viên văn phòng – đang duyệt sản phẩm để chuẩn bị cho sinh nhật bạn thân.

- Mục tiêu: Thêm sản phẩm mong muốn vào giỏ hàng để tiếp tục chọn thêm sản phẩm khác.
- Các bước:
 1. Xem thông tin sản phẩm vòng tay bạc.
 2. Chọn size và màu sắc (nếu có).
 3. Nhấn nút “Thêm vào giỏ hàng”.
 4. Một popup xác nhận hiện lên, có nút “Tiếp tục mua sắm” hoặc “Xem giỏ hàng”.
- Kết quả mong đợi: Sản phẩm được thêm thành công vào giỏ và người dùng tiếp tục hành trình mua sắm hoặc tiến hành đặt hàng.

1.2.4. User scenario Đặt hàng:

- Ngữ cảnh: Vy – một người mua trẻ tuổi – đã chọn được 2 món đồ và sẵn sàng tiến hành đặt hàng.
- Mục tiêu: Hoàn tất đơn hàng một cách dễ hiểu, nhanh chóng.
- Các bước:
 1. Nhấn vào biểu tượng giỏ hàng
 2. Chọn 2 sản phẩm cần thanh toán
 3. Chọn “Thanh toán”.
 4. Kiểm tra lại sản phẩm và số lượng.
 5. Nhập thông tin giao hàng.
 6. Chọn phương thức thanh toán (ví điện tử, COD, thẻ ngân hàng...).
 7. Xác nhận đặt hàng & thanh toán.
- Kết quả mong đợi: Người dùng nhận được thông báo xác nhận đặt hàng và email thông báo chi tiết đơn hàng.

1.2.5. User scenario Thêm vào danh sách yêu thích

- Ngữ cảnh: Tuấn – nhiếp ảnh gia – thấy một mẫu dây chuyền bạc đẹp nhưng chưa muốn mua ngay.
- Mục tiêu: Lưu lại sản phẩm để mua sau.
- Các bước:
 1. Truy cập trang chi tiết sản phẩm.
 2. Click biểu tượng “trái tim” hoặc “Thêm vào yêu thích”.
 3. Đăng nhập (nếu chưa đăng nhập).
 4. Sản phẩm được lưu vào danh sách “Yêu thích”.
- Kết quả mong đợi: Người dùng có thể truy cập lại danh sách yêu thích bất cứ lúc nào.

1.3. User journey

1.3.1. User journey 1

- Tác nhân: Nguyễn Minh Châu – Nhân viên văn phòng
- Mục đích: Mua một sợi dây chuyền bạc nhỏ gọn, tinh tế để đeo đi làm.
- Thiết bị sử dụng: điện thoại, laptop

Bảng 1: User journey 1

Giai đoạn	Hành động người dùng	Cảm xúc	Điểm chạm	Cơ hội cải thiện (UX)
Nhận diện nhu cầu	Cần phụ kiện phối đồ công sở	Tò mò, mong muốn thử	TikTok/Facebook/Instagram Ads	Tối ưu quảng cáo nhắm đúng hành vi
Tìm kiếm	Tìm web bán dây chuyền bạc, lọc theo gu	Hơi bối rối	Google, website, trang sản phẩm	Bộ lọc sản phẩm theo phong cách

Cân nhắc	Xem ảnh, đọc feedback người mua	Cân nhắc, đắn đo	Trang sản phẩm, review, chat	Ảnh thật từ khách hàng, video 360°
Mua hàng	Thêm vào giỏ, nhập mã giảm giá, đặt mua	Hồi hộp, mong đợi	Giỏ hàng, thanh toán	Quy trình đặt hàng đơn giản
Sau mua	Nhận hàng, đánh giá, quay clip đeo thử	Hài lòng (hoặc không)	Email xác nhận, dịch vụ CSKH	Gửi email cảm ơn và mã giảm lần sau

1.3.2. User journey 2

- Tác nhân: Trần Quốc Hưng – Kỹ sư công nghệ
- Mục đích: Mua một món trang sức bạc làm quà kỷ niệm cho vợ.
- Thiết bị sử dụng: điện thoại

Bảng 2: User journey 2

Giai đoạn	Hành động người dùng	Cảm xúc	Điểm chạm	Cơ hội cải thiện (UX)
Nhận diện nhu cầu	Tìm quà cho dịp kỷ niệm cưới	Quan tâm, lo lắng	Facebook Ads, banner web	Gợi ý quà tặng theo dịp đặc biệt
Tìm kiếm	Lọc theo “Quà tặng” hoặc “Bộ sưu tập”	Bối rối vì nhiều mẫu	Bộ lọc theo dịp, trang gợi ý	Tư vấn AI chọn mẫu theo tính cách
Cân nhắc	So sánh vài mẫu, chat với nhân viên tư vấn	Lưỡng lự, cần đảm bảo	Live chat, hotline, hình ảnh sản phẩm	Chatbot thông minh hoặc hỗ trợ 24/7°

Mua hàng	Thanh toán online, yêu cầu hộp quà	Mong đợi, hồi hộp	Thông báo xác nhận, email xác nhận	Thêm mục "gửi thiệp kèm lời chúc"
Sau mua	Nhận hàng, vợ hài lòng, lưu lại web	Thỏa mãn, tin tưởng	Đóng gói đẹp, follow-up email	Chương trình khách hàng thân thiết

1.3.3. User journey 3

- Tác nhân: Phạm Thị Mỹ Linh – Sinh viên
- Mục đích: Mua combo trang sức bạc thời trang để quay video TikTok.
- Thiết bị sử dụng: điện thoại, ipad

Bảng 3: User journey 3

Giai đoạn	Hành động người dùng	Cảm xúc	Điểm chạm	Cơ hội cải thiện (UX)
Nhận diện nhu cầu	Xem TikTok của idol đeo mẫu trang sức hot	Hào hứng, muốn bắt trend	TikTok, Instagram, hashtag	Gắn link mua hàng trong bio/in video
Tìm kiếm	Tìm combo trang sức giống của idol	Hơi hoang mang	Tìm kiếm trên website	Bộ sưu tập theo xu hướng/mùa
Cân nhắc	So sánh giá, dùng mã giảm sinh viên	Mong tiết kiệm	Pop-up mã giảm giá, ưu đãi	Tích hợp "giảm giá cho sinh viên"
Mua hàng	Mua nhanh qua điện thoại, chọn ship hỏa tốc	Nóng lòng, chờ đợi	Giao diện mobile, thanh toán ví	Giao diện tối ưu cho di động
Sau mua	Quay video đăng TikTok, gắn link	Phấn khích, chia sẻ	Feedback, social share	Kêu gọi gắn thẻ thương hiệu

1.3.4. User journey 4

- Tác nhân: Lê Anh Tuấn – Nhiếp ảnh gia
- Mục đích: Mua trang sức bạc cá tính để chụp lookbook cho khách.
- Thiết bị sử dụng: điện thoại, ipad, laptop

Bảng 4: User journey 4

Giai đoạn	Hành động người dùng	Cảm xúc	Điểm chạm	Cơ hội cải thiện (UX)
Nhận diện nhu cầu	Cần đạo cụ mới, tìm sản phẩm độc đáo	Sáng tạo, có chủ đích	Instagram/Pinterest, website	Gợi ý “set concept” theo chủ đề
Tìm kiếm	Lọc theo loại, phong cách unisex	Khó chọn nếu thiếu gợi ý	Bộ lọc theo giới tính, concept	Tag sản phẩm theo tone/mood
Cân nhắc	Inbox hỏi có khắc chữ, đặt nhanh	Cần giao tiếp linh hoạt	Zalo, Messenger chat tích hợp	Cho phép đặt theo yêu cầu online
Mua hàng	Mua 3–5 mẫu trong cùng đơn hàng	Chủ động, hài lòng	Giỏ hàng, ưu đãi combo	Ưu đãi cho đơn số lượng lớn
Sau mua	Gửi ảnh feedback sản phẩm được chụp	Hứng thú, kết nối	Email feedback, gallery khách hàng	Xây dựng thư viện ảnh khách hàng

1.3.5. User journey 5

- Tác nhân: Hồ Diệu Vy – Chủ spa trẻ tuổi
- Mục đích: Tìm mua một vòng tay bạc phong thủy, sang trọng.
- Thiết bị sử dụng: ipad

Bảng 5: User journey 5

Giai đoạn	Hành động người dùng	Cảm xúc	Điểm chạm	Cơ hội cải thiện (UX)
Nhận diện nhu cầu	Muốn tìm vòng hợp mệnh, tăng may mắn	Tò mò, tâm linh nhẹ	Facebook, bạn bè giới thiệu	Gợi ý theo mệnh/ngũ hành trên web
Tìm kiếm	Lọc vòng tay bạc cho người tuổi Tý, mệnh Thủy	Tốn thời gian nếu web không có lọc phù hợp	Website, bộ lọc	Bộ lọc theo tuổi – mệnh – phong cách
Cân nhắc	So sánh chất liệu, độ bền, chính sách BH	Cần chắc chắn, kỹ lưỡng	Thông tin sản phẩm, CSKH	Làm rõ thông tin bạc thật, không xin
Mua hàng	Chọn thanh toán COD, giao đến tận nơi	Tin tưởng, yên tâm	Chính sách thanh toán linh hoạt	Cho phép chọn ngày nhận hàng
Sau mua	Đeo thường xuyên, giới thiệu cho bạn bè	Hài lòng, trung thành	Khuyến mãi khách hàng thân thiết	Tặng voucher cho người giới thiệu

TÀI LIỆU THAM KHẢO