

BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NGOẠI NGỮ - TIN HỌC TP.HCM
KHOA CÔNG NGHỆ THÔNG TIN

BÁO CÁO MÔN HỌC
THIẾT KẾ GIAO DIỆN

WEBSITE BÁN GAME

GIẢNG VIÊN HƯỚNG DẪN: ThS. Nguyễn Anh Vũ

SINH VIÊN THỰC HIỆN:

Đỗ Đức Minh – 18DH110852

Trần Nhật Minh – 18DH110854

TP.HỒ CHÍ MINH - 2021

MỤC LỤC

Chương 1	HỒ SƠ DỰ ÁN.....	5
I.	Projectname:	5
II.	Project Description:	5
III.	Who is this for?	5
IV.	Feature list (product requirements).....	5
V.	Competitors and Product Inspiration	6
VI.	Deliverables	6
Chương 2	LẬP KẾ HOẠCH (PLAN).....	7
I.	STRATEGIZE	7
1.	User Centered Business Canvas.....	7
2.	Nghiên cứu sản phẩm (đối thủ).....	8
3.	User Personas	10
4.	Mô hình AARRR	10
II.	ORGANIZE	11
1.	Functionality map.....	11
2.	Sitemap.....	12
3.	Design Brief	13
III.	THIẾT KẾ LƯÔNG(FLOWS)	15
1.	Journey map	15
2.	User stories.....	16
3.	User flows	17
Chương 3	NGHIÊN CỨU NGƯỜI DÙNG (DISCOVER)	18

I. USER INTERVIEW	18
1. CUSTOMER INTRO QUESTIONS	18
2. TOPIC SPECIFIC QUESTIONS.....	18
3. PRODUCT OPPORTUNITY QUESTIONS.....	18
4. PRODUCT REACTION QUESTIONS	19
II. OBSERVATION	19
III. CARD SORTING	22
IV. MEASURE & ANALYZE	22
1. Thời gian trung bình cho mỗi công việc	22
2. Tỷ lệ hoàn thành công việc	23
3. Tỷ lệ xuất hiện lỗi	23
V. UX SURVEY	24
1. Khảo sát về giao diện:	24
2. Khảo sát về trải nghiệm sử dụng:.....	25
3. Khảo sát về khả năng quay lại:	25

Chương 4 PHÁC THẢO WIREFRAME (EXPLORER&DEFINE)

26

I. Luồng WIREFRAME	26
II. Bảng STYLE GUIDE	27
1. Colors	27
2. Typography	28
III. Bảng MOODBOARD.....	29

Chương 5 THIẾT KẾ MẪU TƯƠNG TÁC (PROTOTYPE)... 30

I. Giao diện chính	30
II. Luồng Cart	31

1. Những vấn đề đã làm được	32
2. Những vấn đề chưa làm được	32
3. Hướng phát triển	32
4. Lời cảm ơn	32
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	33



Chương 1 HỒ SƠ DỰ ÁN

Pengugames.com

I. Projectname:

- Pengugames.com

II. Project Description:

- Giải tỏa mong muốn sưu tập, sở hữu các tựa game độc quyền và đem lại một cộng đồng game thủ nhiệt huyết và năng động kết nối với nhau từ khắp nơi trên thế giới. Nền tảng này sẽ đem lại mọi tựa game mà 1 gamer cần cùng những thông tin nóng hổi từ cộng đồng gamer để mọi người đều bắt được những sự kiện hấp dẫn đang diễn ra.

III. Who is this for?

- **Gamer:** Sản phẩm hướng tới mọi đối sử dụng game như 1 hình thức giải trí hoặc công việc. Sản phẩm sẽ cung cấp 1 không gian mua hàng tiện lợi và dễ sử dụng cùng với việc cung cấp thông tin diễn biến trong cộng đồng gamer, cung cấp mạng lưới kết nối những người sử dụng nền tảng để xây dựng 1 cộng đồng gamer kết nối con người với con người, đồng thời cung cấp phần mềm xây dựng game cho những khách hàng có nhu cầu phát triển game của bản thân.

IV. Feature list (product requirements)

- Phương thức thanh toán.
 - Hình ảnh/Thông tin sp | giá cả | login | sign up.
 - Hỗ trợ phần mềm xây dựng game.
 - Có forum cộng đồng gamer riêng.
 - Cung cấp tin tức liên quan tới game.
-

- Quản lý thông tin cá nhân.
- Hỗ trợ khách hàng.
- Filter search.

V. Competitors and Product Inspiration

- Steam.
- Epic Games.
- Humbles.

VI. Deliverables

- Wireframes cho khách hàng.
 - Wireframes prototypes chi tiết về mục tiêu của nền tảng.
 - Usability Report.
 - UI Assets cho các lập trình viên.
-

Chương 2 LẬP KẾ HOẠCH (PLAN)

I. STRATEGIZE

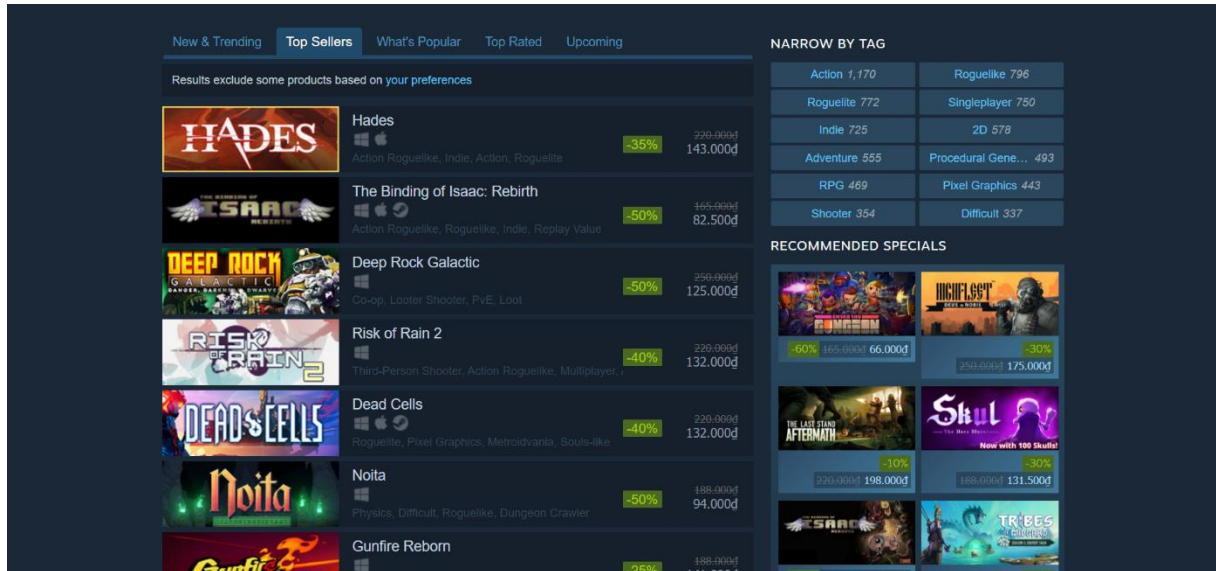
1. User Centered Business Canvas

3. PROBLEMS <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Muốn mua và chơi game tại chỗ.<input type="checkbox"/> Không có thời gian vào tiệm net chơi game.<input type="checkbox"/> Lo lắng về giá game.<input type="checkbox"/> Không biết website nào cung cấp đầy đủ.<input type="checkbox"/> Các lựa chọn về game cần mua.<input type="checkbox"/> Khó tìm ra game cần mua.<input type="checkbox"/> Không tìm ra website có giao diện dễ dùng.<input type="checkbox"/> Không thể di chuyển để mua game.	4. MOTIVES <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Muốn thật nhiều khuyến mãi.<input type="checkbox"/> Muốn thao tác, thủ tục mua game nhanh gọn.<input type="checkbox"/> Muốn website có đầy đủ lựa chọn về game.<input type="checkbox"/> Muốn website không bán bất cứ gì ngoài game.<input type="checkbox"/> Muốn cập nhật thông tin mới nhất về game. 5. FEARS <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Giá cả cao hơn so với website khác.<input type="checkbox"/> Không nhận được game sau khi thanh toán.<input type="checkbox"/> Thao tác để mua 1 game quá phức tạp.<input type="checkbox"/> Đưa thông tin sai sự thật.<input type="checkbox"/> Quá ít phương thức thanh toán.<input type="checkbox"/> Không hỗ trợ đa ngôn ngữ.<input type="checkbox"/> Không hỗ trợ hoàn tiền.<input type="checkbox"/> Nhiều đánh giá không tốt về website.	1. BUSINESS <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Website bán game dành cho những người yêu thích trò chơi điện tử online và offline.<input type="checkbox"/> PenguGames. 2. USERS <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Học sinh.<input type="checkbox"/> Streamers.<input type="checkbox"/> Youtubers.<input type="checkbox"/> Game Blogger.<input type="checkbox"/> Người làm về lĩnh vực Game. 9. UNIQUE VALUE PROPOSITION <p>Website bán game cung cấp game và công cụ làm game chuyên biệt với giao diện và cách thức thanh toán dễ dàng. Cập nhật chuẩn xác thông tin liên quan tới game từ các nhà cung cấp.</p>	8. COMPETITIVE ADVANTAGES <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Giao diện độc nhất.<input type="checkbox"/> Cung cấp công cụ làm game miễn phí.<input type="checkbox"/> Sở hữu game độc quyền.<input type="checkbox"/> Có app riêng.<input type="checkbox"/> Tặng game miễn phí theo nhiều dịp. 7. ALTERNATIVES <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Không chơi game.<input type="checkbox"/> Không mua game.<input type="checkbox"/> Chỉ mua trực tiếp tại shop.<input type="checkbox"/> Không mua sản phẩm trực tuyến.<input type="checkbox"/> Chỉ chơi game ngoài tiệm.<input type="checkbox"/> Chỉ sưu tập nhưng không chơi.	6. SOLUTIONS <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> Giao diện dễ dùng.<input type="checkbox"/> Nhiều phương thức thanh toán.<input type="checkbox"/> Cập nhật thông tin game chính xác.<input type="checkbox"/> Nhiều khuyến mãi.<input type="checkbox"/> Cookies theo dõi sở thích người mua.<input type="checkbox"/> Nhiều phương thức thanh toán.<input type="checkbox"/> Hỗ trợ hoàn tiền.<input type="checkbox"/> Có đa ngôn ngữ.<input type="checkbox"/> Nhiều game.
--	--	--	--	---

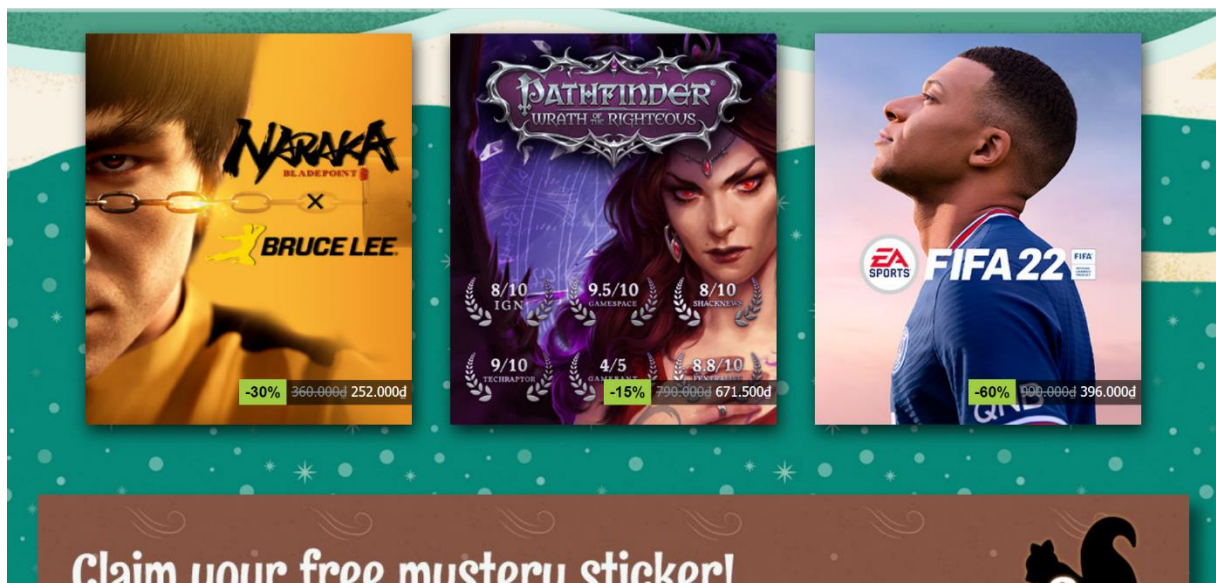
<Tên chương>

2. Nghiên cứu sản phẩm (đối thủ)

- Steam:



<https://store.steampowered.com/>



<https://store.steampowered.com>

Giá trị đề xuất:

- Đáp ứng nhu cầu mua bán, game. Cung cấp hệ thống tự cập nhật, cái đặt của game cùng hệ thống giao tiếp cộng đồng như gọi điện, nhắn tin và lưu trữ dữ liệu đám mây, bao phủ những yêu tố cần thiết của 1 người mua và sử dụng sản phẩm.

Pros:

- Thường xuyên áp dụng khuyến mãi.
- Hợp tác với nhiều nhà phát triển game để sử dụng website quảng bá.
- Nhiều yếu tố cộng đồng thu hút và lập hợp đồng với nhiều Streamers, Content Creator để quảng bá.

Cons:

- Quá nhiều nhà phát hành sử dụng web để quảng bá sản phẩm khiến thông tin bị quá tải, không chính xác.
- Không thể quản lý hết các nhà phát hành để có thể bảo vệ người mua
- Thao tác mua sản phẩm rườm rà.

Nhận xét người dùng:

- “Với tôi, những điểm tốt hoàn toàn phủ bóng được những điểm xấu của website. So với 1 người đơn giản như tôi, tôi chỉ mong chờ những đợt giảm giá vào các dịp lễ”.
-

3. User Personas



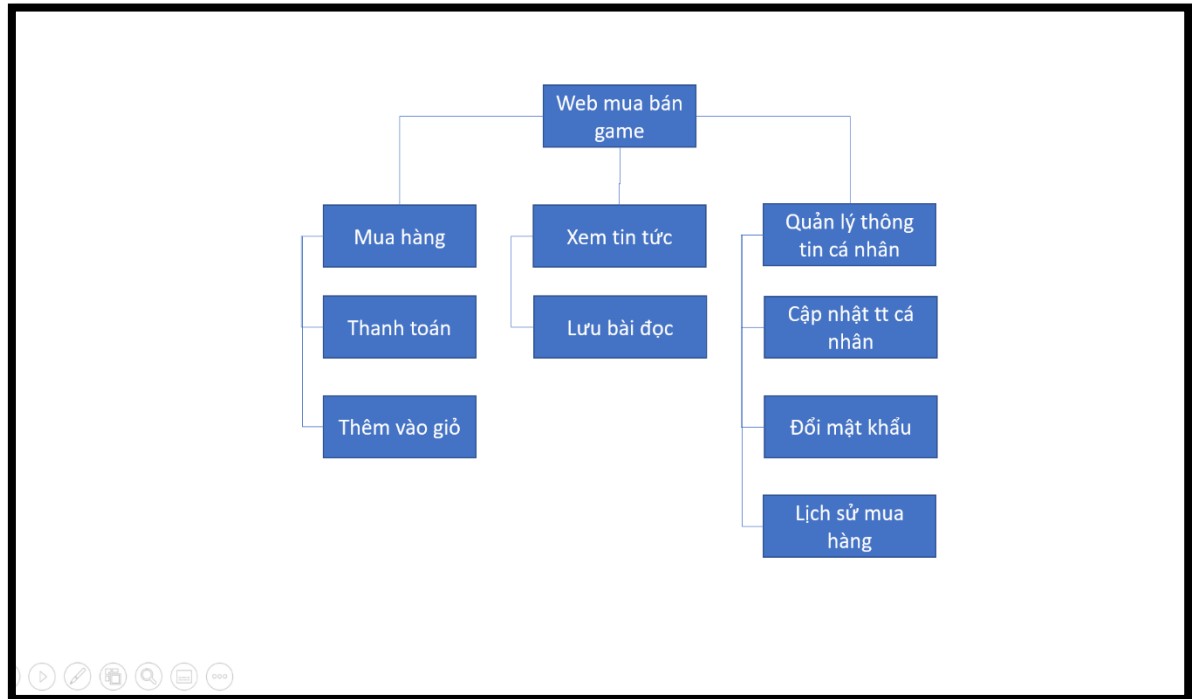
Hình 1: User Personas

4. Mô hình AARRR

STEP	THƯỚC ĐO	ĐO LƯỜNG
Acquisition	<ul style="list-style-type: none">- Mua game.- Quảng cáo, google ad, fb ads.	Analytics
Activition	<ul style="list-style-type: none">- Đăng ký tài khoản.- Đọc tin tức.- Xem sản phẩm.	Analytics
Retention	<ul style="list-style-type: none">- Quay lại trang.- Số lượng mua sản phẩm.	Analytics
Revenue	<ul style="list-style-type: none">- ROI.- Doanh thu sản phẩm.	Analytics
Referral	<ul style="list-style-type: none">- Chia sẻ.- Giới thiệu người quen.	Analytics

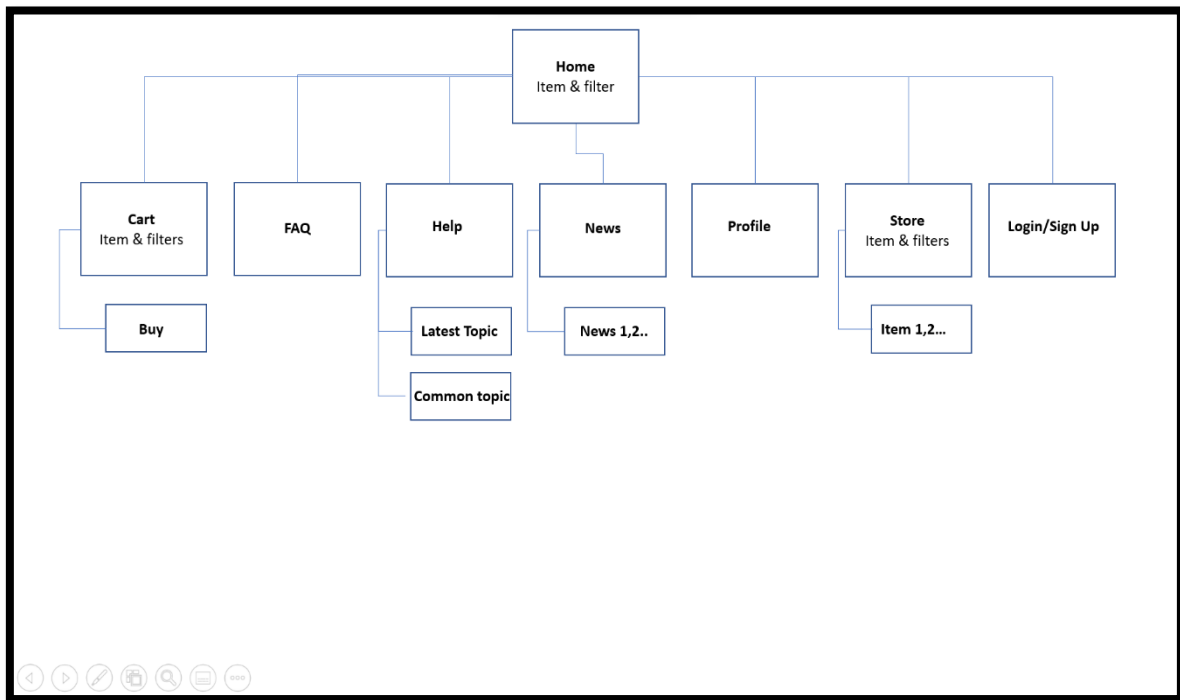
II. ORGANIZE

1. Functionality map



Hình 2: Functionality map

2. Sitemap



Hình 3: Sitemap

3. Design Brief

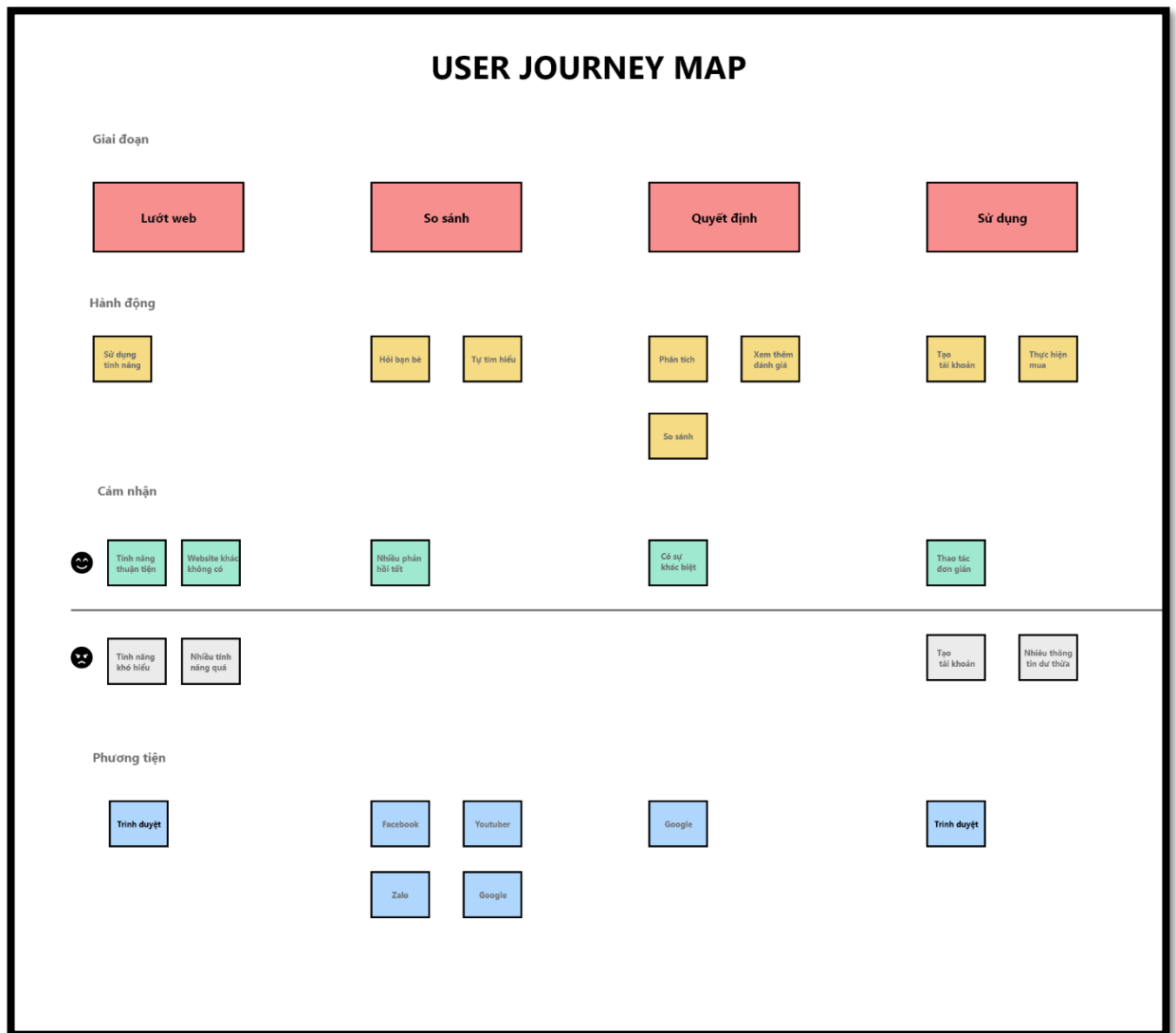
Tên project: Web bán game	
Mục đích:	<ul style="list-style-type: none">- Bán cho người mua những sản phẩm đúng theo ý họ và giữ được người sử dụng lâu dài.- Cung cấp cho người mua đủ thông tin về game nhằm phục vụ những người dùng có mục đích sử dụng khác.
Nhiệm vụ:	<ul style="list-style-type: none">- Cung cấp nhiều dịch vụ khuyến mãi với giao diện dễ sử dụng và đẹp mắt, nhiều phương thức thanh toán và thao tác dễ dàng
Người phụ trách dự án	<ul style="list-style-type: none">- Đỗ Đức Minh: Thiết kế giao diện và UX research. Tìm kiếm và cung cấp thông tin, lập báo cáo dự án- Trần Nhật Minh: Thiết kế giao diện và UX research. Tìm kiếm và cung cấp thông tin, lập báo cáo dự án.
Lợi ích sử dụng sản phẩm dự án	<ul style="list-style-type: none">- Được cập nhật thông tin mới và chính xác về sản phẩm- Hưởng nhiều chương trình khuyến mãi- Nhiều phương thức thanh toán- Hỗ trợ đa ngôn ngữ
Tính năng dự án	<ul style="list-style-type: none">- Cung cấp giao diện mua bán game- Cung cấp thông tin bào chí về lĩnh vực liên quan- Cung cấp tính năng quản lý thông tin cá nhân

<Tên chương>

Điểm nổi bật	<ul style="list-style-type: none">- Cung cấp phần mềm tạo ra các sản phẩm game- Giao diện độc nhất
Những hạn chế	<ul style="list-style-type: none">- Thời gian, trình độ kỹ thuật
Yêu cầu kỹ thuật	React, mongoDB, windows 10, 11

III. THIẾT KẾ LƯỒNG(FLOWS)

1. Journey map



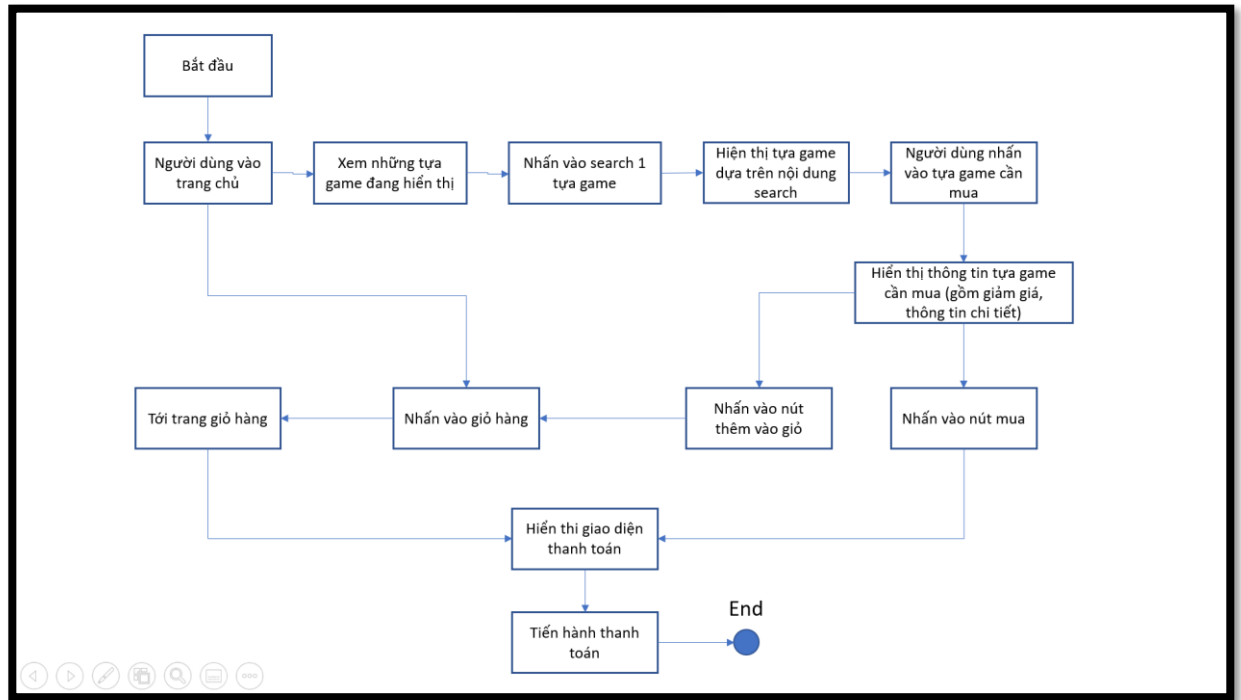
Hình 4: Journey map

2. User stories

User story	Điều kiện tiên quyết	Giải pháp
Là 1 họa sĩ thiết kế nhân vật cho công ty game tôi muốn cập nhập thông tin về các thay đổi và xu hướng của lĩnh vực này.	<ul style="list-style-type: none">- Biết được xu hướng trong lĩnh vực.- Thông tin phải liên quan tới việc đang làm	<ul style="list-style-type: none">- Cung cấp thông tin về thiết kế nhân vật từ nhiều công ty game khác
Là 1 người thích chơi game hành động tôi muốn tìm và chơi 1 game hành động mới nhất.	<ul style="list-style-type: none">- Tìm và mua được game hành động- Biết được game hành động nào mới nhất	<ul style="list-style-type: none">- Cung cấp giao diện mua game- Cung cấp tính năng tìm kiếm theo filter
Là 1 người quan tâm về các tin tức về game tôi muốn cập nhật thông tin liên quan mới nhất.	<ul style="list-style-type: none">- Thông tin phải chính xác.- Thông tin cập nhật sớm.	<ul style="list-style-type: none">- Liên tục cập nhật thông tin từ nguồn tin cậy

3. User flows

- Mua game



Hình 5: User flows mua game

Chương 3 NGHIÊN CỨU NGƯỜI DÙNG (DISCOVER)

I. USER INTERVIEW

1. CUSTOMER INTRO QUESTIONS

- Gia đình của bạn có mấy người?
- Nghề nghiệp của bạn là gì?
- Bạn thường làm gì vào những ngày nghỉ?
- Bạn dành ra bao nhiêu thời gian trong ngày sử dụng INTERNET?

2. TOPIC SPECIFIC QUESTIONS

- Bạn có chơi game không?
- Bạn có từng nghe tới game bản quyền chưa?
- Lần cuối cùng bạn bỏ tiền ra để mua game là lúc nào?
- Tình huống xấu nhất bạn từng gặp phải khi mua game là gì?
- Bạn biết tới những website mua/bán game nào?
- Bạn nghĩ gì về những website này?

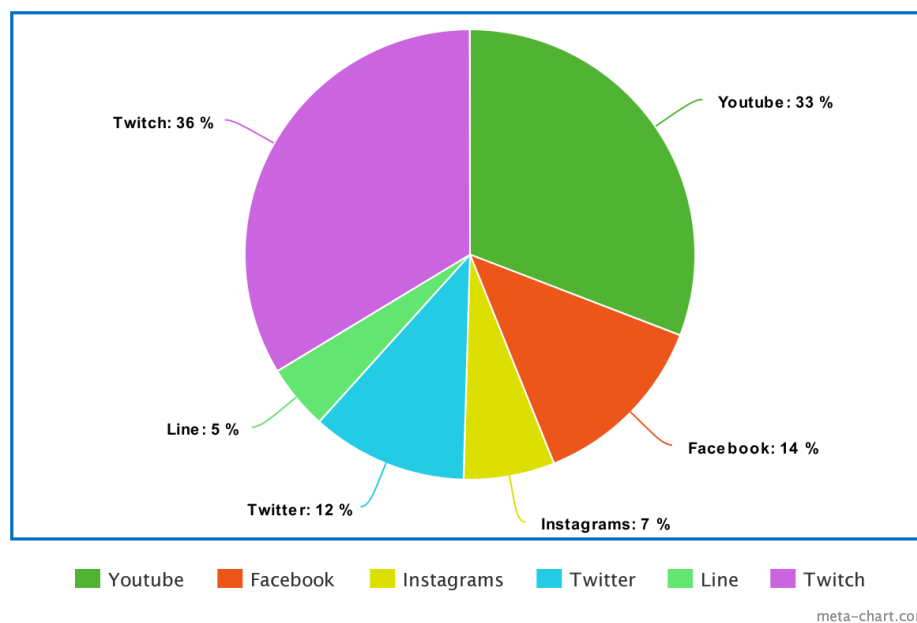
3. PRODUCT OPPORTUNITY QUESTIONS

- Bạn nghĩ gì về nền tảng mua game này?
 - Tại sao bạn nghĩ rằng sẽ có người sử dụng ứng dụng này?
 - Bạn có nghĩ rằng mình sẽ sử dụng ứng dụng này trong tương lai?
 - Điều gì sẽ níu giữ khách hàng sử dụng ứng dụng này?
 - Ứng dụng này có làm bạn liên tưởng đến một vài ứng dụng tương tự khác không?
-

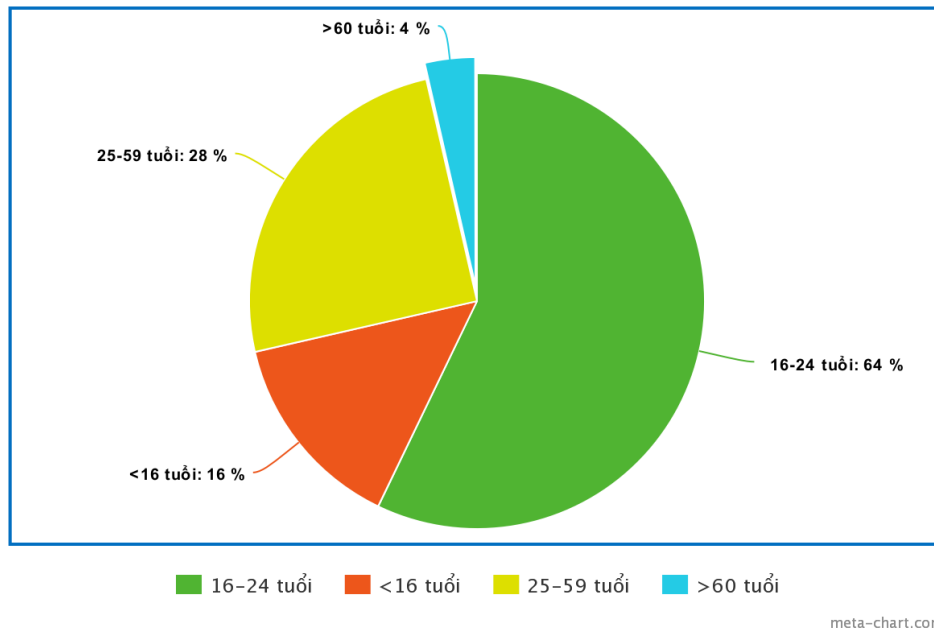
4. PRODUCT REACTION QUESTIONS

- Bạn nghĩ điều gì hấp dẫn nhất về ứng dụng này?
- Có điều gì ngạc nhiên hoặc là không lường trước về ứng dụng này không?
- Chúng tôi có thể làm gì để cải thiện ứng dụng này?
- Ứng dụng này chưa đáp ứng được bạn những yêu cầu gì?
- Bạn có tiếp tục sử dụng ứng dụng này trong tương lai không?

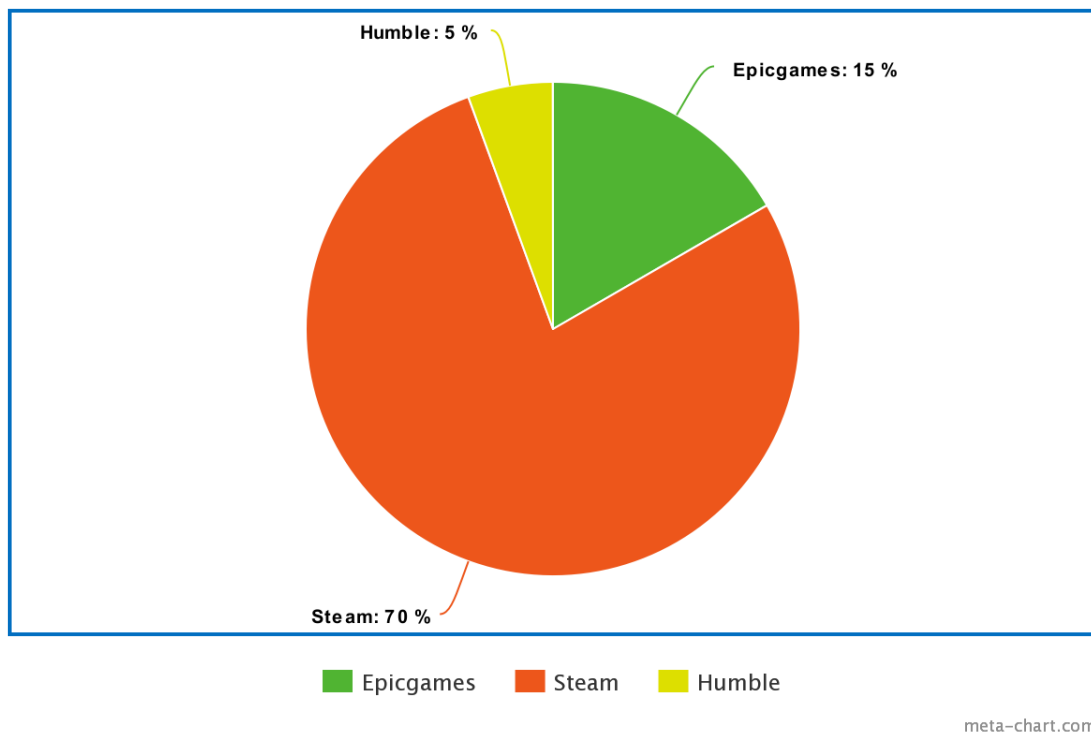
II. OBSERVATION



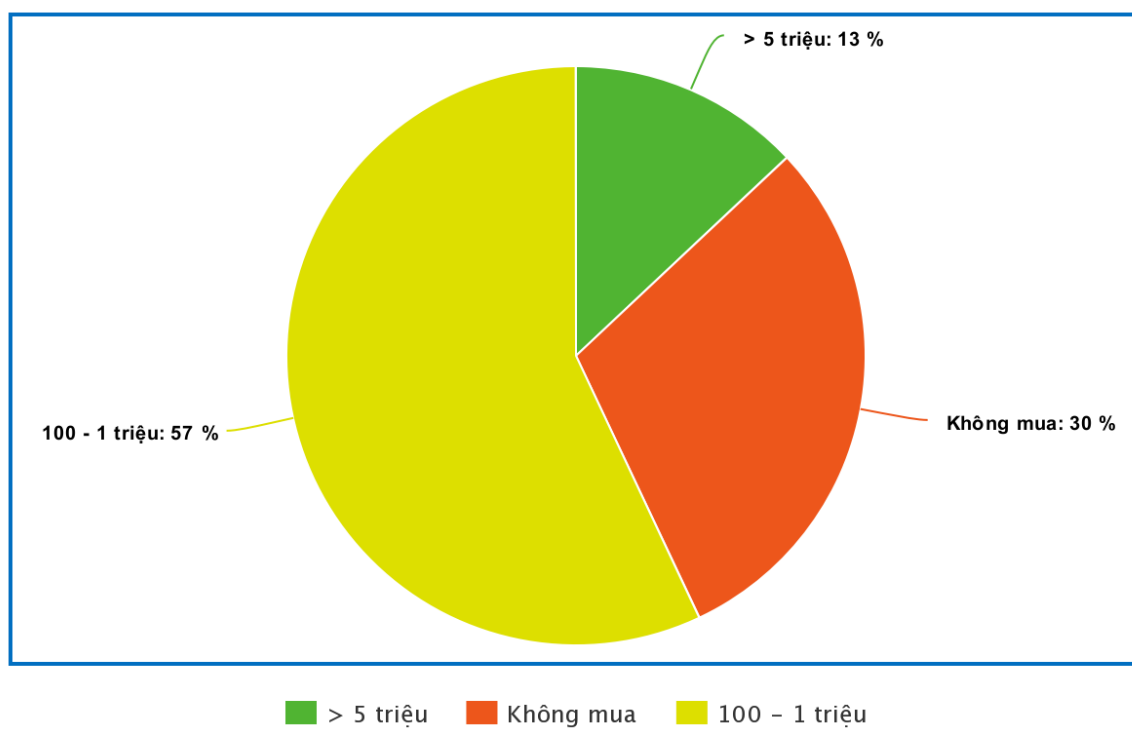
Hình 6: Người dùng tiếp cận website qua media nào



Hình 7: Độ tuổi mua game

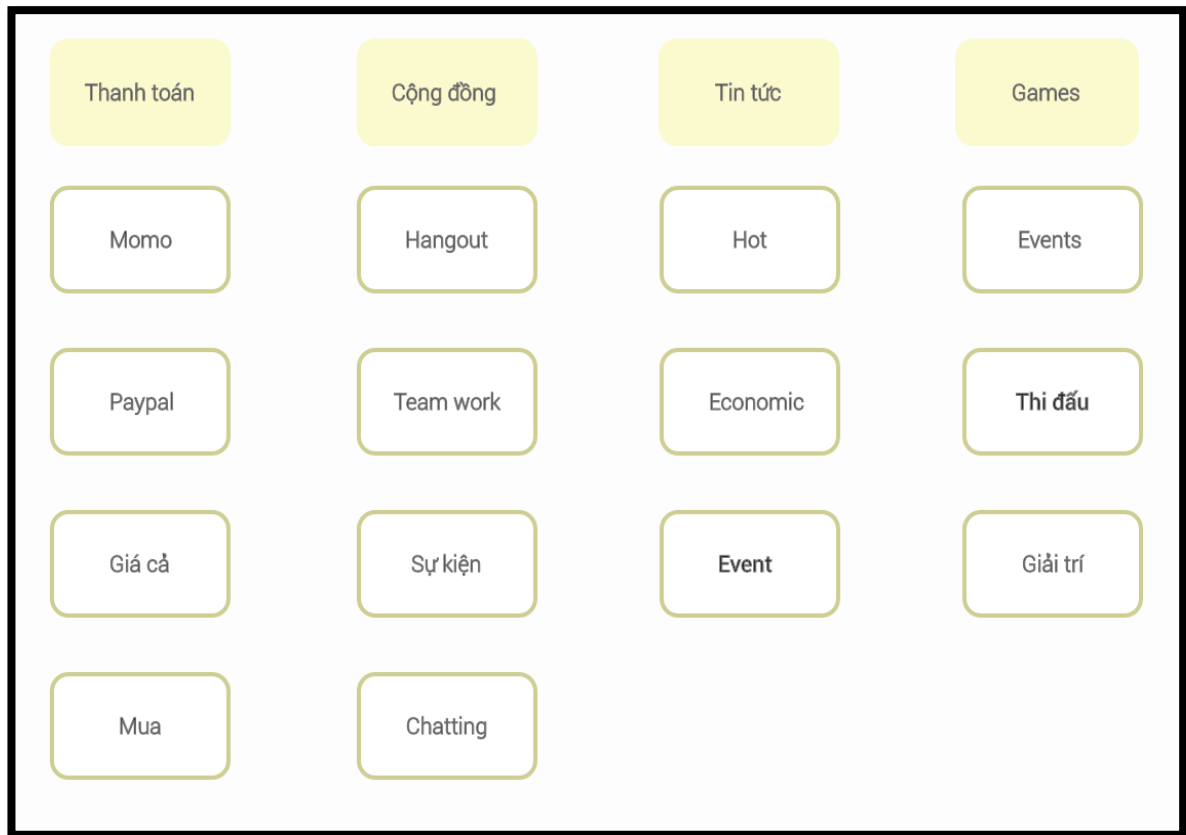


Hình 8: Người dùng hy sử dụng website nào



Hình 9: Số tiền chi trả cho game

III. CARD SORTING



Hình 10: Card sorting

IV. MEASURE & ANALYZE

1. Thời gian trung bình cho mỗi công việc

Công việc	Lần đầu	Các lần tiếp theo
Đăng ký	2-3 phút	2 phút
Đăng nhập	2-3 phút	Ghi nhớ tài khoản
Đặt hàng	4-7 phút	5 phút
Thanh toán	2-3 phút	3 phút

2. Tỷ lệ hoàn thành công việc

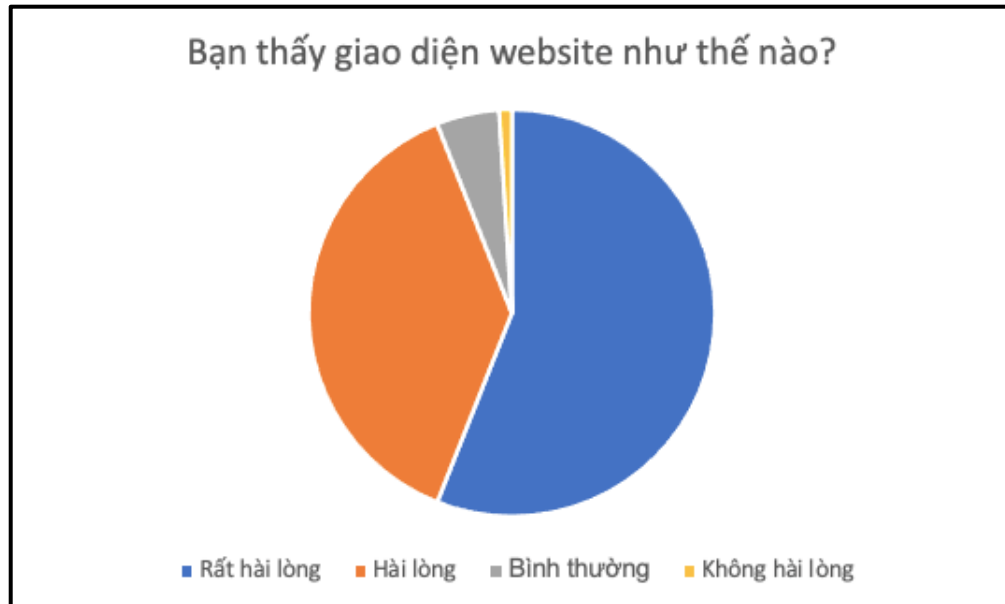
Công việc	Lượt sử dụng	Tỷ lệ
Đăng ký	500 người	48% (240 người)
Đăng nhập		38% (190 người)
Mua hàng		30% (1500 người)
Thanh toán		28% (140 người)

3. Tỷ lệ xuất hiện lỗi

- Tỷ lệ khách hàng đăng ký thất bại: 5%
 - Tỷ lệ khách hàng đăng nhập thất bại: 7%
 - Tỷ lệ khách hàng đặt hàng thất bại: 11%
-

V. UX SURVEY

1. Khảo sát về giao diện:



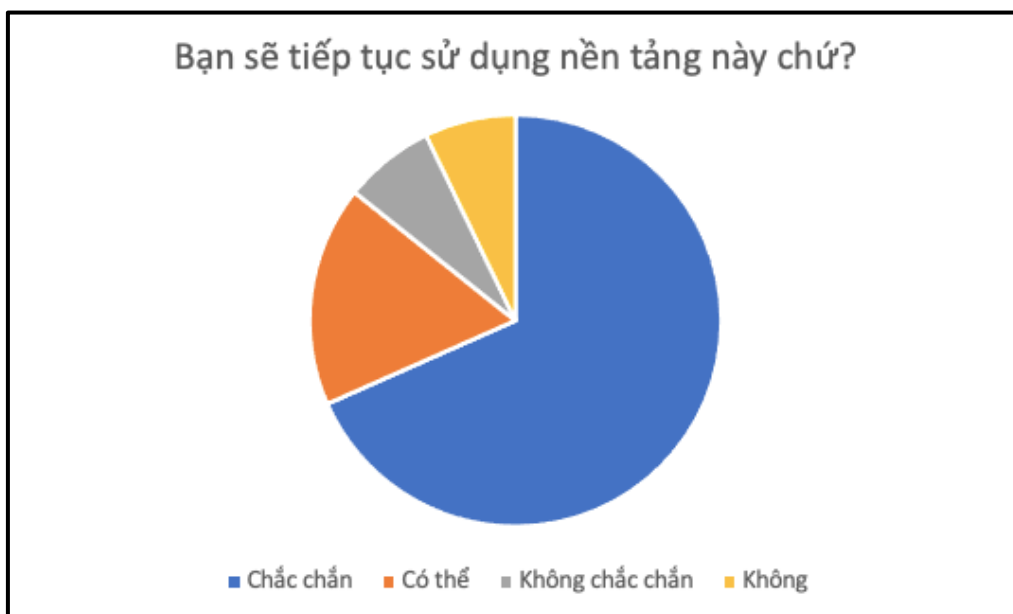
Hình 11: Khảo sát về giao diện website

2. Khảo sát về trải nghiệm sử dụng:



Hình 12: Khảo sát về trải nghiệm sử dụng

3. Khảo sát về khả năng quay lại:

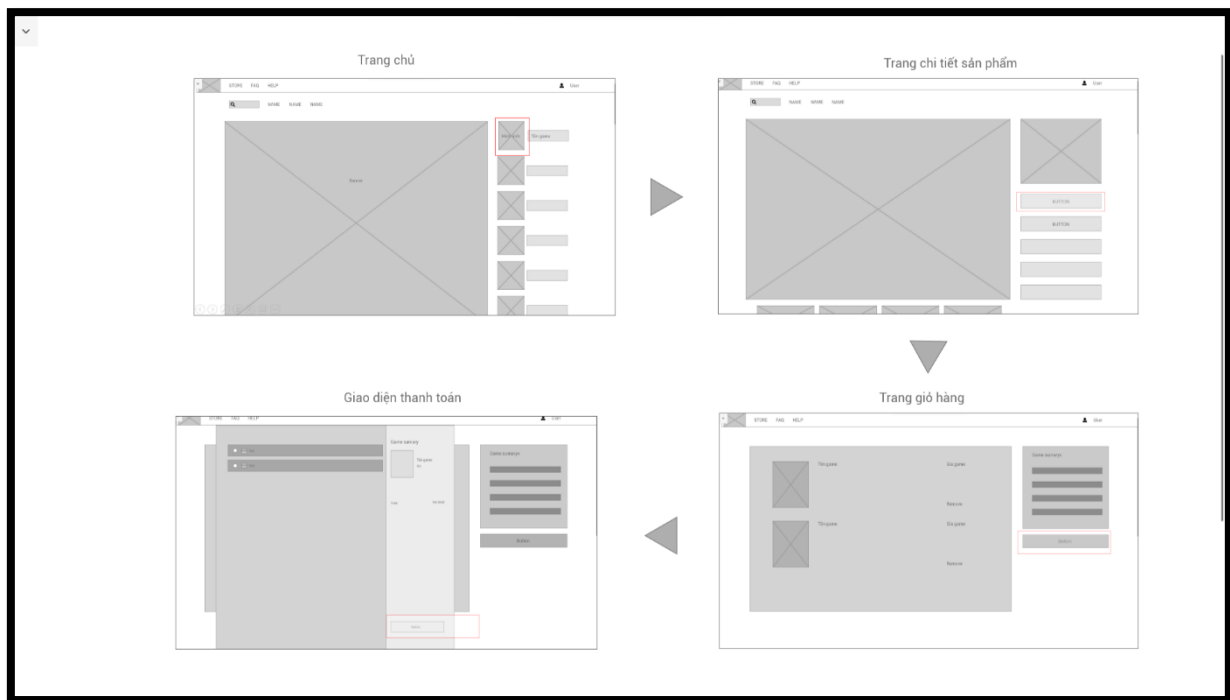


Hình 13: Khảo sát về khả năng quay lại

Chương 4 PHÁC THẢO WIREFRAME (EXPLORER&DEFINE)

I. Luồng WIREFRAME

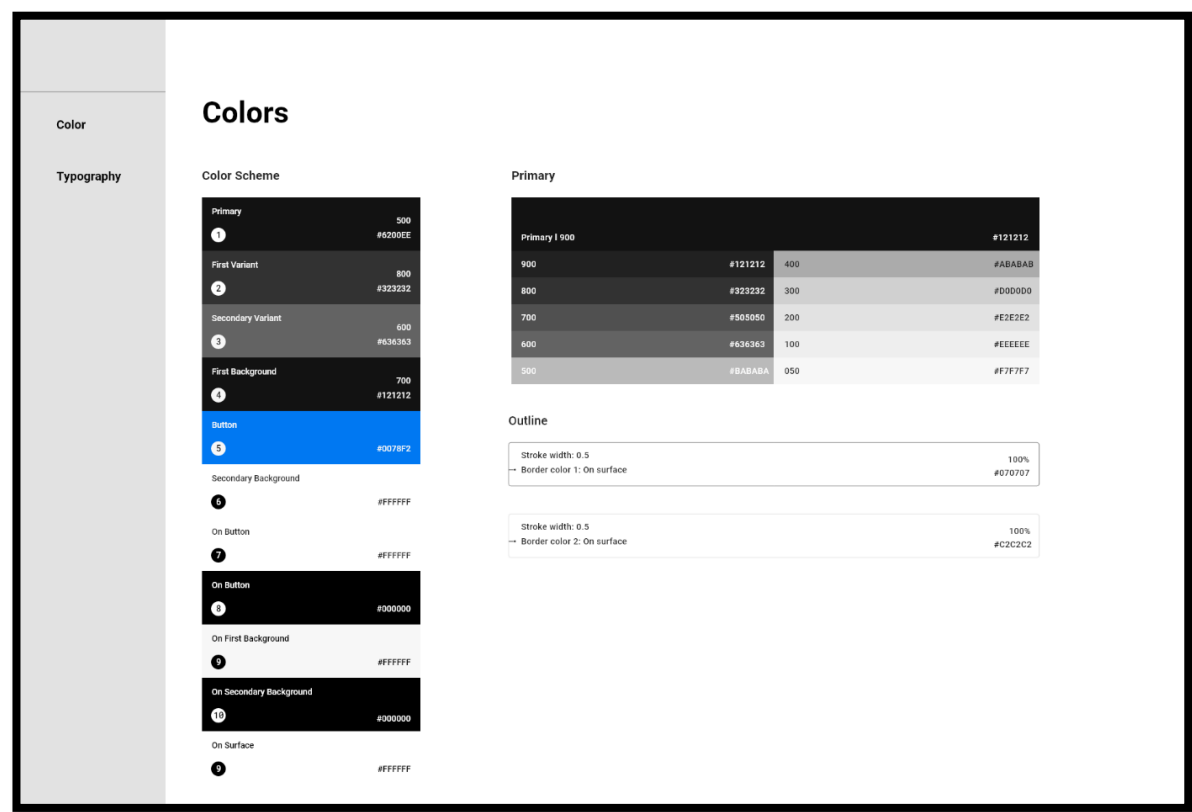
- Mua game:



Hình 14: Wireframe mua game

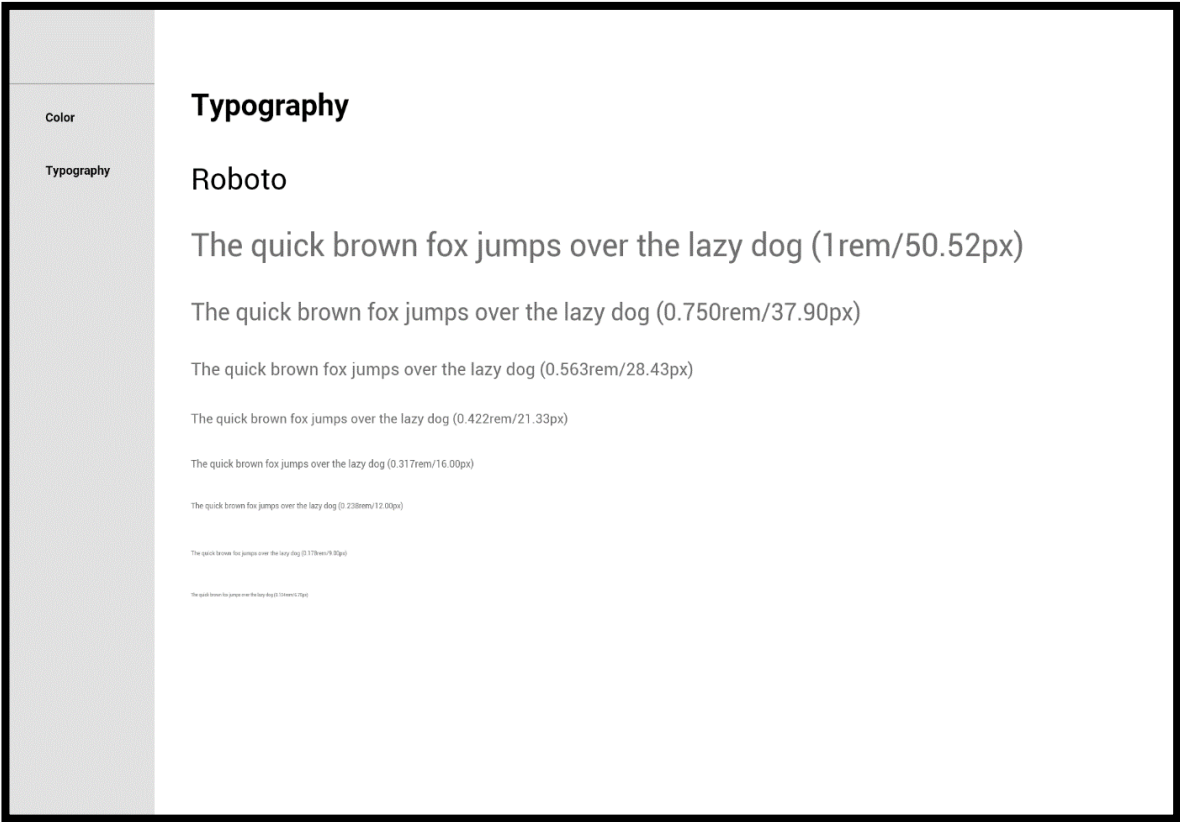
II. Bảng STYLE GUIDE

1. Colors



Hình 15: Bảng style Guide colors

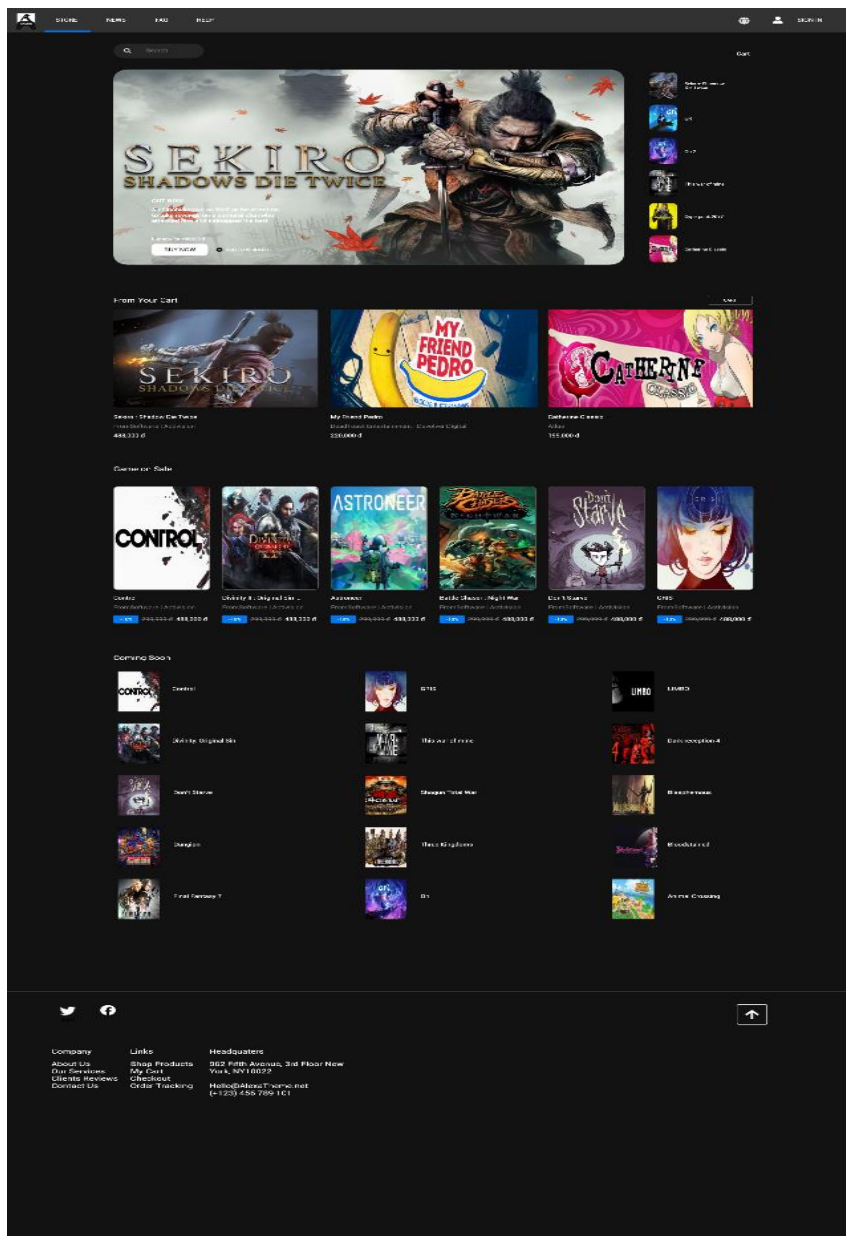
2. Typography



Hình 16: Bảng style Guide typography

Chương 5 THIẾT KẾ MẪU TƯƠNG TÁC (PROTOTYPE)

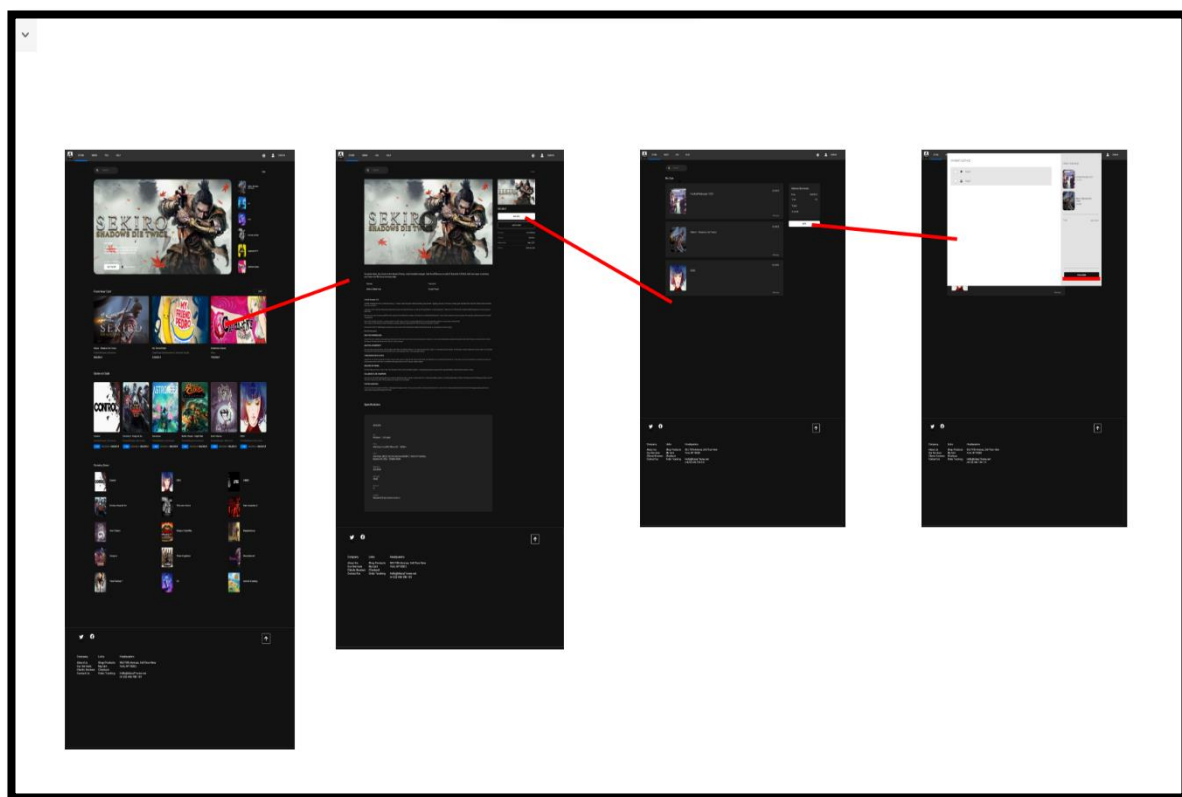
I. Giao diện chính



Hình 18: Giao diện chính

<Tên chương>

II. Luồng Cart



Hình 19: Luồng cart

KẾT LUẬN:

1. Những vấn đề đã làm được

- Thiết kế giao diện
- Thiết kế wireframe
- Bảng Style Guide
- Thiết kế luồng
- Organize + Strategy

2. Những vấn đề chưa làm được

- Moodboard
- Cách trình bày
- Thời gian làm báo cáo

3. Hướng phát triển

- Lập thời gian biểu phân việc cụ thể
- Khảo sát thực tế
- Tìm hiểu và học hỏi thêm kiến thức mới

4. Lời cảm ơn

- Chúng em xin được bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến các thầy cô ở Khoa công nghệ thông tin đã tạo điều kiện và hỗ trợ chúng em trong suốt quá trình học tập tại trường. Đặc biệt là thầy Nguyễn Anh Vũ, giảng viên hướng dẫn và cũng là người đã luôn tận tình giúp đỡ, hỗ trợ hết mức giúp chúng em hoàn thành báo cáo đề tài này.
 - Do trình độ còn hạn chế nên bài cáo của chúng em không tránh khỏi những thiếu sót. Chúng em rất mong được nhận những sự chỉ bảo, đóng góp ý kiến của các thầy cô để chúng em có thể hoàn thiện bản thân mình, tiếp bước trên con đường học tập cũng như các nghiên cứu sau này. Chúng em xin chân thành cảm ơn!
-

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- + <https://miro.com/blog/how-to-create-a-sitemap/>
 - + <https://mobidev.biz/blog/ui-ux-design-stages-deliverables-checklist>
 - + <https://www.romanpichler.com/blog/10-tips-writing-good-user-stories/>
 - + <https://uxmag.com/articles/introducing-the-user-centered-design-canvas>
 - + <https://material.io/design/foundation-overview>
 - + <https://www.justinmind.com/blog/best-ux-practices-for-line-spacing/>
 - + <https://www.interaction-design.org/literature/topics/customer-journey-map>
 - + <https://milanote.com/guide/create-better-moodboards>
 - + <https://www.optimizely.com/optimization-glossary/user-flow/>
 - + <https://idesign.vn/eco-art/tutorial/quy-trinh-lam-ux-va-su-quan-trong-cua-no-37721.html>
-