

# Mięta

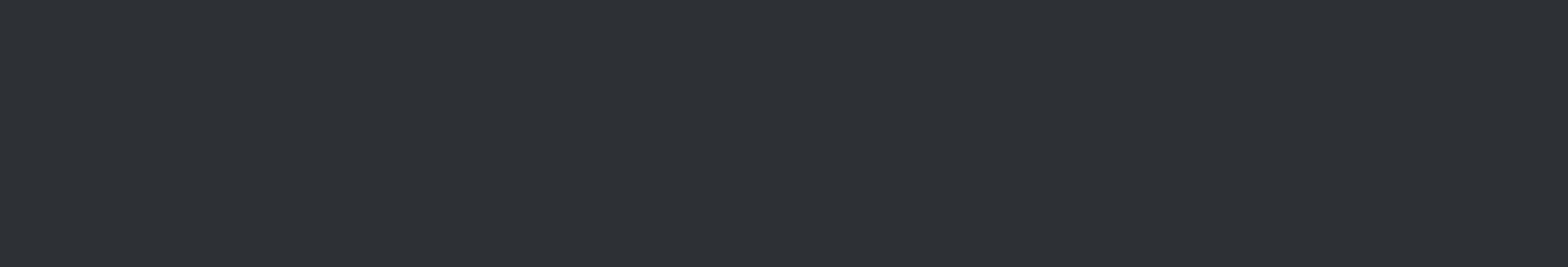
v1

Below you can find wireframes description.

ⓘ Jest to propozycja rebrandingu strony produktowej sklepu mieta.eu na podstawie wersji desktopowej.  
Wszystkie zasady odnoszą się również do wersji mobilnej.

❤️ Made by Izabella (Figma)

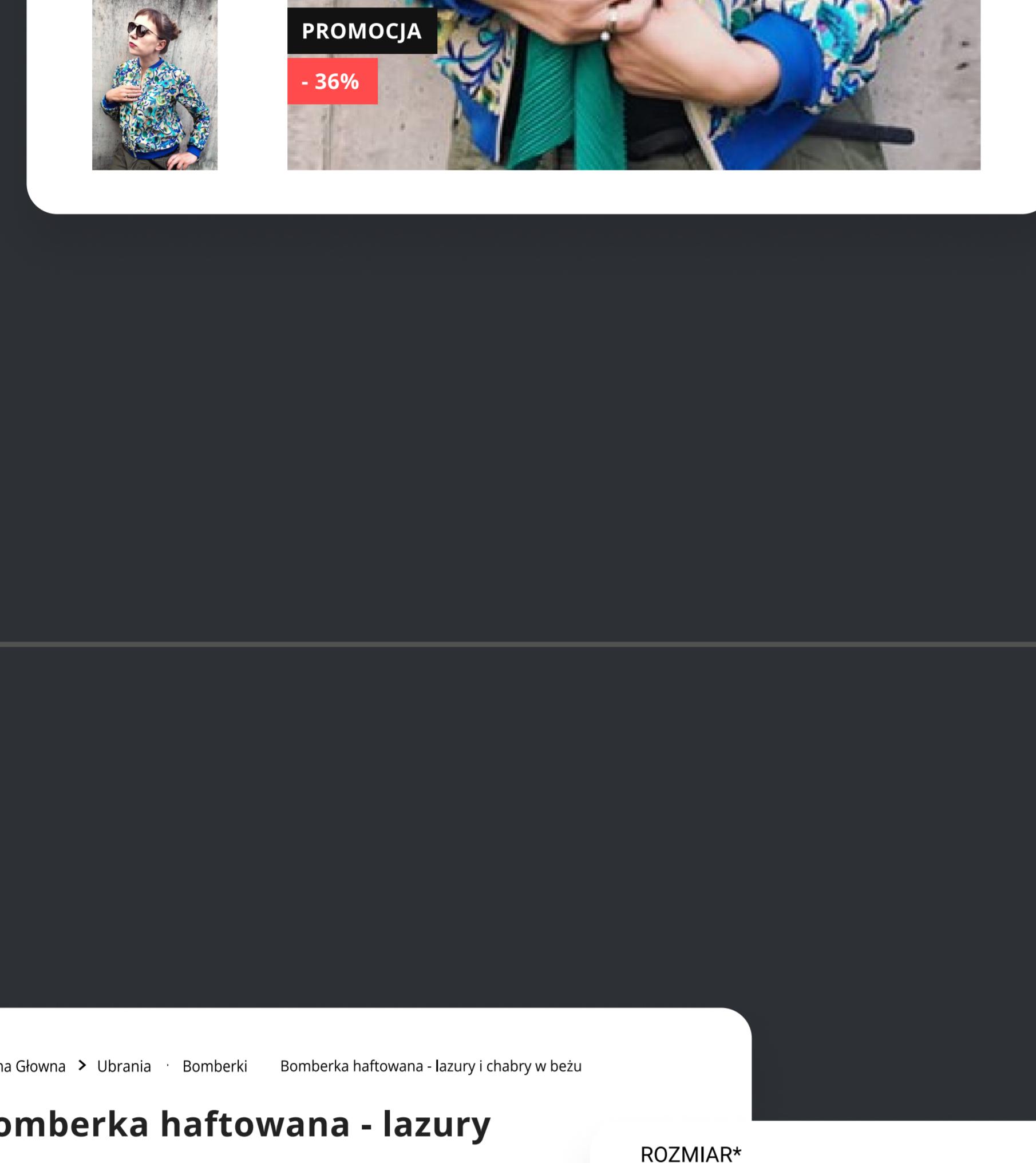
## Nawigacja



Postanowiłam odświeżyć nawigację strony. Zaproponowałam rozwijanie bardziej nowoczesne: mniejszy baner, czyste tło, i budowa, która sposob pozwala się poruszać na stronie. Nie zrezygnowałam z przedstawienia wszystkich kategorii na stronie głównej, ponieważ sklep ten jest bardzo wyspecjalizowany w swoich wyrobach. Według mnie nie powinniśmy try implementować znanego podziału na kategorie w sklepie online. Przykładem są kategorie Torby i Torebki, Plecaki, Nerki – które zwykle podlegają do kategorii TORBY lub AKCESORIA. Użytkownik musiałby przechodzić przez więcej poziomów nawigacji, co wpływa na utrudnienie nawigacji.

MOBILE: Implementacja bardzo uproszczonego widoku nawigacji z szybką możliwością wykonania najważniejszych operacji.

## Zdjęcia



W tej sekcji zaproponowałam nowy sposób przeglądania fotografii przedstawiających sprzedawany przedmiot. W mojej propozycji wyeliminowałam karuzelę, która wymagała kilkukrotnego przeklikania zdjęć, oraz wychodzenia z trybu podglądu każdego zdjęcia. Dodatkowo według badań, użytkownicy nie mają w zwyczaju podglądu miniaturki zdjęć, dlatego dużo sklepów zaczęło wyświetlać wszystkie fotografie na jednym podględzie.

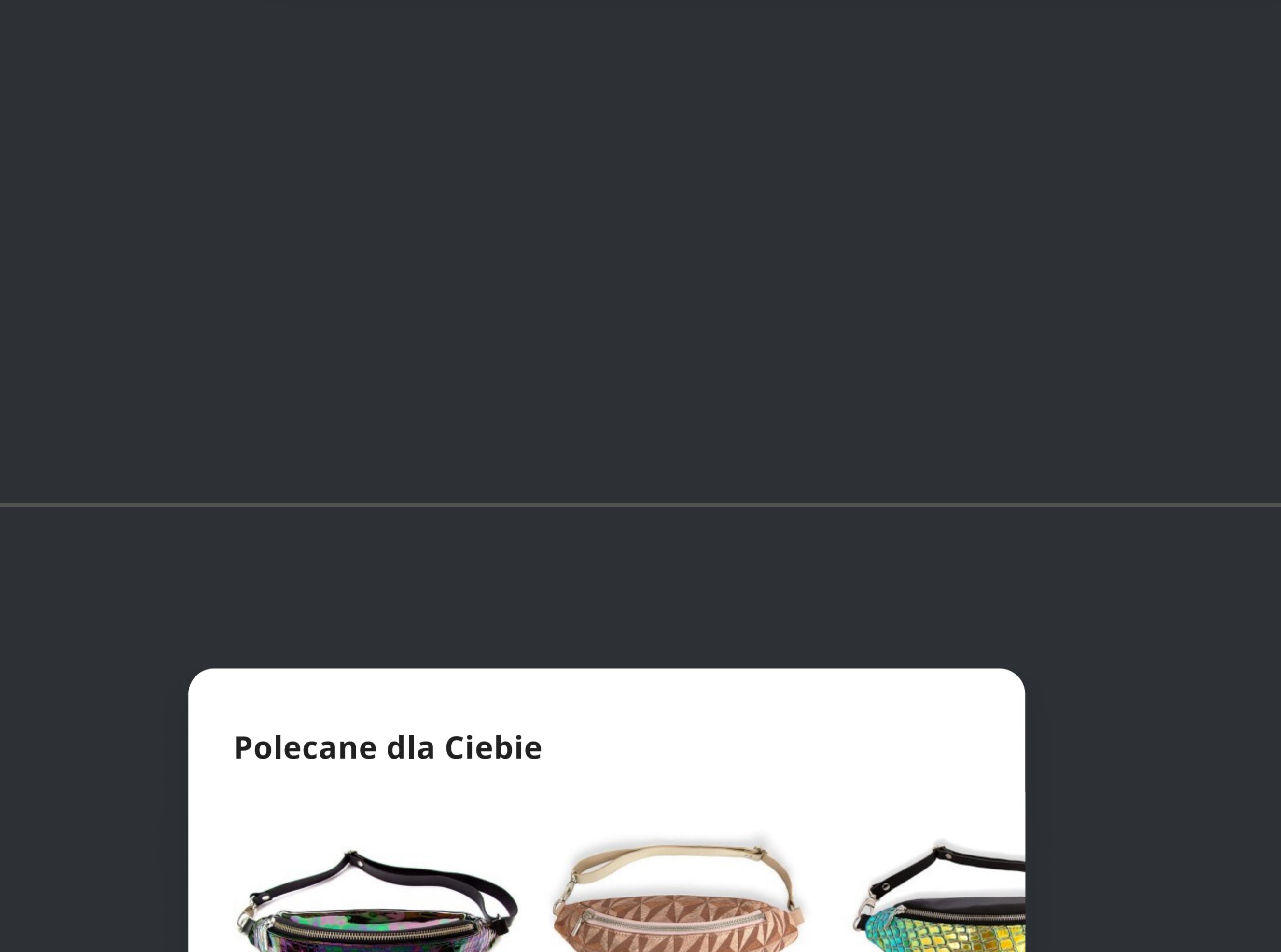
Moja propozycja polega na tym, że w trakcie, kiedy użytkownik używa scrolla, w pierwszej kolejności następuje scroll zdjęć, a następnie scroll strony internetowej (można to zaobserwować na prototypie przez najechanie na powiększone zdjęcie myszką i rozpoczęcie scrollowania).

Dodatkowo zaproponowałam implementację zooma. Produkty tego sklepu są wykonywane ręcznie. Ich cena nie należy do najwyższych. Użytkownik może chcieć przyjrzeć się hafciu i materiałowi. Dodatkowo uważam, że na stronie powinny znajdować się zdjęcia produktów bez osoby, szalika. Pozwoliłoby to na pokazanie kształtu i formy stroju lub akcesoriów.

Dodatkowow zaokrągliłam promocje do całych procentów.

MOBILE: implementacja w postaci horyzontalnego scrolla.

## Opis produktu



Zdecydowałam się na blok opisujący produkt. Takie pogrupowanie kontentu strony wpływa na trzy rzeczy. Po pierwsze pozwala w prosty sposób przenieść konstrukcję na wersję mobilną. Po drugie jest to bardzo czytelne, gdyż użytkownik nie musi szukać wymaganych informacji. Po trzecie, w tym przypadku scrollingu galerii, prawa strona pozostaje nieruchoma do czasu przesrollowania wszystkich zdjęć.

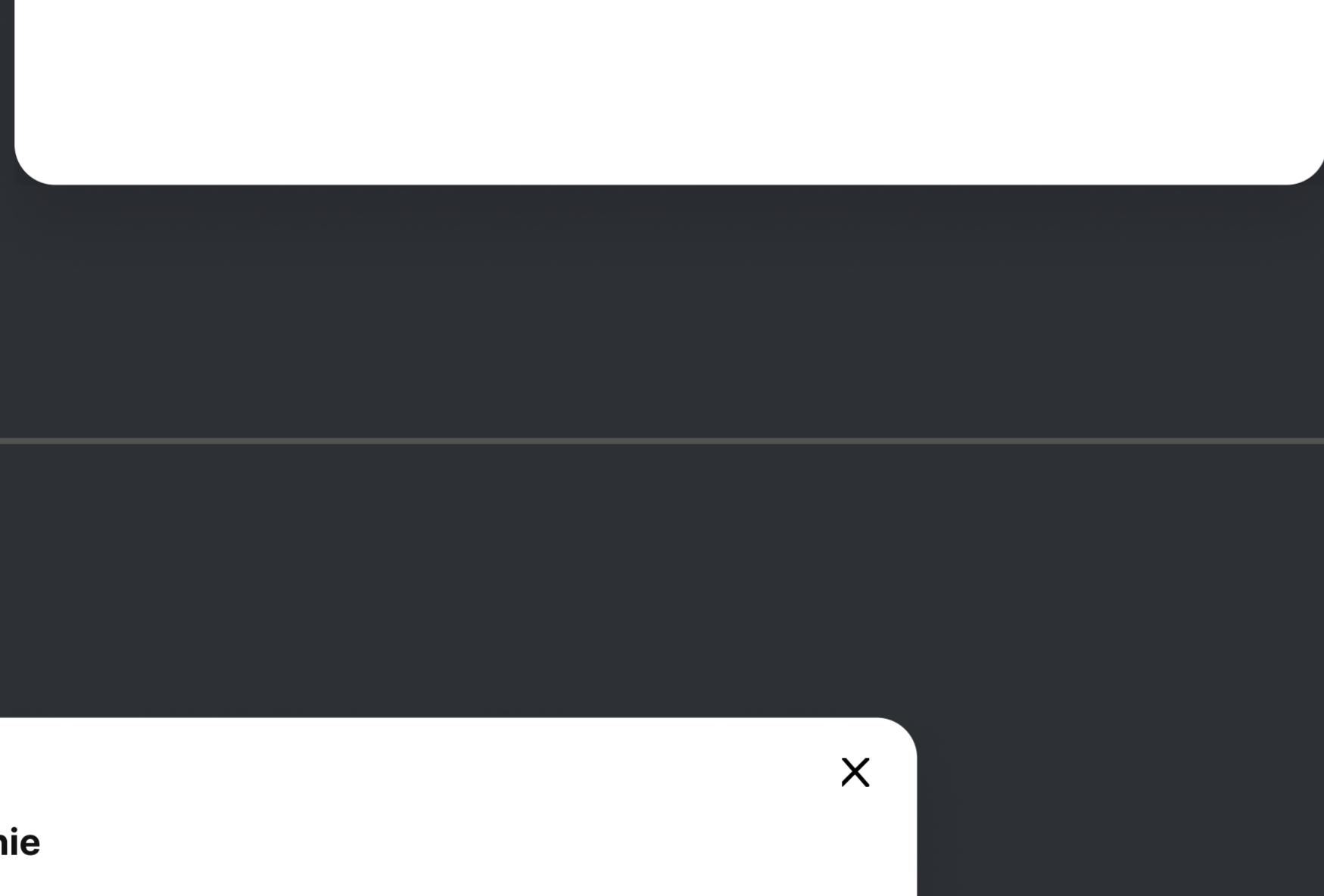
Zdecydowałam się na uwydatnieniu promocji, podziału opisu (mało który użytkownik będzie czytał bardzo długi opis), prosty layout.

Tabelę rozmiarów przeniosłam do pop-upu. Nie musi być ona za każdym razem wyświetlana na stronie głównej produktu – wydłuża to konten i nudzi użytkownika.

Jeśli byłoby to możliwe, zaproponowałam aby bez wyboru rozmiaru, po najechaniu na 'Dodaj do koszyka' napis na guziku zmieniał się na 'Najpierw wybierz swój rozmiar' lub był nieaktywny (opacity 50%).

\*Nie blokowałam tego na widokach, ponieważ nie mogłabym tego przypadku pokazać na prototypie.

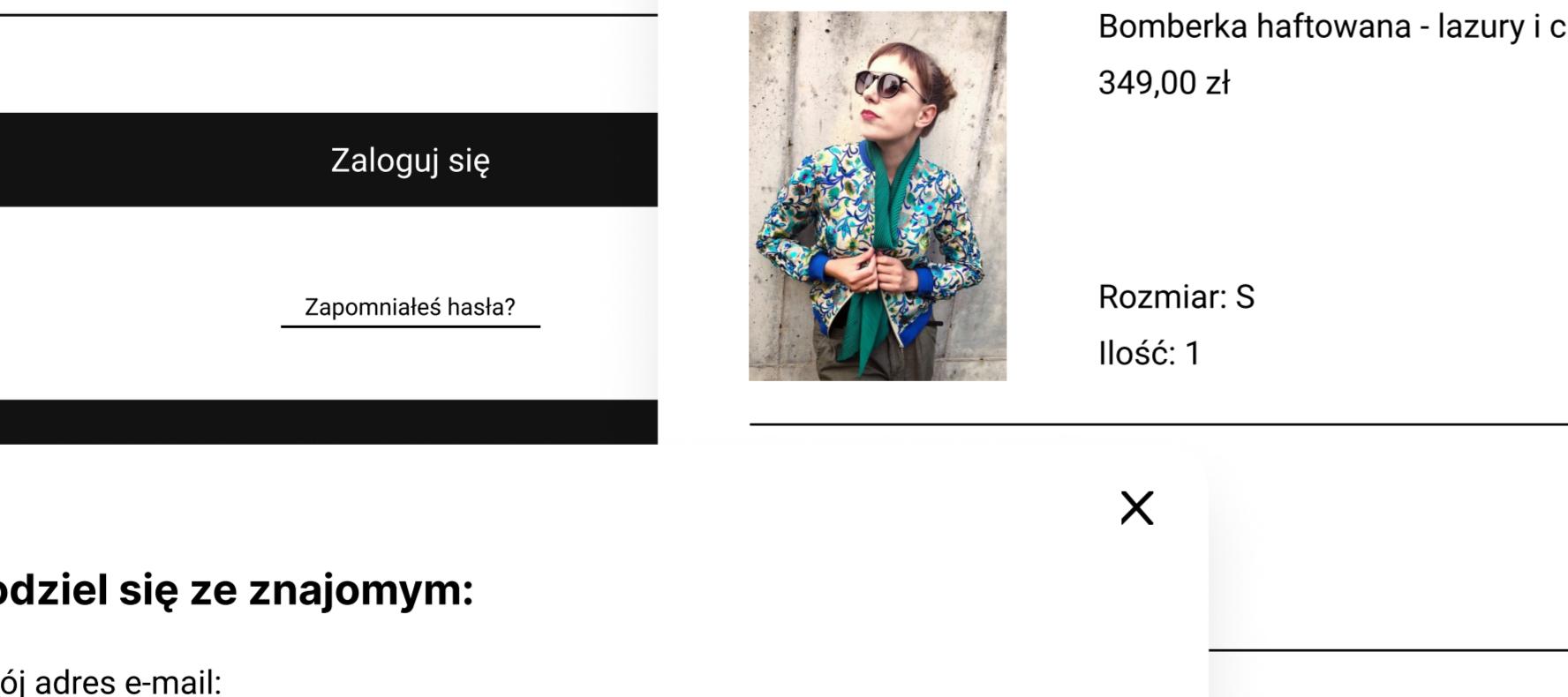
MOBILE: implementacja uproszczonego widoku składającego się w elementów rozsuwanych, po to aby jak najbardziej wyeksponować najważniejsze informacje (brak długiego scrolla), a z drugiej strony umożliwić użytkownikowi sprawdzenie też tych bardziej szczegółowych opisów.



## Propozycje dla Ciebie

Proponuję dodać sekcję 'Polecane dla Ciebie', aby zwiększyć ilość kupionych produktów przez użytkowników. Dodatkowo, urozmaica to layout strony i powoduje wzrost jej rangi, dzięki użyciu nowoczesnego layoutu.

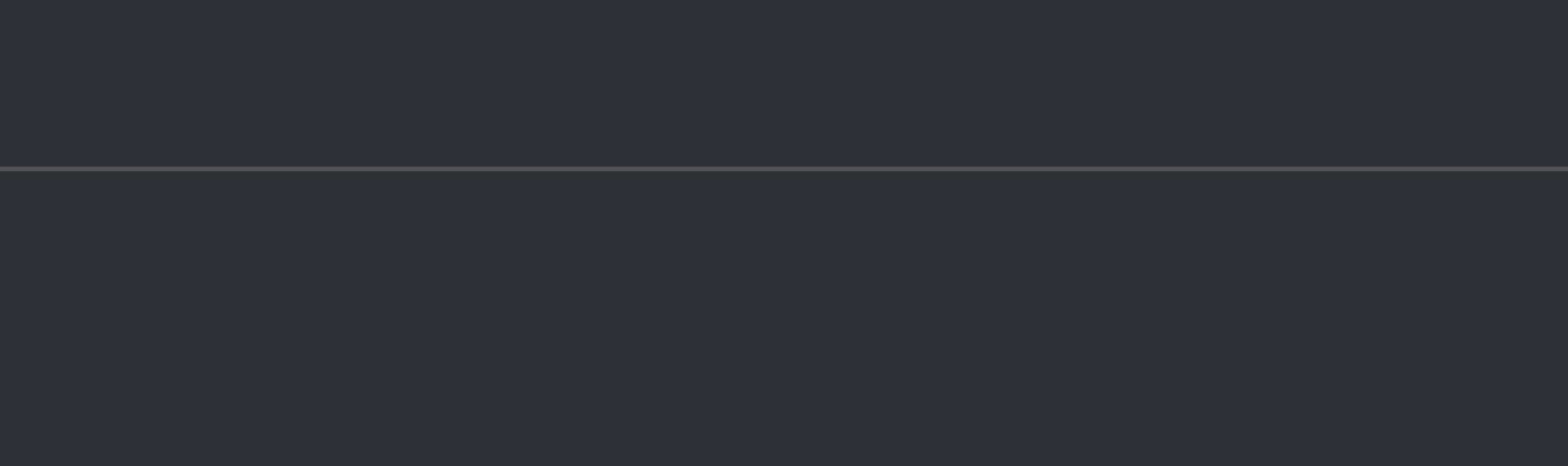
MOBILE: implementacja w postaci horyzontalnego scrolla.



## Jak inni noszą miętówki

Proponuję dodać sekcję 'Jak inni noszą miętówki', aby zwiększyć zaufanie do marki. Użytkonik dzięki tej sekcji może zobaczyć, że sklep działa, inne osoby kupują przedmioty i są z nich zadowoleni. Datkowow, urozmaica layout strony i powoduje wzrost jej rangi, dzięki użyciu nowoczesnego layoutu.

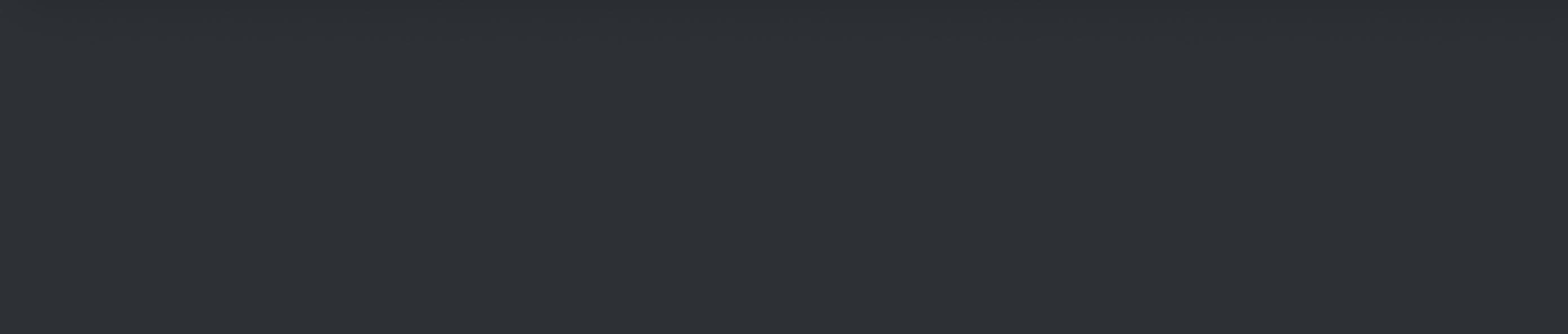
MOBILE: implementacja w postaci horyzontalnego scrolla.



## Popupy

Na stronie zaimplementowałam spójny sposób komunikacji z użytkownikiem. Do tej pory używane były popupy, wiadomości na stronie, lub użytkownik przenoszony był do nowej podstrony. W obecnej sytacji wszystkie informacje wyświetlane są w postaci popupu. Użytkownik nie zostaje 'na siłę' przeniesiony na inną stronę, np. gdy chce polecić produkt znajomemu (tak, jak się to odbywa teraz), lub gdy doda produktów do koszyka (zostaje mu przedstawiony wybór, co chce zrobić dalej).

MOBILE: implementacja pop-upów, jako okien modalnych blokujących kontent na stronie, do czasu akceptacji lub wyjścia z okna.



Lekko zmodyfikowałam również budowę stopki. Przede wszystkim jeśli mamy do czynienia ze sklepem on-line, musimy przedstawić użytkonikowi numer kontaktowy do sklepu. Nie może on szukać go na różnych podstronach. Po drugie, dobrze jest wiedzieć skąd jest dana firma (adres) oraz móc zapoznać się z jej social mediami. Na stronie nie znalazłam linku do fb lub instagrama, a myślę, że w obecnych czasach jest to ważny element sprzedaży internetowej i komunikacji z klientami.

MOBILE: Implementacja stopki w postaci grupy drop downów.