

Автореферат
випускної кваліфікаційної роботи

СИСТЕМА УЗГОДЖЕННЯ ВЗАЄМОДІЇ КОРИСТУВАЧІВ
(за прикладом сервісу BOLT)

Розробники:

№ з/п	ПІБ	Роль
1	Боженівч Д. С.	Розробка UI/UX - дизайну

Ментори:

№ з/п	ПІБ, посада	Напрямок
1	Самойленко Д.М.	Розробка ПЗ
2	Судавная Т.О.	Графічний дизайн

Загальне технічне завдання

Необхідно розробити програмне забезпечення (далі - ПЗ) призначене для створення розподіленої системи управління контентом, який має у своєму складі додаткові метадані (маркери). Функції системи мають забезпечити користувачу можливості використовувати повний функціонал ПЗ. Створюється за прикладом сервісу замовлення таксі, у той же час притримуючись унікальності бренду.

Вимоги до функціоналу. Обов'язкова частина

Загальне

Сучасна CRM направлена на вивчення ринку і конкретних потреб клієнтів. На основі цих знань розробляються нові товари або послуги і таким чином компанія досягає поставлених цілей і покращує свій фінансовий показник.

Головна сторінка

Стартовий інтерфейс ПЗ (екран оформлення замовлення). Основне робоче місце користувача. Має мету прискорити та спростити оформлення замовлення. На ньому має бути поле вводу, де розташовано адреса відправника та адреса, куди треба добратись.

Профіль користувача

Даний простір ПЗ повинен забезпечити необхідні для функціонування налаштування користувача:

1. Заповнення профілю користувача даними та метаданими
2. Встановлення, часткова зміна та вилучення метаданих у власному контенті
3. Перегляд історії взаємодії користувача з ПЗ

Також засобами особистого кабінету має бути передбачено можливість зміни персональних даних.

Привілейовані функції

З метою залучення аудиторії до додатку пропонуватимуться заохочення за реферальну систему. Приведи нових користувачів у ПЗ – отримай промокоди.

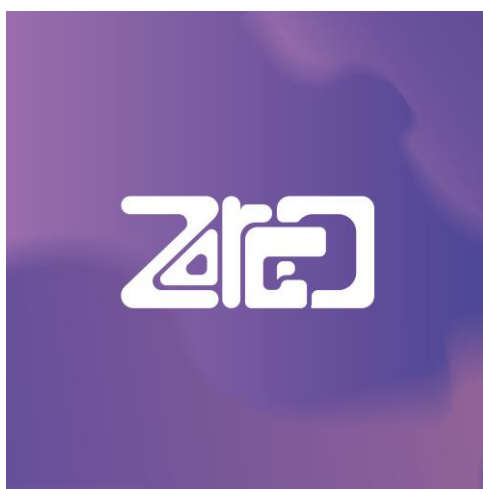
Розробка стилю додатку

Опираючись на основне завдання диплому перед розробкою ПЗ було проаналізовано ринок та конкурентів - BOLT, Uber, Uklon та Indriver. Завдяки аналізу конкурентів був визначен необхідний функціонал. Завдяки фірмового стилю бренд зможе бути впізнаним серед ринку та залишатись унікальним.

Були сформовані фірмові елементи брендингу, колорістика та настрій бренду. Ознайомлюючись з брендом - користувач має одразу розуміти цінності та настрої її. Кампанія має назву ZORGO – бренд, що несе функцію перевезення людей та вантажу з точки А в точку Б, простіше кажучи – таксі. Назва компанії з мови есперанто, якою пишеться бренд, перекладається як "Турбота". Основне послання бренду говорить в назві самої компанії - турбота про кожного клієнта. Кампанія зможе скласти конкуренцію на ринку за допомогою доступного функціоналу, приємного та затишного для ока дизайну та маркетингового просування. Таким чином ми отримаємо необхідну нам аудиторію та водіїв, які зможуть працювати у нашій структурі. Логотип состоїть з текстової частини, яка розроблена в фірмовому стилі та шрифту бренду.

Логотип компанії складається лише з текстової частини та розроблявся вручну з нуля. Кожна літера у логотипі підіграє формі сусідніх елементів. За допомогою кіл трьох видів були заокруглені кути всіх елементів, щоб надати плавних форм в логотипі і досягти необхідного ефекту. Логотип може бути пофарбований лише в один і лише на певних фонах, які прописані у правилах бренду.

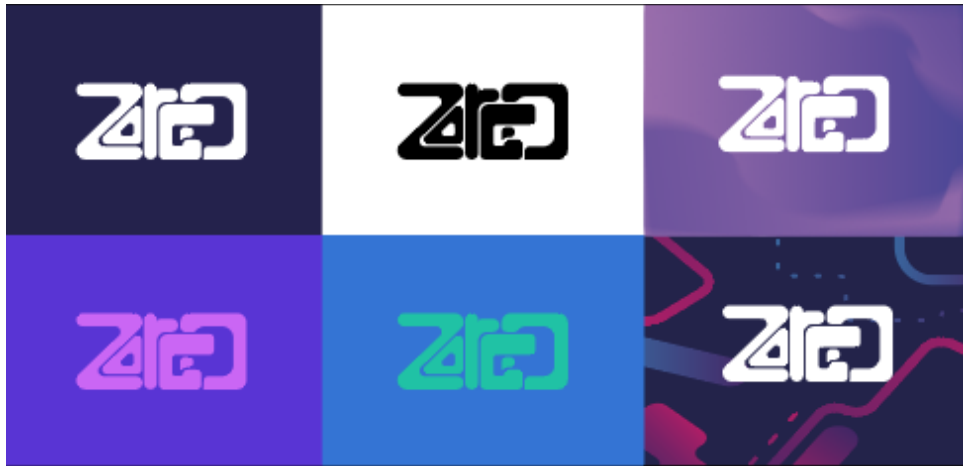
Одним з найголовніших кольорів бренду визначено фіолетовий. Фіолетовий колір таємничий та незвичайний. Психологія кольору відносить його до розкоші та затишку із турботою. Фіолетові предмети та речі нас інтригують та залучають. Це не дуже поширений у природі колір і при правильному використанні виділяється серед інших.



Логотип кампанії на паттерні. Рис.1

Логотип може розміщуватись на фірмових фоновках тільки у певному кольорі, на білому фоні у чорному кольорі, і навпаки. На ілюстраціях логотип розміщується знизу центром у своєму мінімальному розмірі

Паттерн розуміється у плані як повторюваний шаблон чи зразок. Елементи патерну повторюються передбачувано. Так, із графічних патернів складаються гарні візерунки.



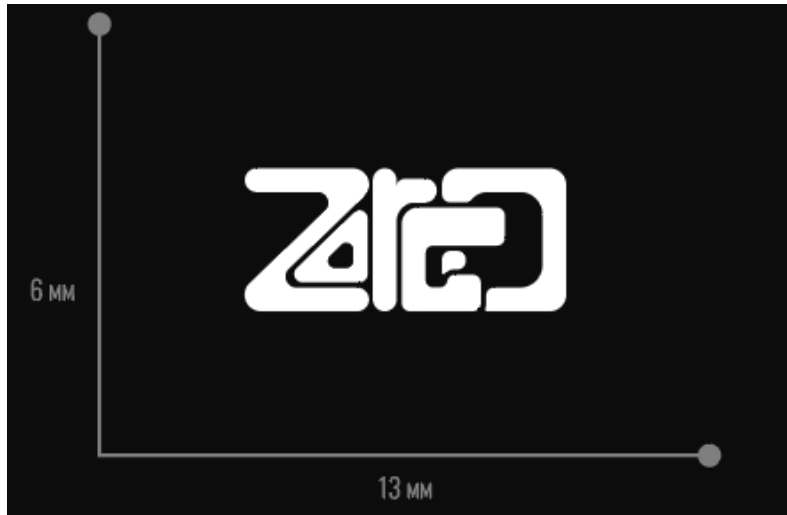
Логотип на дозволених паттернах. Рис.2

Н - умовна одиниця, яка визначає відстань від логотипу, в якому не можуть використовувати інші графічні елементи, дану область не можна ігнорувати або обрізати іншими стилетворчими. У логотипі компанії Н є ширина двох літер «О»



Модульна сітка.Рис.3

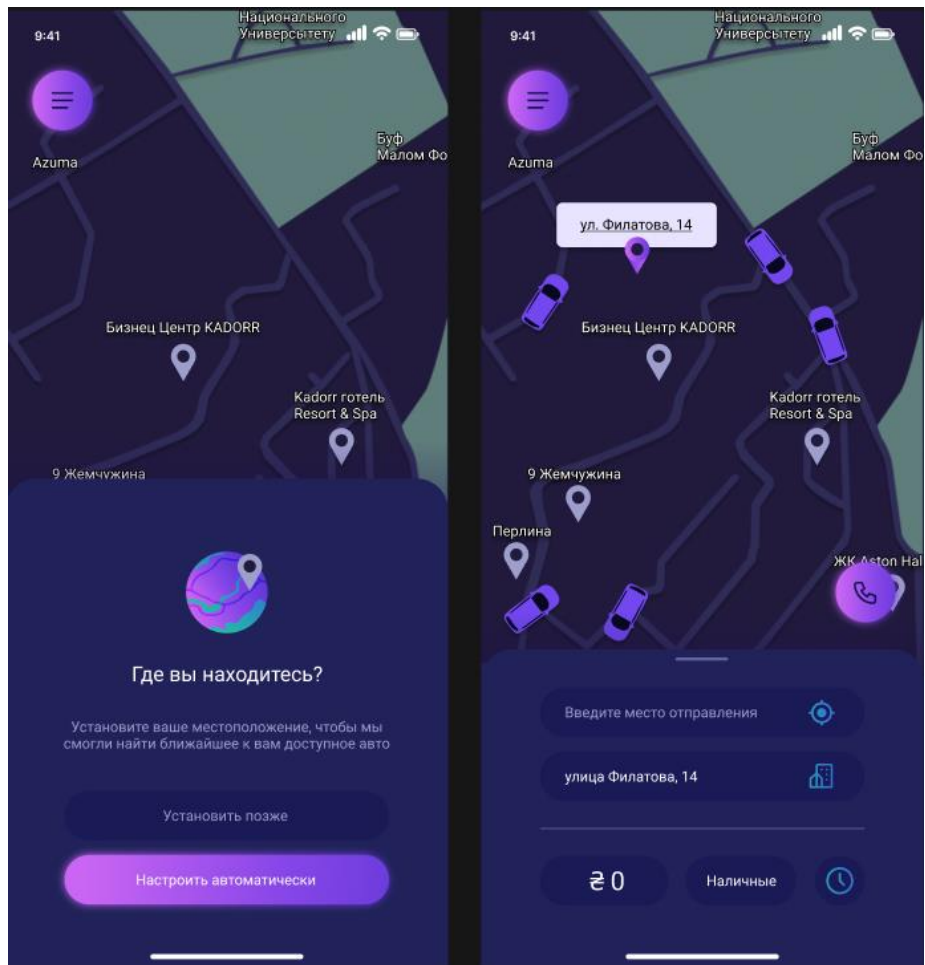
Мінімальний розмір логотипу необхідний розміщувати на невеликих елементах фірмового стилю. Мінімальний розмір нашого логотипу дорівнює 13х6мм.



Мінімальний розмір.Рис.4

При розробці дизайну були підібрані шрифти, які будуть вписуватись візуально у концепцію бренду. Oswald regular використовується в заголовках, коли в свою чергу oswald light використовується в підзаголовках та текстовій частині. KTFJermilov solid використовується для цифр і символів, а roboto regular використовується в додатку.

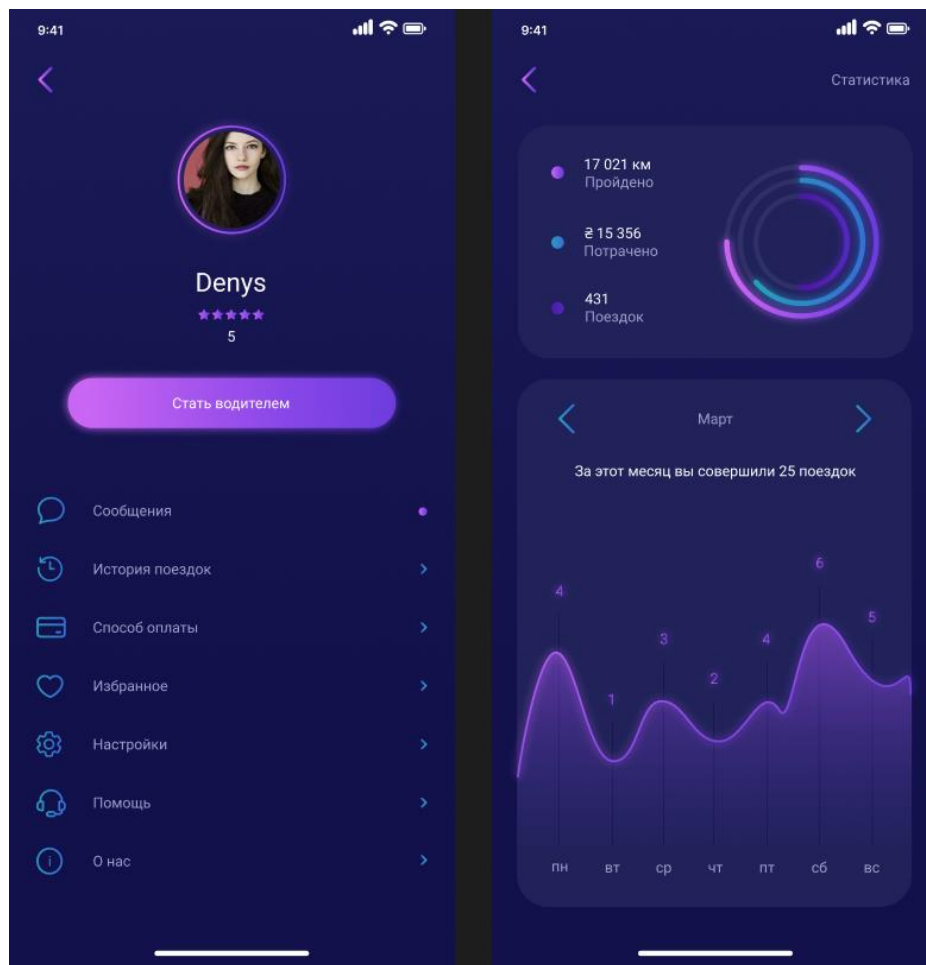
Коли користувач опиняється у додатку, він виявляється на сторінці замовлення. На ньому нічого зайвого: поля введення замовлення та карта для наочної демонстрації місцезнаходження всіх об'єктів



Головний екран ПЗ. Рис.5

Завдяки зручному і великому спектру налаштувань замовлення - користувач може все налаштувати під час оформлення. Починаючи від додаткового замовлення та закінчуючи замовленням на певний час.

У профілі користувача перевірити, отримати та налаштувати всі необхідні дані.



Екран профілю та статистики поїздов.Рис.6

Аналіз отриманих результатів, висновки та пропозиції

Виконана кваліфікаційна робота має практичну орієнтацію на розробку додатка, функціонал якого збігається з існуючим сервісом замовлення машини - BOLT. Серед переваг можу зазначити простоту використання та мотивуючу систему для користувачів та з недоліків можу виділити пріоритет на певне місто, ділянку або територію, на якій будуватиметься бізнес.