

Приватний заклад вищої освіти
Одеський технологічний університет «ШАГ»
Кафедра інформаційних технологій та фундаментальної підготовки

Автореферат
випускної кваліфікаційної роботи

СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ МАРКОВАНИМ КОНТЕНТОМ
(за прикладом сервісу OLX)

Розробники:

№ з/п	ПІБ	Роль
1	Яцунський Євген Олексійович	Розробка UI/UX - дизайну
2	Сорока Денис Олександрович	Розробка (backend)
3	Грохольський Богдан Ігорович	Розробка (frontend)

Ментори:

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

Результати експертизи:

Експерт	ПІБ	Оцінка	Підпис
Науковий керівник	Судавная Тетяна Олександрівна		
Рецензент	доц. Суліма М. М.		
ДЄК (захист проекту)	доц. Голова Е. К.		

Загальне технічне завдання

За поставленою задачею дипломної роботи необхідно розробити інтернет-ресурс для розміщення на ньому оголошень з купівлі/продажу товарів та послуг, в якому має бути система управління контентом, його створенням, видаленням, а також редагуванням.

Преамбула

Головним референсом цього проекту став торговий майданчик "OLX", за прикладом якого він і створювався. Так як у проекті я є дизайнером, то в моє завдання входить розробка стилістики графічного оформлення сайту та створення дизайну продукту зі схожою функціональністю та можливостями вищезгаданого інтернет-ресурсу. Також необхідно зробити його кращим у плані Ui та UX, що зробило б проект зручнішим та приємнішим у використанні для користувачів.

Проект для дипломної роботи розроблявся за таким алгоритмом:

- визначення цільової аудиторії, шляхом створення сценарію користувачів, карт емпатії та соціологічного опитування;
- вибір назви, гасла та маскоту проекту;
- підбір приємної колірної схеми з урахуванням того, щоб інформація на сайті читалася легко та без труднощів, із застосуванням акцентних кольорів на точках інтересу;
- створення інформаційної структури сайту у вигляді схеми взаємодії та переходу на всі сторінки проекту (для визначення всього обсягу роботи);
- розробка загальної стилістики сайту (з урахуванням функціональності проекту), типографіки та набору ui kit елементів;
- поділ сайту на основні блоки контенту (такі як картка товару, фільтри, рубрики, сортування, шапка сайту, footer, навігаційні панелі, текстові поля тощо);
- створення макета сторінок за допомогою наявного набору ui kit елементів та блоків контенту, а також наповнення їх контентом (зокрема заповнення карток товарів за допомогою наявних ui kit елементів та різних їх варіантів та станів, зображень товарів (що знаходяться у вільному доступі) а також текстових полів);
- розробка взаємодії з ui елементами (такими як кнопки, навігаційні панелі, текстові поля, картки товару та списки, що розкриваються) за

допомогою hover ефектів та їх активації, а також різний їх стан залежно від дій користувача та введених ним даних;

- розробка графічної частини у вигляді рекламних банерів, іконок, логотипу, сторінки з відсутнім контентом та карток з платними послугами.

Під час розробки проекту було враховано велику кількість принципів ергономіки веб-додатків, таких як:

- розташування контенту та єдина стилістика графічної частини за принципом “єдності та контрасту” для того, щоб користувач міг інтуїтивно та просто зчитувати інформацію, а також знаходити точки інтересу;
- максимально ефективне використання порожнього простору та зменшення візуального шуму;
- відділення інтерактивних елементів інтерфейсу (таких як кнопки, поля введення, списки, що розкриваються і т.д.) шляхом використання контрастних кольорів, форми і тіней;
- простота та одночасно інформативність блоків контенту, шляхом використання принципу “поступового розкриття”;
- використання ієрархічної системи стосовно контенту залежно від його важливості.

Опис розробки

Розробка продукту велася командою з двох програмістів (front-end та back-end) та дизайнера. Моє завдання (як дизайнера) у цьому проєкті полягало в тому, щоб розробити фірмовий стиль сайту та дизайн можливостей з узгодженням технічного завдання, яке полягало в тому, щоб зробити продукт, зі схожою функціональністю та можливостями вже існуючого інтернет-ресурсу “OLX”, але зручнішим і приємним щодо ці і їх. Після детального вивчення даного сайту було виявлено основні пункти, які потребують вдосконалення:

- сортування та фільтри пошуку товарів;
- недостатня інформативність карток товарів;
- надмірно велика кількість порожнього простору, що змушує користувача довго прокручувати сторінку сайту, у міру подорожі ним;
- перехід на нову сторінку під час входу/реєстрації.

Розробка проекту почалася з визначення цільової аудиторії - це платоспроможні користувачі у віці з 18 до 40 років. Були складені карти

емпатії, щоб провести дослідження щодо того, як і від кого потенційний користувач може дізнатися про наш продукт, що він від нього може очікувати, що його може відштовхнути або навпаки залучити.



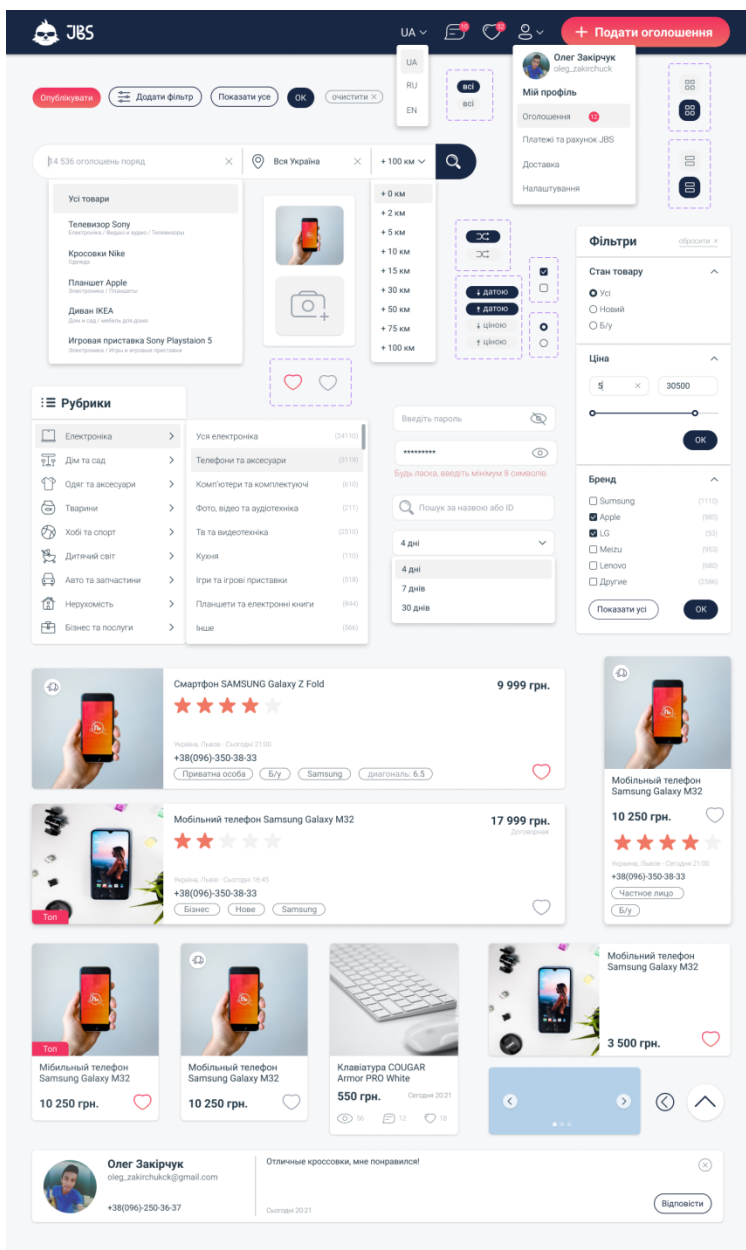
Було також обрано назви сайту - "JBS", що розшифровується як "Just buy & sell". Далі було проведено аналіз того, як та чи інша колірна схема впливає на користувача, які емоції та асоціації вона у нього викликає. У ході дослідження було виявлено оптимальну колірну схему – темні елементи на світлому тлі, яка б не перенапружувала очі користувачів. Червоний колір використовується для підкреслення акцентів на сайті, важливих елементах та точок інтересів, на які користувач повинен звернути свою увагу насамперед.

1. Построение логотипа

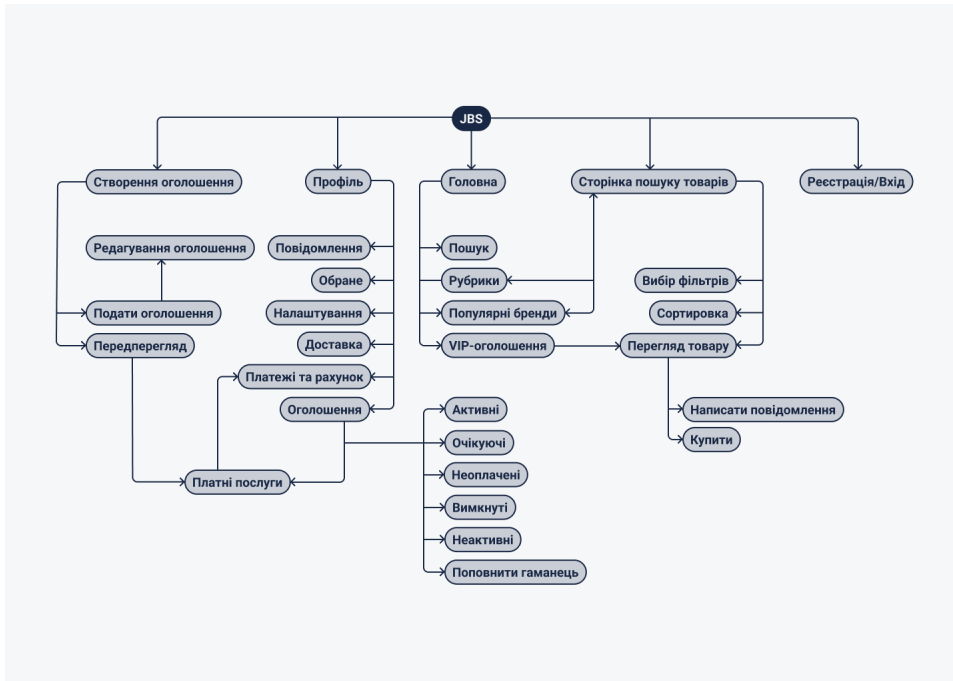


Також було прийнято рішення додати тіні на блоки контенту сайту, що має зробити їх добре читаними і такими, що не зливаються з фоном сайту та іншим контентом, так як це інтернет ресурс з подачі оголошень, то відповідно користувачі використовують для оголошень власні фотографії товарів, які можуть бути різного якості та колірної схеми.

Після визначення колірної схеми була розроблена і формування загальної стилістики проекту на прикладі сторінки пошуку товарів. Паралельно з цим розроблявся набір ui kit елементів. У ході розробки було створено безліч варіантів інтерфейсу та різних мікроелементів, їх розташування та взаємодія один з одним. Згодом було обрано оптимальний набір елементів, які були об'єднані єдиним стилем та максимально спростили взаємодію користувача з сайтом.

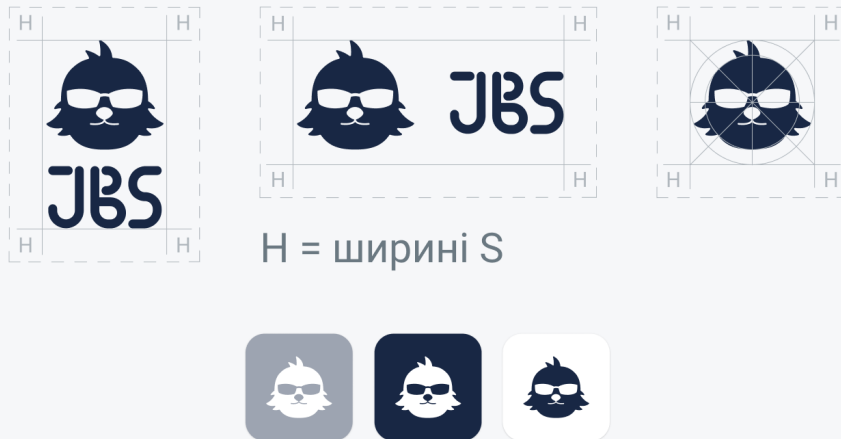


Для визначення повного набору роботи та всіх сторінок сайту, а також їх взаємодії була створена інформаційна архітектура сайту.



У міру формування стилістики проекту був розроблений логотип, який складається з текстової частини – леттерингу назви проекту, а також графічного векторного зображення маскота сайту – лінивця в окулярах, з яким користувачі можуть себе асоціювати. Ці дві частини можуть бути скомбіновані один з одним з відповідними відступами, які дорівнюють ширині букви “S” у текстовій частині логотипу. Графічна частина логотипу може використовуватись без текстової частини.

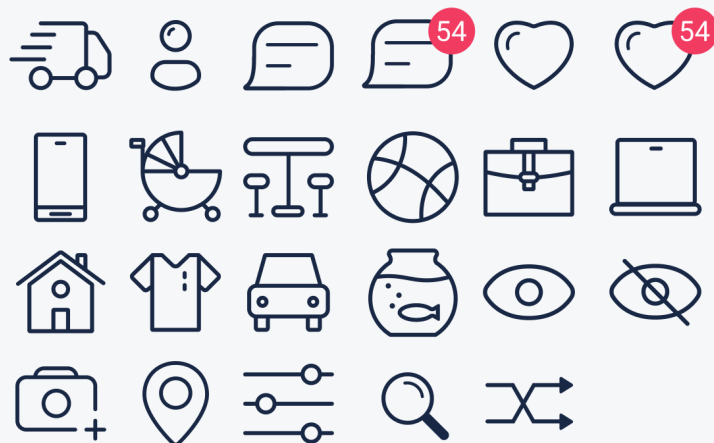
1. Построение логотипа



Під час розробки макету сторінок сайту було розроблено ієрархію та стилістику текстової частини з метою спрощення зчитування інформації користувачем.

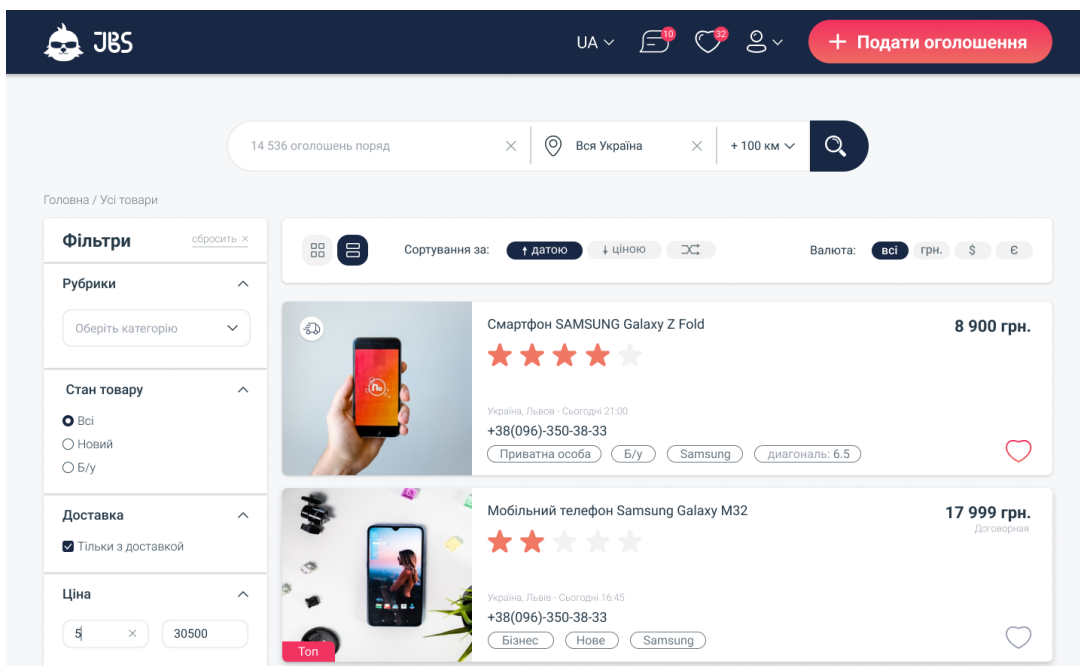
№	Назва	Стиль	Кегель	Опис
1	Roboto	Bold	32	Заголовок першого рівня
2	Roboto	Bold	24	Заголовок другого рівня
7	Roboto	Bold	22	Важлива інформація, ціна
3	Roboto	Medium	18	Підзаголовок
4	Roboto	Regular	16	Основний контент, кнопки
6	Roboto	Light	16	Пункти вибору
5	Roboto	Light	13	Додаткова інформація

Також у ході розробки проекту створювалися іконки, половина з яких використовується у блоці "рубрики".



Під час розробки макету сторінок проводилося розбиття сайту на основні блоки, такі як:

- шапка сайту, що складається з логотипу, кнопок “повідомлення”, “вибране”, “вибір мови” та “подача оголошення” (кнопка використовує градієнт з акцентних кольорів, тому що є однією з кнопок на сайті, яку користувач повинен відразу помітити при вході на сайт);
- пошук, що складається з пошукового рядка товарів, вибору локації та вибору відстані від зазначеної точки;
- картка товару, що складається з фотографії, іконки доставки, наявності такої, ціни та назви товару. У розкритому стані картка товару показувала додаткову інформацію, таку як час та локація подачі оголошення, додаткові фільтри та характеристики, вказані користувачем, а також рейтинг продавця;
- Текстові поля, а також поля зі списком, що відкривається.



Було розроблено такі сторінки:

- Головна сторінка, яка складається з блоків VIP-оголошень, банерів, вибору рубрик товарів, пошуку та вибору популярних брендів;
- Сторінки пошуку товарів, що складається з сортування, пошуку, фільтрів, перемикання сторінок та карток товарів;
- Профіль користувача, з вбудованим меню, де відображені оголошення користувача, його вибрані товари, повідомлення, платежі та налаштування. Також на цій сторінці є кнопка поповнення рахунку;
- Сторінка подачі оголошень, яка розділена на блоки та розташована так, щоб максимально зайняти вільний простір та надати користувачеві максимально повний вигляд на параметри його оголошення;
- Сторінка перегляду оголошень (для автора оголошення існує окрема версія сторінки з можливістю редагування оголошення), на якій є кнопки покупки, написання повідомлення автору оголошення, слайдера перегляду фотографій товару, опису, вибраних фільтрів та параметрів товару. Також варто відзначити наявність написання коментаря до товару, яка на відміну від кнопки відправки повідомлення, дозволяє побачити коментар користувача всім іншим. Ця функція буде особливо корисною користувачам, які продають свій товар у великій кількості (у такому випадку користувач вибирає пункт "бізнес" при створенні оголошення), оскільки потенційні покупці зможуть краще оцінити товар за відгуками та швидше прийняти рішення про покупку;
- Сторінка монітизації, де користувачі можуть придбати пакет послуг (відображених на картках з використанням графічного зображення маскоти сайту) для просування своїх оголошень;

- Сторінка входу/реєстрації із вбудованим меню перемикання та можливістю входу та реєстрації за допомогою соціальних мереж. Сторінка відкривається автоматично при здійсненні будь-якої дії, яка вимагає профілю користувача, будь то додавання товару в обране або подача оголошення, а також зайти на неї можна за допомогою кнопки користувача, що знаходиться в шапці сайту.

Ще однією з відмінностей від “OLX” є те, що деякі сторінки, такі як сторінка користувача та входу/реєстрації, можуть бути відкриті з будь-якої частини сайту, а потім закриті при натисканні відповідної кнопки (“хрестика”), що перенесе користувача назад на ту сторінку, де він був раніше. Це дозволить користувачеві менше губитися на сайті.

Було розроблено систему адаптивних фільтрів під кожен категорію товарів. На відміну від головного конкурента “OLX”, фільтри на сторінці пошуку товарів розташовані збоку блоку з товарами, має фіксоване положення на сторінці та має власну смугу прокручування, що дозволить користувачам зручніше та швидко вибирати потрібні їм фільтри, не роблячи зайвих переміщень по сайту. Фільтри можуть бути згорнуті, якщо користувачу не потрібний той чи інший пункт фільтра. У даному блоці були використані ці елементи для вибору "множина з множини" (вибір у вигляді чекбоксів) і "єдине з множини" (перемикання між пунктами). На кожному блоці фільтрів, де це доречно, було розміщено кнопку підтвердження фільтра “ОК”, щоб максимально спростити їх використання.

У блоці сортування, окрім вибору сортування товарів за ціною та датою подання оголошення та вибору валюти, користувач може переключити відображення товарів списком, що дасть йому детально вивчити кожне оголошення по порядку.

Також, на відміну від того ж OLX, на головній сторінці є набір рекламних банерів, призначених коротко візуально поінформувати користувачів про проект. Вони використовують зображення маскота проекту, виконаного у векторній графіці. Крім того, категорії товарів розташовані збоку решти контенту, щоб не займати занадто багато верхнього простору і користувач відразу міг побачити складові сторінки цілком.

На сторінці перегляду товару користувач може виставити рейтинг продавцю, ґрунтуючись на відповідності до опису якості товару. Зробити він це зможе лише після натискання кнопки "купити".

Розробка функціональної частини проекту велася в онлайн-сервісі Figma. Для створення набору ці kit елементів були використані інструменти auto layout, варіанти та компоненти. Розробка графічної частини велася частково у Figma,

а частково у програмі "Adobe Illustrator". Для створення нарисів використовувалася програма "Adobe Photoshop".

Аналіз отриманих результатів, висновки та пропозиції

Даний проект має всі основні можливості, які є у сервісі "OLX", на прикладі якого він і створювався, але має переваги перед ним у тому, що на багатьох сторінках контент є кращим (що не змушує користувача часто використовувати прокручування сторінки вниз), шляхом мінімізації порожнього простору на сторінках, що забезпечить користувачеві зручніше використання продукту. Також адаптивні фільтри, розроблені в проекті, були створені максимально зручними, з легкозчитуваною корисною інформацією та незалежними блоками, які за бажання можна згорнути. Крім цього варто відзначити додавання функції написання коментаря до товару, розкриття картки товару при наведенні (що дозволяє детальніше переглянути інформацію про товар, не заходячи на сторінку перегляду товару), а також відсутність переходу на нову сторінку при реєстрації/вході та переході в профіль користувача .

Мінус проекту в тому, що він має не повну адаптацію дизайну під пристрої з різним розміром і роздільною здатністю екрану. Має також сенс у майбутньому повести розробку мобільного додатка, що має підвищити популярність сервісу та його простоту використання.

Використані ресурси

1. Сайт для пошуку референсів <https://pinterest.com>
2. Основні принципи веб дизайну та ергономіки <https://material.io>
3. Стаття про кольори у веб дизайні та які емоції вони викликають у користувачів <https://artjoker.ua/ru/blog/cveta-v-web-disigne/>