



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

Випускна кваліфікаційна робота бакалавра

<<СИСТЕМА УПРАВЛІННЯ КОНТЕНТОМ ЕЛЕКТРОННОЇ КОМЕРЦІЇ
(за прикладом сервісу Amazon)>>

на здобуття бакалаврського рівня вищої освіти

зі спеціальності «122 Комп'ютерні науки»

Виконавці проекту

№	П.І.Б.	Ролі	Група
1	Семенюк Олег Олегович	Backend	КН-П-201
2	Пшеничний Олександр Сергійович	Backend	КН-П-201
3	Вацько Ірина Олександрівна	Frontend	КН-П-201
4	Рибальченко Денис Леонідович	Frontend	КН-П-201
5	Гетманцева Вікторія Юріївна	Designer	КН-Д-201
6	Гарбуз Дар'я Вячеславівна	Designer	КН-Д-202
7	Петров Всеволод Едуардович	DevOps	КН-А-201

Автор звіту _____ Гарбуз Дар'я Вячеславівна

Зміст

Загальне технічне завдання.....	3
Преамбула.....	3
Опис розробки.....	3
Дослідження.....	4
Аналіз конкурентів.....	5
Аналіз цільової аудиторії.....	8
Карти емпатії.....	9
CJM (Customer Journey Map).....	11
Результати досліджень.....	12
Інформаційна архітектура.....	13
Дизайн системи.....	14
Логотип.....	14
Кольорова палітра.....	17
Типографіка.....	20
Іконки.....	22
Фірмові зображення.....	31
Візуалізація.....	35
Критичний самоаналіз результатів.....	39
Використані технології.....	41
Використані ресурси.....	42

Загальне технічне завдання

Мета кваліфікаційної роботи полягає в тому, щоб покращити взаємодію з користувачем шляхом створення нового електронного маркетингового дизайну та інтерфейсу, який є одночасно функціональним і візуально привабливим; це сприятиме безпроблемній та ефективній закупівлі товарів. Необхідно розробити прототип інтерфейсу, щоб задовольнити потреби користувачів, забезпечити просту навігацію та оптимальне використання функцій платформи. Функції системи забезпечують комплексне керування вмістом протягом усього його життєвого циклу, включаючи створення, модифікацію, оновлення та видалення.

Преамбула

Amazon – найбільша в світі маркетингова платформа, яка однією з перших зосередилася на продажі споживчих товарів. Американці використовують цю електронну торгову платформу як пошукову систему, знаходячи там від товарів і послуг до потокового відео та музики.

Але цей популярний маркетплейс має не лише позитивні сторони, а й недоліки. Тому створення електронної комерції Perry надаватиме користувачам зручної та інноваційної платформи для придбання різної категорії товарів; наша мета – зробити продукт, який був би схожий по функціоналу на платформу Amazon, але при цьому маючи свої особистості. Було прийнято рішення оновити дизайн, структурувати навігацію, а саме зробити її оптимальною, зручною, додати концепцію і провести аналіз користувача, щоб врахувати побажання щодо нових функцій.

Опис розробки

Проект для дипломної роботи розроблявся за наступним алгоритмом:

- Проведення аналізу конкурентів, виявляючи сильні та слабкі сторони для оптимізації платформи, проведення аналізу цільової та потенційної аудиторії, побудування портрета користувача;
- Створення інформаційної архітектури сайту, мапи сайту;
- Вибір назви, неймінг, створення логотипу та брендінгу;
- Створення wireframe, каркаса сайту, для користувачів, покупців та адміністративної панелі;

- Вибір фірмових кольорів, кольорової гами з урахуванням легкого сприйняття інформації на сайті, вибір фірмових шрифтів з урахуванням різних мов;
- Розробка фірмової стилістики сайту, типографіки, UI Kit елементів, іконок;
- Створення макетів сайту для користувачів, покупців та адміністративної панелі;
- Розробка графічної частини: рекламні банери, логотип, 2D графіки.

У нашій команді входять два дизайнери, які працюють над створенням макетів сторінок для майбутнього маркетплейсу.

Моя роль полягала у розробці наступних елементів:

- UI: неймінг, створення логотипу, підбір фірмових кольорів та шрифтів, графічні елементи, частина розробки іконок та частина елементів інтерфейсу;
- UX: створення wireframe, каркаса сайту, та підготовка макетів під desktop для користувачів, покупців, створення wireframe та підготовка макетів для адміністративної панелі, частина дослідження: аналіз конкурентів;
- Оформлення шаблону презентації для команди.

Також моїм завданням було покращити UX/UI, щоб було комфортно та інтуїтивно зрозуміло і з боку покупця на сайті, і з боку адміністратора в адміністративній панелі.

Дослідження

Перед тим, як розпочати проектування, були проведені дослідження предметної галузі, а саме аналіз конкурентів, розглянувши, які рішення будуть задовольняти користувача, наскільки буде йому зручно, а що є слабкою стороною і на що варто звернути увагу під час створення маркетингової платформи, відштовхуючись від UX/UI рішень, візуальні спостереження, інтерв'ювання, опитування. Це дозволило нам створити оптимальну інформаційну архітектуру та перейти до розробки екранів, щоб побудувати інтуїтивно зрозумілий інтерфейс.

Аналіз конкурентів

Аналіз конкурентів був зроблений за допомогою інструменту Notion. Ми розглянули різні платформи, які є онлайн-платформою електронної комерції. У цей список увійшли такі платформи, як Alibaba, Allegro, Bol, eBay, Etsy, Joom, Mercari, Prom, Rozetka. Проаналізував кожен з сайтів, ми зафіксували сильні та слабкі сторони UX/UI.



Дипломна робота

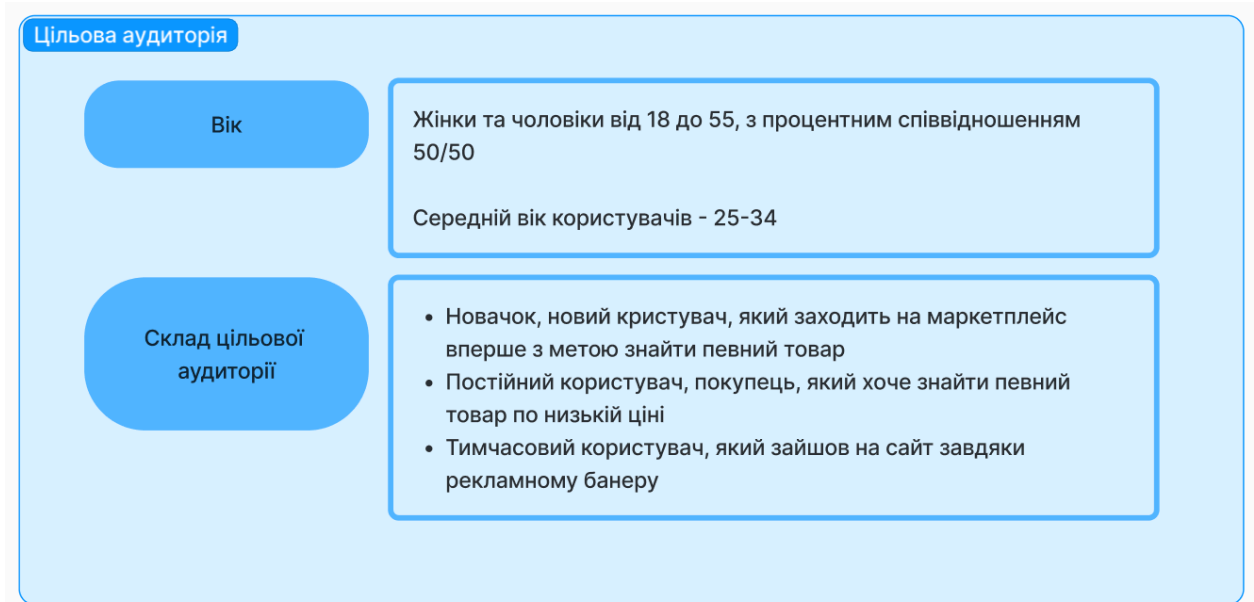
Ал Назва	Посилання	UX: переваги	UX: недоліки	UI: переваги	UI: недоліки
Alibaba	https://www.alibaba.com/	Зображення у категоріях Категорія: індія, пропозиції Мова/валюта Опис товару Підкатегорії Регіон Товар: відгуки	Grid Menu Адаптивність Вхід як корист. Навігація Націнка товарів Перевантажені картки Поділ блоків Форма реєстрації Фільтрація	Картки товарів Категорія: індія, пропозиції Підкатегорії: популярні Товар: відгуки	Menu UI Kit Корпоративний вигляд Непривабливий вигляд Опис товару Форма реєстрації
Allegro	https://allegro.pl/	Grid Menu Опис товару Оцінка товару: рейтинг Спосіб доставки/оплати і т.д. Товар: відгуки Форма входу Форма реєстрації Якісна кнопка	Footer Категорії: меню Перевантажені картки Поділ блоків Фільтрація	Зовн. вигляд списку Опис товару Оцінка товару: рейтинг Спосіб доставки/оплати та ін. Товар: відгуки Форма входу Форма реєстрації Ціна: гра кольорів	Menu UI Kit Картки товарів Категорії: меню
Amazon	https://www.amazon.com/ref=nav_logo	Рейтинг товару Форма входу Форма реєстрації	Footer Menu Вхід як корист. Категорії: перелік Опис товару Перевантажені картки Поділ блоків Помилка 404 Товар: відгуки	Рейтинг товару Форма входу Форма реєстрації	Footer Sale UI Kit Банер: слайдер Картки товарів Категорії: меню Опис товару Помилка 404 Товар: відгуки Форма входу
Bol	https://www.bol.com/nl/nl/	Grid Sale Категорії: поділ Рейтинг товару Форма входу Форма реєстрації	Footer Menu Опис товару Перевантажені картки Поділ блоків Фільтрація	Footer Sale Ціна: гра кольорів	UI Kit Відгуки Категорії: UI Kit Опис товару Форма входу Форма реєстрації
Ebay	https://www.ebay.com/	Картки товарів Продавець: інфо Підкатегорії Рейтинг товару Товар: відгуки Форма входу Форма реєстрації Фільтрація Хлібні крихти	Grid Menu Опис товару	Картки товарів Підкатегорії: вибір з карт. Рейтинг товару Товар: відгуки Форма входу Форма реєстрації Фільтрація	UI Kit Картки товарів: відступи Опис товару Продавець: інфо
Etsy	https://www.etsy.com/	Footer Категорії: поділ Поділ по блоках Товар: відгуки Товар: підбір Форма входу Форма реєстрації	Картки товарів: зовн. вигляд Опис товару Рейтинг товару Фільтрація	Footer Товар: відгуки Товар: підбір Форма входу Форма реєстрації Фільтрація	UI Kit Картки товарів: зовн. вигляд Опис товару Рейтинг товару

№ Назва	Посилання	UX: переваги	UX: недоліки	UI: переваги	UI: недоліки
			Фільтрація: оцінка Хлібні крихти		
Joom	https://www.joom.com/ru-ua	Footer Grid Банер Картки товарів Форма входу Форма реєстрації	Меню Категорії: меню Категорії: перелік Мова/валюта Продавець: інфо Регіон Товар: відгуки Фільтрація	Footer UI Kit Банер Картки товарів Продавець: інфо Форма входу Форма реєстрації	Меню Категорії: меню Категорії: перелік Мова/валюта Опис товару Регіон Товар: відгуки Фільтрація
Mercari	https://www.mercari.com/	Footer Меню Картки товарів Категорії: поділ Хлібні крихти	Опис товару Продавець: сорт: відгуків Форма входу Форма реєстрації Фільтрація	Footer Меню Продавець: відгуки Продавець: інфо	Картки товарів: зовн. вигляд Категорії: перелік Опис товару Продавець: сорт: відг. Форма входу Форма реєстрації Фільтрація
Prom	https://prom.ua/	Footer Банер Зображення у категоріях Картки товарів Продавець: відгуки Продавець: сортування відгуків Продавець: інфо Фільтрація Хлібні крихти	Меню Товар: відгуки Форма входу Форма реєстрації	Footer Меню Банер Картки товарів Продавець: відгуки Продавець: сорт: відгуків Підкатегорії: вибор з карт. Фільтрація	Картки товарів: 18+ Опис товару Продавець: інфо Товар: відгуки Форма входу Форма реєстрації
Rozetka	https://rozetka.com.ua/ua/	Меню Зображення у категоріях Продавець: відгуки Продавець: інфо Форма входу Форма реєстрації Хлібні крихти	Категорії: меню Перевантажені категорії Товар: відгуки	Меню UI Kit Відгуки: написана Продавець: відгуки Продавець: інфо Форма входу Форма реєстрації	Категорії: меню Товар: відгуки

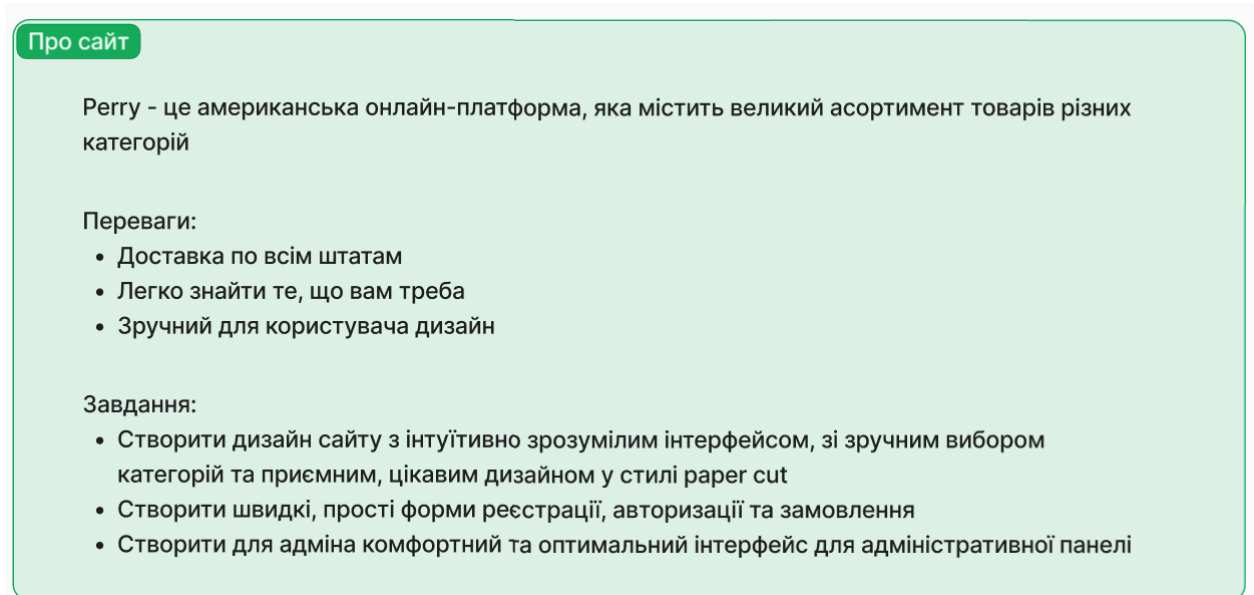
Зображення 2 – – Аналіз конкурентів, розглядаючи сильні та слабкі сторони щодо UX/UI.

Аналіз цільової аудиторії

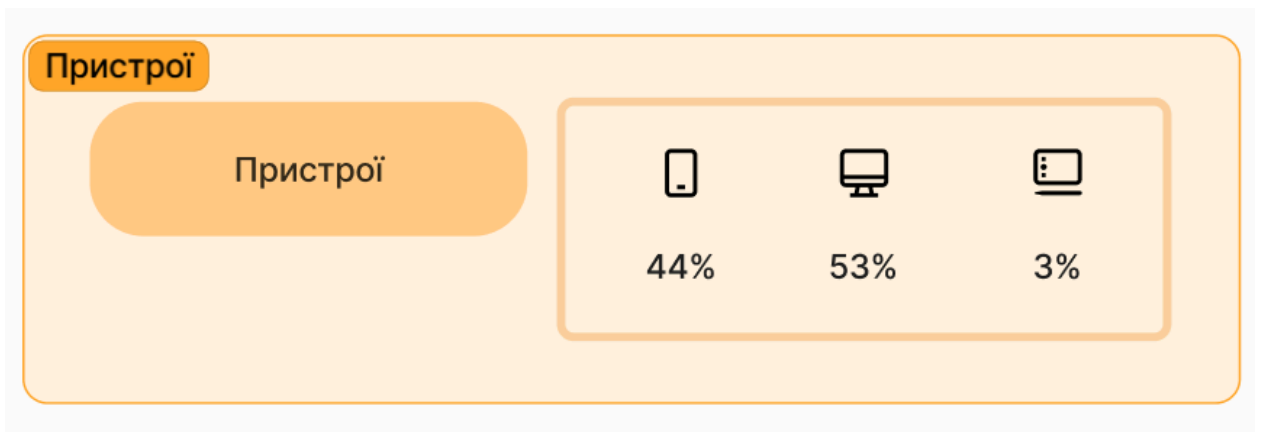
Роблячи аналіз цільової аудиторії, ми розглядаємо відсоткове співвідношення використання гаджетів (планшети, комп'ютери, телефони), вік клієнтів, типи клієнтів, сильні сторони нашої платформи і що необхідно реалізувати для неї.



Зображення 3 – Цільова аудиторія маркетингової платформи: її вік та склад.



Зображення 4 – Загальна інформація про платформу: що за проект, які переваги, що треба зробити для втілення переваг.



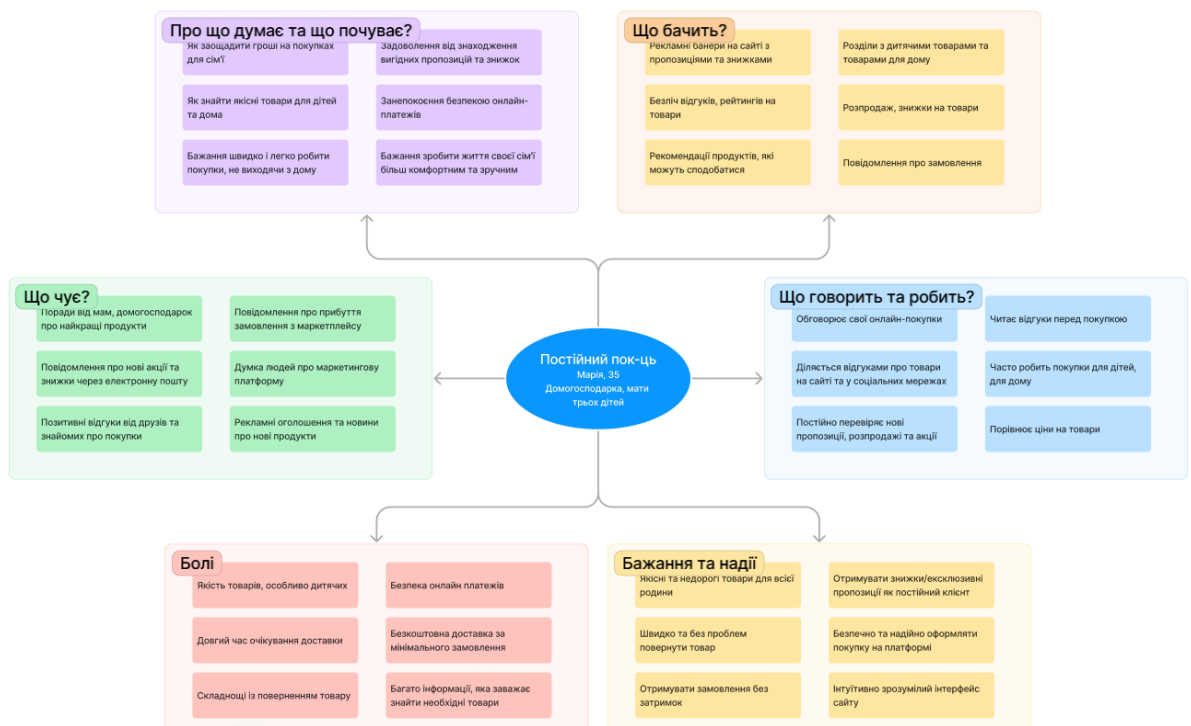
Зображення 5 – Пристрої: через які гаджети користувачі найчастіше заходять на платформу Amazon.

Карти емпатії

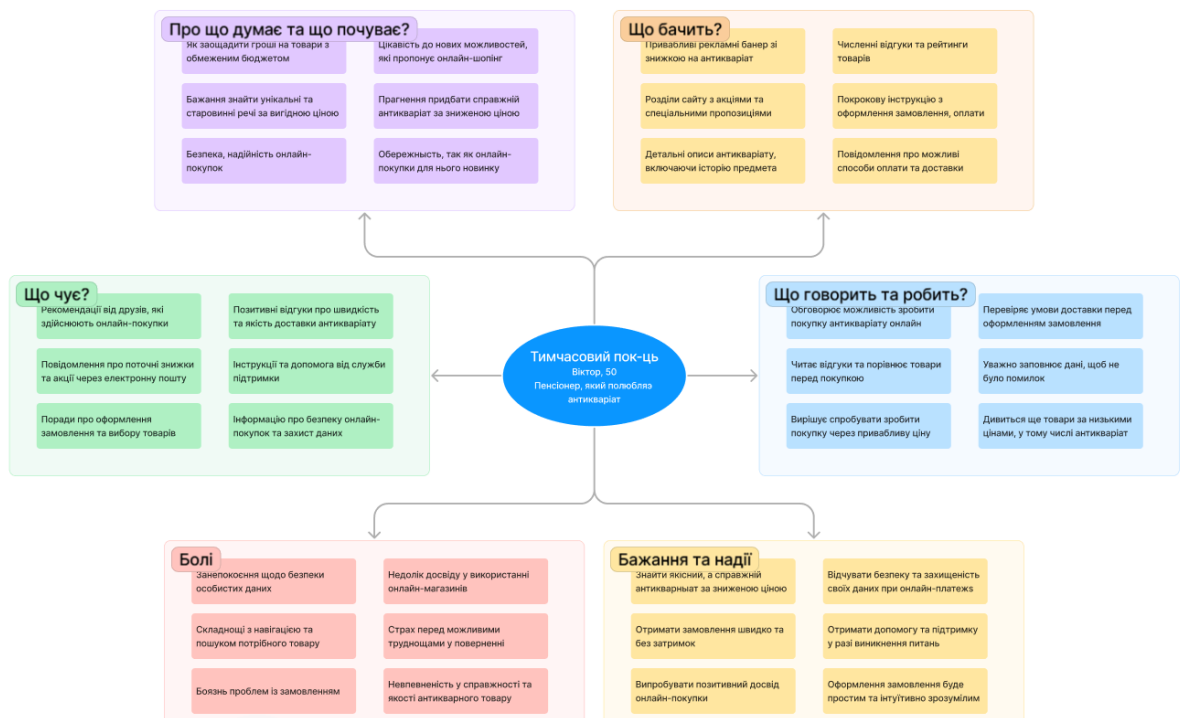
Карти емпатії, портрети користувачів, були створені, щоб дослідити, яким чином потенційні користувачі дізнаються про нашу платформу, чого вони очікують побачити, на що сподіваються, що їх приваблює, а що відштовхує. Відштовхуючись від цільової аудиторії, розглянули за різними віковими категоріями, щоб краще зрозуміти, на що варто звернути увагу при проектуванні маркетплейсу.



Зображення 6 – Карта емпатії: новий користувач у віці 22 років (студент університету, навчається на дизайнера)



Зображення 7 – Карта емпатії: постійний користувач у віці 35 років (домогосподарка та мати трьох дітей)



Зображення 8 – Карта емпатії: тимчасовий користувач у віці 50 років (пенсіонер, який любить антикваріат, натрапив на рекламний банер зі знижкою на раритетні речі)

CJM (Customer Journey Map)

Карта подорожі клієнта (Customer Journey Map) використовується для розуміння взаємодії клієнта з сервісом протягом усього процесу їхньої взаємодії.

На цій карті зображено шлях клієнта, який він проходить почавши з входу на маркетплейс та закінчуючи написанням відгуку про товар, а також розглянемо на кожному етапі його цілі, дії, що використовує, точки дотику, про що думає, що відчуває та який настрій. Таким чином ми можемо розглянути ситуації, де виникають проблеми, на якій стадії та усунути їх, призначивши завдання учаснику команди.

В якості користувача ми взяли Марію, яка є домогосподинею і матір'ю трьох дітей, а також ми проаналізували її, використовуючи карту емпатії. Обирали користувача за критерієм середнього віку нашої платформи.

CJM: сімейні покупки



Марія Джонсон

Вік 35
Стать Жіноча
Локація Остін, Техас
Сімейний статус Одружена, троє дітей
Професія Домогосподарка
Рівень прибутку Середній

Сценарій

1. Пошук товарів для сім'ї: Марія активно шукає якісні товари для дітей та дома. Їй важливі відгуки та рейтинги інших покупців, щоб переконатися в надійності та якості продукту.
2. Оформлення замовлення: вона ретельно перевіряє кошик та вибирає зручний спосіб доставки. Марія віддає перевагу безпечним і швидким методам оплати, щоб уникнути будь-яких можливих проблем.
3. Отримання та перевірка товару: Марія отримує повідомлення про статус доставки та стежить за її термінами. Після отримання товару, вона перевіряє його на відповідність опису та якості.
4. Залишення відгуків: Марія активно залишає відгуки про куплені товари, щоб допомогти іншим покупцям і поділитися своїм досвідом.

Очікування

- Очікує, що товари на маркетплейсі будуть відповідати заявленій якості та опису. Їй особливо хвилює безпека та якість дитячих товарів.
- Хочє, щоб сайт маркетплейсу був інтуїтивно зрозумілим та зручним для використання, включаючи легку навігацію та швидкий пошук товарів.
- Очікує, що будуть вигідні пропозиції та акції, які допоможуть їй заощадити гроші на покупках для сім'ї.
- Хочє, щоб доставка товарів була швидкою та безпечною.
- Хочє, щоб була можливість легко залишати відгуки та отримувати підтримку у разі виникнення проблем із замовленням чи товаром.

Емоції та почуття

Оцінка настрою клієнта під час інтерв'ю або тестування, яке ми усереднюємо та відображаємо на карті

ЗахопленняЩастя

ЗдивуванняЗацікавленістьЗадоволеністьНатхненністьЗадіяність

НейтральнеРозгубленість

ЗамішанняНедовіраЗанепокоєністьВтомаСум

ЗлістьРозчаруванняРоздратування

Зображення 9-10 – Інформація про клієнта: його опис, сценарій та очікування.



Зображення 11 – Шлях клієнта: його етапи, цілі, дії, точки дотику, думки/почуття, емоції; аналіз проблем, з якими може зіштовхнутись користувач та їх рішення із зазначенням особи.

Результати досліджень

За результатами проведеного аналізу маркетингової платформи Amazon, були виявлені наступні слабкі місця:

- Відсутність дизайну на деяких сторінках;
- Перевантаженість інтерфейсу банерами та елементами;

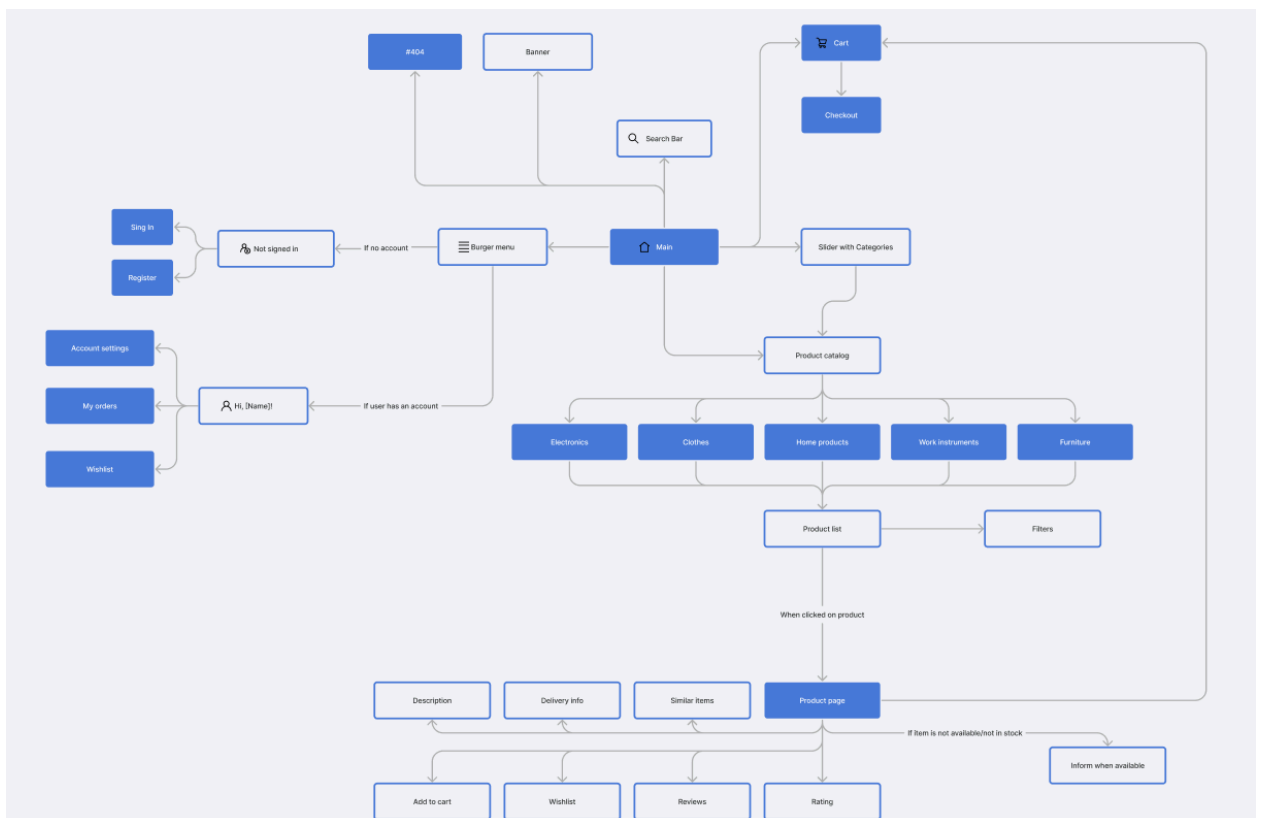
- Послідовність інтерфейсу;
- Різний вид ресурсу у користувачів;
- Недостатня увага до desktop версії сайту.

В результаті було прийняте рішення поєднати декілька функцій для підвищення нашого маркетплейсу. Також було прийняте рішення частково взяти функціонал у соціальних мереж, таких як Twitter (X), Telegram, Instagram для більш комфортного використання платформи.

Інформаційна архітектура

Інформаційна архітектура сайту була опрацьована, спираючись на існуючий маркетплейс Amazon. Так як функціонал Amazon-на великий рахунок своїх послуг (Prime Video, Amazon Music, Audible і багато інших), а так само інтеграції з партнерами і платформами, було прийнято рішення залишити функціонал під маркетингову платформу.

Також на цьому етапі приймали участь Frontend та Backend розробники для обговорення структури сайту, а саме що будемо реалізовувати у нашому майбутньому маркетплейсі та як зробити процес покупки на маркетплейсі зручним та інтуїтивно зрозумілим.



Зображення 12 – Мапа платформи Perry.

Дизайн системи

Дизайн системи складається з логотипу, кольорової палітри, типографіки, іконок та фірмових зображень. Розглянемо докладніше кожен із цих пунктів.

Логотип

Перед тим, як перейти до логотипу, наша команда продумувала назву логотипу. Ми вибирали за такими критеріями, як коротка назва, добре і швидко запам'ятовується, відсутність асоціацій, які не передають ідею, сенс маркетингової платформи.

Назва логотипу походить від міфічної істоти, відомої як Парі, Пайріка або Пері. У кожній країні Пері несе свій сакральний зміст і зображується в різних образах: в одних оповідях – дух, що вміє приймати людський образ у вигляді тварини або прекрасної дівчини і використовують це як дурман, щоб “запаморочити голову”, в інших – дивовижна жінка, що надає допомогу земним обранцям і захищаючи їх від джінів і злих демонів, а по-третє – зв'язок з водною стихією, де описують її як “господарку води”. Об'єднавши міфології в одне ціле та додавши дві літери R для унікальності, утворилася назва Perry, в яку вкладені такі характеристики, як допомога суспільству, бажання придбати товар ще раз, заманюючи пропозиціями та знижками, розпродажами.

Логотип було зроблено у вигляді леттерингу, де використовуються лінії та забруднення. Моя мета полягала у створенні простого мінімалістичного логотипу, який буде читаний і легко сприйматися.



PERRY

Зображення 13 – Логотип маркетплейсу.

Модуль логотипу (x) маркетингової платформи Perry дорівнює ширині літери Р слова “Perry” (фірмового лєтерінгу).



Зображення 14 – Модульна сітка: побудова логотипу.

Захисне поле логотипу (H) маркетингової платформи Perry дорівнює половині висоти літери Р слова “Perry” (фірмового лєтерінгу).



Зображення 15 – Захисне поле логотипу.

Фавикон — це маленька іконка, яка відображається на вкладці браузера поруч із заголовком веб-сторінки. Він потрібен для ідентифікації сайту серед інших відкритих вкладок, поліпшення впізнаваності нашого електронного маркетингу та забезпечення зручності користувача при навігації.

Мінімальний розмір фавікона становить 16x16 пікселів. Цей розмір є стандартним для відображення на вкладках браузера.

Мінімальний розмір для логотипа дорівнює 102x40 пікселів.



Зображення 16 – Побудова логотипа та розміри.

Логотип має декілька версій. Версія під №1-4 може бути розміщена на сайті: №1 — основний логотип, використовується для світлої теми маркетплейсу у Header (шапки сайту) та Footer (підвал сайту), №2 — використовується на етапі оформлення замовлення для світлої теми маркетплейсу, №3 — використовується для темної теми сайту у Header (шапки сайту) та Footer (підвал сайту), №4 — використовується на етапі оформлення замовлення для темної теми маркетплейсу. Версія під №5 використовується для офіційних документів, а саме бланки, тільки у чорно-білому варіанті.

Опис логотипу та розміщення

Назва логотипу походить від міфічної істоти, відомої як Пері, Пайріка або Пері. У кожній країні Пері несе свій сакральний зміст і зображується в різних образах: в одних оповідає – дух, що вміє приймати людський образ у вигляді тварини або прекрасної дівчини і використовувати це як дурман, щоб "запаморочити голову", в інших – дивовижна жінка, що надає допомогу земним обранцям і захищаючи їх від джунів і злих демонів, а по-третє – зв'язок з водною стихією, де описують її як "го-сподарку води". Об'єднавши міфологію в одне ціле та додавання літери Р для унікальності, утворилася назва Perry, в яку вкладені такі характеристики, як допомога суспільству, бажання придати товар ще раз, заманоючи пропозиціями та знижками, розпродажами.

Логотип має декілька версій. Версія під №1-4 може бути розміщена на сайті: №1 — основний логотип, використовується для світлої теми маркетплейсу у Header (шапки сайту) та Footer (підвал сайту), №2 — використовується на етапі оформлення замовлення для світлої теми маркетплейсу, №3 — використовується для темної теми сайту у Header (шапки сайту) та Footer (підвал сайту), №4 — використовується на етапі оформлення замовлення для темної теми маркетплейсу. Версія під №5 використовується для офіційних документів, а саме бланки, тільки у чорно-білому варіанті.



Зображення 17 – Опис, розміщення та варіації логотипу.

Кольорова палітра

Для створення барвистої графіки та логотипу для маркетплейсу були обрані досить насичені кольори, спрямовані на те, щоб підкреслити їх яскравість та насиченість, адже синій колір, що увійшов в основу графіки, гарно передає підтекст логотипа.

Основним кольором став синій, який символізує надійність і технологічність, а також чудово відображає підтекст нашого логотипа. Синій колір у поєднанні з іншими яскравими акцентами створює враження енергії та інновацій, роблячи платформу впізнаваною та привабливою для користувачів. Вибрані кольори не лише відображають концепцію нашого бренду, але й сприяють створенню приємного користувацького досвіду, підсилюючи емоційний зв'язок з нашими клієнтами.

Пізніше використовуючи класичну палітру, наведену нижче за номерами, за кольірною моделлю HSB особисто до кожної ілюстрації, при додаванні нових кольорів, початкові кольори були змінені по колінному тону (Hue), насиченості (Saturation) та яскравості (Brightness). Наприклад:

1. При додаванні градації кольору треба значення «B» — brightness (яскравість) використовувати, віднімаючи на 20% від початкового кольору (на прикладі показан колір під номером 1, який розміщено справа).

2. При додаванні тіней треба значення «S» — saturation (насиченість) та «B» — brightness (яскравість) використовувати, додаючи насиченості на 20% та віднімаючи яскравість на 20%, використовуючи градацію кольорів.

3. При додаванні нового кольору треба значення «H» — колірний тон (hue) використовувати наступним чином:

- Для синього: 210–230;
- Для зеленого: 75–115;
- Для помаранчевого та коричневого: 15–30.

За правилами використання логотипу, фон у логотипу може бути у відтінках класичних кольорів за №1-3 та їх інверсії, використовуючи фон за №5-6.

Фірмові кольори

Для створення яскравої графіки та логотипу для маркетингу були обрані досить насичені кольори, спрямовані на те, щоб підкреслити їх яскравість та насиченість, адже синій колір, що увійшов в основу графіки, гарно передає підтекст логотипу.

Основним кольором став синій, який символізує надійність і технологічність, а також чудово відображає підтекст нашого логотипу. Синій колір у поєднанні з іншими яскравими акцентами створює враження енергії та інновацій, роблячи платформу впізнаваною та привабливою для користувачів. Вибрані кольори не лише відображають концепцію нашого бренду, але й сприяють створенню приємного користувацького досвіду, підсилюючи емоційний зв'язок з нашими клієнтами.

Після використання класичної палітри, наведену нижче за номерами, за кольоровою моделлю HSB особисто до кожної ілюстрації, при додаванні нових кольорів, початкові кольори були змінені по колірному тону (Hue), насиченості (Saturation) та яскравості (Brightness). Наприклад:

1. При додаванні градації кольору треба значення «B» — brightness (яскравість) використовувати, віднімаючи на 20% від початкового кольору.
2. При додаванні тіней треба значення «S» — saturation (насиченість) та «B» — brightness (яскравість) використовувати, додаючи насиченості на 20% та віднімаючи яскравість на 20%, використовуючи градацію кольорів.
3. При додаванні нового кольору треба значення «H» — колірний тон (hue) використовувати наступним чином:
 - Для синього: 210–230;
 - Для зеленого: 75–115;
 - Для помаранчевого та коричневого: 15–30.

За правилами використання логотипу, фон у логотипу може бути у відтінках класичних кольорів за №1-3 та їх інверсії, використовуючи фон за №5-6.

Усі кольори прописані за кольорними моделями HSB (Hue, Saturation, Brightness), RGB (Red, Green, Blue) та CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Key).

1. #4A7BD9 H: 218 S: 65 B: 85 R: 74 G: 123 B: 217 C: 72 M: 51 Y: 0 K: 0	7. #8BEA48 H: 77 S: 69 B: 91 R: 184 G: 234 B: 72 C: 31 M: 0 Y: 88 K: 0
2. #172842 H: 216 S: 65 B: 25 R: 23 G: 40 B: 66 C: 94 M: 81 Y: 46 K: 49	8. #C67A46 H: 24 S: 64 B: 77 R: 198 G: 122 B: 70 C: 19 M: 58 Y: 82 K: 4
3. #2050AD H: 218 S: 81 B: 67 R: 32 G: 80 B: 173 C: 92 M: 77 Y: 0 K: 0	9. #FCD184 H: 24 S: 28 B: 98 R: 252 G: 209 B: 180 C: 0 M: 20 Y: 27 K: 0
4. #CCDDFF H: 218 S: 19 B: 100 R: 204 G: 221 B: 255 C: 17 M: 8 Y: 0 K: 0	10. #69AA59 H: 107 S: 47 B: 66 R: 105 G: 170 B: 89 C: 64 M: 12 Y: 86 K: 1
5. #F2F4F8 H: 218 S: 2 B: 97 R: 242 G: 244 B: 248 C: 4 M: 2 Y: 1 K: 0	11. #FFFFFF H: 107 S: 0 B: 100 R: 255 G: 255 B: 255 C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0
6. #F4F4F4 H: 218 S: 0 B: 95 R: 244 G: 244 B: 244 C: 0 M: 0 Y: 0 K: 4	12. #000000 H: 107 S: 47 B: 0 R: 0 G: 0 B: 0 C: 75 M: 68 Y: 67 K: 90

Зображення 18 – Фірмові кольори для логотипу та графічних елементів.

Незважаючи на те, що в якості орієнтира ми обрали відомий маркетинг, ми свідомо вирішили використати зовсім інші кольори, ніж ті, що застосовуються на Amazon. Вибираючи палітру, ми надихались міфологією, згаданою раніше, та темою води.

Основними кольорами стали яскравий синій та лаймовий, де лаймовий використовується як контрастний для виділення ключових елементів. Синій колір присутній на більшості елементів і широко застосовується.

Для тексту та іконок був використаний колір глибокий темно-синій, а для фону та тексту на темному фоні — ніжний світло-сірий колір.

Всі інші кольори вказані нижче на світлині, а також їх призначення.

Colors

Sample with name	Description
 #B8EA48 Light green lime Main color - Primary	This color is used: • Footer (copyright): background • Primary button (default & disabled): background
 #4A7BD9 Bright blue Main color - Secondary	This color is used: • Header: background • Footer: background • Secondary button (default): border & text • Secondary button (hover, press & disabled): border • Tertiary button (default & disabled): text
 #F2F4F8 Gentle grey-blue Main color - Text	This color is used: • Light background on website • Light text on dark colored elements
 #0E2042 Deep dark blue Minor color - Text	This color is used: • Primary button: text • Light background: text & icons
 #CDFA6A Light green Minor color - PrHover	This color is used: • Primary button (hover): background
 #8DD334 Kiwi green Minor color - PrPress	This color is used: • Primary button (press): background
 #2050AD Sapphire blue Minor color - DarkBlue	This color is used: • Secondary button (hover): text & drop shadow • Drop shadow: x: 0; y: 1; blur: 7; spread: -5; color transparency: 45% • Category cards & cards of products (hover): drop shadow • Drop shadow: x: 0; y: 4; blur: 11.5; spread: -5; color transparency: 25% • Footer
 #CCDDFF Pale blue Minor color - Blue	This color is used: • Secondary button (press): background • Category cards & cards of products (hover): border • Line element for block separation • Tertiary button background
 #E0EBFF Very light blue Minor color - LightBlue	This color is used: • Tertiary button (hover): background • Background color for selected elements • Tags background color
 #EA4848 Coral red Minor color - Destructive	This color is used: • Destructive button (default & disabled): border & text
 #FFCCCC Pink pastel Minor color - LightRed	This color is used: • Destructive button (press): background
 #C22020 Burgundy Minor color - DarkRed	This color is used: • Destructive button (hover): text & drop shadow • Drop shadow: x: 0; y: 1; blur: 7; spread: -5; color transparency: 45% • Destructive button (press): text
 #F4FAFF Ice blue Minor color - Objects	This color is used: • Light background for all objects

Зображення 19 – Фірмові кольори для сайту.

Типографіка

При виборі шрифту ми відштовхувалися від логотипу, оскільки леттеринг виконаний без зарубок, а також було важливо, щоб шрифт підтримував різні мови (англійську, українську та інші мови), був зручний, простий шрифт, що легко читається.

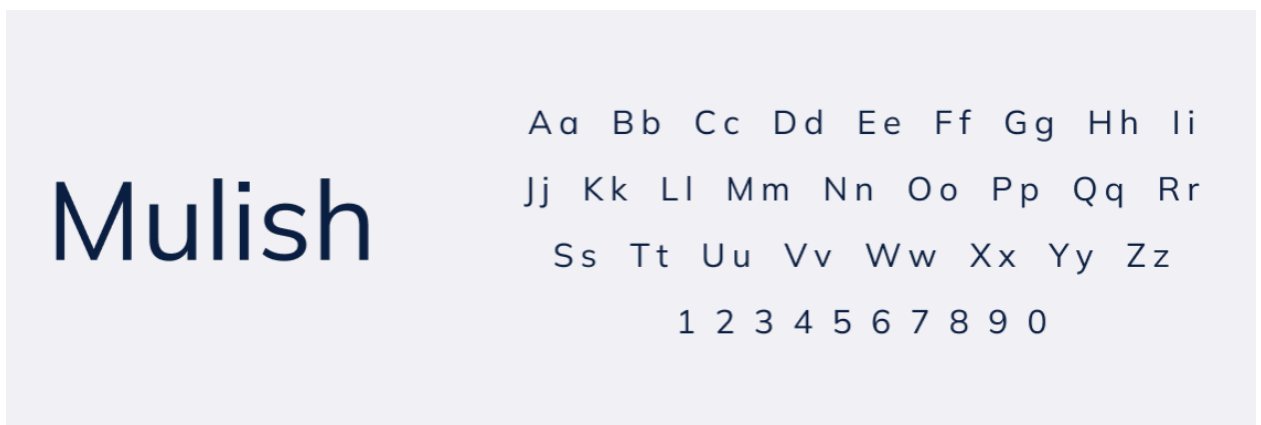
Були розглянуті такі шрифти як:

- Montserrat
- Montserrat Alternatives
- Nunito
- Nunito Sans
- Inter
- Mulish

Montserrat, Montserrat Alternatives, Nunito та Nunito Sans: виключили через велику міжлітерну відстань, трекінг.

Inter: виключили через стислі цифри у шрифті.

З цієї причини було обрано шрифт Mulish.



Зображення 20 – Шрифт Mulish: зовнішній вигляд.

Header for Web

Scale	Weight	Letter space	Line height	Size
Header 1	SemiBold	-2%	48px	40px
Header 2	SemiBold	-1.5%	36px	32px
Header 3	Medium	-1.5%	28px	24px

Text for Web

Scale	Weight	Letter space	Line height	Size
Text	Bold	2%	28px	18px
Text	Regular	2%	28px	18px
Text	Bold	2%	24px	16px
Text	Regular	2%	24px	16px
Text	Regular	2%	24px	14px

Зображення 21 – Написи для Desktop версії.

Header for Mobile

Scale	Weight	Letter space	Line height	Size
Header 1	SemiBold	-2%	44px	36px
Header 2	SemiBold	-1.5%	32px	28px
Header 3	Medium	-1.5%	24px	20px

Text for Mobile

Scale	Weight	Letter space	Line height	Size
Text	Bold	2%	20px	16px
Text	Regular	2%	20px	16px
Text	Regular	2%	18px	14px
Text	Regular	2%	16px	12px

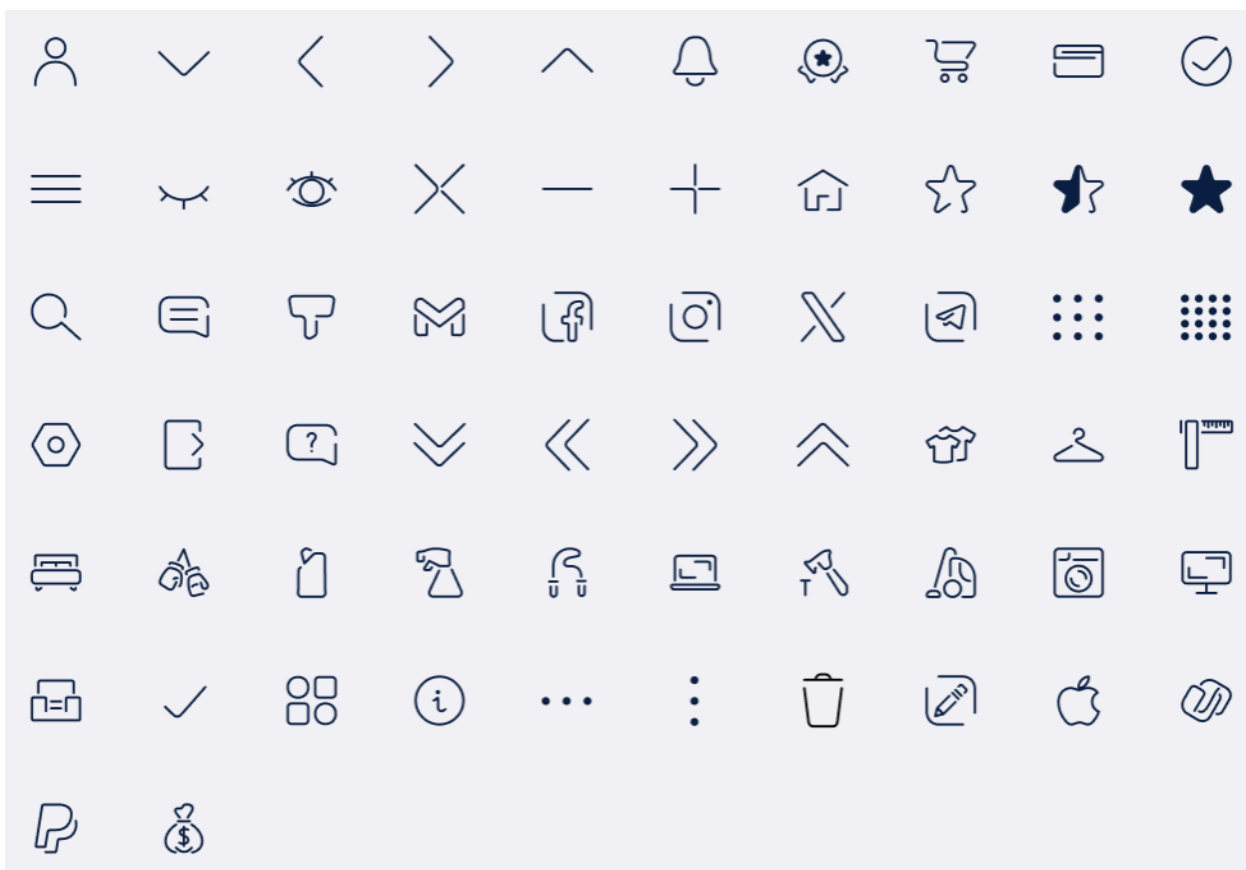
Зображення 22 – Написи для мобільної версії.

Іконки

На сайті було впроваджено 67 спеціально розроблених іконок, створених у Adobe Illustrator. Ми дотримувалися принципу, що іконки повинні мати округлі кути, тонкі і місцями перервані лінії.

Перед тим, як спроектувати іконки в електронному вигляді, робились замальовки, які потім використовувались як фотографії для для малювання.

Мінімальний розмір іконок для Desktop версії становить 24 пікселі, а для мобільних версій - 16 пікселів.



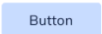
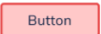
Зображення 22 – Написи для мобільної версії.

Buttons

Usage

	Primary	Secondary	Tertiary	Destructive
Text				
Text & icon				
Icon				

States

	Primary	Secondary	Tertiary	Destructive
Default				
Hover				
Press				
Disabled				

Tags

Default	Selected
	

Pagination

Desktop

< 1 2 3 4 5 ... 121 >

Mobile

< 1 2 3 4 5 ... 121 >

Inputs

Desktop

Default

Title

Inner text

Error

Password input

Title

Inner text



Error

Title

Inner text



Error

☐ Stay signed in

[Forgot password?](#)

Text input

Title

Inner text

0 / 60

Error

Mobile

Default

Title

Inner text

Error

Password input

Title

Inner text



Error

Title

Inner text



Error

☐ Stay signed in

[Forgot password?](#)

Text input

Title

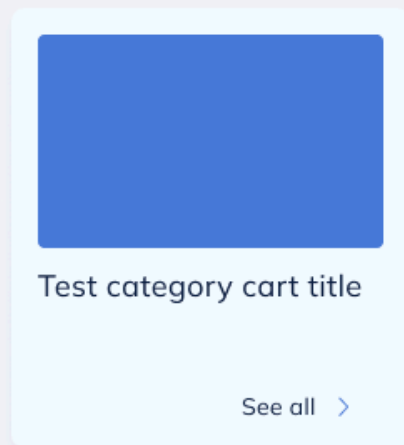
Inner text

0 / 60

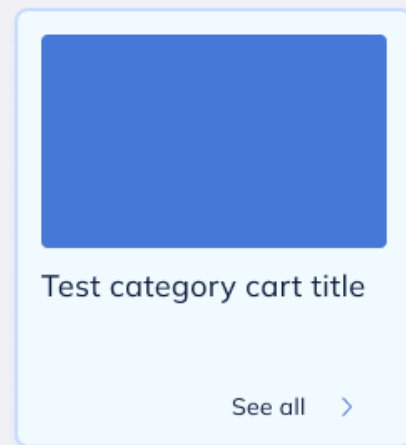
Error

Category cards

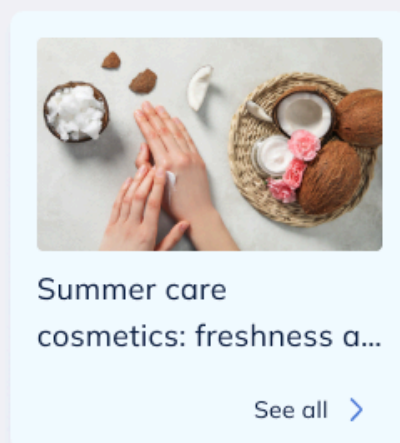
Default



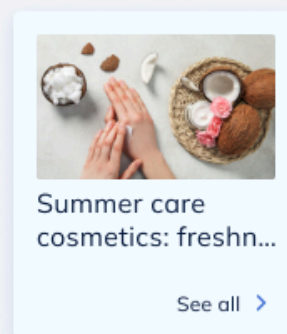
Hover



Desktop

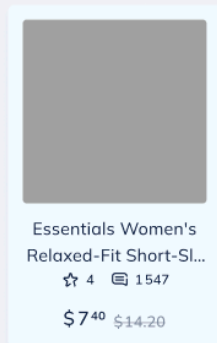


Mobile

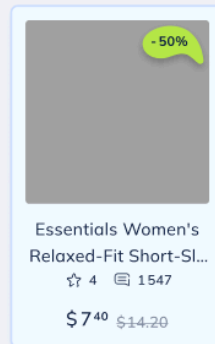
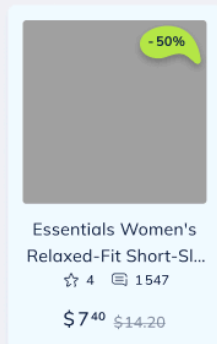
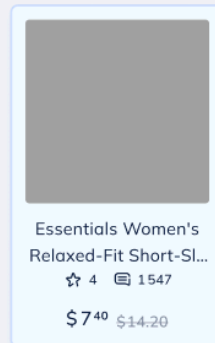


Cards of products

Default



Hover



Search

Default

Press

Entering code

Incorrect code, try again

Send code

Incorrect code, try again

Send code

Menu

Desktop



Marsha Shields
Customer

- Product catalog
- Settings
- Help & FAQ
- Log out



Not signed in
Log in to enjoy a more pleasant experience

Sign up

Log in

- Product catalog
- Fashion
- Electronics
- Household
- Furniture
- Work tools

See all

Help & FAQ

Mobile



Marsha Shields
Customer

- Product catalog
- Settings
- Help & FAQ
- Exit

PERRY



Not signed in
Log in to enjoy a more pleasant experience

Button

See all

- Product catalog
- Fashion
- Electronics
- Household
- Furniture
- Work tools

See all

Help & FAQ

PERRY

Filters

Desktop

Filter

Filter

Search...

☐ Option
☐ Option
☐ Option
☐ Option
☐ Option
☐ Option
☒ Option
☐ Option
☐ Option

Price

12

—

100

Save

Size

Search...

2XS XS S M L

XL 2XL 3XL 4XL 5XL

32 34 36 38 40

42 44 46 48 50

Customer reviews

☐ ★★★★★
☒ ★★★★★☆
☐ ★★★★★☆☆
☐ ★★★★★☆☆
☐ ★★★★★☆☆
☐ ★★★★★☆☆

Change rows number

Filter options

10 filters applied

Expensive to cheap

PUMIEY x Abardsion x

Trendy Queen x Silk x

Cotton x Darong x

Elastane x White x

Black x Yellow x

Clear all

Mobile

Fabric type

Filter

Search...

☒ Option
☒ Option
☐ Option
☒ Option
☐ Option
☐ Option

Price

12

—

100

Save

Customer reviews

☐ ★★★★★
☒ ★★★★★☆
☐ ★★★★★☆☆
☐ ★★★★★☆☆
☐ ★★★★★☆☆
☐ ★★★★★☆☆

Size

Search...

2XS XS S M L XL

2XL 3XL 4XL 5XL 32 34

Filter options

Expensive to cheap

By rating

By rating

Cheap to expensive

✓ Expensive to cheap

Settings

Desktop

Menu



Marsha Shields
Customer

My orders

Wishlist

Account settings

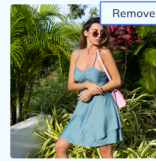
Image requirements

Please note that the uploaded image must meet the following requirements:

- Maximum file size: 5 MB
- Acceptable formats: JPEG, PNG

Images exceeding this size or in other formats will not be accepted. Please ensure your files are optimized and comply with the specified parameters.

Wishlist product card



SOMALER Women's
Cotton Wide Brim Su...

★ 4 1547

\$ 18⁹⁹ \$14.20

Options

First name and last name

Update your first and last name for your profile where it's displayed.

Marsha Shields

Change name

Orders

Order #999999 Received

Ordered on 12.05.2024

Ordered 1 item

\$ 999⁹⁹

Details

Mobile

Menu



Marsha Shields
Customer

My orders

Wishlist

Account settings

Options

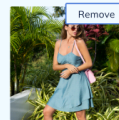
First name and last name

Update your first and last name for your profile where it's displayed.

Marsha Shields

Change name

Wishlist product card



SOMALER Women's
Cotton Wide Brim...

★ 4 1547

\$ 18⁹⁹ \$14.20

Orders

Order #999999 Received
Arrived on 12.05.2024

Ordered 1 item

\$ 999⁹⁹

Details

Desktop

Rating

4/5

★★★★☆

242 reviews



☑ All opinions confirmed by purchase.

Learn more >

Frequent tags

Actual price

Fits the description

High quality

Worth the price

Exceeds expectations

Matches the photos

Review



Louisa Hines

May 31, 2024

★★★★★

It's true to size and has pockets

I absolutely adore this dress. I've gotten numerous compliments, with people saying I look stylish. It's incredibly comfortable! I wore it to my granddaughter's graduation and to church.

High quality

Actual price

Worth the price

Helpful

Translate

You found this helpful

Mobile

Rating

4/5

★★★★☆

448 reviews

☑ All opinions confirmed by purchase. [Learn more >](#)

Frequent tags

Actual price

Fits the description

High quality

Review



Louisa Hines

May 31, 2024

★★★★★

It's true to size and has pockets

I absolutely adore this dress. I've gotten numerous compliments, with people saying I look stylish. It's incredibly comfortable! I wore it to my granddaughter's graduation and to church.

High quality

Actual price

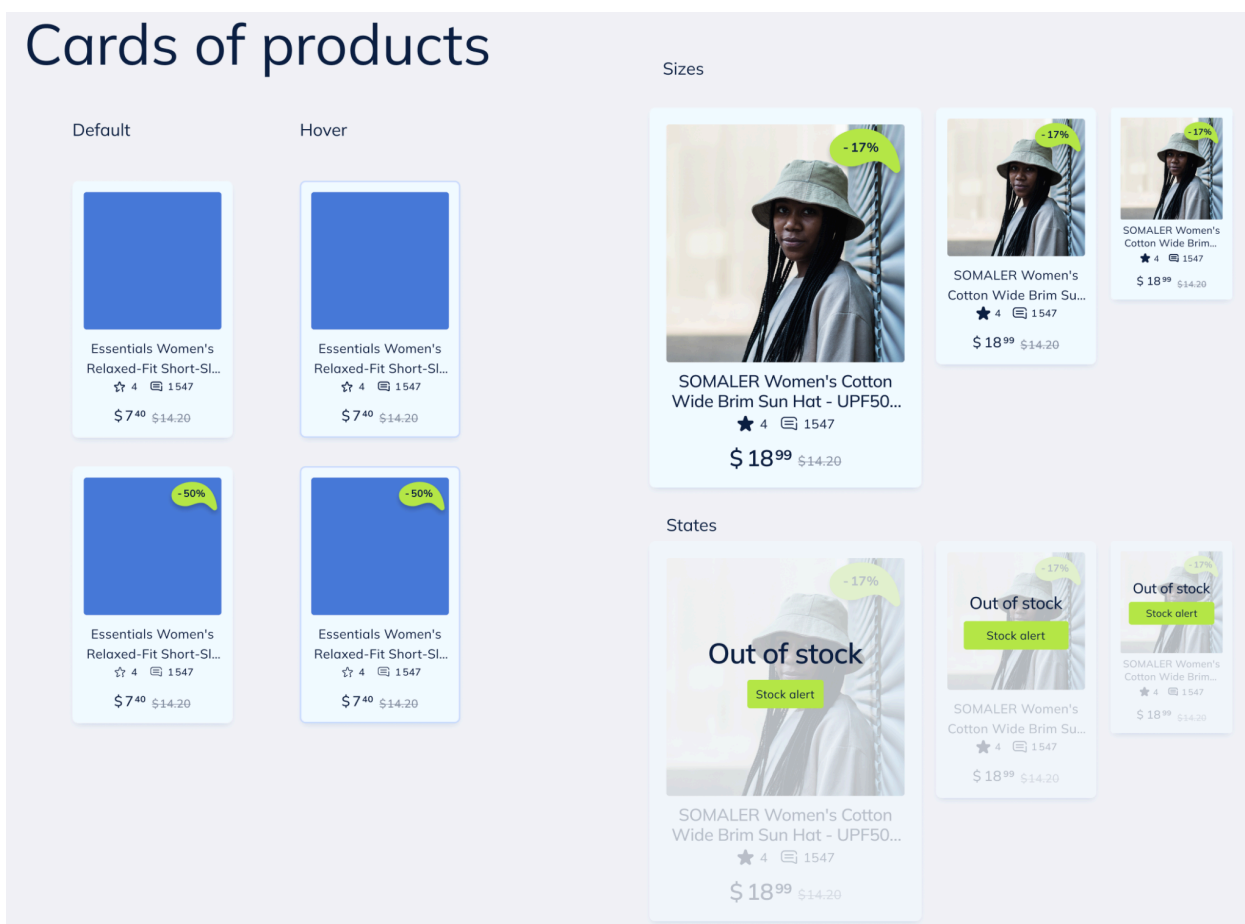
Worth the p

Helpful

Translate

You found this helpful

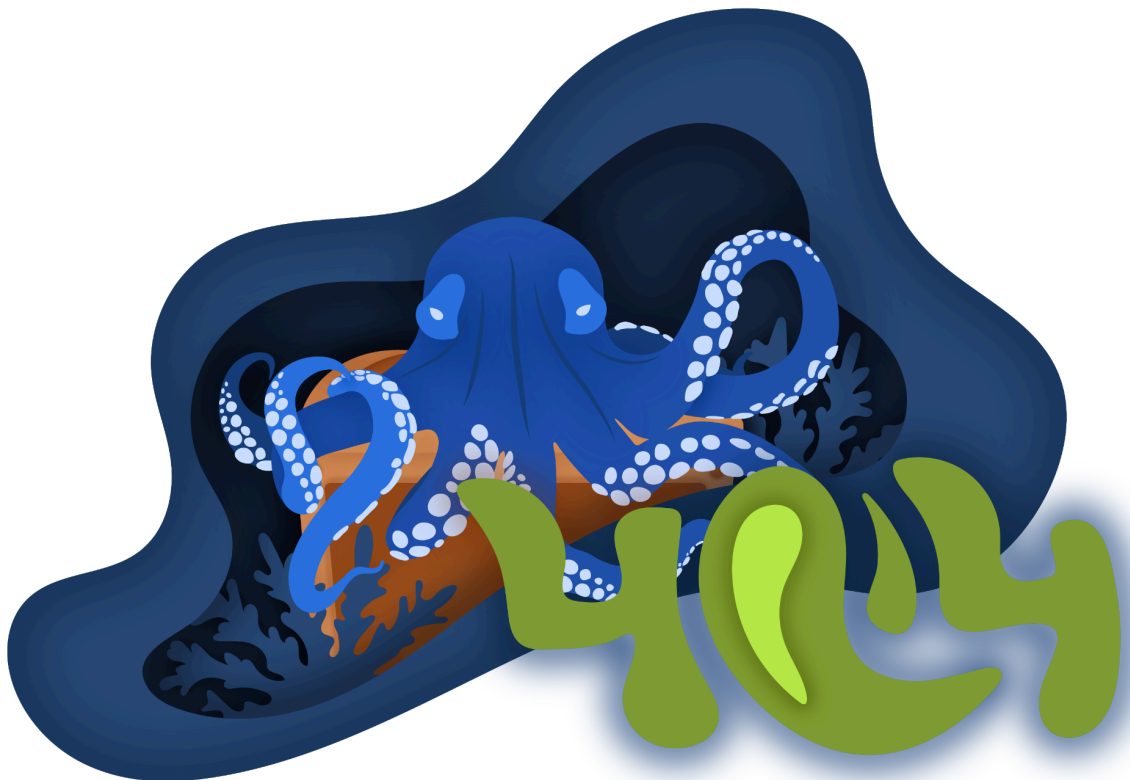
Cards of products



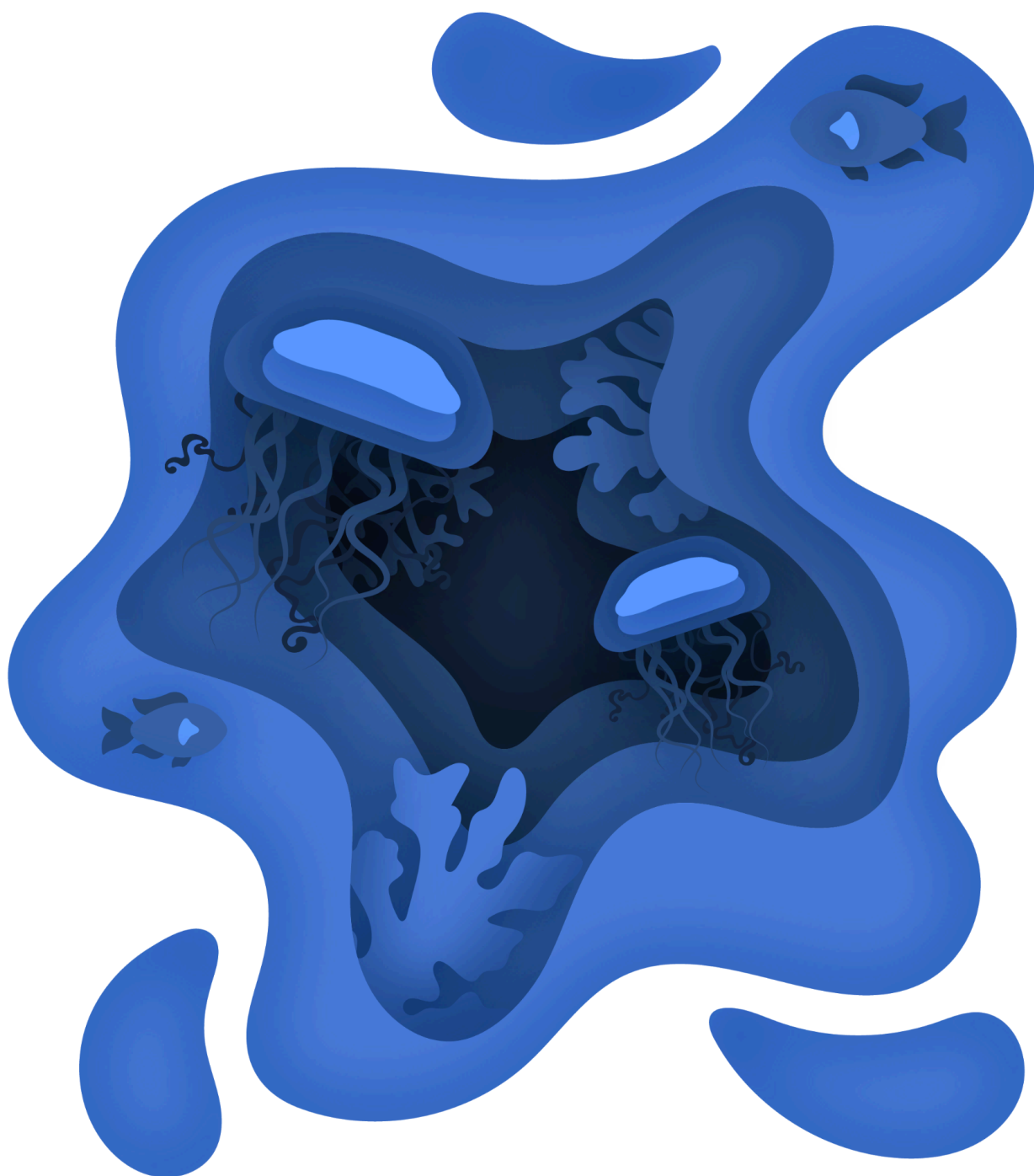
Фірмові зображення

Для створення графіки був обран стиль Paper cut, адже цей стиль здійснюється завдяки контрасту між фоном та вирізаними елементами, що створює ефектні та виразні композиції, а також робить графіку об'ємною. Також використовувався леттеринг, відштовхуючись від стилістики.

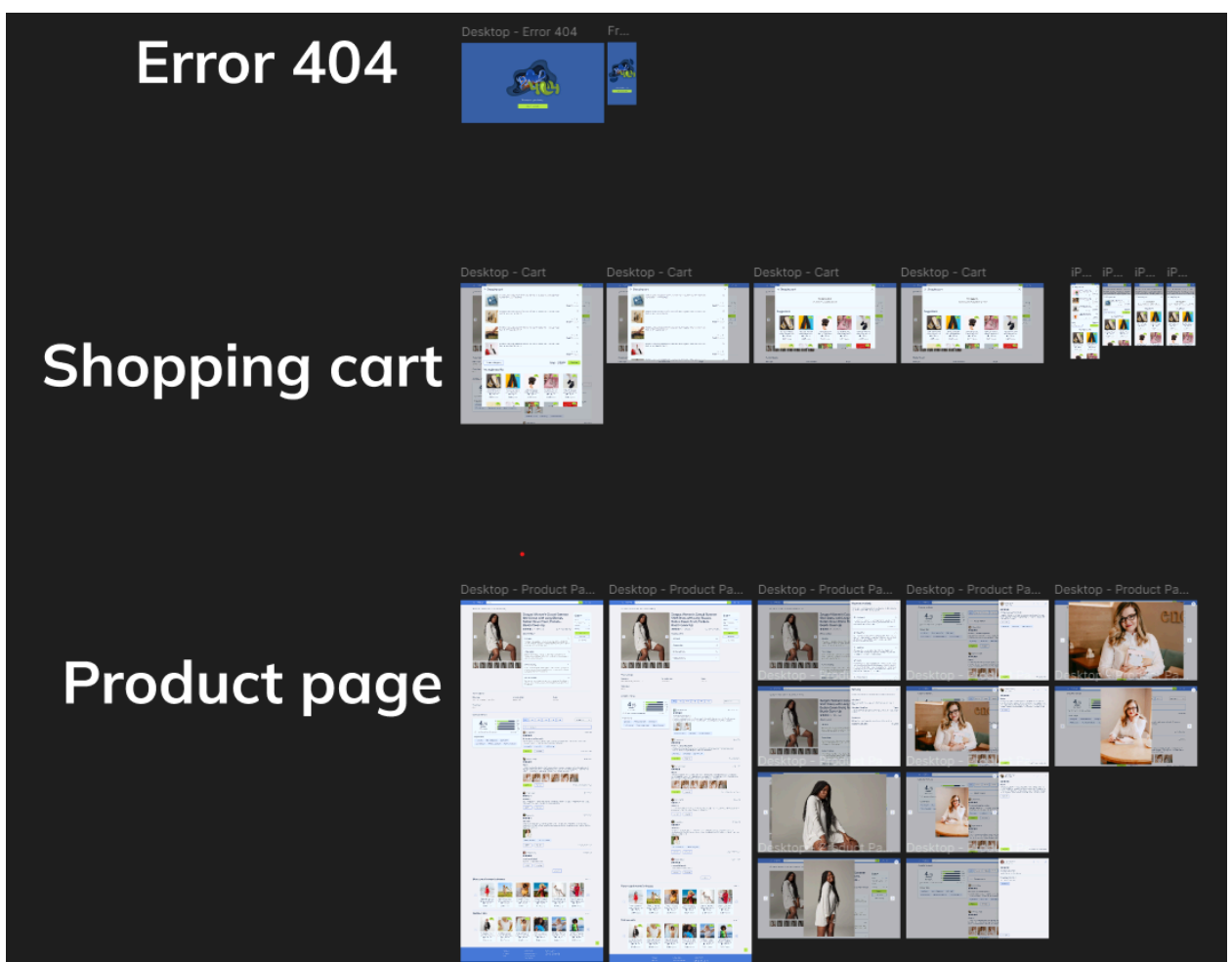
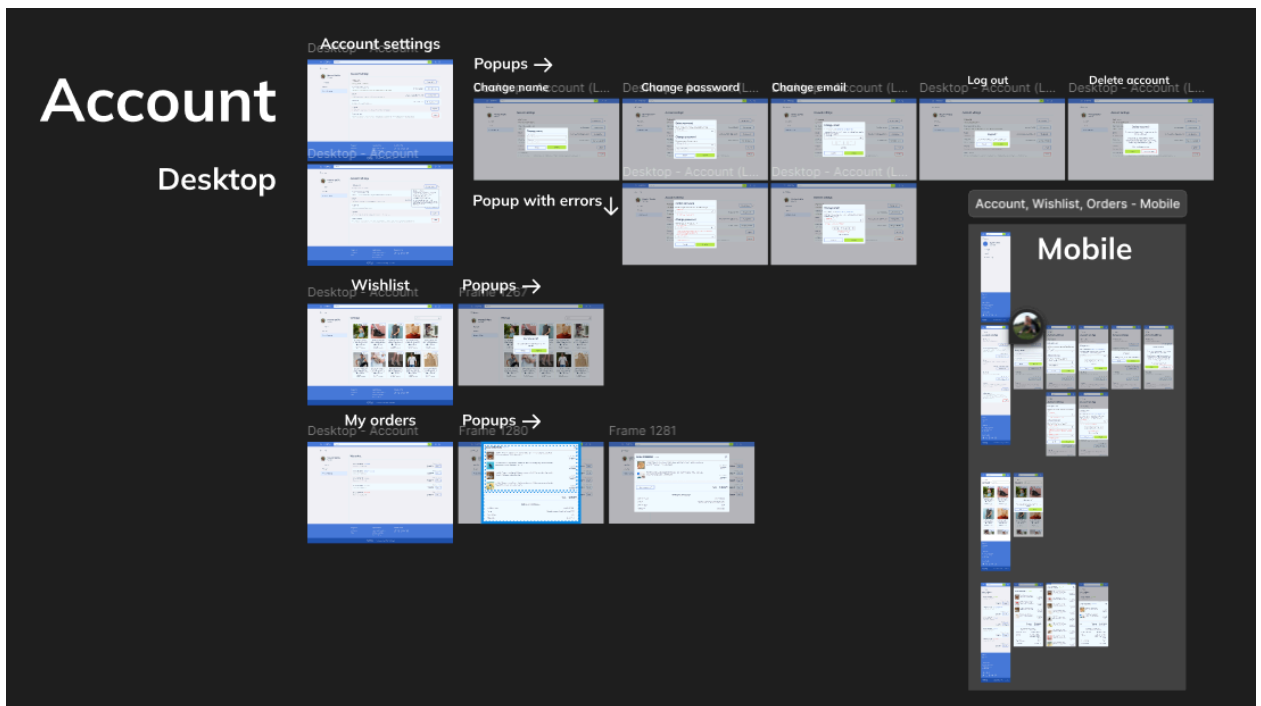




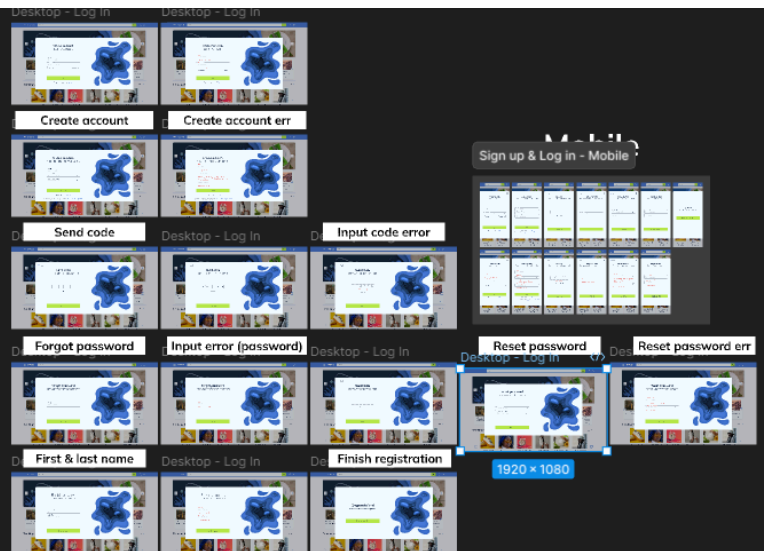




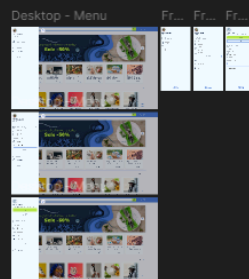
Візуалізація



Sign up & Log in

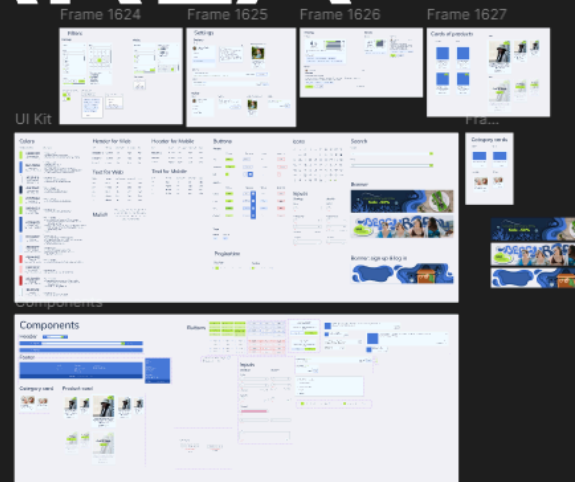
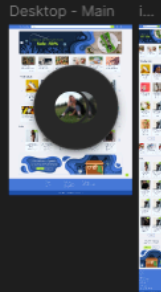


Menu

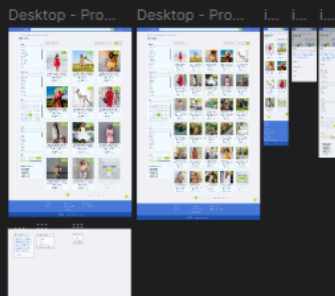


WORK AREA

Main page

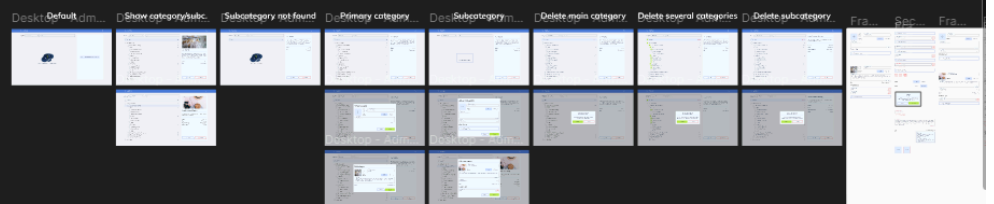


Product list

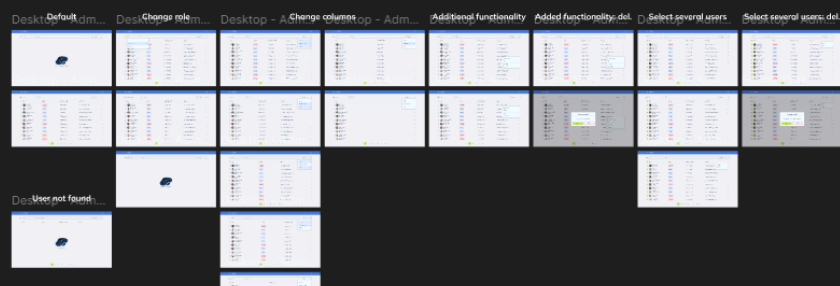


Admin panel

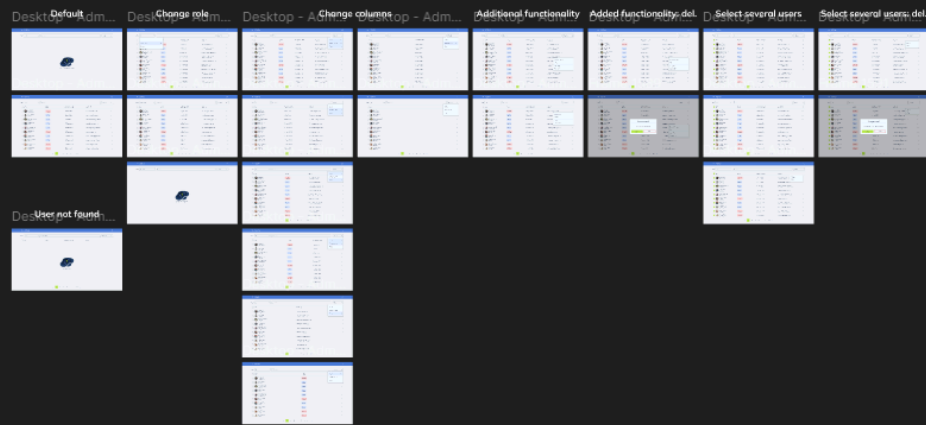
Category



Users



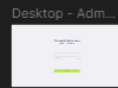
Users



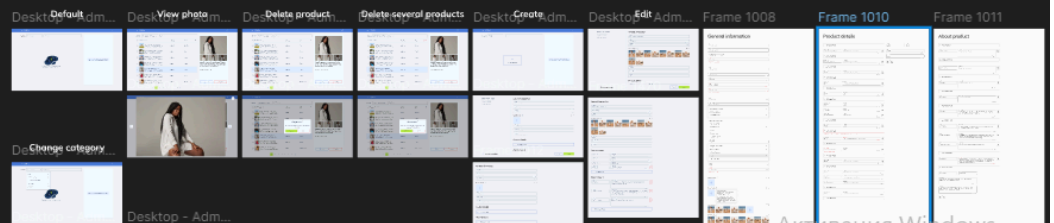
Menu

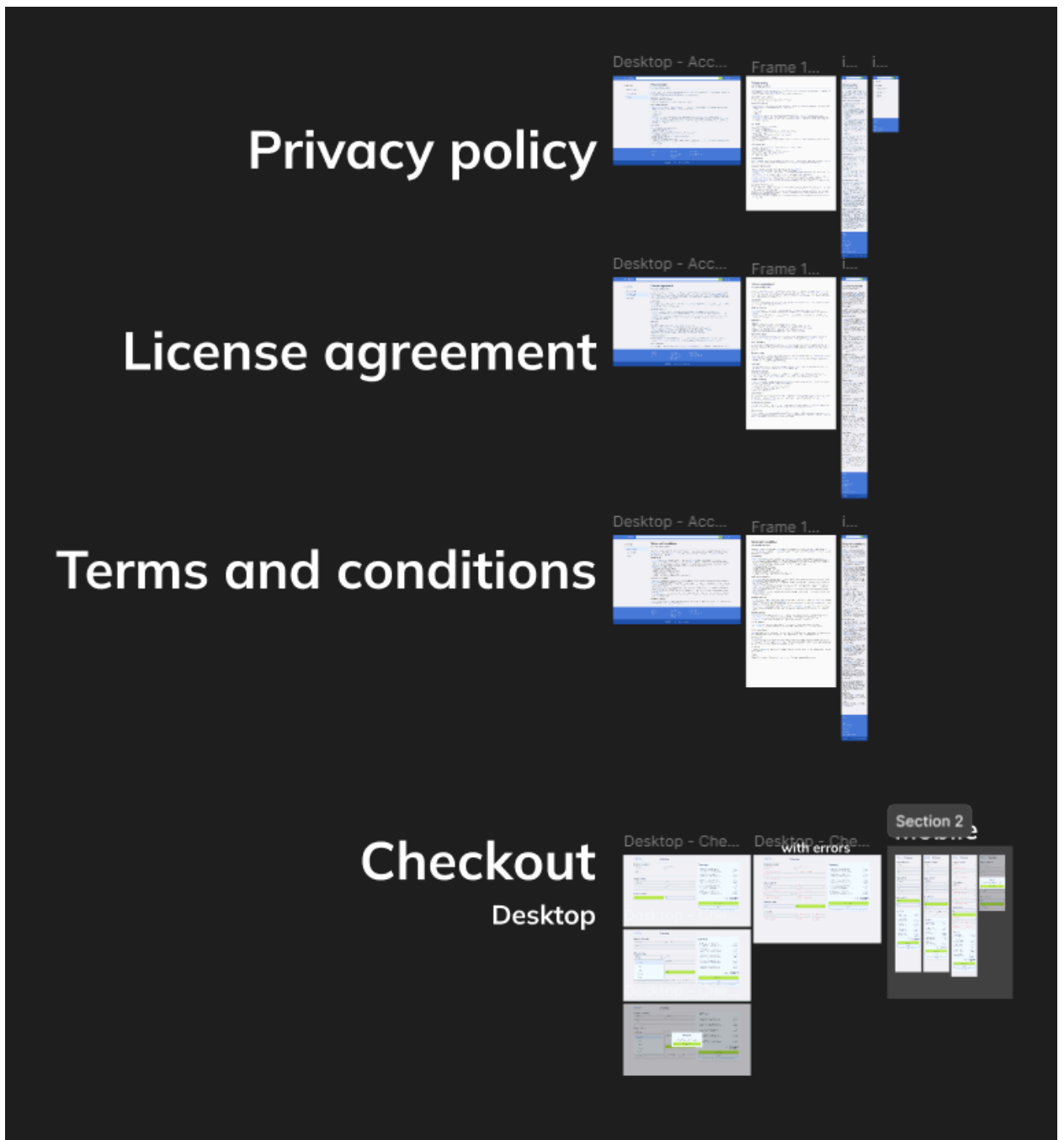


Log in



Products





Критичний самоаналіз результатів

Переваги та сильні сторони проекту:

- Унікальний і яскравий дизайн, що легко запам'ятовується.
- Інтуїтивна навігація по маркетплейсу.
- Покращена логічна структура інтерфейсу - сайт стає значно приємнішим у використанні.
- Можливість приховувати фільтри для зручності.
- Закріплена кнопка на всіх потрібних сторінках.

- Наявність адміністративної панелі робить маркетплейс зручним не тільки для звичайних користувачів, але і для програмістів та адміністраторів.
- Маркетплейс доступний для всіх, хто бажає знайти та придбати те, про що давно мріяв, або відкрити для себе новий продукт, який може покращити якість життя. Perry пропонує широкий асортимент товарів за вигідною ціною, які можна придбати всього за кілька кліків.
- Завдяки ретельно продуманому дизайну, користувачі не матимуть жодних труднощів з навігацією по сайту. Гнучка адміністративна панель дозволяє швидко оновлювати асортимент товарів і категорій, що забезпечує постійне оновлення контенту.

Використані технології

№ п.п.	Ресурс	Ступінь запозичення
1 	Figma Ресурс: www.figma.com	Програма використання як основний інструмент протягом усього часу розробки.
2 	Adobe Illustrator Ресурс: https://www.adobe.com/ua/products/illustrator.html	Програма використовувалася для створення логотипу, іконок, фірмових зображень.
3 	Adobe After Effects Ресурс: https://www.adobe.com/ua/products/aftereffects.html	Програма використовувалася для відео презентації.
4 	Adobe Lightroom Ресурс: https://www.adobe.com/ua/products/photoshop-lightroom.html	Програма використовувалася для корекції кольору світлин.
5 	Notion Ресурс: https://www.notion.so/	Програма використовувалася для аналізу конкурентів.

Використані ресурси

№ п.п.	Ресурс	Ступінь запозичення
1 	Dribbble Ресурс: https://dribbble.com/	Пошук надихання та перегляд трендів дизайну.
2 	Freepik Ресурс: https://www.freepik.com/	Пошук стилю.
3 	Behance Ресурс: https://www.behance.net/	Пошук надихання та перегляд прикладів оформлення брендбука.
4 	Flaticon Ресурс: https://www.flaticon.com/	Пошук надихання та перегляд іконок.
5 	Atlas icons Ресурс: https://atlasicons.vectopus.com/	Пошук надихання та перегляд іконок.
6 	Envato Elements Ресурс: https://elements.envato.com/	Пошук стокових фотографій для макету та для наповнення сайту.
7 	ChatGPT Ресурс: https://chatgpt.com/	Пошук інформації щодо адміністративної панелі, а саме які дані варто враховувати для певних сторінок;

		генерація тексту для заповнення на сайті.
8 	Prom Ресурс: https://prom.ua/	Вивчення функціоналу на сайті для додавання до проекту.
9 	eBay Ресурс: https://www.ebay.com/	Вивчення функціоналу на сайті для додавання до проекту.
10 	Rozetka Ресурс: https://rozetka.com.ua/ua/	Вивчення функціоналу на сайті для додавання до проекту.
11 	Allegro Ресурс: https://allegro.pl/	Вивчення функціоналу на сайті для додавання до проекту.
12 	Twitter (X) Ресурс: http://x.com/	Вивчення функціоналу на сайті соціальної мережі для додавання до проекту.
13 	Telegram Ресурс: https://web.telegram.org/	Вивчення функціоналу у соціальній мережі для додавання до проекту.
	Amazon Ресурс: https://www.amazon.com/	Платформа, що взяли за основу.