Привет!

Меня зовут Влад, сколько я себя знаю, всегда любил три вещи: историю, космос и красивый дизайн. Что в моем понимании красивый дизайн? Нет, сейчас я не про излишнее декорирование «лишь бы красиво было», чем грешат неопытные дизайнеры, а про создание продуманного, человеко-ориентированного, уникального продукта, которым, в первую очередь, будет удобно и приятно пользоваться. Вот что значит "красивый дизайн" для меня. Самое главное, конечно, — выполнение поставленной бизнес-задачи, а это значит сделать круто для всех.

Чем я занимаюсь?

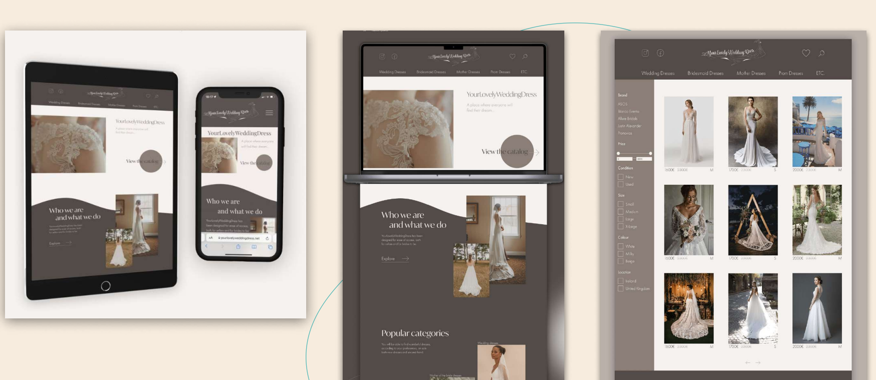
Разработка продуманного и удобного UI/UX дизайна

Анализ и построение пользовательских путей

Вёрстка и анимация на платформе Tilda

Работаю в одной из самых передовых команд в отрасли разработки дизайна и мобильных приложений **Kcell Superapp**

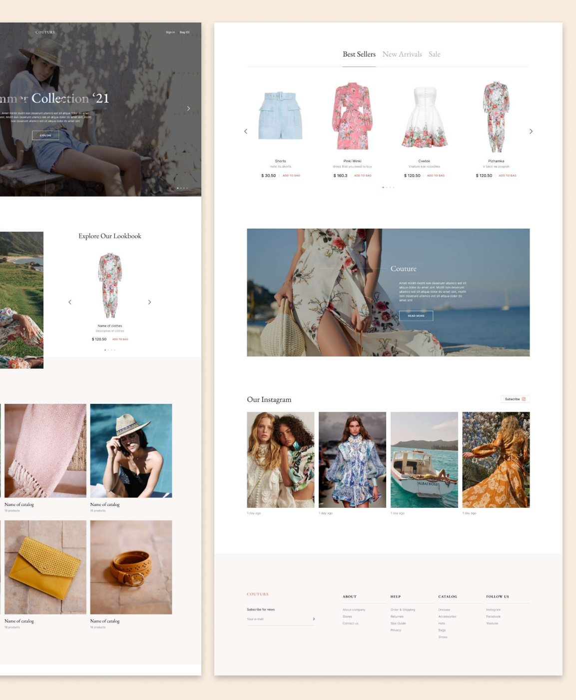
«YLWD»



«YLWD» или «YourLovelyWeddingDress» — это проект, который основан на публикации объявлений о продаже свадебных платьев, аксессуаров и других атрибутов для церемонии из разных европейских стран, в данном случае Ирландии и Великобритании. Поэтому мои первые ассоциации и мысли, связанные с этим проектом, были: мило, эстетично, практично. Это стало отправной точкой для создания подходящего целевой аудитории, удобного для пользователей сайта.

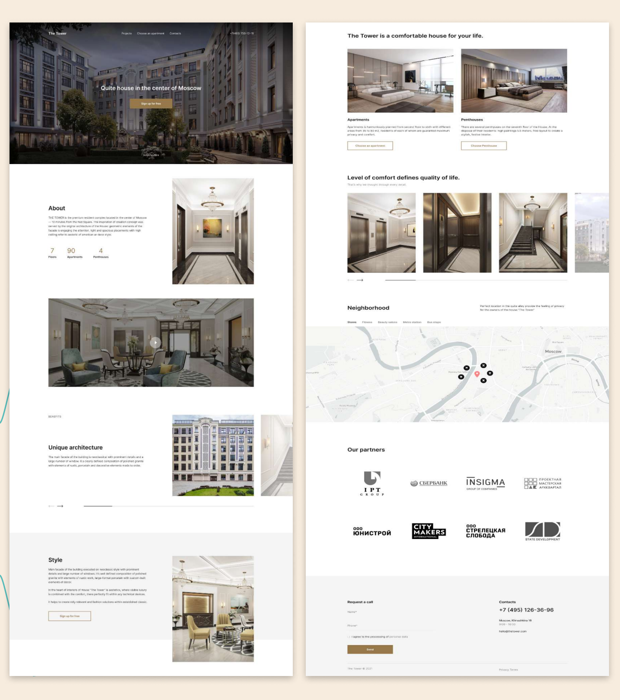
«Couture»

«Couture» — это проект электронной коммерции, который был реализован мной как концепция интернет-магазина одежды, в рамках обучения созданию сайтов и изучения дружественного пользователю дизайна. Основной целью данного проекта было достижение максимальной простоты восприятия.



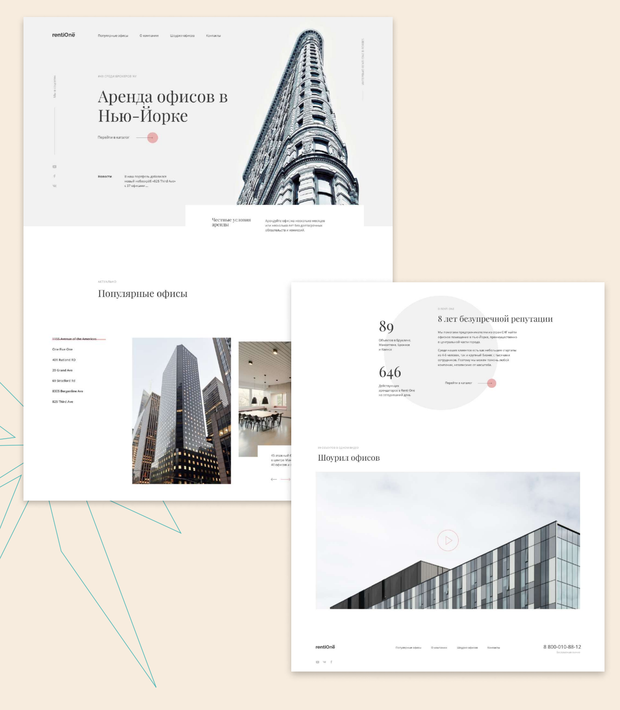
«The Tower»

Проект «Башня» — это сайт, сделанный мной в рамках обучения, основной целью которого было удобство, минимализм и простота. В этом проекте было важно подчеркнуть премиальный характер компании, чтобы пользователи при первом посещении почувствовали, что этой компании можно доверять.

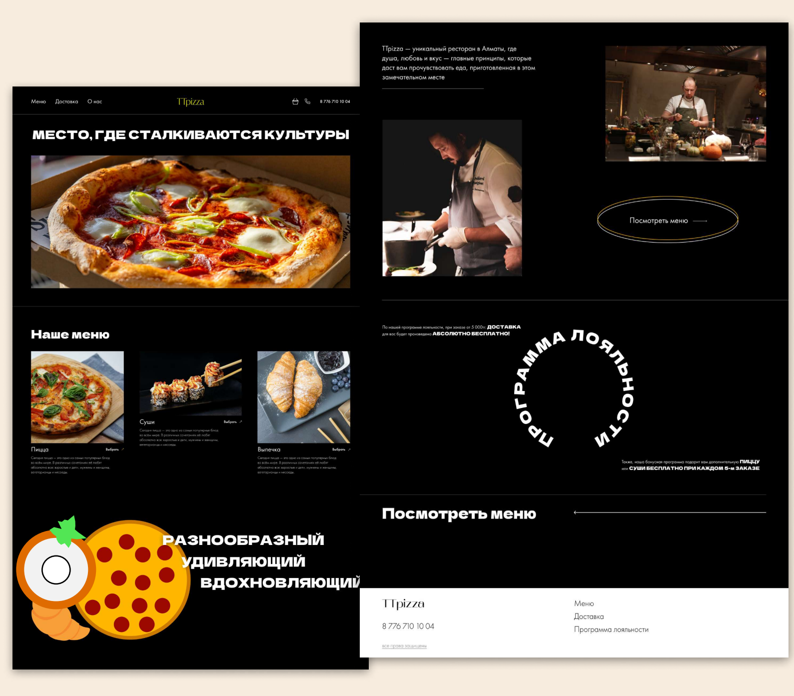


«rentiOne»

Проект RentiOne — это одностраничный сайт, целью которого было информирование и помощь людям, нуждающимся в комнате в Нью-Йорке. В этом проекте были использованы различные элементы для более чёткого восприятия и удобного расположения внутри сайта, чтобы повысить вовлеченность и, как следствие, конверсию. Акцент был сделан на минимализме и функциональности.

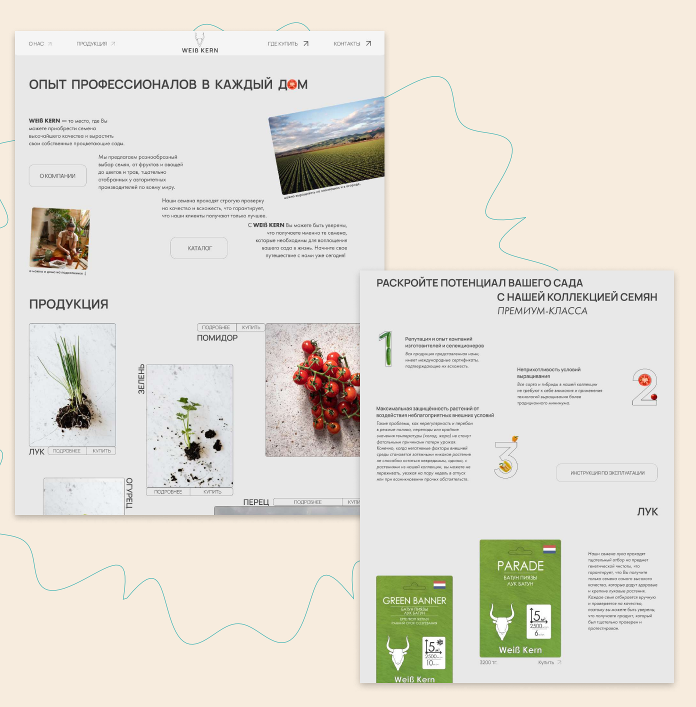


«TTpizza»



Проект ресторана был разработан в 2022 году. Была проведена большая аналитическая работа по исследованию пользовательского опыта в этой области. Были выбраны наиболее подходящие изображения, сделан акцент на динамичность, современность и простоту, чтобы пользователь быстрее достиг конечной цели.

«WeissKern»



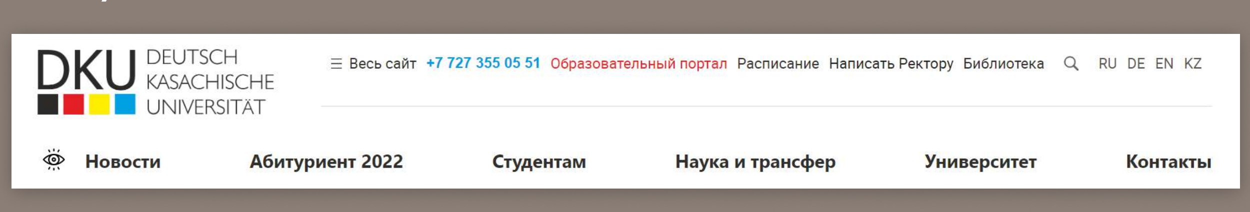
Проект «Weiss Kern» — это сайт для компании, которая занимается поставками на территорию Казахстана отборных семян овощей из западных стран. Сайт был разработан в этом году, однако, по договорённости с заказчиком, запущен в работу он будет в середине-конце лета 2023 года. В данном проекте, я занимал место единственного дизайнера, поэтому все, от дизайна до вёрстки, анимаций, изображений и т.д., было сделано мной в рамках работы над сайтом для этой компании.

Пример работы над редизайном панели навигации для Казахстанско-Немецкого университета

В 2022 году, Казахстанско-Немецким университетом, мне было предложено заняться редизайном сайта. К сожалению, проект не был отдан мне в разработку, по причине отсутсвия финансирования. Однако, я успел проанализировать ошибки одного из блоков, над которыми предстояла работа. На данном слайде представлена фиксация главных проблем и предложены варианты по тому, как их можно исправить.

Актуальная панель навигации.

01



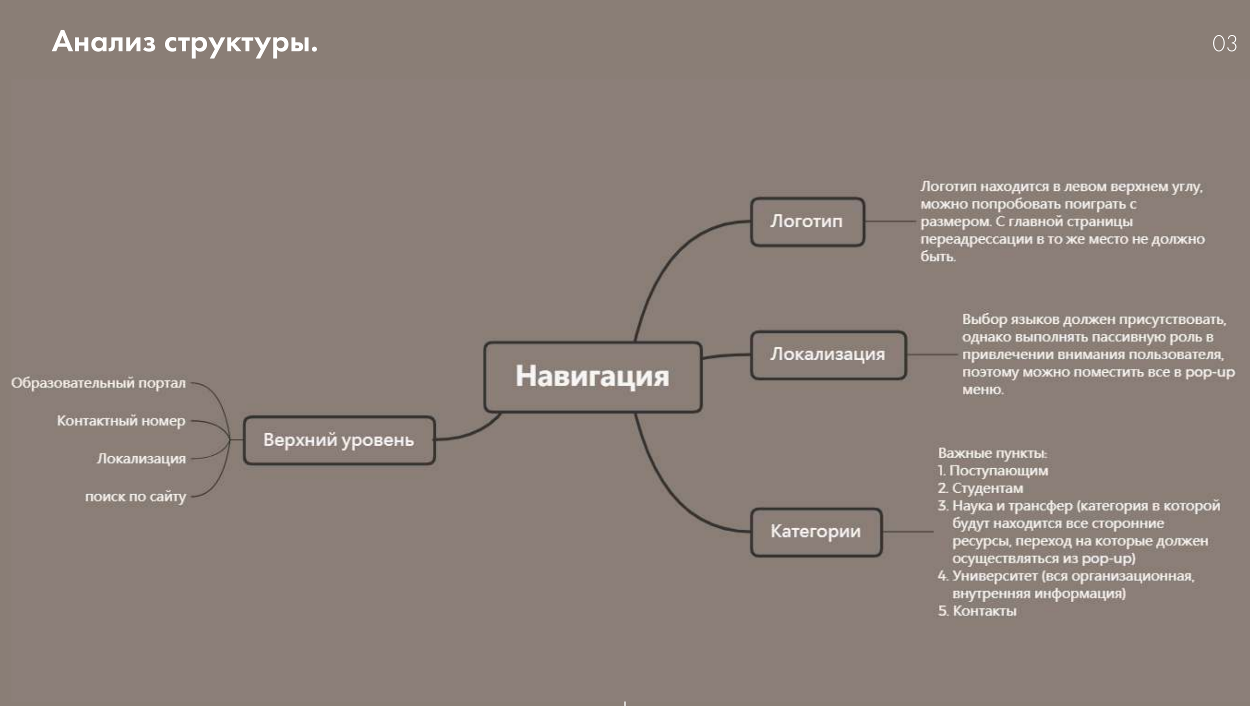
Поиск и анализ проблем.

02

1. Изобилие текста, что негативно влияет на восприятие информации.
2. Визуально усложнённая двухуровневая панель навигации сбивает с толку, выглядит очень тяжело и загруженно, что увеличивает время затрачиваемое пользователем на принятие решения, в следвие чего появляются недопонимания — ложные действия — потеря интереса.
3. Нелогичная и неудобная к использованию структура расположения категорий панели навигации. Вёрстка текста не соответствует нормам, неправильные отступы, что добавляет панели визуальный шум.

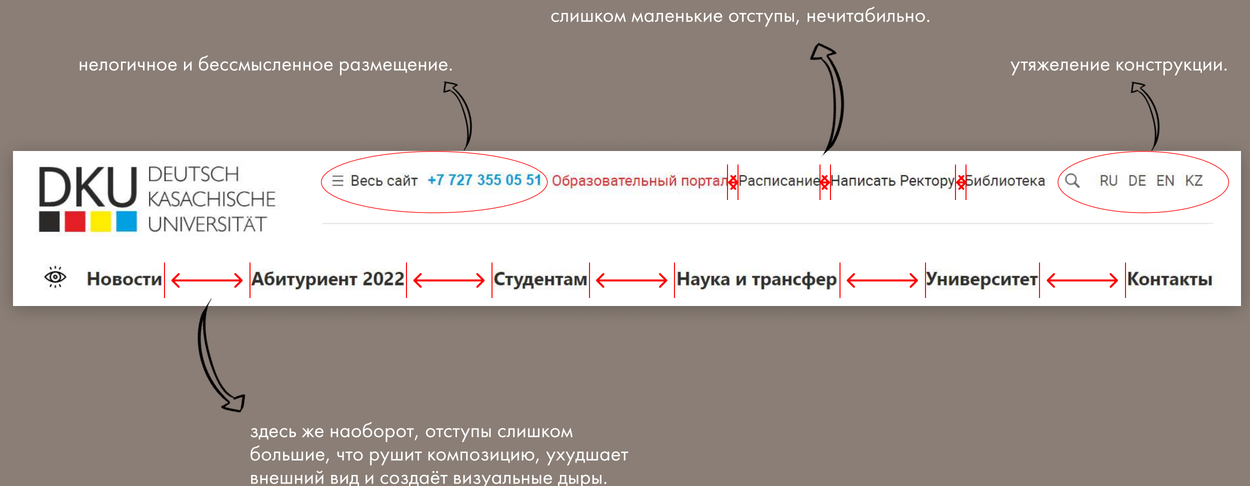
Анализ структуры.

03



Фиксация проблем.

04

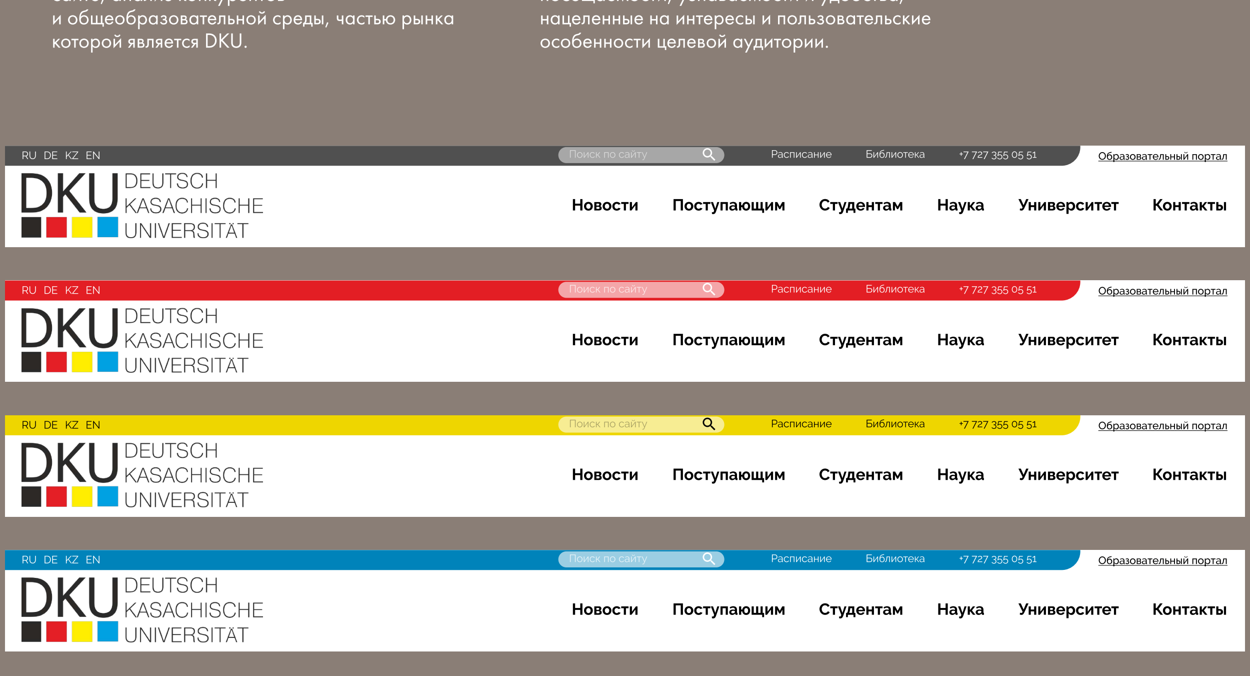


Решения.

05

Для улучшения пользовательского опыта при посещении сайта, был проведён анализ проблем и недостатков на функционирующем сайте, анализ конкурентов и общеобразовательной среды, частью рынка которой является DKU.

Были продуманы несколько из подходящих вариантов решения поставленной задачи — улучшение интерфейса в целях повышения посещаемости, узнаваемости и удобства, нацеленные на интересы и пользовательские особенности целевой аудитории.

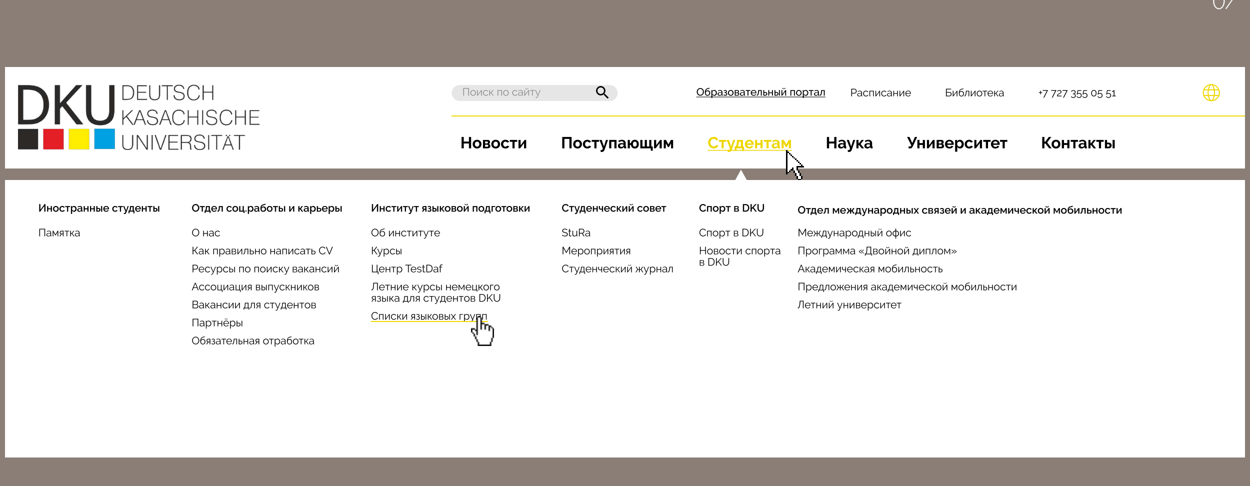


1. Было решено переделать структуру, благодаря чему, из тяжёлой конструкции мы получили интуитивно понятную систему, в которой легко ориентироваться любому пользователю.
2. Были выбраны наиболее подходящие данному проекту шрифты, которые благодаря своему начертанию, очень хорошо передают необходимую информацию.

06

3. Более современный дизайн придаёт проекту новое дыхание. Такой дизайн удобен и понятен современному пользователю.
4. Акцентные цвета используются для повышения узнаваемости сайта, в частности университета.

07



5. Была продумана более логичная и лёгкая к восприятию, удобная к использованию «pop-up» система, в которой нет ничего лишнего. Просто, быстро, понятно.
6. Все лишние и утяжеляющие конструкцию элементы были перемещены в подходящие для них места, что положительно влияет на концентрацию и последующую удовлетворённость пользователя. Более логичное расположение ведёт человека по сайту как по сценарию, от начала и до конца объясняя — что, зачем и для чего.