

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет кібербезпеки, комп'ютерної та програмної інженерії
Кафедра комп'ютерних інформаційних технологій

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри

_____ Аліна САВЧЕНКО

“ _____ ” _____ 2021 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА)

ВИПУСКНИЦІ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ

“МАГІСТРА”

ЗА ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНОЮ ПРОГРАМОЮ “ІНФОРМАЦІЙНІ
УПРАВЛЯЮЧІ СИСТЕМИ ТА ТЕХНОЛОГІЇ”

Тема: “Цифровий інтерфейс веб-сайту для відеопродакшн-студії”

Виконавиця: Ярославцева Анастасія Дмитрівна

Керівник: д.т.н., проф. Віноградов Микола Анатолійович

Нормоконтролер: _____ Ігор РАЙЧЕВ

Київ - 2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет кібербезпеки, комп'ютерної та програмної інженерії

Кафедра Комп'ютерних інформаційних технологій

Галузь знань, спеціальність, освітньо-професійна програма: 12
“Інформаційні технології”, 122 “Комп'ютерні науки”, “Інформаційні управляючі системи та технології”

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Аліна САВЧЕНКО

« _____ » _____ 2021р.

ЗАВДАННЯ

на виконання дипломної роботи студентки

Ярославцевої Анастасії Дмитрівни

(прізвище, ім'я, по батькові)

- 1. Тема роботи:** «Цифровий інтерфейс веб-сайту відеопродакшн-студії»
затверджена наказом ректора від 12.10.2021 за № 2228/ст.
- 2. Термін виконання роботи:** з 12.10.2021 по 31.12.2021.
- 3. Вихідні дані до роботи:** теоретичні відомості та основи проектування інформаційних систем, аналітика існуючого веб-сайту, дані про користувачів, літературні джерела з досліджуваної проблеми.
- 4. Зміст пояснювальної записки:** вступ, аналіз статистичних даних та конкурентних програм, дослідження поведінки користувача, впровадження інформаційних технологій в діяльність відеостудії, покращення якості інтерфейсу.
- 5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу:** слайди, презентація, блок-схема роботи та сценаріїв інтерфейсу», «Розширена діаграма роботи інтерфейсу», «Прототипи» та «Styleguide».

6. Календарний план-графік

№ п/п	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1.	Отримання завдання на дипломну роботу та побудова плану-графіку виконання робіт.	12.10.2021 – 15.10.2021	
2.	Огляд та аналіз відомих програмних архітектур і патернів.	16.10.2021 – 19.10.2021	
3.	Пошук та дослідження джерел та матеріалів за темою роботи.	20.10.2021 – 24.10.2021	
4.	Розробка та затвердження плану дипломного проекту.	25.10.2021 – 31.10.2021	
5.	Проведення консультації з дипломним керівником.	01.11.2021 – 07.11.2021	
6.	Написання розділу 1.	08.11.2021 – 17.11.2021	
7.	Оформлення розділу 2.	18.11.2021 – 01.12.2021	
8.	Підведення підсумків у розділі 3.	02.12.2021 – 11.12.2021	
9.	Висновки та оформлення пояснювальної записки дипломного проекту.	12.12.2021 – 20.12.2021	

7. Дата видачі завдання: 12.10.2021р.

Керівник дипломної роботи _____ Микола ВІНОГРАДОВ
(підпис керівника)

Завдання прийняла до виконання _____ Анастасія ЯРОСЛАВЦЕВА
(підпис випускника)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи “ Цифровий інтерфейс веб-сайту відеопродакшн-студії ” складається із вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел і містить 72 сторінки тексту, 18 рисунків. Список використаних джерел містить 13 найменувань.

Метою дипломної роботи є розроблення цифрового інтерфейсу веб-сайту для відеопродакшн-студії.

Предметом дослідження є вдосконалення процесу подання заявки на прорахунок відеоролику та полегшення шляху користувача на сайті.

Об’єктом дослідження є майбутні користувачі веб-сайту відеопродакшн-студії, їх цілі на сайті та сценарії поведінки.

Отримані результати та їх новизна: розроблено цифровий інтерфейс веб-сайту для відеопродакшн-студії.

Матеріали дипломного проекту можуть бути використані при розробці будь-яких веб-сайтів для спрощення користування та інтуїтивного розуміння їх користувачами.

Ключові слова: ВІДЕОПРОДАКШН, UX-DESIGN, ЦА, ПРОТОТИП, USER-FLOW DIAGRAM.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ UX-DESIGN ТА ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ.....	11
1.1. Дослідження ринку UX-дизайну в Україні	11
1.2. Відеопродакшн для бізнесу	13
1.3. Поставлені завдання для розробки інтерфейсу веб-сайту відеопродакшн-студії.....	15
РОЗДІЛ 2. РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЕКТУВАННЯ ЦИФРОВОГО ІНТЕРФЕЙСУ ВЕБ-САЙТУ ВІДЕОПРОДАКШН СТУДІЇ.....	19
2.1. Аналітика та проектування майбутнього інтерфейсу.....	19
2.2 Розробка прототипу	23
2.3. Розробка мобільної версії сайту.....	35
РОЗДІЛ 3. ТЕСТУВАННЯ ІНТЕРФЕЙСУ ТА РЕЗУЛЬТАТИ ПРОВЕДЕНОЇ РОБОТИ.....	40
3.1. Тестування роботи прототипу.....	40
3.2. Підходи для покращення інтерфейсу.....	44
ВИСНОВКИ.....	46
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	48
ДОДАТОК А.....	50
ДОДАТОК Б.....	62
ДОДАТОК В.....	71

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

Продакшн – студія створення відео-роликів.

UX – User Experience.

UI – User Interface.

WEB – додаток – додаток, в якому клієнтом є оглядач Інтернету.

CJM – Customer journey map.

User-flow diagram – це візуальне представлення послідовності дій, які користувач виконує задля досягнення своєї мети.

ВСТУП

Всі країни світу перебувають на етапі перетворень, спрямованих на збільшення відсотку людей, які використовують інтернет, а саме веб-сайти та мобільні додатки, а також на спрощення деяких вимірів життя за допомогою комп'ютерів та смартфонів.

Для більшості власників малого бізнесу веб-сайт — це цифрове портфоліо, яке розповідає більше про ваш бізнес, цінності та погляди вашої компанії, а також ваші продукти чи послуги.

Але хороший дизайн веб-сайту сприяє 75% довіри до вашого веб-сайту. Ось чому важливо мати принаймні базове розуміння UX та дизайну інтерфейсу користувача, щоб знати, як вони працюють у тандемі, щоб переконатися, що веб-сайт відповідає бізнес-цілям.

UX означає User Experience: ця область веб-дизайну об'єднує критичний аналіз і логіку для розуміння та планування взаємодії користувача з продуктами, системами та послугами. Він включає зручність використання, дизайн, навігацію та враження. Простіше кажучи, мова йде про створення чудового веб-дизайну. UX-дизайн схожий на план будинку: він планує, як допомогти людям увійти і вийти, а також з однієї кімнати в іншу.

Інтерфейс користувача означає «Інтерфейс користувача»: це все маленькі місця зустрічі між користувачем і комп'ютерною програмою, у даному випадку веб-сайтом. Інтерфейс являє собою набір команд або меню, які допомагають користувачеві спілкуватися з програмою. Дизайн інтерфейсу користувача визначає, наскільки легко та інтуїтивно людина може робити те, що їй потрібно, з вашим сайтом. Дизайн інтерфейсу користувача схожий на меблі, фарби та маленькі деталі, які викликають домашній настрій.

І UX, і UI — це узгоджені дисципліни дизайну з подібним фокусом, що відкриває шлях до фантастичного кінцевого продукту. Було б неправильно стверджувати, що UX і UI є додатковими аспектами веб-дизайну, при чому один без іншого є неповним.

Коли справа доходить до їхніх відмінностей, важливо спроектувати ці дисципліни як окремі організаційні ролі. У той час як UX — це скоріше проекція на основі даних того, як очікується, що клієнт буде відчувати на вашому веб-сайті, UI враховує шаблони дизайну і навіть найдрібніші деталі.

Крім того, дизайн інтерфейсу користувача — це зробити макет чудовим і приємним, тоді як дизайн UX стосується простоти використання. UX — це скоріше концепція або, радше, відчуття, яке обіцяє безперебійність, чуйність та загальну передумову веб-сайту. З іншого боку, UI містить елементи, інструменти, технічні дрібниці та цифрові інтерфейси, безпосередньо пов'язані з процесом проектування.

Сучасний стан ринку ux-design є на початковому етапі, та сама професія відносно нова, але цей напрямок стрімко розвивається та вже зараз має значні досягнення. Спеціалісти входять в існуючий ринок з цілями знайти невирішені проблеми та зробити життя людей краще, не забуваючи про отримання прибутку. Напевно одна з головних проблем – це автоматизація та оптимізація процесів. За допомогою правильного аналізу цільової аудиторії та конкурентів, дослідження ризиків та принципів діяльності відеопродакшн-студії можна вирішити ці проблеми.

У контексті запропонованої розробки полноси уваги зосереджені на користувачеві, особливо на його мисленні, ситуацій в яких він використовує той чи інший додаток, поведінки з самим інтерфейсом додатку та багатьох інших аспектах. Зміцнення конкурентних позицій дає змогу проаналізувати ринок додатків та зробити висновки щодо їх ефективності та частоти застосування.

Підґрунтям дослідження стали такі питання : “Яка існує проблема?”, “Чия саме це проблема? Якого користувача?”, “Навіщо йдеться розробка такого сайту?”, “Який план та стратегія розвитку сайту?”, “Яка мета?”.

Для того, щоб легко виконати поставлені завдання UX/UI- дизайнер обов'язково має вміти працювати з графічними редакторами. До таких відносять «Figma», «Adobe XD», «Miro» та інші. Розробник інтерфейсу повинен мати навички прототипування, знання про кольорові схеми та типографію. В такій

справі потрібно розуміти основи маркетингового підходу, щоб вміти правильно розмістити блоки, кнопки, форми зворотнього зв'язку та інше для того, щоб користувач міг інтуїтивно зрозуміти, що даний продукт є саме для нього та що він підходить для його цілей. Саме тому необхідним є вивчення процесу розробки інтерфейсу для мобільних додатків.

В цій роботі пропонується розглянути проект на прикладі веб-сайту для відеопродакшн-студії та адаптивної версії, так як ця тема, на мій погляд, є достатньо актуальною зараз. Недоліками даного інтерфейсу можна вважати несучасний дизайн, ускладнена та не зрозуміла навігація, недостатньо інформації по послугах, не упорядкована інформація, немає доступу до прорахунку та недовіра до сервісу. Щоб усунути ці недоліки потрібно чітко проаналізувати роботу сайту, розробити карту сценаріїв поведінки користувача на ньому та спроектувати CJM. Після цього буде зрозуміло що саме та як саме потрібно покращити.

Досягнення мети дослідження передбачає вирішення наступних дослідницьких завдань:

- проаналізувати проблемні питання цільової аудиторії та замовника;
- вивчити закордонний досвід впровадження веб-сайтів у бізнес;
- дослідити ринок веб-сайтів відеопродакшн студій;
- дослідити портрет майбутніх користувачів системи;
- проаналізувати характеристики якісного майбутнього інтерфейсу;
- надати чіткий вигляд зрозумілого та зручного інтерфейсу;
- оцінити якість розробленого інтерфейсу;
- запропонувати організаційні підходи щодо підвищення ефективності конверсії веб-сайту.

У роботі використано низку загальнонаукових і спеціальних методів, зокрема: системний аналіз, історичний метод, індукція й дедукція, аналіз і синтез, абстрагування, прогнозування, порівняння, узагальнення, класифікації інформації, систематизації та формалізації інформації, групування, аналогій,

оброблення статистичної інформації та поглиблені дослідження. Для досягнення поставленої мети та вирішення дослідницьких завдань у дипломній роботі використаний комплекс опублікованих документальних джерел.

РОЗДІЛ 1. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ UX-ДИЗАЙНУ В УКРАЇНІ ТА ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

1.1. Дослідження ринку ux-дизайну в Україні

Сфера предметного дизайну в Україні перебуває в зародковому стані, але має ознаки активізації, підвищення обізнаності та підсилення інтересу як серед виробників та дизайнерів, так і серед ширшого кола споживачів.

Причини уповільненого розвитку сфери предметного дизайну:

- слабка виробнича база;
- втрачені виробничі підприємства і, як результат, перервані традиції в промисловому та предметному дизайні;
- втрачені навички роботи з матеріалами на рівні масового виробництва;
- відсутність сучасної освіти в сфері предметного дизайну;
- відсутність експериментальної бази, в першу чергу для студентів та молодих спеціалістів;
- відсутність фінансування для підтримки дизайнерів та дизайн-проектів;
- неготовність виробників активно співпрацювати з дизайн-агенціями;
- висока вартість створення прототипів та проведення необхідних досліджень;
- активний імпорт предметів інтер'єру як в низькому, так і високому ціновому сегменті;

Кафедра КІТ (47)				НАУ 21.21.99.000 ПЗ			
Виконала	Ярославцева А.Д.			1. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ UX-ДИЗАЙНУ В УКРАЇНІ ТА ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ	Літ.	Арк.	Аркушів
Керівник	Віноградов М.А.					11	8
Консульт.					УС-211М 122		
Н. Контр.	Райчев І.Е.						

- слабкий рівень довіри до національного виробника;
- низька купівельна спроможність населення;
- відсутність професійної дизайн-критики в профільних медіа та фахових виданнях;
- низька обізнаність гравців ринку та загалом населення про можливості та цінності дизайну;
- недостатня увага до предметного та промислового дизайну на політичному рівні.

Ознаки активізації ринку дизайну:

- поживавлення в сегменті малого та середнього виробничого бізнесу;
- історії успіху в бізнесі;
- історії успіху серед стартапів;
- історії успіху серед культурних та бізнес-проектів;
- поява цікавих бізнес-кейсів;
- підвищення інтересу до предметного дизайну в непрофільних медіа;
- ознаки формування екосистеми;
- поява ланцюгів вартості;
- підвищення запиту на освітні проекти в сфері дизайну;
- участь гравців ринку в закордонних профільних заходах та конкурсах[8].

Але завдяки зростанню активних користувачів інтернету, багато підприємців розширюють свій бізнес в онлайн. Наразі більшість людей виконують повсякденні справи через свій комп'ютер або смартфон. Чому так? Бо це займає менше часу та зусиль ніж раніше. Наразі можна сплатити комунальні послуги онлайн, замовити одягу, їжу, займатися з тренером, записуватись до лікарів, купляти квитки та багато іншого.

Тому, усі підприємства, по мірі можливості, намагаються впровадити інформаційні технології в свою роботу. Це значно покращує показники ефективності реклами та продажів. У зв'язку з цією потребою у розвитку на цифровому рівні, з'явилося безліч професій пов'язаних зі сферою ІТ.

Але треба розуміти, що зараз професія «веб-дизайнер» замінилася декількома напрямками, такими як: «UX-designer», «Продуктовий аналітик», «Проектувальник», «Візуальний дизайнер», «Моушн дизайнер». Всі перелічені напрямки є дуже важливими для створення дійсно ефективного продукту.

Дослідження ринку предметного дизайну в Україні має на меті визначення долі даного сегменту ринку, а також привернення уваги виробників до дизайну інтерфейсу як до бізнес-інструменту та цікавого об'єкту дослідження. Сфера предметного дизайну в Україні перебуває в зародковому стані, але вже має ознаки підвищення обізнаності та підсилення інтересу з різних боків. Представники компаній, які мали змогу співпрацювати з дизайнерами, відмічають позитивні результати такі як: покращення іміджу компанії, зростання економічних показників та підвищення уваги до продукту. Що стосується розвитку дизайну інтерфейсу в Україні, то це все попереду. За прикладом багатьох країн, достатнє фінансування та системний підхід – це головне, що здатне помітно покращити ситуацію[5].

Хочеться відмітити, що ux-дизайн – не про візуальну складову. Це про користувачів, їх досвід, їх потреби, цілі, зручність та швидкість отримання рішення на свій запит. Це пошук найкоротшого шляху для досягнення цілі клієнта. Це покращення роботи продукту, збільшення прибутку бізнесу, збільшення впізнаваності та показників ефективності реклами.

Отже, актуальність проблеми очевидна, та за результатами проведеного дослідження стає зрозумілим, що з кожним роком стає все більше підприємств, які користуються послугами кваліфікованих спеціалістів у сфері ux-дизайну.

1.2. Відеопродакшн для бізнесу

Production, що в перекладі з англійської означає виробництво, має на увазі собою створення ресурсів – матеріальних (сировини, продукції) або нематеріальних (ідей, інформації), що дозволяє в кінцевому підсумку отримати товар або послугу (готовий продукт).

Щоб продати якийсь товар або послугу - необхідно, щоб ваша аудиторія дізналася про цю послугу. Створення рекламних відео роликів для ТВ і сайтів - вирішують цю задачу.

Наразі відео-контент на 26% більш ефективний ніж статичний. В сферах комерції та послуг – це є найдієвіший спосіб підвищення показників ефективності реклами. Таких як, збільшення кількості заявок, підвищення конверсії, клікабельність, впізнаваність бренду та взаємодія з контенту. Мета відеопродакшн-студії – зробити бізнес краще[3].

Але в сфері виробництва цей термін практично не використовується, а ось в сфері кіно, медіа-індустрії, застосовується завжди. Тут продакшн має на увазі процес створення різних медіа-продуктів (аудіо-, відеофайли, анімація, інше).

Існує кілька видів медіа-контенту, які відносяться до продакшну:

- відеоролики;
- фільми;
- радіо і телевізійні програми;
- аудіозаписи;
- презентації.

Продакшн використовується для підвищення впізнаваності бренду, складається з підбору команди, складання сценарію і вибору музичного супроводу, підбору костюмів, нанесення гриму, знімального процесу, монтажу, озвучування, інших технічних знімальних моментів.

Щоб отримати якісний матеріал, який зацікавить цільову аудиторію і приверне увагу потенційних клієнтів, продакшн повинен здійснюватися професійними фахівцями та з використанням відповідних технологій та якісного сайту, який з першого погляду подарує клієнту впевненість та довіру.

1.3. Поставлені завдання для розробки інтерфейсу веб-сайту для відеопродакшн-студії

Для того щоб зрозуміти яким конкретно має бути інтерфейс веб-сайту потрібно оцінити всі можливі ситуації, в яких користувачеві буде зручно скористатися ним, а також проаналізувати поведінку людини при різних цілях. Звичайно, для того щоб розробити продукт, який буде зрозумілим та тим, що привертає увагу, потрібно провести аналітику конкурентів та загалом ринку та зробити правильні висновки.

Для визначення цільової аудиторії потрібно визначитись з основними факторами:

Географічний (місто, будинок)

Соціально-демографічний (вік, стать, статус)

Психографічний (цінності, проблеми)

Особливості поведінки (привід входу, причини)

Для пошуку ЦА можна використовувати форуми, відгуки, групи тощо.

Конкретно у випадку веб-сайту для відеопродакшн-студії цільова аудиторія – це власники або директори компаній та бренд-менеджери, зокрема це чоловіки та жінки, які займаються маркетингом або PR. Проблеми користувачів будуть залежати від випадку – це, наприклад, недостатня кількість інформації, необхідність поставити питання, отримати швидке рішення свого запиту, отримання якісної роботи та розвитку свого бізнесу чи продукту. Можливі цілі на веб-сайті: перегляд робіт, клієнтів, ознайомлення з послугами; швидка комунікація та отримання рішення та цінової пропозиції.

Замовником було поставлено такі задачі:

- Створення дизайну для розробки веб-сайту для відеопродакшн-студії з метою розширення бізнесу та здобуття нових клієнтів.
- Збільшення конверсії людей, що оформляють замовлення до людей які звертаються за прорахунком.

- Візуально привабливий та стильний дизайн, що відповідає іміджу відео-студії.

Важливо також для створення ефективного дизайну провести аудит, а саме: особливості цільової аудиторії, які основні витрати має компанія при роботі з користувачами, структура роботи компанії, цикл опрацювання клієнта, технічні обмеження. На наступному етапі відбувається робота над технічним завданням та над цілями. Це стратегія роботи, вимоги замовника, пошук референсів та конкурентів, генерування нових ідей, стратегія розвитку продукту, етапи впровадження, адаптивність.

Основними функціями інтерфейсу в даному проекті є:

1. Керування (controlability). Здатність зрозуміти якою мірою продукт допомагає користувачам керувати такими процесами, як інсталяція, тренування, супровід та інші. Також означає відповідність між вимогами замовника та дизайном об'єкту.

2. Розуміння користувачів (user understanding). Означає наскільки добре група проектувальників розуміє потреби, задачі тих людей, для яких призначений цей чи інший продукт. А також наскільки дане розуміння відображено в програмному забезпеченні.

3. Придатність до використання (suitability). Здатність вирішувати наскільки складний цей продукт в використанні та навчанні. Означає відповідність своєму призначенню, відображення всіх особливостей продукту. Організація його підтримки та дослідження альтернативних шляхів досягнення мети в залежності від досвіду, навичок та звичок користувачів.

4. Потреба (need). Забезпечення ефективності проекту. А також значимість продукту на громадському чи економічному рівні.

5. Змінність (mutability). Обґрунтування здатності продукту змінюватись. Відповідність продукту вимогам індивідуального користувача або групи. А також стійкість проекту до можливих непередбачуваних змін та випадків використання.

6. Ефективність проектування (design efficiency). Здатність видавати дійсно обдуманій та ретельно реалізований проект. Звітність по фінансуванню та плануванню продукту. Розв'язок інших проблем.

7. Відповідність (conformity). Відповідність дизайну продукту рішення поставлених задач, а також вимогам практичності та доцільності.

8. Естетична складова (aesthetics). Естетично приємне використання продукту. Цілісність зі сторони дизайну, графіки, послідовності дій та інформативності. Вдала комбінація стилю та «духу» проекту та відповідність технічним нормам. Задоволення задачі інтеграції апаратного та програмного забезпечення[9].

Перераховані характеристики і атрибути якості інтерфейсу дозволяють систематично описувати вимоги до нього, визначаючи, які властивості інтерфейсу по даній характеристиці хочуть бачити зацікавлені сторони. Таким чином, вимоги повинні визначати наступне.

Що інтерфейс сайту повинен забезпечувати, наприклад:

- дозволяти клієнту зручно дістатися усіх можливих пунктів;
- забезпечувати контроль та зрозумілість;
- забезпечувати інтуїтивно-легкий дизайн.

Отже, для створення вдалого інтерфейсу дизайнеру потрібно зробити такі основні кроки:

1. Проектування user-flow для кожного екрану;
2. Малюнок ескізів екранів (wireframes);
3. Вибір відповідних патернів та кольорових палітр;
4. Створення прототипу та розробка дизайну (mock-ups);
5. Збір інтерактивного прототипу додатку та оцінка його якості за допомогою відгуків користувачів;
6. Фінальна ретуш прототипу.

Тепер необхідно розібрати кожен крок поставленого завдання для більш точного розуміння розробки інтерфейсу.

Першим кроком є розробка user-flow діаграми, тобто блок-схеми роботи додатку. Це корисно зробити для того, щоб з'ясувати які функції мають бути в ньому та щоб логічно уявити як додаток буде вирішувати поставлене завдання. Після завершення проектування блок-схем для всіх сценаріїв, починається робота над ескізами всіх екранів. Мається на увазі, що дизайнер для своєї зручності малює «швидкі» начерки проекту. Там зображені схеми зображень, розташування ярликів та кнопок та інше. Третім чином йде оформлення ескізу в кольорових палітрах та патернах, для знаходження яких існують спеціальні платформи. Наприклад, “Mobile Patterns”, “Pptrns” - для патернів, “Color Hunt” - для палітр кольорів. Далі відбувається створення прототипів та дизайну. На цьому етапі вже має бути розроблений дизайн та детальний прототип інтерфейсу додатку. Для цього предметні дизайнери застосовують багато різних платформ таких як: “Proto.io”, “Sketch”, “Figma” та багато інших. В даному проекті було використано платформу “Figma”, а також інструмент, який дає змогу одразу розробляти ескізи екранів і встановлювати зв'язки, тобто зібрати інтерактивний прототип додатку: “Adobe Experience Design”. Кінцевим етапом є фінальна перевірка та відгуки зацікавлених осіб.

На сьогодні впровадження інформаційних технологій в бізнес є актуальним завданням. Дослідження ринку показало, що наразі існує багато унікальних користувачів, а також велика конкуренція у сфері створення та використання веб-сайтів. Але саме в маркетингу застосування інформаційних технологій потрібно розвивати. У цій роботі досліджено конкретно якісна розробка інтерфейсу.

РОЗДІЛ 2

РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЕКТУВАННЯ ЦИФРОВОГО ІНТЕРФЕЙСУ ВЕБ-САЙТУ ВІДЕОПРОДАКШН СТУДІЇ

2.1. Аналітика та проектування майбутнього інтерфейсу

В першому розділі визначено що саме необхідно для розробки якісного та зручного для користувачів інтерфейсу, а отже є план розробки такого інтерфейсу. Першим кроком є розробка плану, організації процесу розробки.



Рис. 2.1. Організація процесу розробки

На першому етапі перед дизайнером постає проблема, а саме не сучасний, темний дизайн сайту, дуже низький показник конверсії з сайту та не зрозумілий інтерфейс, який не розкриває всіх послуг та переваг відео-студії. Після проходження етапу консультації з замовником та дослідження ніші,

Кафедра КІТ (47)			НАУ 21.21.99.000 ПЗ				
Виконала	Ярославецева А.Д.		2. РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЕКТУВАННЯ ЦИФРОВОГО ІНТЕРФЕЙСУ ВЕБ-САЙТУ ВІДЕОПРОДАКШН СТУДІЇ	Лім.	Арк.	Аркушів	
Керівник	Віноградов М.А.				19	21	
Консульт.				УС-211М		122	
Н. Контр.	Райчев І.Е.						

конкурентів, та необхідної інформації створюється прототип веб-сайту. Тобто його конструкція та архітектура в чорно-білому варіанті. Там міститься інформація про розміщення блоків, кнопок, віконець вводу інформації та інші елементи дизайну. Далі цей варіант прототипу тестується на зручність та розуміння користувачами, чи всі функції є простими, а навігація зрозумілою. Якщо в результаті такого тестування виявлено, що продукт є цілком зрозумілим та відповідає потребам цільової аудиторії, то відбувається робота над візуальною складовою веб-сайту.

Після розробки дизайну першої головної сторінки цей макет затверджується замовником. Він вирішує чи відповідає дизайн сайту його первинним цілям та візуальним уявленням. Якщо замовник надає згоду на візуал, то дизайнер розроблює дизайн-систему, за якою буде розроблено всі інші сторінки сайту. Також після затвердження усіх сторінок відбувається проектування мобільної версії всіх екранів і тестування готового прототипу на користувачах.

Коли тестування показало успішні результати, веб-сайт може бути впроваджений в розробку. Якщо він потребує доопрацювання, то складається карта шляху користувача, на якій розбираються більш детально проблеми навігації та покращення, які потрібно втілити.

Створення карти сценаріїв CJM (Customer journey map) є одним із найпростіших переходів на цифровий формат, і його необхідно виконати перед серйозним перепроектуванням клієнтського досвіду. Карти сценаріїв клієнта — це візуальні або графічні зображення, які відображають взаємодію клієнта з сайтом, послугами та продуктом протягом певного часу.

В основі відмінного досвіду клієнта лежить шлях клієнта, а також те, як процеси, системи та люди організації взаємодіють із клієнтами. Оскільки цифрові технології дають можливість залучати нових клієнтів за допомогою кращого досвіду роботи з користувачами та нових бізнес-моделей, карту подорожі клієнта можна використовувати як для наявних, так і для залучення нових клієнтів.

Технології CJM можуть допомогти організаціям швидше визначити проблемні точки в подорожах клієнтів за допомогою цифрових карт подорожей. Ці важливі карти стають планом ефективного цифрового впровадження, який підтримує співпрацю для досягнення консенсусу та прихильності до інтегрованої подорожі в кінці гри. Технологія може інформувати карту даними, щоб сформувавши думки, а також кінцеві цільові подорожі та кроки по перетворенню.

Розглянемо блок-схему основного сценарію поведінки користувача на веб-сайті відеопродакшн-студії.

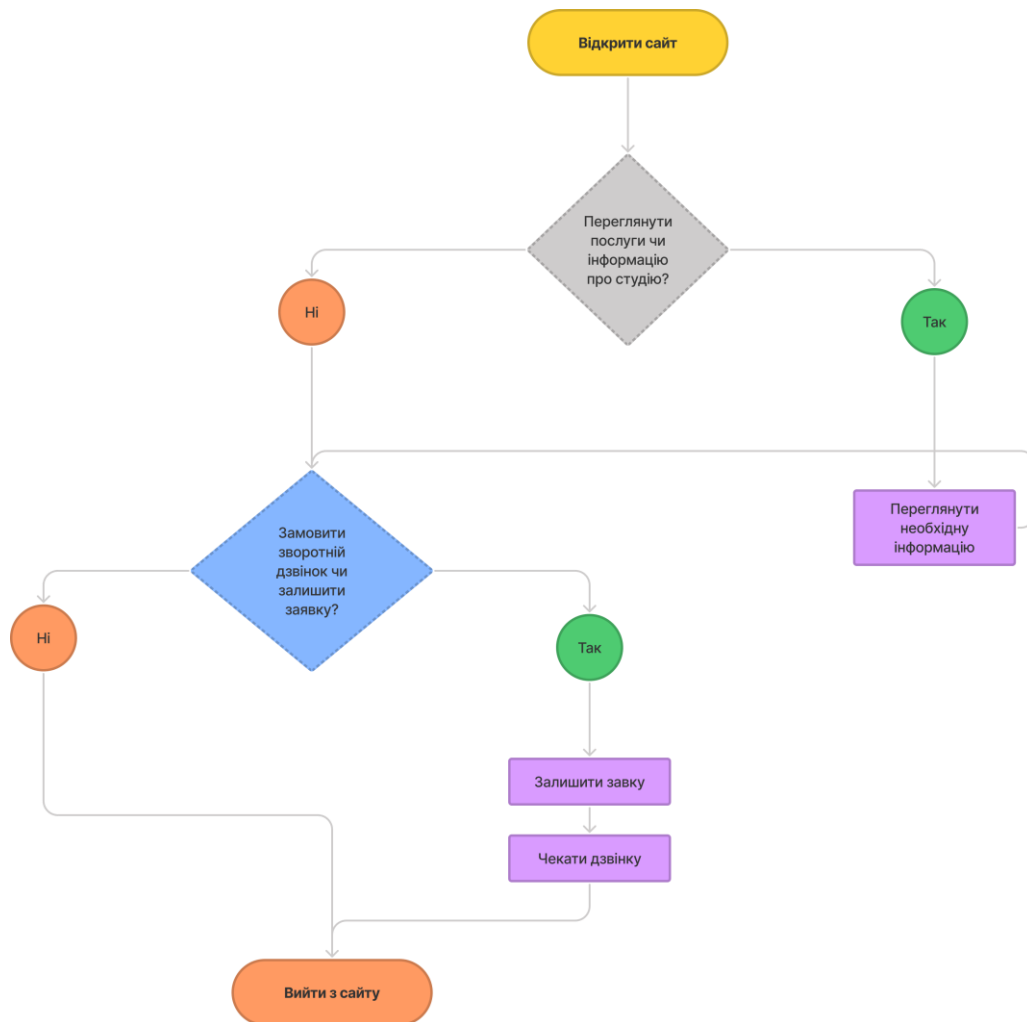


Рис.2.2. Проста діаграма поведінки користувача

Інтерфейс веб-сайту має надавати можливість користувачу швидко дістатися головних розділів сайту. Це реалізовано через меню та головну сторінку, яка буде виконана у вигляді лендінгу.

А для того, щоб залучити на сайт замовників з різних конкретних напрямків, вирішено створити по одній окремій сторінці для кожного виду послуг, тобто кожного окремого виду з`йомок.

Для того, щоб більш детально та поглиблено зрозуміти розробку та вигляд інтерфейсу потрібно побудувати user-flow діаграму, тобто діаграму, яка є візуальним представленням послідовності дій, які користувач виконує для досягнення своєї цілі в додатку. Схема демонструє відповіді на головні питання “Хто є користувачем?”, “Які в нього цілі?” та “Які кроки він повинен здійснити, щоб дійти до своєї цілі?”. Але для того, щоб дати відповіді на ці питання треба знайти відповідь на другорядні.

Допоміжні питання:

1. Для чого користувач буде використовувати даний веб-сайт?
2. Що спонукає його досягнути цієї мети?
3. Як сайт допомагає досягнути її?
4. Що може утримати користувача від використання веб-сайту?
5. Які якості сайту найбільш важливі для користувача?
6. Якою інформацією потрібно володіти щоб виконати операцію?
7. Який емоційний тригер спонукає їх до дії?

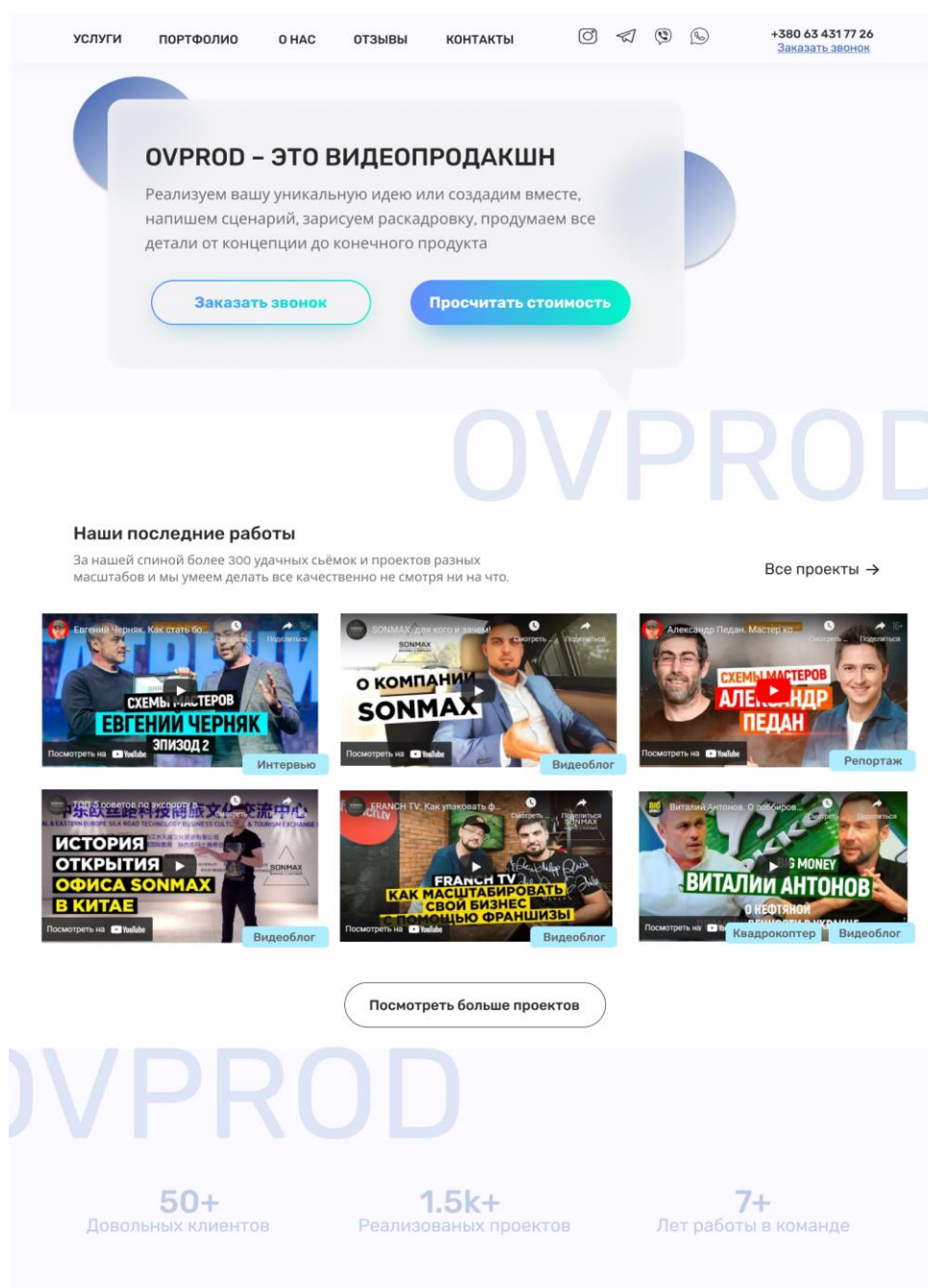
Зазвичай, в процесі проектування виникає безліч питань, зі знаходження відповідей на які в більшості складається проектування якісного продукту. Пошук відповідей дає змогу розглянути кожен незначну, на перший погляд, деталь з усіх боків. Тоді в результаті такої розробки виходить дійсно зручний інтерфейс.

В Додатку 1 представлено веб-версію інтерфейсу веб-сайту відеопродакшн-студії, в Додатку 2 мобільна версія інтерфейсу.

2.2. Розробка прототипу

Наступний етап – це створення самого прототипу. Коли всі етапи з аналізу та підготовки завершено, можемо перейти до проектування інтерфейсу прототипу. Прототип інтерфейсу додатку є вже достатньо деталізованим та кінцевим варіантом вигляду додатку.

Розглянемо прототип інтерфейсу веб-сайту відеопродакшн студії. Головний навігаційний екран – це головна сторінка - лендінг.



Наши клиенты

Упаковали 50+ брендов по различным видео

Все клиенты →



ЛЮКСОПТИКА
ОБЕРТАС ЗПР

Бюро продаж
АНДРЕЯ КРУПКИНА



IP
ISAAC PINTOSEVICH
SYSTEMS



Посмотреть больше клиентов

OVP

Закажите просчет

Мы создаём рекламные видеоролики с учетом особенностей Вашего бизнеса и современных трендов. Вместе продумываем концепцию и сделаем качественный ролик, который покажет Вашу компанию с наилучшей стороны.

Оставить заявку

“ПОД КЛЮЧ”

Реализация проектов
“под ключ”

С НУЛЯ

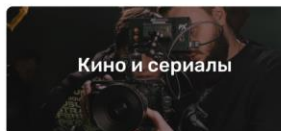
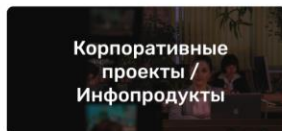
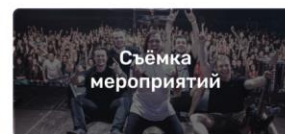
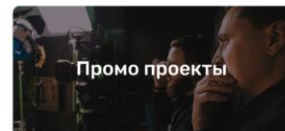
Написание
сценария с нуля

НА ВЧЕРА

Работаем с самыми
срочными заказами

Услуги

Каждой современной компании нужен рекламный видеоролик, чтобы донести свой продукт до покупателя. Мы знаем как рассказать историю с помощью видео



OVP

Почему нас выбирают?

Чтобы добиться качественного результата, вы должны понимать какой путь придется пройти



01 Подписание договора
Утверждение бюджета и обсуждение деталей



02 Разработка сценария
При необходимости мы разрабатываем детальный сценарий



03 Препродакшн
Поиск локаций, режиссерский сценарий, работа с референсами



04 Продакшн
Съемка, райдер, работа команды профессионалов



05 Пост-продакшн
Черновой монтаж, чистовой монтаж, цветокоррекция, эффекты, саунд-дизайн



06 Сдача проекта
Готовый ролик и довольный клиент

Наша команда

У каждого из нас за спиной более 7 лет работы в команде и мы готовы создать для вас незабываемые фото и видео



СЕРГЕЙ СТЕБАКОВ
Креативный продюсер

Работал на "Первом канале" над передачей "Время покажет". Полностью организует съемочный процесс: от поиска идеи до размещения видеоролика.



АЛЕКСАНДР БУРЯКОВ
Технический директор

Работал на Матч ТВ и телеканале Звезда. Технический специалист высокого класса. Знает все обо всем и даже больше.



МАРИЯ МИТЮРИНА
Сценарист

Придумает интересный сюжет и напишет сценарий.

Свяжитесь с нами

Алексей

Номер телефона
+380 63 43 17 726

Электронная почта
ovprod1@gmail.com

Адрес
г. Киев ул. Иоанна Павла 4/6

Написать нам

Ваше имя

+380 (__) ____ - ____ - ____

Отправить

VPRODOVPROD

Давайте творить прямо сейчас вместе с нами!

+380 63 43 17 726
[Заказать звонок](#)

г. Киев, Украина
ovprod1@gmail.com



Рис.2.3. Головна сторінка

Цей екран містить зверху меню, яке закріплене на сторінці при скролі. Завдяки цьому меню користувач може в будь-який момент проходження сценарію перейти на цікавий для нього розділ, зателефонувати (якщо це мобільна версія) та замовити дзвінок. Також цей екран містить все необхідне, щоб розказати про себе клієнту та зацікавити його. На першому блоці бачимо основний запит – це цільова кнопка. З перших двох блоків, після головного блоку клієнт зможе перейти на окремі сторінки та більш детально ознайомитись. Ці два екрани реалізовані однаково. Ці два прототипи зображені на рис.2.4 та рис.2.5.



Рис.2.4. Наші роботи

УСЛУГИ ПОРТФОЛИО О НАС ОТЗЫВЫ КОНТАКТЫ     **+380 63 43 17 726**
[Заказать звонок](#)

Наши клиенты

Упаковали 50+ брендов по различным видео





Закажите просчет

Мы создаём рекламные видеоролики с учетом особенностей Вашего бизнеса и современных трендов. Вместе продумываем концепцию и сделаем качественный ролик, который покажет Вашу компанию с наилучшей стороны.

[Оставить заявку](#)

“ПОД КЛЮЧ”

Реализация проектов “под ключ”

С НУЛЯ

Написание сценария с нуля

НА ВЧЕРА

Работаем с самыми срочными заказами

Рис. 2.5. Наши клиенты

Ці сторінки спрямовані на підвищення рівня довіри до студії та демонстрація своєї репутації. Далі розглянемо сторінки, які є більш цільовими для таргетованої реклами та для замовників, які мають конкретні питання стосовно послуг.

услуги портфолио о нас отзывы контакты +380 63 43 17 726
Заказать звонок

VFX / 2D / 3D анимация
Мы улаковали 50+ брендов по различным видео.

OVPROD

Просчитать стоимость

Ваше имя _____
+380 () _____

Отправить

Этапы производства

- Pre-production**
 - Создание пейтлайн
 - Создание сценария
 - Составление сметы
 - Раскадровка
- Production**
 - Режиссура
 - Keying
 - Modelling
 - Clean up
 - Съемка на Рир
 - Rigging
- Post-production**
 - Монтаж
 - Цветокоррекция
 - Эффекты

50+ Довольных клиентов 1.5k+ Реализованных проектов 7+ Лет работы в команде

Примеры анимаций

3D-ВИДЕО

2D-MOTION

ANIMATION

OVPROD



КОМАНДА

Профессионалы с опытом работы различного уровня проектами



ТЕХНИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Суперкомпьютеры для больших просчетов, съемка на кинокамеру с разрешением 6к, съемка на кран, съемка на стедикам.



НА ВЧЕРА

Работаем с самыми срочными заказами

BACKSTAGE



Свяжитесь с нами

Алексей

Номер телефона

+380 63 43 17 726

Электронная почта

ovprod1@gmail.com

Адрес

г. Киев ул. Иоанна Павла 4/6

Написать нам

Ваше имя

+380 (__) ____ - ____ - ____

Отправить

VPROD OVPROD

Давайте творить прямо сейчас вместе с нами!

+380 63 43 17 726
[Заказать звонок](#)

г. Киев, Украина
ovprod1@gmail.com



Рис.2.6. Пример экрана услуги

Тобто екран послуги (в даному проєкті 9 екранів послуг) мають таку структуру:

1. Цільовий блок (кнопка з цільовою дією, залишення заявки)

Цей блок реалізовано таким чином, щоб клієнт мав змогу залишити тільки необхідні дані для прорахунку, не витратити багато часу на сайті.

2. Етапи виробництва відео-ролику

Цей блок реалізовано табличкою для того, щоб потенційний клієнт одразу розумів через які етапи доведеться пройти для виробництва такого типу ролику (в даному випадку – анімаційного ролику).

3. Блок переваг

Цей блок є невеликим та демонструє основні переваги студії в цифрах. Цифри сприймаються людиною швидше та надають більше довіри ніж слова.

4. Приклади

В даному блоці представлені приклади роликів. На рис.2.6 це приклади анімацій. Трьох основних прикладів анімацій є цілком достатньо щоб клієнт ознайомився з професіоналізмом робітників та зміг швидко переглянути та прийняти рішення.

5. Блок переваг

Знову маємо блок переваг, який реалізовано інакше ніж у попередньому випадку. Він демонструє закриття потреб клієнта та «підштовхує» до замовлення.

6. Backstage

Backstage - дії, процеси, які не бачить глядач - "за лаштунками", "за сценою", "за кадром" (від англ. backstage - закулісся, закулісний, що знаходиться за лаштунками). Показані фото процесу роботи команди під час з`йомок.

7. Контакти

Завершальний блок з контактами та зворотнім зв`язком присутній на

кожній сторінці сайту.

Сторінка помилки має бути передбачена дизайнером на випадок не існуючої сторінки або проблем зі з'єднанням. Даний екран показано на рис.2.7.

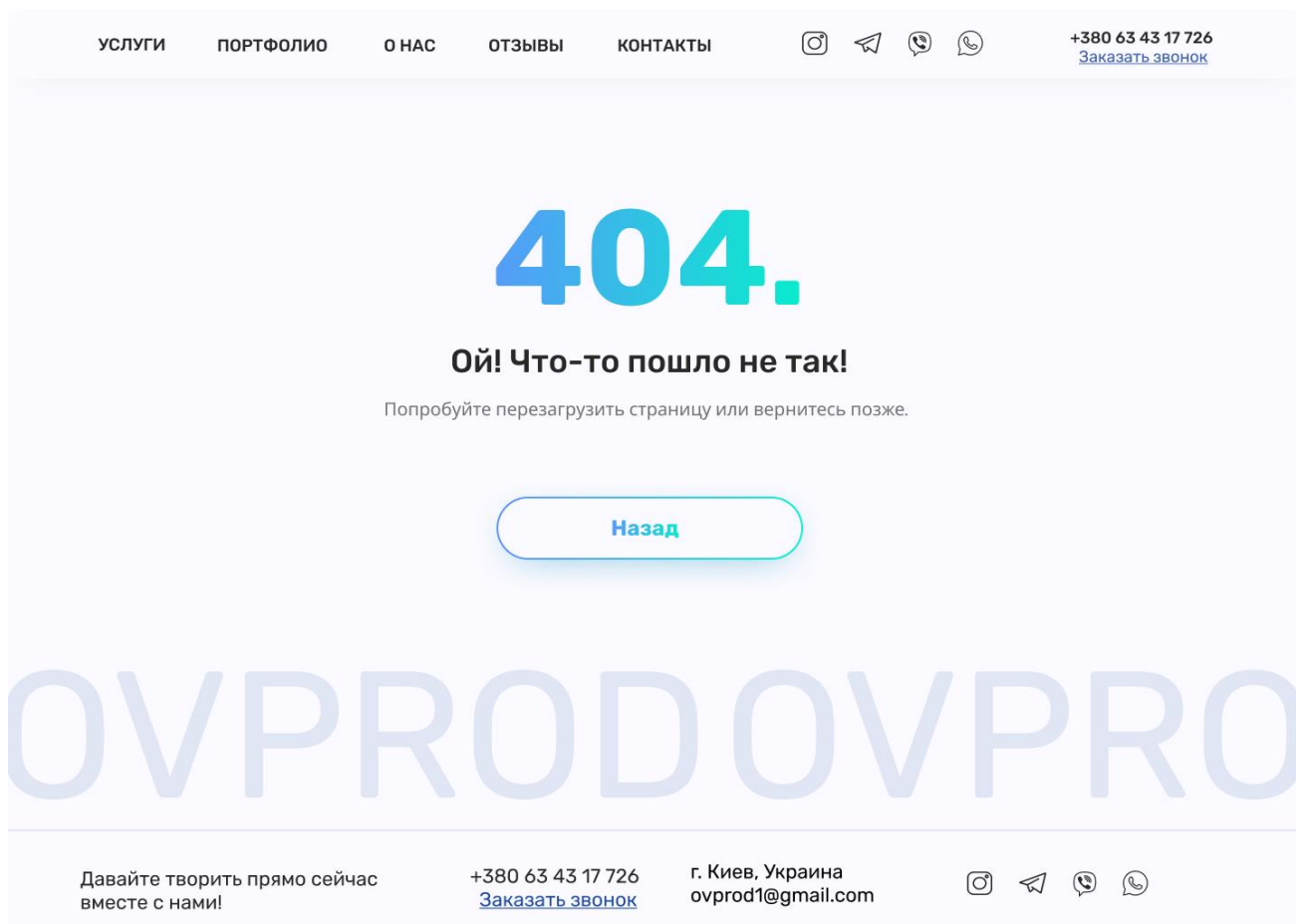
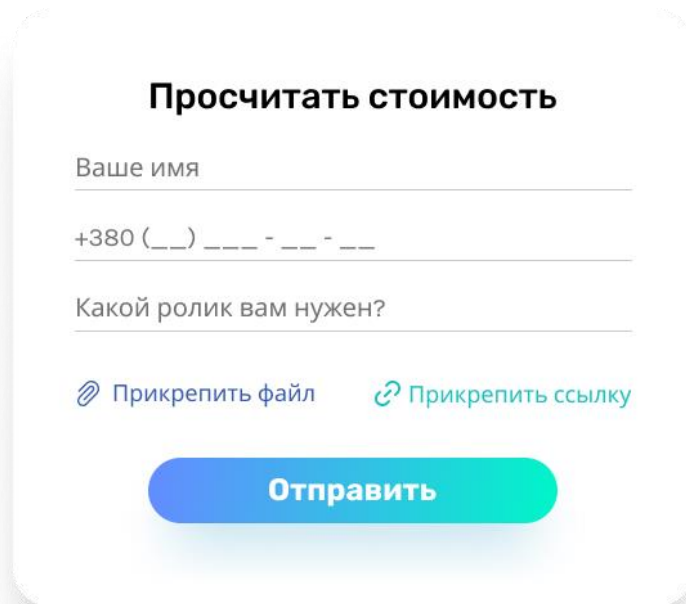


Рис.2.7. Экран помилки

Далі розглянемо впливаючі вікна запитів. Вони реалізовані дуже просто та таким чином, щоб користувач витрачав на них мінімум часу. Екрані запитів зображено на рис.2.8 та 2.9.



Просчитать стоимость

Ваше имя _____

+380 (__) ___ - ___ - ___ _____

Какой ролик вам нужен? _____

[Прикрепить файл](#) [Прикрепить ссылку](#)

Отправить

Рис.2.8. Экран заповнення заявки

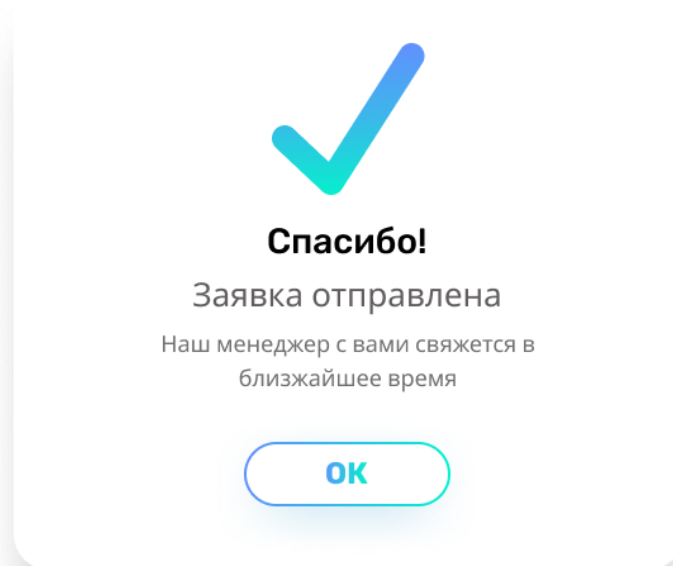


Рис.2.9. Экран «Заявка відправлена»

Наступним буде створення так званого паспорту корпоративних стандартів, тобто styleguide та мобільної версії прототипу. Розберемо основний стиль сайту, кольори та вибрані шрифти.

Основні кольори сайту – це градієнт з синього (628EFF) та бірюзового (00F5C9). Саме такі відтінки були обрані тому, що вони сприймаються людиною на підсвідомому рівні як спокій, стабільність та професіоналізм. Але бірюзовий є більш провокаційним та надає нотку креативу та творчості.

Протягом гортання сайту можна помітити написи «OVPROD», що означають назву продакшну – «OV» та «PROD» - продакшн. Ці стилістичні написи спрямовані на привертання уваги та запам'ятовування назви сайту у випадку, якщо клієнту потрібно буде повернутися на сайт. А також ця назва написана саме таким чином зі «рваними» закінченнями та початками також навмисно, як частина стилю та привертання уваги.

При створенні іконок та кнопок має бути добре визначено, що саме повинен донести той чи інший символ. Вибір правильних іконок має навіть більше значення ніж вибір палітри чи графіки. Використовуючи той чи інший символ необхідно переконатися, що в процесі експлуатації не виникне непорозуміння з цільовою аудиторією.

Форми роблять сайт інтерактивним, отже к вибору правильних форм також потрібно ставитися відповідально. В нашому дизайні акцент поставлено на округлі форми. Це зроблено також для надання людині відчуття надійності та дружелюбності.

Кнопки допоможе створити вже існуючий стиль, бо вони є поєднанням стилю та форм. У нас кнопки є основним акцентом, бо саме вони є закликком до дії та виділені градієнтом.

Відстань має бути також не довільна, а така, щоб око людини мало змогу вірно та легко сприйняти інформацію. Саме так розміщуються форми вводу інформації та відстань між блоками та текстами.

Colors

For primary button
#385CAD #0BEDCE

For graphics #385CAD For tag #AEEDFF For logo #E1EAF4 For substrates #C0CBE7 For elements #D7E1F8

Текст Заголовки #262626 Текст подзаголовки #707070

Фон 1 #FFFFFF Фон 2 #FAFAFF Подложки #F2F2F2

Typography

Заголовочный:
Rubik Medium

Текстовый:
Karla Regular

Buttons

Default Hover Pressed Disabled

Просчитать стоимость
Заказать звонок
Посмотреть больше проектов

Forms

Placeholder
Success
Focus
Error

Icons:

Default Hover Pressed Disabled

VFX / 2D / 3D анимация

Рис.2.10. Styleguide

Повний комплект прототипів інтерфейсу мобільного додатку для ОСББ можна оглянути в Додатку 3.

2.3. Розробка мобільної версії веб-сайту

Чому створення мобільної версії потрібно розглянути окремо? Бо близько 72% відсотки нашої цільової аудиторії віддають перевагу перегляду сайтів з мобільного телефону.

Наразі більшість населення України користуються більше мобільними додатками та мобільними версіями сайтів тому, що це є зручніше та швидше. А також великою перевагою мобільних версій є мобільність використання. Людина може переглянути наш сайт в метро, у черзі в магазині, стоячи в заторі або в будь-якому іншому місці, де немає можливості використання ноутбука чи ПК.

Тому задача розробки мобільної версії полягала в тому, щоб розробити її таким чином, щоб користування в будь-якій умовах та випадках життя було не менш зручним ніж веб-версія.

Основні аспекти адаптивного дизайну – це розміри елементів, зокрема кнопок, та зручність функціоналу.

Розміри кнопок та інших елементів повинні буди достатніми, щоб в умовах ходьби, «трясучки» в метро та інших людина змогла потрапити чітко на кнопку.

Функціонал має бути захований в меню, але повинен також легко и зрозуміло відкриватися и швидко переводити клієнта на необхідну сторінку.

Дизайн має відповідати вищеописаному Styleguide.

Розглянемо головний екран адаптивної версії дизайну.

OVPROD – это видеопродакшн

Реализуем вашу уникальную идею или создадим вместе, напишем сценарий, зарисуем раскадровку, продумаем все детали от концепции до конечного продукта

[Просчитать стоимость](#)

Наши последние работы

За нашей спиной более 300 удачных съёмок и проектов разных масштабов и мы умеем делать все качественно не смотря ни на что.

Схемы мастеров – Евгений Черняк

Эпизод 2

[Посмотреть на YouTube](#) [Интервью](#)

История открытия офиса SONMAX В КИТАЕ

[Посмотреть на YouTube](#) [Видеоблог](#)

О КОМПАНИИ SONMAX

[Посмотреть на YouTube](#) [Репортаж](#)

FRANCH.TV КАК МАСШТАБИРОВАТЬ СВОЙ БИЗНЕС С ПОМОЩЬЮ ФРАНШИЗЫ!

[Посмотреть на YouTube](#) [Промо-ролик](#)

СХЕМЫ МАСТЕРОВ АЛЕКСАНДР ПЕДАН

[Посмотреть на YouTube](#) [Промо-ролик](#)

ВИТАЛИИ АНТОНОВ

[Посмотреть на YouTube](#) [Промо-ролик](#)

[Посмотреть больше проектов](#)

OVPROD

50+ Деловых клиентов | 1,5k+ Реализованных проектов | 7+ Лет работы в команде

Наши клиенты
Упаковали 50+ брендов по различным видео

[Посмотреть больше клиентов](#)

OVPROD

Закажите прорчет

Мы создаём рекламные видеоролики с учетом особенностей Вашего бизнеса и современных трендов. Вместе продумаем концепцию и сделаем качественный ролик, который покажет Вашу компанию с наилучшей стороны.

[Оставить заявку](#)

“ПОД КЛЮЧ” | С НУЛЯ | НА ВЧЕРА

Услуги

Каждой современной компании нужен рекламный видеоролик, чтобы донести свой продукт до покупателя.

- VFX / 2D / 3D анимация
- Проекты Youtube, Instagram, Facebook
- Промо проекты
- Видеоклипы
- Съёмка с квадрокоптера
- Съёмка мероприятий

Почему нас выбирают?

Чтобы добиться качественного результата, вы должны понимать какой путь придется пройти

- 01 Подписание договора**
Утверждение бюджета и обсуждение деталей
- 02 Разработка сценария**
При необходимости мы разрабатываем детальный сценарий
- 03 Препродакшн**
Поиск локаций, режиссерский сценарий, работа с референсами
- 04 Продакшн**
Съемка, райдер, работа команды профессионалов
- 05 Пост-продакшн**
Черновой монтаж, чистовой монтаж, цветокоррекция, эффекты, саунд-дизайн
- 06 Сдача проекта**
Готовый ролик и довольный клиент

Наша команда

У каждого из нас за спиной более 7 лет работы в команде и мы готовы создать для вас незабываемые фото и видео

СЕРГЕЙ СТЕБЕКОВ
Креативный продюсер
Работал на "Украина онлайн" над проектами "Украина онлайн", "Полтавщина", "Сторонам" и другими. Специализируется на создании качественного контента для рекламных видеороликов.

АЛЕКСАНДР БУРКОВ
Телевизионный директор
Работал на МТС ТВ и телеканале "Украина онлайн". Специализируется на создании качественного контента. Знает все об отрасли и рынке.

Написать нам

Ваше имя

+380 () _____

[Отправить](#)

Свяжитесь с нами

Алексей

Номер телефона
+380 63 43 17 726

Электронная почта
ovprod@gmail.com

Адрес
г. Киев ул. Иоанна Павла 4/6

Дайте нам повод прийти вместе с нами
+380 63 43 17 726
ovprod@gmail.com
г. Киев, Украина

Рис.2.11. Адаптивна версія головної сторінки

На даній сторінці знаходиться також закріплене меню, на якому знаходиться дві основні кнопки: кнопка дзвінка та кнопка переходу в меню.

Кнопка меню переводить клієнта на загальне меню (рис. 2.12), а при натисканні на «Услуги» меню перетворюється в перелік послуг (рис.2.13). З цих послуг користувач може обрати бажану послугу та перейти на сторінку з нею.

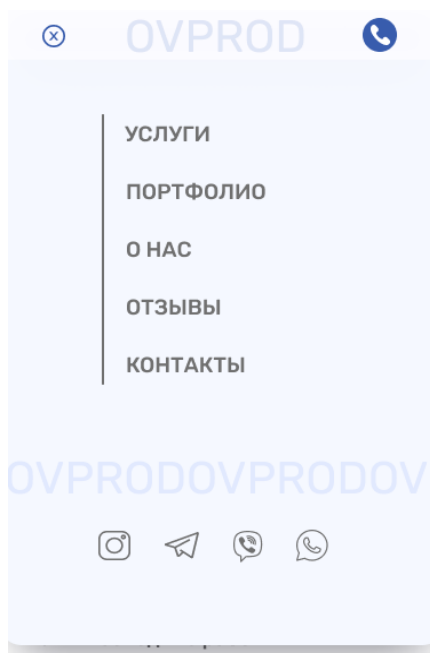


Рис.2.12. Мобільна версія меню

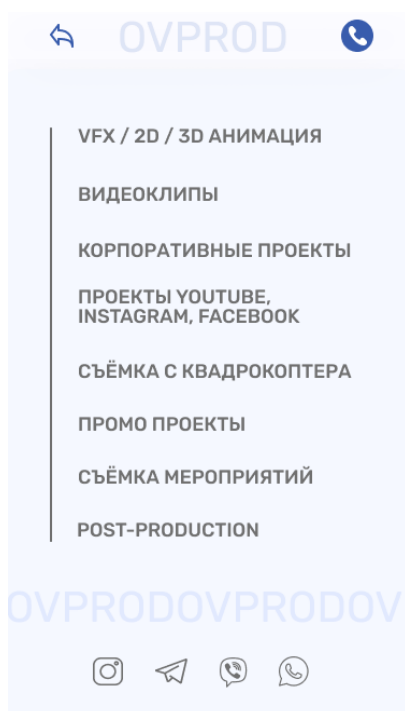


Рис.2.13. Мобільна версія меню послуг

Також розглянемо екран послуг на мобільній версії екрану.

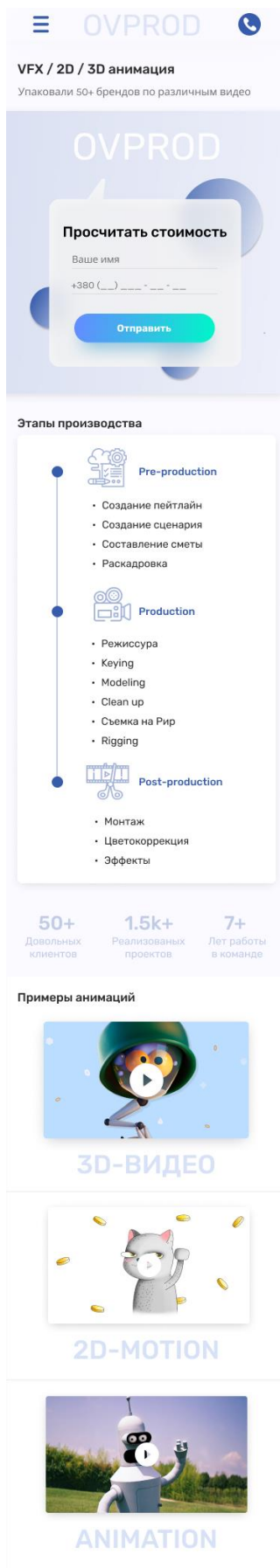


Рис.2.14. Мобільна версія послуги

Структура екранів така ж сама як і на веб-версії.

Коли прототип повністю готовий можна переходити до тестування веб-сайту та займатися його покращенням. В цій дипломній роботі представлені вже покращені та остаточні варіанти екранів.

РОЗДІЛ 3.ТЕСТУВАННЯ ІНТЕРФЕЙСУ ТА РЕЗУЛЬТАТИ ПРОВЕДЕНОЇ РОБОТИ

3.1. Тестування роботи прототипу

Зрозуміло, що забезпечення якості інтерфейсу вимагає контролю всіх вимірів і оцінок якості в життєвому циклі програмного продукту, див. рис. 3.1.

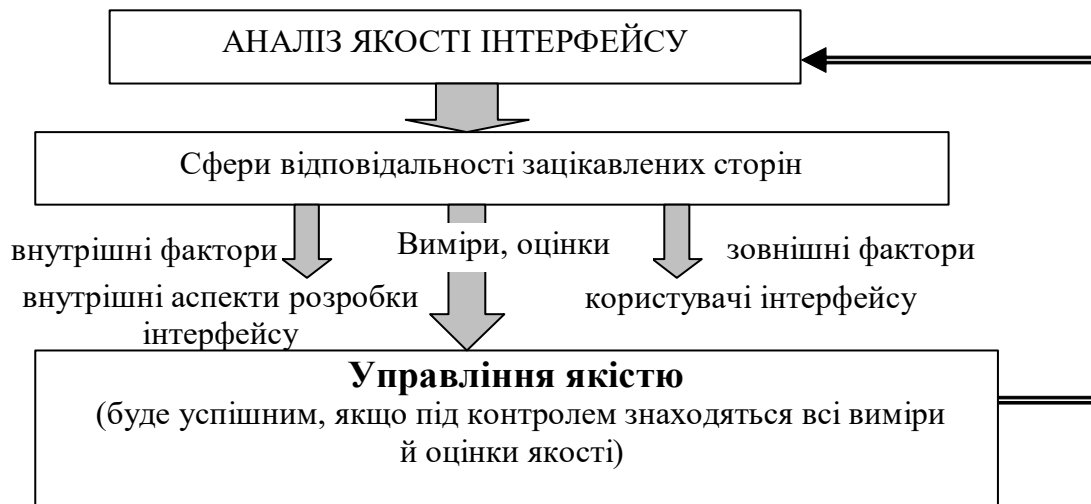


Рис. 3.1. Виміри і оцінки в контурі управління якістю інтерфейсу

Тестування прототипів складається з обміну прототипами з учасниками для перегляду на їхньому настільному чи мобільному пристрої, щоб оцінити життєздатність проекту під час циклу розробки.

Тестування краще проводити як тільки у з'явиться приблизний макет ідеї, а потім продовжувати тестування, коли є вже готовий прототип.

Кафедра КІТ (47)				НАУ 21.21.99.000 ПЗ			
Виконала	Ярославецва А.Д.			<i>3.ТЕСТУВАННЯ ІНТЕРФЕЙСУ ТА РЕЗУЛЬТАТИ ПРОВЕДЕНОЇ РОБОТИ</i>	Лім.	Арк.	Аркушів
Керівник	Віноградов М.А.				Д	40	6
Консульт.					УС-211М 122		
Н. Контр.	Райчев І.Е.						

Отримання відгуків користувачів на ранніх стадіях часто може допомогти забезпечити успішний запуск сайту або програми.

Прототип може варіюватися від статичного зображення до повністю функціонального тестового додатка/сайту, і ним потрібно буде поділитися з учасниками дослідження. Коли ваш прототип буде готовий, визначте, яка методологія дослідження буде найкращою для вашого дослідження.

Такі програми, як Vox, Dropbox і Google Drive, дозволяють ділитися статичними зображеннями. Щоб поділитися прототипами більш високої точності, можна використовувати такі програми, як InVision або інші інструменти.

Існує 5 наукових методів оцінки якості інтерфейсу програмного забезпечення:

1. Метод фокус-груп.

В основі цього методу є інтерв'ю, яке проводиться у групі. Фокус-група представляє собою 7-10 чоловік, які не знайомі та є потенціальними користувачами. За допомогою такого методу можна отримати достатньо глибинну інформацію про особливості поведінки кінцевих користувачів, хвилюючі проблеми та побажання.

2. Метод створення прототипу.

Мета такого методу – це визначення перспективності того чи іншого рішення та подальша реалізація найкращого.

3. Аналіз задач.

Метод складається з двох аспектів – виявлення конкретних задач, які користувач намагається виконати та наскільки ефективно він виконує ту чи іншу задачу за допомогою інтерфейсу. Для проведення тестування потрібно приблизно 7-12 зацікавлених осіб, тобто потенціальних клієнтів. В такому випадку буде виявлено близько 80% помилок та незручностей в інтерфейсі. У результаті такого тестування отримується звітність :

- a. Аналіз портрету користувача;
- b. Аналіз продуктивності роботи користувача;
- c. Оцінка загального рівня задоволеності користувачів;

- d. Найбільш часті зауваження від користувачів;
- e. Список пріоритетних проблем.

В даному дипломному проєкті використовувався саме цей метод оцінювання якості інтерфейсу.

4. Метод GOMS.

Цей метод дозволяє змоделювати виконання операцій користувачем та на основі цієї моделі зробити висновки стосовно якості інтерфейсу. GOMS - це аббревіатура від англійської Goals, Operators, Methods, and Selection Rules – Цілі, Оператори, Методи и Правила вибору.

5. Експертна оцінка.

Перед проведенням оцінки експерт створює список правил, які мають бути обов'язково дотримано. В процесі оцінки перевіряється наскільки інтерфейс задовольняє цьому списку.

Важливо також провести дослідження ризиків проєкту. Аналіз ризиків може проводитися якісним та кількісним видами. Якісний аналіз дає змогу оцінити межі, види та фактори ризиків, в той час як кількісний – розмір та число окремих ризиків та ризику проєкту в цілому.

Для того щоб знизити ймовірність ризиків існують такі методи:

1. Технічні методи (система протипожежного контролю, електронні розрахунки та інше);
2. Правові методи (страхування, гарантія, завдаток тощо);
3. Організаційно- економічні методи (заходи, направлені на попередження втрат від ризику у випадку виникнення несприятливих обставин)

Найбільш популярні є такі методики зниження ризиків:

1. Розподіл ризику між учасниками проєкту;
2. Страхування;
3. Резервування коштів на покриття непередбачуваних витрат;
4. Нейтралізація часткових ризиків;
5. Зниження ризику в плані фінансування.

Для дослідження якості додатку потрібно проаналізувати показник відмов (англ. Bounce rate) – це термін у веб-аналітиці, що показує відношення кількості відвідувачів та скачувань додатку в даному випадку до кількості реальних постійних користувачів. Цей показник можна вирахувати за формулою:

$$R_b = (T_v / T_e) * 100\% , \text{ де}$$

R_b - Показник відмов;

T_v – Кількість користувачів, які подивились тільки одну сторінку(кількість відмов);

T_e – Кількість переглядів.

Середнє значення показника відмов для додатку для ОСББ буде приблизно 50%, та цей показник буде на пряму залежати саме від якості інтерфейсу.

Тестування прототипів допомагає заощадити гроші та час, а також збільшити надійність додатку, тому що внести зміни в прототип легше та дешевше ніж коли продукт зверстаний та запрограмований. Якщо пропустити крок тестування прототипів, то це тестування зроблять вже користувачі додатку, та якщо під час дизайну були допущені помилки, то замість зручного додатку, який мав би полегшити управління багатоквартирним будинком, замовник отримає негативні відгуки та втрату можливого прибутку.

Найбільш точні результати тестування будуть якщо перевірка буде проводитися на достатньо деталізованих прототипах, а не на паперовій версії прототипу. Але однозначно зрозуміло, що випускати на ринок непротестований додаток не можна.

Результатом якісного тестування є перелік рекомендацій, в яких зазначається що і як потрібно змінити, щоб збільшити кількість постійних користувачів та продуктивність додатку.

Отже, розглянемо три етапи тестування інтерфейсу для його впровадження:

1. Формулювання цілей та задач.

Цей етап базується на первинних задачах та цілях, які були поставлені перед розробником, а також на визначенні проблеми, яку потрібно вирішити під час тестування.

2. Складання гіпотез.

Під час другого етапу перевірки робиться припущення про причини поведінки користувача та впливу на нього всіх елементів інтерфейсу. Під час тестування кожна гіпотеза перевіряється окремо.

3. Визначення виду та методики тестування.

Коли всі попередні етапи пройдені, гіпотези визначені необхідно визначити оптимальний тип та метод тестування та провести випробування за допомоги цільової аудиторії.

Існує два види тестування:

1. Якісні дослідження.

Якісне дослідження може бути використано у випадку коли необхідно зрозуміти мислення користувачів та отримати від них зворотній зв'язок про всі незручності інтерфейсу мобільного додатку.

2. Кількісні дослідження.

Таке дослідження потрібне, якщо необхідно знати час, витрачений на виконання операції, кількість кліків, зроблених для досягнення цілі та інше.

В даному проекті більш важливим було провести якісне дослідження за допомогою користувацьких сценаріїв та діаграм. В результаті тестування було знайдено помилки при проектуванні та виправлено їх.

3.2. Підходи для покращення інтерфейсу

На сьогоднішній день в Україні представники влади та крупних підприємств, а також власники малого та середнього бізнесу намагаються перенести частину своєї роботи в електронний формат, а більшість – переходять в онлайн-режим. Це пов'язано з тим, що інформаційні технології здатні

покращити ефективність роботи в декілька разів, а також поширити клієнтську базу та збільшити прибуток.

За наявності додаткового фінансування можливо розробити автоматичний прорахунок на сайті. Форма, яка при заповненні, буде вираховувати вартість з`йомки за введеними параметрами.

Також необхідно постійно слідкувати за роботою сайту та тестувати кожні нововведення.

При роботі з розробником необхідно зробити акцент на всі відстані, форми та анімацію. Анімація при такому типі сайту повинна бути легкою та ненав`язливою. Блоки повинні плавно з`являтися та переходити один від одного. Всі скроли та перегортання мають бути також органічними та простими. Під час розробки дизайнер завжди тримає зв`язок з front-end розробником.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження дає підстави для наступних висновків і пропозицій.

Досліджено проблемні питання цільової аудиторії.

Виявлено, що попередня версія сайту не давала необхідної конверсії тому, що проблеми цільової аудиторії не були вирішені. А саме: незрозуміла навігація, недостатньо інформації про послуги, мало інформації про переваги студії, неможливість залишити заявку або замовити дзвінок, недовіра через невдалий інтерфейс.

Вивчено закордонний досвід веб-сайтів відеопродакшн-студій.

В основному всі крупні студії використовують в своїх інтерфейсах велику кількість робіт та роблять акцент на імідж студії. Пішовши тим самим шляхом, було розроблено інтерфейс, першими блоками якого є роботи та, що не менш важливо, клієнти, з якими працювала студія.

Досліджено ринок ux-design в цілому та окремо відеопродакшн-студій.

Ринок дизайну на сьогодні стрімко розвивається, все більше стає правильних, з точки зору юзабіліті, сайтів та все більше компаній переходять з шаблонних сайтів на досліджені та розроблені індивідуально. Що стосується відеопродакшн-студій – в основному використовуються прості інтерфейси для швидкої взаємодії та продажу послуг.

Досліджено портрет майбутніх користувачів системи.

Як було зазначено раніше, користувачі розробленого інтерфейсу – це власники чи директори, бренд-менеджери компаній, які зацікавлені в рекламі продукту чи послуги. Також менеджери творчих напрямків (кліпи, кіно, серіали, тощо).

Аналіз характеристик майбутнього інтерфейсу показав, що вдала комбінація перерахованих атрибутів якості інтерфейсу дозволяє правильно та в короткі строки спроектувати зручний інтерфейс. Такий ринок має великий ресурсний потенціал. Проте слабких сторін та загроз теж немало. Реалізація більшості прогнозованих показників та запланованих проектів значною мірою залежить від узгоджених дій всіх учасників проекту. Виходячи з аналізу, проблемними питаннями є невикористання в повній мірі потенціалу консультацій з цільовою аудиторією у процесі планування створення проекту та в деяких випадках не деталізований прототип, що запобігає розумінню замовника всього проекту. Врегулювання таких питань потребує навчання у сфері модернізованого ux-design та маркетингу, а особливо інтернет-маркетингу.

Надано чіткий вигляд зрозумілого та зручного інтерфейсу.

Розроблений інтерфейс відповідає потребам бізнесу та надає максимально високі показники ефективності інтерфейсу. Такі як швидкість проходження сценаріїв та юзабіліті.

Оцінено та протестовано якість розробленого інтерфейсу.

Тестування показало, що розроблений інтерфейс відповідає поставленим цілям та закриває потреби цільової аудиторії. Такі як зручна навігація, отримання інформації про послуги та залишення заявки на прорахунок.

Запропоновано організаційні підходи щодо підвищення ефективності конверсії веб-сайту.

Запропоновано деякі ідеї покращення інтерфейсу в майбутньому за наявності додаткового фінансування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Юрченко К.Г. Роль підприємництва при впровадженні інновацій для розвитку регіонів України [Електронний ресурс] /К.Г. Юрченко: режим доступу: http://old2.niss.gov.ua/content/articles/files/1_Yurchenko-dc64e.pdf. (дата звернення 25.04.2020) – Назва з екрана.
2. Компанієць Н. Дослідження ринку предметного дизайну України /Н. Компанієць, Н. Сениця, В.Воробей.// Центр підтримки бізнесу у Львові оснований на базі агенція економічного розвитку PPV Knowledge Networks, 2017 р. – 44 с.
3. Кінг Д. Створення ефективного програмного забезпечення /Д. Кінг// М.: Світ, 1991. - 288 с.
4. Sorensen, K On the conversion of program specifications into pseudo code using Jackson structured programming/ Sorensen, K; Verelst, J// Journal of Computing and Information Technology, 9 (1): 71-80, doi: 10.2498 / cit.2001.01.06.
5. Кнут Д. Мистецтво програмування. 3-е изд. Т. 1. Основні алгоритми /Д. Кнут// - М.: Вільямс, 2017. - 720 с.
6. Кіріленко О. Методи оцінювання usability інтерфейсу користувача [Електронний ресурс] / О. Кіріленко, Ю. Кузнецова, Є. Соколова, Г.Фролова: режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/22778/1/34-Kirilenko-244-256.pdf> (дата звернення 16.05.2020) – Назва з екрана.
7. Moroz N.V. Principles of professional management of multiapartment buildings = Принципи професійного управління багатоквартирними будинками /N. V. Moroz, L. P. Bondarenko, O. M. Chubka // Наук. вісн. Полісся. - 2018. – 2 (ч. 1). - С. 150-156.
8. Гусева Т.А. Использование информационных технологий для повышения эффективности управления бизнес-процессами организации [Електронний ресурс] / Т.А. Гусева, Е.Г. Жигирева: режим доступу: <https://cyberleninka.ru> (дата звернення 16.05.2020) – Назва з екрана.
9. Myers, Glenford J. The art of software testing / Glenford J. Myers, Corey

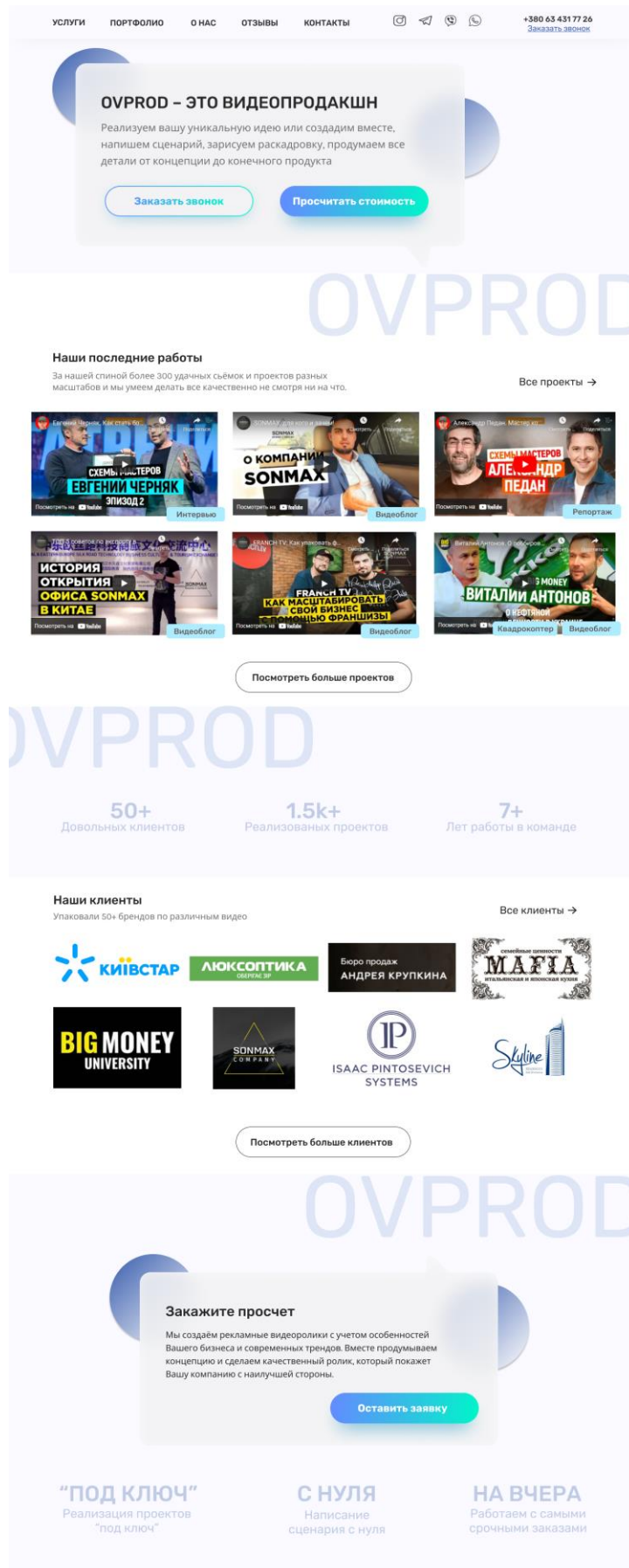
Sandler, Tom Badgett. — 3rd ed. - John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey, 2012. - 240 p.

10. Wiecezorek M. Systems and Software Quality: The next step for industrialisation. / Martin Wiecezorek, Diederik Vos, Heinz Bons - Springer-Verlag Berlin Heidelberg 2014. - 177 p.

11. Bird C. The Art and Science of Analyzing Software Data / Christian Bird, Tim Menzies, Thomas Zimmermann, Morgan Kaufmann, Waltham, MA 02451, 2015. - 660 p.

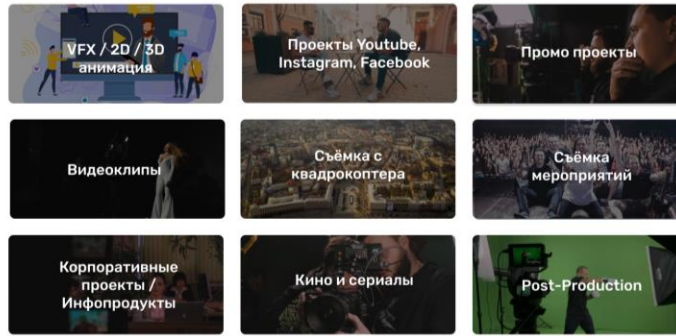
12. Roger Lee (Ed.). Software Engineering, Artificial Intelligence, Networking and Parallel/Distributed Computing. / Springer Nature Switzerland AG 2020. - 262 p.

13. Ajay Kumar Jena, Himansu Das, Durga Prasad Mohapatra. Automated Software Testing: Foundations, Applications and Challenges. / Springer Nature Singapore Pte Ltd. 2020. -165 p.



Услуги

Каждой современной компании нужен рекламный видеоролик, чтобы донести свой продукт до покупателя. Мы знаем как рассказать историю с помощью видео



OVPROD


Почему нас выбирают?

Чтобы добиться качественного результата, вы должны понимать какой путь придется пройти

- 01 Подписание договора**
Утверждение бюджета и обсуждение деталей
- 02 Разработка сценария**
При необходимости мы разрабатываем детальный сценарий
- 03 Препродакшн**
Поиск локаций, режиссерский сценарий, работа с референсами
- 04 Продакшн**
Съемка, райдер, работа команды профессионалов
- 05 Пост-продакшн**
Черновой монтаж, чистовой монтаж, цветокоррекция, эффекты, саунд-дизайн
- 06 Сдача проекта**
Готовый ролик и довольный клиент


Наша команда

У каждого из нас за спиной более 7 лет работы в команде и мы готовы создать для вас незабываемые фото и видео




СЕРГЕЙ СТЕБАКОВ
Креативный продюсер

Работал на "Первом канале" над легендарной "Время покажет". Полностью организует съемочный процесс: от поиска идеи до размещения видеоролика.



АЛЕКСАНДР БУРЯКОВ
Технический директор

Работал на Матч ТВ и телеканале Звезда. Технический специалист высокого класса. Знает все обо всем и даже больше.



МАРИЯ МИТЮРИНА
Сценарист

Придумает интересный сюжет и напишет сценарий.

Свяжитесь с нами

Алексей
Номер телефона
+380 63 43 17 726
Электронная почта
ovprod1@gmail.com
Адрес
г. Киев ул. Иоанна Павла 4/6

Написать нам

Ваше имя
+380 (__) ____ - ____ - ____

Отправить

VPROD OVPROD

Давайте творить прямо сейчас вместе с нами!

+380 63 43 17 726
[Заказать звонок](mailto:ovprod1@gmail.com)

г. Киев, Украина
ovprod1@gmail.com



VFX / 2D / 3D анимация

Видеоклипы

Корпоративные проекты

Проекты Youtube, Instagram, Facebook

Съёмка с квадрокоптера

Кино и сериалы

Промо проекты

Съёмка мероприятий

Post-Production

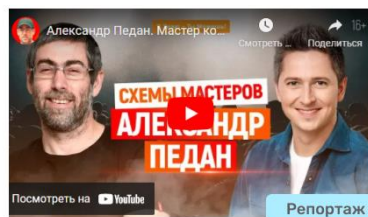
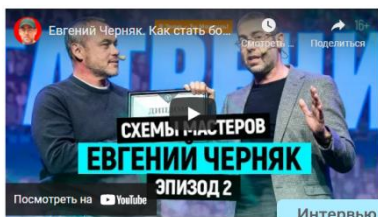
Реализуем вашу уникальную идею или создадим вместе, напишем сценарий, зарисуем раскадровку, продумаем все детали от концепции до конечного продукта

[Заказать звонок](#)[Просчитать стоимость](#)

OVPROD

Наши последние работы

За нашей спиной более 300 удачных съёмок и проектов разных масштабов и мы умеем делать все качественно не смотря ни на что.

[Все проекты →](#)[Посмотреть больше проектов](#)

OVPROD

50+
Довольных клиентов

1.5k+
Реализованных проектов

7+
Лет работы в команде

Наши клиенты

Упаковали 50+ брендов по различным видео



ЛЮКСОПТИКА
ОБЕРІТАЄ ЗІР

Бюро продаж
АНДРЕЯ КРУПКИНА



ЛЮКСОПТИКА
ОБЕРІТАЄ ЗІР

Бюро продаж
АНДРЕЯ КРУПКИНА



ЛЮКСОПТИКА
ОБЕРІТАЄ ЗІР

Бюро продаж
АНДРЕЯ КРУПКИНА



OVP

Закажите просчет

Мы создаём рекламные видеоролики с учетом особенностей Вашего бизнеса и современных трендов. Вместе продумываем концепцию и сделаем качественный ролик, который покажет Вашу компанию с наилучшей стороны.

[Оставить заявку](#)

“ПОД КЛЮЧ”

Реализация проектов
“под ключ”

С НУЛЯ

Написание
сценария с нуля

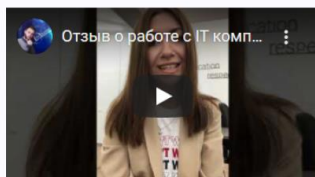
НА ВЧЕРА

Работаем с самыми
срочными заказами

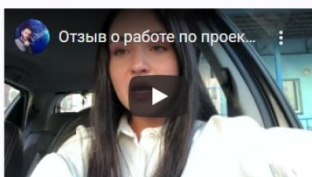
Видео-отзывы

Мы упаковали 50+ брендов по различным видео.

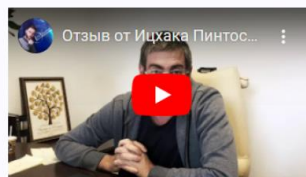
OVPROD



Елена Бабина - IT компания



Кристина Черныш - "Киевстар"



Александр Момедов - "Люксоптика"

Что про нас говорят?

Мы упаковали 50+ брендов по различным видео.



СЕРГЕЙ СТЕБАКОВ

Бренд-менеджер "Люксоптика"

Работал на "Первом канале" над передачей "Время покажет". Полностью организует съемочный процесс: от поиска идеи до размещения видеоролика.



Виктория Горда

Директор "Киевстар"

Работал на "Первом канале" над передачей "Время покажет". Полностью организует съемочный процесс: от поиска идеи до размещения видеоролика.



Илона Минова

Бренд-менеджер "Схемы мастеров"

Работал на "Первом канале" над передачей "Время покажет". Полностью организует съемочный процесс: от поиска идеи до размещения видеоролика.



Анна Борисова

Бренд-менеджер "Big Money"

Работал на "Первом канале" над передачей "Время покажет". Полностью организует съемочный процесс: от поиска идеи до размещения видеоролика.

OVPROD

Закажите прорсчет

Мы создаём рекламные видеоролики с учетом особенностей Вашего бизнеса и современных трендов. Вместе продумываем концепцию и сделаем качественный ролик, который покажет Вашу компанию с наилучшей стороны.

[Оставить заявку](#)

50+
Довольных клиентов

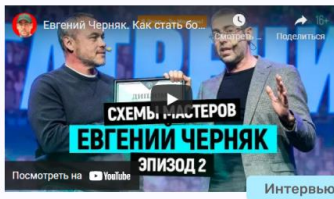
1.5k+
Реализованных проектов

7+
Лет работы в команде

Наши работы

За нашей спиной более 300 удачных съёмок и проектов разных масштабов и мы умеем делать все качественно не смотря ни на что.

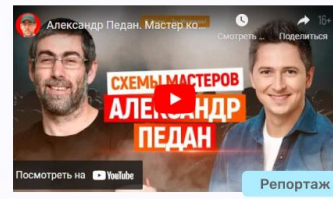
OVP



Схемы мастеров - Евгений Черняк



Sonmax - О компании



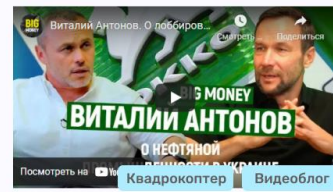
Схемы мастеров - Александр Педан



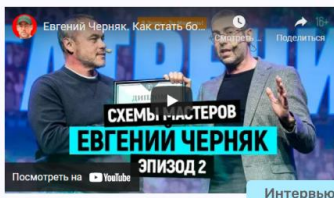
Схемы мастеров - Евгений Черняк



Sonmax - О компании



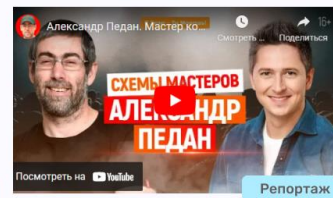
Схемы мастеров - Александр Педан



Схемы мастеров - Евгений Черняк



Sonmax - О компании



Схемы мастеров - Александр Педан



Схемы мастеров - Евгений Черняк



Sonmax - О компании



Схемы мастеров - Александр Педан

OVP

Закажите просчет

Мы создаём рекламные видеоролики с учетом особенностей Вашего бизнеса и современных трендов. Вместе продумываем концепцию и сделаем качественный ролик, который покажет Вашу компанию с наилучшей стороны.

Оставить заявку

“ПОД КЛЮЧ”

Реализация проектов “под ключ”

С НУЛЯ

Написание сценария с нуля

НА ВЧЕРА

Работаем с самыми срочными заказами



404.

Ой! Что-то пошло не так!

Попробуйте перезагрузить страницу или вернитесь позже.

[Назад](#)

OVPROD OVPROD

Давайте творить прямо сейчас
вместе с нами!

[+380 63 43 17 726](tel:+380634317726)
[Заказать звонок](#)

г. Киев, Украина
ovprod1@gmail.com



Видеоклипы

Мы упаковали 50+ брендов по различным видео.

OVPROD

Просчитать стоимость

Ваше имя

+380 () - - - - -

Отправить

Этапы производства



Pre-production

- Подписание договора
- Создание идеи клипа
- Создание сценария
- Подбор референсов
- Режесерский сценарий
- Просчёт полной сметы
- Подбор актеров и реквизита
- Арт департамент



Production

- Подбор техники
- Скаут локейшн
- Съёмка на кинокамеру Alexa Mini Blackmagik ursa, Blackmagik rocket cinema 6k
- Продюсирование видео (доведение до результата)
- Создание киношной картинки



Post-production

- Монтаж
- Цветокоррекция
- Графика

50+

Довольных клиентов

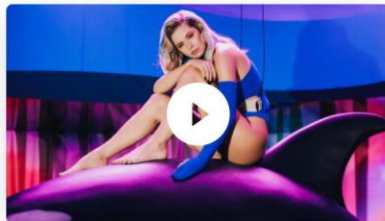
1.5k+

Реализованных проектов

7+

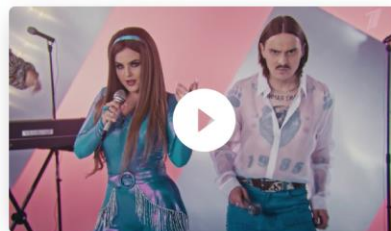
Лет работы в команде

Примеры клипов



КЛИП

КЛИП



КЛИП



OVPROD

Съемка с квадрокоптера

За спиной нашего пилота более 100 успешных проектов и отснято более 3000 кадров для различных продакшенов и телевидения.

OVP

Просчитать стоимость

Ваше имя

+380 () - - - - -

Отправить

Что мы предлагаем?

Аэросъемка мероприятий

Фото и видеосъемка объектов

Рекламные ролики

Видеоклипы



Презентации

Весь день съемок

Множество локаций

Получение материала сразу

50+
Довольных клиентов

1.5k+
Реализованных проектов

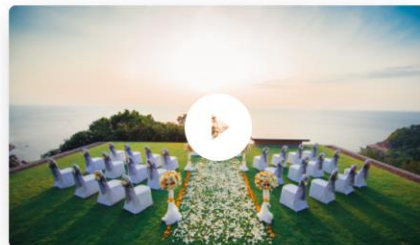
7+
Лет работы в команде

Примеры работ



ПЕЙЗАЖ

МЕРОПРИЯТИЕ



RACE NATION

Проекты Youtube, Instagram, Facebook

Мы упаковали 50+ брендов по различным видео.

OVPROD

Просчитать стоимость

Ваше имя

+380 () _____

Отправить

YouTube

Этапы производства



Pre-production

- Стратегия развития канала
- Создание сценария
- Анализ конкурентов
- Подбор формата
- Подбор локации



Production

- Съемка на кинокамеры
- Режиссура на съемочной площадке
- Схемы света
- Создание киношной картинки
- Запись качественного звука



Post-production

- Монтаж по сценарию
- Цветокоррекция
- Эффекты

50+

Довольных клиентов

1.5k+

Реализованных проектов

7+

Лет работы в команде

Примеры работ



ИНТЕРВЬЮ

ОБЗОР



РЕПОРТАЖ

ВЛОГ



ТИЗЕР

Промо-проекты

Мы упаковали 50+ брендов по различному видео.

OVP

Просчитать стоимость

Ваше имя

+380 () - - - - -

Отправить

Этапы производства



Pre-production

- Стратегия развития канала
- Создание сценария
- Анализ конкурентов
- Подбор формата
- Подбор локации



Production

- Съемка на кинокамеры
- Режиссура на съемочной площадке
- Схемы света
- Создание киношной картинки
- Запись качественного звука



Post-production

- Монтаж по сценарию
- Цветокоррекция
- Эффекты

50+
Довольных клиентов

1.5k+
Реализованных проектов

7+
Лет работы в команде

Примеры работ



ПРОМО

РЕКЛАМА



ОБЗОР

OVP

Post-production

Мы упаковали 50+ брендов по различным видео.

OVP

Просчитать стоимость

Ваше имя

+380 () _____

Отправить

Post-production

Монтаж

Цветокоррекция

Графика



50+

Довольных клиентов

1.5k+

Реализованных проектов

7+

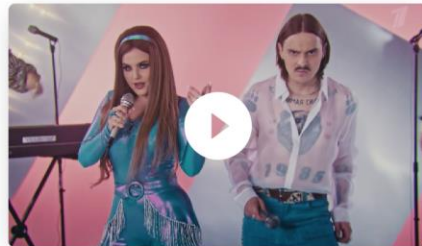
Лет работы в команде

Примеры работ



МОНТАЖ

ГРАФИКА



3D-ГРАФИКА



OVP





404.

Ой! Что-то пошло не так!

Попробуйте перезагрузить страницу или
вернитесь позже.

[Назад](#)

Давайте творить прямо сейчас вместе с нами!

+380 63 43 17 726

ovprod1@gmail.com

г. Киев, Украина



☰ OVPROD ☎


Съемка с квадрокоптера
За спиной нашего пилота более 100 успешных проектов и отснято более 3000 кадров для различных продакшенов и телевидения.

OVPROD

Просчитать стоимость

Ваше имя _____
+380 (____) _____

Отправить





Что мы предлагаем?


- Презентации
- Весь день съемок
- Множество локаций
- Получение материала сразу
- Аэросъемка мероприятий
- Фото и видеосъемка объектов
- Рекламные ролики
- Видеоклипы

50+ Довольных клиентов
1.5k+ Реализованных проектов
7+ Лет работы в команде

Примеры работ


ПЕЙЗАЖ


МЕРОПРИЯТИЕ


RACE NATION

☰
OVPROD
☎

Кино и сериалы
Упаковали 50+ брендов по различным видео

OVPROD

Просчитать стоимость

Ваше имя

+380 () - - - - -

Отправить

Этапы производства

Pre-production

- Подписание договора
- Создание идеи клипа
- Создание сценария
- Подбор референсов
- Режиссерский сценарий
- Просчёт полной сметы
- Подбор актёров и реквизита
- Арт департамент

Production

- Подбор техники
- Скаут локейшн
- Съёмка на кинокамеру Alexa Mini Blackmagic ursa, Blackmagic rocket cinema 6k
- Продюсирование видео
- Создание киношной картинки

Post-production

- Монтаж
- Цветокоррекция
- Графика

50+
Довольных клиентов

1.5k+
Реализованных проектов

7+
Лет работы в команде

Примеры работ

КОРОТКИЙ МЕТР

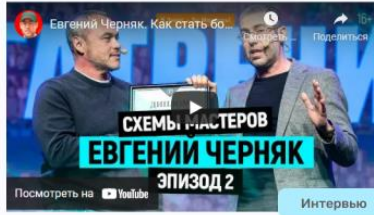
СОЦИАЛЬНЫЙ

КИНОРОЛИК



Наши работы

За нашей спиной более 300 удачных съёмок и проектов разных масштабов и мы умеем делать все качественно не смотря ни на что.



Схемы мастеров - Евгений Черняк



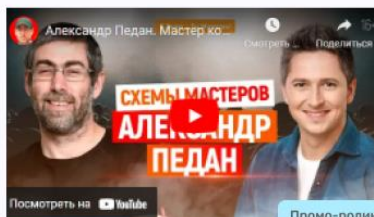
Sonmax - О компании



Sonmax - О компании



Схемы мастеров - Евгений Черняк



Sonmax - О компании



Схемы мастеров - Евгений Черняк

☰
OVPROD
☎

Post-production
Упаковали 50+ брендов по различному видео

OVPROD

Просчитать стоимость

Ваше имя _____

+380 () _____


Отправить

Post-production

Монтаж

Цветокоррекция

Графика




50+
Довольных клиентов


1.5k+
Реализованных проектов

7+
Лет работы в команде

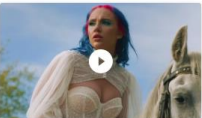
Примеры работ



МОНТАЖ




ГРАФИКА




3D-ГРАФИКА

OVPROD




КОМАНДА

Профессионалы с опытом работы различного уровня проектами



ТЕХНИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Суперкомпьютеры для больших просчетов, съемка на кинокамеру с разрешением 6k, съемка на кран, съемка на стедикам.



НА ВЧЕРА

Работаем с самыми срочными заказами

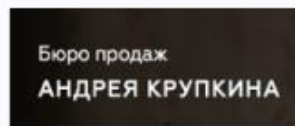


OVPROD



Наши клиенты

Упаковали 50+ брендов по различным видео



OVPROD

50+

Довольных
клиентов

1.5k+

Реализованных
проектов

7+

Лет работы
в команде

Просчитать стоимость

Ваше имя

+380 (__) ___ - __ - __

Какой ролик вам нужен?

Отправить



Спасибо!

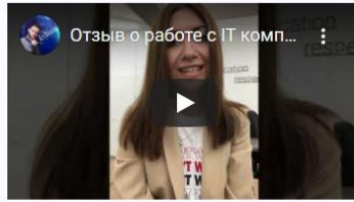
Заявка отправлена

Наш менеджер с вами свяжется в
ближайшее время

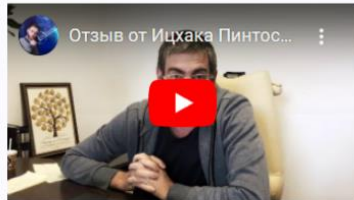
OK

Видео-отзывы

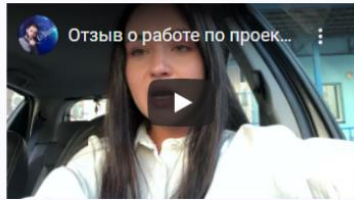
Мы упаковали 50+ брендов по различным видео.



Елена Бабина - IT компания



Александр Момедов - "Люксоптика"



Кристина Черныш - "Киевстар"

Что про нас говорят?

Мы упаковали 50+ брендов по различным видео.



СЕРГЕЙ СТЕБАКОВ
Бренд-менеджер "Люксоптика"

Работал на "Первом канале" над передачей "Время покажет". Полностью организует съемочный процесс: от поиска идеи до размещения видеоролика.



Виктория Горда
Директор "Киевстар"

Работал на "Первом канале" над передачей "Время покажет". Полностью организует съемочный процесс: от поиска идеи до размещения видеоролика.



Анна Борисова
Бренд-менеджер "Big Money"

Работал на "Первом канале" над передачей "Время покажет". Полностью организует съемочный процесс: от поиска идеи до размещения видеоролика.

OVPROD

50+
Довольных
клиентов

1.5k+
Реализованных
проектов

7+
Лет работы
в команде

Styleguide

Colors

For primary button: #585CAD, #09EDCE

For graphics: #585CAD

For tag: #AEEDFF

For logo: #E1E6F4

For substrates: #D0CBE7

For elements: #D7E1F8

Текст Заголовки: #282828

Текст подзаголовки: #707070

Фон 1: #FFFFFF

Фон 2: #F9FAFF

Подложки: #F2F2F2

Typography

Заголовочный: **Rubik Medium**

Текстовый: **Karla Regular**

Buttons

Default	Hover	Pressed	Disabled

Forms

Placeholder

Success

Focus

Error

Icons:

Default	Hover	Pressed	Disabled

