МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ Національний університет «Острозька академія» Навчально-науковий інститут інформаційних технологій та бізнесу Кафедра інформаційних технологій та аналітики даних

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавра

на тему: «Розробка комплексного дизайнерського рішення додатку професійної психологічної допомоги»

Виконала: студентка 4 курсу, групи КН-41 першого (бакалаврського) рівня вищої освіти спеціальності 122 Комп'ютерні науки освітньо-професійної програми «Комп'ютерні науки» Дячук Анастасія Валеріївна

Керівник: викладач кафедри інформаційних технологій та аналітики даних Місай Володимир Віталійович

Рецензент: Розробник програмного забезпечення в ТОВ ОБНОВА-ЄВРОШОП, викладач кафедри інформаційних технологій та аналітики даних НаУОА Шведюк Володимир Володимирович

РОБОТА ДОПУЩЕНА ДО ЗАХИСТУ

Завідувач кафедри інформаційних технологій та аналітики даних (проф., д.е.н. Кривицька О.Р.) Протокол №10 від 28 травня 2025 р.

Острог, 2025

АНОТАЦІЯ кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавра

Тема: «Розробка комплексного дизайнерського рішення додатку професійної психологічної допомоги»

Автор: Дячук Анастасія Валеріївна

Науковий керівник: викладач Місай Володимир Віталійович

Пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи: 54 с., 29 рис., 16 джерел.

Ключові слова: UX/UI дизайн, онлайн-платформа, психологічні консультації, дизайн інтерфейсу, Figma, User Flow, User Persona, User Journey Map, конкурентний аналіз, JTBD, мудборд, прототипування.

Короткий зміст праці:

У даній кваліфікаційній роботі представлено поетапний процес розробки UX/UI дизайну онлайн-платформи для надання психологічної допомоги. Основну увагу зосереджено на створенні інтуїтивно зрозумілого інтерфейсу, що відповідає потребам сучасних користувачів. Проведено аналіз конкурентів, дослідження потреб цільової аудиторії, розроблено User Personas, JTBD, User Journey Map та User Flow. Створено дизайн-концепцію платформи, яка враховує специфіку онлайн-консультацій та забезпечує зручну навігацію і доступ до ключових функцій. Під час реалізації проєкту використовувались інструменти Figma та FigJam, а результатом стала система прототипів, що відображає логіку користувацької взаємодії та функціональні особливості вебінтерфейсу.

ABSTRACT of the Bachelor's Qualification Thesis

Title: Development of a comprehensive design solution for a professional psychological assistance application

Author: Diachuk Anastasia

Scientific Supervisor: Lecturer Misai Volodymyr

Defended on "___" ____ 2025

Explanatory note to the qualification thesis: 54 pages, 29 illustrations, 16 references.

Keywords: UX/UI design, online platform, psychological consultations, interface design, Figma, User Flow, User Persona, User Journey Map, competitive analysis, JTBD, prototyping, wireframe.

Summary:

This qualification project presents a step-by-step process of UX/UI design development for an online platform offering psychological assistance. The main focus is on creating an intuitive interface that meets the needs of modern users. The work includes competitor analysis, user research, development of User Personas, JTBD, User Journey Map, and User Flow. A design concept has been developed that takes into account the specifics of online consultations and ensures easy navigation and access to key features. Tools such as Figma and FigJam were used during the project, resulting in a system of prototypes that reflect the logic of user interaction and the functional features of the web interface.

Зміст

ВСТУП	5
РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ІНТЕРФЕЙСУ ДОДАТКУ	
ПРОФЕСІЙНОЇ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ДОПОМОГИ	8
1.1. Постановка проблеми створення структури користувацького інтерфейсу	8
1.2. Аналіз та вибір інструментів для створення інтерфейсу	9
1.3. Аналіз аналогічних розробок	. 13
РОЗДІЛ ІІ. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙНУ ЛЕНДІНГУ	. 17
2.1. Збір референсів	. 17
2.2. Moodboard та концепція дизайну лендінгу	. 18
2.3. Розробка типографіки та кольорового рішення	.20
2.4. Створення дизайну хедера	. 22
2.5. Розробка основних секцій лендінгу	
2.6. Прототипування та інтерактивність	33
РОЗДІЛ III. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙНУ ОСОБИСТОГО КАБІНЕТУ	
3.1. Концепція дизайну особистого кабінету	. 38
3.2. JTBD для клієнта та психолога	. 40
3.3. Створення User Personas	. 42
3.4. Розробка User Journey Map	. 44
3.5. User Flow для клієнта та психолога	. 46
3.6. Дизайн екранів особистого кабінету	49
3.7. Адаптація дизайну	52
ВИСНОВКИ	. 54
Список використаних джерел	57

ВСТУП

Об'єктом дослідження є процес розробки UX/UI дизайну для платформи психологічної допомоги онлайн. Враховуючи постійно зростаючий попит на психологічні послуги, що надаються через інтернет, а також зручність отримання таких послуг у дистанційному форматі, дослідження цього напрямку набуває особливої актуальності. У сучасному світі, де темп життя часто не дозволяє людям знайти час для традиційних консультацій або звернення до психологів в офлайн-форматі, онлайн-платформи стають не лише зручними, а й необхідними. Завдяки їм люди можуть отримати психологічну допомогу в будь-який зручний час, не виходячи з дому, що значно розширює доступ до послуг і знижує бар'єри для тих, хто боїться або соромиться звертатися за підтримкою.

Метою роботи є створення зручної для користувача структури інтерфейсу платформи для отримання психологічних консультацій, а також розробка дизайну, що відповідатиме вимогам сучасних користувачів щодо функціональності та естетики. Дослідження включає в себе постановку проблеми створення структури користувацького інтерфейсу, аналіз та вибір інструментів для її створення, а також аналіз аналогічних розробок та конкурентів. Важливим етапом роботи стали пошук референсів, створення нового мудборду, а також розробка JTBD для клієнта та психолога, User Personas, User Journey Map i User Flow. Веб-сторінка повинна не лише відповідати технічним вимогам, але й сприяти формуванню довірчої атмосфери, що допоможе користувачам почуватися комфортно та безпечно під час процесу звернення за психологічною допомогою. Дизайн повинен забезпечити легкість у навігації, зрозумілість у представленні інформації та доступність усіх необхідних функцій. Окрему увагу приділено екранам таких сторінок, як Головна, Психологи та Налаштування. Важливим аспектом є також Календар, Чат. адаптивність дизайну, щоб платформа була зручною для користувачів на різних пристроях — від мобільних телефонів до десктопів.

Завданням роботи є створення інтуїтивно зрозумілого та функціонального інтерфейсу платформи психологічної допомоги онлайн. який дозволить користувачам легко знаходити необхідну інформацію та взаємодіяти з платформою. Особливу буде приділено створенню дизайн-рішень. увагу ЩО сприяють формуванню довірчої атмосфери та викликають позитивні емоції у користувачів, які звертаються за психологічною допомогою. Окрім того, важливим завданням є розробка ефективної навігаційної системи, що дозволить легко орієнтуватися на платформі та забезпечить доступ до всіх необхідних функцій, таких як запис на консультацію, ознайомлення з послугами платформи та іншою важливою інформацією. Важливим завданням є також продуманий візуальний стиль, що дозволить створити приємний для сприйняття інтерфейс, який сприятиме зниженню стресу і тривожності, що часто супроводжують процес звернення за психологічною допомогою.

Актуальність дослідження обумовлена необхідністю розвитку онлайн платформ, що надають психологічну підтримку, у відповідь на зростаючий попит у сучасному суспільстві швидкий, зручний i доступний на доступ ДО психотерапевтичних послуг. Враховуючи глобалізацію та постійний розвиток технологій, онлайн-платформи для отримання психологічної допомоги стають все більш затребуваними і популярними серед людей різних вікових категорій. Зокрема, важливим аспектом є те, що використання таких платформ дозволяє знизити бар'єри для людей, які хочуть отримати допомогу, але з якихось причин не можуть звернутися безпосередньо до психолога, зокрема через стигму, географічні обмеження чи обмежений доступ до послуг у їхньому регіоні.

У цьому контексті створення онлайн-платформ для психологічної підтримки допомагає зробити психоемоційну допомогу доступною для ширшого кола користувачів, незалежно від їхнього місця перебування, часу чи фінансових можливостей. Важливо зазначити, що доступність таких платформ дозволяє знизити фізичні та психологічні бар'єри, які можуть перешкоджати зверненню за допомогою. Це особливо актуально для людей, які не можуть дозволити собі регулярні офлайн-консультації або перебувають у віддалених регіонах, де є обмежена кількість кваліфікованих спеціалістів. Такий доступ до допомоги може бути критично важливим для тих, хто переживає стрес, психоемоційні розлади чи має труднощі з емоційним здоров'ям, а також для осіб, які бояться звертатися через стигму або соціальні бар'єри.

Таким чином, важливим є не лише функціональний аспект дизайну, що забезпечує зручність і ефективність взаємодії з платформою, а й створення довірчої атмосфери через дизайн, що викликає позитивні емоції і полегшує взаємодію з платформою. Веб-сторінка повинна бути не лише інтуїтивно зрозумілою і простішою для користувачів, а й психологічно комфортною. Це надзвичайно важливо, оскільки саме відчуття безпеки і підтримки визначає готовність людини скористатися послугами платформи та довіряти її фахівцям. Дизайн інтерфейсу має бути таким, щоб користувач почувався в безпеці та отримав необхідну допомогу в будь-який момент.

Створення зручного, простого та естетично приємного інтерфейсу, що відповідає вимогам сучасних користувачів, є ключовим для успішного впровадження платформи на ринку онлайн-послуг і забезпечення її конкурентоспроможності в умовах зростаючого попиту на психотерапевтичні послуги. Сучасний користувач очікує не тільки функціональності, але й високоякісного та ефективного інтерфейсу, який створює відчуття підтримки і безпеки. Тому кожен елемент інтерфейсу повинен бути ретельно продуманий не лише з точки зору функціональності, а й з урахуванням емоційного впливу на користувача, що сприятиме підвищенню популярності платформи серед клієнтів.

РОЗДІЛ І. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ІНТЕРФЕЙСУ ДОДАТКУ ПРОФЕСІЙНОЇ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ДОПОМОГИ

1.1. Постановка проблеми створення структури користувацького інтерфейсу

У сучасному світі, де цифрові технології стрімко розвиваються, створення онлайн-платформ для надання професійної психологічної допомоги стає надзвичайно важливим аспектом забезпечення доступу до підтримки людей, які потребують психологічної допомоги. Особливо в умовах, коли багато людей зазнають стресу, тривоги або інших психоемоційних проблем, можливість отримати консультацію без необхідності виходити з дому стає необхідністю. Проте, ефективність такої платформи залежить не тільки від її функціональності, але й від того, як зручно і комфортно користувачам взаємодіяти з інтерфейсом.

Створення структури користувацького інтерфейсу для онлайн-платформи психологічної допомоги є важливим завданням, яке включає не лише проектування зовнішнього вигляду вебсайту, але й продуману організацію навігації та взаємодії користувача з основними функціями сервісу. Враховуючи специфіку цільової аудиторії, дизайн інтерфейсу має бути таким, щоб створювати у користувачів відчуття безпеки, спокою і довіри. Це особливо важливо для людей, які можуть перебувати в емоційно напруженому стані, адже їх взаємодія з платформою повинна бути максимально комфортною і інтуїтивно зрозумілою.

Структура інтерфейсу повинна бути логічно організована, щоб користувач без зусиль міг знайти всю необхідну інформацію, а також виконати основні дії записатися на консультацію, ознайомитись з інформацією про психологів, переглянути відгуки чи отримати відповідь на питання. Важливим аспектом є продумана навігація, яка дозволяє без перешкод переміщатися між сторінками та функціями платформи. Кожен елемент інтерфейсу, від кнопок до розділів із текстовою інформацією, має бути зручним і не створювати додаткового навантаження на користувача. Не менш важливим є естетичний аспект, який включає вибір кольорової палітри та типографіки. Використання пастельних тонів і м'яких шрифтів допомагає створити атмосферу спокою і гармонії, що особливо важливо для людей, які звертаються за психологічною допомогою. Правильне використання простору, рівномірне розташування елементів на сторінці також сприяють покращенню досвіду користувача, дозволяючи не відволікатись від основної мети — отримання консультації.

Таким чином, постановка проблеми створення структури користувацького інтерфейсу полягає у необхідності розробки веб-платформи, яка буде одночасно функціональною, естетичною та зручною для користувачів. Врахування емоційних та психологічних потреб користувачів, правильна організація навігації та зручність візуального сприйняття платформи є основою для розробки успішного продукту, що забезпечить високий рівень користувацького досвіду та задоволення від використання онлайн-послуг психологічної допомоги.

1.2. Аналіз та вибір інструментів для створення інтерфейсу

Процес створення користувацького інтерфейсу вимагає використання спеціалізованих інструментів, які забезпечують ефективну розробку дизайну та можливість його тестування. Це є особливо важливим на етапі проєктування, коли кожна деталь дизайну впливає на зручність взаємодії користувача з інтерфейсом. Використання професійних програм дозволяє забезпечити високу якість роботи, оптимізувати витрати часу та ресурсів, а також мінімізувати ризики виникнення помилок. У цьому контексті важливо оцінити доступні програми з урахуванням їхніх переваг та обмежень, адже правильний вибір інструменту значною мірою визначає інтуїтивного успіх V створенні та естетично привабливого дизайну. Найпопулярнішими серед дизайнерів інструментами є Adobe Illustrator, Adobe Photoshop i Figma, які мають власні унікальні особливості, що роблять їх незамінними в різних аспектах роботи над графічними і користувацькими інтерфейсами.

Аdobe Illustrator є потужним редактором векторної графіки, який дозволяє створювати високоточні ілюстрації, логотипи, піктограми та інші графічні елементи. Його перевагою є велика кількість функцій для роботи з формами, шрифтами та кольорами, що робить його універсальним інструментом для художників, дизайнерів та ілюстраторів. Завдяки підтримці векторного формату користувачі можуть створювати зображення, які не втрачають якості під час масштабування, що є ключовим для розробки логотипів або графіки, яка використовується в різних розмірах. Однак, для розробки інтерфейсів цей інструмент менш зручний через відсутність функцій прототипування та обмежені можливості для командної роботи. Ці обмеження можуть стати значною перешкодою для дизайнерів, які працюють у командах або створюють інтерактивні елементи.

Крім того, Illustrator є відносно складним у вивченні для новачків, що може уповільнити процес адаптації до роботи з цим інструментом. Програма також вимагає потужного обладнання для плавної роботи, особливо при створенні складних і насичених деталями графічних об'єктів. Незважаючи на ці недоліки, Illustrator залишається одним із найкращих виборів для задач, пов'язаних із статичною графікою, і його часто використовують на ранніх етапах розробки дизайну, коли потрібно створити базові елементи, що стануть основою для майбутнього інтерфейсу.

Adobe Photoshop спеціалізується на редагуванні растрової графіки та створенні складних ілюстрацій. Цей інструмент добре підходить для створення детальних макетів, роботи з текстурами та ефектами. Завдяки широкому набору функцій Photoshop дозволяє обробляти зображення на професійному рівні, включаючи ретушування, кольорову корекцію та накладення ефектів. Проте, як і у випадку з Illustrator, Photoshop інструментів інтерактивного не має зручних для прототипування. Це обмежує його застосування у дизайні інтерфейсів, особливо коли йдеться про створення функціональних прототипів, які можна тестувати або демонструвати клієнтам.

Крім того, обидві програми — як Illustrator, так і Photoshop — є ресурсомісткими, що може ускладнити роботу на слабших пристроях. Це може створювати певний дискомфорт для дизайнерів, які працюють на ноутбуках або пристроях з обмеженими технічними характеристиками. Такий недолік стає особливо відчутним, коли потрібно обробляти проєкти з великою кількістю графічних елементів або високою роздільною здатністю. Тим не менш, Photoshop залишається універсальним інструментом для роботи з растровою графікою і часто використовується для задач, що вимагають високої деталізації або роботи з фотографіями.

Figma натомість представляє собою сучасний інструмент, орієнтований саме на дизайн інтерфейсів і прототипування. Основною перевагою Figma є її хмарний характер, що дозволяє працювати над проєктом у режимі реального часу, спільно з командою. Це особливо корисно для великих проєктів, де кілька дизайнерів або учасників працюють одночасно. Можливість бачити зміни в реальному часі та миттєво обговорювати їх через вбудований чат чи коментарі значно скорочує час на узгодження рішень і підвищує ефективність командної роботи.

Програма підтримує створення інтерактивних прототипів, що дає змогу тестувати функціональність інтерфейсу ще на етапі розробки. Це дозволяє виявляти проблеми в логіці взаємодії чи дизайні до того, як продукт перейде до стадії розробки. Інтуїтивний інтерфейс, доступність на різних платформах і легке управління компонентами роблять Figma оптимальним вибором для створення користувацького інтерфейсу. Крім того, Figma надає можливість створювати та використовувати бібліотеки компонентів, що забезпечує збереження стилістичної єдності у всіх частинах проєкту.

Ще однією значною перевагою Figma є її доступність. Оскільки програма працює у веб браузері, вона не вимагає встановлення програмного забезпечення і легко запускається на будь-якому пристрої, що має доступ до інтернету. Це робить Figma ідеальною для віддаленої роботи чи роботи в умовах обмежених технічних ресурсів. Окрім цього, Figma підтримує інтеграцію з багатьма іншими сервісами,

такими як Slack, Jira, та інструментами для розробників, що дозволяє дизайнерам синхронізувати свою роботу з іншими членами команди.

Порівнявши ці інструменти, я зупинила свій вибір на Figma, оскільки вона має ряд переваг, які ідеально відповідають потребам мого проєкту. Зокрема, можливість швидкого прототипування дозволяє створювати динамічні макети, які точно відображають майбутній продукт. Легкість редагування макетів дає змогу швидко адаптувати дизайн до змін у вимогах або побажаннях клієнта. Підтримка командної роботи забезпечує прозорість процесу розробки, а інтеграція з іншими сервісами значно спрощує спільну діяльність з іншими учасниками команди, включаючи розробників і тестувальників.

У процесі роботи над UX-частиною проєкту, зокрема під час створення JTBD, User Persona, User Journey Map та User Flow, я активно використовувала FigJam візуальний інструмент, інтегрований із Figma. Його перевагою є простота у створенні структурованих схем, таблиць та мап, що дозволяє швидко візуалізувати логіку користувацької взаємодії. За допомогою FigJam я створила зручне середовище для аналізу потреб користувачів — як клієнтів, так і психологів, що взаємодіють із системою. Такий підхід допоміг чітко сформувати функціональні сценарії використання додатку та закласти основу для інтуїтивного інтерфейсу. Крім того, можливість додавання коментарів, стікерів і векторних елементів у FigJam зробила роботу над UX більш наочною та зручною для подальшого узгодження рішень.

Окрім основних переваг, Figma має ще одну важливу властивість — можливість створювати документацію та гайдлайни безпосередньо в середовищі програми. Це полегшує передачу готового дизайну розробникам і мінімізує ризик неправильного трактування дизайнерських рішень. Завдяки всім цим можливостям, Figma стала ключовим інструментом у моїй роботі над створенням сучасного, інтуїтивно зрозумілого та функціонального інтерфейсу, що відповідає високим стандартам якості та зручності.

1.3. Аналіз аналогічних розробок

При розробці структури користувацького інтерфейсу для платформи професійної психологічної допомоги особливо важливо звертати увагу на вже існуючі подібні сервіси. Такий аналіз дозволяє не лише отримати розуміння тенденцій, які використовуються в галузі, а й уникнути можливих помилок, що можуть виникнути при створенні власного дизайну. Дослідження конкурентів також надає цінну інформацію про те, що саме відрізняє успішні платформи, і як можна адаптувати ці підходи до нових реалій. Для цього аналізу було обрано дві популярні платформи: BetterHelp та TalkSpace, які є одними з найбільших і найвідоміших у сфері онлайн-психологічної допомоги.

ВеtterHelp є однією з найбільших платформ для онлайн-психологічної допомоги, що надає консультації через текст, відео та аудіо. Вебсайт цієї платформи містить кілька важливих елементів, які я взяла за основу для свого дизайну. По-перше, на BetterHelp є окрема секція, що розповідає про саму платформу — її місію, цінності та принципи роботи. Цей розділ допомагає користувачам зрозуміти, чому вони мають довіряти саме цьому сервісу. Враховуючи це, я також додала подібний розділ в свій дизайн, який детально пояснює особливості функціонування моєї платформи. Такий підхід дозволяє користувачам отримати більше інформації про її надійність і якість послуг, що є особливо важливим у випадку з платформами для психологічної допомоги, де довіра є основною умовою для ефективної взаємодії.



Рис 1.1. Розділ з відгуками BetterHelp

Джерело: https://www.betterhelp.com/

Однією з особливостей BetterHelp є розділ відгуків користувачів. Вебсайт використовує не стандартні стрілки для перегортання відгуків, а крапки під картками, що є більш естетичним і зручним рішенням. Це дозволяє створити більш організований і сучасний вигляд. Я вирішила також використати цей дизайн для перегортання відгуків на своєму сайті, оскільки це спрощує навігацію і робить сайт більш приємним для користувача. Ще одним плюсом BetterHelp є наявність розділу з часто задаваними питаннями (FAQ), що дозволяє користувачам швидко отримати відповіді на основні питання. Цей блок також важливий для покращення користувацького досвіду і підвищення ефективності сервісу. Тому я додала подібний блок в свій дизайн, щоб користувачі мали можливість швидко знайти відповіді на питання, які можуть виникнути при користуванні платформою.

Проте, незважаючи на всі переваги, є і деякі мінуси у дизайні BetterHelp. Наприклад, використання темного зеленого кольору на фоні, на мою думку, створює відчуття «тиснення» для користувачів. Цей колір, хоча й додає контрастності та серйозності, не сприяє розслабленню, що є важливим у контексті психологічної допомоги, де атмосфера комфорту і спокою має першочергове значення. Враховуючи це, я вирішила використовувати більш м'які пастельні тони в своєму дизайні для створення атмосфери затишку та спокою, що сприятиме позитивному сприйняттю платформи користувачами.

TalkSpace, з іншого боку, має інший підхід до організації інтерфейсу. Однією з сильних сторін цієї платформи є зручна навігація за напрямами, з якими працюють психологи. Вебсайт містить кнопки, що дозволяють користувачам вибрати тип терапії чи проблему, з якою вони хочуть звернутися, що робить процес пошуку фахівця швидким і простим. Це рішення є дуже ефективним, оскільки воно дозволяє користувачам швидко орієнтуватися в великій кількості спеціалістів та послуг. Враховуючи це, я також реалізувала подібну функцію на своєму сайті, що дозволяє користувачам вибирати напрямки психологічної допомоги за допомогою кнопок, що робить процес пошуку ще більш зручним.

Meet the Talkspace			
licensed providers			
Our network of therapists and psychiatric providers have specialization in 150+ conditions, treatment approaches, and mental health needs.			
DEPRESSION RELATIONSHIPS ANXIETY & STRESS PARENTING LGBTQIA+ CHRONIC ILLNESS EATING DISORDERS OCD ANGER MANAGEMENT CHILDHOOD ABUSE MOOD DISORDERS TRAUMA & CRIEF LONELINESS FAMILY CONFLICT AND MORE			
Cet started			

Рис 1.2. Навігація за напрямами TalkSpace

Джерело: https://www.talkspace.com/

Ще однією перевагою TalkSpace є наявність розділу «Як працює платформа», де детально пояснюється, як проходить процес консультацій. Це додає користувачам впевненості у функціонуванні платформи і допомагає краще зрозуміти, як користуватися сервісом. Я також вирішила реалізувати такий блок у своєму дизайні, щоб забезпечити максимальну прозорість і зрозумілість для користувачів, що є важливим аспектом для довіри до онлайн-платформи.

Однак, як і у випадку з BetterHelp, дизайн TalkSpace також має деякі недоліки, які варто враховувати при розробці власного інтерфейсу. Одним із таких недоліків є використання темного кольору в оформленні, який на мою думку, може зробити інтерфейс менш приємним і інтуїтивно зрозумілим. Темні відтінки, хоча і можуть додавати певної серйозності та професіоналізму, іноді можуть викликати у користувачів відчуття тяжкості або обмеженості, що прямо контрастує з основною метою платформи — надання психологічної допомоги. Психологічна допомога передбачає не лише ефективні консультації, а й створення сприятливої, комфортної атмосфери, яка дозволяє користувачам відчути себе спокійно, зручно і безпечно. Відтак, використання темних кольорів може створювати певну напругу, яка суперечить основним завданням такого ресурсу, як платформа для психологічної допомоги.

У своєму дизайні я намагалась уникнути надмірно темних кольорів, віддаючи перевагу світлим та нейтральним відтінкам. Це дозволяє створити більш відкриту, легку і спокійну атмосферу, яка не лише сприяє комфортному взаємодії з платформою, а й підсилює відчуття довіри та безпеки у користувачів. Світлі тони допомагають підкреслити легкість і доступність сервісу, а також не навантажують сприйняття, що є важливим фактором у створенні успішного онлайн-ресурсу для надання психологічної допомоги. Додатково, такі кольори створюють візуальну гармонію і сприяють заспокоєнню, що має бути основним пріоритетом при розробці інтерфейсу для платформ такого типу.

Таким чином, після аналізу конкурентів, таких як BetterHelp і TalkSpace, я змогла виокремити кілька ефективних елементів, які буду використовувати у своєму дизайні. Вони включають зручну навігацію, чітке представлення інформації та прозорість у процесах, що дозволяє користувачам відчути себе впевнено. Однак я також враховую і недоліки цих платформ, особливо в частині використання кольорових схем та їх впливу на емоційний стан користувачів. Тому, у своєму проекті я прагну створити інтерфейс, який буде не тільки зручним і функціональним, але й естетично приємним, сприяючи позитивному сприйняттю і створенню комфортної атмосфери для користувачів.

РОЗДІЛ ІІ. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙНУ ЛЕНДІНГУ

2.1. Збір референсів

Першим етапом у процесі розробки структури користувацького інтерфейсу платформи професійної психологічної допомоги стало збирання референсів. Для цього я активно досліджувала роботи дизайнерів на різних платформах, таких як Awwwards, Dribbble, Behance, а також інші онлайн-ресурси, де публікуються проєкти кращих дизайнерів з усього світу. Однак, хоча ці ресурси надають чудові приклади інноваційних і естетичних рішень, я також зосередила свою увагу на аналізі вже існуючих сайтів, які надають психологічні послуги, щоб реалізувати дизайн, який буде не лише привабливим, але й функціональним і реалістичним для впровадження.

Основним завданням було створити інтерфейс, який поєднує естетику з практичною функціональністю. Тому я детально вивчала рішення, які використовуються на реальних платформах, зокрема на BetterHelp та TalkSpace, а також інших подібних сайтах. Моя увага була спрямована на те, як організовані блоки інформації, як користувачі взаємодіють з контентом, та які елементи інтерфейсу допомагають зробити процес взаємодії з платформою максимально зручним.

Я уважно аналізувала структуру навігації, розміщення основних елементів, таких як форма запису на консультацію, інформаційні секції про психологів, відгуки користувачів, часто задавані питання (FAQ), а також інші функціональні блоки. Враховуючи це, я обдумувала, як кожен з цих елементів можна реалізувати в своєму дизайні таким чином, щоб забезпечити максимальну зручність для користувачів і водночас зберегти простоту та інтуїтивну зрозумілість навігації.

Збір референсів дав мені змогу не лише надихнутися креативними ідеями, але й визначити ті елементи дизайну, які найкраще підходять для цілей цього проєкту, адаптуючи їх до вимог функціональності та естетики, важливих для платформи психологічної допомоги.

2.2. Moodboard та концепція дизайну лендінгу

Мооdboard (візуальна дошка настрою) — це інструмент, який дозволяє наочно сформулювати емоційне та стилістичне спрямування майбутнього дизайну. Він включає колаж із зображень, кольорових палітр, шрифтів, текстур та інших візуальних елементів, який допомагає наочно передати атмосферу й загальну стилістику майбутнього проєкту. Такий інструмент часто використовується на початкових етапах дизайну для формування єдиного візуального бачення та визначення напрямку роботи. Мооdboard слугує джерелом натхнення та базою для прийняття дизайнерських рішень, допомагає зосередитися на бажаному стилі та емоційному посилі, який має передавати продукт. Він також дозволяє раціонально підійти до вибору кольорів, композиції, типографіки та інших елементів, які забезпечують візуальну цілісність.

На основі обраних ідей та концепцій, які відповідали моєму баченню дизайну, я створила мудборд. Його головною метою було систематизувати референси, що допомогли б визначити загальний стиль, атмосферу та ключові візуальні акценти для платформи. Мудборд став своєрідним фундаментом, який дозволив зосередитися на конкретних рішеннях і забезпечити цілісність майбутнього дизайну.



Рис 2.1. Мудборд в проекті Figma

Джерело: розроблено автором.

До мудборду увійшли приклади оформлення окремих секцій із різних джерел, які привернули мою увагу своїм якісним виконанням. Особливо мене зацікавили кольорові рішення, які використовують спокійні пастельні тони та мінімалістичний стиль. Такий підхід до дизайну формує атмосферу довіри та спокою, що є важливим для платформи, орієнтованої на психологічну допомогу.

Я звертала увагу на проєкти, які акцентували не тільки на естетиці, а й на функціональності. Наприклад, зручна навігація, зрозуміле розташування блоків і візуальна ієрархія стали ключовими аспектами аналізу. Важливо було відібрати референси, які допомогли б створити інтерфейс, здатний забезпечити користувачам не лише емоційний комфорт, а й практичність у використанні.

Окрім загальної концепції, я зосередила увагу на специфічних деталях, які згодом планувала адаптувати до свого проєкту. Це включало оформлення карток, типографіку, іконки, стиль кнопок і загальну структуру секцій. Такі елементи дозволяють не лише зробити дизайн естетичним, а й інтуїтивно зрозумілим для користувачів.

Важливим результатом роботи над мудбордом стала не тільки структуризація ідей, а й формування дизайнерської «надивленості». Завдяки аналізу відібраних референсів я змогла чітко уявити, яким має бути майбутній проєкт. Наприклад, оформлення форм запису, блоків із відгуками чи розділів «Про платформу» отримали натхнення від кількох ідей, представлених на референсах.

Мудборд дозволив мені визначити головний настрій дизайну — легкість, простоту та професійність. Це дало змогу спрямувати подальшу роботу в рамках обраної концепції, зберігаючи баланс між естетикою і функціональністю. Такий підхід забезпечив цілісність і логіку всіх дизайнерських рішень, які я реалізувала на наступних етапах роботи.

2.3. Розробка типографіки та кольорового рішення

Одним із важливих етапів створення інтерфейсу було визначення типографіки та кольорової палітри, які є основою візуального стилю UI-дизайну. Завданням цього етапу було не лише створити естетично привабливий вигляд, а й забезпечити функціональність та комфортність сприйняття для користувача. Я прагнула втілити ідею лаконічності, мінімалізму, простоти та легкості, що відображає головну мету платформи — сприяти створенню довіри, емоційного комфорту та позитивного сприйняття з першого погляду.

Для досягнення цієї мети я обрала пастельну кольорову палітру, в якій домінує світло-блакитний відтінок. Цей колір асоціюється з надійністю, спокоєм і чистотою, що відповідає загальній ідеї психологічної підтримки. У палітру також увійшли бежевий, пом'якшений білий і темно-сірий відтінки. Такий підхід дозволяє зберегти баланс між контрастністю та м'якістю. Наприклад, чорний не використовувався в чистому вигляді, натомість застосовувався темно-сірий, щоб уникнути зайвої різкості. Білий колір також було злегка «пом'якшено» світло-блакитним відтінком, що створює цілісність із загальним стилем.



Рис 2.2. Кольорова палітра дизайну.

Джерело: розроблено автором.

Кольорова палітра була обрана з урахуванням принципів емоційного дизайну та психологічного впливу кольорів. Спокійні пастельні тони викликають у користувачів довіру та допомагають створити атмосферу спокою. Водночас я звернула особливу увагу на забезпечення контрастності, щоб усі текстові елементи залишалися легко зчитуваними, а користувачі могли зосередити увагу на інформації та функціоналі сайту, не відчуваючи втоми чи дискомфорту.



Рис 2.3. Стилі кольорів.

Джерело: розроблено автором.

Окрім кольорів, важливим елементом дизайну стала типографіка. Після аналізу кількох варіантів я зупинилася на шрифті Montserrat, який ідеально підходить для досягнення поставлених цілей. Цей шрифт має сучасний вигляд, без зайвої суворості, що робить його відповідним для створення довірливого зв'язку з аудиторією. Його плавні форми та відсутність засічок сприяють легкому читанню, а також гармонійно поєднуються зі спокійною кольоровою палітрою.

Окрім основного вибору, я працювала з варіативністю шрифту, використовуючи різні товщини для акцентування важливих елементів. Наприклад, заголовки та кнопки отримали більшу товщину, щоб привертати увагу, тоді як основний текст залишився легким і ненав'язливим. Завдяки широкому діапазону ваги шрифту Montserrat, він став оптимальним рішенням для гнучкого та адаптивного дизайну. Загалом обрані типографіка та кольорова палітра забезпечують гармонійний і функціональний вигляд платформи. Ці елементи допомагають користувачам не лише комфортно сприймати інформацію, але й залишають приємне враження від перебування на сайті. При цьому уникнуто створення надмірно яскравого чи агресивного візуального ефекту, адже платформа орієнтована на довготривалу взаємодію з користувачами.

2.4. Створення дизайну хедера

Наступним етапом у процесі розробки стало створення хедера, тобто першого екрану лендінгу — односторінкового вебсайту, який слугує ключовим засобом презентації продукту чи послуги. Лендінг має на меті привернути увагу користувача, коротко представити суть проєкту та спонукати до певної дії (наприклад, реєстрації чи звернення за допомогою). У цьому контексті саме хедер відіграє надзвичайно важливу роль: він є першим візуальним контактом користувача з платформою, формує загальне враження про ресурс, задає настрій сайту та виконує функцію навігаційного старту.

Тому під час проєктування хедера я прагнула організувати всю необхідну інформацію так, щоб вона була зрозумілою, привабливою і водночас не перенавантаженою зайвими елементами. Для структури хедера я обрала класичне розміщення елементів, яке забезпечує максимальну зручність для користувачів. У верхній частині я розмістила логотип платформи — впізнаваний елемент візуального стилю, що створює брендову ідентичність. Поруч із логотипом розташувалося навігаційне меню, яке включає такі розділи, як Головна, Про нас, Команда та Відгуки.



Рис 2.4. Оформлення хедеру.

Джерело: розроблено автором.

Розділи навігаційного меню:

Головна — це основна сторінка, яка містить основну інформацію про платформу. Кнопка дозволяє користувачеві швидко повернутися до стартового екрану незалежно від того, де він перебуває на сайті.

Про нас — цей розділ покликаний розкрити основну місію платформи, її цілі та цінності. Я включила цю кнопку, щоб створити довіру та прозорість для користувачів, адже важливо, щоб люди розуміли, з ким вони мають справу.

Команда — розділ, що знайомить користувачів із кваліфікованими спеціалістами. Це важливий елемент, адже користувачі мають змогу побачити реальних професіоналів, які працюють на платформі, що додатково викликає довіру та впевненість у якості послуг.

Відгуки — цей розділ містить відгуки реальних клієнтів платформи. Наявність такого розділу є важливим для створення соціального доказу ефективності роботи платформи. Користувачі можуть ознайомитися з досвідом інших людей, що сприяє прийняттю позитивного рішення.

Також у правому верхньому куті хедера я розмістила кнопку "Вхід". Її присутність дозволяє постійним користувачам швидко перейти до своїх облікових записів. Кнопка виділена, щоб легко привертати увагу, але водночас не дисонувати з загальним дизайном.

Центральна частина хедера

У центральній частині хедера я розташувала основний текст, що знайомить користувача з платформою. Основний заголовок "Ваш шлях до гармонії починається тут" займає домінуюче місце і формує позитивне перше враження. Це формулювання спрямоване на створення асоціації з турботою, гармонією та результативністю. Під заголовком розміщено короткий опис платформ: "Консультації психолога онлайн — швидко, зручно, ефективно". Цей текст є лаконічним і чітко відображає основні переваги платформи, без зайвих деталей.

Кнопка Call to Action (CTA)

Трохи нижче я розташувала головну кнопку СТА із закликом до дії: "Почати свій шлях до гармонії". Такий текст кнопки гармонійно співвідноситься із заголовком, підсилюючи його дію, та асоціюється із назвою платформи, роблячи меседж легко запам'ятовуваним. Кнопка виконана у пастельних тонах, але достатньо контрастна, щоб привертати увагу, не вибиваючись із загальної кольорової гами.

Увесь хедер побудований так, щоб створювати відчуття легкості та зручності. Завдяки чіткій структурі та плавним лініям користувачеві стає зрозуміло, як орієнтуватися на сторінці та які дії виконувати. Важливим було уникнути інформаційного шуму, залишаючи лише ключові елементи, які допоможуть користувачеві швидко знайти потрібну інформацію.

Дизайнерські рішення для візуального оформлення хедера

При розробці дизайну хедера я приділила значну увагу естетичній складовій, адже перший екран є обличчям сайту, і його оформлення має викликати довіру та

залишати приємне враження. Основним акцентом у цьому розділі стала гармонійність елементів, баланс між текстом, простором і кольоровою палітрою.

Для фону я використала світлий відтінок блакитного, який асоціюється зі спокоєм і довірою. Цей колір був обраний не випадково — він допомагає створити у користувача відчуття легкості й підтримки. Фон не перевантажений графічними елементами, щоб зберігати увагу на ключовій інформації. У поєднанні з пастельними відтінками інших кольорів хедер виглядає свіжо, сучасно й ненав'язливо.

Текстові елементи в хедері виконані шрифтом Montserrat, який був обраний за його естетичність і універсальність. Цей шрифт добре читається і чудово вписується в концепцію мінімалістичного дизайну. Для головного заголовка я обрала збільшений кегль із легким трекінгом (відстанню між літерами), щоб текст виглядав більш відкритим і впорядкованим. Додатковий опис був виконаний меншим кеглем, щоб забезпечити ієрархію тексту.

Навігаційне меню також оформлене шрифтом Montserrat, причому всі кнопки були вирівняні за одним рівнем, щоб створити відчуття структурованості та порядку. Колір шрифту був обраний темно-сірим замість чисто чорного, що додає м'якості та підкреслює загальну палітру сайту.

Розташування елементів у хедері

Для зручності користувачів усі елементи хедера були ретельно вирівняні та організовані в логічному порядку. Простір між секціями забезпечує візуальну легкість і допомагає уникнути перенасиченості. Головний заголовок розташований у центральній частині ліворуч, що відповідає класичній читацькій схемі: зліва направо, зверху вниз.

Значне місце відведено кнопці Call to Action, яка за своєю суттю є основним тригером для дій користувача. Її розташування у видимій зоні та контрастний дизайн забезпечують високу помітність.

Результати реалізації

Дизайн хедера відображає ідею лаконічності, функціональності та естетики. Він не лише приваблює користувача своїм виглядом, але й виконує ключову навігаційну функцію. Завдяки поєднанню продуманої структури, виваженої кольорової гами та інтерактивних елементів я створила перший екран, що є комфортним для сприйняття та ефективним з точки зору користувацького досвіду.

2.5. Розробка основних секцій лендінгу

Структура і значення інформаційного наповнення

Після створення хедера наступним завданням стала розробка основних секцій лендінгу. Цей етап вимагав детального продумування структури та змісту, адже головна сторінка повинна ефективно ознайомлювати користувача з платформою, її перевагами та функціоналом. Основна мета – представити інформацію таким чином, щоб вона була зрозумілою, логічно впорядкованою та легко сприймалася з першого погляду.

Першою секцією після хедера є розділ переваг платформи, який виконує одразу кілька функцій. По-перше, він допомагає користувачам відчути довіру до платформи, підкреслюючи її надійність і досвід. По-друге, ця секція ознайомлює відвідувачів з ключовими аспектами роботи сайту, щоб вони могли швидко оцінити його переваги.



Рис 2.5. Оформлення секції переваг платформи

Джерело: розроблено автором.

Опис секції переваг

Секція переваг була створена у формі трьох карток, кожна з яких містить одну важливу характеристику платформи. Наприклад:

"10 років досвіду" – демонстрація стабільності та професійності платформи.

"5000 проведених консультацій" – це показник активності та ефективності роботи.

"4000 задоволених клієнтів" – створює акцент на довірі й успішності співпраці.

Ці дані не лише надають користувачам уявлення про платформу, але й підкріплюють їх впевненість у виборі. Використання карток із чіткими іконками забезпечує легкість сприйняття інформації. Іконки були стилізовані під загальний дизайн сайту — із використанням блакитного відтінку як головного акцентного кольору. Це допомагає створити візуальну цілісність і робить секцію привабливою для користувачів.

Вибір карток як основного елементу пояснюється зручністю цього формату: він дозволяє представити важливу інформацію компактно, зберігаючи при цьому естетику та логіку подачі. Простір між картками забезпечує візуальний баланс, що відповідає мінімалістичному стилю платформи.

Секція з категоріями допомоги

Наступною йде секція "Оберіть категорію, з якою ми можемо вам допомогти". Це ключовий розділ, адже він демонструє широту можливостей платформи та її орієнтованість на вирішення різноманітних запитів користувачів. У цій секції були використані інтерактивні кнопки, кожна з яких відповідає певній категорії, наприклад: стрес, страхи, керування емоціями, прийняття змін, тривожність тощо.



Рис 2.6. Оформлення секції напрямків допомоги

Джерело: розроблено автором.

Розташування кнопок було продуманим: вони вирівняні за сіткою для зручного огляду та швидкого вибору. Такий формат створює враження структури й організованості, що сприяє формуванню довіри до платформи.

При виборі певної категорії система передбачає автоматичний підбір психологів, які спеціалізуються саме в цій галузі. Це підкреслює турботу платформи про індивідуальний підхід і значно спрощує навігацію для користувача.

У першій частині описаних секцій реалізовано основну функцію – створити позитивне перше враження про платформу та надати користувачеві відчуття впевненості в її можливостях. Наступні секції продовжують цю логіку, додаючи глибини та корисності інформаційному наповненню.

Секція з психологами

Одразу під секцією категорій розташовується розділ з картками психологів. Ця секція виконує важливу функцію персоналізації платформи, дозволяючи користувачам ближче познайомитися з фахівцями, які надають консультації. Головна мета цієї секції – створити відчуття доступності та професіоналізму, що є ключовим фактором у прийнятті рішення про вибір платформи для психологічної допомоги.

Рис 2.7. Оформлення секції з психологами

Джерело: розроблено автором.

Кожна картка містить основну інформацію про психолога:

Фото фахівця – створює візуальний контакт і сприяє формуванню довіри.

Ім'я – виділене жирним шрифтом, щоб користувач одразу міг запам'ятати спеціаліста.

Категорії роботи – короткий опис напрямків, у яких працює психолог, наприклад, тривожність, стрес або сімейна терапія.

Кнопка зі стрілкою – веде на окрему сторінку з повним описом досвіду, освіти та методів роботи фахівця.

Дизайн карток розроблений з урахуванням загального стилю сайту: використовуються заокруглені кути, що додають візуальної м'якості, а також пастельні кольори для фону й акцентів. Головний акцент робиться на фотографії психолога, оскільки вона є ключовим елементом, що допомагає користувачеві встановити візуальний зв'язок із фахівцем.

Картки організовані в компактній сітці, яка дозволяє одночасно переглянути кілька варіантів. Це створює зручність для користувачів, які можуть швидко знайти психолога, що відповідає їхнім запитам, або перейти до наступних сторінок списку, якщо необхідно розглянути більше варіантів.

Секція "З чого почати"

Ця секція має особливе значення, оскільки вона виконує роль навігації та пояснення алгоритму дій для нових користувачів. Зрозуміла і послідовна інструкція допомагає зняти будь-які сумніви чи страхи, пов'язані з початком роботи на платформі.

Рис 2.8. Оформлення секції з кроками

Джерело: розроблено автором.

Структура секції

Розділ "З чого почати" представлений у вигляді трьох карток, що зображають основні етапи:

Обрання психолога – перша картка пояснює, як користувач може знайти спеціаліста за напрямком чи категорією.

Бронювання часу – друга картка описує процес вибору зручного часу для консультації.

Консультація онлайн – третя картка пояснює, що користувач отримає повноцінну сесію з психологом у зручний для себе час.

Дизайн карток слідує загальному стилю сайту, але кожна з них має окрему іконку, що візуально підкреслює відповідний етап. Наприклад, піктограма календаря для бронювання часу або ноутбука для онлайн-консультації.

Використання таких візуальних елементів сприяє легшому сприйняттю інформації та дозволяє швидко зрозуміти, що від користувача очікується. Крім того,

кожна картка містить короткий текстовий опис, що допомагає уточнити деталі кожного кроку.

Ця секція додає платформі структурованості та функціональності, а також допомагає користувачам відчути впевненість у своїх діях, оскільки вони точно знають, що робити для початку співпраці з фахівцями.

Взаємозв'язок секцій

Обидві секції – як перелік психологів, так і інструкція з початку роботи – логічно доповнюють одна одну, створюючи безперервний потік взаємодії. Спочатку користувач отримує інформацію про можливі категорії допомоги, потім знайомиться з фахівцями, а далі отримує чіткі інструкції для початку співпраці. Це підвищує зручність користування платформою та знижує бар'єр для ухвалення рішення.

Секція з відгуками є важливим елементом лендінгу, адже вона демонструє реальний досвід користувачів, що підвищує довіру до платформи. Відгуки створюють соціальне підтвердження якості послуг, допомагаючи потенційним клієнтам прийняти рішення про співпрацю.

Рис 2.9. Оформлення секції відгуків

Джерело: розроблено автором.

Секція організована у вигляді карток, де розміщено ключові елементи: коментар клієнта, ім'я, фото та інформацію про психолога, з яким працював користувач. Така структура дозволяє потенційним клієнтам легко орієнтуватися у виборі фахівця, з яким вони хотіли б працювати. Для компактності основний текст обмежений кількома рядками, а детальніший перегляд доступний через кнопку "Читати повністю". Дизайн карток гармонійно доповнює загальний стиль сайту: заокруглені кути, пастельні кольори та іконки у вигляді лапок, що акцентують увагу динамічності на цитуванні. Для секції використовується горизонтальне прокручування із плавною анімацією, що привертає увагу без перевантаження інтерфейсу.

Секція FAQ (частих запитань) спрямована на швидке вирішення можливих сумнівів або питань користувачів, що економить час і підвищує комфорт взаємодії з платформою. Вона організована у вигляді інтерактивних кнопок із розкривним текстом.

FAQ	
Чи буде інформація про мої консультації конфіденційною?	~
Чи можна скасувати або перенести консультацію?	
Яка тривалість консультації?	
Що робити, якщо психолог мені не підходить?	
Переглянути всі питання	

Рис 2.10. Оформлення секції з питаннями

Джерело: розроблено автором.

Кожне запитання представлено в заголовку, а відповідь відкривається після натискання стрілки. Питання згруповані і вирівняні між собою за допомогою налаштувань автолеяута. Такий підхід дозволяє зручно орієнтуватися і швидко знаходити потрібну інформацію. Дизайн секції підтримує загальну стилістику сайту:

кнопки із заокругленими краями в пастельних тонах, стрілки, які змінюють вигляд після натискання, додають інтуїтивності та інтерактивності.

Завершальною частиною лендінгу є футер. Він виконує функцію підсумкового інформаційного блоку та містить логотип платформи, навігацію по сторінках ("Про нас", "Контакти", "Юридична інформація") і контакти із посиланнями на соцмережі.

Рис 2.11. Оформлення футера

Джерело: розроблено автором.

Футер вирізняється мінімалістичним дизайном: темний фон контрастує зі світлими пастельними кольорами тексту, що забезпечує його чіткість і гармонійність. Лаконічність і простота футера сприяють зручному завершенню взаємодії з сайтом, а також забезпечують доступність усієї необхідної інформації на будь-якому етапі користування платформою.

2.6. Прототипування та інтерактивність

Прототипування стало важливим етапом роботи над проектом, адже воно дозволяє створити інтерактивний досвід для користувачів і продемонструвати, як елементи дизайну будуть взаємодіяти в реальному часі. Мета цього етапу полягала у створенні візуально привабливого, функціонального та інтуїтивного дизайну, який залишатиме приємне враження у користувача. Усі основні компоненти сторінки — кнопки, картки, меню та секції — були перетворені у функціональні інтерактивні елементи з додаванням анімацій і переходів, які покращують сприйняття платформи.

На етапі створення компонентів для кожного елемента були реалізовані різні стани, як-от базовий, активний, при наведенні, що допомагає зробити дизайн динамічним і зрозумілим для користувачів. Наприклад, кнопки отримали зміну кольору і тінь при наведенні, а головна СТА-кнопка "Почати свій шлях до гармонії" має легке збільшення при натисканні, що підсилює емоційне бажання взаємодіяти з нею.

Рис 2.12. Фрейм з компонентами

Джерело: розроблено автором.

Картки, які використовувалися для представлення психологів, відгуків і кроків, також були оптимізовані. Кожна картка отримала анімацію тіні, що створює ефект підняття елемента при наведенні. Такий підхід додає дизайну об'єму та візуальної легкості. Для меню навігації додані стани зміни кольору тексту при наведенні, що забезпечує зрозумілість і видимість активних елементів.

Особливу увагу було приділено інтерактивності каруселей, які були реалізовані за допомогою компонента Carousel. Цей компонент дозволяє створити динамічну та зручну навігацію між картками або контентом, що значно покращує взаємодію користувача з сайтом. Каруселі забезпечують можливість перегортання елементів з плавними анімаціями, що створює приємне враження від користування

взаємодіяти обсягами інформації. дозволяє легко 3 великими Така та підвищує зручність та ефективність сайту, забезпечуючи функціональність швидкий доступ важливої інформації, користувачам до при цьому не перевантажуючи інтерфейс зайвими елементами.

Рис 2.13. Компонент секції з психологами

Джерело: розроблено автором.

У секції з психологами карусель дозволяє переглядати картки зі спеціалістами: на екрані одночасно видно три картки, між якими можна переміщатися за допомогою стрілок. Кожна картка змінює колір і отримує додаткову тінь при наведенні, що допомагає користувачеві легко сфокусуватися на виборі. Подібна функціональність використовується і в секції "Кроки", де три картки описують процес початку роботи з платформою.

Рис 2.14. Компонент з кроками

Джерело: розроблено автором.

Кожна картка доступна через інтерактивні кружечки, які символізують кроки. Навігація між ними інтуїтивна, що підвищує зручність користування.

Секція з відгуками клієнтів теж була інтерактивно вдосконалена. Картки з відгуками можна переглядати за допомогою стрілок.

Рис 2.15. Компонент з відгуками

Джерело: розроблено автором.

При наведенні на картку з'являється контур і легка тінь, яка створює відчуття, що картка "піднімається", привертаючи увагу. Це додає дизайну динамізму та допомагає зосередити увагу користувача на реальних відгуках. Ще однією важливою секцією стала FAQ, яка містить найпоширеніші запитання. Кожне питання реалізоване у вигляді кнопки зі стрілкою.

Рис 2.16. Компонент з відгуками

Джерело: розроблено автором.

Коли користувач натискає на стрілку, вона швидко прокручується, і відповідь розгортається. Якщо ж питання більше не актуальне, то при повторному натисканні відповідь оперативно згортається, що забезпечує зручну і зрозумілу взаємодію з інформацією.

Навіть футер отримав інтерактивність: текст, який виконує роль кнопок для переходу на зазначені сторінки, змінює колір при наведенні.

Також подібна функція була додана для іконок соціальних мереж, які змінюють колір при взаємодії.

Сторінки	Юридична інформація
	Політика конфіденційності
Головна	Правила користування сайтом
Команда	
Відгуки	

Рис 2.17. Анімація кнопки в футері

Джерело: розроблено автором.

РОЗДІЛ III. ПРАКТИЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ДИЗАЙНУ ОСОБИСТОГО КАБІНЕТУ

3.1. Концепція дизайну особистого кабінету

На основі обраних ідей та концепцій, які відповідали моєму баченню дизайну, я створила мудборд. Його головною метою було систематизувати референси, що допомогли б визначити загальний стиль, атмосферу та ключові візуальні акценти для платформи. Мудборд став своєрідним фундаментом, який дозволив зосередитися на рішеннях i забезпечити цілісність майбутнього Я конкретних дизайну. використовувала на ньому різноманітні кольорові палітри, текстури, шрифти, а також візуальні елементи, які створюють атмосферу спокою та довіри, що є важливим для платформи психологічної допомоги. Вибір кольорів і форм сприяє формуванню комфортного і безпечного середовища для користувачів, зокрема через поєднання холодних та теплих відтінків, що викликають почуття спокою та надійності.

Також на мудборді я розмістила приклади елементів інтерфейсу, які допомогли зобразити, як саме буде виглядати структура інтерфейсу, зокрема кнопки, іконки та блоки контенту. Це дозволило мені наглядно побачити, як обрані елементи поєднуються між собою і як вони впливають на загальний вигляд та відчуття від дизайну. Мудборд став корисним інструментом для того, щоб переглянути всі візуальні рішення в одному місці та забезпечити єдність стилю на всіх етапах розробки дизайну.

Завдяки створенню мудборду я змогла детальніше пропрацювати візуальні акценти та визначити, які елементи будуть основними для користувацького інтерфейсу платформи, щоб створити враження професіоналізму і комфортності для користувачів.

Рис 3.1. Мудборд в проекті Figma

Джерело: розроблено автором

До мудборду увійшли приклади оформлення окремих секцій із різних джерел, які привернули мою увагу своїм якісним виконанням. Особливо мене зацікавили кольорові рішення, які використовують спокійні пастельні тони та мінімалістичний стиль. Такий підхід до дизайну формує атмосферу довіри та спокою, що є важливим для платформи, орієнтованої на психологічну допомогу.

Я звертала увагу на проєкти, які акцентували не тільки на естетиці, а й на функціональності. Наприклад, зручна навігація, зрозуміле розташування блоків і візуальна ієрархія стали ключовими аспектами аналізу. Важливо було відібрати референси, які допомогли б створити інтерфейс, здатний забезпечити користувачам не лише емоційний комфорт, а й практичність у використанні.

Окрім загальної концепції, я зосередила увагу на специфічних деталях, які згодом планувала адаптувати до свого проєкту. Це включало оформлення карток, типографіку, іконки, стиль кнопок і загальну структуру секцій. Такі елементи дозволяють не лише зробити дизайн естетичним, а й інтуїтивно зрозумілим для користувачів.

Важливим результатом роботи над мудбордом стала не тільки структуризація ідей, а й формування дизайнерської «надивленості». Завдяки аналізу відібраних

референсів я змогла чітко уявити, яким має бути майбутній проєкт. Наприклад, оформлення форм запису, блоків із відгуками чи розділів «Про платформу» отримали натхнення від кількох ідей, представлених на референсах.

Мудборд дозволив мені визначити головний настрій дизайну — легкість, простоту та професійність. Це дало змогу спрямувати подальшу роботу в рамках обраної концепції, зберігаючи баланс між естетикою і функціональністю. Такий підхід забезпечив цілісність і логіку всіх дизайнерських рішень, які я реалізувала на наступних етапах роботи.

3.2. JTBD для клієнта та психолога

Методологія JTBD (Jobs To Be Done) — це підхід до вивчення поведінки користувачів, який фокусується не просто на тому, що люди роблять, а на тому, чому вони це роблять, які «роботи» (jobs) вони прагнуть «виконати» за допомогою певного продукту чи послуги. Інакше кажучи, замість запитання «Які функції має мати платформа?», метод JTBD ставить запитання: «Яку задачу користувач намагається вирішити за допомогою платформи?» або «Що змушує людину шукати рішення?».

Цей підхід дозволяє глибше зрозуміти реальні потреби, мотивації та обставини, що стоять за діями користувачів. JTBD допомагає виявити не лише функціональні цілі (наприклад, «знайти психолога»), а й емоційні та соціальні аспекти (наприклад, «відчути підтримку», «не боятися осуду» або «почуватися впевнено»). Завдяки цьому продукт або сервіс може краще відповідати очікуванням аудиторії, а дизайн — бути по-справжньому корисним та орієнтованим на людину.

Основні завдання клієнта, який звертається до онлайн-платформи психологічної допомоги, включають в себе кілька ключових аспектів. По-перше, для користувача важливо знайти безпечне та конфіденційне середовище для спілкування з психологом. Це включає в себе не тільки гарантію конфіденційності особистих даних, а й відчуття емоційної безпеки під час розмови, щоб клієнт міг вільно поділитися своїми переживаннями без страху осуду або стигматизації.

По-друге, клієнт бажає мати можливість швидко та зручно знайти підходящого психолога. Для цього платформа має надати чітку і зрозумілу систему фільтрів та категорій, що дозволить знайти спеціаліста, який відповідає конкретним вимогам (наприклад, за напрямком терапії, досвідом роботи, форматом консультацій). Процес запису на консультацію також має бути простим і зручним, щоб клієнт міг без зайвих складнощів вибрати час для консультації, не витрачаючи багато часу на пошук вільного місця.

Також важливим завданням є забезпечення клієнта всією необхідною інформацією про платформу та послуги, які вона пропонує. Клієнт має мати можливість швидко ознайомитися з типами доступних послуг, цінами, умовами консультацій, а також з відгуками інших користувачів, що дасть йому більше впевненості у правильності вибору.

Крім того, клієнт потребує доступу до особистого кабінету, де він може не тільки переглядати майбутні консультації та їх історію, а й зберігати корисні матеріали для самостійної роботи над своїм психоемоційним станом. Інтерфейс особистого кабінету має бути зручним, щоб клієнт міг легко знайти необхідну інформацію, а також бути доступним на різних пристроях, що дозволить звертатися до психолога з будь-якого місця та в будь-який час.

Нарешті, важливим завданням є забезпечення комфортного та зрозумілого інтерфейсу, який дозволяє клієнту зосередитися на головному — отриманні допомоги, без зайвих стресових факторів. Процес взаємодії з платформою має бути інтуїтивно зрозумілим, щоб клієнт відразу ж міг знайти необхідні функції та не витрачав час на навчання, як користуватися платформою.

Таким чином, JTBD для клієнта включає в себе цілу низку завдань, що допомагають створити платформу, яка буде не тільки зручна для використання, але й безпечна та емоційно комфортна для користувачів, що звертаються за психологічною допомогою. Визначення цих завдань стало основою для розробки інтерфейсу, який максимально відповідає потребам користувачів і забезпечує ефективну взаємодію з платформою.

Рис 3.2. JTBD для клієнта та психолога

Джерело: розроблено автором.

3.3. Створення User Personas

User Personas — це уявні, але добре обґрунтовані портрети користувачів, створені на основі досліджень, спостережень та аналітики. Вони уособлюють основні типи цільової аудиторії, з якими взаємодіє продукт, і включають типові цілі, мотивації, потреби, болі (pain points), поведінкові патерни, а також базову демографічну інформацію.

Мета створення персон полягає в тому, щоб краще зрозуміти, для кого саме розробляється інтерфейс, і на основі цього ухвалювати більш обґрунтовані дизайнерські рішення. Personas допомагають вийти за межі узагальненого уявлення про «середнього користувача» та зосередитися на конкретних сценаріях взаємодії з платформою. Це особливо актуально для сервісів у сфері психологічної допомоги, де важливу роль відіграють емоційні аспекти, рівень довіри, очікування від сервісу та зручність навігації.

Для розробки психологічної платформи я створила дві основні персоні: одна представляє клієнта, який звертається за психологічною допомогою, а інша психолога, який надає консультації. Ці персони базуються на ретельному дослідженні цільової аудиторії і описують не лише демографічні дані, а й глибше занурюються в мотивацію, проблеми, з якими стикаються користувачі, та функції, які вони очікують від платформи. Процес створення персон включає визначення таких характеристик, як вік, місце проживання, професія, рівень досвіду з онлайн-сервісами та основні потреби і бажання. Наприклад, клієнт, що шукає психологічну підтримку, може потребувати гнучкості в графіку консультацій через складний робочий розклад, а психолог, у свою чергу, може потребувати інструментів для зручного планування та ведення нотаток під час сесій. Важливими аспектами для обох персон є простота у використанні сервісу, безпека та конфіденційність, а також легкий доступ до історії консультацій.

Крім того, створення персон дозволяє зосередитися на больових точках, таких як труднощі з бронюванням консультацій, нестача інтегрованих інструментів для ведення нотаток або складнощі з організацією часу. Розуміння цих проблем допомагає визначити, які функції потрібно інтегрувати в платформу, щоб полегшити процес взаємодії з нею.

User Personas дають змогу створювати більш детальні й персоналізовані рішення, що відповідають конкретним потребам кожного типу користувача. Це дозволяє в процесі дизайну зберігати фокус на кінцевому результаті — створенні зручного і функціонального інтерфейсу, який відповідатиме вимогам різних користувачів. Крім того, персони допомагають забезпечити цілісність і узгодженість у рішень на всіх етапах проектування платформи, починаючи від навігації та структури контенту і до розробки конкретних інтерфейсних елементів.

Рис 3.3. User Personas

Джерело: розроблено автором

3.4. Розробка User Journey Map

User Journey Map (карта шляху користувача) — це візуальний інструмент, який дозволяє відобразити повний цикл взаємодії користувача з продуктом або сервісом, починаючи від першого знайомства до завершення цільової дії або повторного використання. Така карта допомагає глибше зрозуміти поведінку, мотивації, очікування та емоційні стани користувача на кожному з етапів цього шляху.

Основною метою створення User Journey Мар є виявлення сильних і слабких сторін взаємодії користувача з платформою, а також виявлення можливих точок фрустрації чи бар'єрів, які можуть заважати користувачу досягти бажаного результату. Вона також дає змогу побачити, які моменти потребують покращення, оптимізації або додаткової підтримки — як у візуальній, так і у функціональній частині інтерфейсу.

Під час розробки User Journey Мар я поділила процес на кілька основних етапів: усвідомлення, розгляд варіантів, реєстрація та бронювання, консультація та повторне використання. Кожен етап містить різні дії, цілі, думки та емоції користувача, що дозволяє зрозуміти, на яких моментах можна покращити досвід і зробити взаємодію з платформою ще зручнішою.

На етапі усвідомлення користувач лише знайомиться з платформою. Це момент, коли потрібно викликати довіру та інтерес, адже користувач ще не знає, чи варто йому користуватися саме цією послугою. На етапі розгляду варіантів користувач шукає інформацію, порівнює різні платформи та сервіси, щоб обрати найбільш підходящий. Тут важливо чітко донести переваги платформи, що може вплинути на остаточне рішення.

Етап реєстрації та бронювання є важливим для подальшого розвитку взаємодії з платформою. Користувач повинен мати можливість легко зареєструватися, створити обліковий запис, вибрати психолога та забронювати зручний час для консультації. Це має бути простим і зручним процесом, без зайвих ускладнень. На етапі консультації важливо забезпечити безперебійне функціонування всіх інструментів платформи, таких як чат, відеозв'язок та доступ до матеріалів, щоб користувач міг зосередитися на самому процесі консультації, не відволікаючись на технічні питання.

Повторне використання — це етап, на якому користувач повертається до платформи для нових консультацій або інших послуг. Тут важливо забезпечити зручність планування наступних сесій, доступ до історії консультацій та можливість додавати нотатки. Для клієнта це етап, коли він оцінює користь від попередніх консультацій і вирішує, чи хоче він продовжити користуватися платформою в майбутньому.

Кожен етап був проаналізований з точки зору емоцій та думок користувача, для чого я використовувала емодзі, щоб візуалізувати, як може почуватися користувач на кожному етапі. Це допомогло краще зрозуміти, де користувач може відчути незручність, сумнів або навпаки, задоволення від зручності платформи. Крім того, для кожного етапу було визначено можливі перешкоди, такі як технічні проблеми, складна навігація або недостатня інформація, які можуть вплинути на досвід користувача. Крім цього, я виділила можливості для покращення взаємодії на кожному етапі. Наприклад, можна додати можливість збереження нотаток або історії консультацій, полегшити процес бронювання та зробити інтерфейс ще більш інтуїтивно зрозумілим. Аналізуючи ці аспекти, я змогла визначити ключові точки, де можна значно покращити досвід користувачів, щоб вони залишалися задоволені і готові повертатися до платформи знову.

Створення User Journey Мар дозволило глибше зрозуміти шлях користувача, побачити його емоції, цілі та перешкоди, що допомогло зосередитися на важливих аспектах користувацького досвіду і зробити платформу більш зручною та ефективною для кінцевих користувачів.

Рис 3.4. User Journey map

Джерело: розроблено автором.

3.5. User Flow для клієнта та психолога

User Flow (потік користувача) — це візуальне представлення логічного маршруту, яким користувач проходить через інтерфейс цифрового продукту, виконуючи певні завдання або досягаючи конкретної мети. Інакше кажучи, це схема, яка показує, як користувач рухається від точки входу на платформу до бажаного

результату — наприклад, реєстрації, запису на сесію чи перегляду профілю психолога.

Основна мета створення User Flow — забезпечити зручний, логічний і інтуїтивний шлях для кожного типу користувачів. У випадку платформи психологічної допомоги, це означає, що як клієнт, так і психолог повинні легко орієнтуватися в інтерфейсі, швидко знаходити потрібні функції та досягати своїх цілей без плутанини, зайвих дій чи технічних бар'єрів.

Для кожної категорії користувачів розробляється окремий потік, оскільки їх потреби, цілі та взаємодія з платформою суттєво відрізняються.

User Flow для клієнта:

Початковим етапом для клієнта є вхід на платформу. Тут користувач має можливість ознайомитись з послугами, переглянути психологів, дізнатися більше про платформу. Після цього наступним кроком є реєстрація або вхід у обліковий запис. Клієнт може створити акаунт, заповнивши базову інформацію, або ж увійти, якщо вже є зареєстрований користувач.

Далі клієнт потрапляє на головну сторінку, де йому надається можливість вибору психолога (з фільтрацією за спеціалізацією, досвідом, оцінками тощо), а також зручного для нього графіка для бронювання консультації. Клієнт може обрати час та формат консультації (онлайн/офлайн), після чого переходить до процесу бронювання.

Після підтвердження бронювання клієнт потрапляє на сторінку з інформацією про свою консультацію та має можливість переглядати історію консультацій або зв'язуватись з психологом у чаті для уточнень між сесіями.

На етапі після консультації клієнт може оцінити сесію та залишити відгук (якщо така функція передбачена), а також запланувати наступну консультацію, використовуючи календар або записати нотатки.

User Flow для психолога:

Для психолога процес починається з реєстрації на платформі. Психолог заповнює профіль, вказує свою спеціалізацію, досвід, доступність для консультацій та іншу інформацію, що допоможе клієнтам обрати його серед інших психологів.

Після цього психолог потрапляє в особистий кабінет, де він має доступ до календаря прийомів, де може виставити доступні години для консультацій, а також переглядати вже заброньовані сеанси. Якщо психолог бере участь у чатах з клієнтами, він також може мати вхід до чату для відповіді на питання між сесіями.

Крім того, психолог має можливість вести нотатки під час сесій або після них, а також переглядати історію консультацій для кожного клієнта, щоб відслідковувати прогрес і потреби. Наприкінці кожної консультації психолог може обрати варіант для планування наступної сесії або просто завершити поточну консультацію.

Основні етапи та взаємодія між клієнтом і психологом:

Клієнт і психолог можуть взаємодіяти через чат, спільно працюючи над питаннями, які виникають між консультаціями. Психолог може організовувати консультації, а клієнт має можливість обрати найбільш зручний для нього час і формат. Потік клієнта більш орієнтований на взаємодію з платформою для запису на консультації, доступу до історії сеансів та спілкування з психологом. Психолог, у свою чергу, зосереджений на організації прийомів, комунікації з клієнтами та веденні нотаток.

Таким чином, розробка User Flow для кожної групи користувачів допомогла визначити та оптимізувати ключові етапи взаємодії з платформою, що значно спрощує процеси для обох сторін, роблячи їх зручними та інтуїтивно зрозумілими.

Рис 3.5. User Journey map

Джерело: розроблено автором.

3.6. Дизайн екранів особистого кабінету

Дизайн екранів особистого кабінету клієнта є важливою частиною інтерфейсу, оскільки саме через цей розділ користувач взаємодіє з платформою, керує своїми записами на консультації, отримує доступ до історії сеансів і комунікує з психологом. Основний акцент був зроблений на створенні інтуїтивно зрозумілого та зручного інтерфейсу, що дозволяє клієнту легко знаходити необхідну інформацію та здійснювати дії без зайвих зусиль.

Harmonia	Доброго ранку Марія!	٩		A	Марія Дідин
 Головна Календар Чат 	"Нехай твій день буде сповнений гармоніі, спокою та внутрішнього балансу. Пам'ятай: ти заслуговуєш на турботу про себе."	38	днів на платформі 80 — 60 —	ність за тиждень	
🗞 Психологи 🏟 Налаштування	< Лютий 2025	*	25 40		
	Пн Вт Ср Чт Пт Сб 27 28 29 30 31 1	Нд 2	годин консультацій о —	Тн Вт Ср Чт	Пт Сб Нд
	3 4 5 6 7 8 10 11 12 13 14 19 17 18 19 20 21 22 24 25 26 27 28 1	9 16 23	Наступні консультації Ім'я	Пата і час	Two
Підтримка	3 4 5 6 7 8	9	Діана Дідковська	18 Лют 18:30 - 19:30	
[→ Вихід	0 Ред	гувати	Ціана Дідковська Діана Дідковська	20 лют 18:30 - 19:30 22 Лют 18:30 - 19:30	0 :

Рис 3.6. Головна сторінка

Джерело: розроблено автором.

Екран головної сторінки особистого кабінету: Головна сторінка є центральним елементом кабінету клієнта. Тут клієнт може швидко побачити всі важливі відомості: заплановані консультації, новини від психолога та нагадування про майбутні сесії. Простий і лаконічний дизайн допомагає користувачеві зосередитися на основних завданнях, таких як запис на консультацію або перегляд історії консультацій.

Рис 3.7. Сторінка чату

Джерело: розроблено автором.

Екран чату: Чат є важливою складовою взаємодії між клієнтом та психологом, дозволяючи обговорювати питання між сесіями та отримувати додаткову підтримку. У кабінеті клієнта чат інтегровано з усіма іншими функціями, такими як календар і бронювання. Інтерфейс чату розроблений таким чином, щоб він був простим у використанні, з можливістю переглядати історію повідомлень та швидко знаходити важливу інформацію.

Рис 3.8. Сторінка з психологами

Джерело: розроблено автором.

Екран психологів: Цей екран дозволяє клієнту ознайомитись із психологами, обрати того, хто найкраще відповідає його вимогам, та записатися на консультацію. Дизайн цього екрану сприяє легкому перегляду профілів психологів, де міститься інформація про їх досвід, спеціалізацію та доступність для консультацій.

Екран календаря: Календар є важливою функцією для клієнта, оскільки він дозволяє планувати консультації та зручно бронювати час. Інтерфейс календаря має бути максимально простим та зрозумілим. Клієнт може побачити доступні дати для консультацій, вибрати зручний час, а також отримувати нагадування про майбутні сесії.

Рис 3.9. Календар

Джерело: розроблено автором.

Екран налаштувань реалізовано з метою забезпечення можливості персоналізації користувацького досвіду. Він надає клієнту інструменти для редагування особистої інформації, а також зміни пароля. Наявність зручного доступу до налаштувань є важливим елементом сучасного інтерфейсу, оскільки дозволяє адаптувати платформу до індивідуальних потреб користувача та підвищує загальний рівень зручності користування.

Harmonia	Доброго ранку Марія! 🤍	Ф Марія Дідик
<table-cell> Головна</table-cell>		
🗎 Календар	Особиста інформація	Змінити пароль
₽ Чат	Эмінити фото	Поточений пароль
2 Психологи		********
😢 Налаштування	IM'R	Новий пароль
	Марія	
	Правище	Повторіть пароль
	Дідин	
	Дата народження	
Підтримка	15.04.1998	
[+ Вихід		Зберегти зміни

Рис 3.10. Налаштування

Джерело: розроблено автором.

Всі ці екрани повинні взаємодіяти між собою безперешкодно, створюючи користувацький досвід, орієнтований на зручність, інтуїтивність та ефективність. У результаті клієнт отримує просту у використанні платформу, де легко можна записатися на консультацію, переглянути історію сесій або звернутися до психолога з будь-яким питанням.

3.7. Адаптація дизайну

Адаптація інтерфейсу до мобільних пристроїв є важливим етапом у процесі створення сучасного цифрового продукту. З огляду на стрімке зростання кількості користувачів, які взаємодіють із сервісами саме зі смартфонів, дизайн має бути зручним і функціональним незалежно від розміру екрана. За статистикою, значна частина користувачів психологічних сервісів звертається за допомогою у стресових ситуаціях, перебуваючи в русі або без доступу до комп'ютера. Це зумовлює необхідність забезпечення повноцінного користувацького досвіду саме на мобільних пристроях.

У межах цієї роботи було розроблено адаптивне рішення для особистого кабінету користувача. Основне завдання полягало в тому, щоб зберегти логіку взаємодії, навігаційну структуру та доступність функціоналу при зменшеному розмірі екрана. Зокрема, було враховано особливості мобільного UX: вертикальне прокручування, можливість взаємодії однією рукою, оптимальні розміри інтерактивних елементів, ієрархію інформації, а також читабельність текстів.

Було створено мобільну версію інтерфейсу, яка забезпечує користувачам зручний доступ до основних функцій особистого кабінету та зберігає загальну логіку і візуальну цілісність продукту. У дизайні мобільного інтерфейсу збережено стилістику, кольорову палітру та типографіку, визначені для десктопної версії, що сприяє впізнаваності та послідовності у сприйнятті інтерфейсу.

Рис 3.11. Мобільна версія

Джерело: розроблено автором.

ВИСНОВКИ

У процесі розробки дизайну для платформи психологічної допомоги онлайн було досягнуто ключових цілей, спрямованих на створення сучасного, зручного та функціонального інтерфейсу, який задовольняє потреби як клієнтів, так і психологів. Оскільки платформу було розроблено для надання психологічних послуг онлайн, важливим аспектом стало забезпечення зручного доступу до консультацій, простота навігації та емоційний комфорт користувачів. Всі ці елементи були ретельно продумані в контексті специфіки цієї сфери, що дозволило створити платформу, яка ефективно поєднує естетичні рішення та функціональність.

Вибір інструментів для розробки дизайну, таких як Figma та FigJam, був обґрунтований необхідністю створення інтерактивних прототипів та забезпечення спільної роботи на всіх етапах процесу. Прототипування виявилося важливим інструментом для тестування функціональності елементів дизайну, таких як календар для бронювання консультацій, чат, можливість ведення нотаток під час сесій та збереження історії консультацій. Завдяки цьому вдалося не лише перевірити, як інтерфейс працює в реальних умовах, а й здійснити необхідні коригування для досягнення максимального зручності користувачів.

Головною метою було створити інтерфейс, який був би інтуїтивно зрозумілим для користувачів з різним рівнем технічної підготовки. Для цього була розроблена чітка структура навігації, а також акцент на простоті та зрозумілості кожного елемента. Ретельно продумані етапи взаємодії клієнта з платформою, зокрема реєстрація, вибір психолога, бронювання консультацій та доступ до особистого кабінету, були адаптовані для забезпечення максимально швидкого й безперешкодного процесу.

Одним з важливих досягнень стало створення User Personas для клієнтів та психологів, що дозволило глибше зрозуміти потреби цільових користувачів і спростити адаптацію інтерфейсу під їхні вимоги. Аналіз потреб, больових точок та очікувань допоміг створити персоналізований досвід, що є основою для ефективної роботи з платформою. Визначення реальних сценаріїв використання та створення

User Journey Мар допомогли сформувати точну картину взаємодії користувача з продуктом, що дозволило ефективно організувати структуру контенту та інтерфейсні елементи.

Особлива увага була приділена кольоровій палітрі, шрифтам та типографіці. Вибір пастельних відтінків та м'яких форм дозволив створити атмосферу спокою та надійності, що важливо в контексті надання психологічних послуг. Кольори, зокрема відтінки блакитного, сприяють відчуттю довіри та безпеки, а сучасний шрифт Montserrat забезпечив легкість читання та сприйняття інформації.

Дизайн платформу орієнтовано на адаптивність, що дозволяє зручно користуватися нею з різних пристроїв. Це гарантує доступність для всіх категорій користувачів і забезпечує високу якість роботи сайту, незалежно від того, з якого пристрою вони взаємодіють з платформою.

Розробка лендінгу та основних компонентів сторінки допомогла структурувати інформацію так, щоб користувачі могли швидко знайти потрібну допомогу, переглядати профілі психологів, дізнаватися про їхній досвід та кваліфікацію. Упорядкування інформації в секціях допомогло зберегти логічний порядок подання матеріалу та зробити взаємодію з платформою легкою і приємною. Важливою частиною дизайну стала інтерактивність, що полегшує навігацію, спрощує вибір психолога та запис на консультації.

Функціональність платформи була адаптована під специфічні потреби користувачів. Можливість вести нотатки під час консультацій, доступ до історії сесій та зручний чат для комунікації між клієнтом і психологом дозволяють значно полегшити процес взаємодії. Всі ці інструменти було інтегровано таким чином, щоб забезпечити комфорт і спростити процес отримання послуг.

В результаті проведеної роботи вдалося створити платформу, яка поєднує естетичний вигляд та зручність використання, що є важливим для будь-якої психологічної допомоги онлайн. Збалансоване використання дизайну, функціональності та адаптивності дозволяє користувачам комфортно користуватися платформою на будь-якому пристрої, що робить її доступною та ефективною у наданні послуг.

- User Journeys vs. User Flows. Nielsen Norman Group. URL: <u>https://www.nngroup.com/articles/user-journeys-vs-user-flows/</u> (дата звернення: – 28.11.2024).
- Jobs to Be Done (JTBD) in UX Research. User Interviews. URL: <u>https://www.userinterviews.com/ux-research-field-guide-chapter/jobs-to-be-done-jtb</u> <u>d-framework</u> (дата звернення: – 29.11.2024).
- Personas vs. Jobs-to-Be-Done. Nielsen Norman Group. URL: <u>https://www.nngroup.com/articles/personas-jobs-be-done/</u> (дата звернення: – 30.11.2024).
- 4. User Journey Map Guide with Examples & FREE Templates. UXCam. URL: <u>https://uxcam.com/blog/user-journey-map/</u> (дата звернення: 18.03.2025).
- 5. Common User Research Frameworks: A Comprehensive Guide. Beyond the Backlog. URL: <u>https://beyondthebacklog.com/2024/10/19/user-research-frameworks/</u> (дата

звернення: – 19.03.2025).

- 6. A lovely triple: Customer Journey Maps (CJMs), Jobs to Be Done (JTBD), and Segmentation Frameworks. Medium. URL: <u>https://outmn.medium.com/a-lovely-triple-customer-journey-maps-cjms-jobs-to-be-done-jtbd-and-segmentation-frameworks-e8676f115fa5</u> (дата звернення: – 21.03.2025).
- How to Use Jobs to Be Done with User Personas. YouTube. URL: <u>https://www.youtube.com/watch?v=ZnU_n-FDxio</u> (дата звернення: – 04.04.2025).
- Jobs to Be Done & Task Flow Mapping. Tendo Communications. URL: <u>https://tendocom.com/user-experience-services/jobs-to-be-done-task-flow-mapping/</u> (дата звернення: – 09.04.2025).

- Personas, journey maps, sitemaps, and user flows OH MY! UX Design. URL: <u>https://uxdesign.cc/personas-journey-maps-site-maps-and-user-flows-oh-my-e71d04</u> <u>4b4bcb</u> (дата звернення: – 11.04.2025).
- 10.Customer Journey Maps for UX, Product & Design Teams. User Interviews. URL: <u>https://www.userinterviews.com (д</u>ата звернення: 11.04.2025).
- 11. Ultimate Guide to Best Practices in UI & UX Design. Medium. URL: <u>https://medium.com/@harshranderia/ultimate-guide-to-best-practices-in-ui-ux-desig</u> <u>n-784b729b1d01</u> (дата звернення: – 21.03.2025).
- 12.Design Patterns. Smashing Magazine. URL:
 <u>https://www.smashingmagazine.com/category/design-patterns</u> / (дата звернення: 23.03.2025).
- 13.Color Theory for Designers A Crash Course. Toptal. URL: <u>https://www.toptal.com/designers/visual/color-theory-for-designers</u> (дата звернення: – 08.04.2025).
- 14. The Aesthetic–Usability Effect. Nielsen Norman Group. URL:
 <u>https://www.nngroup.com/articles/aesthetic-usability-effect/</u> (дата звернення: 30.11.2024).
- 15.Kleon, A. Steal Like an Artist: 10 Things Nobody Told You About Being Creative.Workman Publishing, 2012. 160 p.
- 16.5 Visual-Design Principles in UX. Nielsen Norman Group. URL: <u>https://media.nngroup.com/media/articles/attachments/Principles_Visual_Design-A</u> <u>4.pdf</u> (Accessed: 29.11.2024).