

فهرست صفحات و حالت‌هایی که باید طراحی شود

الف) صفحات المنتوری

۱. صفحه اصلی (شامل چندین سکشن محصول، بنر، کمپین و بلوک‌های محتوایی)
۲. درباره ما
۳. تماس با ما
۴. سؤالات متداول
۵. راهنمای خرید
۶. قوانین و مقررات / حریم خصوصی / شرایط مرجوعی و ضمانت (یک قالب مشترک)
۷. راهنمای سایز
۸. قالب لندینگ کمپین / حراج فصلی
۹. صفحه معرفی باشگاه مشتریان (لندینگ عضویت)

ب) صفحات کدنویسی‌شده

۱۰. هدر دسکتاپ (با مگامنو) + هدر موبایل (منوی کشویی) + نوار ناوبری چسبان پایین صفحه در موبایل
۱۱. فوتر
۱۲. صفحه تک محصول – با تمام حالت‌ها: موجود، ناموجود، پیش‌خرید، دارای تخفیف، متغیر (سایز/رنگ)، موجودی محدود
۱۳. صفحه دسته‌بندی/آرشیو محصولات – با فیلتر (سایز، سن، رنگ، قیمت)، مرتب‌سازی، صفحه‌بندی، حالت «نتیجه‌ای یافت نشد»
۱۴. صفحه نتایج جستجو + جستجوی زنده کشویی در هدر
۱۵. سبد خرید (صفحه کامل + مینی‌کارت کشویی)
۱۶. تسویه حساب چندمرحله‌ای + پنجره بازشونده تأیید آدرس پیش از ورود به درگاه

۱۷. صفحه پرداخت موفق و پرداخت ناموفق

۱۸. صفحه تک مقاله

۱۹. صفحه اصلی بلاگ + آرشیو دسته بندی مقالات + آرشیو برچسب/نویسنده

۲۰. ورود و ثبت نام (مبتنی بر کد یکبارمصرف پیامکی)

۲۱. پنل کاربری کامل: داشبورد، لیست سفارش ها، جزئیات سفارش، پیگیری مرسوله، آدرس ها، اطلاعات حساب، علاقه مندی ها، کیف پول/اعتبار، امتیازات و سطوح باشگاه مشتریان، کدهای تخفیف من، دعوت از دوستان، تیکت پشتیبانی، اعلان ها

۲۲. صفحه ۴۰۴

۲۳. کامپوننت های سراسری: کارت محصول (همه حالت ها)، نوار اعلان بالای سایت، پاپ آپ ها، توسل/نوتیفیکیشن، اسکلتون لودینگ، فرم ها و پیام های خطا

مجموعاً حدود ۳۰ صفحه و بیش از آن حالت (state)، در دو نسخه موبایل و دسکتاپ.

قابلیت های فروش محور که باید طراحی شوند

این ها حداقل خواسته های ماست، نه سقف آن:

۱. لیبل «اصل» / «اورجینال» (یا معادل کوتاه) روی عکس محصول در صفحه محصول

۲. قرارگیری جذاب لیبل درصد تخفیف در کارت محصول و صفحه محصول

۳. باکس کد تخفیف اولین خرید

۴. نوار پرشونده «T-n مانده تا ارسال رایگان» – نمایش پویای فاصله سبد فعلی تا سقف ارسال رایگان (در مینی کارت، سبد خرید و تسویه حساب)

۵. باکس متحرک جملات ترغیب کننده زیر ویژگی های محصول

۶. باکس نمایش میزان فروش محصول («X نفر این محصول را خریده اند»)

۷. باکس تعداد کاربران حاضر در صفحه محصول

۸. پیش خرید محصولات – محصول ناموجود که به تولید سپرده شده؛ نیازمند طراحی وضعیت بصری، تاریخ تخمینی تحویل و توضیح شفاف شرایط

۹. متن درصد تخفیف خرید نقدی با درگاه پرداخت نقدی در صفحه تسویه حساب

۱۰. متن ترغیب‌کننده برای پر کردن سبد جهت رایگان شدن هزینه ارسال

۱۱. فرایند خرید بسیار آسان + پنجره بازشونده تأیید آدرس پیش از ورود به درگاه بانکی، برای کاهش خطای ورود اطلاعات

۱۲. بخش محصولات مکمل در صفحه محصول

از شما انتظار داریم موارد بیشتری پیشنهاد دهید. ایده‌هایی که برای ما ارزشمندند، مثلاً: محاسبه‌گر ساین بر اساس قد/سن کودک، «خرید کل ست» (Shop the Look)، افزودن سریع به سبد از صفحه آرشیو بدون ورود به صفحه محصول، نمایش موجودی کم در سطح ساین، شمارش معکوس پایان تخفیف، نمایش هزینه و زمان تقریبی ارسال در صفحه محصول، گزینه بسته‌بندی هدیه، نظرات همراه با تصویر مشتریان، و طراحی یادآور سبد رها شده. هر ایده مؤثر دیگری هم استقبال می‌شود.

باشگاه مشتریان و پنل کاربری

یکی از اهداف اصلی این پروژه افزایش نرخ خرید مجدد است. بنابراین:

- سابقه طراحی باشگاه مشتریان برای شما الزامی است
- باید با اجزای آن آشنا باشید: سطوح عضویت، امتیاز، کیف پول/اعتبار، تخفیف‌های اختصاصی سطح، دعوت از دوستان، رویدادهای امتیازآور، تاریخچه امتیاز
- باید توانایی طراحی یک پنل کاربری جذاب، کامل و قابل استفاده در موبایل را داشته باشید؛ پنل کاربری برای ما یک صفحه فرعی نیست، ابزار نگهداشت مشتری است

الزامات سئو در طرح (غیرقابل مذاکره)

- هر صفحه دقیقاً یک ۱H داشته باشد و سلسله‌مراتب H۲/H۳/H۴ روی خود طرح علامت‌گذاری شود
- بخش‌های HTML سمنتیک روی طرح مشخص شود تا فرانت‌اند اشتباهاً تگ نامناسب استفاده نکند: footer / aside / section / article / main / nav / header
- Breadcrumb در صفحات محصول، دسته‌بندی و مقالات پیش‌بینی شود

- جایگاه متن سئوی دسته‌بندی، توضیحات محصول و بخش پرسش‌وپاسخ صفحه محصول مشخص باشد
 - الگوی متن جایگزین (alt) تصاویر تعیین شود
 - هیچ متن مهمی به صورت تصویر طراحی نشود
 - ملاحظات عملکرد: پرهیز از عناصر سنگین در بالای صفحه (اثر بر LCP)، تعیین نسبت ابعاد ثابت برای تصاویر (پیشگیری از CLS)
- توضیح این علامت‌گذاری‌ها روی یک لایه Annotation جداگانه در فیگما انجام شود.

الزامات CRO

- تسلط به اصول بهینه‌سازی نرخ تبدیل و توانایی توضیح دلیل هر تصمیم طراحی
- سلسله‌مراتب روشن CTA در هر صفحه، با یک اقدام اصلی مشخص
- کمینه‌سازی اصطکاک در مسیر محصول → سبد → تسویه → پرداخت
- جایگذاری درست نشانه‌های اعتماد (ضمانت، مرجوعی، نماد اعتماد، پشتیبانی)
- طراحی دکمه افزودن به سبد چسبان در موبایل
- ارائه حداقل دو واریانت برای صفحه محصول یا تسویه حساب جهت تست A/B، مزیت محسوب می‌شود

استاندارد فایل فیگما (مهم‌ترین بخش آگهی)

فایل تحویلی باید:

- کاملاً مبتنی بر **Auto Layout** و **Constraint** درست باشد
- از **Component / Variant / Property** استفاده کند، نه فریم‌های کپی‌شده
- دارای **Variables** یا **Styles** برای رنگ، تایپوگرافی، فاصله‌ها، شعاع گوشه و سایه باشد
- سیستم گرید و بریک‌پوینت‌های مشخص داشته باشد (حداقل: موبایل، تبلت، دسکتاپ ۱۴۴۰ و رفتار در عرض‌های بزرگ‌تر)

- تمام حالت‌های تعاملی را داشته باشد: عادی، هاور، فعال، فوکوس، غیرفعال، در حال بارگذاری، خطا، خالی
- رفتار ریسپانسیو هر سکشن را صریح مشخص کند (چه چیزی بشکند، چه چیزی اسکرول افقی شود، چه چیزی حذف شود)
- نام‌گذاری لایه‌ها و کامپوننت‌ها منظم و انگلیسی باشد
- فاصله‌ها و اندازه‌ها بر پایه سیستم ۴ یا ۸ پیکسل و اعداد رند باشد
- فونت فارسی وب‌سازگار با لایسنس مشخص استفاده شود و وزن‌های مورد استفاده اعلام شود
- پروتوتایپ کلیک‌خور برای مسیر اصلی خرید و پنل کاربری داشته باشد
- فایل منبع به همراه دسترسی ویرایش، آیکون‌ست و دارایی‌های با لایسنس روشن تحویل شود

موبایل فرست

نسخه موبایل و دسکتاپ هر دو باید تحویل شوند و اولویت با طراحی موبایل است. طراحی ابتدا در موبایل انجام و تأیید می‌شود، سپس به دسکتاپ گسترش می‌یابد. طرحی که ابتدا دسکتاپ طراحی شده و بعد فشرده شده باشد، پذیرفته نمی‌شود.