

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Черкаський державний фаховий бізнес-коледж
Відділення дизайну

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
до кваліфікаційної роботи (проекту)
фахового молодшого бакалавра
на тему: «Дизайн вебсайту салону краси»

Виконала студентка групи №1Д-21
за спеціальністю 022 «Дизайн»
Владислава ПАЗИНИЧ

Керівник кваліфікаційної роботи
Ольга ВАКУЛЕНКО

Робота захищена _____ з оцінкою _____
Протокол ДКК № _____ від _____

Засвідчую, що в цій роботі немає
запозичень з праць інших авторів без
відповідних посилань

Студентка _____

Підпис

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I ПЕРЕДПРОЄКТНІ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	5
1.1. Дизайн вебсайтів як галузь, становлення.....	5
1.2. Основні поняття веб-дизайну.....	7
РОЗДІЛ II ДИЗАЙНЕРСЬКИЙ АНАЛІЗ АНАЛОГІВ.....	11
РОЗДІЛ III СТВОРЕННЯ ДИЗАЙНУ ВЕБСАЙТУ ДЛЯ САЛОНУ КРАСИ «Éden Beauty»	22
3.1. Створення візуальної ідентичності салону краси.....	22
3.2. Створення дизайну вебсайту	24
ВИСНОВКИ.....	26
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	27
ДОДАТКИ.....	29

ВСТУП

У сучасному світі дизайн є невід’ємною частиною життя людей. У період цифровізації, дизайн вебсайту – це обличчя компанії. Якісний вебсайт утримує клієнта та створює позитивне перше враження. Продуманий інтерфейс змотивує відвідувача залишитись та виконати цільові дії, такі як: оформлення покупки, підписка на розсилку, тощо.

Актуальність теми обумовлена необхідністю присутності в інтернеті, та володіння власним вебсайтом для компаній. Зараз наявність вебсайту не просто опція, а необхідність. Конкурентоспроможний вебсайт виділяє компанію серед інших. Так як об’єктом дослідження є вебсайт, а предметом – «Дизайн вебсайту салону краси», то наявність якісного і привабливого сайту зможе показати і передати професіоналізм, якість послуг та головну ідею салону.

Метою є розробка зручного і естетично-привабливого вебсайту, який складає приємне враження на клієнта і є конкурентоспроможним у своїй галузі.

При створенні кваліфікаційної роботи потрібно було виконати завдання, такі як:

- Вивчення ринку та актуальних тенденції у вебдизайні: ознайомлення з сучасними трендами, що застосовуються в б’юті-індустрії, а також дослідження цифрового представлення салонів краси в Україні та за кордоном.

- Аналіз конкурентних вебсайтів: слід вибрати кілька найкращих конкурентних вебсайтів і дослідити їх структуру, стиль, функціональність, а також проаналізувати сильні та слабкі сторони їх дизайнерських рішень. На основі цього можна виявити недоліки, яких потрібно уникати при створенні власного дизайну.

- Розробка концепції майбутнього вебсайту: вибір основної тематики, стилістики та створення логотипу.

- Створення прототипу майбутнього вебсайту.

– Опитування потенційних користувачів: необхідно розробити анкету для вивчення очікувань та уподобань цільової аудиторії вебсайту. Проаналізувавши отримані відповіді, адаптувати дизайн відповідно до очікувань та потреб користувачів.

– Розробка фінального дизайну.

Новизною одержаних результатів виступає авторський дизайн вебсайту із індивідуальною композицією та інтерфейсними рішеннями, а також уникненням типової шаблонізації.

Практичною значущістю проекту є:

– Покращення онлайн-присутності бізнесу. Якісно розроблений дизайн вебсайту дозволить салону краси ефективніше позиціонувати себе в інтернеті і викликати довіру у потенційних клієнтів. Він дозволить залучати нових клієнтів та утримувати постійних.

– Підвищення зручності взаємодії клієнтів із послугами салону. Наявність онлайн запису спростить процес бронювання та отримання інформації про послуги, що економитиме час клієнтів та персоналу.

– Підвищення конкурентоспроможності салону. Якісний та продуманий вебсайт дозволить вигідно вирізнитись на фоні аналогічних закладів, пропонуючи не лише послуги, а і приємний цифровий досвід.

Кваліфікаційна робота складається із записки на 28 сторінок, а саме: вступу, трьох розділів, висновку, використаних джерел, додатку А, Б та В; інтерактивної презентації, 5 друкованих аркушів формату А1.

РОЗДІЛ I

ПЕРЕДПРОЄКТНІ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Дизайн вебсайтів як галузь, становлення

Веб-дизайн – це галузь дизайну, що зосереджена на створенні веб-ресурсів, і яка поєднує елементи художньої, технологічної, комерційної та інформаційної сфер. Термін складається з двох частин: «веб» – скорочене позначення Всесвітньої павутини, та «дизайн» – процес розробки, створення й планування об'єктів чи продуктів із врахуванням гармонії форми та змісту. Таким чином, веб-дизайн охоплює роботу, орієнтовану на потреби інтернет-середовища [1].

Веб-дизайн є галуззю графічного дизайну, яка зосереджується на створенні логічної структури вебсторінок, розробці найбільш зручних способів подачі інформації та художньому оформленні веб-проектів. Завдяки поєднанню двох сфер діяльності, веб-дизайнер має володіти знаннями сучасних веб-технологій, а також мати розвинені творчі та художні навички.

У дизайні вебсайтів головною метою є створення вдалої композиції та правильно розташованих елементів для зручного користування сайтом. Тобто, головною задачею веб-дизайну є хороше сприйняття вебсайту користувачем. Дизайнер має переконатись в тому чи знайде відвідувач потрібну інформацію, чи розбереться в навігації та чи зможе він виконати цільові дії (наприклад, оформлення покупки). Зручний та якісний вебсайт є особливо важливим для інтернет-магазинів чи фірм, які надають свої послуги. Якщо сайт буде незручним чи не викликатиме довіру у користувача – власник втрачає потенційного клієнта.

Сайт компанії – це не просто веб-сторінка, а важливий маркетинговий інструмент, який впливає на прибуток компанії, її репутацію та довіру клієнтів.

Він допомагає в боротьбі з конкурентами, оскільки споживачі зазвичай обирають компанії з привабливими та зручними вебсайтами.

Вебсайт є сильним засобом для просування товарів і послуг. Компанії, які активно ведуть блоги, публікують кейси та корисний контент, підвищують свою експертність і викликають довіру зі сторони клієнтів. У світі, що швидко розвивається і цифровізується, компанії без якісного вебсайту ризикують відстати від конкурентів, адже все більше людей обирають онлайн-сервіси.

Початком становлення веб-дизайну можна вважати 90-ті роки минулого століття. У 1989 році Тім Бернерс-Лі запропонував систему, що дозволяла фізикам спілкуватися на відстані, використовуючи HTML, HTTP і просте програмне забезпечення для веб-браузерів, яке могло працювати на будь-якому комп'ютері. У 1991 році перший веб-сервер з'являється в мережі в Європейському центрі ядерних досліджень у Швейцарії. Через рік у світі налічувалося вже п'ятдесят серверів, а через десять років це число зросло до 24 мільйонів. У 1993 році Марк Андреєсен розробляє Mosaic, перший браузер з графічним інтерфейсом користувача, що спрощує навігацію в інтернеті. Цей браузер започатковує перше з чотирьох поколінь дизайну веб-сайтів. Дизайн перших сайтів, здебільшого з вертикальною структурою, визначався повільною швидкістю модемів і монохромними моніторами. На той час інтерактивний дизайн був більш розвиненим за веб-дизайн. У 1994 році друге покоління починається з удосконалення HTML, що веде до появи значків замість слів, меню та іншої графіки. Це був перший крок до більш складного веб-дизайну. Основні проблеми того часу включають повільність завантаження через телефонні лінії, обмежені можливості типографії, слабку читабельність і сумісність для екранів з різною роздільною здатністю. Пізніше, з появою JavaScript – з'явилась можливість робити сайти інтерактивними. У 1996 році технологія Flash дає старт третьому поколінню веб-дизайну з підвищеною візуальною насиченістю. Вона дозволила створювати інтерактивні елементи та анімації на сайтах. З цього моменту почалась ера експериментів із дизайном вебсторінок, так як, у дизайнерів з'явилося більше можливостей для вираження

творчості, при їх створенні. До 1999 року четверте покоління характеризується використанням CSS, інтерактивним контентом і ретельно налаштованим дизайном. На цей момент інтерактивний дизайн і веб-дизайн стають рівноправними [2].

Пізніше, з настанням 2010-х, з'явився термін «Адаптивний дизайн», що означає створення вебсайтів, які правильно відображаються на різноманітних пристроях, і який виник через зростання використання мобільних пристроїв з можливістю виходу в Інтернет.

На сьогоднішній день дизайн вебсайтів дуже розвинувся. Зараз він, завдяки зручному і привабливому інтерфейсу, що спрямований на ефективне отримання інформації та максимально орієнтований на користувача.

1.2. Основні поняття веб-дизайну

Веб-дизайн охоплює кілька основних аспектів:

1. Структура та навігація. Розробка зрозумілої та зручної структури сайту, що сприятиме легкому переміщенню користувачів. Структура – це «скелет» сайту. Від її грамотної побудови залежить весь успіх дизайну. Сайт з організованим інтерфейсом значно спрощує для потенційного клієнта пошук потрібної інформації. Чітка ієрархія сторінок, зрозуміла навігація та логічне розташування елементів меню допомагають зменшити час пошуку й підвищують загальний комфорт взаємодії із сайтом (наприклад, користувач, заходячи на сайт інтернет-магазину, очікує одразу побачити розділи на кшталт «Каталог», «Доставка» або «Контакти» у верхньому меню).

Структура впливає на такі фактори:

– Конверсія – це явище, коли користувач без труднощів орієнтується на сайті і розуміє логіку дій, тому йому значно легше виконати цільову дію, таку як покупка, реєстрація чи завантаження. Успішне розміщення кнопок, чітке подання інформації та зрозумілі маршрути є результатом ретельного планування та продуманої структури.

– Популярність сайту: пошукові системи краще індексують вебсайти з чіткою та продуманою структурою. Використання правильних заголовків, упорядкована структура та наявність карти сайту допомагають зробити ресурс більш помітним для алгоритмів. Тому вебсайт з грамотно організованою структурою має більше шансів потрапити до верхніх позицій у результатах пошуку.

– Подальше існування: коли сайт побудований на основі ретельно продуманої структури, його значно легше оновлювати, розширювати, адаптувати для інших мов або оптимізувати для мобільних пристроїв. Це відіграє велику роль в оновленні та оптимізуванні корпоративних ресурсів та інтернет-магазинів з великою кількістю сторінок.

– Користувацький досвід: якщо розділи сайту організовані безладно або дублюються, це може викликати у користувачів роздратування. Коли вони втрачають орієнтацію на сайті, ймовірність того, що вони його покинуть, значно зростає.

2. Візуальний дизайн. Неможливо переоцінити роль візуальної складової вебсайту. Адже вона створює перше враження та викликає емоційну реакцію у відвідувача. Людина формує враження про зовнішній вигляд сайту усього за кілька секунд. Якщо дизайн здається застарілим, перенасиченим чи просто непривабливим, користувач може залишити цей сайт, навіть не почавши знайомитися з його контентом.

Естетично привабливий, зручний та продуманий дизайн, навпаки, сприяє зростанню довіри до бренду або компанії.

Також візуальна складова вебсайту відповідає за такі важливі моменти:

– Користувацький досвід: дизайн має значний вплив на зручність використання сайту. Вдале поєднання кольорів, шрифтів, інтервалів та візуальних акцентів допоможе зосередити увагу на важливій інформації, скерувати погляд користувача та створити зрозумілу логіку взаємодії. (наприклад, яскрава кнопка, природно приверне увагу відвідувачів). Кольорова гама має значний вплив на сприйняття сайту, вона викликає різні асоціації, та

формує настрій у користувачів (наприклад, синій колір асоціюється з довірою і стабільністю, а червоний привертає увагу та стимулює до дій). Тому грамотно підібрана кольорова гама стає ключовим інструментом для створення потрібного настрою на сайті.

– Адаптивність: сучасний веб-дизайн вирізняється мінімалізмом та адаптивністю. Він повинен виглядати привабливо як на комп'ютері, так і на смартфоні.

– Візуальна ідентичність бренду: елементи, які забезпечують впізнаваність бренду.

Візуальна ідентичність – це набір візуальних компонентів, які представляють бренд у цифровому та фізичному просторах. До її складових належать: логотип (основний символ, який має бути зрозумілим, універсальним і пристосованим для різних форматів та повинен відображати сутність діяльності компанії), фірмові кольори (палітра, яка має узгоджуватися з емоційною складовою бренду), типографія (шрифти, які мають передавати характер і стиль бренду), графічні елементи (фотографії, іконки та ілюстрації, що повинні бути виконані в єдиній стилістиці). Всі ці елементи повинні гармонійно поєднуватися між собою, відображаючи основні цінності, настрій і характер бренду.

Значення айдентики для вебсайту бренду важко переоцінити, адже саме сайт стає першим місцем знайомства користувача з компанією. Завдяки айдентиці користувачі вже з перших секунд взаємодії із сайтом можуть інтуїтивно зрозуміти, чи відповідає ресурс їхнім очікуванням, інтересам і естетичним уподобанням. Цей процес відбувається підсвідомо, ще до того, як вони встигнуть ознайомитися з текстами чи пропозиціями. Важливо, щоб цей контакт залишав позитивне враження. Візуальна ідентичність відіграє ключову роль у цьому процесі, оскільки вона сприяє створенню емоційного зв'язку з аудиторією, збільшенню впізнаваності бренду та передачі місії та основних цінностей компанії.

За допомогою айдентики користувачі швидко визначають, чи відповідає сайт їхнім очікуванням. Узгоджена візуальна ідентичність: викликає довіру, підкреслює професіоналізм, сприяє запам'ятовуваності бренду.

Під час створення вебсайту надзвичайно важливо забезпечити гармонійне поєднання всіх елементів дизайну, таких як кольори, типографія, графічні елементи та інтерфейсні компоненти. Вони повинні не лише відповідати загальній стилістиці бренду, але й підтримувати один одного на логічному рівні.

Послідовна візуальна мова на всіх етапах, від логотипа до кнопок і банерів, формує цілісне враження і допомагає користувачам легко орієнтуватися на сайті. Це знижує бар'єри у сприйнятті та підвищує рівень довіри до компанії вже з самого першого кліку.

Тобто, візуальна ідентичність – це не просто естетика, а важливий стратегічний інструмент. Вона зміцнює довіру і стає основою для створення сильного бренду. Під час розробки сайту варто приділяти увагу формуванню послідовного й гармонійного дизайну.

РОЗДІЛ II

ДИЗАЙНЕРСЬКИЙ АНАЛІЗ АНАЛОГІВ

Дизайнерський аналіз аналогів є першим і дуже важливим етапом при створенні оригінального дизайну. Він допомагає дизайнеру зрозуміти нові тенденції, знайти нові дизайнерські рішення, побачити чужі помилки, яких слід уникнути в своєму проєкті, та, на основі цього, створити свій оригінальний дизайн.

Чим допомагає дизайнерський аналіз аналогів:

1. Розуміння ринку: аналіз аналогів дозволяє дизайнеру вивчити нові тенденції та дослідити, як інші фахівці вирішують різні завдання, такі як створення навігації та розміщення елементів. Це також допомагає визначити, які прийоми є ефективними, а яких краще уникати у своєму проєкті.

2. Навчання на чужих помилках: під час аналізу аналогів дизайнер може виявити помилки в оформленні конкурентних вебсайтів, що дозволяє йому уникнути їх потім у власних проєктах.

3. Натхнення для нових ідей: досліджуючи роботи інших, дизайнер отримує натхнення для створення чогось свого, нового та унікального, що вирізнятиметься серед інших проєктів.

4. Оптимізація роботи: аналіз аналогів допомагає дизайнеру заощадити час, завдяки знаходженню ефективних рішень. Він може використовувати вже перевірені підходи та вдосконалювати їх.

Для дизайнерського аналізу було обрано вебсайти салонів краси, магазинів доглядової косметики та інших суміжних сфер.

Першим вебсайтом для аналізу було обрано магазин доглядової косметики Wonder Theme Beauty. Дизайн вебсайту заслуговує на ґрунтовний аналіз, адже він втілює сучасні тренди UI/UX, функціональність, адаптивність і креативний підхід до презентації продуктів (Додаток А, Рис. А.1).

Під час пошуку та розгляду аналогів і референсів було досліджено особливості стилістики.

Кольорова палітра. Дизайн побудовано на світлій кольоровій гамі – домінують білі, кремові, пастельні й тілесні відтінки, які асоціюються з чистотою та ніжністю. Цей колірний підхід є особливо актуальним для брендів у нішах б'юті та косметики, де візуальна «легкість» підсвідомо передає якість і натуральність продукту.

Типографія. Обрані шрифти елегантні, добре читабельні, з помірною вагою. Заголовки великі, але не агресивні, а основний текст – лаконічний, витриманий у одному стилі. Усе це створює інтерфейс, який не перевантажує користувача, а навпаки – сприяє легкому орієнтуванню.

Візуальні елементи. На сайті присутні якісні фото та відео, витримані в одному стилі та кольоровій гамі.

На головній сторінці користувач відразу бачить великі банери з товарами, заклики до дії, відеоконтент та акційні пропозиції. Основні блоки:

Категорії – великі зображення з кнопкою «Shop Now».

Бестселлери – сітка популярних продуктів.

Популярні колекції – категорії продукції.

Інтерактивний відео-блок – відео з можливістю клікнути на продукт.

Відгуки – слова клієнтів.

Соціальні мережі – візуальна демонстрація продуктів у соціальних мережах.

Кожен блок продуманий у плані ієрархії: від великих візуальних елементів – до деталей (цін, кнопок, відгуків). Все це дає змогу користувачу не загубитися в інформації.

Приділено багато уваги інтерактивності вебсайту. Наприклад, на відео зі щоденним доглядом, знизу присутня клікабельна продукція, яка у ньому використовується. Також, на відео та фото є відмітки продуктів із можливістю перейти або відразу покласти товар у кошик. Ці елементи не лише покращують

досвід користувача, але й створюють зручний шлях до покупки (Додаток А, Рис. А.2).

Також на сайті присутні елементи довіри та соціального підтвердження. Там є відгуки клієнтів, відео-тестимоніали (позитивні відгуки) та логотипи популярних брендів, що додає авторитетності. Використання цих елементів – це стратегічно обгрунтоване рішення для формування довіри до бренду (Додаток А, Рис А.3).

Wonder Theme Beauty – це приклад вдалого поєднання естетики, функціональності й комерційної доцільності. Сайт демонструє: збалансований дизайн, високий рівень UX/UI дизайну, сучасні інтерактивні рішення та інструменти стимуляції продажів

Наступним аналогом є вебсайт бренду корейської доглядової косметики Bello.U. Цей бренд позиціонує себе як такий, що прагне втілити гармонію зовнішньої та внутрішньої краси клієнта. Він є прикладом поєднання естетики та функціональності.

Із особливостей стилістики вебсайту можна виділити:

- Кольорова палітра. Дизайн вебсайту виконаний в світлих тонах (білий, кремовий та пастельні теплі відтінки). Це створює відчуття чистоти, легкості та натуральності, що є типовим для брендів у галузі краси та здоров'я. Акцентними кольорами є чорний та червоний.

- Типографія. На сайті використовується простий та читабельний шрифт для блоків інформації, а також витончений шрифт для виділення заголовків. Так як, текст чорний і присутні лише мінімальні акценти, чітка контрастність забезпечує легкість читання та комфортне сприйняття.

- Візуальні елементи. Сайт акцентує увагу відвідувача на великих якісних зображеннях продукції. Вони відповідають стилістиці та кольоровій гамі вебсайту (Додаток А, Рис. А.4).

Всі ці елементи створюють цілісне візуальне враження та підкреслюють головні ідеї бренду.

Головна сторінка включає в себе інформаційні блоки із описом філософії бренду та найпопулярніші позиції косметики з описом. Вся сторінка супроводжується невеликими анімаціями.

Сайт має зручну навігацію, завдяки якій відвідувач зможе знайти потрібну йому інформацію, оформити замовлення чи зв'язатись із підтримкою. Є декілька основних розділів: продукти, відгуки, події та сторінка з інформацією про бренд. Також є можливість зареєструватись чи увійти в особистий профіль.

На вебсайті представлена основна інформація про компанію, зокрема її контактні дані, що сприяє зміцненню довіри користувачів. Окремо представлений розділ із відгуками клієнтів, де нові відвідувачі можуть ознайомитися з досвідом інших покупців.

Цей сайт вирізняється продуманим UI/UX дизайном, інноваційними інтерактивними елементами та дієвими інструментами для збільшення продажів.

Наступним аналогом було обрано вебсайт Київського салону краси 365STUDIO. Цей салон позиціонує себе, як екологічний. Наголошено про свідомий підхід майстрів до використання матеріалів із безпечних та органічних продуктів. Також, салон підтримує глобальні екологічні ініціативи, такі, як використання переробленої упаковки. 356STUDIO мають на меті розробити сервіс, що об'єднує зовнішні зміни та внутрішню гармонію, акцентуючи увагу на cruelty-free принципах та відповідальному ставленні до природи.

Дизайн вебсайту вартий детального аналізу, адже він гармонійно поєднує сучасний UI/UX, екологічність, функціональність і добре продуману подачу сервісу (Додаток А, Рис. А.5).

Особливостями дизайну є:

– Кольорова палітра. Вебсайт витриманий в холодних світлих тонах. Основними кольорами є білий та зелений. Цей вибір відображає ідеї чистоти та

спокою, гармонійно поєднуючись з інтер'єром салону, в якому, також, переважають зелені та білі відтінки.

– Візуальні елементи. На сайті представлено декілька фото інтер'єру салону, а також багато зображень процедур, які надає салон. Всі вони виконані в одній кольоровій гамі. Окремо можна виділити блок із останніми новинами Instagram, де представлені фото та відео із їх дописів.

– Типографія. Вона є зрозумілою, привабливою і простою для читання. Заголовки виділяються помірною акцентністю, не перевантажуючи сприйняття, а основний текст залишається лаконічним, створюючи гармонійне почуття спокою та легкості.

– Структура. Сайт відрізняється ретельно продуманою та зручною навігацією завдяки верхньому меню. Структурований прайс-лист дозволяє швидко знайти необхідну інформацію (Додаток А, Рис. А.6). Наявність інтерактивних елементів, зокрема кнопок для запису та форм підписки, сприяє легкості взаємодії з ресурсом.

365 STUDIO – результат гармонійного поєднання естетики і комерційної ефективності.

Ще одним вебсайтом для розгляду є Hair Beauty 365 [9]. Дизайн сайту заслуговує на детальний розгляд, адже він вдало поєднує дизайн із зручною навігацією, забезпечуючи доступ до високоякісного професійного контенту.

Hair Beauty 365 – більше, ніж просто платформа: це ключовий ресурс для б'юті-експертів. Тут об'єднані освітні заходи, подкасти, відеоматеріали, статті, виставки та презентації брендів. Ресурс позиціонує себе як простір натхнення, знань і професійного нетворкінгу в індустрії краси.

Особливості стилістики вебсайту:

– Кольорова гама. Сайт виконаний у мінімалістичному дизайні з білим фоном та акцентами рожевих відтінків. Чорно-білий контраст у поєднанні з плавними геометричними формами створює враження професійності.

– Типографія сучасна й лаконічна. Заголовки та елементи навігації максимально інформативні, текст подано чітко структуровано, забезпечуючи зручність читання та легке сприйняття інформації.

– Візуальна складова. Основний акцент робиться на графічних взаємодіях із відео, логотипами подій і брендовими банерами платформ. Присутні декоративні елементи у вигляді лінійних малюнків, текстур та градієнтів (Додаток А Рис. А.7).

Сайт надає швидкий доступ до різних типів контенту через меню. Присутні такі пункти, як «Натхнення», «Події», «Бренди». Елементами довіри виступають реальні логотипи провідних брендів та іменитий розробник. Naig Beauty 365 є професійним та функціональним веб-ресурсом у сфері індустрії краси.

Платформа демонструє, що професійний портал для фахівців може бути одночасно стильним, структурованим і спрямованим на ефективність та вдосконалення майстерності користувачів.

Наступним для аналізу було обрано вебсайт персонального бренда та клініки Дуільйо Кортелли – ресурс, що гармонійно об'єднує мистецтво й медицину. Сайт позиціонує Кортелло як лікаря-хірурга і художника, який використовує передові технології для краси та гармонії. Ключові напрямки: клініка, косметика, тренінги, а також новини.

На головній сторінці розміщено велике фото лікаря, а також навігаційні кнопки до основних блоків та кнопка входу в особистий кабінет. Далі йдуть розділи:

- Косметика: продукти з переліком переваг та можливістю покупки.
- Клініка: інформативний опис процедур, які надаються.
- Тренінг: навчальні курси.
- Біографія Дуільйо Кортелли, маніфест та філософія бренду.
- Локації з фото та описом.
- Контакти та можливість приєднатись до команди.

- Детальні відповіді на питання про платежі, політику повернення та запису на прийом.

Особливостями дизайну вебсайту є:

- Кольорова гама: комбінація золотисто-коричневих відтінків на темному фоні формує атмосферу преміум-класу й професіоналізму.

- Типографія: сучасні й виразні шрифти. Заголовки та навігація максимально інформативні. Текст добре структурований, та є оптимальним для зручного читання і сприйняття.

- Візуальні складові: ретельно підібрані та лаконічно інтегровані в загальний дизайн. Головними є графічні взаємодії з відеоконтентом, логотипами подій, брендовими банерами.

Дуільйо Кортелла – це зразок елітного персонального бізнес-сайту, який гармонійно поєднує привабливий дизайн, професійний підхід, зручність використання та довіру аудиторії. Цей сайт вдало поєднує мистецтво й медицину, перетворюючи професійний онлайн-ресурс у сильний бренд, який викликає довіру (Додаток А, Рис. А.8).

Далі для аналізу обрано вебсайт онлайн-клініки краси MOOI Cosmetic Clinic, розташованої в Брісбені, Австралія. Це спеціалізований салон краси, який пропонує послуги косметичного татуажу, ламінування брів і вій, манікюру та масажу. MOOI цінує натуральну красу, професіоналізм і індивідуальний підхід до клієнта.

Особливості стилістики:

- Кольорова гама: оформлення у світлих тонах — бежевий фон із мінімальними акцентами створює відчуття чистоти та професіоналізму.

- Типографія: чіткі й структуровані заголовки, лаконічний текст із акцентом на елегантність і зручність для читання.

- Візуальні елементи: високоякісні знімки процедур, видимих результатів та команди, виконані в єдиній стилістиці, які посилюють довіру і підкреслюють професійність.

На головній сторінці знаходяться блоки з інформацією, цінами та послугами, на яких є надпис «BOOK NOW», який мотивує одразу записатись. На сайті присутня зручна навігація: меню WE ARE GOOD AT, Specials, About, Contact дозволяє швидкий доступ до потрібної інформації.

Елементами довіри та соціального підтвердження виступають: розміщення коротких відгуків задоволених клієнтів поруч із описами послуг (це створює відчуття надійності та підтверджує якість роботи)(Додаток А, Рис А.9), благодійність (пропозиція безкоштовного татуажу брів для клієнтів, які пройшли хіміотерапію. Така ініціатива не тільки допомагає людям у складний період їхнього життя, але й підсилює позитивне соціальне сприйняття компанії), професіоналізм (демонстрація біографій майстрів з акцентом на їхнє навчання та сертифікацію, підкреслює рівень кваліфікації та досвіду), активність у соціальних мережах (інтеграція з Instagram для презентації реальних прикладів робіт і фотографій процедур).

MOOI Cosmetic Clinic – яскравий приклад сучасного та клієнтоорієнтованого вебсайту. Цей вебсайт доводить, що навіть невеликий салон здатний створити професійний і привабливий цифровий ресурс, який зміцнює клієнтську лояльність і надихає на запис послуг.

Наступним дизайном вебсайту було обрано Beauty Lab (Додаток А, Рис. А, 10). Це салон краси із широким спектром надаваних послуг.

Із особливостей дизайну можна виділити:

- Кольорова гама: на вебсайті переважають бежеві, сірі та чорні кольори, що додає йому професійності. Акцентним кольором виступає яскраво-жовтий.
- Типографія: основний шрифт є простим і читабельним, а заголовковий – витонченим і акцентним.
- Візуальні елементи: всі фото виконані в одному стилі та кольоровій гамі.

На головній сторінці присутні категорії послуг, відповіді на часті запитання, опис спеціалістів та форма для консультації. Кнопка швидкого запису на консультацію виділена контрастним жовтим кольором.

Елементами довіри виступають відгуки клієнтів та наявні сертифікати.

Beauty Lab можна описати як привабливий та продуманий дизайн вебсайту. Він викликає у користувача довіру та бажання записатись на консультацію.

Наступним аналогом було обрано дизайн для салону краси Beautera Aesthetic Lab (Додаток А, Рис А, 11).

Дизайнер зазначає, що, в епоху соціальних мереж, люди надають перевагу таким платформам, як Instagram або TikTok для пошуку салону краси. На його думку, хоч соціальні мережі і можуть запропонувати безкінечну кількість фото та практичні функції чату, але справжній імідж бренду може розкрити саме власний вебсайт чи додаток.

Створення дизайну для цього вебсайту було спрямоване на забезпечення додаткового рівню преміальності та надійності. Вебсайт може надати повне враження про студію краси з усіма розділами, які можуть бути необхідними для вимогливих клієнтів. Він має на меті належним чином відобразити філософію бренду та дозволити клієнтам легко бронювати запис.

Особливостями дизайну є:

- Кольорова гама: її настрої повністю відповідає тематиці проекту. Основними кольорами є бежевий та чорний, акцентним – морський зелений.
- Типографія: поєднано абсолютно різні, але елегантні шрифти, які добре читаються в різних розмірах та сценаріях.
- Візуальні елементи: на сайті присутні естетичні композиції із фотографій та тексту. Усі фото виконані в одному стилі та кольоровій тематиці. Для елегантності дизайну, було використано вузькі обводки та штрихи.

Основною метою цього дизайну є переконання людей записатись на прийом, тому дизайнер розмістив елементи навігації тільки у верхньому меню

навігації та футері. Це було зроблено щоб користувачі не відхилялись від основної цілі.

Beautera є прикладом вебсайту, який передає філософію та імідж свого бренду через дизайн та вдале розміщення інформації.

Наступним аналогом є спа-салон NOMAD NIRVANA. Його філософія побудована на забезпеченні клієнту заспокоєння розуму та введення його в стан глибокого спокою та рівноваги.

Так як салон позиціонує себе як природнє місце заспокоєння, його дизайн відповідає цій тематиці (Додаток А, Рис А.12).

Кольорова гама складається із природніх спокійних тонів: зелений, кремовий та відтінки коричневого. Контрастним кольором є чорний.

Шрифт для основного тексту є простим та читабельним, а заголовковий шрифт – витончений. Разом вони створюють гармонійну типографічну композицію.

Використані фото виконані в одній естетиці та кольоровій гамі. Із графічних елементів можна виділити відмальовані лінійні квіти, які використовуються як декор на деяких сторінках, а також на картках із послугами.

В цілому, дизайн цього вебсайту, своїми кольорами, елементами та композицією, передає всю суть спа-салону: стан спокою і розслаблення.

І останнім аналогом для аналізу було обрано дизайн вебсайту косметологічної клініки SkinMed (Додаток А Рис. А.13). Це преміальна клініка, що допомагає людям виглядати якнайкраще, навіть в похилому віці.

Головною метою цього вебсайту є приваблення нових клієнтів. Тому на головній сторінці розміщено картки з усіма послугами, що надаються, інформація про спеціалістів та відповіді на часті запитання. Це зроблено для комфорту відвідувачів, які зможуть швидко дізнатись потрібну їм інформацію. Також, на головній сторінці розміщено форму для швидкого запису на консультацію, що спонукає відвідувача заповнити її та відвідати клініку. Фото

«до і після» показують відвідувачу видимі результати процедур, це теж спонукатиме його записатись на ці процедури.

Із особливостей дизайну можна відмітити, що кольорова гама складається переважно із білих та синіх тонів, що часто використовуються в дизайнах для лікарень та клінік. Така кольорова гама задає спокійного і професійного настрою вебсайту. Скруглені кути фото та графічних елементів теж передають собою спокій. Підібрані шрифти є лаконічними та ненав'язливими.

В цілому, цей вебсайт є представником лаконічного та стильного дизайну, що ідеально піходить до лікарської тематики.

РОЗДІЛ ІІІ

СТВОРЕННЯ ДИЗАЙНУ ВЕБСАЙТУ ДЛЯ САЛОНУ КРАСИ «Éden Beauty»

3.1. Створення візуальної ідентичності салону краси

Розробка нового оригінального дизайну завжди починається з етапу візуального дослідження. Після аналізу аналогів та вивчення ринку дизайнер зазвичай створює мудборд.

Мудборди та ідейні дошки є методами дослідження, які допомагають виділити особливості та переваги концепції. Мудборд дозволяє дизайнеру візуалізувати ідеї щодо кольорів, шрифтів та текстур. Ці інструменти створені для того, щоб розглянути елементи, які можна додати до концепції, перш ніж перейти до подальшого розвитку задуму.

Коли дизайнер завершує мудборд, у нього зазвичай вже є кілька ідей для реалізації завдання. Наступним кроком після формування ідеї є її втілення. Це час для експериментів і пошуків найкращого способу представлення концепції.

Для створення чіткої концепції необхідно проаналізувати цільову аудиторію та відфільтрувати зібрану інформацію. [3]. Так як предметом кваліфікаційної роботи є «Створення дизайну вебсайту для салону краси», то при створенні концепції дизайну було визначено, що цільова аудиторія – переважно жіноча. Було обрано концепцію салону краси зі свідомим екологічним підходом.

Назва «Éden Beauty» була підібрана відповідно до основної ідеї салону краси – натуральності. Слово Éden походить від біблійного образу Едемського саду – місця первинної чистоти, краси, спокою та природньої гармонії. Слово Beauty в поєднанні з Éden символізує не лише зовнішню привабливість, а й глибшу красу — гармонію, самоприйняття та внутрішній добробут. У цьому

розумінні краса не є примусовою, а природно розкривається. Послуги ж надаються з акцентом на індивідуальність клієнта.

Логотип – це символ, що ідентифікує компанію або особу. Якісний логотип має відзначатися привабливим дизайном, бути естетично приємним для очей клієнтів, відповідати позиціонуванню бренду та задовольняти чітко визначені бізнес-цілі [2]. Логотип Éden Beauty є витонченим та лаконічним, за рахунок комбінації товстих та тонших ліній, а також, додання хвилястих елементів. Риска над буквою «É» виконана у вигляді листочка, що є відсилкою до основної тематики салону краси – екологічності (Додаток Б, Рис. Б.1). Логотип Éden Beauty є візуальним відображенням природної краси, витонченого догляду та гармонії з природою. Він вдало поєднує естетику преміальності з екологічними цінностями, ідеально передаючи дух бренду, що не лише підкреслює красу, але й сприяє відновленню зв'язку з природою через етичний, екологічний та усвідомлений підхід.

За допомогою кольору можна передати настрій, описати довколишній світ або зашифрувати певний зміст. Наприклад, слова «похмурий», «тьмянний» чи «блискучий» викликають асоціації з конкретними кольоровими поєднаннями та сукупностями значень. Дизайнери застосовують колір, щоб акцентувати увагу на чомусь важливому або ж, навпаки, замаскувати те, що бажають приховати [2]. Так як різні кольори асоціюються у людей із різними настроями та явищами, при створенні дизайну важливо підібрати підходящу до тематики кольорову палітру. Для дизайну вебсайту Éden Beauty було обрано палітру з природніми відтінками. У дизайні використовується переважно креманий колір. Цей нейтральний відтінок, майже білого кольору з м'яким теплим підтоном, дарує відчуття легкості та повітряності слугує прекрасною основою для інших кольорових рішень. Акцентними кольорами виступають зелений та рожевий, які асоціюються із рослинами, натуральністю та свіжістю. Контраст між темним зеленим і світлими відтінками допомагає зберігати чітку структуру ієрархії сайту, а пастельно-рожевий колір додає жіночності, витонченості та ніжності.

Важливою частиною створення візуальної ідентичності є підбір шрифту. Він повинен відповідати тематиці та створювати правильний настрій. Шрифт «Azбука 04», створений сербським дизайнером Nikola Kovanovic, чудово гармоніює з брендом Éden Beauty. Цей шрифт вирізняється чіткою геометрією у поєднанні з м'якими формами, що забезпечує гармонійний баланс між строгістю та органічністю. Він не є нав'язливим та домінуючим, проте зберігає характерний стиль, який прекрасно підходить для бренду, що прагне передати витонченість та елегантність. Завдяки легкій, сучасній формі, Azбука 04 добре виглядає як у великих заголовках, так і в тонких підписах, тому він був обраний базовим для всього бренд-стилю.

3.2. Створення дизайну вебсайту

Робота над створенням дизайну для вебсайту завжди починається зі створення схеми (Додаток Б, Рис. Б.2). Вона допомагає зрозуміти, як користувачі будуть переміщатись між сторінками, які дії вони зможуть виконувати та наскільки швидко знайдуть необхідну інформацію. Розробка схеми сприяє розробці зручного та інтуїтивно зрозумілого інтерфейсу, орієнтованого на потреби користувача. Якщо одразу перейти до дизайну без схеми, виникає ризик часто повертатися на попередні етапи через непередбачені проблеми з логікою. Продумана структура зменшить кількість переробок у майбутньому. Також, вона дає змогу логічно організувати контент, розставити акценти та створювати чітку ієрархію інформації. Завдяки цьому сайт стає цілісним і зручним як для користувачів, так і для пошукових систем.

Наступним кроком є створення прототипу (Додаток Б, Рис. Б.3). Він є більш детальною моделлю сайту, яка демонструє, як виглядатимуть ключові елементи інтерфейсу та дозволяє оцінити роботу майбутнього сайту ще до старту етапу дизайну. Прототип – це «чернетка» сайту, яка допомагає перевірити зручність, логіку і функціональність. Він є переходом між абстрактною схемою і конкретним візуальним дизайном.

Після створення прототипу йде найголовніший етап – створення дизайну вебсайту (Додаток Б, Рис. Б.4). На цьому етапі сайт набуває свого вигляду: підбираються кольорові рішення, шрифти, зображення, графічні деталі – усе, що визначає стиль і атмосферу бренду. Дизайн відображає цінності компанії, її унікальність та позицію, формуючи гармонійне та естетичне враження. Дизайн – це не тільки про естетику, але й про ефективний інструмент навігації. Правильна візуальна ієрархія, контрастність, розміри та акценти полегшують користувачам орієнтацію на сторінці, допомагають виконувати необхідні дії та швидко знаходити потрібну інформацію – від запису до зв'язку з компанією.

Для дизайну салону Éden Beauty (основна тематика якого – природність) було обрано рослинний патерн. Також, майже всі графічні елементи були стилізовані у формі листка. Візуальні мотиви, які використовуються в оформленні цього бренду, відіграють важливу роль у підкресленні його філософії, зосередженої на екологічній відповідальності. Підхід, заснований на таких принципах оформлення, не тільки дозволяє бренду виділитися серед конкурентів, але й зміцнює його імідж, як усвідомленого та природного простору краси.

Гарний дизайн формує довіру, утримує увагу й мотивує до дії – саме тому він такий важливий.

ВИСНОВКИ

Під час створення кваліфікаційної роботи на тему «Дизайн вебсайту салону краси» було досліджено та виконано всі поставлені завдання. Вони включали в себе аналіз ринку, вивчення сучасних тенденцій у вебдизайні, створення структури, прототипу та візуальної складової вебсайту.

Кінцевим результатом став дизайн-концепт, в якому гармонійно поєднано естетику та функціональність. Особливий акцент приділено візуальній ідентичності бренду: стилістика, кольорова палітра, типографія та графічні елементи відображають основні цінності салону – природність та турботу про клієнта.

Практична цінність проекту полягає в тому, що його результати можуть бути використані як основа для створення реального вебресурсу. Такий сайт здатний ефективно представляти салон краси в інтернеті, залучаючи нових клієнтів і формуючи впізнаваний образ бренду.

У результаті роботи над створенням кваліфікаційної роботи було досягнуто поставленої мети: розроблено зручний, неперевантажений, естетично-привабливий вебсайт, який складає приємне враження на клієнта і може бути конкурентоспроможним у своїй галузі. Завдяки дизайнерському аналізу було розроблено дизайнерське рішення, що відповідає сучасним вимогам та враховує специфіку сфери краси.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пасічник О. Г., Пасічник О. В., Стеценко І. В. Основи веб-дизайну. Київ : Видавнича група ВНУ, 2009. 336 с.
2. В. Вайт А. Основи графічного дизайну : у 3 т. Київ : ArtHuss, 2023. Т. 3 : Простір, єдність, архітектура сторінки та шрифти. 232 с.
3. Леонард Н., Емброуз Г. Основи. Графічний дизайн : у 3 т. Київ : ArtHuss, 2019. Т. 3 : Генерування ідей. 192 с.
4. Онлайн магазин доглядової косметики Wonder Theme Beauty
URL:<https://wonder-theme-beauty.myshopify.com/>
5. Вебсайт корейської доглядової косметики Bello.U
URL:<https://bellou.cafe24.com/shop2/index.html>
6. Вебсайт салону краси 365STUDIO
URL:https://www.365studio.ua/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiA74G9BhAE EiwA8kNfpRZnp9wE_eQKoNaRcx7F6_o5N8KgXSK63E0ab58wbK5oDltSm pCilBoC-ngQAvD_BwE
7. Вебсайт платформи для перукарів Hair Beauty 365
URL:<https://www.hairbeauty365.com/>
8. Вебсайт пластичного хірурга Дуільйо Кортелли
URL:<https://www.duiliocortella.com/>
9. Вебсайт клініки краси MOOI URL:<https://www.mooiclinic.com.au/>
10. Дизайн вебсайту салону краси Beauty Lab
URL:https://www.behance.net/gallery/199581527/Beauty-lab-Landing-page?tracking_source=search_projects%7Cbeauty+salon&l=56
11. Дизайн вебсайту салону краси Beautera Aesthetic Lab
URL:https://www.behance.net/gallery/215797861/Beauty-Studio?tracking_source=search_projects|beauty+salon&l=1

12. Дизайн вебсайту спа-салону NOMAD NIRVANA
URL: https://www.behance.net/gallery/223151871/Wellness-SPA-Salon-website-design-UIUX?tracking_source=search_projects|beauty+salon&l=12
13. Дизайн вебсайту косметологічної клініки SkinMed
URL: https://www.behance.net/gallery/180137719/SkinMed-Landing-page?tracking_source=search_projects|beauty+salon+website&l=10

ДОДАТКИ

Додаток А

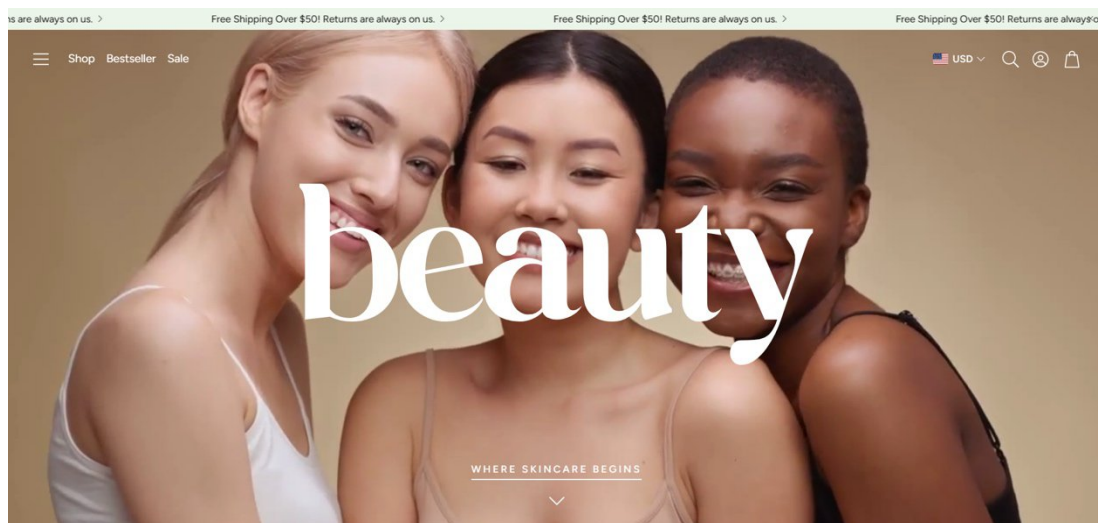


Рис. А.1 Wonder Theme Beauty URL:<https://wonder-theme-beauty.myshopify.com/>

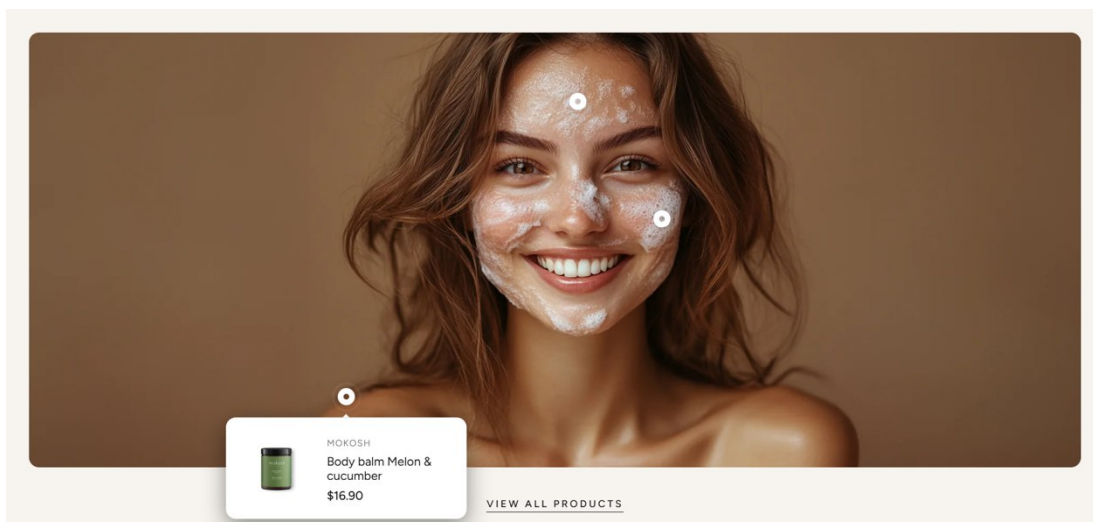


Рис. А.2 Інтерактивність вебсайту URL:<https://wonder-theme-beauty.myshopify.com/>

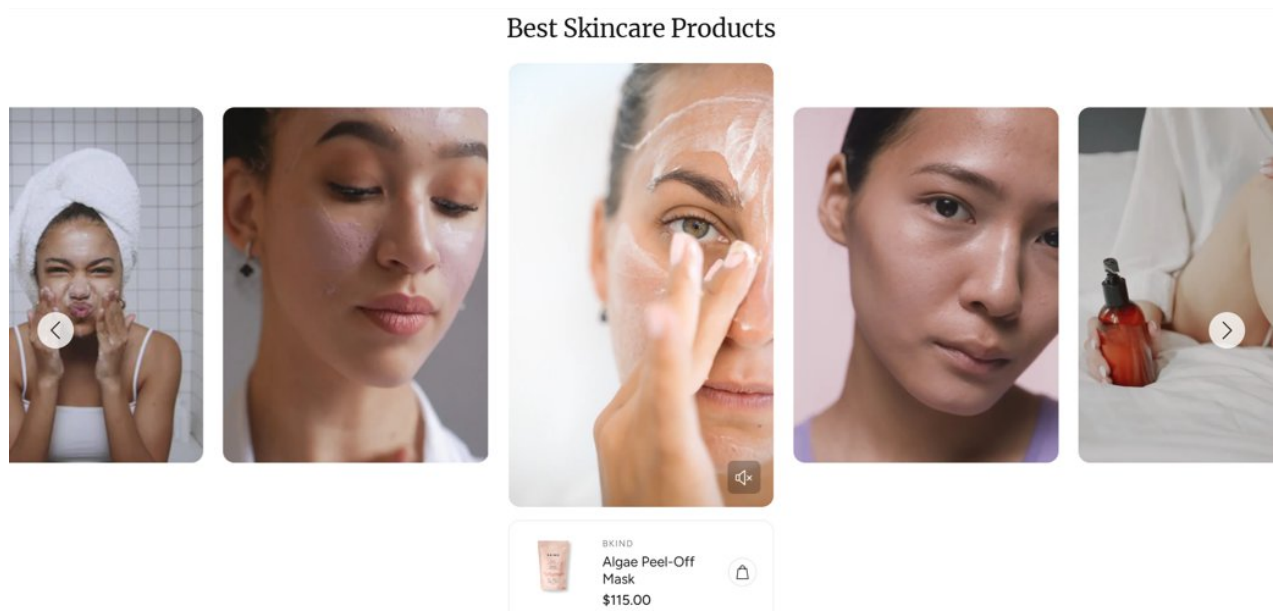


Рис. А.3 Відео-тестимоніали [URL:https://wonder-theme-beauty.myshopify.com](https://wonder-theme-beauty.myshopify.com)

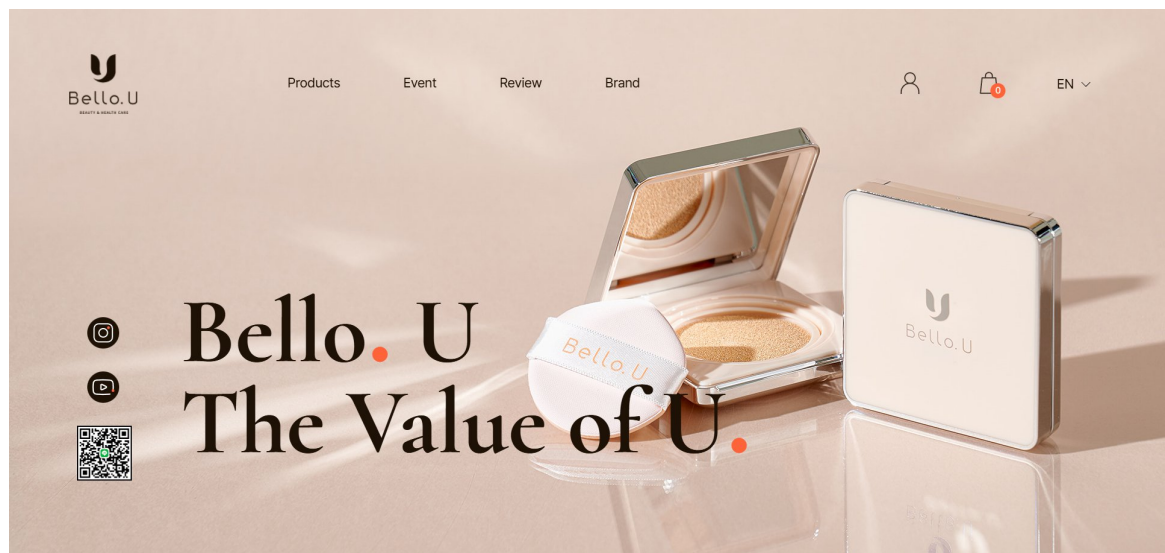
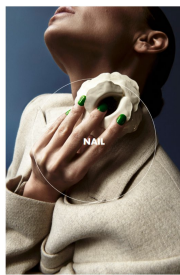
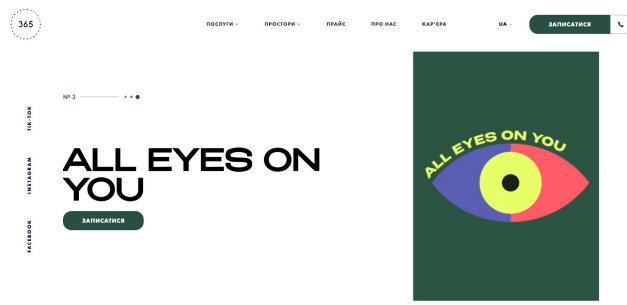
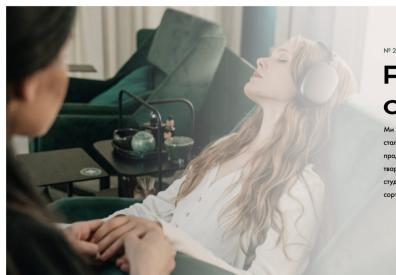
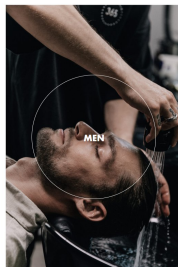


Рис. А.4 Фото продукції [URL:https://bellou.cafe24.com/shop2/index.html](https://bellou.cafe24.com/shop2/index.html)



Послуги

Робимо красу для всіх і разом з вами ми пропонуємо широкий спектр б'юті-послуг, щоб ви могли отримати все необхідне в одному місці.



№2 Розумне споживання

Ми віримо, замість поспішати з нами Ми підтримуємо стиль, вибір матеріалів, уважимо до сервісу. Ми працюємо, ми ми використовуємо, не тестується на тваринах. Ми оптимізуємо відходи від робочих процесів у студії, заміняємо витратні матеріали на екологічні, сортуємо та прагнемо мінімувати їх кількість.



Ваша краса в безпеці!

Ми знаємо, що зробити б'юті-індустрію повністю безпечною або натуральною — неможливо. Все ми прикармає в студії краси за законом, і хочемо їх отримати.

Метою нашої компанії — зробити їх для вас максимально комфортними та безпечними. Для цього ми активно вивчаємо ринок краси і впроваджуємо найкращі та екологічні підходи в послугах, матеріалах та інструментах.

Рис. А.5 Дизайн вебсайту 365 STUDIO

URL: https://www.365studio.ua/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiA74G9BhAEEiwA8kNfpRZnp9wE_eQKoNaRcx7F6_o5N8KgXSK63E0ab58wbK5oDltSmpCilBoC-ngQAvD_BwE

МАНІКЮР

×

Остаточна вартість буде залежати від параметру послуги і обраної категорії майстра

Ціна

+ Жіночий манікюр (класичний, європейський, комбінований)	625–1035 ₴
+ Зняття, манікюр, покриття гель-лаком	1615–2265 ₴
+ Зняття, манікюр, покриття гель-лаком Light Design	1715–2415 ₴
+ Зняття, манікюр, покриття гель-лаком Extra Design	1815–2565 ₴
+ Зняття, манікюр, покриття гель-лаком Duple Extra Design	1915–2715 ₴
+ Корекція форми нігтів	345–465 ₴
+ Жіночий манікюр з ритуалом VOESH трьохетапний	965–1375 ₴

ПЕДИКЮР

+

ОНЛАЙН
ЗАПИС

Рис. А.6 Прайслист 365 STUDIO

URL: https://www.365studio.ua/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiA74G9BhAE EiwA8kNfpRZnp9wE_eQKoNaRcx7F6_o5N8KgXSK63E0ab58wbK5oDltSm pCilBoC-ngQAvD_BwE



Рис. А.7 Стилістика вебсайту Hair Beauty 365

URL: <https://www.hairbeauty365.com/>

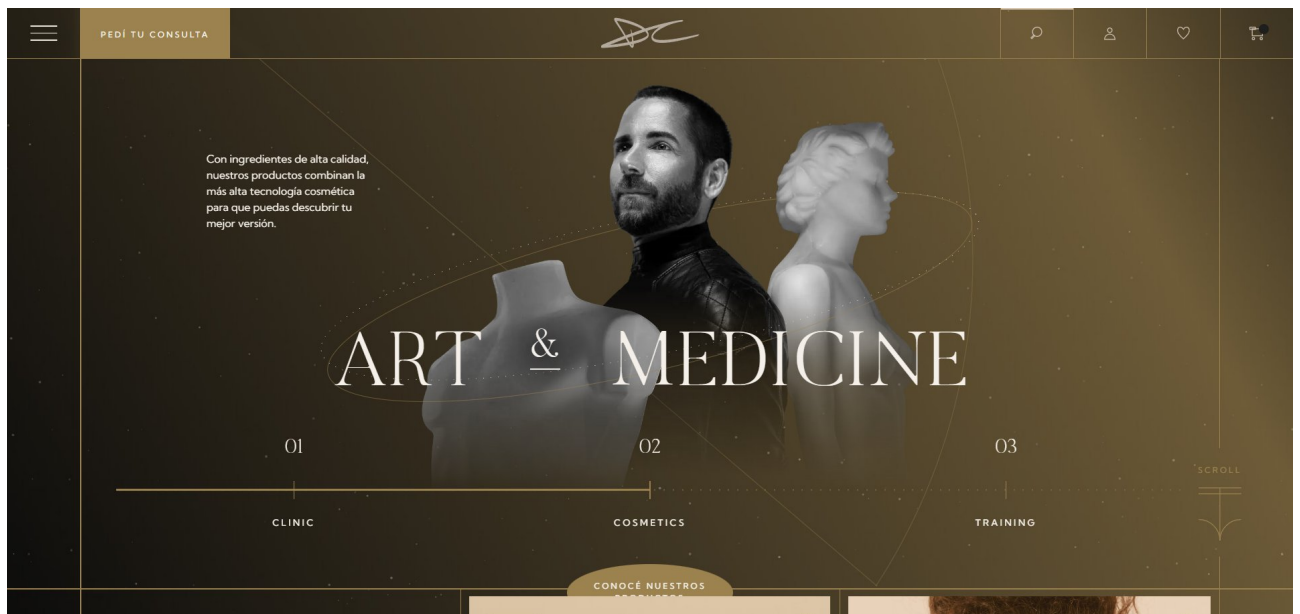


Рис. А.8 Стилiстика вебсайту Duilio Cortella URL: <https://www.duiliocortella.com/>

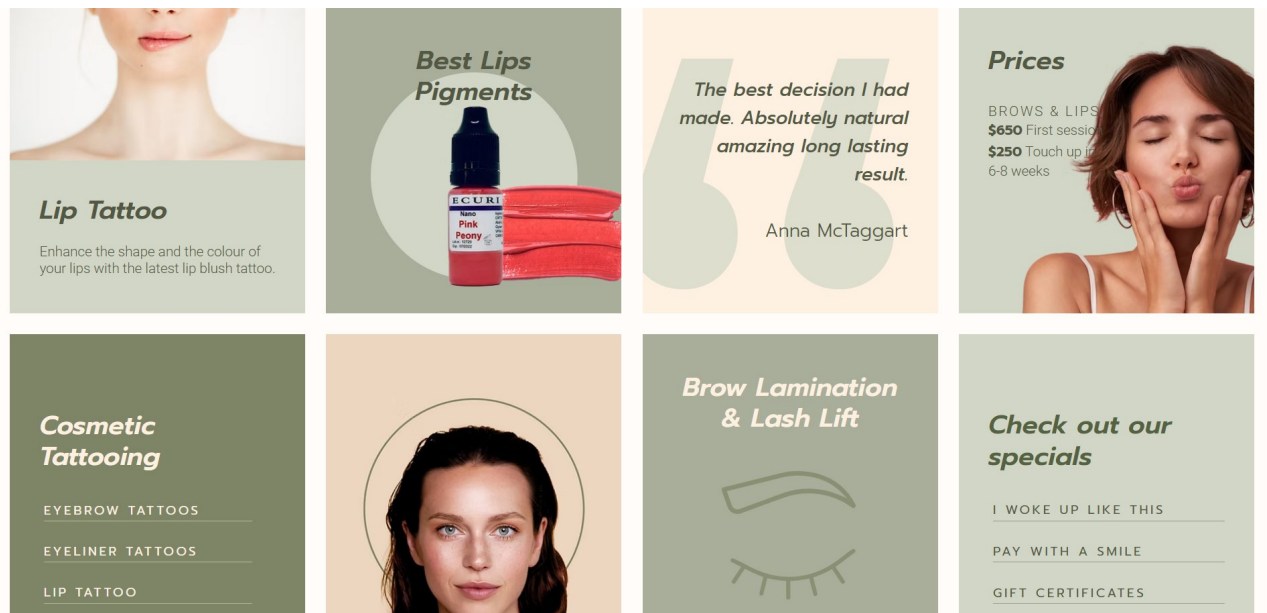


Рис. А.9 Блок із відгуками та процедурами MOOI Clinic
URL: <https://www.mooiclinic.com.au/>

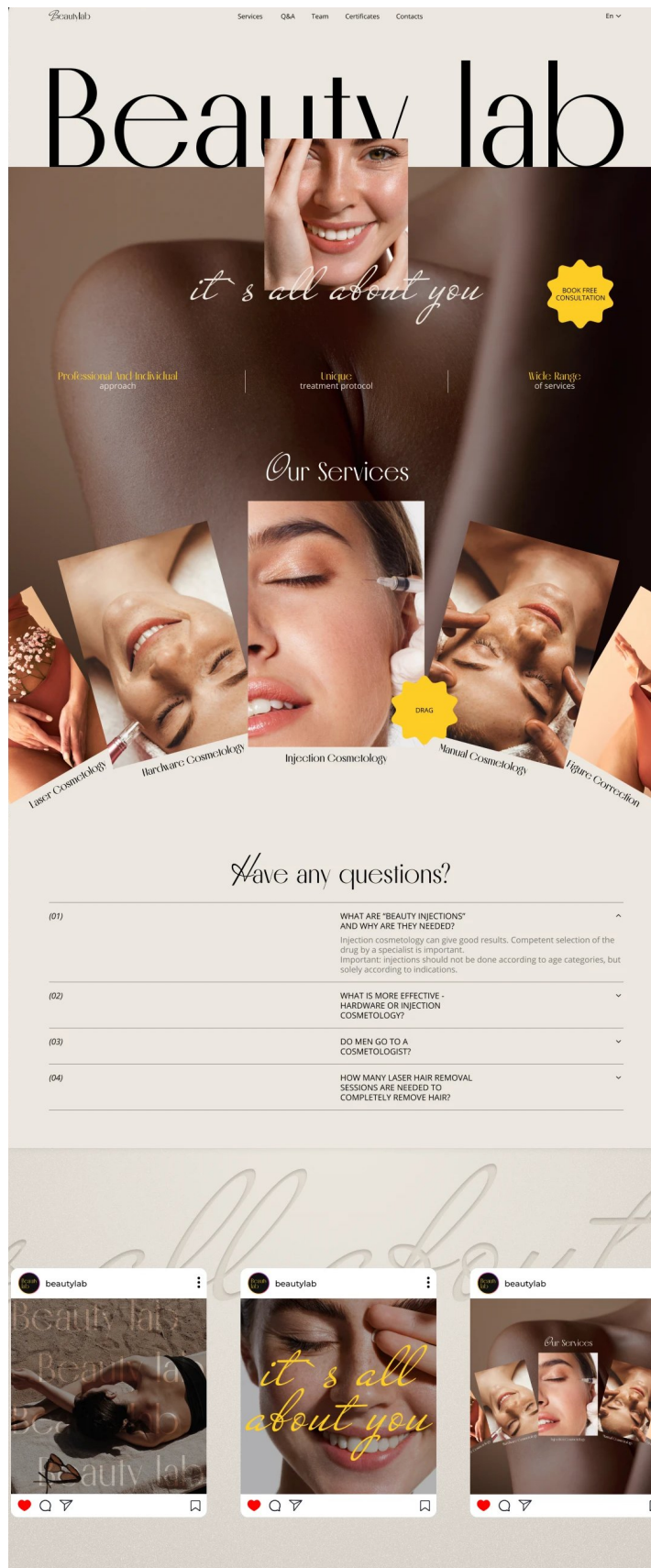


Рис. А.10 Дизайн вебсайту салону краси Beauty Lab

URL:https://www.behance.net/gallery/199581527/Beauty-lab-Landing-page?tracking_source=search_projects%7Cbeauty+salon&l=56

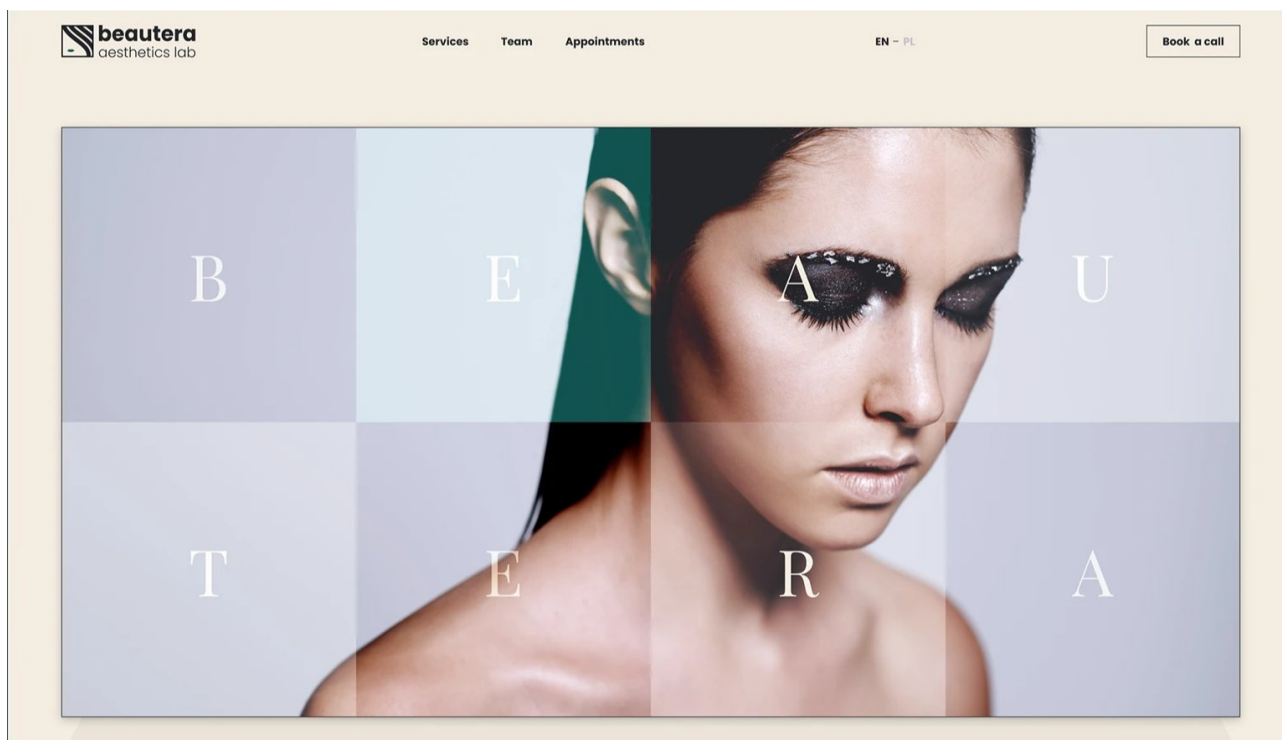


Рис. А.11 Дизайн вебсайту Beautera Aesthetic Lab
URL:https://www.behance.net/gallery/215797861/Beauty-Studio?tracking_source=search_projects|beauty+salon&l=1

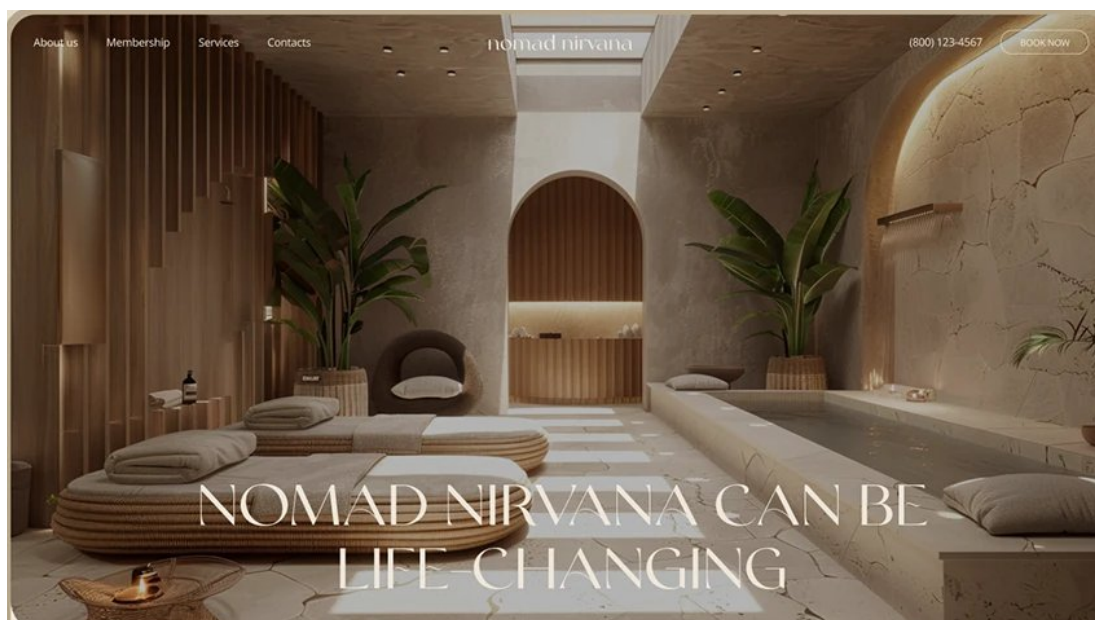


Рис. А.12 Дизайн вебсайту NOMAD NIRVANA
URL:https://www.behance.net/gallery/223151871/Wellness-SPA-Salon-website-design-UIUX?tracking_source=search_projects|beauty+salon&l=12

CM


[Categories](#)
[Policies](#)
[List of Services](#)
[Our Doctors](#)
[FAQ](#)
Home

TRANSFORMING BEAUTY ELEVATING CARE

WHO WE ARE?

Specialized dermatology and aesthetic medicine clinic with high quality services.

[Get @services](#)



SERVICES WE OFFER

Dermatological consultation

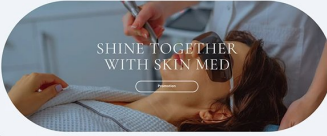
Skincare treatment
Facial treatments

Laser hair removal

Chemical peel
Facial peeling

Mesotherapy
Facial treatment

Injectable filler
treatment



SHINE TOGETHER
WITH SKIN MED

LIST OF SERVICES WE PROVIDE

List of service prices	PROCEDURE NAME	DURATION	PRICE
Learn how we work	Clean	30-45 min.	10-15 USD
Medically assisted facial treatments	Acne between the eyebrows	30-45 min.	0 USD
	Upper lip / mustache	30-45 min.	0 USD
Skincare facial peeling	Exfoliant	30-45 min.	0 USD
	Full face	30-45 min.	30 USD
Skincare facial peeling	Upper lip	30-45 min.	0 USD
	Full face	30-45 min.	30 USD
Dermatological skin	Acne between the eyebrows	30-45 min.	0 USD
	Acne on the upper lip	30-45 min.	0 USD

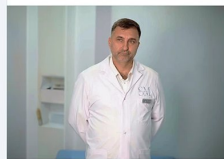
OUR TEAM

Dr. Vladislav Kozlov

30+ Years experience

Director of Medical Services (dermatology)

Head of the Department of Dermatology and Venereology




Dr. Tatiana Chabot

First category dermatologist

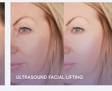
10+ years, Dermatologist (dermatology, venereology)

Expertise: High quality skincare systems

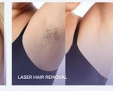
PHOTOS BEFORE / AFTER



DERMATOLOGICAL SKIN



DERMATOLOGICAL SKIN



LASER HAIR REMOVAL

SIGN UP FOR A CONSULTATION

Please leave your contact details so that we can contact you if any information is left out or if you wish to discuss.

Your first and last name:

Email:


The procedure you are interested in:

Comment:

By clicking the button, you consent to the processing of personal data.

[Submit application](#)

FREQUENTLY ASKED QUESTIONS



What is laser hair removal?

How many procedures are needed?

What is the interval between procedures?

How long the effect of the procedure last?

How are the fees organized?

Рис А.13 Головна сторінка клініки SkinMed

URL: https://www.behance.net/gallery/180137719/SkinMed-Landing-page?tracking_source=search_projects|beauty+salon+website&l=10



Рис. Б.1 Логотип Eden Beauty

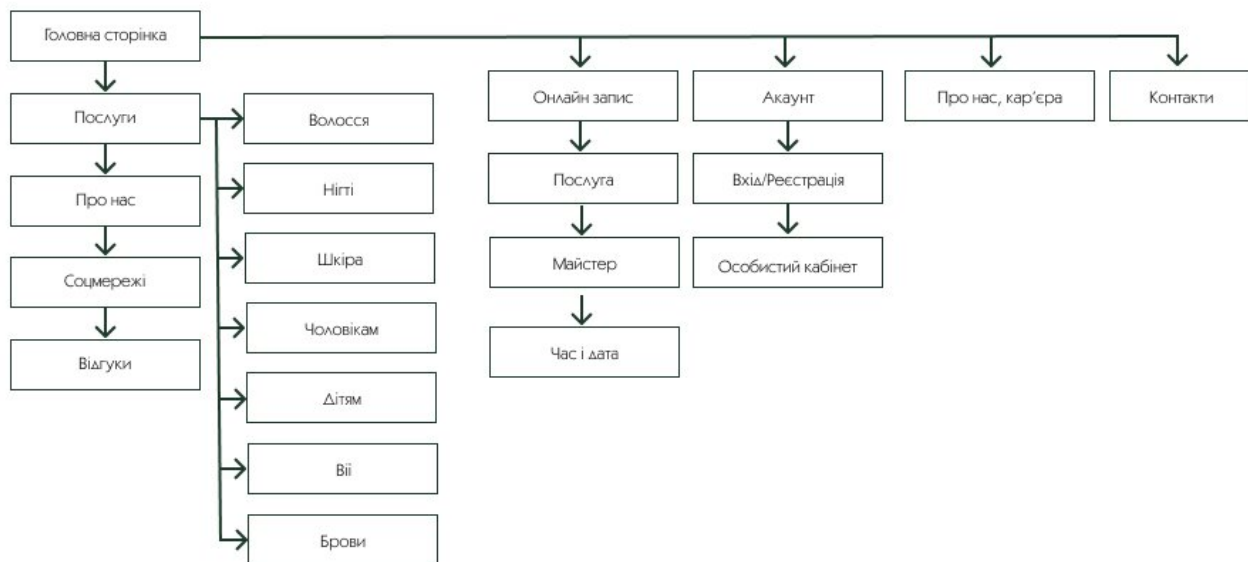


Рис. Б.2 Схема вебсайту салону краси Eden Beauty

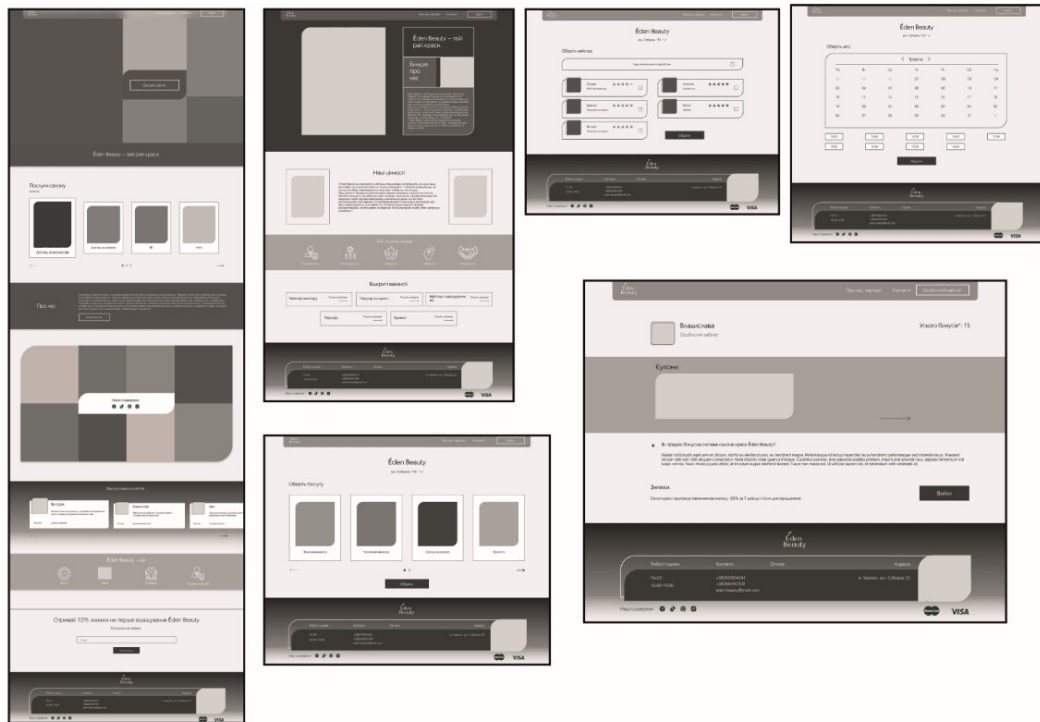


Рис. Б.3 Прототип вебсайту салону краси Eden Beauty



Рис Б.4 Дизайн головної сторінки вебсайту салону краси Eden Beauty

Аркуш 1: логотип Eden Beauty, кольори, шрифти, дизайн-система.

Аркуш 2: схема, прототип вебсайту.

Аркуш 3: дизайн вебсайту.

Аркуш 4: дизайн вебсайту.

Аркуш 5: плакат.