

Задание №1: дизайн карточки по шаблону

Макет:



КОММЕНТАРИИ:

- 1. Проанализировал товар, для которого необходимо обновить визуал;
- 2. Скачал изображение нужного SSD с сайта Ситилинка, сделал обтавку. Выписал все самые важные характеристики, составил УТП, оформил в понятные блоки для удобства работы;

Слайд №1 META M6E надежный и быстрый 512 ГБ PCIe 4.0 x4 M.2	Слайд №2 Широкая совместимость ПК, ноутбук, PS5	Слайд №3 Высокая производительность 3D TLC NAND современная память Maxio MAP1602 энергоэффективный контроллер
Слайд №4 Комфортная работа бесшумный и компактный	Слайд №5 Быстрый доступ до 5000 МБ/с чтение до 2500 МБ/с запись	Слайд №6 Долгий срок эксплуатации TWB 900 ТБ ресурс записи
Слайд №7 Расширенная гарантия авторизованные сервисные центры по всему ЕАЭС 5 лет гарантии		

3. Изучил шаблон в Figma (предварительно скопировал шаблон в новый проект): проверил слои (выявил что много лишнего было в фреймах, почистил, оставил только то что нужно для работы), текстовые стили, ознакомился с правилами по типографики;
4. Определил какие изображения нужны, отметил что можно поменять в характеристиках товара;
5. Заменял визуал. Были проблемы с некоторыми карточками, использовал ИИ для решения проблемы;
6. Адаптировал текстовый контент: заменил нерелевантные формулировки, добавил ключевые преимущества;
7. Адаптировал визуал под разные размеры;
8. Провел проверку всех адаптивов: выравнивание, перенос строк, межстрочное расстояние и т.д.

ДОПОЛНИТЕЛЬНО:

При работе с шаблоном я специально сохранил его структуру и часть визуальных решений, чтобы соответствовать визуалу серии.

При первом просмотре шаблона обратил внимание, что в исходном шаблоне смешаны разные стили (минимализм, неон, стоки). Это ломает ощущение серии.

В рамках задачи я сохранил эту логику, но в дальнейшем при масштабировании линейки предлагаю стандартизировать визуальный стиль, чтобы повысить консистентность бренда и узнаваемость.

Задание №2: подготовить ТЗ для агентства

Техническое задание для дизайнера

Необходимо сделать дизайн карточки товара (Микроволновая печь Hyundai HYM-M2093)

<https://www.citilink.ru/roduct/mikrovolnovaya-pech-hyundai-hym-m2093-19l-700vt-chernyi-20>

Слайд 1	Слайд 2	Слайд 3	Слайд 4	Слайд 5	Слайд 6	
Заголовок: Микроволновая печь Hyundai Подзаголовок: Надежный выбор для дома и дачи Модель: HYM-M2093 УТП: 1. Объем 19 л 2. Мощность 700 Вт 3. Механическое управление	УТП: Заголовок: Компактный размер Подзаголовок: Идеально для маленькой кухни, дачи, офиса или общежития.	УТП 1: Заголовок: Механическое управление Подзаголовок: Два поворотных переключателя УТП 2: Заголовок: Мощность 700 Вт Подзаголовок: Оптимальная мощность для разогрева готовых блюд	УТП: Заголовок: Простота ухода Подзаголовок: Гладкая эмалированная камера	УТП: Заголовок: Вместительная камера Подзаголовок: –	Объем Мощность Тип управления Открывание дверцы Материал камеры Диаметр поддона Цвет Габариты (В×Ш×Г) Вес Гарантия	19 л 700 Вт механическое кнопка эмаль, легкой очистки 24,5 см чёрный 42x24x33 6,6 кг 24 месяца
Логотип по центру, сверху Заголовки УТП визуально выделяем размером шрифта и жирностью Подзаголовок шрифтом поменьше	Логотип по центру, сверху Заголовок и подзаголовок под логотипом Заголовки УТП визуально выделяем	Логотип по центру, сверху Делим карточку на пополам Слева УТП 1 , справа УТП 2	Логотип по центру, сверху Заголовки УТП визуально выделяем размером шрифта и жирностью	Логотип по центру, сверху Заголовки УТП визуально выделяем размером шрифта и жирностью Заголовок под	Заголовки визуально выделяем размером шрифта и жирностью Заголовок: Технические характеристики Сделать в виде таблицы Логотип по центру, внизу	

Модель меньшим шрифтом чем заголовок УТП в закругленных прямоугольниках параллельно друг другу (использовать полупрозрачный градиент) Текст можно адаптировать друг под другом, главное чтобы это не выглядело громоздко Иконки не используем	размером шрифта и жирностью Подзаголовок шрифтом поменьше Печь в закрытом виде Нарисовать линии и указать размеры (ширину, высоту, глубину) (ШхВхГ) 42х24х33	Заголовки УТП визуально выделяем размером шрифта и жирностью Подзаголовок шрифтом поменьше Между УТП нарисована линия Внизу добавляем изображение печи в открытом виде	Подзаголовок шрифтом поменьше Весь текст идет над печью Предлагаю использовать фотографию (1)	логотипом Печь в открытом виде Нарисовать параллелепипед Указать объём (19л)	

Требования к дизайну:

Печь вписать в окружение кухни (использовать нейросети). Минималистичный стиль, кухонный тренд в темных тонах. Цвет текста используем в приоритете белый.

Оценка трудозатрат

Этапы работы	Время
Анализ карточки печи на Hyundai на сайте ситилинка (сбор технических характеристик)	15 минут
Анализ конкурентов на Ozon, поиск УТП и рефов	40 минут
Формирование уникальных УТП	20 минут
Заполнение шаблона ТЗ	20 минут
Написание дополнительной информации	15 минут
Итого	1 час 50 минут

Комментарий:

Изучил карточку Hyundai HYM-M2093 на ситилинке:

- Выписал все технические характеристики.

Проанализировал конкурентов:

- Сравнил все основные характеристики Hyundai с Haier, LG, Weissgauff в предложенных магазинах.
- Выявил УТП Hyundai: Объём 19 л, Мощность 700 Вт, Механическое управление, Компактный размер, Простота ухода, Вместительная камера.
- Подобрал референсы, которые больше всего подходят к нашему товару.
- Заполнил все заголовки, подзаголовки и УТП, перенес таблицу с характеристиками.
- Написал точное расположение компонентов на карточке.
- Прикрепил необходимые референсы для наглядности.
- Прописал дополнительную информацию и требования к дизайну.

- Проверил полноту всех блоков в шаблоне.
- Убедился в наличии рефов.

Также дополнительно я бы указал сроки реализации и размеры баннера, размеры логотипа, шрифты, размеры шрифтов все согласно брендингу компании.

При анализе конкурентов выявил что большинство карточек хоть и выполнены хорошо, но переполнены информацией. В подготовке ТЗ учел этот момент и постарался дать максимально точное УТП и описание, для минимизации визуального перегруза.

Задание №3: согласование готовой работы



Текущее исполнение баннера для превью-акции телевизоров HYUNDAI не соответствует эстетике, так как визуал выглядит бюджетным, по сравнению с референсами конкурентов Samsung, LG и Haier. Конкуренты используют более изысканные изображения, подчеркивающие технологии и качество, а не простые сезонные мотивы.

Анализ баннера HYUNDAI

- «Скидка до - 30%» – создает ощущение распродажи недорогой техники;
- Осенняя палитра (оранжевый, желтый) подходит сезонно, но дизайн упрощенный: нет фокуса на экране с динамичным контентом, премиум эффектах или характеристиках;
- Визуально телевизор сливается с фоном и выглядит плоско, а изображение на экране неудачно вписано (в верхней части оно выходит за границы рамки);
- Баннер выглядит перегруженным. Используются маркетинговые штампы (листья), которые создают шум.

Анализ конкурентов

Samsung в баннерах акцентирует флагманские модели с выгодами «до 100 000 руб.», показывая яркие 4K-экраны с AI-функциями на минималистичном фоне. Используют темные или светлые тона, блики на экране и слоганы, подчеркивая премиум-технологии, а не процент скидки. Визуал элегантный, без перегрузки – фокус идет на продукт.

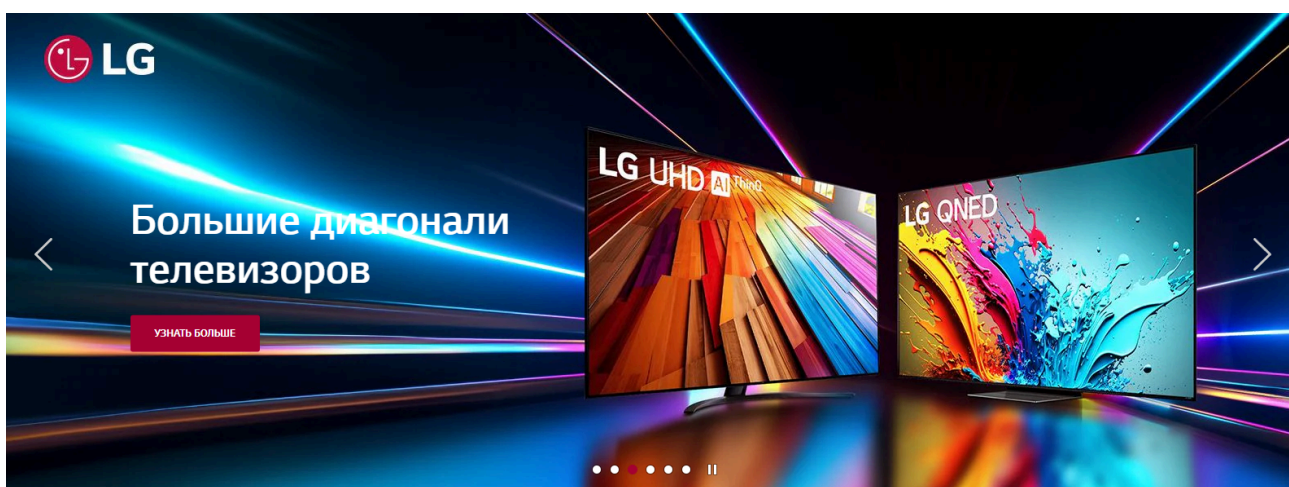


(реф. 1)

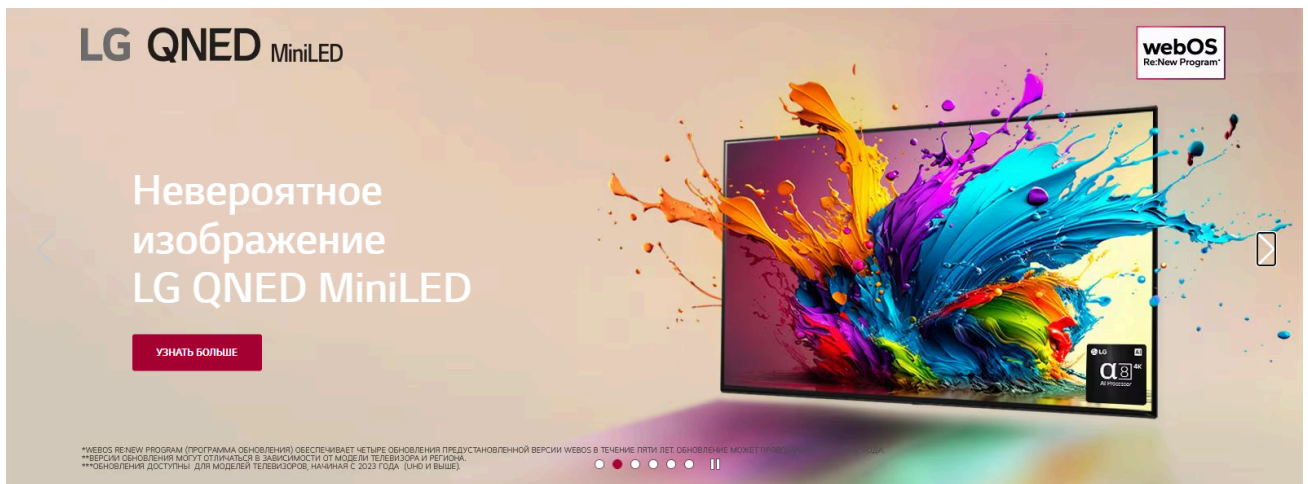


(реф. 2)

LG продвигают скидки до 30% на Smart TV и 4K-модели через промокоды и рассрочку (на маркетплейсах и у дистрибьюторов), где телевизор доминирует с демонстрацией контента (спорт, фильмы). Дизайн современный: градиенты, иконки технологий, нейтральные акценты, яркие цвета. Все это создает ощущение доступного премиума, а не «распродажа склада» – скидка подается как бонус к качеству.



(реф. 3)



(реф. 4)

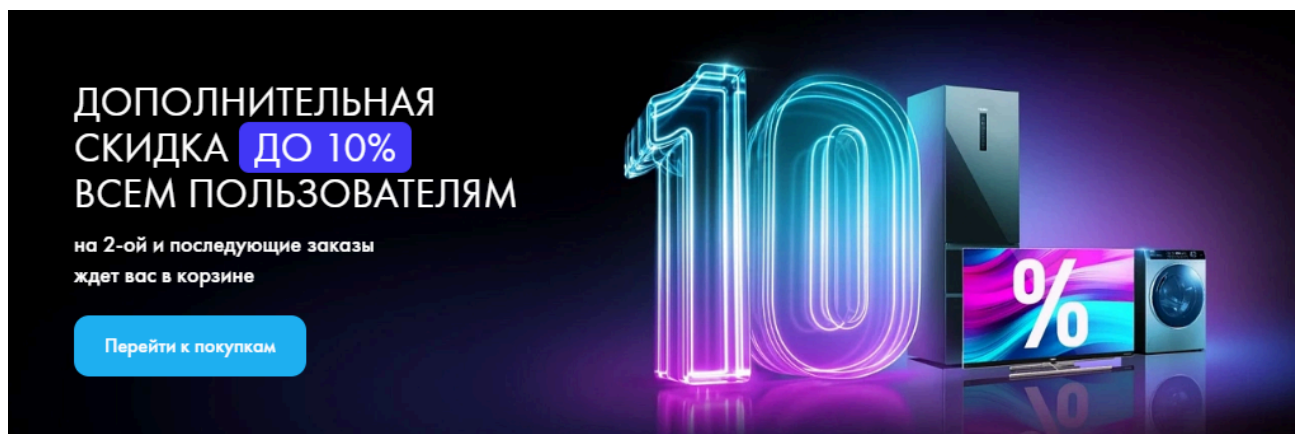
Haier фокусируется на распродажах или акциях, баннеры лаконичны: фото ТВ с акциями, доставкой, без ярких сезонных эффектов. Визуал практичный, ориентирован на бюджет/средний сегмент. Осенние мотивы редки – приоритет на цену и удобство, что близко к Hyundai, но без агрессивных процентов.



(реф. 5)



(реф. 6)



(реф. 7)

Рекомендации по доработке баннера

- Добавить небольшое УТП: «Телевизор 4K UHD» / «Замените кинотеатр – смотрите с комфортом» / «Первый шаг к летнему отдыху – домашний кинотеатр»; **(реф. 1)**
- Уменьшить акцент на скидке (сделать скромнее, вторично по отношению к УТП), написать «скидка до 30%» / «выгода до 25 000 руб.». Шрифт меньше основного, цвет приглушенный. Не делать жирным; **(реф. 1)**
- Визуал: в сегменте дорогой техники сейчас минимализм и контраст. Делаем крупный экран с 4K-контентом (осенний пейзаж в высоком разрешении), сделать фон спокойным или темным, подсветка на продукте (белая или серая), добавить воздуха; **(реф. 6 или 7)**
- Добавить объем продукту, сделать тени, рефлексy на рамке и экране.