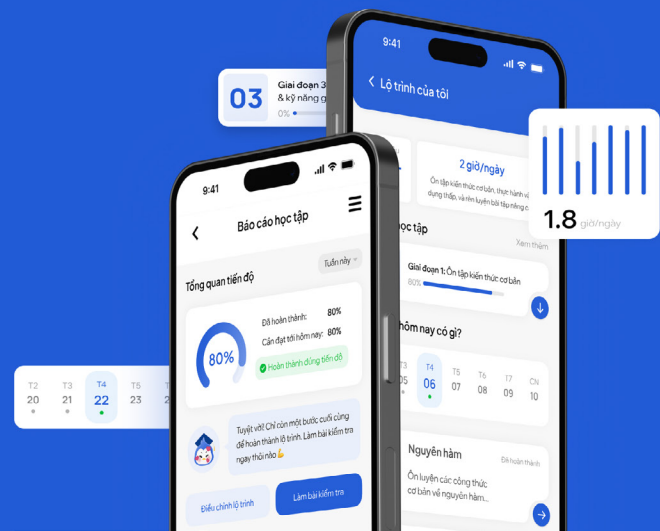


Class
D2312M

Arena
Đồng Đa

Topic
Thiết kế ứng dụng di động





FOREWORD

/Lời nói đầu/

Thương hiệu không chỉ đơn giản là một biểu tượng của doanh nghiệp, nó là cột mốc quan trọng đại diện cho danh tiếng và giá trị cốt lõi của toàn bộ công ty.

Cuốn hướng dẫn này không chỉ giải thích về hình ảnh và triển khai thương hiệu Penzi, mà còn đi sâu vào những yếu tố quan trọng xác định sự nhận diện của Penzi.

Nó không chỉ tập trung vào các nguyên tắc cơ bản, mà còn khám phá cách thức áp dụng nhận diện thương hiệu qua nhiều phương tiện, từ đồ họa đến văn phòng phẩm và ứng dụng di động, website.



Penzi

Penzi Team Members



Lecturer
Thầy Nguyễn Mạnh Tuấn

Lời đầu tiên, nhóm xin chân thành cảm ơn thầy Tuấn đã giúp đỡ và hướng dẫn nhóm tận tình trong suốt thời gian học. Chúng em cũng xin chân thành cảm ơn các thầy cô và nhà trường đã giúp đỡ chúng em trong suốt học kì vừa qua.

Nhóm xin chúc quý thầy cô sức khỏe và hạnh phúc!



Team Member
Giang Thị Hải Anh



Team Member
Nông Tuệ Tâm



Team Member
Đào Hồng Linh



Team Member
Đỗ Ngọc Minh

Table of Content

Page 10

1

Intro-
duction

Page 24

2

UX
Research

Page 90

3

Logo
Guidelines

Page 104

4

Design
System

Page 134

5

Visual
Design

Page 150

6

Usability
Testing

Page 164

7

Closing
Remarks

Introduction

/Giới thiệu/

Page 12	1.1	Page 14	1.2	Page 15	1.3
Brand Overview		Our Vision		Our Mission	
Page 16	1.4	Page 18	1.5	Page 20	1.6
Core Values		Target Clients		Business Model	

BRAND OVERVIEW

/Câu chuyện thương hiệu/

Brand overview là một bản tóm tắt hoặc mô tả tổng thể về thương hiệu, cung cấp cái nhìn khái quát về bản sắc, giá trị, sứ mệnh, tầm nhìn, và các đặc điểm nổi bật của thương hiệu đó.



Context

Trong bối cảnh trí tuệ nhân tạo (AI) đang tái định hình cách con người học tập và tiếp cận tri thức, Penzi ra đời với khát vọng trở thành người bạn đồng hành đáng tin cậy của học sinh cấp 3 Việt Nam trong hành trình chinh phục kỳ thi đại học.

Không chỉ là một ứng dụng giải bài tập, Penzi là nền tảng học tập cá nhân hóa, áp dụng công nghệ AI để giúp học sinh học đúng cách, phát triển tư duy phản biện và rèn luyện kỹ năng tự học từ sớm.

ABOUT PENZI

/Về ứng dụng Penzi/

Với Penzi, công nghệ không chỉ đơn thuần là công cụ hỗ trợ giải bài, mà là người bạn đồng hành thông minh, giúp học sinh xây dựng hành trang tri thức vững vàng, tạo nền móng cho một tương lai học thuật thành công và một thế hệ trẻ Việt Nam tự tin vươn ra thế giới.

Chúng tôi tin rằng mỗi học sinh, dù đến từ bất kỳ vùng miền nào, hoàn cảnh hay năng lực học tập ra sao, đều xứng đáng được tiếp cận phương pháp học tập phù hợp nhất với chính mình – một phương pháp không chỉ giúp các em học hiệu quả mà còn nuôi dưỡng tư duy, khơi dậy đam mê và phát triển toàn diện.



OUR VISION

/Tầm nhìn thương hiệu/

Tầm nhìn là định hướng dài hạn của doanh nghiệp, thể hiện mục tiêu phát triển trong tương lai, và khát vọng tạo ra giá trị bền vững cho cộng đồng.



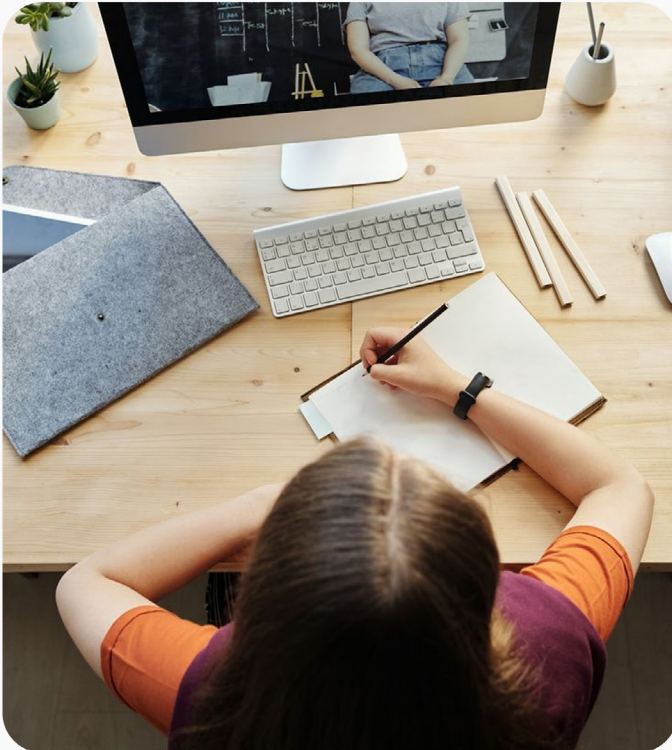
Vision

Penzi hướng tới trở thành ứng dụng học tập và ôn thi đại học hàng đầu tại Việt Nam, tiên phong trong việc cá nhân hóa lộ trình học tập và biến AI thành người bạn đồng hành đáng tin cậy của học sinh.

OUR MISSION

/Sứ mệnh thương hiệu/

Sứ mệnh của chúng tôi nêu rõ mục đích hoạt động, giá trị dẫn dắt và trách nhiệm của doanh nghiệp đối với khách hàng và cộng đồng.



Mission

Penzi tồn tại để mang đến cho học sinh cấp 3 tại Việt Nam một lộ trình ôn thi Đại học cá nhân hóa và hiệu quả nhất.

Bằng ứng dụng công nghệ AI, Penzi giúp học sinh dễ dàng xác định điểm mạnh – điểm yếu, đề xuất nội dung cần cải thiện, và thiết kế lịch học hợp lý. Qua đó giảm tải áp lực, tăng hiệu quả ôn luyện trong giai đoạn nước rút.

CORE VALUES

/Giá trị cốt lõi/

Core values là giá trị cốt lõi — những nguyên tắc, niềm tin hoặc chuẩn mực cơ bản định hình văn hoá, hành vi và hướng đi lâu dài của một cá nhân, tổ chức hoặc thương hiệu.

P – PIONEER

/Tiên phong/

Luôn tiên phong trong ứng dụng các thành tựu mới của khoa học kĩ thuật vào giáo dục, Penzi tự hào mang đến những giải pháp học tập sáng tạo, hiệu quả và lí thú.

E – EDUCATION

/Giáo dục/

Phá bỏ lối mòn học tập truyền thống, mang đến nền giáo dục hiện đại, giúp học sinh tiếp cận tri thức một cách chủ động và thông minh.

Tên thương hiệu Penzi được gộp thành từ 5 chữ cái P, E, N, Z, I. Mỗi chữ cái là mang trong mình những ý nghĩa khác nhau, truyền tải thông điệp mà Penzi muốn mang tới cho khách hàng.



N – NURTURE

/Nuôi dưỡng/

Penzi luôn lắng nghe, thấu hiểu và không ngừng hoàn thiện để mang tới cho khách hàng những trải nghiệm học tập hiệu quả nhưng vẫn đầy lí thú.

Z – ZEAL

/Nhiệt huyết/

Biến mỗi giờ học thành một hành trình lí thú, khơi dậy niềm đam mê học tập cho thế hệ trẻ, lan tỏa tình yêu đối với tri thức bao la.

I – INNOVATION

/Đổi mới/

Penzi cam kết không ngừng đổi mới, thử nghiệm và sáng tạo để mang đến những giá trị học tập bền vững và ý nghĩa cho học sinh Việt Nam.

TARGET CLIENTS

/Khách hàng mục tiêu/

Khách hàng mục tiêu là tập hợp những cá nhân hoặc tổ chức mà doanh nghiệp hướng tới, dựa trên đặc điểm và hành vi tiêu dùng.

Who

- **Đối tượng chính:** Học sinh cấp 3 (15 - 18 tuổi) tại Việt Nam, đang ôn thi Đại học.
- **Đối tượng mở rộng:** Thí sinh tự do ôn thi lại Đại học.

What

- Lộ trình học tập phù hợp với năng lực và mục tiêu.
- Tài liệu ôn thi phong phú, chất lượng, đồng bộ và được cập nhật liên tục.
- Công cụ quản lý thời gian học tập hiệu quả.
- Môi trường luyện thi mô phỏng kỳ thi Đại học thực tế.

Where

- Tại Việt Nam, chủ yếu ở các thành phố lớn và khu vực có nhu cầu ôn thi Đại học cao.
- Sử dụng Penzi trên các nền tảng trực tuyến (ứng dụng di động, website).



When

- Giai đoạn ôn thi Đại học, đặc biệt từ lớp 11 đến lớp 12.
- Trước và trong các kỳ thi thử, kỳ thi Đại học chính thức.

How

- Cung cấp lộ trình học tập cá nhân hóa.
- Cung cấp nguồn tài liệu ôn thi chất lượng, đa dạng và liên tục được cập nhật.
- Tích hợp công cụ quản lý thời gian và lịch học.
- Tạo môi trường luyện thi mô phỏng sát với thi thực tế.

Why

Nỗi đau và khó khăn:

- Không biết bắt đầu từ đâu, thiếu lộ trình rõ ràng.
- Thiếu người đồng hành, mất động lực học tập.
- Tài liệu ôn thi rời rạc, thiếu đồng bộ và cập nhật.
- Áp lực từ khối lượng kiến thức và kỳ vọng từ gia đình, nhà trường.
- Thiếu môi trường luyện thi mô phỏng thực tế.

Kỳ vọng: Một giải pháp toàn diện giúp giảm áp lực, tối ưu hóa quá trình ôn thi và tăng cơ hội đạt kết quả cao.

BUSINESS MODEL

/Mô hình kinh doanh/

Business Model Canvas cung cấp một cái nhìn tổng quan về cách Penzi vận hành và hoạt động.

Key Resources

- Chuyên gia giáo dục tư vấn lộ trình, biên soạn nội dung.
- Thư viện nội dung độc quyền từ đề thi thật, tài liệu luyện thi thực tế
- Cơ sở dữ liệu người dùng và hệ thống phân tích học tập.

Key Partners

- Giáo viên, chuyên gia luyện thi nổi tiếng
- Trường học và trung tâm luyện thi
- Đối tác công nghệ AI

Cost Structure

- Chi phí phát triển và bảo trì ứng dụng
- Chi phí marketing & thương hiệu
- Chi phí sản xuất nội dung và tài liệu học tập
- Chi phí vận hành (CSKH, hỗ trợ kỹ thuật, hành chính)

Key Activities

- Thiết kế và cập nhật hệ thống lộ trình học tập cá nhân hóa.
- Xây dựng và duy trì AI học tập thông minh, chính xác.
- Sản xuất và quản lý nội dung học thuật: video bài giảng, đề thi thử, mẹo ôn thi.
- Tổ chức các buổi thi thử, phòng thi ảo sát thực tế.
- Triển khai các chiến dịch marketing và hợp tác giáo dục.

Value Proposition

- Cung cấp lộ trình ôn luyện cá nhân hóa dựa trên năng lực và mục tiêu của học sinh.
- Ứng dụng AI để hỗ trợ giải đáp, tóm tắt lý thuyết, đề xuất tài liệu phù hợp.
- Mang lại trải nghiệm học tập có định hướng và cảm giác được đồng hành nhờ mascot bạn học ảo.
- Tiếp cận nguồn tài liệu đa dạng, được cập nhật liên tục từ các kỳ thi chính thức.

Channels

- Ứng dụng di động
- Website chính thức
- Mạng xã hội
- Các trường học, trung tâm

Segments

- Học sinh lớp 10–12 và thí sinh tự do Việt Nam.
- Có mục tiêu thi đại học nhưng cần sự hỗ trợ rõ ràng và cá nhân hóa.
- Thường là học sinh mức Trung bình/Trung bình khá trở lên, có động lực học, nhưng thiếu định hướng và phương pháp

Customer Relationships

- Quan hệ dựa trên trải nghiệm cá nhân hóa: lộ trình riêng, báo cáo tiến độ, tương tác với bạn học ảo.
- Kết nối cảm xúc qua mascot dễ thương, hệ thống thử thách, phần thưởng học tập.
- Cung cấp hỗ trợ AI 24/7, có thể thêm tính năng hỗ trợ người thật nếu mở rộng quy mô.

Revenue Stream

- Gói trả phí mở khóa tính năng nâng cao.
- Mô hình freemium: Miễn phí dùng thử lộ trình 14 ngày.
- Bán khóa học video, nội dung chuyên sâu.
- Quảng cáo và liên kết đối tác giáo dục.

UX Research

/Nghiên cứu trải nghiệm người dùng/

Page 24	2.1	Page 42	2.2	Page 50	2.3	Page 60	2.4
User Survey		User Interview		User Personas		Journey Map	
Page 64	2.5	Page 74	2.6	Page 78	2.7	Page 80	2.8
Competitor Analysis		Problem & Solutions		Sitemap		User Flows	

USER SURVEY

/Khảo sát người dùng/

Khảo sát người dùng giúp thu thập ý kiến và hành vi thực tế của người dùng. Qua đó xác định nhu cầu, vấn đề và kỳ vọng để cải thiện trải nghiệm sản phẩm.

Mục đích khảo sát

- Hiểu được thực trạng ôn thi Đại học của học sinh cấp 3 hiện nay
- Hiểu được những thách thức, khó khăn mà học sinh phải đối mặt khi ôn thi ĐH
- Hiểu được thói quen và nhu cầu sử dụng các APP học tập hiện có trên thị trường

Đối tượng khảo sát

- Giới tính: Nam, nữ, khác
- Độ tuổi: 16 - 20 tuổi
- Các bạn học sinh cấp 3 và thí sinh tự do trên cả nước

SURVEY STRUCTURE

/Nội dung khảo sát/

Nhằm nắm rõ thực trạng, nhu cầu và khó khăn của người dùng, khảo sát người dùng của Penzi bao gồm 3 phần chính.

PHẦN I Thực trạng

Tìm hiểu thói quen học tập, phương pháp ôn thi và khó khăn trong quá trình ôn thi Đại học của học sinh, từ đó xác định điểm đau cần giải quyết.

PHẦN II Nhu cầu sử dụng APP học tập

Xác định mức độ quan tâm, thói quen và mong muốn của học sinh với APP học tập, làm cơ sở để xuất các tính năng cần có.

PHẦN III Trải nghiệm & Tính năng

Tìm hiểu cách học sinh tương tác với APP học tập, từ đó định hướng thiết kế UX tối ưu, dễ dùng và tạo động lực học.

SURVEY QUESTIONS

/Câu hỏi khảo sát/

PHẦN I Thực trạng

Câu 1

Giới tính của bạn là gì ?

Câu 2

Bạn học lớp mấy ?

Câu 3

Bạn bắt đầu/dự kiến bắt đầu ôn thi Đại học từ khi nào ?

Câu 4

Bạn dự kiến ứng tuyển Đại học theo hình thức nào ?

Câu 5

Bạn đánh giá năng lực học tập của mình như thế nào?

Câu 6

Bạn thường dành bao nhiêu thời gian để ôn thi mỗi ngày?

Câu 7

Bạn thường ôn thi Đại học theo phương pháp nào?

Câu 8

Bạn dự kiến ứng tuyển Đại học theo hình thức xét tuyển nào ?

Câu 9

Bạn cảm thấy phương pháp ôn luyện nào hiệu quả và phù hợp nhất đối với bản thân?

PHẦN II Nhu cầu sử dụng APP học tập

Câu 10

Bạn từng dùng app học tập để ôn thi Đại học chưa? Đó là app gì?

Câu 12

Bạn thường dùng app học tập để làm gì?

Câu 11

Bạn sử dụng app học tập với tần suất như thế nào?

Câu 13

Điều gì làm bạn CHƯA HÀI LÒNG khi sử dụng các app học tập hiện tại?

Câu 14

Nếu có một app ôn thi ĐH lý tưởng, bạn mong muốn app đó có những tính năng gì?

Câu 15

Điều gì sẽ khiến bạn muốn sử dụng một app học tập mỗi ngày?

Câu 16

Bạn có sẵn sàng trả phí cho một app ôn thi Đại học chất lượng không? Nếu có, mức giá hợp lý là bao nhiêu ?

SURVEY QUESTIONS

/Câu hỏi khảo sát/

Câu 17

Trong các môn học, bạn dành nhiều thời gian để ôn thi môn nào nhất?

Câu 18

Đâu là yếu tố đầu tiên khiến bạn tin tưởng và quyết định đăng ký một khóa học online?

Câu 19

Khi chọn mua khóa học online, yếu tố nào về giáo viên QUAN TRỌNG NHẤT đối với bạn?

Câu 20

Khi xem video bài giảng trên app học tập, điều gì là QUAN TRỌNG NHẤT đối với bạn?

Câu 21

Nếu bạn có thể thêm một tính năng vào giao diện học video, bạn sẽ chọn thêm gì?

Câu 22

Bạn có quan tâm đến việc được gợi ý một lộ trình ôn thi cá nhân hóa (dựa trên năng lực và mục tiêu của bạn)?

Câu 23

Bạn mong muốn lộ trình học có thể tùy chỉnh ở mức độ nào?

Câu 24

Khi theo dõi tiến độ học tập, 3 điều bạn cảm thấy QUAN TRỌNG NHẤT là?

Câu 25

Trường hợp bị chậm tiến độ học, bạn mong app hỗ trợ như thế nào?

Câu 26

Cuối cùng, bạn có muốn bổ sung thêm tính năng gì hay ho cho app không?

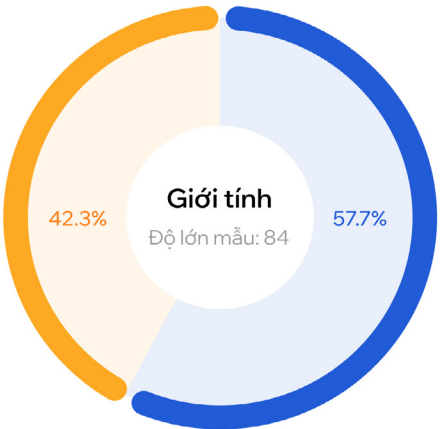
SURVEY RESULTS

/Kết quả khảo sát/

Khảo sát được thực hiện trong vòng 2 tuần, thu về 84 kết quả, trong đó gần 60% là nữ, 40% là nam. Hơn 90% đáp viên là học sinh cấp 3 hoặc đã tốt nghiệp Trung học phổ thông dưới 1 năm. Khoảng 65% có học lực ở mức Trung bình.

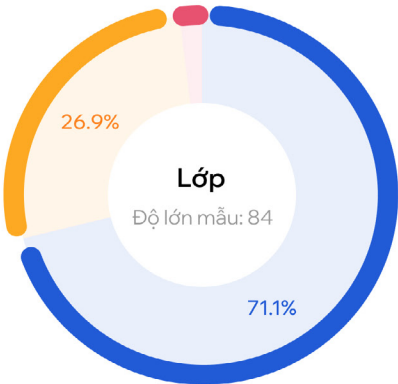
Giới tính của bạn là?

- Giới tính nữ 57.7%
- Giới tính nam 42.3%



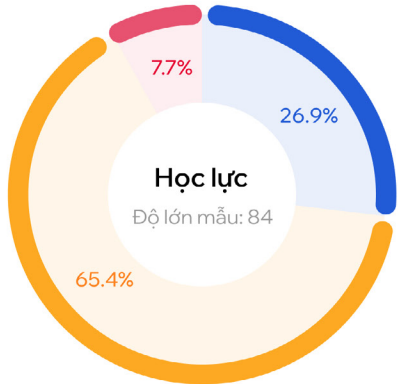
Bạn đang học lớp?

- Học sinh THPT 71.1%
- Đã tốt nghiệp THPT 26.9%
- Khác 1.9%



Bạn tự đánh giá học lực của mình đang ở mức?

- Khá - Giỏi (8.0 - 10.0) 26.9%
- Trung bình (5.0 - 7.9) 65.4%
- Dưới trung bình (<5.0) 7.7%

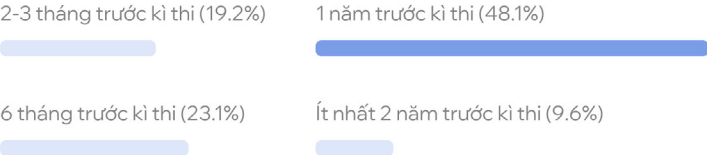


SURVEY RESULTS

/Kết quả khảo sát/

84.6% học sinh chọn từ 2 phương thức xét tuyển trở lên và 63.5% cho biết họ gặp khó khăn vì **thiếu định hướng ôn thi**. Ngoài học tại trường và học tại trung tâm, khảo sát cũng cho thấy một lượng lớn học sinh **ôn thi qua các kênh online** (chiếm 61.5%).

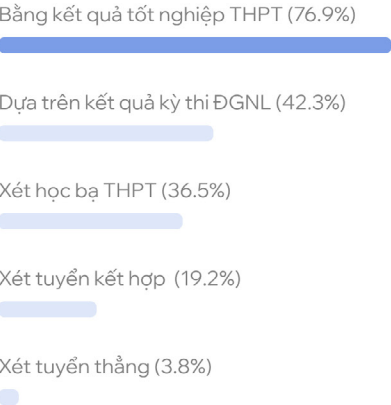
Bạn bắt đầu ôn thi ĐH từ khi nào ?



Trung bình mỗi ngày, bạn dành bao nhiêu thời gian để ôn thi?



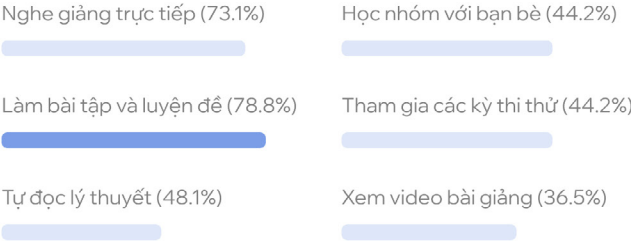
Bạn đăng ký xét tuyển Đại học theo hình thức nào?



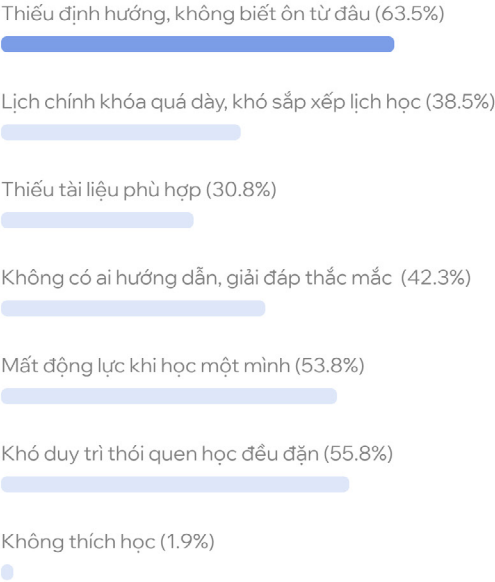
Bạn thường ôn thi qua những kênh học nào?



Bạn thấy phương pháp ôn nào HIỆU QUẢ NHẤT đối với bản thân?



Đâu là khó khăn lớn nhất của bạn khi ôn thi Đại học?



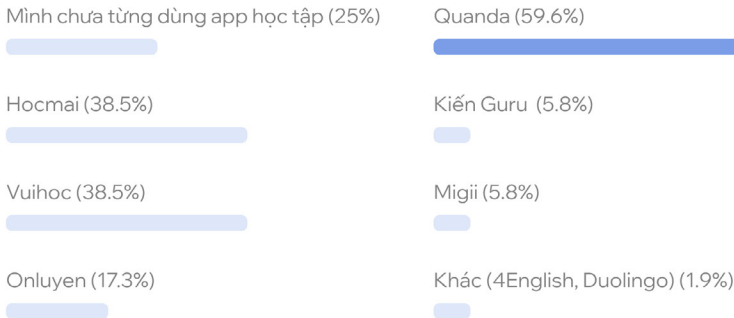
PHẦN I Thực trạng

SURVEY RESULTS

/Kết quả khảo sát/

Quanda là app học tập phổ biến nhất (chiếm 59.6%), phản ánh thói quen dùng app để **Hỏi đáp, giải bài tập** của học sinh (57.7%). Tuy nhiên, trải nghiệm chưa thật sự trọn vẹn vì **quảng cáo xuất hiện quá nhiều** (67.3%) và **thiếu hỗ trợ khi cần hỏi bài** (36.5%).

Bạn đã từng sử dụng ứng dụng học tập nào để ôn thi Đại học chưa? Nếu có, đó là app gì?

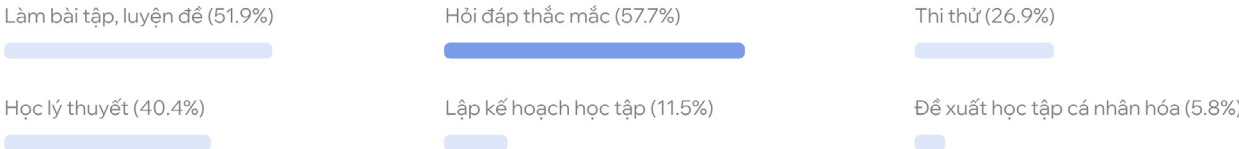


Bạn sử dụng app học tập với tần suất như thế nào?



PHẦN II Nhu cầu sử dụng APP học tập

Bạn thường dùng app học tập để làm gì?



Điều gì làm bạn chưa hài lòng khi sử dụng app học tập hiện tại?



SURVEY RESULTS

/Kết quả khảo sát/

Khi nói về tính năng của app, các bạn đặc biệt quan tâm đến tính năng **Luyện đề** (71.2%) và xem **Lộ trình học cá nhân hóa** (63.5%) là yếu tố quan trọng giúp duy trì học tập mỗi ngày.

Điều gì sẽ khiến bạn muốn tiếp tục sử dụng một app học tập mỗi ngày?

Có lộ trình học cá nhân hóa (63.5%)



Tự đặt lịch học và nhắc học đúng giờ mỗi ngày (53.8%)



Thống kê tiến độ học rõ ràng (55.8%)



Bài học ngắn, dễ hoàn thành trong 5–10 phút (42.3%)



Có phần thưởng khi đạt mục tiêu (28,8%)



Có bảng xếp hạng, bảng thi đua (36,5%)



Có bài kiểm tra sau mỗi tuần/tháng (36,5%)



Khác (1.9%)



PHẦN II Nhu cầu sử dụng APP học tập

Nếu có một app ôn thi lý tưởng, bạn mong muốn app đó có những tính năng gì?

Video bài giảng ngắn, dễ hiểu (67.3%)



Luyện đề chấm điểm và giải thích (71.2%)



Phòng thi ảo Đánh giá năng lực (57.7%)



Có bài khảo sát và phân tích điểm mạnh/yếu theo môn (51.9%)



Gợi ý lộ trình học theo mục tiêu điểm số (50%)



Được giải đáp thắc mắc trực tiếptừ giáo viên hoặc AI (51.9%)



Bạn có sẵn sàng trả phí cho một app ôn thi Đại học chất lượng không? Nếu có, mức giá hợp lý là bao nhiêu?

Mình chỉ dùng nếu miễn phí (38.5%)



Dưới 50.000 đồng /tháng (30.8%)



Từ 50.000 đến 100.000 đồng /tháng (21.2%)



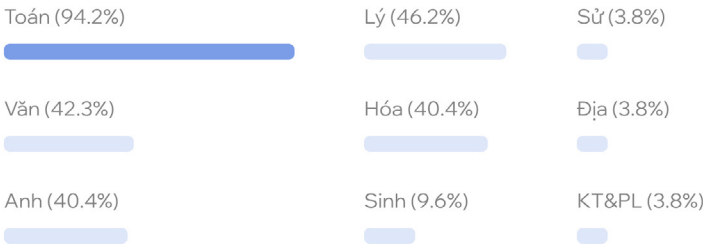
Trên 100.000 đồng /tháng (9.6%)



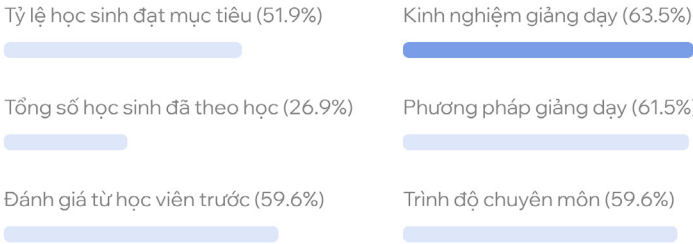
SURVEY RESULTS

/Kết quả khảo sát/

Trong các môn học, bạn dành nhiều thời gian để ôn thi môn nào nhất?



Khi chọn mua khóa học online, yếu tố nào về giáo viên
QUAN TRỌNG NHẤT đối với bạn?

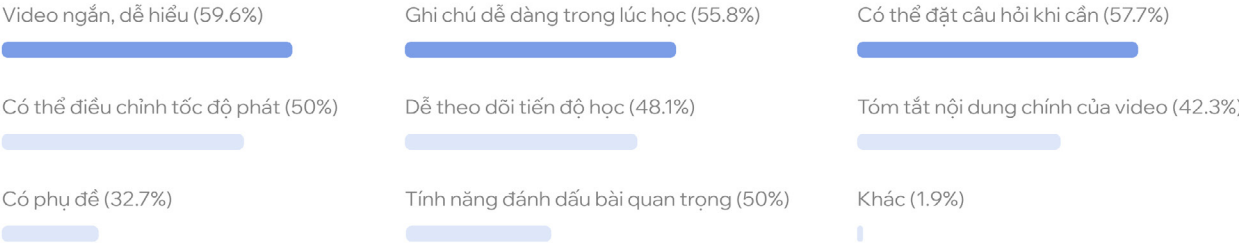


Đâu là yếu tố đầu tiên khiến bạn tin tưởng
và quyết định đăng ký một khóa học trên
nền tảng online?



PHẦN III Trải nghiệm & Tính năng

Khi xem video bài giảng trên app học tập, điều gì quan trọng với bạn?



Nếu có thể thêm một tính năng vào giao diện học video, bạn sẽ chọn thêm gì?



SURVEY RESULTS

/Kết quả khảo sát/

Bạn có quan tâm đến việc được gợi ý một lộ trình ôn thi cá nhân hóa (dựa trên năng lực và mục tiêu của bạn)? Nếu có, điều gì khiến bạn tin tưởng lộ trình đó?

Có bài kiểm tra năng lực đầu vào (53.8%)



Có nhiều học sinh sử dụng và đạt kết quả tốt (51.9%)



Đánh giá tích cực từ người có lực học giống tôi (50%)



Điều chỉnh thời gian, mục tiêu, nội dung học theo nhu cầu (44.2%)



Được cập nhật tự động khi tiến bộ/thay đổi mục tiêu (38.5%)



Mình không thấy cần thiết (7.7%)



Bạn mong muốn lộ trình học có thể tùy chỉnh ở mức độ nào?

Thời gian học mỗi ngày (46.2%)



Môn học/nội dung muốn tập trung nhiều hơn (48.1%)



Ngày bắt đầu lộ trình (28.8%)



Mức điểm mục tiêu (VD: 7+, 8+, 9+) (51.9%)



APP tự thiết kế toàn bộ lộ trình (17.3%)



Tổng thời gian của cả lộ trình (42.3%)



PHẦN III

Trải nghiệm & Tính năng

Khi theo dõi tiến độ học, bạn quan tâm nhất điều gì?

Theo dõi tiến bộ qua bài kiểm tra (65.4%)



Dự đoán mức điểm có thể đạt (61.5%)



Theo dõi % nội dung hoàn thành (57.7%)



Chỉ ra kiến thức cần cải thiện (46.2%)



Nắm rõ thời gian còn lại để ôn thi (34.6%)



Hiển thị nội dung học tiếp theo (28.8%)



Trường hợp bị chậm tiến độ học, bạn mong app hỗ trợ như thế nào?

Gợi ý học bù trong các ngày tới (59,6%)



Nhắc nhở bằng thông báo (46,2%)



Tự động điều chỉnh lộ trình học hợp lý (63,5%)



Không cần, tôi tự biết cách xử lý (9,6%)



USER INTERVIEW

/Phỏng vấn người dùng/

Mục đích khảo sát

- Xác định chân dung người dùng mục tiêu.
- Khám phá bối cảnh và hành vi học tập thực tế trong đời sống học sinh.
- Phát hiện nhu cầu tiềm ẩn và insight chưa được thể hiện qua khảo sát.

Đối tượng khảo sát

- Giới tính: Nam/ Nữ/ Khác
- Độ tuổi: 16 - 20 tuổi
- Tham gia phỏng vấn là 3 bạn học sinh với 3 mức học lực khác nhau: Khá/Giỏi, Trung bình và Dưới trung bình.

KEY FINDINGS

/Kết luận quan trọng/

#01 Cảm giác mất phương hướng

Các bạn trung bình và yếu dễ học lệch và bỏ dở giữa chừng, trong khi các bạn khá giỏi lại gặp vấn đề quá tải thông tin, loay hoay để phân bổ thời gian. Thứ các bạn cần là một người đồng hành và hướng dẫn trong quá trình học tập.

#02 App không chỉ là “công cụ giải bài”

Những app giải bài như Quanda chưa giải quyết trọn vẹn vấn đề của học sinh. Học sinh yếu cho rằng app giải thích khô khan, trong khi học sinh khá giỏi lại cần logic và phân tích sâu hơn. App cần cá nhân hóa và hỗ trợ như một gia sư ảo, không chỉ đơn thuần là công cụ tra bài.

#03 Động lực học

Nhóm trung bình và dưới trung bình dễ mất động lực nếu không thấy được hiệu quả của việc học. Trong khi đó, nhóm khá giỏi cần theo dõi hiệu suất và đề xuất để vượt mục tiêu.

Như vậy, động lực học của các bạn không đến từ điểm số mà từ cảm giác "được tiến bộ" và "được công nhận".

USER SEGMENTATION

/Phân mảnh thị trường/

Dựa trên khảo sát và phỏng vấn, đối tượng học sinh ôn thi Đại học tại Việt Nam có thể được phân thành 3 nhóm chính như sau:

Học sinh Khá/Giỏi	Từ 8.0 - 10.0 điểm
Học sinh Trung bình	Từ 5.0 - 7.9 điểm
Học sinh Dưới trung bình	Dưới 5.0 điểm



Học sinh Khá/Giỏi

Học lực: 8.0 - 10.0 điểm

“Em học khá ổn và đang phấn đấu vào trường top. Ngoài học trên lớp em cũng thường tự học qua kênh online hoặc qua app. Em cảm thấy khá áp lực vì thời gian ôn thi có hạn mà có quá nhiều thứ cần học.”

- ✓ Tự học tốt
- ✓ Cần điểm cao
- ? Áp lực thời gian
- ? Kỳ vọng lớn



Học sinh Trung bình

Học lực: 5.0 - 7.9 điểm

“Em thấy mình học chậm hơn bạn bè. Em biết mình phải cố gắng nhưng lại không biết bắt đầu từ đâu, học môn nào trước, làm đề gì cho hợp. Chỉ mong có ai đó vạch sẵn đường đi để cứ thế mà theo.”

- ✓ Có ý thức học
- ✓ Cần đủ điểm đỗ
- ? Thiếu định hướng
- ? Dễ xao nhãng



Học sinh Dưới trung bình

Học lực: Dưới 5.0 điểm

“Em học yếu, nhìn đề là thấy sợ rồi. Có khi em mở sách ra đọc nhưng không hiểu, rồi thành ra xem điện thoại hay ngủ luôn. Có người ở cạnh kèm từng chút một thì may ra em học.”

- ✓ Ít khi tự học
- ✓ Chỉ cần qua môn
- ? Dễ nản
- ? Cần người kèm cặp

TARGET GROUP

/Đối tượng mục tiêu/

Target group là một nhóm người có đặc điểm chung về độ tuổi, giới tính, sở thích, nhu cầu hoặc hành vi mà sản phẩm hướng tới.

Giai đoạn đầu

Ở giai đoạn đầu, nhóm học sinh trung bình là đối tượng mục tiêu chính – nhóm đông đảo nhất và đang gặp khó khăn trong việc định hướng ôn thi.



Học sinh Trung bình

Học lực: 5.0 - 7.9 điểm

“Em thấy mình học chậm hơn bạn bè. Em biết mình phải cố gắng nhưng lại không biết bắt đầu từ đâu, học môn nào trước, làm đề gì cho hợp. Chỉ mong có ai đó vạch sẵn đường đi để cứ thế mà theo.”

- ✓ Có ý thức học

✓ Cần đủ điểm đỗ

? Thiếu định hướng

? Dễ xao nhãng

THE REASONS

/Lí do chọn/

#01 Có động lực - nhưng thiếu định hướng

Các bạn này có cố gắng duy trì việc học, hiểu tầm quan trọng của kỳ thi, nhưng chưa biết học sao cho hiệu quả. Việc học thường dần trải và thiếu hiệu quả.

#02 Không quá yếu - cũng không quá giỏi

So với học sinh dưới trung bình, các bạn trung bình đã có nền tảng cơ bản, dễ tiếp cận hơn với công nghệ. So với học sinh khá giỏi, họ cần trợ giúp rõ ràng hơn từ AI, từ giải thích đến gợi ý cách học.

#03 Thị trường lớn, nhu cầu cao

Học sinh trung bình là nhóm chiếm tỷ lệ lớn nhất trong trường học phổ thông. Họ và phụ huynh lo ngại điểm thi THPT, nên sẵn sàng chi tiền cho giải pháp ôn thi chất lượng.

#04 Cởi mở với công nghệ

Học sinh trung bình thường muốn học qua app, miễn là app dễ dùng - dễ hiểu - dễ theo.

TARGET GROUP

/Đối tượng mục tiêu/

Target group là một nhóm người có đặc điểm chung về độ tuổi, giới tính, sở thích, nhu cầu hoặc hành vi mà sản phẩm hướng tới.

Giai đoạn mở rộng

Bổ sung các tính năng “nâng cao”, học sâu – luyện để nâng cao – phân tích điểm mạnh yếu AI để thu hút học sinh khá giỏi trong tương lai.



Học sinh Khá/Giỏi

Học lực: 8.0 - 10.0 điểm

“Em học khá ổn và đang phấn đấu vào trường top. Ngoài học trên lớp em cũng thường tự học qua kênh online hoặc qua app. Em cảm thấy khá áp lực vì thời gian ôn thi có hạn mà có quá nhiều thứ cần học.”

- ✓ Tự học tốt

✓ Cần điểm cao

? Áp lực thời gian

? Kỳ vọng lớn

THE REASONS

/Lí do chọn/

#01 Tự học tốt nhưng dễ quá tải

Họ đã có nền tảng kiến thức và khả năng tự học tương đối vững. Tuy nhiên, họ dễ bị quá tải khi ôn thi nhiều môn cùng lúc, cần một công cụ hỗ trợ để tối ưu hóa lộ trình học, tránh học lan man.

#02 Có tiêu chuẩn cao khi chọn app

Các bạn này rất kén chọn: họ muốn app có chất lượng học liệu cao, giao diện logic, AI giải thích sâu, và bảng tiến độ học giúp họ đạt mục tiêu. Họ muốn được học hiểu sâu, học hiểu bản chất.

Đây là đối tượng tiềm năng để app phát triển thêm trong tương lai.

#03 Sẽ dùng nếu xứng đáng

Họ có khả năng tự học tốt và có thể tự học bằng nhiều nguồn: qua sách, group học, hoặc thầy cô giỏi.

Tuy nhiên, nếu họ nhận thấy app khác biệt và giúp ích cho họ (qua lộ trình cá nhân hóa, phân tích điểm yếu bằng AI, để luyện thông minh), họ sẽ coi app như một công cụ hỗ trợ chiến lược.

USER PERSONAS

/Chân dung người dùng/

User persona là một mô hình mô tả chi tiết về một nhân vật hư cấu, nhưng đại diện cho một nhóm người dùng lý tưởng của sản phẩm.



Lương Thùy Linh

18 tuổi | Hà Nội, Việt Nam

Thông tin cá nhân

Lớp: Lớp 12
Khối thi: Khối D (Toán, Văn, Anh)
Nguyện vọng 1: Đại học Thương mại
Điểm mục tiêu: 25 điểm

Bối cảnh

Linh có học lực trung bình khá, đặc biệt yếu Toán. Thầy cô dạy nhanh, trung tâm thì học đại trà, nên bạn thường ôn theo cảm tính. Dù cố gắng học thêm trên YouTube, TikTok, nhưng càng học càng rối. Gần đây, Linh bắt đầu lo lắng vì chưa biết bắt đầu từ đâu, trong khi bạn bè đã ôn rất bài bản.

Hành vi học tập

- Chủ yếu học trên lớp và học thêm, thi thoảng lên YouTube, TikTok để tìm mẹo học nhanh
- Học tại nhà bằng cách làm bài tập và làm đề thầy cô giao, ít chủ động tìm hiểu thêm kiến thức bên ngoài
- Có dùng app như Quanda, nhưng chủ yếu để tra lời giải, ít hiểu bản chất
- Hay trì hoãn việc học, dễ xao nhãng, do không có chiến lược và kế hoạch học tập cụ thể

Nhu cầu & Mục tiêu

- Đạt đủ điểm để đỗ Đại học Nguyễn vọng 1, lo lắng nhất là môn Toán
- Cần lộ trình học cụ thể, hướng dẫn học lại từ đầu từng chút một, nội dung học phù hợp với trình độ.
- Muốn có người đồng hành, nhắc học, phân tích giúp vì tự học một mình dễ nản
- Mong được đánh giá năng lực thật sự để biết mình nên cải thiện chỗ nào

Nỗi đau

- Có mục tiêu nhưng chưa biết làm thế nào để đạt được mục tiêu đó
- Học lan man, dàn trải, không biết ưu tiên gì
- Lo lắng vì không biết mình đang học đúng hay sai, làm sao để cải thiện điểm.
- App học hiện tại chỉ giải bài mà không giải quyết được gốc rễ vấn đề

EMPATHY MAP

/Bản đồ thấu cảm/

Say

- “Em đang cố gắng mà không biết có đủ không.”
- “Thấy bạn học chỗ này chỗ kia, mình không theo kịp...”
- “Chắc tầm 7 điểm là ổn rồi.”
- “Không biết học thế này có ổn chưa...”

Think

- Lo sợ không đậu nếu điểm chỉ ở mức trung bình.
- Cảm thấy không thông minh bằng các bạn.
- Không biết bắt đầu từ đâu, học gì trước.
- Tự nhủ cố gắng nhưng vẫn mông lung.

Do

- Học theo trend YouTube, TikTok.
- Học ngắt quãng, không theo kế hoạch.
- Xem lời giải mẫu thay vì tự làm.
- Dùng app hay web khi cần, không học chủ động

Feel

- Mất phương hướng, dễ bị nản.
- Tự ti về khả năng học tập của mình.
- Cô đơn khi không có người để chia sẻ.
- Áp lực nhưng không biết sẽ bứt lên từ đâu.

Empathy map là một công cụ giúp hiểu sâu hơn về người dùng bằng cách khám phá cảm xúc, suy nghĩ, hành vi và nhu cầu của họ.

Pains

- Không biết bắt đầu từ đâu để cải thiện điểm.
- Không có người đồng hành để hỏi khi không hiểu bài.
- Áp lực từ gia đình nhưng thiếu một phương pháp học rõ ràng.
- Dễ bị phân tâm, học nhưng không thấy tiến bộ.

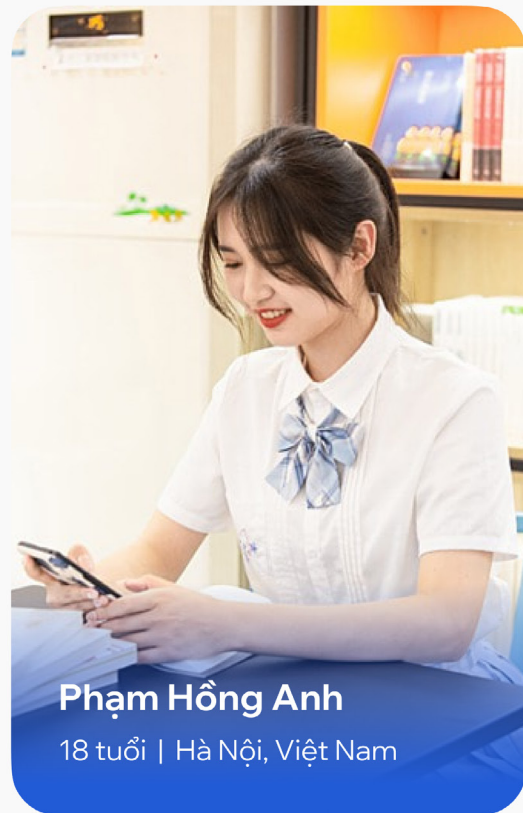
Value

- Một người hướng dẫn rõ ràng, gần gũi như gia sư ảo.
- Lộ trình học được cá nhân hóa theo năng lực và mục tiêu.
- Giao diện dễ dùng, có định hướng từng bước, giúp tạo thói quen học đều.
- Động lực từ thành công nhỏ và lời nhắc học tích cực.

USER PERSONAS

/Chân dung người dùng/

User persona là một mô hình mô tả chi tiết về một nhân vật hư cấu, nhưng đại diện cho một nhóm người dùng lý tưởng của sản phẩm.



Phạm Hồng Anh

18 tuổi | Hà Nội, Việt Nam

Thông tin cá nhân

Lớp:	Lớp 12
Khối thi:	Khối A (Toán, Lý, Hóa)
Nguyện vọng 1:	Đại học Bách Khoa
Điểm mục tiêu:	28 điểm

Bối cảnh

Hồng Anh là học sinh chuyên Toán tại một trường THPT top đầu ở Hà Nội. Bạn có nền tảng kiến thức vững, tư duy logic tốt và tính cạnh tranh cao. Tuy học đều cả 3 môn khối A nhưng bạn vẫn luôn đặt mục tiêu "tối ưu điểm số" – không chỉ đỗ, mà phải đỗ với điểm cao để có thể xin học bổng hoặc vào lớp chương trình tiên tiến của trường.

Hành vi học tập

- Thường xuyên luyện đề thi thử, tự đặt thời gian làm bài.
- Hay sử dụng app học tập để test trình độ, đánh giá điểm mạnh/yếu.
- Theo dõi các YouTuber giáo viên nổi tiếng để học cách giải đề nhanh.
- Ghi chú cẩn thận, tạo hệ thống công thức riêng, sơ đồ tư duy cho từng môn.
- Chủ động tìm cộng đồng học tốt để trao đổi và so bài nâng cao.

Nhu cầu & Mục tiêu

- Tối đa hóa điểm số từng môn, đặc biệt là Hóa (môn còn yếu tương đối).
- Tìm ra lộ trình học thông minh, tiết kiệm thời gian mà vẫn hiệu quả.
- Cần hệ thống bài tập nâng cao, phân loại theo từng chuyên đề khó.
- Mong muốn luyện thi bám sát đề thật, có phân tích hiệu suất làm bài.

Nỗi đau

- Dễ cảm thấy áp lực do kỳ vọng từ bản thân và gia đình.
- Mất nhiều thời gian tìm tài liệu chất lượng, mất tập trung nếu không được tối ưu hoá.
- Sợ "học lệch", tập trung quá vào môn mạnh mà quên cải thiện môn yếu.
- Không tìm được ai đủ trình độ để trao đổi sâu về các bài nâng cao.

EMPATHY MAP

/Bản đồ thấu cảm/

Say

- “Mình phải trên 27 điểm mới đủ vào Bách Khoa.”
- “Luyện đề nhiều nhưng vẫn cần ôn chắc lý thuyết.”
- “Thời gian không nhiều, phải học thật tập trung.”
- “Mình cần đề sát cấu trúc thật, không lan man.”

Think

- “Không biết đang ôn đúng hướng chưa.”
- “Mình cần tối ưu điểm Hóa để bù lại Toán Lý.”
- “Có nhiều tài liệu quá, nên chọn cái nào?”
- “Cạnh tranh cao, không được chủ quan.”

Do

- Lập kế hoạch ôn thi chi tiết theo tuần.
- Tham gia nhóm học chung, thảo luận bài khó.
- Luyện đề thường xuyên, canh giờ nghiêm túc.
- Tự tìm tài liệu nâng cao, để chọn lọc.

Feel

- Áp lực nhưng vẫn quyết tâm cao.
- Có chút tự hào vì được kỳ vọng.
- Hồi hộp vì kết quả còn chưa chắc chắn.
- Đôi khi thấy mệt vì học liên tục, căng não.



Empathy map là một công cụ giúp hiểu sâu hơn về người dùng bằng cách khám phá cảm xúc, suy nghĩ, hành vi và nhu cầu của họ.

Pains

- Thiếu người đồng hành đủ trình độ để cùng học.
- Khó chọn lọc tài liệu nâng cao giữa quá nhiều nguồn.
- Áp lực thi cử khiến tinh thần dễ kiệt sức.
- Khó phân bổ thời gian cho các môn học, lo bị “sa đà” vào học lệch, bỏ quên kỹ năng làm bài tổng thể.

Value

- Một lộ trình học thông minh, tiết kiệm thời gian và tối ưu điểm số để vào được trường top.
- Bộ đề chất lượng cao, sát đề thi thật, giúp luyện đề chuẩn xác, đúng mục tiêu.
- Hệ thống hóa kiến thức, không cần tìm kiếm rời rạc.
- Có công cụ đo lường tiến độ và định hướng cá nhân hóa theo năng lực.





JOURNEY MAP

/Hành trình người dùng/

Stages	Awareness >	Consideration >
Action	- Cảm thấy học hoài không tiến bộ. - Nhìn bạn bè học thêm, giỏi hơn nên bắt đầu thấy lo lắng. - Tình cờ xem được video chia sẻ về app ôn thi trên TikTok, YouTube.	- Lên App Store để tìm các app ôn thi. - Lướt qua nhiều lựa chọn, đọc review. - Tìm video hướng dẫn, review thực tế trên TikTok/Facebook. - Tải app về để thử sử dụng.

Linh có học lực trung bình khá, đặc biệt yếu Toán. Thấy cô dạy nhanh, trung tâm thì học đại trà, nên bạn thường ôn theo cảm tính. Dù cố gắng học thêm trên YouTube, TikTok, nhưng càng học càng rối. Gần đây, Linh bắt đầu lo lắng vì chưa biết bắt đầu từ đâu, trong khi bạn bè đã ôn rất bài bản.

Try >	Communication >	Loyalty >
- Mở app, thử tạo tài khoản và điền vài thông tin cơ bản. - Thử tính năng AI trợ lý học tập. - Học và làm vài bài trắc nghiệm - Thử tạo lộ trình miễn phí.	- Gặp rào cản khi chưa hiểu hết tính năng, cần có hướng dẫn hoặc hỗ trợ thêm. - Nếu app dễ hiểu, sẽ gửi link cho vài bạn cùng lớp.	- Thấy điểm số tăng lên rõ rệt sau vài tuần dùng app có định hướng. - Bắt đầu gắn bó, tạo thói quen mở app mỗi ngày. - Giới thiệu app cho các bạn học cùng trình độ.

Stages	Awareness >	Consideration >
Phase goals	Tìm một giải pháp học tập giúp bớt mệt mỏi, có định hướng cụ thể để cải thiện điểm số và thi đậu đại học.	Tìm một ứng dụng dễ dùng, có lộ trình rõ ràng và phù hợp với năng lực hiện tại.
Pain points	Không biết nên bắt đầu từ đâu, kiến thức hổng nhiều, dễ mất động lực.	Quá nhiều sự lựa chọn , sợ tải về rồi lại bỏ vì khó dùng, không hiểu bài.
Feeling	Hoang mang quá! 	Có hợp với mình không nhỉ? 
Opportunities	Truyền thông đơn giản, rõ ràng về Penzi là app giúp học có định hướng cho học sinh. Đưa ví dụ thực tế từ bạn học cùng trình độ đã tiến bộ.	Tối ưu mô tả và hình ảnh app để nhấn mạnh tính đơn giản, dễ hiểu, dễ tiếp cận, dễ học theo cho mọi học sinh.

Try >	Communication >	Loyalty >
Bắt đầu học thử, tạo lộ trình và kiểm tra tính phù hợp.	Tìm sự trợ giúp , hướng dẫn khi gặp khó khăn trong quá trình học.	Duy trì học đều đặn, mong muốn nhìn thấy thành quả học tập.
Không quen dùng app học, sợ không hiểu cách dùng ngay từ đầu.	Khó hiểu nhưng không có ai để hỏi, hoặc áp lực nhưng không có ai chia sẻ.	Thiếu động lực duy trì nếu không thấy được tiến bộ.
 Cũng cũng đấy...	Giúp em trả lời những câu hỏi! 	Tôi đang tiến bộ từng ngày! 
Onboarding trực quan, tìm bài học dễ dàng, hướng dẫn tạo lộ trình theo từng bước chi tiết.	Phát triển tính năng trợ lý AI trả lời 24/7 theo ngữ cảnh học tập.	Cá nhân hoá bài học và nhắc nhở học theo tiến độ thực tế. Động viên và báo cáo kết quả học tập định kỳ.

COMPETITOR ANALYSIS

/Nghiên cứu đối thủ/



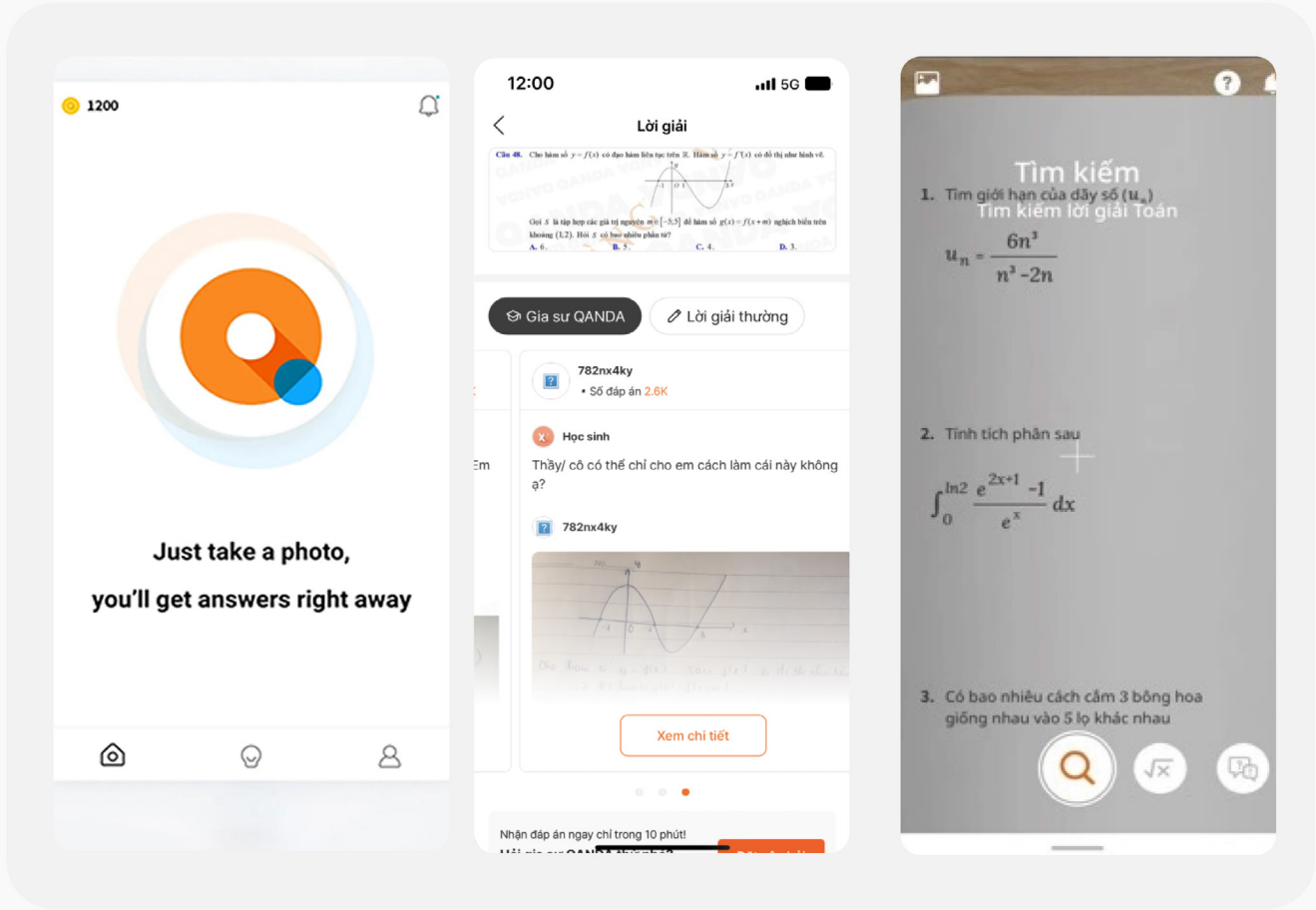
Quanda là ứng dụng hỗ trợ học tập phổ biến với học sinh cấp 2 và cấp 3, cho phép chụp ảnh bài tập để nhận lời giải nhanh từ AI hoặc gia sư.

Ưu điểm

- Giải bài nhanh bằng AI, chỉ cần chụp ảnh bài tập.
- Hỗ trợ nhiều môn học: Toán, Lý, Hóa, tiếng Anh...
- Có cộng đồng người dùng hỗ trợ đặt và trả lời câu hỏi.
- Giao diện đơn giản, dễ sử dụng cho học sinh cấp 2, cấp 3.

Nhược điểm

- Học sinh dễ có thói quen chụp bài để lấy đáp án mà không hiểu bản chất.
- Muốn dùng nhiều tính năng nâng cao phải trả phí, đôi khi là rào cản với học sinh cấp 3.



COMPETITOR ANALYSIS

/Nghiên cứu đối thủ/



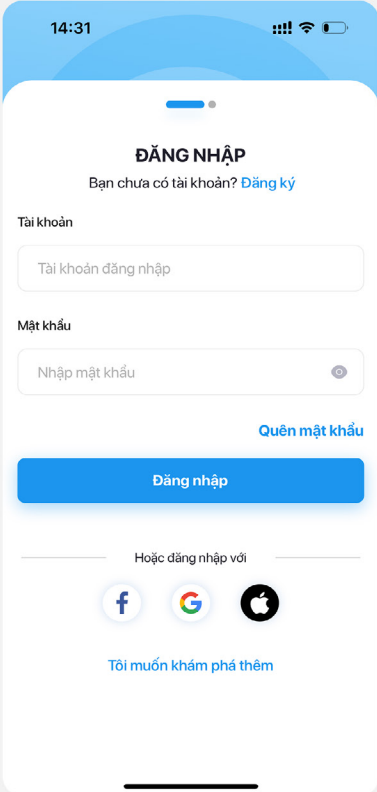
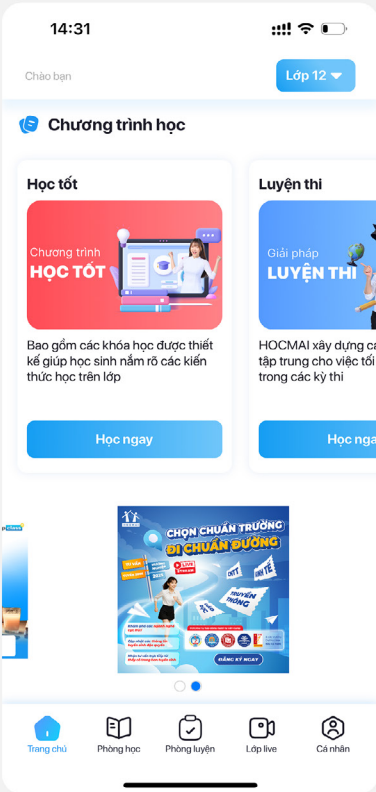
HOCMAI là nền tảng học trực tuyến cung cấp khóa học theo chương trình phổ thông, với đội ngũ giáo viên giàu kinh nghiệm và nội dung bám sát kỳ thi Đại học.

Ưu điểm

- Đầy đủ lí thuyết các môn học từ 1-12
- 2 gói học linh hoạt theo nhu cầu HS: Học lý thuyết và học nâng cao.
- Đa dạng tính năng: học qua video, học live, phòng luyện thi
- Phòng học video có tính năng đặt câu hỏi và viết ghi chú
- Giao diện hiện đại, đẹp mắt

Nhược điểm

- Chủ yếu tự học qua video, yêu cầu tự giác cao
- Chưa có tính năng nhắc nhở hoặc tạo động lực học cho học sinh



COMPETITOR ANALYSIS

/Nghiên cứu đối thủ/



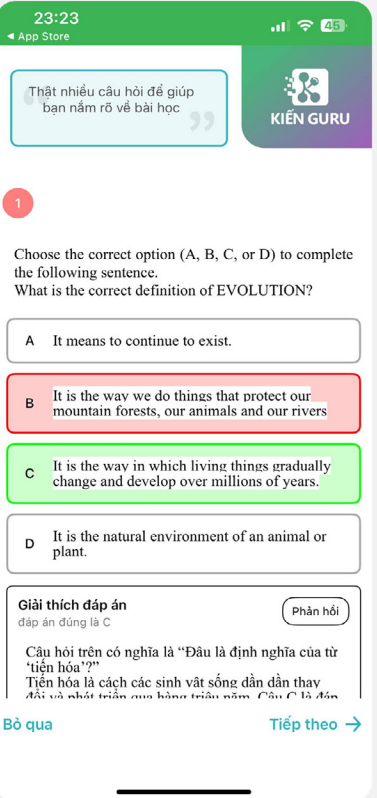
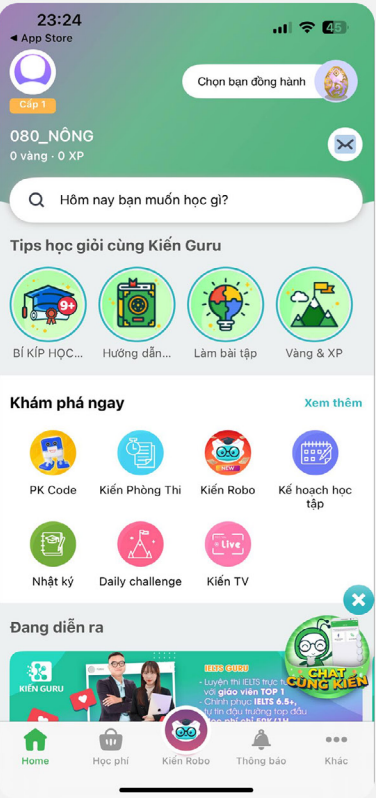
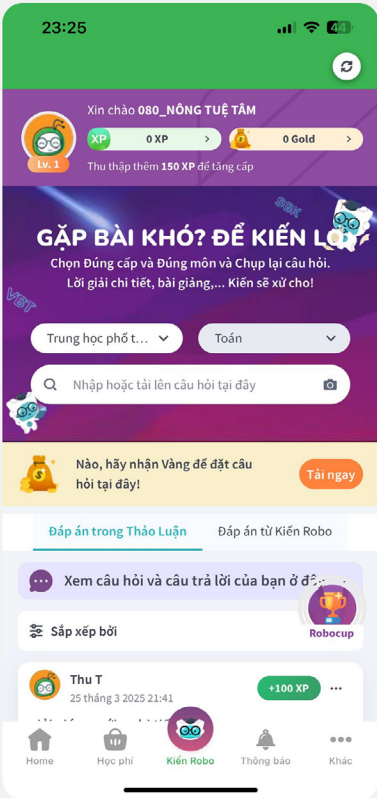
Kiến Guru là ứng dụng giáo dục với kho tài liệu học tập cho học sinh từ lớp 1 đến lớp 12. Với nội dung giảng dạy sinh động bằng video, diễn đàn thảo luận về bài tập cá nhân giúp các bạn học tập hiệu quả tại nhà.

Ưu điểm

- Đầy đủ lí thuyết các môn từ 1-12
- Cộng đồng hỏi đáp cho học sinh
- Cá nhân hoá bằng cách tạo nhân vật và thú cưng học cùng
- Tạo nhiệm vụ, nhận gold, tạo bảng Xếp hạng để tạo động lực học cho học sinh
- Đề thi phân loại thành để luyện tập và đề thi mẫu

Nhược điểm

- Tính năng nuôi thú cưng có thể chưa đủ để tạo động lực cho đối tượng học sinh của chương trình Trung học phổ thông.
- Giao diện còn rối và phức tạp.



COMPETITOR ANALYSIS

/Nghiên cứu đối thủ/



Onluyen.vn là ứng dụng được phát triển từ website Ôn Luyện giúp các học sinh có thể học được mọi lúc mọi nơi với hàng ngàn câu hỏi ôn tập và bài kiểm tra.

Ưu điểm

- App tập trung cho việc ôn thi, đầy đủ các môn
- Đa dạng tính năng: tự luyện, thi thử, học live với thầy cô
- Nhiều công cụ hỗ trợ học sinh hiểu bài: Video, text, video thí nghiệm...
- Báo cáo kết quả học tập, thống kê điểm, theo dõi nhật ký học tập hàng ngày.

Nhược điểm

- Tính năng đánh dấu câu hỏi trong đề khó dùng, chưa nổi bật.
- Chưa có tính năng nhắc nhở hoặc tạo động lực học cho học sinh.

15:03



Xin chào Ngọc Minh Đỗ!

Khóa tự học



Cambridge Starters

30 bài học

5.0★★★★★



Cambridge Movers

36 bài học

5.0★★★★★

Tự luyện

Tiếng Việt

Tiếng Anh

Toán

Tự nhiên và Xã hội

Kiểm tra

15:03



Tự luyện

Bài giảng

Lý thuyết

Kiểm tra

Thi thử

15:03



Giới thiệu lớp học trực tuyến

COMPETITOR ANALYSIS

/Nghiên cứu đối thủ/



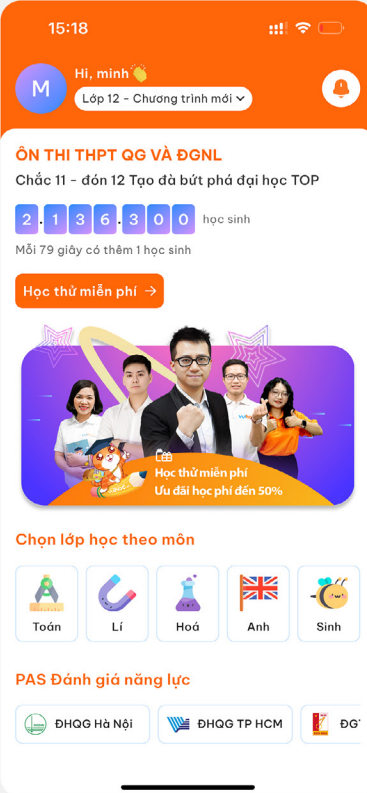
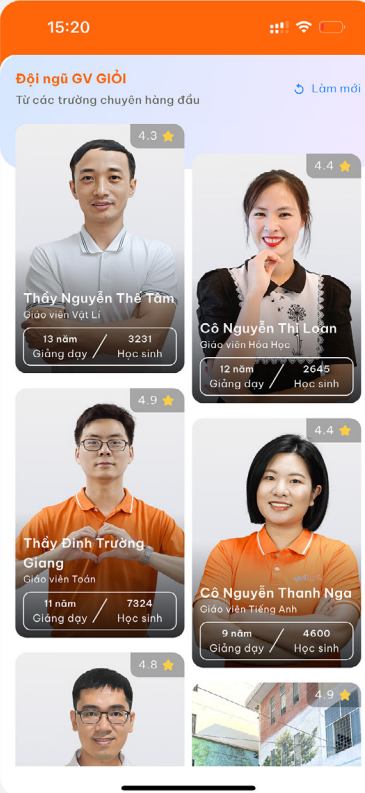
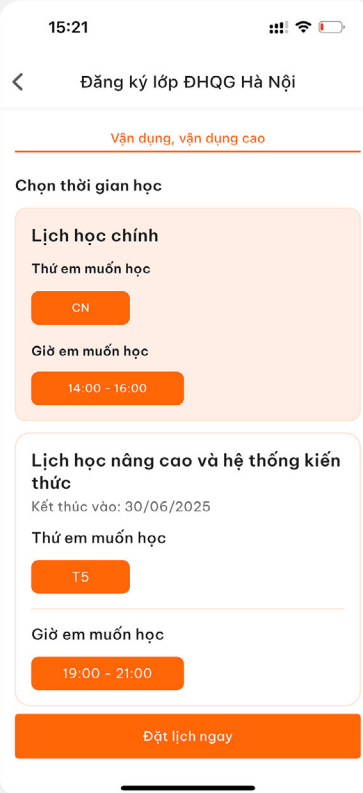
Vuihoc.vn là ứng dụng học tập trực tuyến với kho tài liệu bài giảng phong phú và có thể tương tác trực tiếp với giáo viên trên Livestream. Ứng dụng liên tục cập nhật chương trình mới, đáp ứng nhu cầu thực tiễn.

Ưu điểm

- Đầy đủ lí thuyết các môn học từ 1-12, học ôn thi Trung học phổ thông, thi Đánh giá năng lực
- Học sinh đặt lịch học trực tiếp với giáo viên, giáo viên giao bài sau giờ học, và khảo sát chất lượng dạy sau mỗi buổi
- Có thể tự học bằng video và làm bài tập về nhà
- Thống kê kết quả học tập theo tuần

Nhược điểm

- Tính năng đánh dấu câu hỏi trong đề khó dùng, chưa nổi bật
- Chưa có tính năng nhắc nhở hoặc tạo động lực học cho học sinh.



PROBLEMS & SOLUTIONS

/Xác định vấn đề và giải pháp/

Qua khảo sát người dùng và nghiên cứu đối thủ, sau đây là những vấn đề thường gặp nhất đối với đối tượng người dùng là học sinh cấp 3 chuẩn bị thi Đại học.



Học sinh thường có mục tiêu và biết mình cần cố gắng. Nhưng thường lâm vào tình trạng mộng lung vì không có chiến lược học cụ thể, không biết nên học từ đâu, học bao nhiêu là đủ.



Nhiều học sinh chia sẻ rằng khi tự học online, họ dễ cảm thấy mất động lực khi không có ai đồng hành, cổ vũ, hay giải đáp thắc mắc kịp thời. Các em dễ cảm thấy lạc lõng, chán nản và bỏ dở giữa chừng.



Phần lớn các app học tập hiện tại thiên về giải bài, luyện đề hoặc tự học qua video. Người học không nhìn thấy được sự tiến bộ qua từng bài học nên dễ nản và mất phương hướng.

PROBLEMS & SOLUTIONS

/Xác định vấn đề và giải pháp/

Cùng với đó là đề xuất những giải pháp nhằm nâng cao trải nghiệm của người dùng và hỗ trợ họ trong quá trình ôn thi.



Penzi đề xuất lộ trình phù hợp với mục tiêu thi cử, giúp học sinh học đúng nội dung cần thiết và theo dõi tiến độ sát sao, phù hợp với tiến độ cá nhân.



Penzi không chỉ là công cụ học, mà còn là “người bạn học” truyền cảm hứng. Nhân vật đồng hành đáng yêu sẽ cổ vũ, tạo động lực, khiến việc học trở nên thú vị và nhiều kết nối hơn.



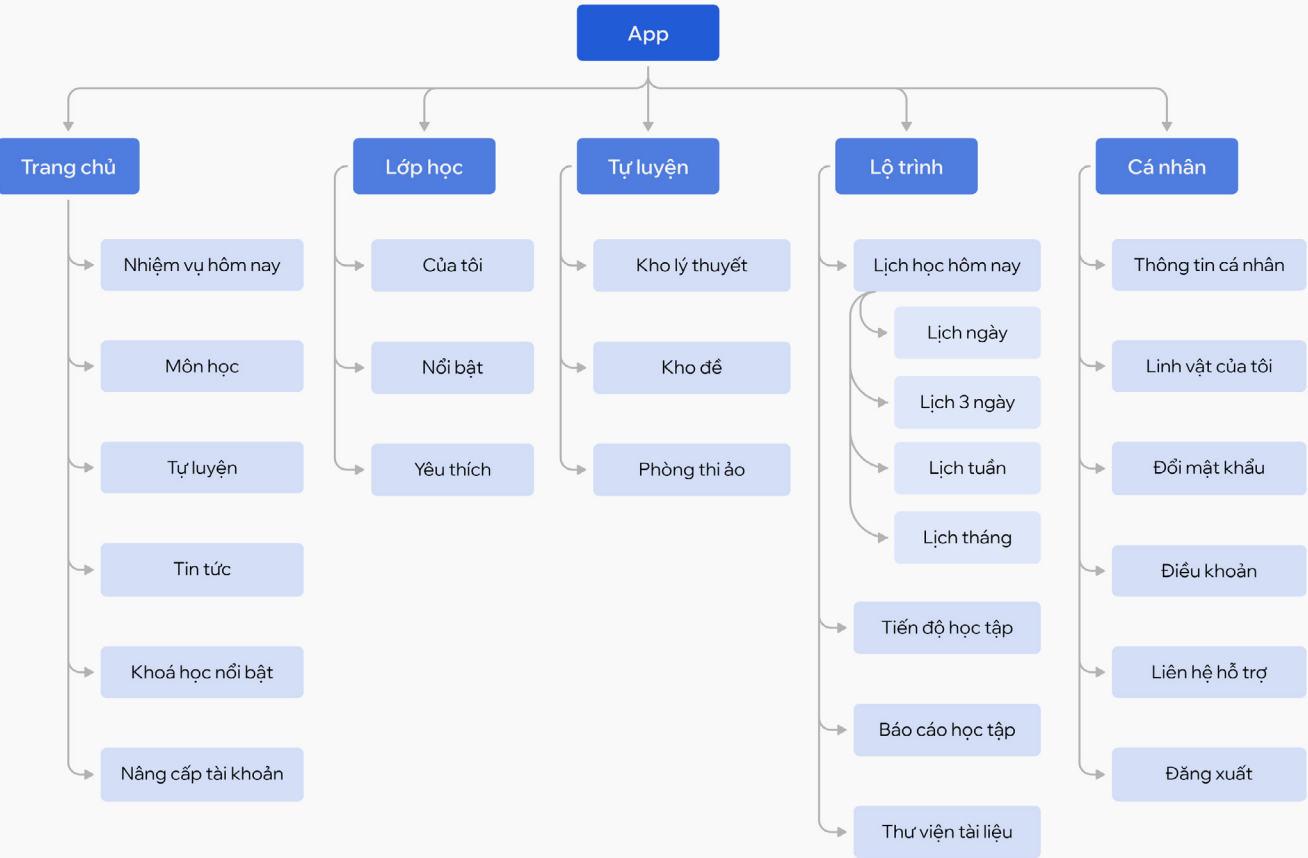
Penzi cung cấp tổng quan tiến độ, điểm mạnh – yếu và đề xuất cải thiện để học sinh dễ dàng theo dõi hiệu quả học tập, từ đó có định hướng rõ ràng và có động lực duy trì việc học hơn.



SITE MAP

/Sơ đồ ứng dụng/

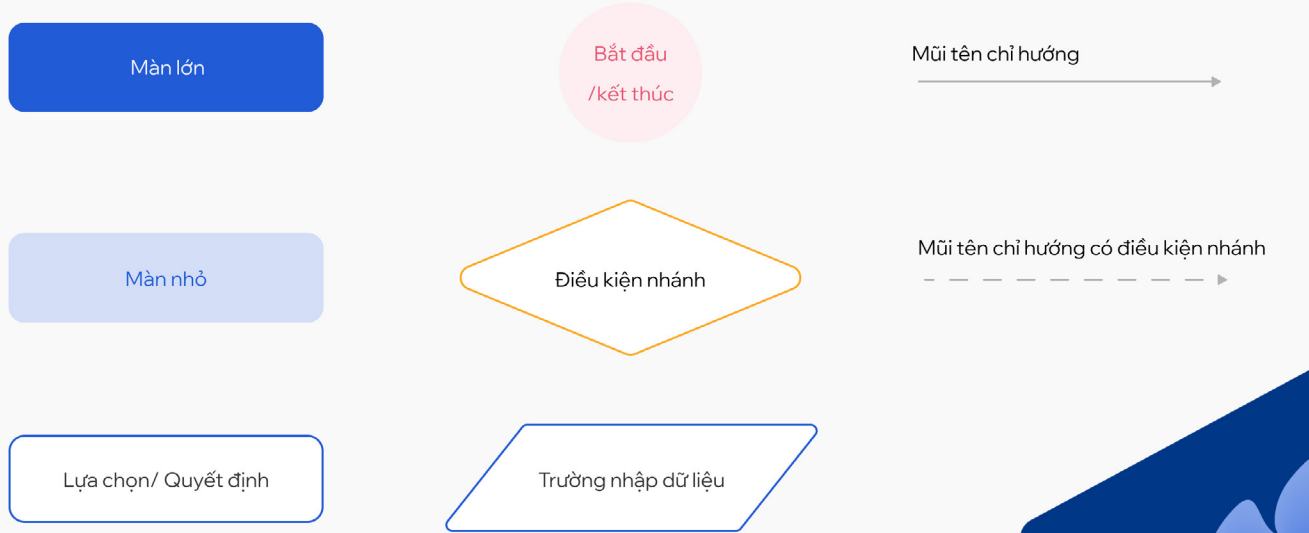
Bản đồ trang (Sitemap) là sơ đồ của các màn chính của app, thể hiện cấu trúc và tổ chức các trang con cụ thể như thế nào.



USER FLOW

/Luồng người dùng/

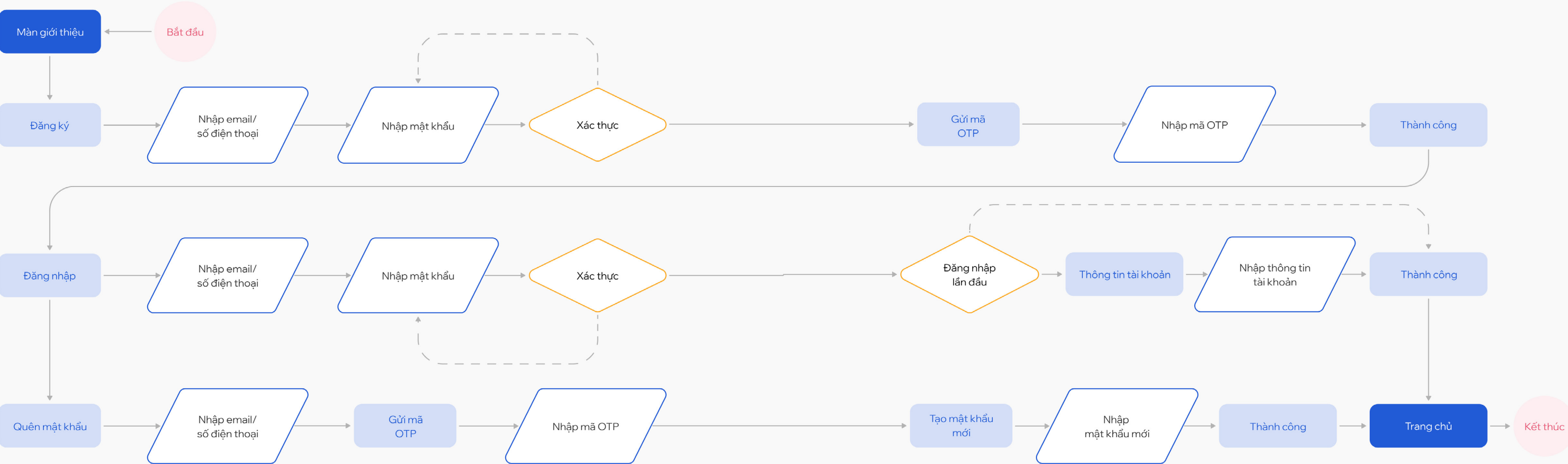
User flow (luồng người dùng) là sơ đồ mô tả hành trình từng bước của người dùng trong một sản phẩm số.



USER FLOW

/Luồng người dùng/

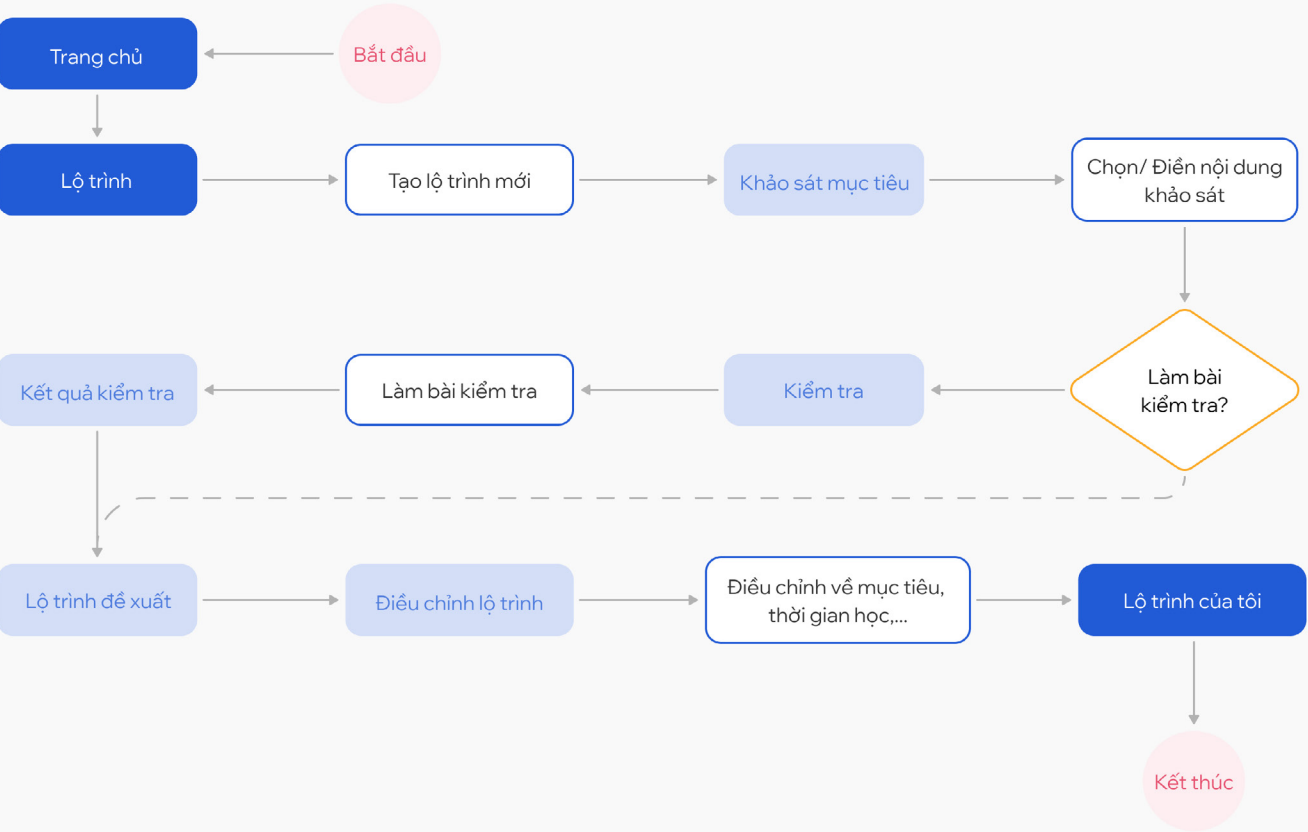
Flow #1 Luồng đăng ký, đăng nhập



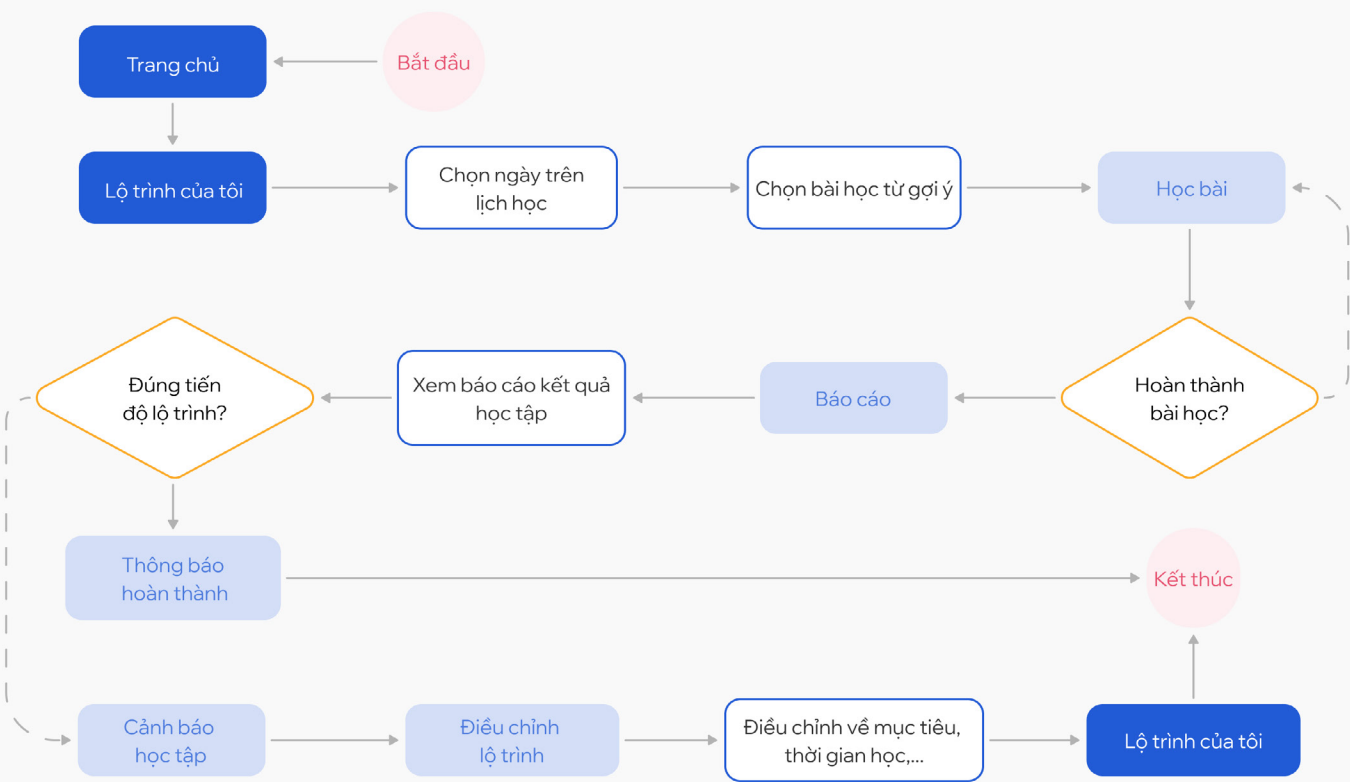
USER FLOW

/Luồng người dùng/

Flow #2 Luồng tạo lộ trình



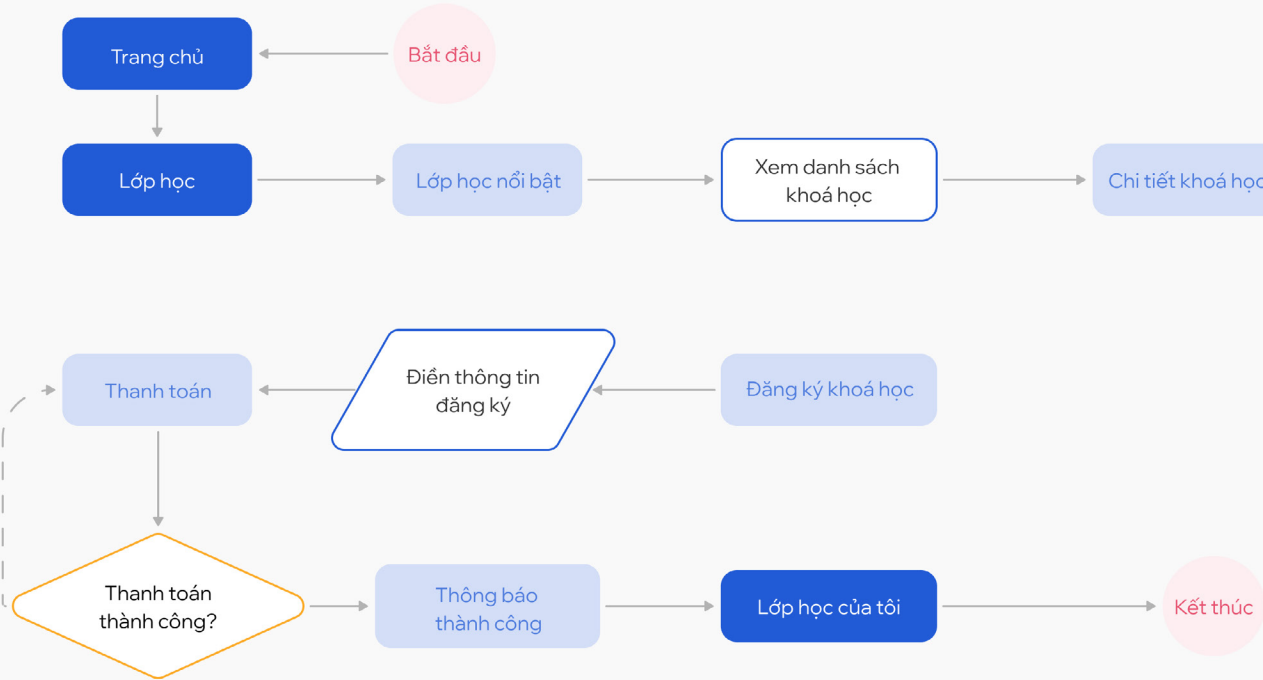
Flow #3 Luồng học theo lộ trình



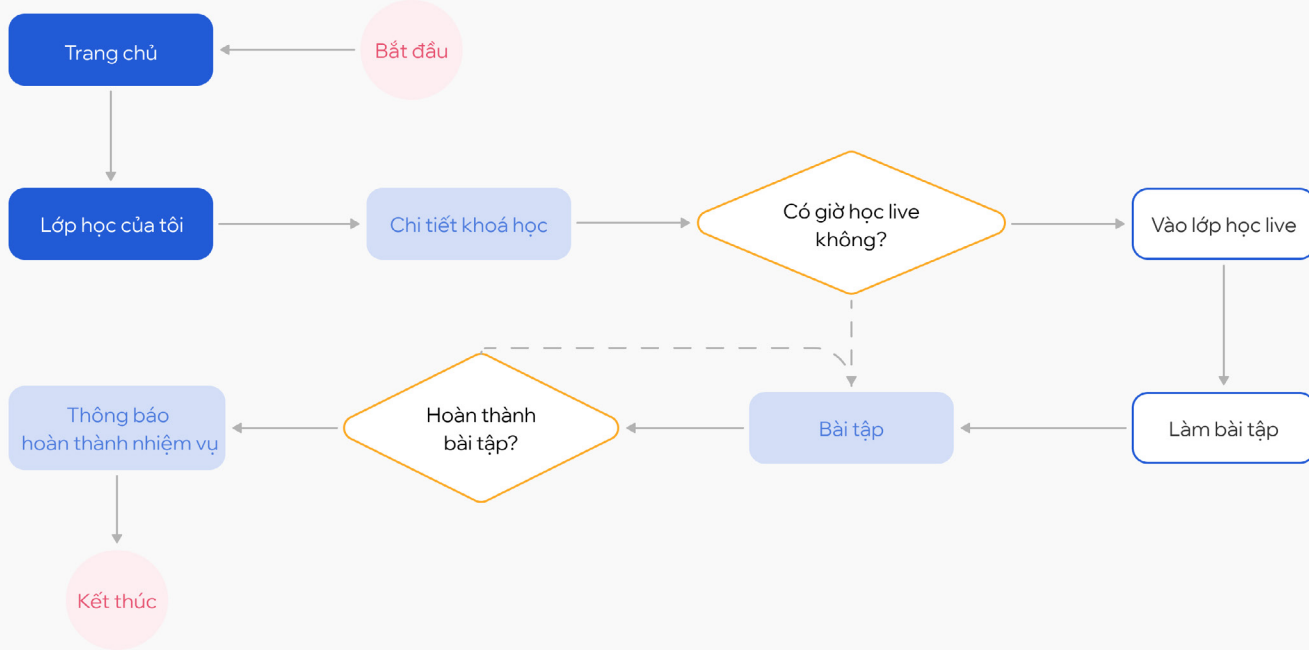
USER FLOW

/Luồng người dùng/

Flow #4 Luồng đăng ký khoá học



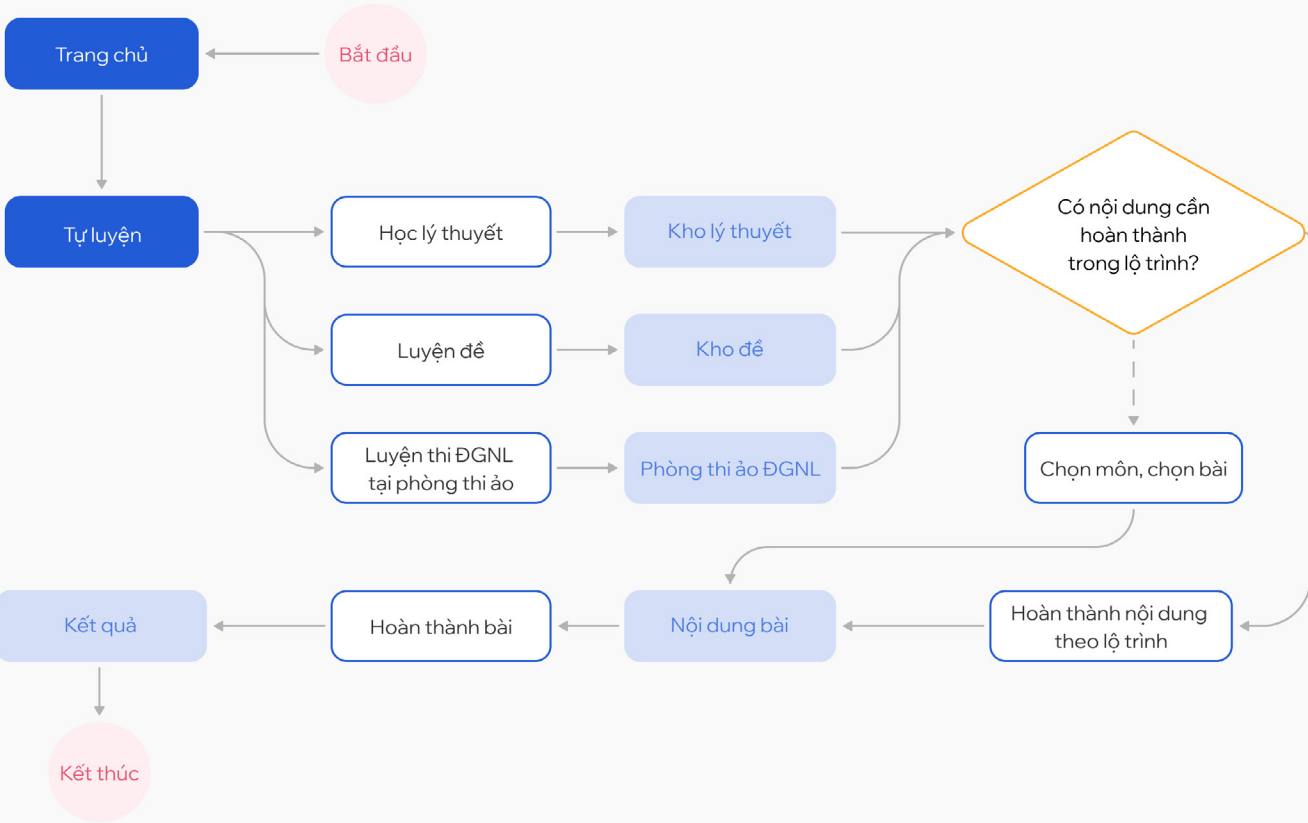
Flow #5 Luồng học theo khoá



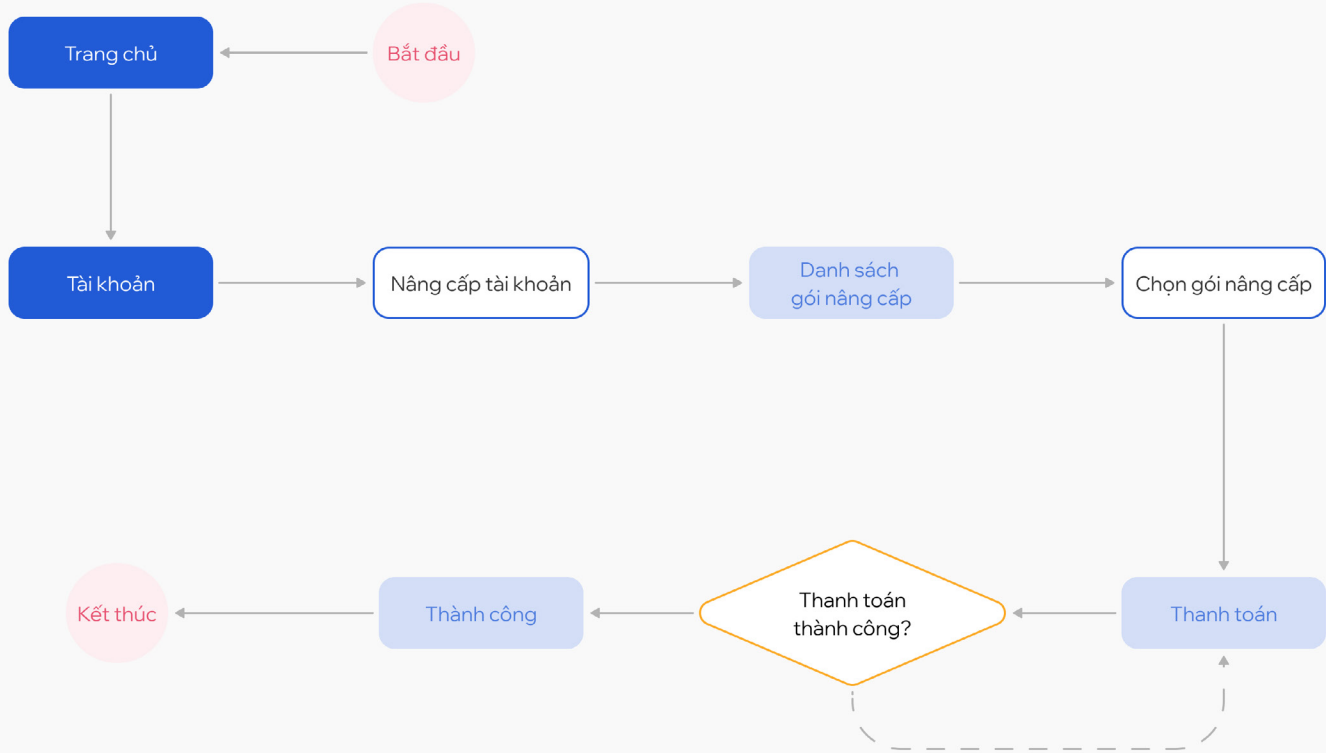
USER FLOW

/Luồng người dùng/

Flow #6 Luồng tự luyện



Flow #7 Luồng nâng cấp tài khoản



Logo Guidelines

/Nhận diện thương hiệu/

Page 90	3.1	Page 91	3.2	Page 92	3.3	Page 94	3.4
Mascot Meaning		Name Meaning		Logo Structure		Logo In Grid	
Page 96	3.5	Page 97	3.6	Page 98	3.7	Page 100	3.8
Safe Distance		Chroma		Logo Color		Logo In Use	

MASCOT MEANING

/Ý nghĩa linh vật/

Chim cánh cụt đại diện cho sự kiên cường, bền bỉ trong môi trường khắc nghiệt. Với vẻ ngoài gần gũi, đáng yêu, Penzi là người bạn thông minh, luôn đồng hành cùng học sinh trên hành trình ôn thi.



NAME MEANING

/Ý nghĩa tên thương hiệu/

“Penzi” kết hợp “pen” trong “penguin” và “pencil”, gợi hình ảnh người bạn học thông minh, dễ mến. “Penzi” trong tiếng Swahili có nghĩa là “tình yêu” – biểu tượng cho sự đồng hành yêu thương trong học tập.

Penzi

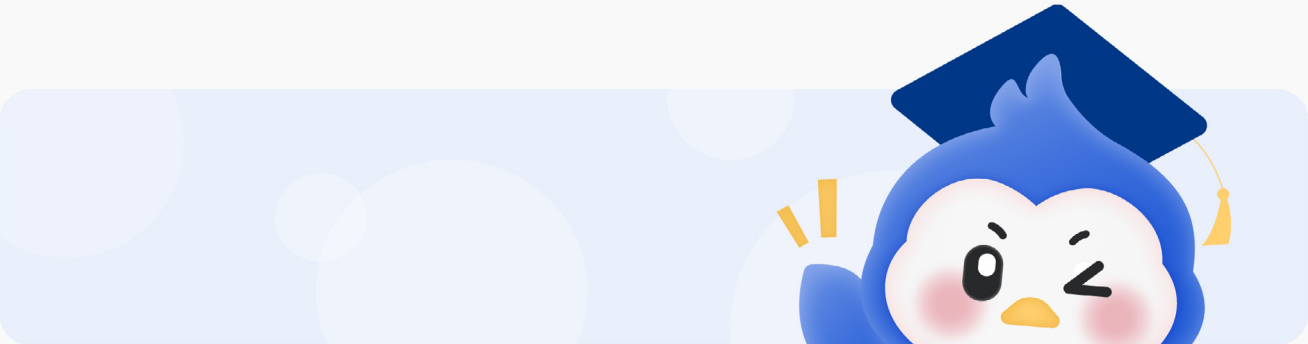
penguin + pencil + zi

Penzi trong tiếng Swahili có nghĩa là “yêu thương”. Chúng tôi tin rằng: Giáo dục nên bắt đầu từ sự thấu hiểu và yêu thương. Khi học sinh được lắng nghe và học theo cách phù hợp nhất với bản thân, hành trình chinh phục giấc mơ đại học sẽ nhẹ nhàng hơn và đầy động lực hơn.



LOGO STRUCTURE

/Biến thể logo/



Biểu trưng sử dụng phông chữ Mochiy Pop One, một kiểu chữ Gothic hiện đại với nét tròn trịa, thân thiện, tạo cảm giác gần gũi và trẻ trung.

Có thể sử dụng biểu trưng bằng một trong hai màu: xanh nước biển & trắng.

Logotype

Penzi

Logo bao gồm 03 biến thể, nhà thiết kế có thể linh hoạt sử dụng cho các trường hợp khác nhau.

Biểu trưng gồm biểu tự và linh vật Penzi, với biến thể dễ nhận biết và nổi bật. Ưu tiên dùng biến thể này khi cung cấp cho bên thứ ba hoặc trong không gian hình chữ nhật ngang.

Portrait Lockup



Icon

Vì sự hiện diện của Penzi chủ yếu là trực tuyến, nên sự xuất hiện nhất quán biểu tượng của chúng tôi rất quan trọng để đảm bảo khách hàng mục tiêu nhận ra thương hiệu của chúng tôi trên nhiều không gian khác nhau.

Trong nhiều trường hợp, biểu tượng này là sự nhận diện đầu tiên mà mọi người có về Penzi.

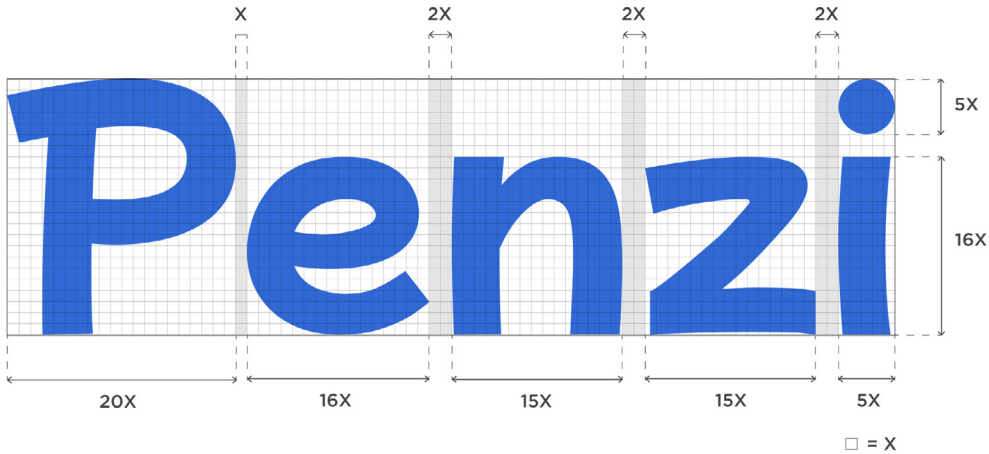


LOGO IN GRID

/Logo trên lưới/

Đơn vị đồ hoạ của biểu tượng là X, một đơn vị tương đương với một ô vuông.

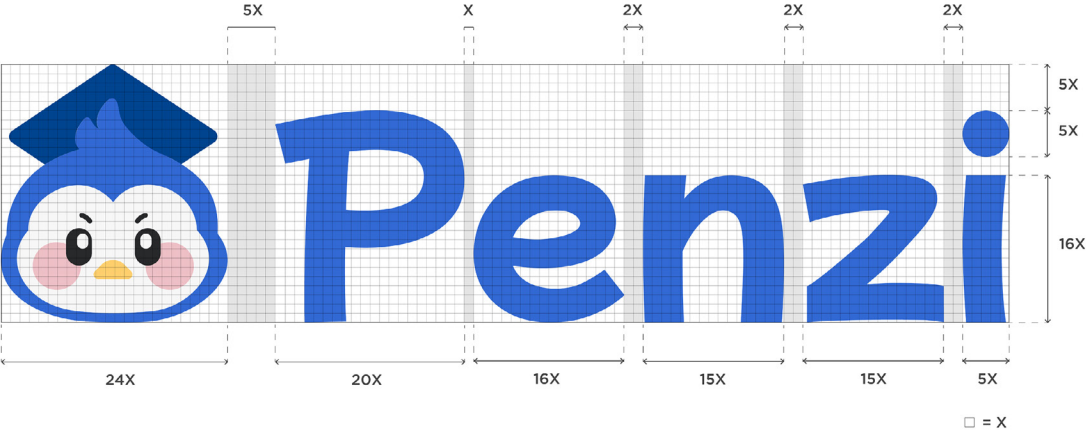
Chiều rộng của logo là 78X ; chiều cao của logo là 23X.



LOGO IN GRID

/Logo trên lưới/

Với biến thể có kèm biểu tượng, đơn vị lưới của logo vẫn giữ nguyên bằng X. Chiều rộng của logo là 107X ; chiều cao của logo là 23X.



SAFE DISTANCE

/Khoảng cách an toàn/

Phạm vi an toàn của logo bằng 2A. Trong đó, A là đường kính dấu chấm của chữ “i”. Phạm vi an toàn phải luôn được để trống và bao trọn logo, không một yếu tố đồ hoạ nào được xâm phạm.



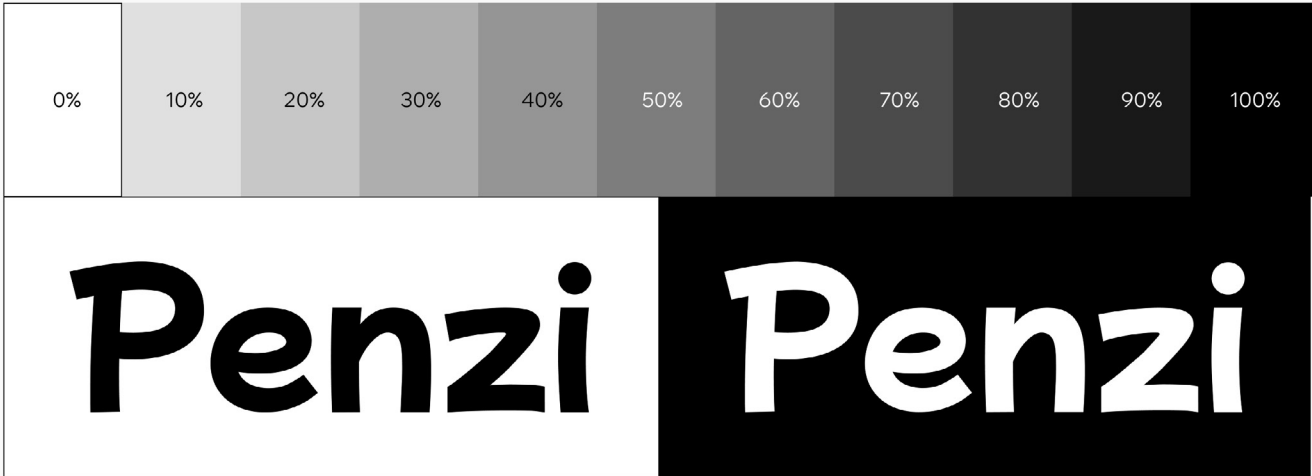
CHROMA

/Sắc độ logo/

Sử dụng logo âm bản trong trường hợp nền màu có chỉ số K lớn hơn 55%.
Sử dụng logo dương bản trên nền màu có chỉ số K nhỏ hơn hoặc bằng 55%.

Dương bản

Âm bản



LOGO TYPOGRAPHY

/Phông chữ logo/

Mochiy Pop One là một phông chữ được thiết kế bởi FONTDASU - một xưởng đúc chữ đến từ Nhật Bản. Các kiểu chữ của họ bao gồm: Shippori Antiquei (2017-2019) - một phông chữ tiếng Nhật miễn phí dành cho manga, Shippori Mincho (2020) - một phông chữ dành cho các tiểu thuyết gia và Mochiypop (2018-2020)- một phông chữ theo phong cách "kawaii".

Typography

Penzi

Mochiy Pop là một phông chữ Gothic giản dị được tạo ra dựa trên các nhân vật do các cô gái Nhật Bản ở độ tuổi 20 viết. Một phông chữ hiển thị dễ thương, bạn có thể sử dụng rộng rãi, chẳng hạn như cho manga, tạp chí, phim ảnh và biển báo. Kanji đi kèm là phiên bản sửa đổi của Noto Sans JP.

Mochiy Pop One

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg
Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo
Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz

1234567890!@\$%^&*()

WHEREAS DISREGARD
AND CONTEMPT FOR
HUMAN RIGHTS HAVE
RESULTED

Whereas disregard and contempt
for human rights have resulted

LOGO COLOR

/Màu sắc logo/

Xanh dương là màu chủ đạo của Penzi, tượng trưng cho sự tin cậy và định hướng tương lai – phản ánh vai trò của Penzi như một người bạn đồng hành trong hành trình học tập. Màu vàng thể hiện sự tích cực, nổi bật và khơi gợi cảm hứng – đại diện cho tinh thần học hỏi chủ động và niềm vui khám phá tri thức.

Sự kết hợp giữa hai gam màu giúp tạo nên hình ảnh thương hiệu hiện đại, gần gũi nhưng vẫn vững vàng và đáng tin cậy.



Cerulean Blue Light

Hex	3269D4
RGB	50 105 212
CMYK	80 61 0 0



Yellow Medium

Hex	FFCF6E
RGB	255 207 110
CMYK	0 19 66 0



Pink Pastel

Hex	00448F
RGB	0 68 143
CMYK	100 84 14 2

LOGO IN USE

/Quy cách sử dụng logo/

Dưới đây là các trường hợp sử dụng đúng của logo, các hình thức khác đều không được phép sử dụng. Logo nguyên bản chỉ được sử dụng trên nền sáng, có độ tương phản cao giữa logo và nền.

Logo trên nền màu thương hiệu



Logo trên nền màu tối



Logo trên nền màu sáng



Design System

/Hệ thống thiết kế giao diện/

Page 104	4.1	Page 105	4.2	Page 106	4.3	Page 112	4.4
Grid System		Spacing System		Mascot & Illustrations		Color System	
Page 116	4.5	Page 120	4.6	Page 122	4.7	Page 126	4.8
Typeface		Library Icons		Components		Low Wireframes	

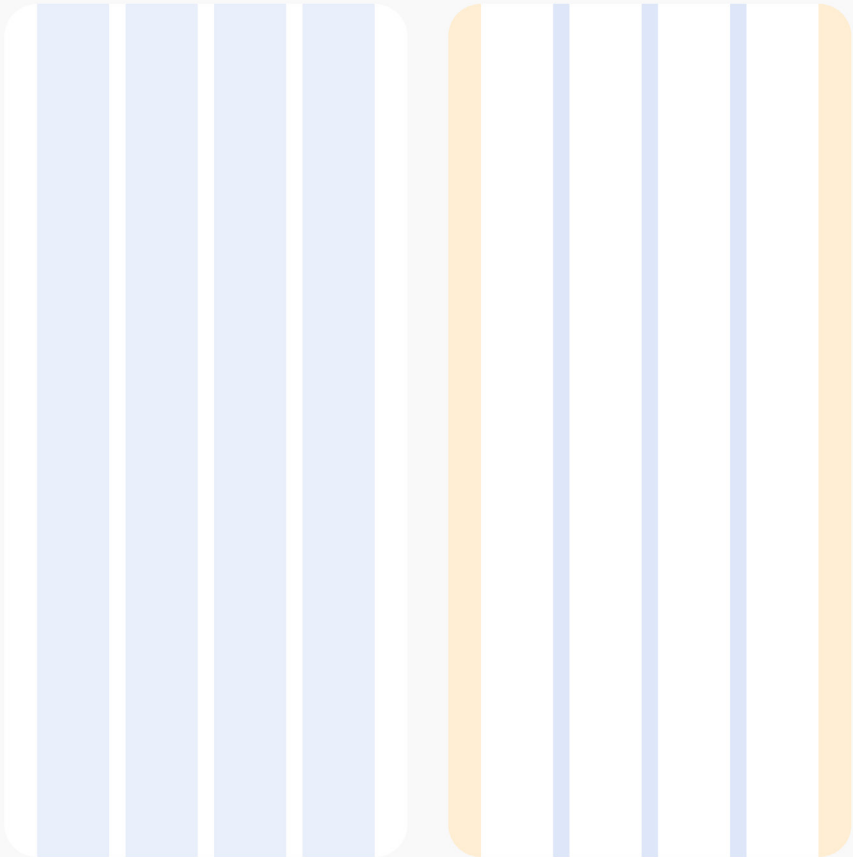
GRID SYSTEM

/Hệ thống lưới/

Hệ thống lưới là một cấu trúc bao gồm một loạt các đường ngang và dọc giao nhau giúp cho việc trình bày và quản lý nội dung một cách dễ dàng hơn

Thiết bị:
iPhone 14 Pro Max (430 x 932 px)

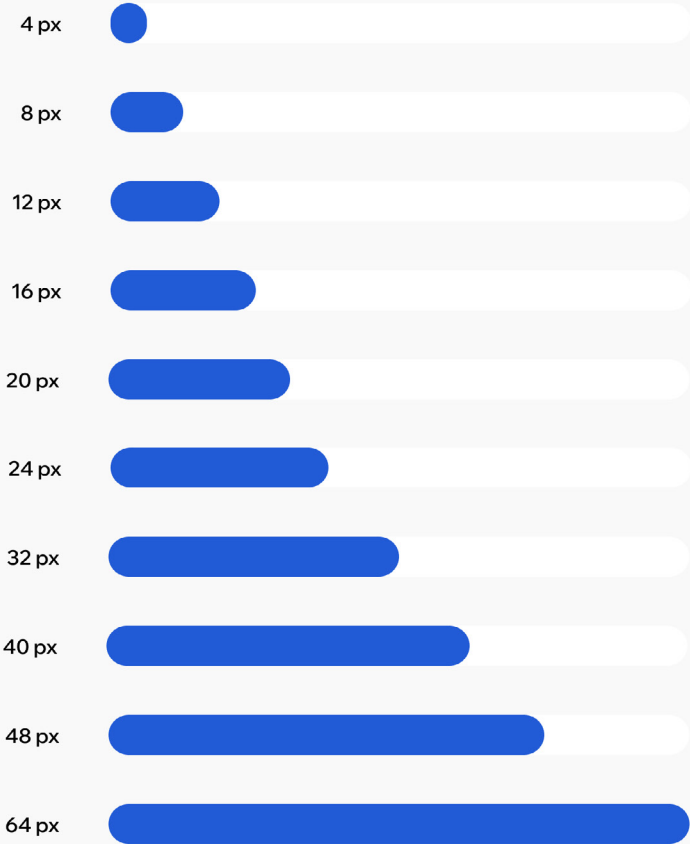
Type	Stretch
Count	4 columns
Margin	24px
Gutter	12px



SPACING SYSTEM

/Hệ thống khoảng cách/

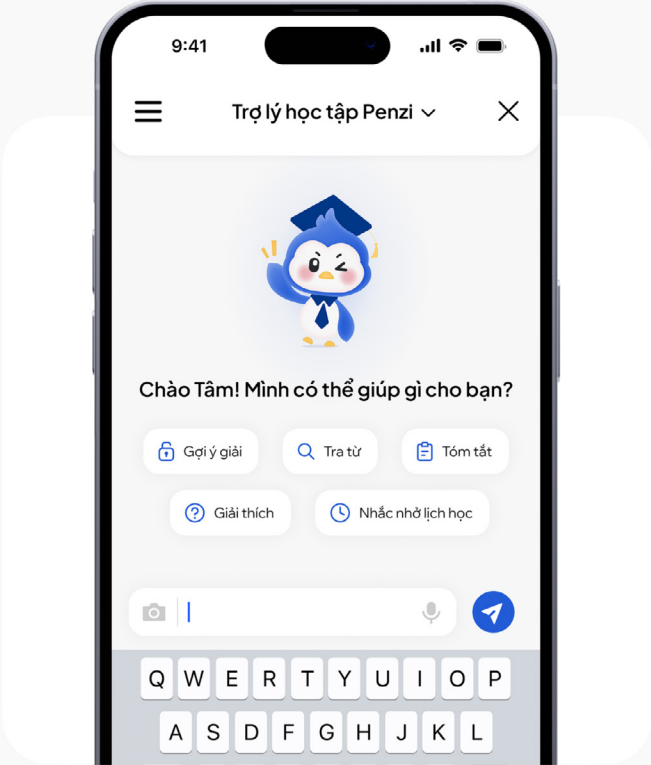
Khoảng cách được sử dụng để tạo ra sự cân đối, sự phân chia và tổ chức hợp lý trong thiết kế, giúp cải thiện khả năng đọc hiểu và trải nghiệm của người sử dụng.



MASCOT

/Linh vật/

Linh vật cánh cụt Penzi là biểu tượng của sự kiên trì, thích nghi – phù hợp với hành trình học tập. Ngoài ra, hình ảnh đáng yêu giúp tạo cảm giác thân thiện, giảm căng thẳng cho người dùng.



MASCOT EMOTIONS

/Biểu tượng cảm xúc của linh vật/

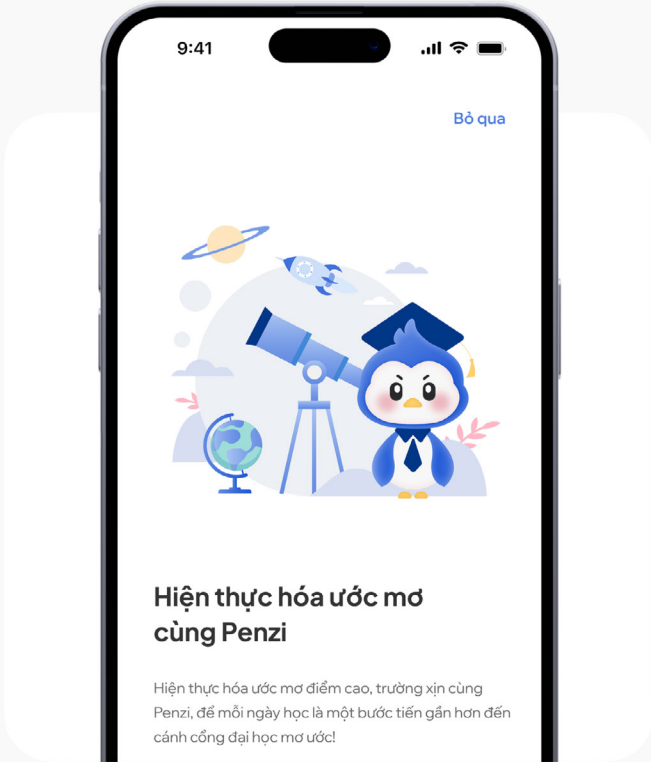
Linh vật Penzi được phát triển với đa dạng biểu cảm sinh động, giúp tăng sự kết nối cảm xúc và mang lại trải nghiệm học tập thân thiện, thú vị hơn.



MASCOT

/Linh vật/

Ngoài phiên bản 2D, mascot còn được phát triển thêm phiên bản mới theo phong cách 2.5D với hiệu ứng đổ bóng và chiều sâu nhẹ, giúp hình ảnh trở nên sinh động và bắt mắt hơn trên các thiết bị số.



MASCOT EMOTIONS

/Biểu tượng cảm xúc của linh vật/

Các biểu cảm đa dạng như vui vẻ, ngạc nhiên, lo lắng hay tự tin giúp linh vật Penzi giao tiếp hiệu quả và gần gũi hơn với người học trong môi trường số.



ILLUSTRATIONS

/Hình vẽ minh họa/

Hệ thống minh họa được xây dựng theo phong cách 2.5D với các hình khối mềm mại, màu sắc tươi sáng và ánh sáng đổ bóng nhẹ, tạo cảm giác gần gũi và hiện đại.



COLOR SYSTEM

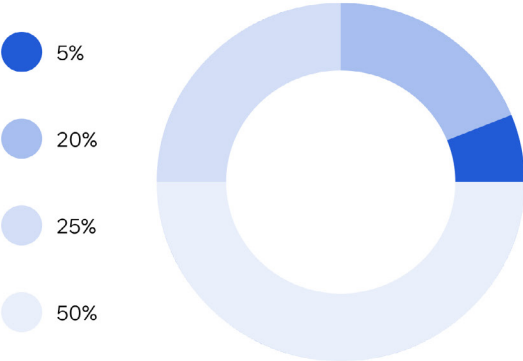
/Hệ thống màu/

Color Scheme/ Ratio

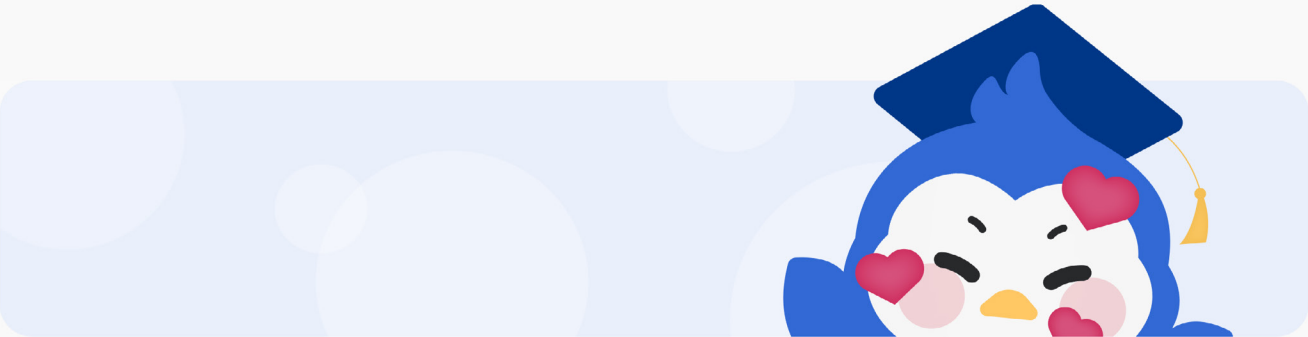
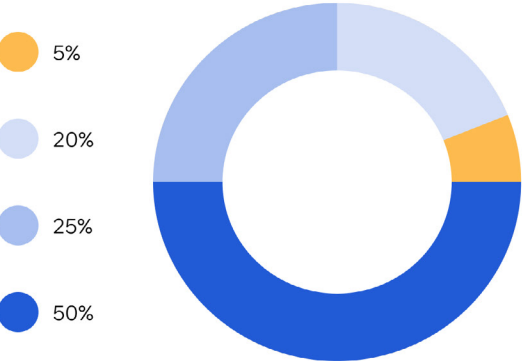
Màu chủ đạo của Penzi là màu xanh, chiếm phần lớn, tạo cảm giác tin cậy, rõ ràng và đồng nhất. Màu vàng là màu nhấn, dùng để thu hút sự chú ý ở các yếu tố quan trọng. Các sắc độ nhạt của xanh và vàng dùng để bổ trợ, làm nền hoặc tạo độ sâu mà không gây rối mắt.



White background



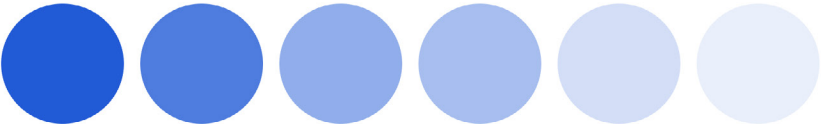
Blue background



Primary Color

#225BD6

50/105/212



Secondary Color

#FDAA23

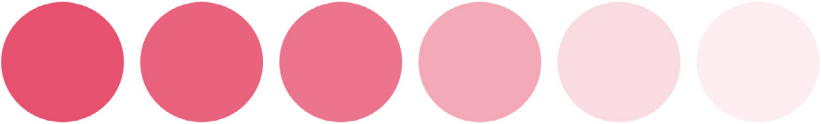
253/170/35



Supporting Color

#E75270

231/82/112



COLOR SYSTEM

/Hệ thống màu/

Functional Color

Màu sắc chức năng giúp cải thiện trải nghiệm người dùng, tạo sự rõ ràng và dễ hiểu, đồng thời tăng cường tương tác và khả năng tiếp cận thông tin.

Error

#E60A32

230/10/50

Warning

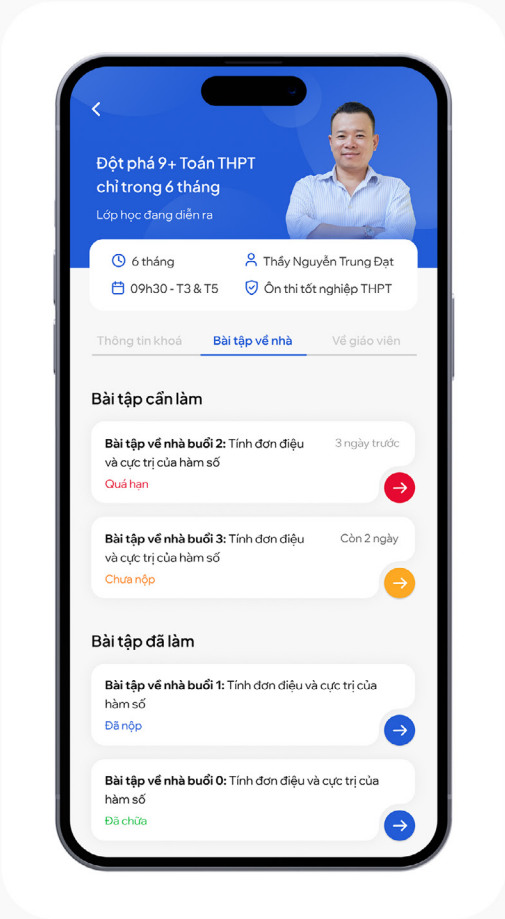
#FF821E

255/130/30

Success

#00BC3C

0/188/60



Neutral Color

Màu trung tính giúp mang lại cảm giác hài hòa và không làm mất đi sự chú ý vào các yếu tố quan trọng khác trong thiết kế.

Neutral Color

#333333

51/51/51

Background

#F7F7F7

247/247/247

On background

#D9D9D9

217/217/217

9:41

< Báo cáo học tập

Tổng quan tiến độ

Tuần này ▾

80%

Đã hoàn thành: 80%

Cần đạt tới hôm nay: 80%

Hoàn thành đúng tiến độ

TYPEFACE

/Kiểu chữ/

Plus Jakarta Sans

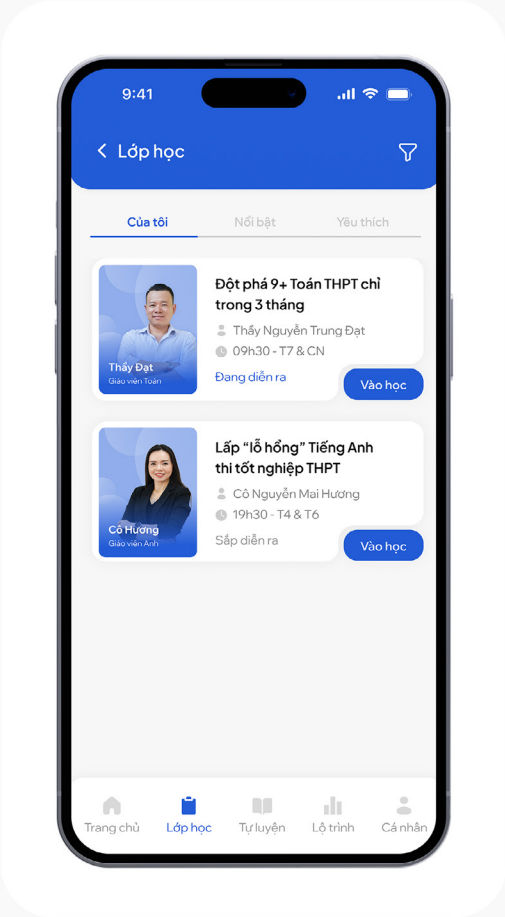
Plus Jakarta Sans là một kiểu chữ sans serif hình học mới, được thiết kế bởi Gumpita Rahayu từ Tokotype.

Kiểu chữ này có các hình dạng hiện đại, cắt gọn, chiều cao x có chút cao hơn để tạo khoảng cách rõ ràng giữa chữ hoa và chữ thường, rất phù hợp để biểu thị nội dung tiêu đề trong ứng dụng.

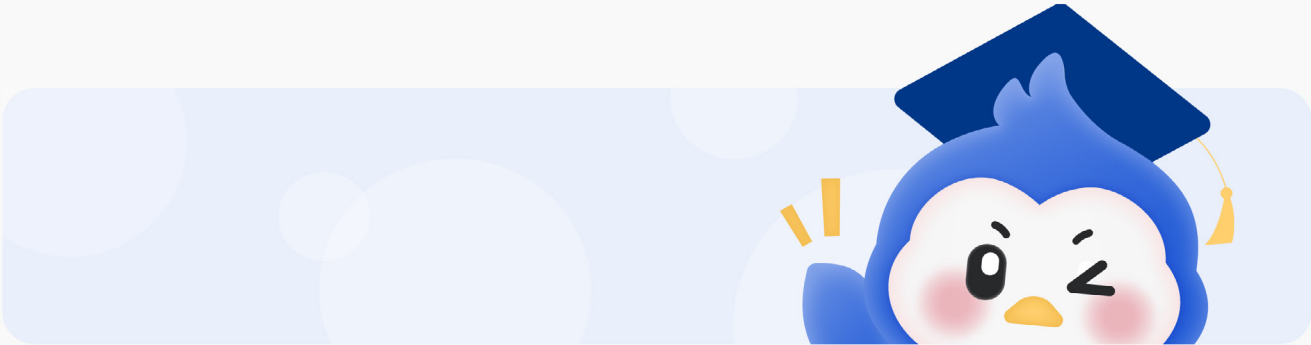
Plus Jakarta Sans

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz

1234567890!@\$%^&*()



Typeface (Kiểu chữ) đóng vai trò tạo nên bản sắc thương hiệu và trải nghiệm đọc rõ ràng, thân thiện trong mọi hoàn cảnh sử dụng.



Heading 1

Whereas disregard and contempt
for human rights have resulted

Semibold 20pt/32pt

Heading 2

Whereas disregard and contempt
for human rights have resulted

Semibold 18pt/28pt

Heading 3

Whereas disregard and contempt
for human rights have resulted

Semibold 16pt/24pt

TYPEFACE

/Kiểu chữ/

Wix Madefor Display

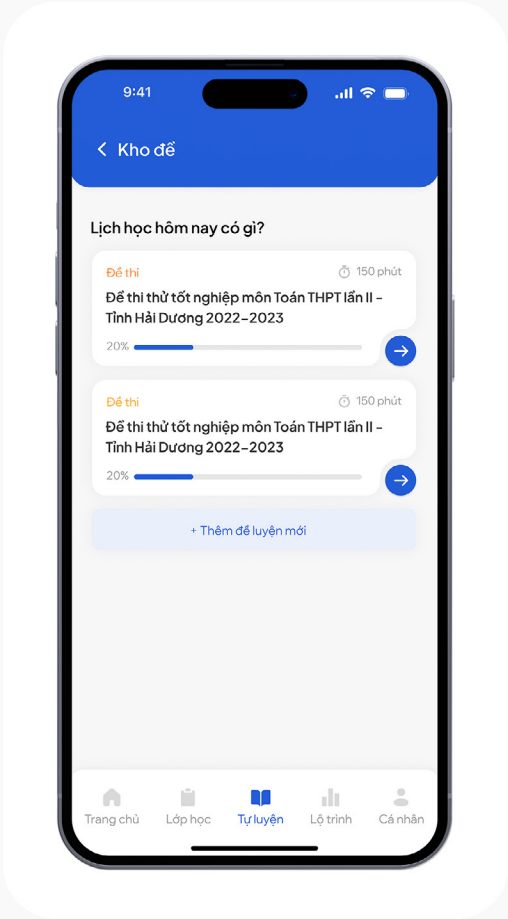
Wix Madefor được thiết kế đặc biệt để tạo ra sự cân bằng giữa tính rõ ràng và sự linh hoạt trong giao diện người dùng.

Dù mang cấu trúc hình học, bộ font này vẫn giữ được nét mềm mại, được lấy cảm hứng từ chữ viết tay, giúp tạo cảm giác thân thiện và dễ tiếp cận.

Wix Madefor Display

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv
Ww Xx Yy Zz

1234567890!@.\$%^&*()



Typeface (Kiểu chữ) đóng vai trò tạo nên bản sắc thương hiệu và trải nghiệm đọc rõ ràng, thân thiện trong mọi hoàn cảnh sử dụng.

Body text

Whereas disregard and contempt
for human rights have resulted

Semibold 14pt/22pt

Small text

Whereas disregard and contempt
for human rights have resulted

Regular 13pt/20pt

Manrope

Manrope là bộ font sans-serif hiện đại, với các phiên bản Bold và Regular rõ ràng, dễ đọc, phù hợp để biểu thị các con số trong tiêu đề và nội dung.

Title number

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 %

Bold 28pt/36pt

Body number

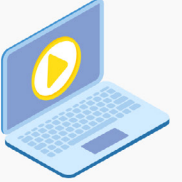
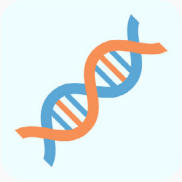
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 %

Regular 16pt/20pt

LIBRARY ICONS

/Thư viện biểu tượng/

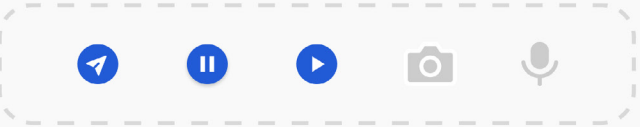
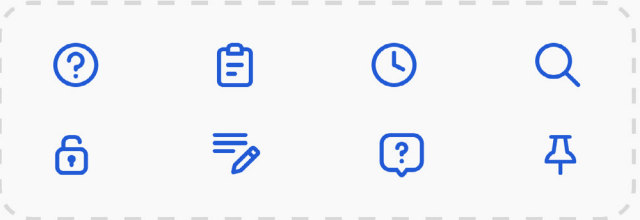
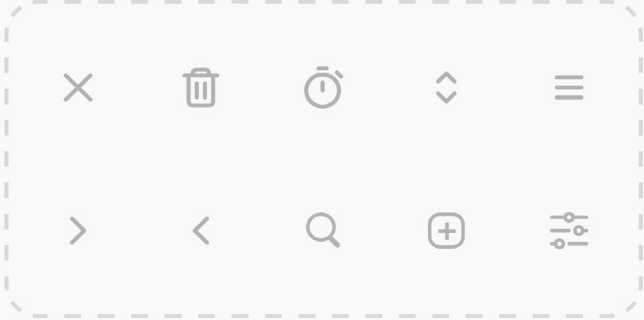
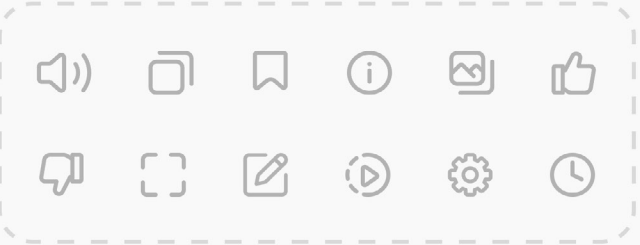
Sau đây là các biểu tượng minh họa mang tính giáo dục, được sử dụng để đại diện cho các môn học, chủ đề, và nội dung kiến thức trong app.



LIBRARY ICONS

/Thư viện biểu tượng/

Sau đây là bộ biểu tượng chức năng tối ưu cho giao diện người dùng, sử dụng linh hoạt giữa các định dạng line và filled trong toàn bộ ứng dụng.

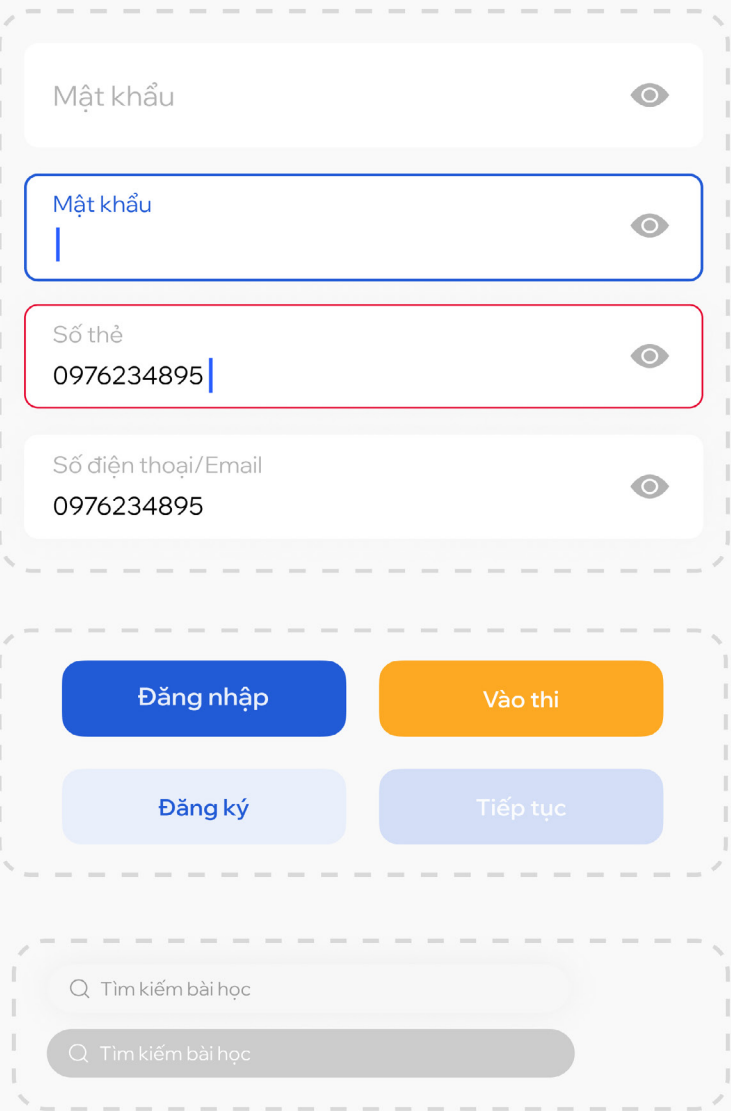
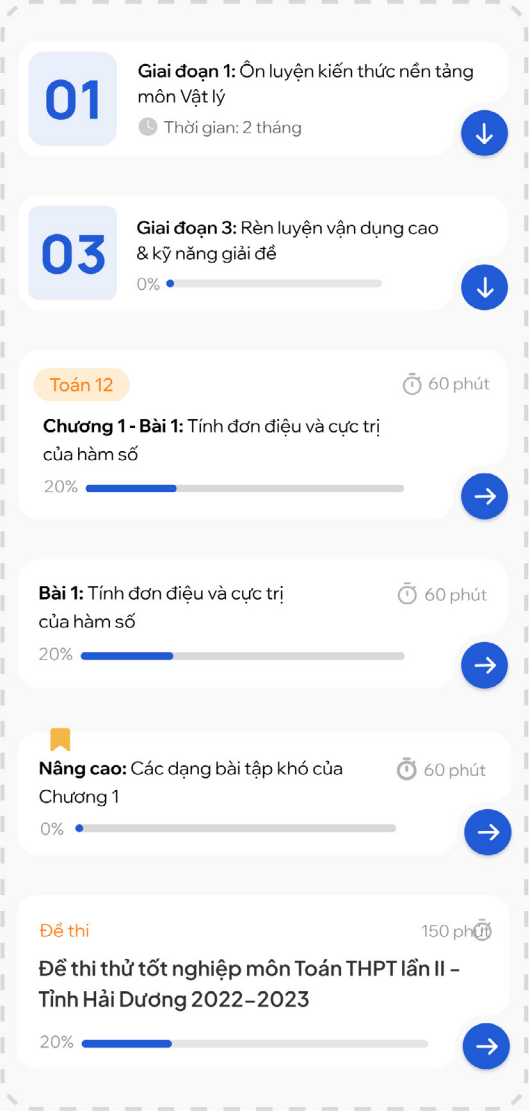
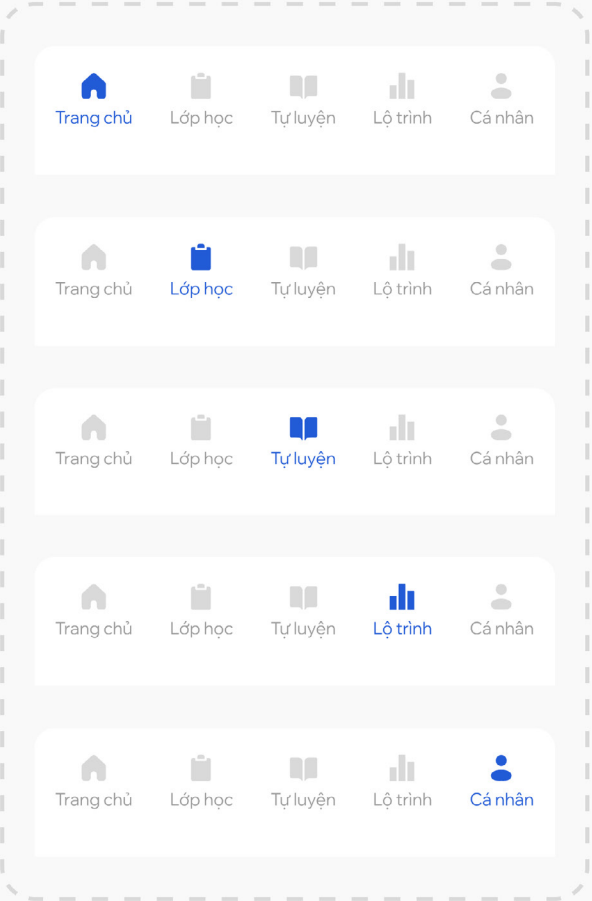
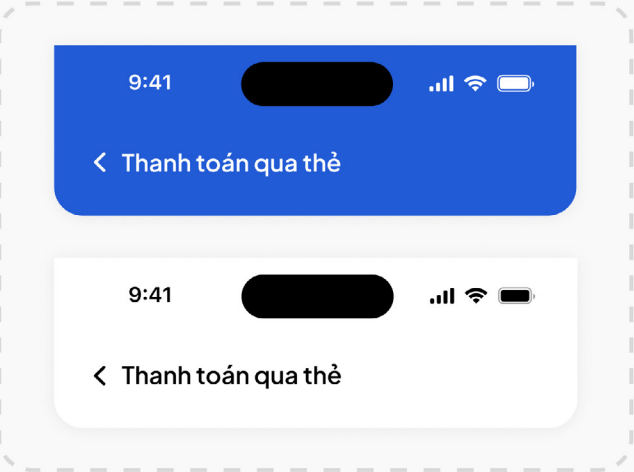


COMPONENTS

/Thành phần thiết kế/

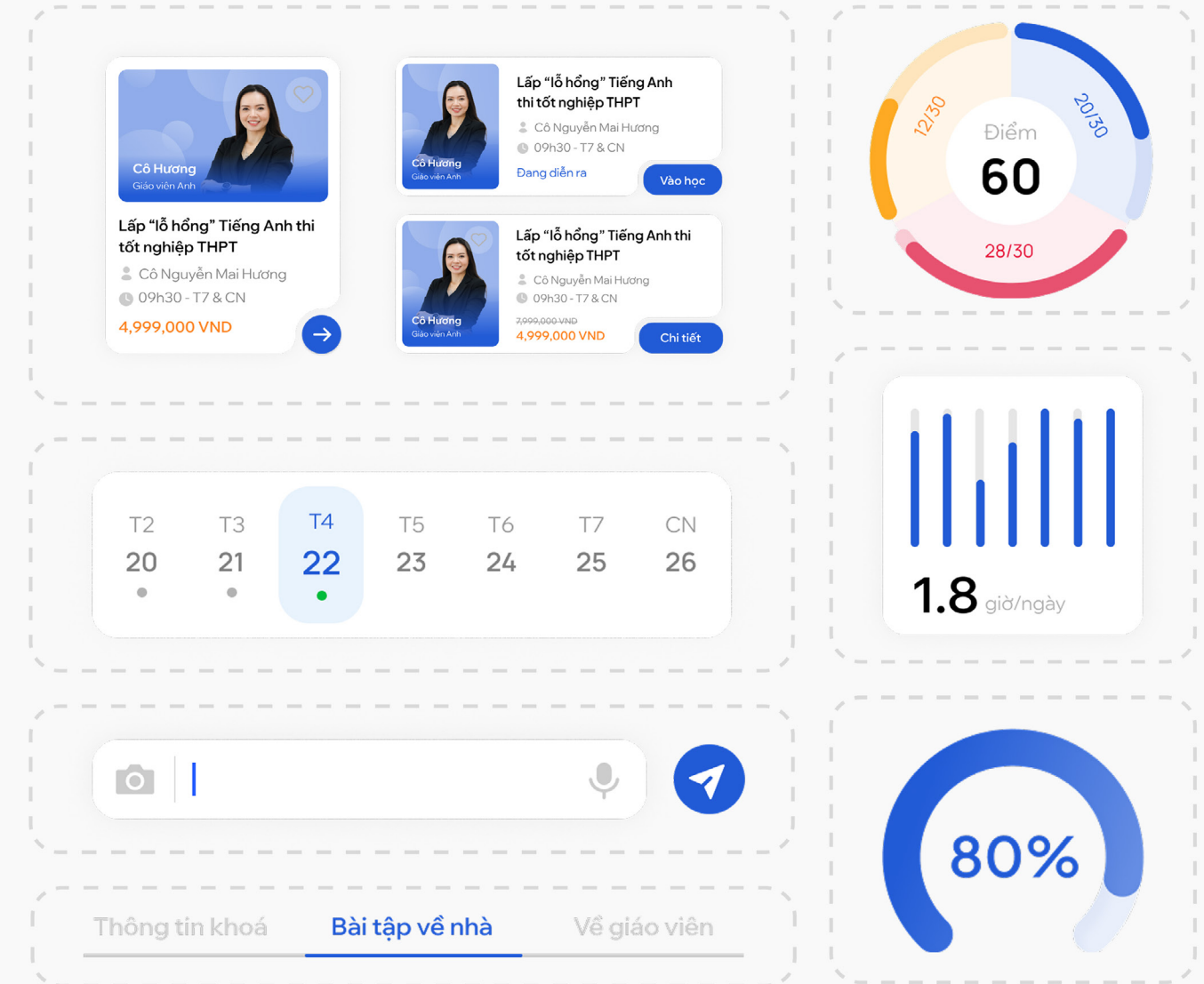
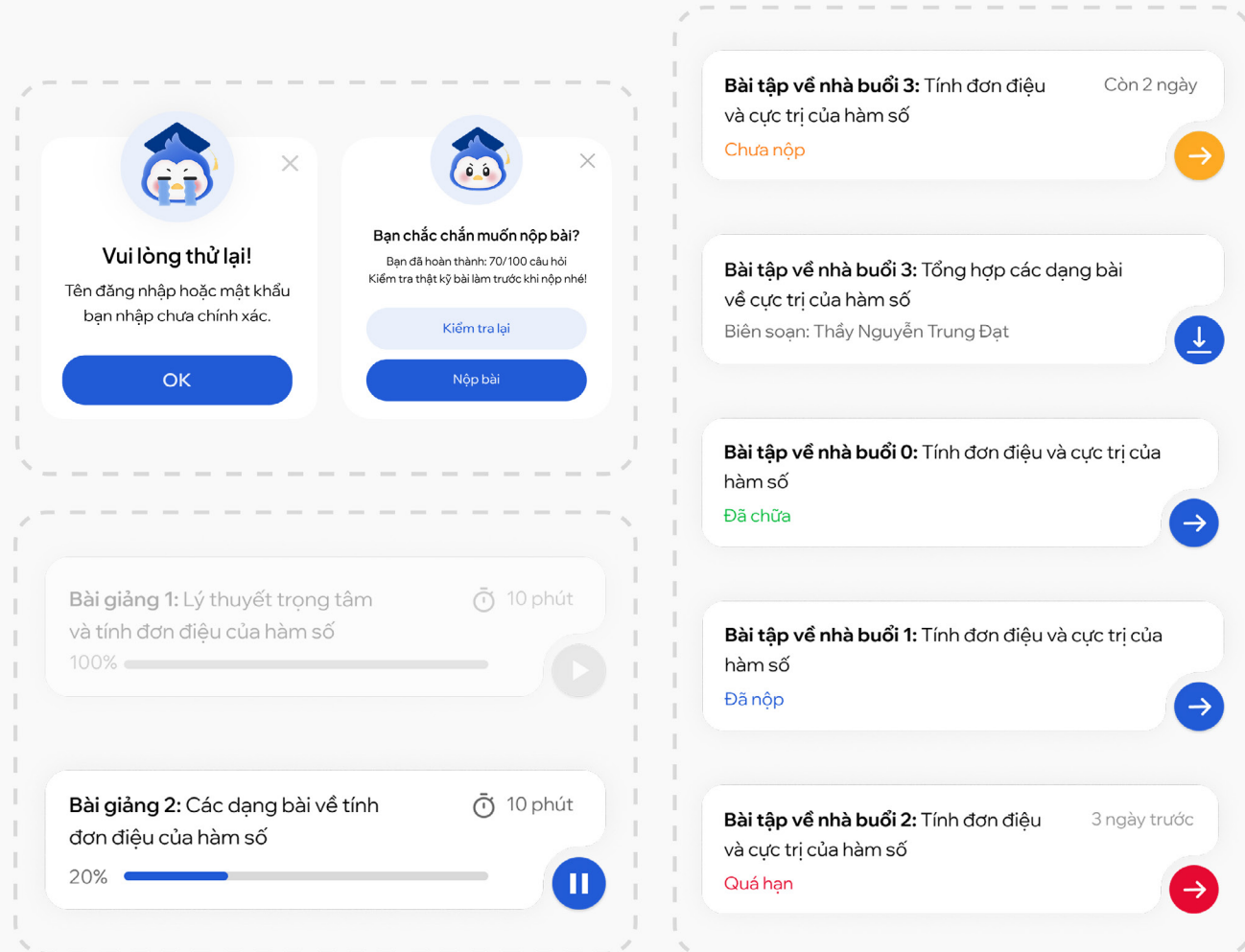
Component Library

Các thành phần thiết kế là những khối xây dựng cốt lõi giúp tạo nên trải nghiệm người dùng nhất quán và dễ nhận diện trong toàn bộ sản phẩm.



COMPONENTS

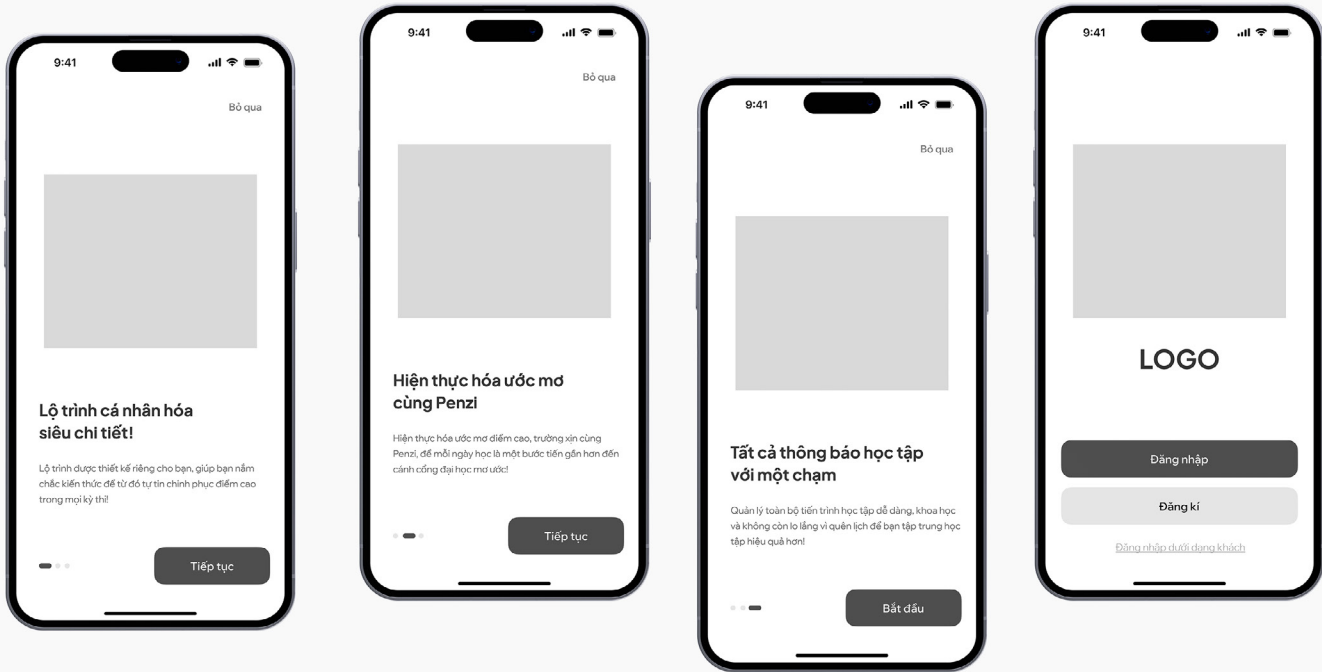
/Thành phần thiết kế/



LOW WIREFRAME

/Khung giao diện/

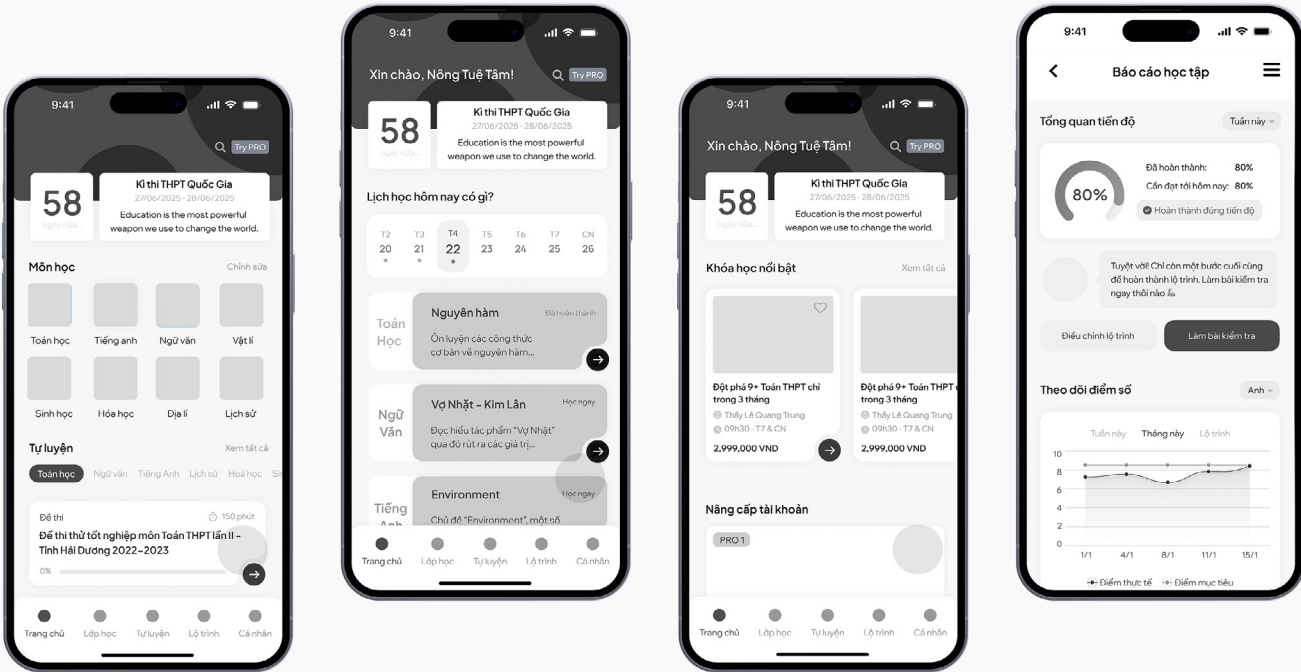
Wireframe là bản thiết kế sơ khai dạng khung xương của giao diện người dùng, thể hiện bố cục, cấu trúc và các thành phần chính.



LOW WIREFRAME

/Khung giao diện/

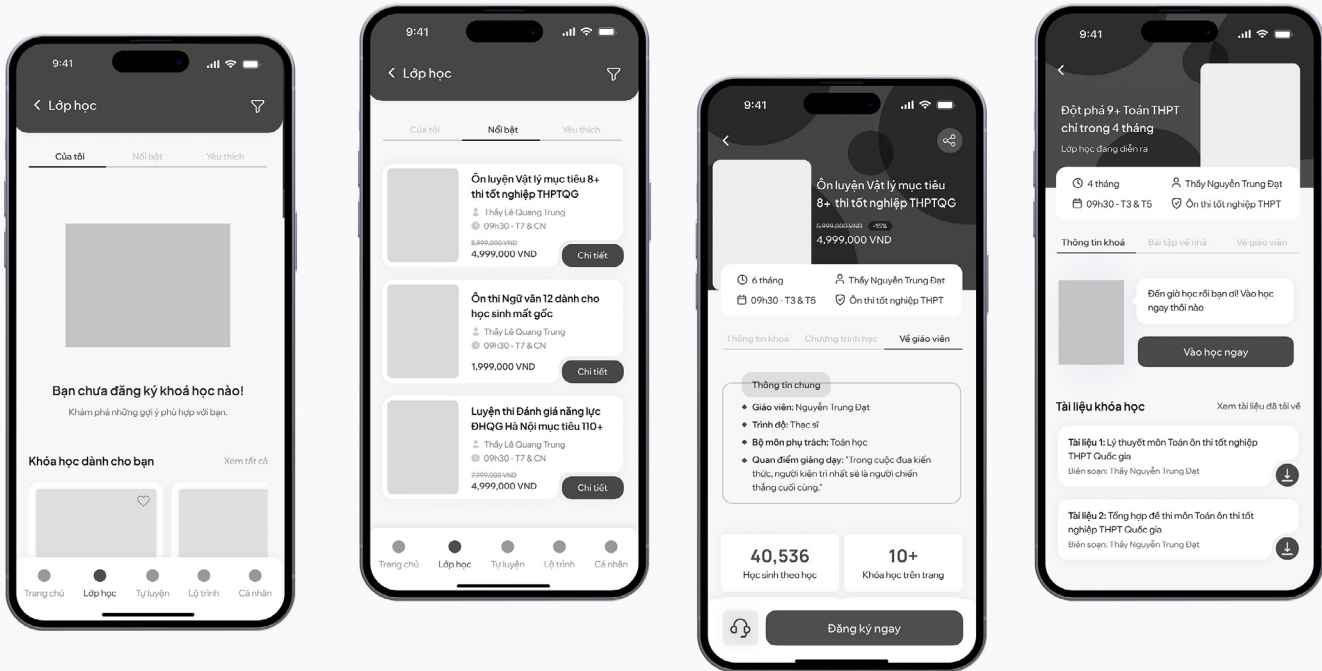
Wireframe là bản thiết kế sơ khai dạng khung xương của giao diện người dùng, thể hiện bố cục, cấu trúc và các thành phần chính.



LOW WIREFRAME

/Khung giao diện/

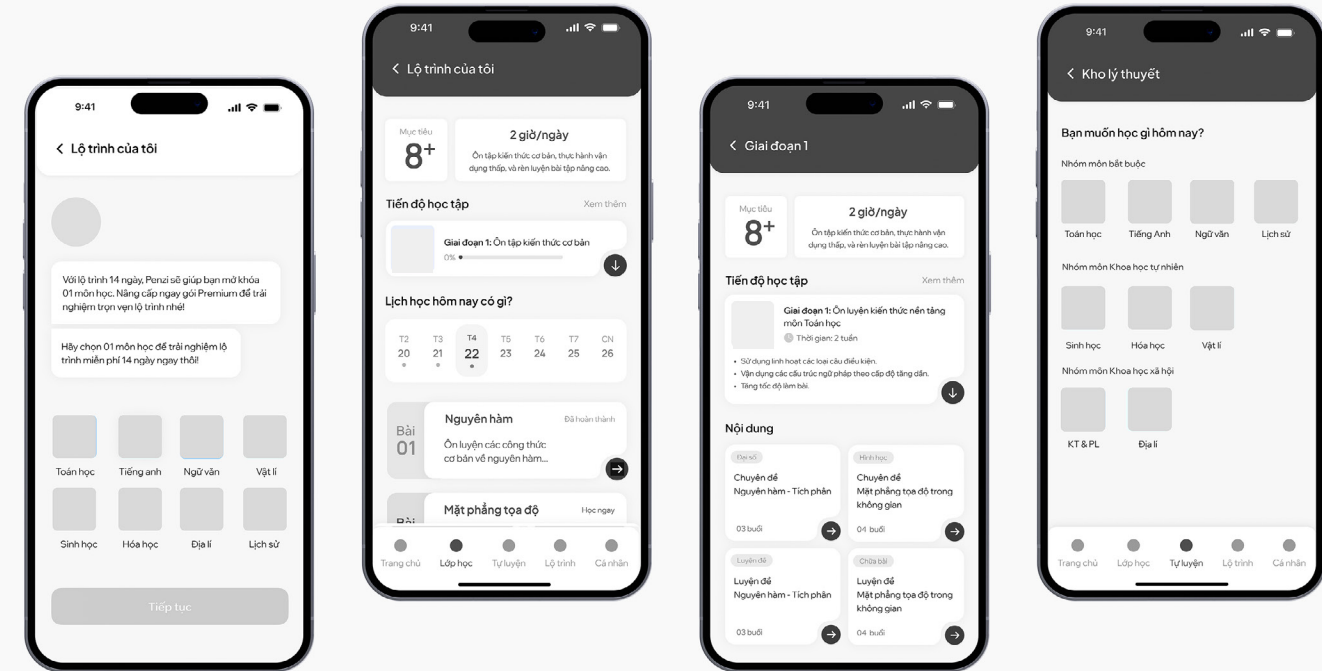
Wireframe là bản thiết kế sơ khai dạng khung xương của giao diện người dùng, thể hiện bố cục, cấu trúc và các thành phần chính.



LOW WIREFRAME

/Khung giao diện/

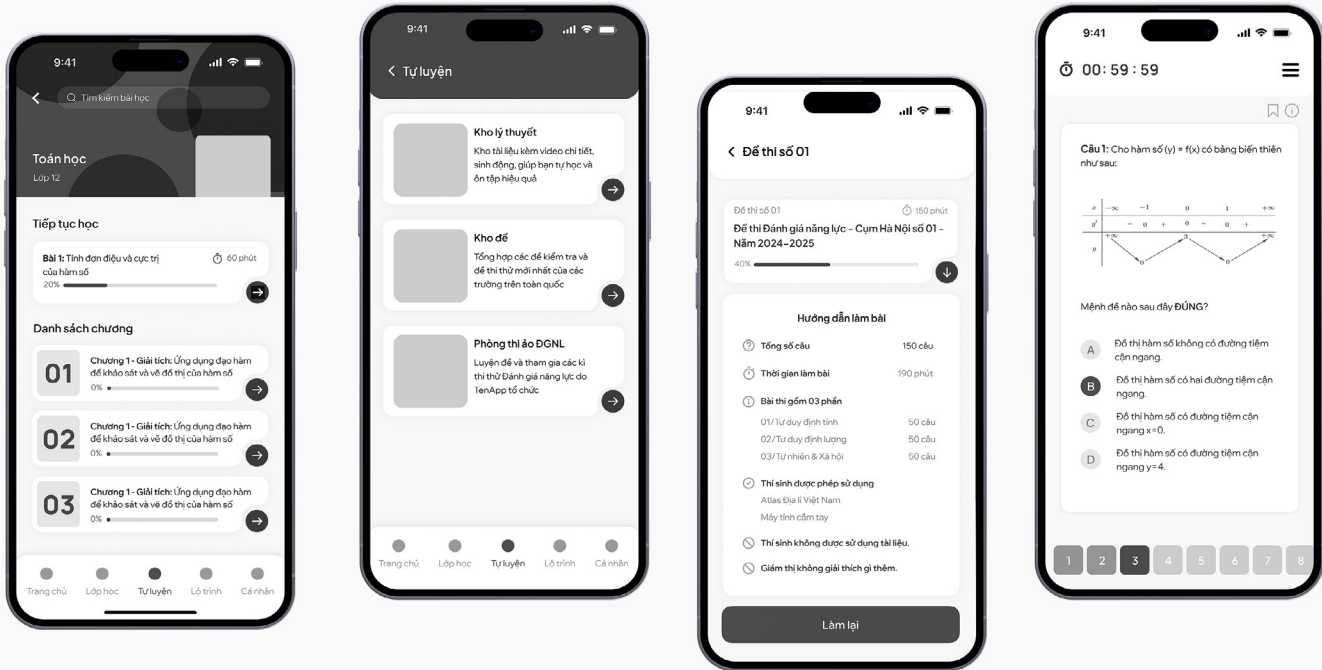
Wireframe là bản thiết kế sơ khai dạng khung xương của giao diện người dùng, thể hiện bố cục, cấu trúc và các thành phần chính.



LOW WIREFRAME

/Khung giao diện/

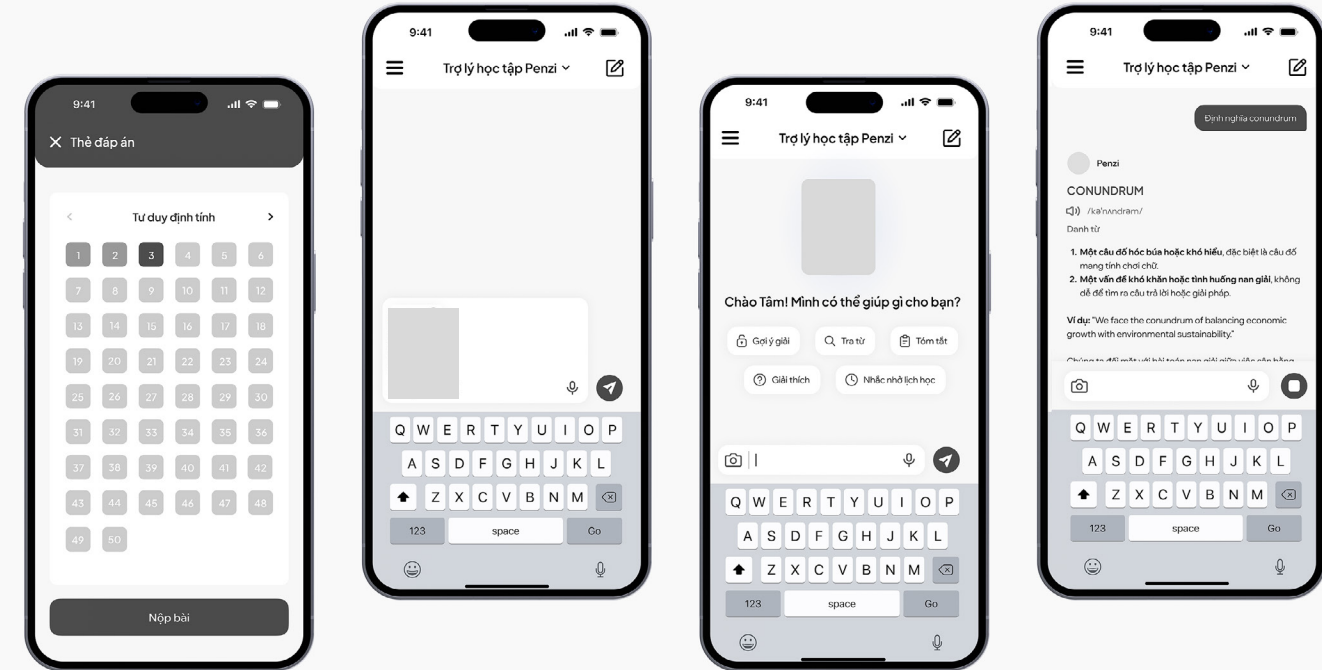
Wireframe là bản thiết kế sơ khai dạng khung xương của giao diện người dùng, thể hiện bố cục, cấu trúc và các thành phần chính.



LOW WIREFRAME

/Khung giao diện/

Wireframe là bản thiết kế sơ khai dạng khung xương của giao diện người dùng, thể hiện bố cục, cấu trúc và các thành phần chính.



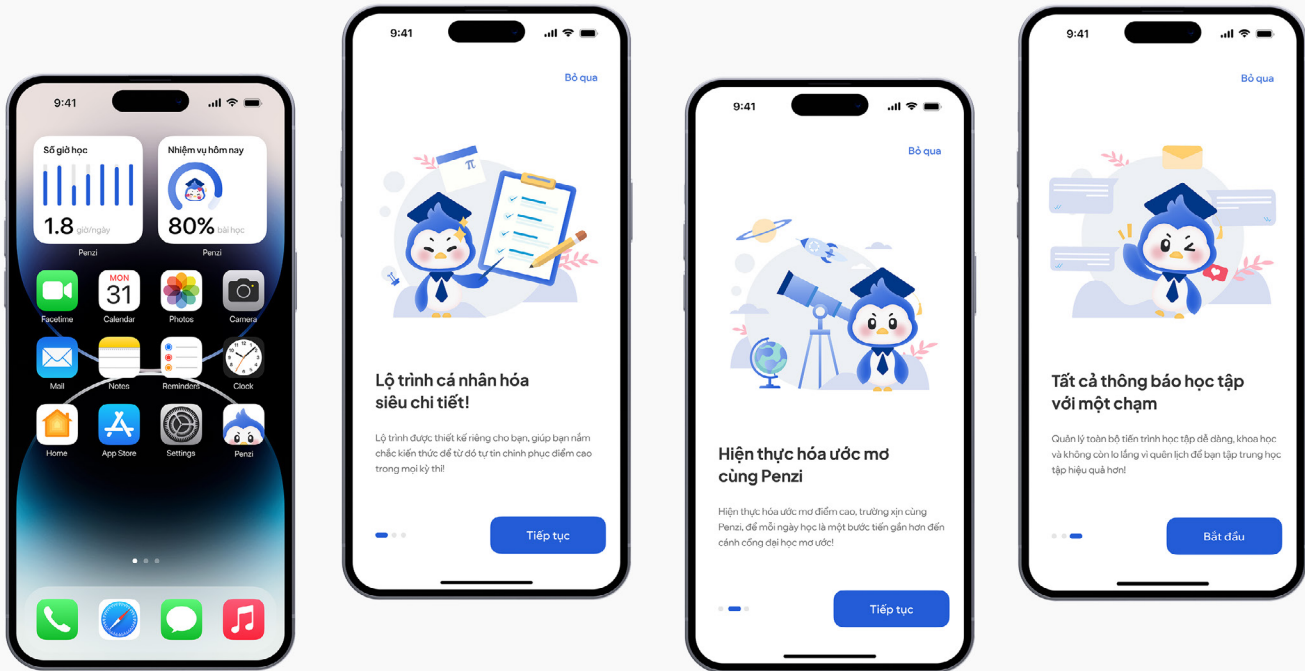
Visual Design

/Thiết kế giao diện/

Page 134	5.1	Page 135	5.2	Page 136	5.3	Page 137	5.4
On -boarding		Activation & Login		Homepage		Course	
Page 138	5.5	Page 139	5.6	Page 140	5.7	Page 142	5.8
Practice		Learning Path		Account/ Settings		Advertising Design	

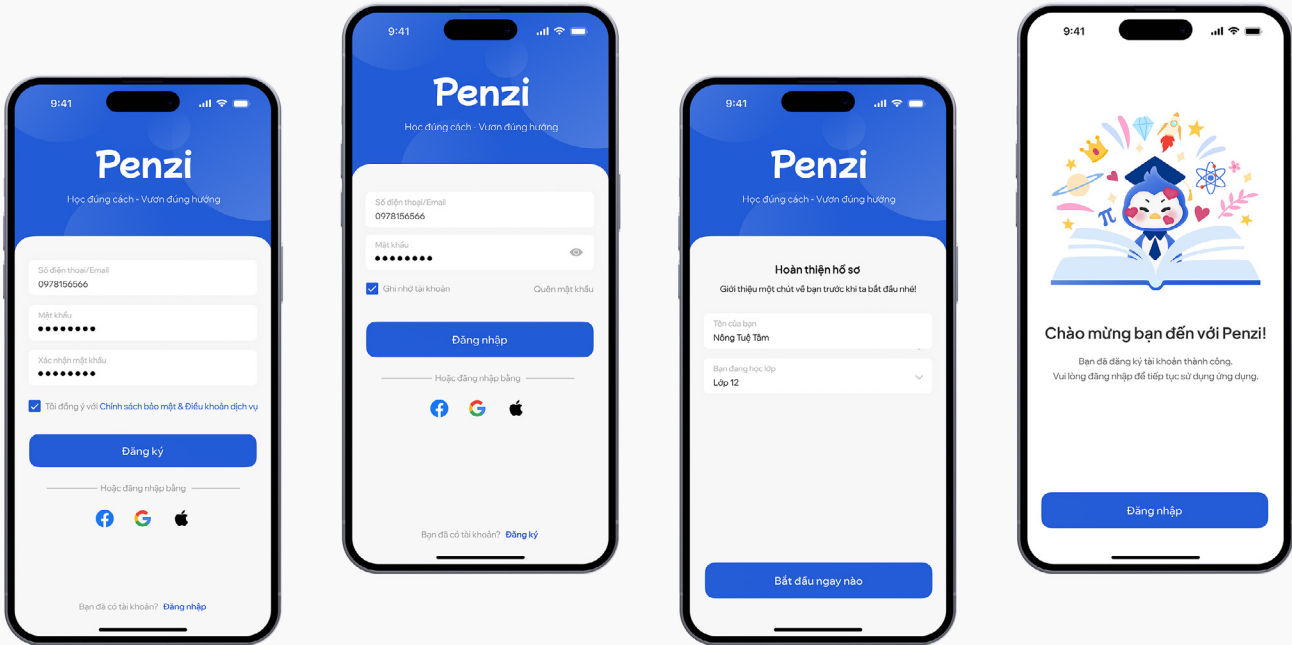
ON-BOARDING

/Màn chào mừng/



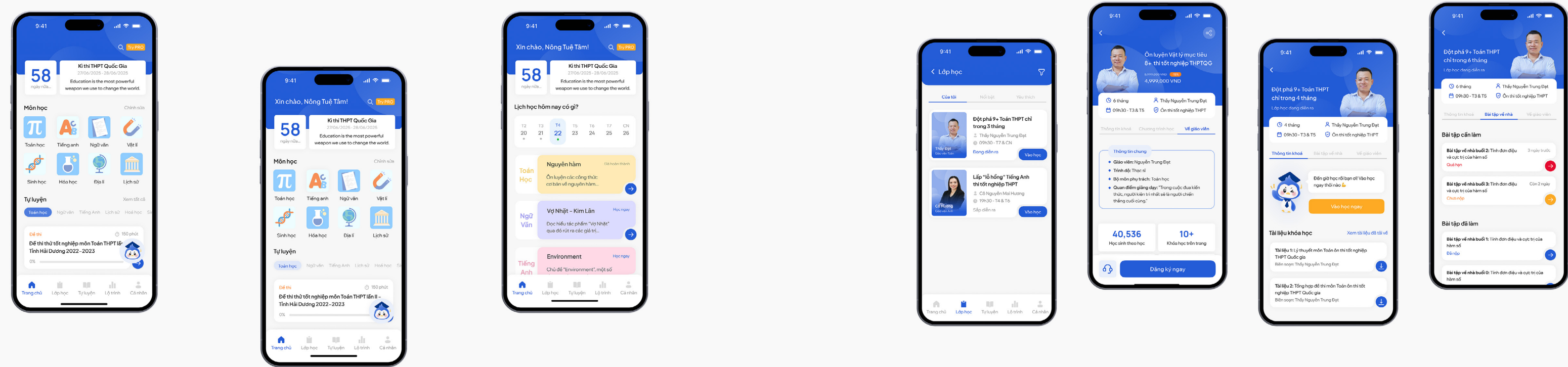
ACTIVATION & LOGIN

/Kích hoạt & Đăng nhập/



HOMEPAGE

/Trang chủ/

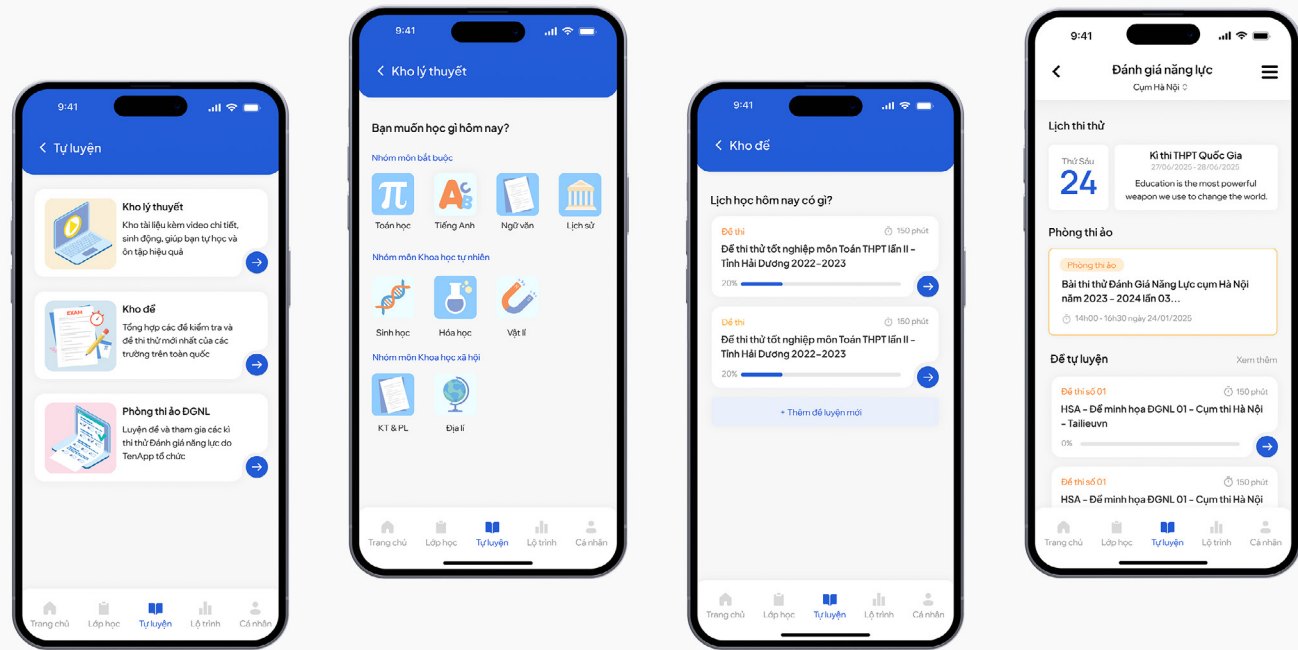


COURSE

/Khoá học/

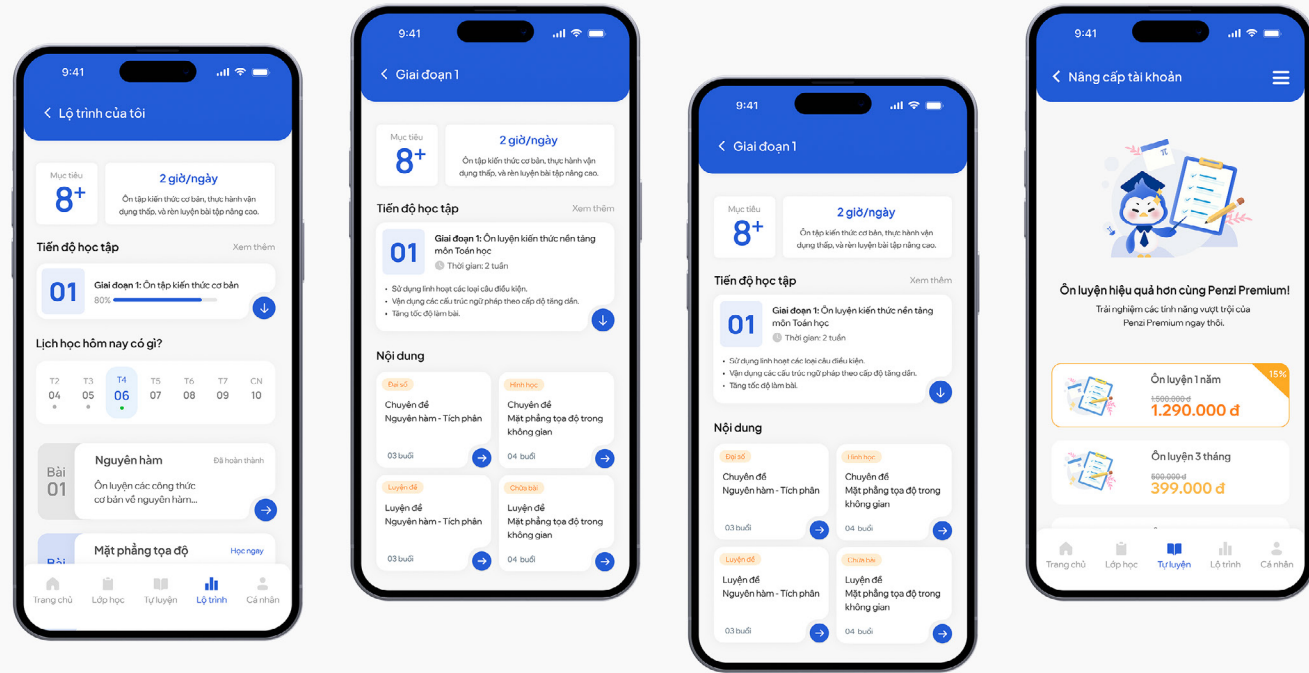
PRACTICE

/Tự luyện/



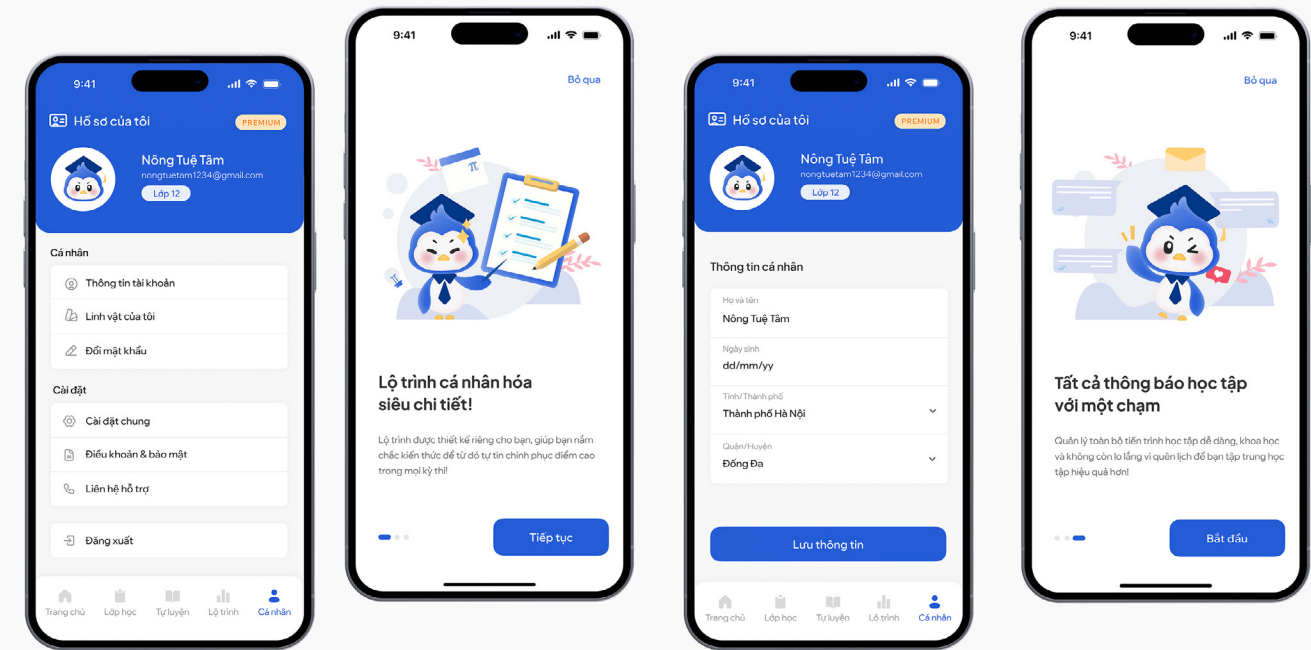
LEARNING PATH

/Lộ trình học tập/



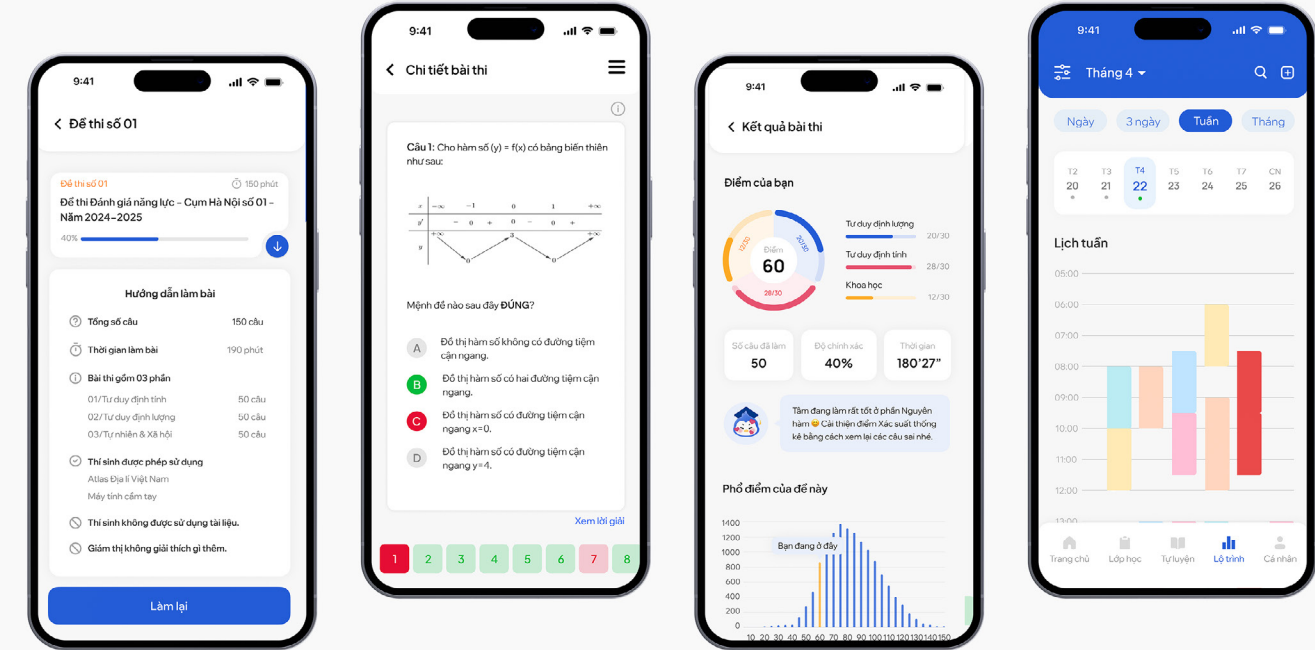
ACCOUNT/ SETTINGS

/Tài khoản/



OTHER SCREENS

/Các màn khác/



ADVERTISING DESIGN

/Thiết kế quảng cáo/

Poster Design 01

Thiết kế quảng cáo Penzi truyền tải thông điệp “Học đúng cách – Vươn đúng hướng”, nhấn mạnh vào lộ trình học cá nhân hóa và kết quả học tập rõ ràng. Mục tiêu là thu hút sự chú ý nhanh chóng và thúc đẩy người dùng tải app ngay.



ADVERTISING DESIGN

/Thiết kế quảng cáo/

Poster Design 02

Thiết kế quảng cáo Penzi truyền tải thông điệp “Học đúng cách – Vươn đúng hướng”, nhấn mạnh vào lộ trình học cá nhân hóa và kết quả học tập rõ ràng. Mục tiêu là thu hút sự chú ý nhanh chóng và thúc đẩy người dùng tải app ngay.



ADVERTISING DESIGN

/Thiết kế quảng cáo/

Banner Design

Quảng cáo của Penzi được đặt tại các khu vực công cộng như trạm xe buýt và hành lang trường học, nơi có mật độ học sinh và phụ huynh qua lại cao.



Usability Testing

/Kiểm tra tính khả dụng/

Page 150

6.1

User Responses

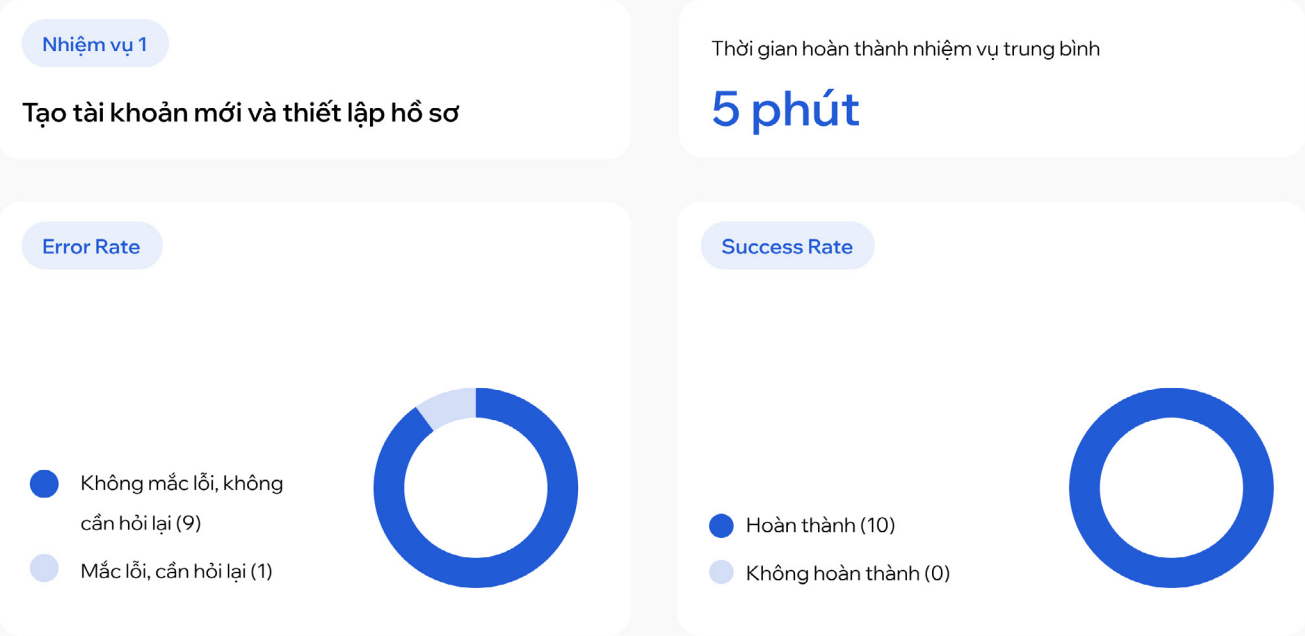
Page 158

6.2

User Feedback

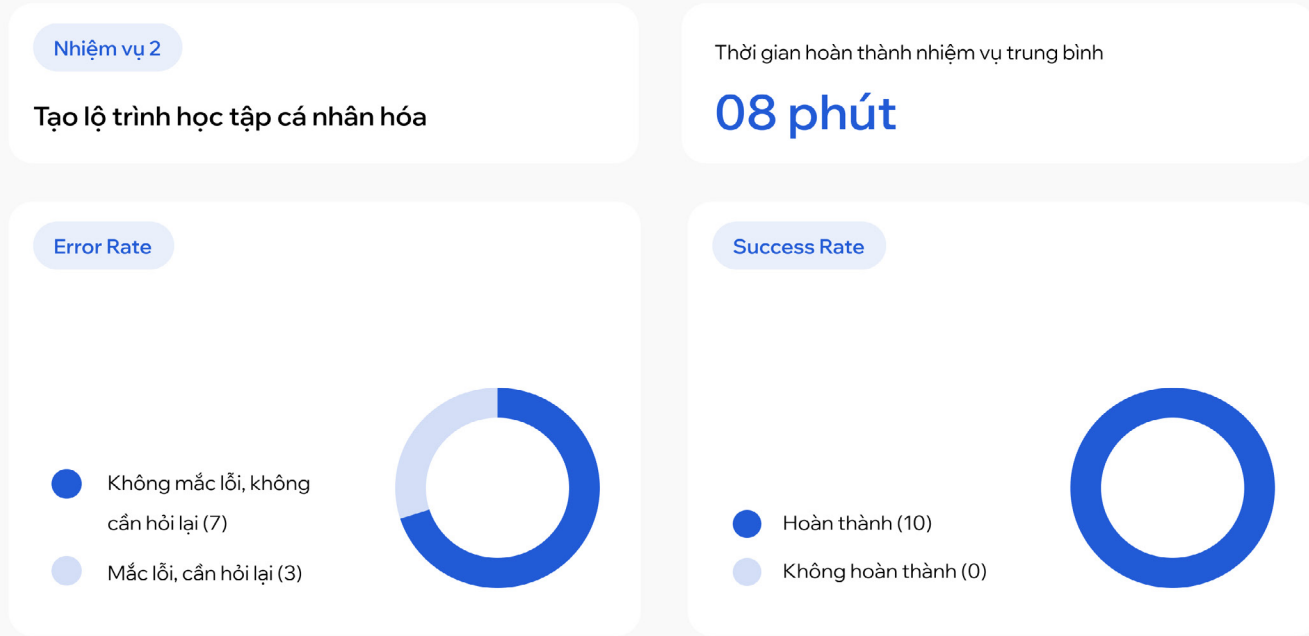
USER RESPONSES

/Phản hồi người dùng/



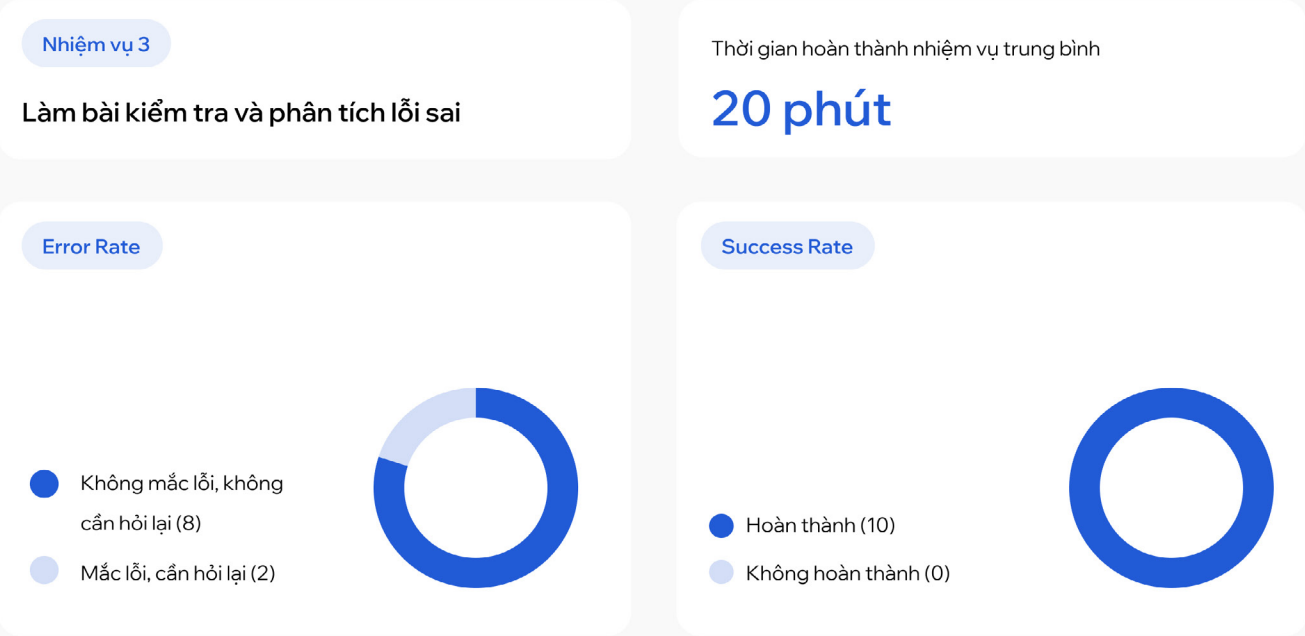
USER RESPONSES

/Phản hồi người dùng/



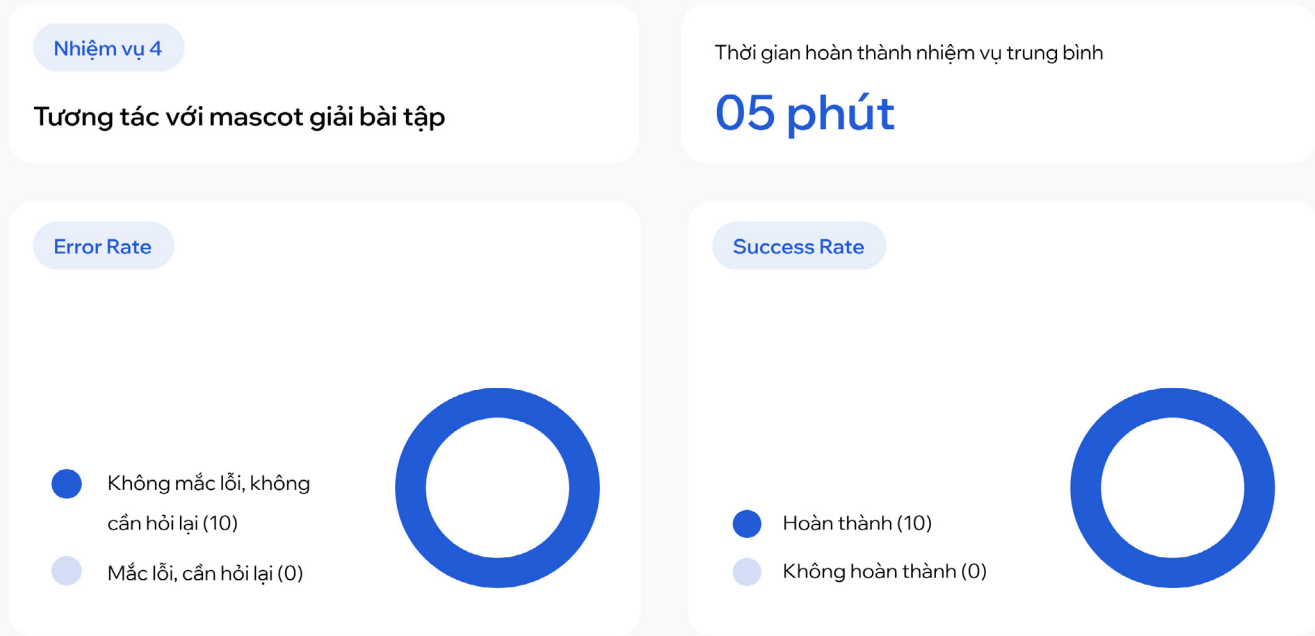
USER RESPONSES

/Phản hồi người dùng/



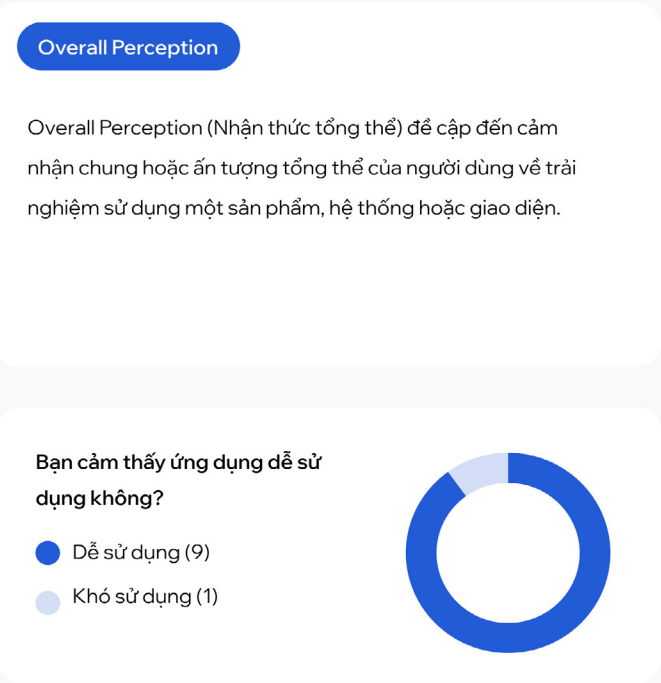
USER RESPONSES

/Phản hồi người dùng/



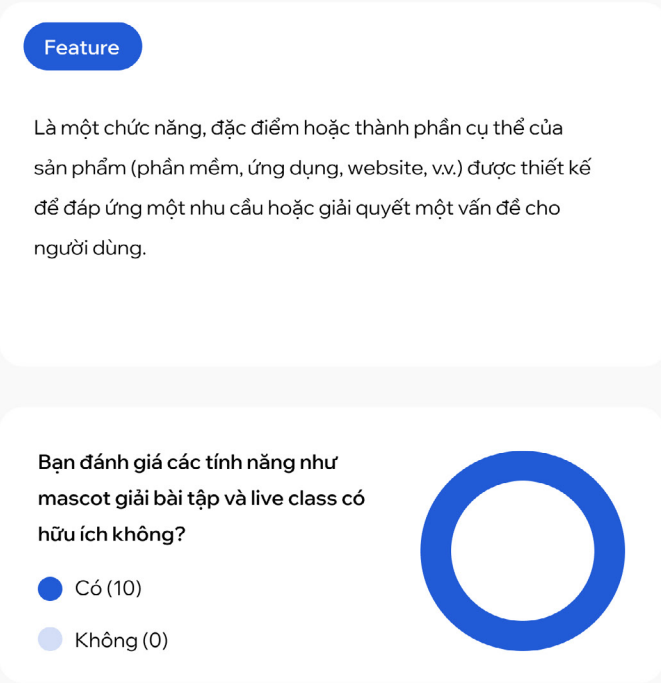
USER RESPONSES

/Phản hồi người dùng/



USER RESPONSES

/Phản hồi người dùng/



USER RESPONSES

/Phản hồi người dùng/

Bạn có cảm thấy việc sử dụng live class và phân tích lỗi sai trên Penzi mượt mà không?

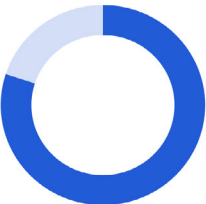


- Hữu ích (7)
- Trung bình (3)
- Không hữu ích (0)

User Experience

Là toàn bộ cảm nhận, cảm xúc và phản ứng của người dùng khi tương tác với một sản phẩm hoặc hệ thống, bao gồm giao diện, tính năng, hiệu suất và quy trình sử dụng.

Bạn có thấy việc học trên Penzi thoải mái và hiệu quả không?



- Dễ sử dụng (8)
- Khó sử dụng (2)

USER RESPONSES

/Phản hồi người dùng/

Bạn có sẵn sàng giới thiệu ứng dụng Penzi cho bạn bè để ôn thi đại học không?

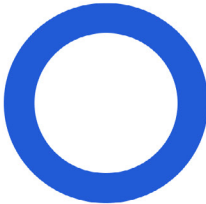


- Có (8)
- Cần nhắc (1)
- Không (1)

Feedback

Là thông tin, ý kiến hoặc nhận xét mà người dùng cung cấp về trải nghiệm của họ khi sử dụng sản phẩm, thường bao gồm điểm mạnh, điểm yếu, lỗi gặp phải hoặc gợi ý cải thiện.

Bạn có ý định tiếp tục sử dụng Penzi để học tập không?



- Có (10)
- Không (0)

USER FEEDBACKS

/Góp ý từ người dùng/

Issue

Khi học sinh thay đổi mục tiêu hoặc tiến trình học thay đổi (nhanh/chậm), ứng dụng không phản hồi kịp thời, gây mất định hướng. Ví dụ, hoàn thành sớm bài Toán nhưng không có gợi ý tiếp theo.

Solution

Theo dõi tiến độ và gửi thông báo cá nhân hóa: "Chúc mừng bạn đã vượt tiến độ! Hãy thử đề nâng cao Toán" hoặc "Tiến độ Vẫn chậm hơn dự kiến. Hãy tập trung vào bài tập nhận biết...". Tích hợp AI điều chỉnh lộ trình ngay lập tức.



USER FEEDBACKS

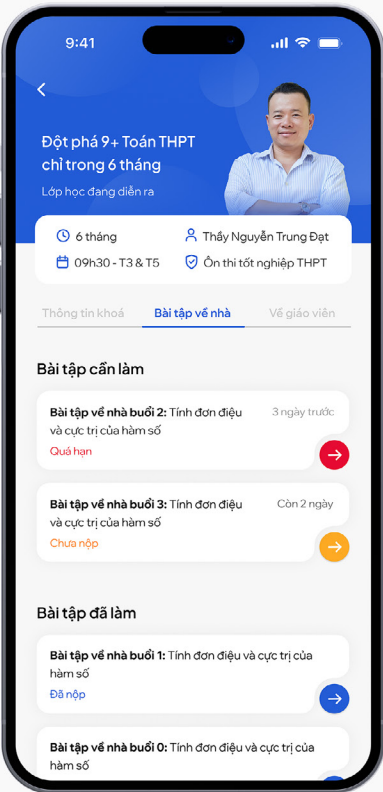
/Góp ý từ người dùng/

Issue

Sau khi mua khóa học, lịch học không được tự động tích hợp ngay vào lộ trình, gây bất tiện và có thể bỏ sót nội dung.

Solution

Tự động phân tích và chèn khóa học vào lộ trình, thông báo: "Khóa luyện đề Tiếng Anh đã được thêm vào lộ trình tối nay 19h-21h...". Cung cấp tùy chọn điều chỉnh thủ công.



USER FEEDBACKS

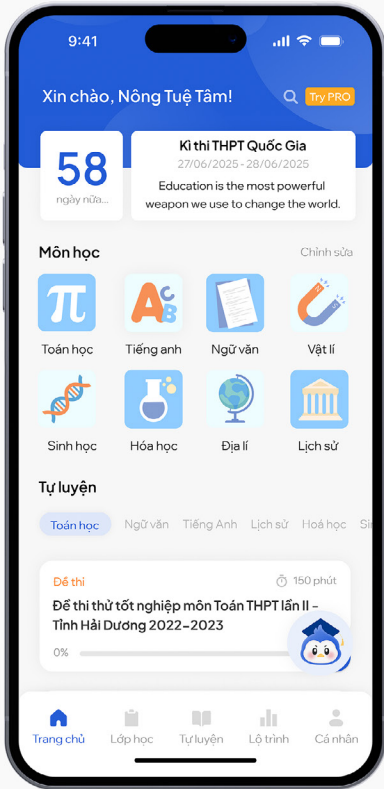
/Góp ý từ người dùng/

Issue

Một số người dùng cảm thấy thiếu tin cậy khi không thấy sự tham gia trực tiếp của con người trong quá trình cá nhân hóa. Điều này ảnh hưởng đến cảm giác an tâm và mức độ gắn kết với lộ trình học.

Solution

Tăng tính tin cậy bằng cách kết hợp yếu tố con người: Hợp tác với trường học để các giáo viên thiết kế và giới thiệu lộ trình. Cho phép học sinh đặt lịch tư vấn trực tiếp với giáo viên qua app khi cần.



USER FEEDBACKS

/Góp ý từ người dùng/

Issue

Việc cá nhân hóa với mascot chưa được khai thác tối đa. Nhân vật đại diện tuy dễ thương nhưng còn thiếu sự tương tác, khiến hành trình học tập chưa thật sự tạo cảm giác “đồng hành”.

Solution

Phát triển tính năng tùy chỉnh mascot, cho phép người dùng thay đổi biểu cảm, phụ kiện hoặc hiệu ứng theo thành tích học tập. Qua đó khuyến khích học sinh duy trì động lực học lâu dài.



Closing Remarks

/Lời kết thúc/

Page 164

7.1

Work Progress

Page 166

7.2

Resource Design

Page 168

7.3

Special Thanks

WORK PROGRESS

/Quá trình làm việc/

Chúng tôi đã tiến hành nghiên cứu cẩn thận đề tài bằng cách tìm hiểu sâu rộng các nguồn tài liệu liên quan và phân tích đa chiều các khía cạnh then chốt. Sau đó, nhóm đã xây dựng một kế hoạch làm việc chi tiết với sự phân công nhiệm vụ rõ ràng cho từng thành viên, lịch trình cụ thể theo từng giai đoạn nhằm đảm bảo tiến độ và chất lượng công việc.

Screen in Project

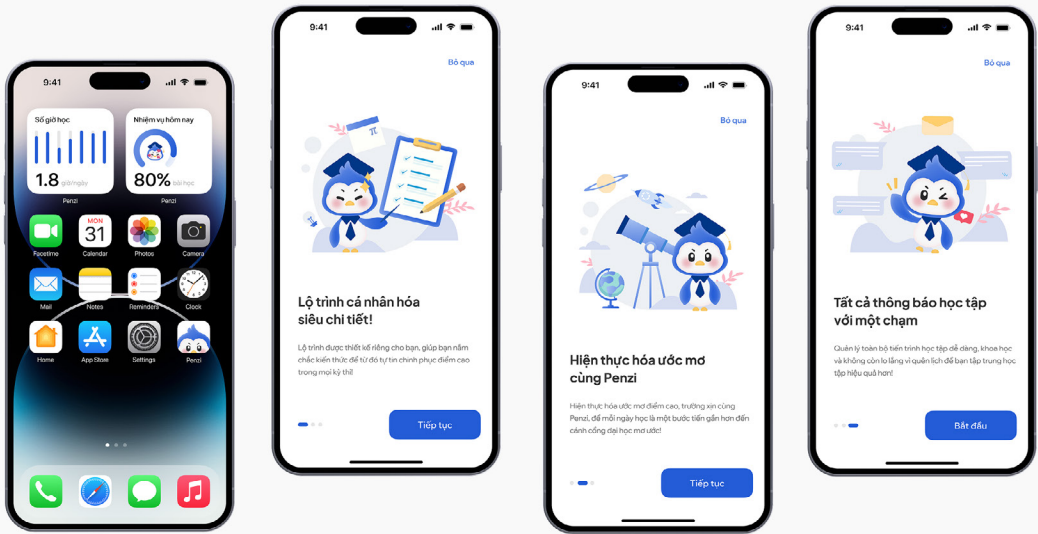
Chúng tôi đã thiết kế hàng trăm màn hình khác nhau cho ứng dụng, từ onboarding, dashboard đến tính năng học tập – đảm bảo tính nhất quán và trải nghiệm mượt mà.

150⁺

Week of Work

Quá trình nghiên cứu và thiết kế được thực hiện trong nhiều tuần liên tục, mỗi tuần đều có mục tiêu rõ ràng để đảm bảo tiến độ và chất lượng.

6⁺



Hours of Work

Chúng tôi đã dành hàng giờ nghiên cứu, phỏng vấn người dùng và thiết kế từng thành phần ứng dụng.

240⁺

Total Components

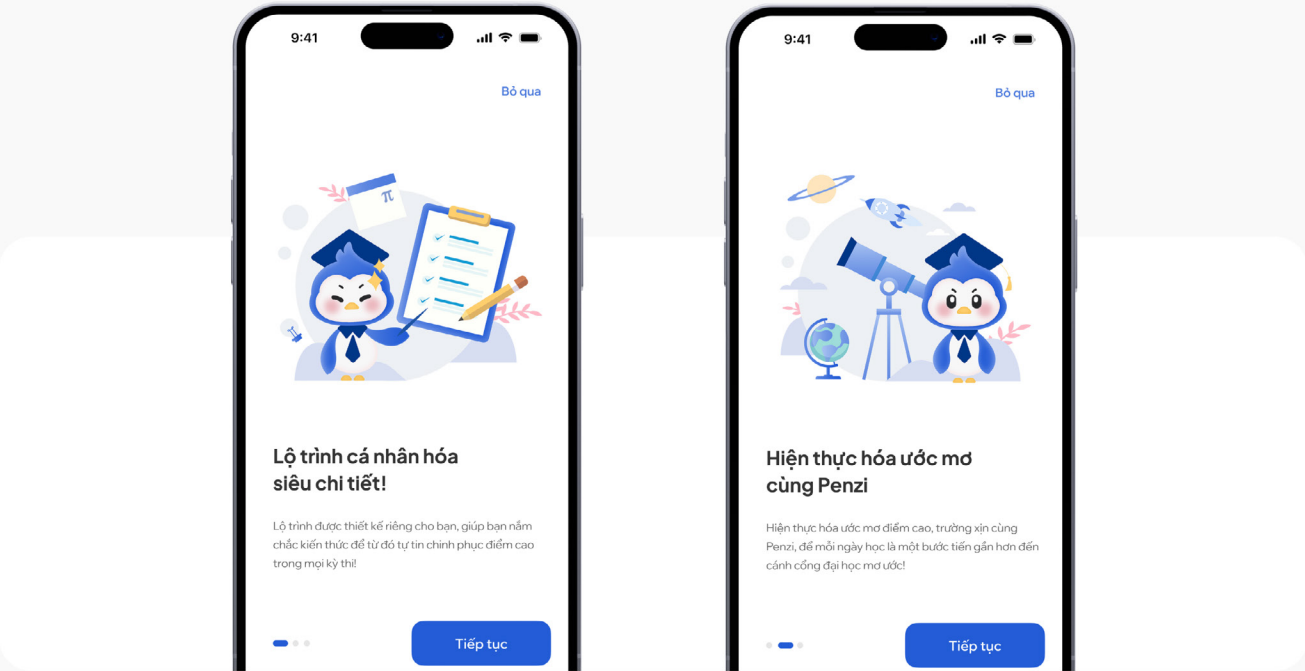
Hệ thống thiết kế bao được xây dựng tỉ mỉ, linh hoạt, dễ tái sử dụng và mở rộng trong toàn bộ sản phẩm.

30⁺

RESOURCE DESIGN

/Tài nguyên tham khảo/

Việc sử dụng các trang web tài nguyên đã đóng vai trò quan trọng trong quá trình thiết kế và phát triển bộ sản phẩm của chúng tôi, cung cấp nguồn cảm hứng đa dạng và những giải pháp sáng tạo. Nhờ đó, sản phẩm không chỉ đáp ứng yêu cầu kỹ thuật, mà hoàn thiện hơn về mặt thẩm mỹ, đem đến giá trị thực tiễn cao cho người dùng.



Inspiration



Những nguồn tài nguyên phong phú này không chỉ cung cấp cho chúng tôi những ý tưởng sáng tạo độc đáo mà còn giúp định hình phong cách thiết kế một cách rõ ràng và nhất quán. Đặc biệt, chúng đã trở thành nền tảng vững chắc để chúng tôi phát triển bộ moodboard hoàn chỉnh, thể hiện đúng tinh thần và concept mà dự án hướng tới.

- <https://www.pinterest.com/>
- <https://www.behance.net/>
- <https://dribbble.com/>
- <https://www.instagram.com/>
- <https://freepik.com/>

Mockup



Những mockup chất lượng cao này cho phép chúng tôi trực quan hóa thiết kế trong các bối cảnh thực tế, giúp dễ dàng đánh giá và điều chỉnh các chi tiết nhỏ nhất. Đặc biệt, chúng đã trở thành công cụ đắc lực để chúng tôi trình bày ý tưởng một cách thuyết phục và chuyên nghiệp hơn với khách hàng cũng như đối tác.

- <https://www.pinterest.com/>
- <https://www.behance.net/>
- <https://dribbble.com/>
- <https://www.instagram.com/>
- <https://freepik.com/>

SPECIAL THANKS

/Lời cảm ơn/

Chúng em xin được bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc nhất tới toàn thể quý thầy cô trong bộ môn cùng các anh chị phụ trách phòng đào tạo. Những sự hỗ trợ nhiệt tình, những lời khuyên chân thành và sự quan tâm sâu sắc của thầy cô, anh chị đã trở thành nguồn động viên tinh thần vô giá, giúp chúng em vượt qua mọi khó khăn để hoàn thành đồ án một cách tốt nhất có thể.

Đặc biệt, chúng em xin gửi lời tri ân sâu sắc tới thầy Nguyễn Mạnh Tuấn - người thầy đã dành nhiều thời gian và tâm huyết để hướng dẫn, chỉ bảo tận tình từng chi tiết nhỏ trong đồ án. Không chỉ là người thầy tận tâm trong chuyên môn, thầy còn là người truyền cảm hứng, luôn động viên chúng em phát huy hết khả năng và không ngừng cố gắng.

Chúng em cũng xin chân thành cảm ơn tất cả các bạn bè, người thân và những người đã dành thời gian quý báu để đóng góp ý kiến, hỗ trợ và cổ vũ tinh thần cho nhóm trong suốt quá trình thực hiện. Mỗi lời nhận xét, mỗi sự giúp đỡ dù nhỏ nhất đều có ý nghĩa rất lớn, góp phần làm nên thành công của đồ án ngày hôm nay.

Cuối cùng, chúng em xin gửi lời cảm ơn chân thành tới tất cả mọi người đã quan tâm và ủng hộ sản phẩm của chúng em. Hy vọng rằng thành quả này sẽ xứng đáng với những kỳ vọng và sự giúp đỡ mà mọi người đã dành cho nhóm.

Một lần nữa, xin trân trọng cảm ơn!



