

11 bí quyết để thiết kế website hấp dẫn



Một website muốn thu hút được người xem đồng thời giữ được sự quan tâm của họ phải hấp dẫn và dễ sử dụng. Điều này nghe có vẻ đơn giản nhưng trên thực tế, chúng ta rất hay gặp những trang web thiết kế xấu với nội dung nghèo nàn.

Nguyên tắc tạo ra một website hay rất đơn giản. Nói chung, nếu mục đích của website là để truyền đạt thông tin, thì yếu tố cần được xem trọng nhiều nhất là sự định hướng và cách trình bày nội dung thật khéo léo.

Sau khi đã xác định được mục đích sử dụng của web site, hãy áp dụng những bí quyết cơ bản sau để tạo ra một web site dễ sử dụng.

Đơn giản trong thiết kế

Đây là nguyên tắc quan trọng nhất khi thiết kế web site. Người thiết kế phải đầu tư công sức để suy nghĩ và lên kế hoạch nếu muốn làm cho web site trở nên dễ hiểu với người sử dụng.

Nếu người sử dụng gặp khó khăn trong việc đăng nhập và sử dụng web site, họ sẽ không đủ kiên nhẫn để theo dõi nội dung của nó. Trường hợp tương tự cũng sẽ xảy ra nếu việc liên hệ và đặt hàng không thuận lợi. Một mục điều tra nho nhỏ về những điều mà khách viếng thăm mong muốn mỗi khi click vào web site sẽ đem lại sự hài lòng cho họ.

Tạo các đường link rõ ràng

Một nhân tố góp phần quan trọng trong việc khiến web site dễ sử dụng là tạo được những đường link rõ ràng. Nếu bạn dùng tranh ảnh hay những biểu tượng trong đường link thì phải nhớ đưa ra những tiêu đề giải thích bằng chữ. Điều này nghe có vẻ nhàm chán nhưng sự thật là người sử dụng trang web của bạn không bao giờ muốn lãng phí thời gian cố gắng đoán xem mình sẽ ghé thăm nơi nào tiếp theo.

Các đường link này cũng cần được thiết kế sao cho thật dễ nhìn. Đừng để các vị khách rơi vào tình trạng “hoa mày chóng mặt” khi tìm kiếm chúng. Thường thì các đường link được bố trí ở phía trên đỉnh trang web hoặc nằm ngang bên tay trái.

Định hướng minh bạch

Phải luôn đảm bảo cho người sử dụng biết họ “đang ở đâu” bằng cách cung cấp ký hiệu định hướng hoặc bản đồ trên mỗi trang. Tương tự như vậy, hãy cố gắng sắp xếp sao cho mọi thông tin có thể được tìm thấy mà không phải click quá 3 lần. Tất cả đều nhằm mục đích giúp người sử dụng tìm kiếm và sử dụng web site của bạn dễ dàng hơn.

Đưa ra hướng dẫn cho người sử dụng

Người sử dụng web thường muốn được biết bạn mong chờ gì ở họ. Nếu muốn họ đặt hàng, đăng kí nhận thư báo hoặc đơn giản là liên hệ với bạn, hãy hướng dẫn họ cách thực hiện.

Cung cấp cho người sử dụng thứ mà họ cần!

Trang chủ của bạn nên bao gồm đầy đủ thông tin về web site để tạo điều kiện cho người sử dụng dễ dàng tìm thấy những gì họ cần. Không có gì khiến người sử dụng khó chịu hơn là việc phải click đến mỗi tay chỉ để tìm những thứ mà web site của bạn không có!

Nội dung rõ ràng, hấp dẫn và có giá trị là điều cực kỳ cần thiết đối với sự thành công của một web site. Ngữ pháp cầu thả, ngôn ngữ lộn xộn sẽ phá hủy hình ảnh chuyên nghiệp mà bạn đang cố tạo ra. Nếu tự nhận thức được rằng mình không phải là

một nhà văn tài giỏi hoặc không có thời gian để thực hiện chu đáo, hãy khắc phục bằng cách thuê một nhà văn tự do để làm việc đó thay bạn.

Hạn chế tối đa thời gian download

Những hình vẽ lớn, hoạt họa sắc sỡ và những bức tranh phức tạp, rắc rối đều cần nhiều thời gian để download. Hãy cân trọng trong việc dùng chuông báo tín hiệu download đồng thời cũng cần quan tâm tới những người sử dụng thường xuyên. Liệu họ có phải là những người thông thạo các công nghệ tiên tiến mới nhất hay không? Tất cả những công nghệ flash sẽ không thể gây ấn tượng với người sử dụng nếu bạn khiến họ mất kiên nhẫn khi phải chờ quá lâu để có thể truy cập được trang web đó.

Sử dụng hình ảnh với số lượng vừa phải

Hình ảnh là phần vô cùng quan trọng trong việc tạo ra tính hấp dẫn của một web site. Tuy nhiên, nếu được sử dụng quá nhiều, chúng sẽ làm lu mờ nội dung và còn khiến tốc độ truy cập chậm hơn. Do đó hãy sử dụng hình ảnh như một phương pháp bổ sung và tăng giá trị cho nội dung chứ không nên dùng chúng để thay thế thông tin.

Một điều bạn nên nhớ: mặc dù các file ảnh đuôi JPEG thì tốt hơn nhưng đuôi GIF sẽ dễ download hơn.

Tránh những mẫu đăng ký không cần thiết

Điều này đặc biệt phù hợp với những trang web thương mại điện tử nhưng tính hữu dụng của nó thì thích hợp với tất cả. Những mẫu đăng ký phức tạp sẽ làm cản trở quá trình đặt hàng và khiến khách khó chịu khi phải điền những chi tiết mà họ cho là

không cần thiết. Trong trường hợp này, mỗi cái click tương ứng với một khách hàng mất đi!

Màu sắc

Hãy sử dụng màu sắc một cách có chừng mực trong khi thiết kế web site. Quá nhiều màu sẽ làm cho web site trông rời rạc và quá lòe loẹt. Chỉ nên phối hợp 2 hoặc 3 màu là đủ để tạo ấn tượng. Tình trạng tương tự như vậy cũng xảy ra với nền màu hoặc font chữ. Thường là những nền màu quá lòe loẹt sẽ làm cho chữ khó đọc hơn, ví dụ như nền màu xanh sáng kết hợp với chữ vàng hoặc nền đen với chữ xanh sáng đều gần như là không đọc được. (Đừng vội cười, đã từng có những web site với những nền có màu sắc như thế rồi).

Font chữ

Những trình duyệt khác nhau sẽ hỗ trợ những font chữ khác nhau. Do đó, những font chữ bất bình thường mà bạn cho là đẹp trên web site của mình lại có thể trở thành font chữ phức tạp không thể đọc được trên màn hình của người sử dụng.

Tuy nhiên, tình trạng này đang dần được khắc phục. Có một số font chữ (được gọi là font chữ “đích thực”) được tạo ra để thích hợp với mọi trình duyệt trong đó tiêu biểu nhất là Times New Roman, Ariel, Helvetica và Verdana (font này được thiết kế đặc biệt dành cho các web site).

Khi thiết kế bạn cũng cần để nhiều “khoảng trống trắng” trong web site. Những khoảng trống này sẽ tạo điều kiện cho mắt người sử dụng được nghỉ ngơi trong giây lát và để họ có thể tập trung hoàn toàn vào những phần riêng biệt khác trong trang.

Làm theo những hướng dẫn đơn giản này hoặc áp dụng chúng như một danh sách cần kiểm tra đối với web site hiện tại sẽ giúp tiết kiệm thời gian và tiền bạc. Quan trọng hơn, nó sẽ mang lại tiện ích tối đa cho người sử dụng đồng thời khiến họ cảm thấy được lắng nghe và tôn trọng. Đây chính là mục tiêu mà bất kỳ web site nào cũng hướng tới.

Các lỗi sai phổ biến trong thiết kế website

Một khi bạn có thể nhận biết được đâu là những **lỗi thiết kế website** phổ biến, bạn có thể cứu vãn được một thiết kế đang sa lầy. Bài viết này sẽ cùng bạn xem xét các **lỗi thiết kế website** phổ biến mà bất kỳ một web designer nào cũng cần phải trông chừng...

Các **lỗi thiết kế website** mà bạn thường hay mắc phải thì dù là nhỏ nhưng cũng để lại hậu quả khá lớn đến danh tiếng người thiết kế trong mắt người duyệt web.



Những yếu tố này có thể là việc sử dụng font chữ (typography) cho tới việc cách dòng hay là chỉ sai lệch vài pixel thôi cũng có thể giết chết “đứa con tinh thần” của bạn. May mắn là một khi bạn có thể nhận biết được đâu là những **lỗi thiết kế website** phổ biến, bạn có thể cứu vãn được một thiết kế đang sa lầy. Bài viết này sẽ cùng bạn xem xét các **lỗi thiết kế website** phổ biến mà bất kỳ một web designer nào cũng cần phải trông chừng.

Lỗi thiết kế website thứ 1: Sử dụng font chữ (Typography)

- Sử dụng font chữ là một trong những đặc điểm quan trọng nhất của một bản thiết kế.
- Trong hầu hết các thiết kế, font chữ chiếm diện tích lớn trên trang nên cần phải sử dụng font gọn gàng với nội dung phù hợp có thể trở thành chìa khóa để tạo nên một giao diện tiềm năng.
- Có nhiều lỗi sai mới phát sinh hoặc có thể lý giải được mà các nhà thiết kế mắc phải khiến sự hấp dẫn của font chữ trên trang bị giảm đi.

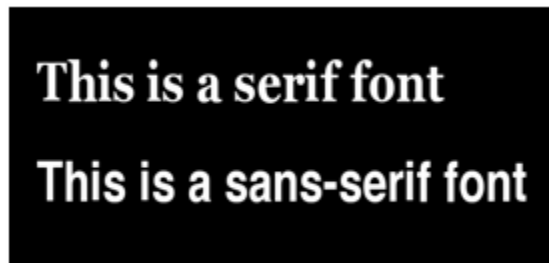
Lỗi thiết kế website thứ 2: Chữ có chân và không có chân

- Phong chữ có chân tạo ra một cảm giác sang trọng, chắc chắn khi được dùng trong một trang web, ngược lại sẽ là một cảm giác hiện đại khi nhà thiết kế sử dụng nhiều loại phong chữ không chân.

- Tuy nhiên, hai hiệu ứng này không thể kết hợp với nhau thành một dạng font mẫu mực khi được sử dụng đồng thời. Trên thực tế, kết hợp hai

loại font này trong trường hợp bình thường có thể tạo ra một kết quả “lai ghép” mà thật lòng thì, nhìn không hề đẹp.

- Nói như vậy không có nghĩa là kết hợp chữ có chân và chữ không chân là không thể. Trên thực tế, nó có hiệu quả khá tốt, đặc biệt là khi các loại font chữ này được sử dụng ở các lớp hoặc các tầng khác nhau. **A list Apart** rất hay dùng phong chữ có chân cho tiêu đề và dùng phong chữ không chân cho nội dung chính.

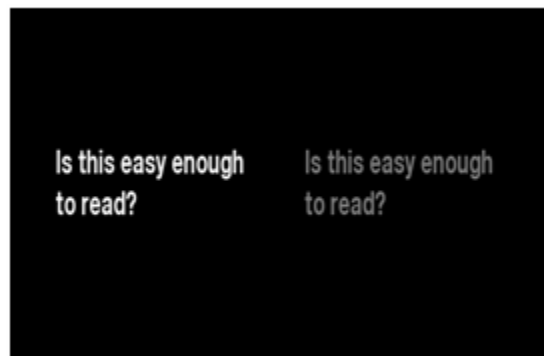


Lỗi thiết kế website thứ 3: Số lượng phong chữ

- Một **lỗi thiết kế website** nghiêm trọng khác mà các nhà thiết kế gặp phải là sử dụng quá nhiều bộ font khác nhau thay vì chọn theo bộ.
- Dùng nhiều font có thể khiến thiết kế không liền mạch, mà điều này sẽ phá hỏng khả năng đọc nội dung (readability). Thay vì một nội dung dùng nhiều font chữ, cố gắng sử dụng một font đơn giản cho mỗi tầng trong hệ thống cấp bậc thị giác của thiết kế. Hoặc cũng có thể tạo ra một hệ thống font đẹp hơn và nhìn có hệ thống hơn thay cho một loạt các phong cách ngẫu nhiên, mỗi chỗ mỗi kiểu.
- Tương tự như vậy, có quá nhiều thay đổi trong cỡ chữ và cách dòng có thể khiến việc đọc bị gián đoạn và cảm nhận cuối cùng không tốt đối với người dùng. Hãy giữ cho mọi thứ mạch lạc và đơn giản.

Lỗi thiết kế website thứ 4: Thiếu tương phản

- Một **lỗi thiết kế website** lớn khác là sự thiếu tương phản giữa font và background – nền. Điều này có thể làm cho việc đọc trở nên khó khăn vì người dùng sẽ thấy khó phân biệt giữa hai mảng màu. Xem ví dụ bên dưới chẳng hạn. Phần nào dễ đọc hơn, bên trái hay bên phải? Hẳn là bên trái rồi.
- Không có bất kỳ lý thuyết phức tạp nào về việc sử dụng độ tương phản trong thiết kế. Bạn không nên chọn chữ màu đen trên một nền màu đen



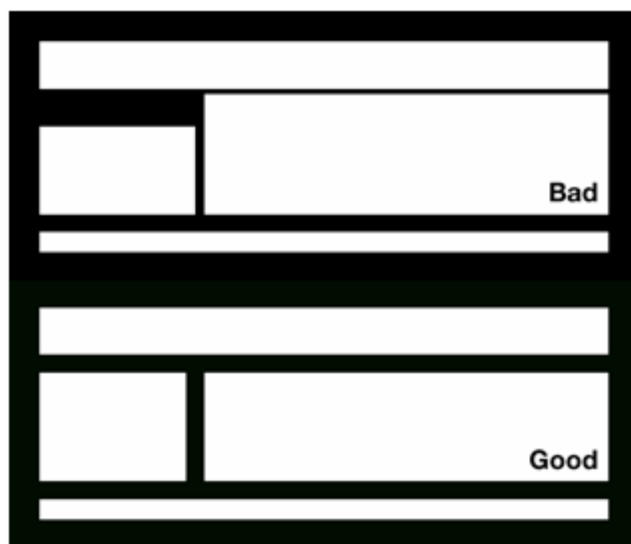
vì bạn không thể nhìn được đâu là phần chữ và đâu là nền. Gợi ý duy nhất ở đây là bạn nên chọn màu chữ gần với tông màu tương phản nhất so với màu nền mà không ảnh hưởng đến các yếu tố thẩm mỹ khác để tránh gây thất vọng cho người dùng cuối. Các theme sẵn có của Ellipsis có những tương phản rất tốt ở khoảng nội dung phía trên đầu trang. Theo bạn nếu thay bằng một vệt hồng hoặc một vệt tím ở đó thì liệu có hiệu quả không?



Lỗi thiết kế website thứ 5: Khoảng trắng, lề và khoảng cách

- Chúng ta không còn phải vật lộn với những màn hình máy vi tính nhỏ nữa (ở đây chúng ta đang nói đến các màn hình máy tính để bàn chứ không phải màn hình smart phone). Thay vào đó, chúng ta đang chung sống với các màn hình trên 21 inch và duyệt web với độ phân giải cao hơn HD. Điều này mang đến cho các nhà thiết kế nhiều đất để thể hiện hơn.

- Tuy nhiên, bạn hoàn toàn không nên quá lạm dụng khoảng trắng và lề trong việc nâng cao tính thẩm mỹ trong thiết kế của bạn.



Lấy thiết kế của Apple làm ví dụ; họ sử dụng nhiều khoảng trắng để hướng sự tập trung vào các màu sắc và hành động của những nội dung quan trọng. Nói như vậy không có nghĩa là bạn nên dùng thật nhiều khoảng trắng, nhưng các thiết kế của bạn sẽ có lợi hơn khi được dịch chuyển để có tầm nhìn thoáng hơn cốt để các nội dung khác nhau được phân biệt với nhau dễ hơn.

- Việc giữ khoảng cách càng nhất quán và cân đối càng tốt trong toàn bộ thiết kế của bạn ở cả các khoảng trắng bên trong và lề phía ngoài là rất quan trọng.

Ví dụ, hãy xem xét mô hình dưới đây. Nửa phía dưới nhìn tốt hơn hẳn bởi vì tất cả các mép lề đều là một khoảng 18px. Mọi thứ đều được liên kết với một mô hình dạng lưới. Nó có vẻ rõ ràng và mỗi khu vực đều có thể phân biệt được với nhau, mà không cần phải bỏ phí bất kỳ khoảng cách nào.

Lỗi thiết kế website thứ 6: Hệ thống lưới

- Tương tự như vậy, lưới là một đặc trưng quan trọng của hầu hết các nhà thiết kế web thành công.



- Sử dụng một hệ thống lưới giữ cho mọi thứ có trật tự và giữ cho các thiết kế nom sạch sẽ với các dòng nhất quán để sử dụng. Thiết kế dựa trên mô hình lưới làm cho mọi thứ trở nên có tổ chức hơn rất nhiều.

- Phần này không có trong phạm vi bài viết bởi vì lỗi sai chính là khi bạn không dùng cấu trúc này, bằng cách xem xét nó như một giải pháp nếu bạn cảm thấy các thiết kế của bạn đang thất bại ở khu vực có sự góp mặt của nó.

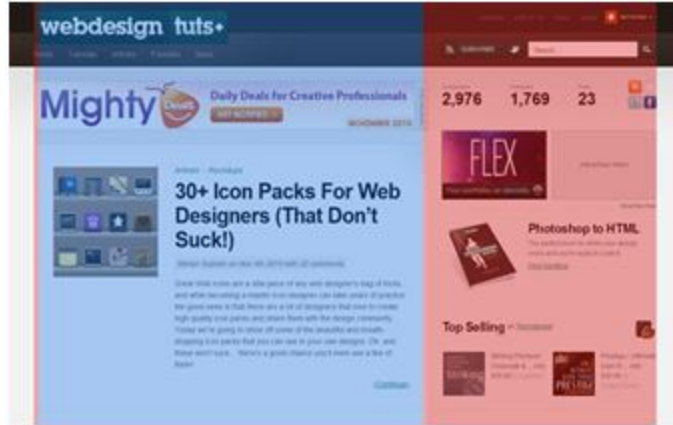
Lỗi thiết kế website thứ 7: Cố bấu víu vào các giá trị cổ lỗ

- Nền công nghiệp thiết kế website có tốc độ phát triển nhanh chóng với nhiều những đột phá mới xuất hiện một cách nhất quán.
- Một trong những điều tệ nhất có thể phá hủy thiết kế của bạn là tiếp tục phát triển và thiết kế theo các “mốt” của vài năm về trước. Đây cũng là một **lỗi thiết kế website** mà nhiều web designer mắc phải.

Năm 2003, Microsoft Frontpage có một công cụ để “bố trí các bảng” nhưng không có một lập trình viên tốt nào giờ này còn gan dạ chèn thêm một thẻ table trong tên của các thiết kế. Giống như vậy, các ảnh GIFs có chuyển động tuyệt vời kèm với nhạc nền của thập kỷ trước là tuyệt nhiên không thể chấp nhận được.

- Và cũng đừng nghĩ đến việc sử dụng các khung như một phần trong thiết kế website của bạn. Tất cả những điều này đều góp phần làm nên hiệu quả sử dụng (usability) và các vấn đề khác nữa, và quan trọng là bây giờ chúng ta không còn sử dụng chúng trong thiết kế web nữa.
- Speider Schneider có một bài viết rất tốt về “Thời kỳ đồ đá của thiết kế web” cũng đăng trên Tutsplus. Nhớ tham khảo bài viết này như một chỉ dẫn về các giao diện mà website của bạn không nên có.

Lỗi thiết kế website thứ 8: Tỷ lệ và kích cỡ



- Các thiết kế của bạn luôn phải quan tâm đến các yếu tố góp phần tạo nên hệ thống như các yếu tố về kích cỡ và tỷ lệ. Nói một cách đơn giản, những phần quan trọng nhất nên được thể hiện to nhất và để kích cỡ giảm dần đối với các nội dung ít quan trọng hơn. Điều này không có nghĩa là nội dung ít quan trọng nhất chỉ cần ở cỡ 4px mà bạn cần phải tạo ra một lộ trình hướng tới quy mô của các yếu tố trên trang. Tuy nhiên chúng vẫn phải đảm bảo có thể thể hiện tốt trên bất kỳ thiết bị nào mà thiết kế của bạn sẽ được ứng dụng và cũng phải đảm bảo yếu tố dễ nhìn. Nếu tất cả đều phải xuất hiện ở đó thì chắc chắn là chúng ở đó là có lí do.

- Tất cả điều này bắt nguồn dưới góc nhìn về tính hữu dụng của thiết kế, trong đó chỉ ra rằng từng chi tiết nhỏ của thiết kế phải được truy cập dễ dàng mà không cần chú thích, đó là: đừng bắt người dùng phải làm bất kỳ một thao tác thừa nào ngoài việc nhìn vào một điểm nào đó. Không cần phải nheo mắt để nhìn, không cần phải phóng to, không phải cố gắng quá mức để nhấp chuột vào một điểm nhỏ hơn một ngọn cỏ.

- Chắc hẳn bạn đã nghe nói đến tỉ lệ thần thánh hay “tỉ lệ vàng”. Tuy nhiên không phải mọi thiết kế đều cần tuân thủ quy tắc này, nhưng các thiết kế được coi là chuẩn thì có lẽ cần cố gắng bằng mọi giá. Tỉ lệ từ 1 đến 1.62 (ở dạng làm tròn) thường được coi là tỉ lệ vàng và không chỉ được sử dụng trong thiết kế web mặc dù chúng ta có ưu thế hơn khi dùng nó.

- Tỷ lệ vàng thể hiện sự cân bằng trong một thiết kế web vì con người chúng ta quen với nó, tỷ lệ từ khuỷu tay đến bàn tay là 1 đến 1.62 cũng giống như nụ cười của con người. Tìm một người hấp dẫn cũng có thể xuất phát từ tỷ lệ vàng, đó là lý do chúng ta cảm thấy tỷ lệ này có vẻ “tự nhiên”. Giữ các yếu tố chỉ cân bằng ở mức đó sẽ khiến một thiết kế web có hiệu quả sử dụng cao hơn vì nó tạo ra cảm giác tự nhiên cho người dùng.

Lỗi thiết kế website thứ 9: Quên đi mục đích của việc bạn đang làm

- Khi thiết kế mà quên mất mục tiêu của thiết kế luôn là một **lỗi thiết kế website** tồi tệ. Nếu bạn đang thiết kế cho một website thương mại điện tử và bạn có ý tưởng kiệt xuất cho một thanh trượt mà không liên quan đến bản thân dự án, thì đừng cố đưa nó vào chỉ vì bản thân nó thú vị.
- Tương tự như vậy, nếu bạn có thói quen sử dụng menu dạng thả xuống và phải dành rất nhiều thời gian để làm nhưng việc này thực ra chỉ làm giảm tính tiện dụng của trang web, đừng dùng nó. Đừng để bị phân tâm bởi những thứ khác, chỉ sử dụng những gì tối cần thiết cho thiết kế của bạn. Quay lại với thông lệ, xem xét kỹ xem thiết kế hiện tại có phù hợp với mục tiêu không, nếu không, hãy ngồi cân nhắc lại.

Lỗi thiết kế website thứ 10: Đối với các khuynh hướng trên

ThemeForest

- Một vài mẹo chia sẻ về các yếu tố phổ biến mà đội kiểm duyệt thường sử dụng để lựa chọn thiết kế bao gồm
 - Chiều cao của dòng (cách dòng) – từ điển wiki gợi ý rằng quá nhiều các mẫu thiết kế đã được đưa ra không có tỷ lệ cách dòng hay khoảng

cách tốt. Khoảng cách dòng rộng rãi từ 1.3 đến 1.6 em sẽ không chỉ mang lại cho thiết kế của bạn tính sử dụng cao hơn mà còn khiến nó nhìn gọn gàng hơn. Dùng đơn vị “em” để đo cách dòng cũng giúp giữ cho nó ở trong tỉ lệ cân đối với văn bản của bạn.

- Hệ thống phân cấp thị giác – như đã đề cập ở trên, có một hệ thống phân cấp thị giác đủ mạnh và có thể phân biệt được sẽ là một lợi thế vì hệ thống phân cấp chỉ ra rằng nó giúp người dùng xác định được họ nên đọc cái gì trước và sau đó có thể chủ động kéo chuột xuống phía dưới. Điều này có thể đặc biệt hữu dụng trên các trang muốn bán hàng vì nó giúp thu hút sự chú ý của người đọc tới một yếu tố xác định trên trang.

Ví dụ như những điều thú vị mà một sản phẩm nào đó có thể mang lại hay là những bức ảnh được ghi lại cẩn thận trong khi những thông tin ít hấp dẫn hơn – như là giá cả – bị giấu đi một chút.

- Tương thích với các trình duyệt – Một trong những điều tệ nhất bạn có thể mắc phải là bỏ lỡ một phần công chúng mục tiêu của trang web với việc một website không hoạt động được trên trình duyệt mà họ lựa chọn. Sẽ xảy ra trường hợp người dùng sẽ rời khỏi trang thay vì dành thời gian vô ích khi họ cố gắng vào sâu hơn qua thiết kế. Phải chắc chắn là, tối thiểu, tất cả các trình duyệt hay sử dụng nhất luôn được khuyến khích và các thử nghiệm thích hợp nên được đảm bảo kỹ. Nếu bạn không dùng một chiếc Macbook, tìm đến một cửa hàng Apple và thử trang của bạn trên đó nếu điều đó góp phần làm cho thiết kế cuối cùng của bạn nhìn đẹp hơn.

- Hy vọng là sau khi đọc 10 **lỗi thiết kế website** mà 1 web designer thường hay mắc phải trên là bạn đã có thêm một số bài học về những gì bạn

không nên làm. Hãy trở về trang chủ bạn đang làm và khám phá xem bạn nên thực sự làm những gì!

***NGUYÊN TẮC
THIẾT KÊ WEB
TỔNG HỢP***



nguyên tắc thiết kế web

Tổng hợp bởi Phạm Ngọc Hiếu , tin 4-K53,Cao Đẳng Bách khoa Hà Nội

Email: toiditimtoi992@yahoo.com

Nguồn từ : thegioiwed.vn

1)Thiết kế Website như thế nào cho hiệu quả.....	2
2. Một số cấu trúc website mẫu	5
3) 6 LUẬT CƠ BẢN VỀ DESIGN	7
4) NHỮNG ĐIỀU LUẬT CƠ BẢN KHI THIẾT KẾ WEB.....	9
5) 15 ĐIỀU NÊN TRÁNH KHI THIẾT KẾ WEB	16
6) THIẾT KẾ WEBSITE DƯỚI GÓC NHÌN CỦA David Bell.....	18
7) 10 LỜI KHUYÊN CỦA Lisa Irby CHO THIẾT KẾ WEBSITE	20
8) TẠO MỘT NAVIGATION TIÊU CHUẨN - Max Cabba.....	22
9) BỐ CỤC VÀ HÌNH ẢNH MINH HỌA THU HÚT NHIỀU BẠN ĐỌC NHẤT.....	23
10) 15 xu hướng tạo hình trong thiết kế logo.....	30
11) Qui ước "ngâm" trong thiết kế web.....	37
12) CHÌA KHOÁ ĐỂ THIẾT KẾ WEBSITE HIỆU QUẢ.....	39
13) PORTAL LÀ GÌ?	40
14) NHỮNG ĐIỀU LUẬT CƠ BẢN KHI THIẾT KẾ WEB.....	41
15) Quy trình thiết kế và phát triển website.....	43
16) ÁNH SÁNG CƠ BẢN: PHẦN 1.....	44
17) ÁNH SÁNG: HƯỚNG CỦA ÁNH SÁNG: PHẦN 2.....	56
18) ÁNH SÁNG: PHẦN 3: ÁNH SÁNG TỰ NHIÊN	67
19) PHẦN 4: ÁNH SÁNG NHÂN TẠO VÀ ÁNH SÁNG TRONG NHÀ.....	96
20) Ánh sáng nâng cao: Radiosity:Phần 1.....	113
21) Ánh sáng nâng cao: Phần 2.....	118
22) Ánh sáng nâng cao: Light Tracer: Phần 3	121
23) Quy luật kiểu dáng.....	124
24) Xây dựng website và những lưu ý khi chuẩn bị làm web.....	126
25) Tám Điều Nên & Không Nên Khi Thiết Kế Website (Phần 1).....	128
26) Tám Điều Nên & Không Nên Khi Thiết Kế Website (Phần 2).....	129
27) 10 thủ thuật hỗ trợ thiết kế website	131
28) Thiết kế Brochure thế nào để đạt hiệu quả cao?	132
29) 5 nguyên tắc chính khi thiết kế logo	135
30) Nguyên tắc thiết kế website	136
31) 24 Điều cần biết khi thiết kế một trang Web.....	139
32) Điều hướng truy cập Website thành công.....	141
33) Làm thế nào tạo được tương tác thiết kế web	144
34) 10 thủ thuật hoạch định một website thành công (Phần I).....	146
35) 10 thủ thuật hoạch định một website thành công (Phần II)	148
36) Làm thế nào để tạo được những website tiện ích.....	150
37) 5 lý do lớn nhất làm hỏng thiết kế website	152
38) Làm thế nào để tạo một Website: Bản phác thảo cho những mục tiêu của bạn.....	153

39) Viết phần mềm trong 15 phút.....	155
40) Tăng tốc độ hiển thị Web	161
41) Những lỗi thường gặp trong thiết kế website	163
42) Thiết kế website tốt.....	165
43) SEO và thiết kế Web.....	166
44) Những thủ thuật thiết kế chung.....	168
45) 5 điều cần xem xét khi thiết kế website	170
46) Các phương pháp thể hiện của logo	171
47) Giúp bạn thực hiện đồ họa trên các trang web	173
48) Một vài thủ thuật giúp trang web của bạn tải nhanh hơn	174
49) Điều gì khiến website thành công?	176
50) Tiêu chuẩn để trở thành nhà thiết kế giỏi là gì ?.....	177
51) 3 chiến lược hàng đầu để bạn có một trang web vượt trội.....	179
52) Nhà thiết kế web giỏi và một nhà phát triển website nên biết!.....	179
53) Wix – thuật riêng trong thiết kế web.....	181
54) Làm thế nào để thiết kế lại trang web của bạn.....	182
55) Qui ước trong thiết kế web.....	183
56) NHỮNG ĐIỀU LUẬT CƠ BẢN KHI THIẾT KẾ WEB.....	184
57) Làm thế nào để tăng khả năng truy cập cho website của bạn?	191
58) Làm thế nào để tăng khả năng truy cập cho website của bạn?	193
59) Trang web của bạn có cần thiết kế lại không?.....	195
60) Các bước đơn giản khi thiết kế web	196
61) 12 thủ thuật thiết kế cho website thương mại nhỏ	197
62) Thiết kế web vì lợi nhuận đầu tư.....	199
63) Những chỉ dẫn quan trọng về điều hướng website	200

1)Thiết kế Website như thế nào cho hiệu quả

Khi kinh doanh trực tuyến việc xây dựng một website là điều tất yếu song để phát triển một website thành công thì không phải là điều dễ dàng.

Trước hết chúng ta cần xem xét **một số đặc điểm chung** của những website thành công và khám phá những gì bạn có thể áp dụng cho website của bạn và Một Số Điều Nên & Không Nên Khi Thiết Kế Website

1. Những trang này được tổ chức rất chặt chẽ và dễ sử dụng.

Để làm cho trang chủ đơn giản cần thiết kế bảng nội dung, bảng này cũng nên hết sức đơn giản và dễ sử dụng. Đồng thời sử dụng những từ và đoạn ngắn gọn dễ hiểu để thu hút người đọc.

2. Sử dụng từ ngữ dễ hiểu.

Một ai đó sẽ không thể theo dõi được quảng cáo bán hàng của bạn cũng như **mua những mặt hàng mà bạn đang cung cấp** nếu như họ không thể hiểu được những gì bạn đang nói. Sử dụng những lời lẽ hoa mỹ để tán dương những sản phẩm bạn cung cấp thì rất dễ

như thế nào?.

Có thể bạn cung cấp những sản phẩm dịch vụ chất lượng tốt nhưng sẽ không ai mua nếu như họ **không biết bạn đang chào bán những gì**, hay không thể hiểu được **lợi ích mà sản phẩm dịch vụ của bạn mang đến cho khách hàng**. Hãy nhớ rằng khi một người đến thăm website của bạn, có thể anh ta chưa biết bạn là ai?. bạn đang chào bán sản phẩm gì?. Bạn **phải giúp khách hàng** hiểu rõ những vấn đề này trong thời gian ngắn nhất. Hãy dùng các câu ngắn gọn, cô đọng và giữ kiểu thiết kế cố định đối với tất cả các trang con.

3. Dễ dàng khám phá các đường link.

Bạn hãy tạo các đường link bằng chữ hay biểu tượng ở tất cả các trang con để mọi người có thể xem lại hoặc xem tiếp mà không phải sử dụng đến nút "**back**" hay "**forward**" của trình duyệt. Bạn cũng cần nhớ là phải có những chữ thay thế tất cả các đồ họa và đường liên kết trong trang của bạn. Đây là những từ sẽ xuất hiện **thay thế đồ họa** khi tùy chọn đồ họa trong trình duyệt bị tắt hoặc khi người ta nhấn nút "**stop**" trước khi trang được tải về đầy đủ.

4. Thời gian tải về nhanh.

Bạn đừng nghĩ rằng tất cả mọi người đều sử dụng một đường truyền Internet có tốc độ cao. Liệu bạn có muốn mình **phải đợi 10 phút để tải một trang về trước khi xem trang đó không?** Chắc chắn là không, vì thế bạn đừng hy vọng khách hàng sẽ đợi. Bạn cũng nên nhớ rằng 30 giây trước màn hình giống như 10 phút vậy.

Sử dụng đồ họa để trang trí là rất tốt nhưng đừng lạm dụng. Nếu bạn cần nhiều hình ảnh và đồ họa lớn thì nên có một biểu tượng nhỏ sẽ liên kết với hình ảnh đồng thời nhắc nhở người xem cần phải đợi. Sử dụng video và audio trong trang như một công cụ để bán hàng là ý tưởng khá hay, tuy nhiên bạn không nên sử dụng bởi hiện tại hầu hết mọi người vẫn đang sử dụng modem 28.8, 33.6 và 56.6.

Nhân tố thời gian là vô cùng quan trọng vì mọi người thường **không kiên nhẫn** khi vào mạng. Nếu trang của bạn phải mất thời gian quá lâu để tải về thì khách hàng có thể nhấn chuột và bỏ đi. Đừng để mất khách hàng chỉ vì trang web của bạn **tải về quá chậm**.

Hãy tăng tốc độ truyền của các trang web lên bằng cách:

Giảm kích cỡ đồ họa trong trang web của bạn. Nhiều file đồ họa không nhất thiết phải có kích cỡ như trên các trang web thông thường. Bạn chỉ cần 72 dpi cho độ phân giải của màn hình và đồ họa cũng chỉ cần 256 màu. Một đồ họa kích cỡ nhỏ 4" - 2" không nên lớn hơn 10K. Thu nhỏ kích cỡ đồ họa, độ sâu của màu. Hãy để chế độ phân giải đồ họa và hình ảnh nền ở mức 256 màu. Nếu bạn rất cần một đồ họa lớn thì bạn có thể cung cấp cho người xem một hình ảnh nhỏ với tùy chọn xem tiếp một hình ảnh lớn hơn.

Quy định cụ thể kích cỡ file đồ họa trong mã HTML. Nếu bạn quy định cụ thể

kích cỡ các file đồ họa trong mã HTML, trình duyệt web sẽ rút ngắn kích cỡ của trang nếu cần thiết và nơi hình ảnh sẽ xuất hiện, hiển thị văn bản và để một khoảng trống cho file đồ họa tải về.

Giảm số file trong trang web của bạn (cả file đồ họa và HTML kết hợp với nhau). Mọi người luôn xem nhẹ thủ thuật quản lý trang: giảm số file chứa trong website của bạn. Mọi người thường có tối đa bốn kết nối (socket) trong trình duyệt web của họ. Mỗi một socket sẽ cho phép chuyển một file về máy tính của bạn, vì thế nếu bạn có 4 socket thì bạn có thể tải cùng lúc 4 file về. Nếu bạn có 6 ảnh trong trang chủ và một file HTML thì tất cả là có 7 file cần phải tải về. Trình duyệt sẽ tải 4 file về trước, sau khi tải xong một file socket sẽ tải tiếp file còn lại. Nói cách khác file thứ 5 sẽ chỉ được tải về khi file thứ nhất được tải xong. Và file thứ 6 sẽ chưa được tải về cho đến khi quá trình tải file thứ hai hoàn thành... quá trình tải về có thể kéo dài nếu có quá nhiều file đặc biệt khi những file này rất lớn. Theo như nguyên tắc, (giả sử đồ họa của bạn có kích cỡ khiêm tốn 5-12K) bạn hãy cố gắng có dưới 5 file mỗi trang.

5. Nội dung không có hình ảnh.

Nhiều người sử dụng ảnh "GIFS" và JavaScripts để tạo các logon và ký tự chạy ngang màn hình hay những gì tương tự. Điều này không chỉ làm **tăng thời gian tải** về mà còn làm người xem xao lãng nội dung bán hàng của bạn. Những người trên Internet là những **con người của thông tin** vì vậy bạn hãy chắc chắn rằng mình đang **dành thời gian cho những thông tin có chất lượng** chứ không phải là những hình ảnh vô bổ.

Nếu bạn có một nội dung vô giá trong trang web, hãy làm cho nó dễ đọc. Hãy chia thành những đoạn quan trọng, **bôi đậm những câu quan trọng** trong từng đoạn và **bạn đừng ngại trang trí với một số màu.**

Tô màu văn bản thay thế file đồ họa nếu có thể. Nói cách khác thay vì sử dụng một file đồ họa để gây sự chú ý, bạn có thể sử dụng văn bản có **màu sắc khác nhau.**

Có thể bạn muốn cung cấp **thông tin miễn phí** dưới dạng bài báo hay bài phóng sự, và sau đó cố gắng bán hàng. Nếu bạn muốn cung cấp cho người sử dụng những thông tin bổ ích (**với mục đích thu hút khách hàng**), hãy thêm những **nội dung có chất lượng** chứ không phải là những hình ảnh bên ngoài. Trong trường hợp đó một chữ đáng giá **hàng nghìn hình ảnh.**

Thậm chí bạn muốn trang của mình sinh động hơn một chút (có những biểu tượng biến hình, các **dòng chữ bôi đậm...**) nhằm thu hút mọi người tiếp tục quan tâm tới sản phẩm và dịch vụ của bạn. Công việc của bạn chính là **kiểm tra** những kết quả mà khách hàng xem đem lại.

Tất cả sẽ phụ thuộc vào những sản phẩm và dịch vụ bạn đang bán cũng như đối tượng khách hàng bạn cần tiếp thị hay thị trường mục tiêu của bạn. Nếu bạn đang **tiếp thị cho lớp trẻ** thì sự sinh động của website sẽ làm tăng doanh số bán hàng. Nhưng nếu đối tượng khách hàng của bạn chủ yếu là những **nhà kinh doanh có trình độ** thì yếu tố sinh

động đó có thể làm bạn giống như một họa sĩ nửa mùa. Đối với đối tượng khách hàng này bạn cần thu hút họ bằng những sự kiện, con số, sự trung thực và **những lợi ích rõ ràng**.

6. Dễ theo dõi "quá trình bán hàng".

Bạn phải tạo điều kiện để khách hàng **hiểu rõ những lợi ích của sản phẩm và dịch vụ** của bạn đem lại cũng như cung cấp cho khách hàng phương thức đặt hàng thuận tiện nhất. Liệu bạn đã xây dựng được **uy tín đối với khách hàng** trước khi bạn **yêu cầu họ đặt hàng chưa?** Bạn đã tạo cho khách hàng sự yêu thích và hứng thú trước khi bạn mời họ đặt hàng chưa?. Bạn đã cung cấp cho khách hàng một số cách đặt hàng thuận tiện cả **trên mạng và ngoài mạng** chưa?. Và liệu bạn đã hướng dẫn khách xem tất cả **từng bước một** chưa?.

7. Tương thích với đa số trình duyệt web.

Nếu bạn sử dụng bảng biểu hãy xem xét cẩn thận việc nó sẽ hiển thị như thế nào ở các trình duyệt khác nhau (ví dụ Internet Explorer, Netscape) và ở tất cả các cấp độ phân giải (ví dụ 640 x 480, 800 x 600, 1024 x 768).

2. Một số cấu trúc website mẫu

Các trang mẫu web là các đơn vị tiêu biểu nhất của site được trình bày với nhiều hình thức hấp dẫn, đặc trưng và nhất quán với các hiệu ứng ấn tượng. Các trang mẫu được trình bày dựa trên sự kết hợp hài hòa với các trình bày tùy biến do các yếu tố tác động của khách hàng của bạn và người dùng Internet.

a. cửa hàng điện tử

Minh họa siêu thị điện tử của VDC (<http://vdcsieuthi.vnn.vn/>)

Với mô hình siêu thị điện tử, website gồm các phần chính sau:

Thông tin hàng hóa: là cơ sở dữ liệu phân loại nhiều nhóm sản phẩm, sản phẩm mới, sản phẩm đang khuyến mãi v.v... Thông tin về từng sản phẩm gồm: hình, giá, giới thiệu ngắn, mô tả thông số, loại sản phẩm...

Thông tin giới thiệu, hướng dẫn: gồm những thông tin như: giới thiệu chủ sở hữu website, chính sách mua bán, giao hàng, trả lại hàng, hướng dẫn cách tìm kiếm hàng hóa v.v...

Công cụ mua hàng, thanh toán: nhất thiết phải có công cụ giỏ mua hàng (shopping cart), chức năng thanh toán (qua mạng, qua bưu điện, chuyển tiền, qua ATM, thanh toán khi giao hàng...). Nên có thông tin hướng dẫn các cách thức thanh toán khác nhau để người mua hiểu rõ và chọn lựa.

Chức năng thành viên dành cho người đã mua hàng để tiết kiệm thời gian nhập thông tin khi họ mua hàng những lần sau và để cung cấp thông tin lịch sử mua hàng, giới thiệu hàng hóa mới, hàng hóa khách hàng quan tâm... cho khách hàng.

Một số chức năng tự chọn khác như chức năng tìm kiếm sản phẩm trong siêu thị,

chức năng nhận bản tin định kỳ...

Cách thức triển khai thanh toán qua mạng cho siêu thị điện tử phục vụ thị trường trong nước, quốc tế sẽ được đề cập trong chương 5.

b. Đấu giá trực tuyến:

Với mô hình đấu giá trực tuyến, website gồm các phần chính sau:

Thông tin hàng hóa: là cơ sở dữ liệu phân loại nhiều nhóm sản phẩm. Thông tin về từng sản phẩm gồm: hình, giá, giới thiệu ngắn, nhóm sản phẩm, giá sàn, thời gian kết thúc đấu giá, giá hiện tại, điều khoản khác liên quan đến việc bán món hàng...

Thông tin giới thiệu, hướng dẫn: gồm những thông tin như: giới thiệu chủ sở hữu website, chính sách mua-bán, quy định tham gia đấu giá, quy định giao hàng, trả lại hàng, hướng dẫn cách tìm kiếm hàng hóa v.v...

Công cụ rao bán, công cụ chọn mua, công cụ hỗ trợ thanh toán, công cụ tìm kiếm hàng hóa...

Thành viên: để lưu thông tin thành viên tham gia mua, bán, đấu giá, phục vụ các mục tiêu: Xác nhận tư cách tham gia, Lưu thông tin lịch sử tham gia mua, bán, đấu giá, Phục vụ việc quản lý mối quan hệ khách hàng giữa thành viên và website...

Minh họa website đấu giá trực tuyến nổi tiếng <http://www.ebay.com/>

c. Sàn giao dịch B2B:

Với mô hình sàn giao dịch B2B, website gồm các phần chính sau:

Thông tin hàng hóa: là cơ sở dữ liệu phân loại nhiều nhóm sản phẩm. Thông tin về từng sản phẩm gồm: hình, giá, giới thiệu ngắn, nhóm sản phẩm, nhà sản xuất...

Danh mục thông tin về doanh nghiệp: phân loại theo ngành nghề, theo quốc gia, địa phương, theo nhu cầu mua – bán – tìm đối tác...

Thông tin chào hàng (chào mua, chào bán): như rao vặt, phục vụ nhu cầu tìm kiếm đối tác của các doanh nghiệp.

Thông tin giới thiệu, hướng dẫn: gồm những thông tin như: giới thiệu chủ sở hữu website, chính sách mua-bán, quy định tham gia giới thiệu trên website, hướng dẫn cách sử dụng website v.v...

Những công cụ hỗ trợ như: đăng tải thông tin, tìm kiếm thông tin, hỏi thông tin, nhận bản tin định kỳ...

Thành viên: lưu thông tin thành viên tham gia phục vụ các mục tiêu: xác nhận tư cách tham gia; lưu thông tin lịch sử tham gia tạo sự tiện lợi cho thành viên khi cần truy xuất lịch sử tham gia; và phục vụ việc quản lý mối quan hệ khách hàng giữa thành viên và website.

Minh họa sàn giao dịch B2B của Việt Nam <http://www.vnemart.com.vn/>

d. Cổng thông tin (Portal):

Với mô hình cổng thông tin, website gồm các phần chính sau:

Phân loại thông tin: là cơ sở dữ liệu phân loại nhiều nhóm thông tin. Thông tin về từng “thông tin” gồm: địa chỉ website, giới thiệu ngắn về website, tựa đề dành cho website.

Chức năng tìm kiếm thông tin.

Chức năng gửi email cho bạn bè để giới thiệu trang web đang xem.- Chức năng đề nghị một website mới tạo điều kiện cho người xem đóng góp nguồn website mới, góp phần làm phong phú thêm cơ sở dữ liệu website hiện có.

Cổng thông tin điển hình là Yahoo! tại địa chỉ <http://www.dir.yahoo.com/>

e. Website thông tin phục vụ việc quảng bá, quảng cáo:

Với website thông tin, phần chính là cơ sở dữ liệu các thông tin, được phân chia theo từng thể loại. Phần phụ là những thông tin quảng cáo (banner - cột dọc bên phải trang web) và thông tin liên hệ với chủ sở hữu website khi có nhu cầu quảng cáo.

Điển hình là <http://www.vnexpress.net/>

So với các website thông tin dạng này thì <http://www.vnexpress.net/> còn thiếu một chức năng cho phép mọi người tham gia gửi bài viết. Bài viết đạt chất lượng sẽ được VNExpress.Net đăng tải, có thể có hoặc không có nhuận bút, phục vụ hai điều: có thêm nhiều bài viết phong phú, khách quan; và tạo điều kiện cho người viết chuyên nghiệp hoặc không chuyên tham gia đăng bài. Đây là mô hình các website tương tự trên thế giới đang thực hiện.

f. Website giới thiệu thông tin của doanh nghiệp:

Website giới thiệu thông tin doanh nghiệp có các phần chính như: trang chủ, giới thiệu doanh nghiệp, giới thiệu sản phẩm, dịch vụ, trang liên hệ.

3) 6 LUẬT CƠ BẢN VỀ DESIGN

Trong cuộc sống chúng ta gặp phải và chịu ảnh hưởng của rất nhiều điều luật. Luật lệ là do con người chúng ta đặt ra nhằm mục đích tạo 1 xã hội công bằng và văn minh. Trong thiết kế cũng vậy, cũng có những điều luật cơ bản chi phối diện mạo của 1 Layout...

Trong cuộc sống chúng ta gặp phải và chịu ảnh hưởng của rất nhiều điều luật. Luật lệ là do con người chúng ta đặt ra nhằm mục đích tạo 1 xã hội công bằng và văn minh. Trong thiết kế cũng vậy, cũng có những điều luật cơ bản chi phối diện mạo của 1 Layout. Chúng ta có thể không tương tác qua lại lẫn nhau và cũng có thể trùng lặp với nhau trong 1 số trường hợp.

Vậy hãy cùng nhau phân tích những nguyên lý cơ bản của design, để mà chúng ta sẽ áp dụng chúng trong những mẫu thiết kế của mình.

The law of design bao gồm:

- Balance (cân bằng)
- Rhythm (nhịp điệu)
- Emphasis (nhấn mạnh)
- Unity (đồng nhất)
- Simplicity (đơn giản)
- Proportion (cân xứng)

The law of balance: luật cân bằng

Sự cân bằng phù hợp của các yếu tố là sự cần thiết đối với 1 mẫu design. Luật cân bằng có 2 loại đó là cân bằng đối xứng và cân bằng bất đối xứng.

Cân bằng đối xứng biểu thị tất cả các yếu tố như chiều cao, chiều rộng ... được sắp đặt 1 cách đối xứng trong trang. Cân bằng đối xứng đề cập đến tất cả những gì được sắp xếp trong 1 bố cục. Cân bằng đối xứng được chia ra làm nhiều loại như cân bằng đảo ngược, cân bằng 2 trục, cân bằng xuyên tâm...

Cân bằng bất đối xứng đạt được khi không có sự đối xứng. Khi tất cả các yếu tố được xếp đặt không có sự đối xứng với nhau, cân bằng bất đối xứng được thiết lập.

Luật cân bằng được áp dụng trong rất nhiều thiết kế mà tiêu biểu là thiết kế logo

The law of rhythm: luật nhịp điệu

Nhịp điệu dùng để tạo nên sự dịch chuyển và điều hướng của tầm nhìn. Nó xảy ra khi các yếu tố trong 1 bố cục được lặp lại. Nhịp điệu được tạo ra bằng cách tạo nên 1 dòng chảy êm đềm của tầm nhìn. Nhịp điệu được dùng như 1 đường dẫn mà do đó mắt chúng ta có thể đọc được những phần quan trọng của 1 thông tin. Nó còn được gọi là 1 mẫu thức của nghệ thuật. Nhịp điệu rất quan trọng vì nó đóng 1 vai trò sống còn trong cuộc sống vật chất của chúng ta. Nhịp điệu giúp chúng ta nhìn nhận ra trật tự của thế giới chung quanh.

Nhịp điệu có thể tạo nên bằng 3 cách đó là:

sự lặp lại, dùng chuỗi và dùng sự liên tục. Người nghệ sĩ, thông thường sử dụng tất cả các hình thức của nhịp điệu trong 1 bố cục. Họ phát triển thành 1 sự liên kết của nhịp điệu trong xây dựng, vẽ, các sản phẩm thủ công... 1 cách nhuần nhuyễn và khéo léo để tạo nên 1 tổng thể tuyệt vời.

The law of emphasis: luật nhấn mạnh

Những yếu tố cần phải nổi bật thì sẽ cần được nhấn mạnh. Sự nhấn được tạo ra bởi sự sắp đặt các yếu tố 1 cách hợp lý. Hoặc đặt chúng ở vị trí đáng được chú ý bằng cách dùng sự tương phản, có nghĩa là làm chúng nổi bật lên bằng những nét đặc trưng như màu sắc, hình dạng, tỉ lệ. Sự nhấn mạnh or tương phản mang lại sự muôn màu muôn vẻ cho 1 mẫu design. Một số loại tương phản phổ biến là: cong và thẳng, rộng và hẹp, hoa mỹ và xù xì ... Nhấn mạnh bằng tương phản xuất phát từ rất nhiều phương cách, nhưng cách phổ biến nhất có lẽ là dùng màu sắc. Sự tương phản về đường nét, hình dạng và kích thước làm nên ưu thế của 1 chi tiết so với tổng thể. Thí dụ như 1 đóa hoa được đặt trước 1 bức tường tĩnh lặng và đơn sắc thu được hiệu quả nhiều hơn trong 1 môi trường ồn ào náo nhiệt.

The law of unity: luật đồng nhất

Sự đồng nhất or hài hòa tạo nên sự liên kết giữa các yếu tố trong 1 diện mạo. Nó là sự cân bằng phù hợp của tất cả các yếu tố để tạo nên 1 tổng thể dễ chịu. Sự đồng nhất được phản ánh trong tổng thể hài hòa. Sự đồng nhất ám chỉ đến sự hợp nhất của tất cả các yếu tố trong 1 layout, nơi mà mỗi phần khác nhau hỗ trợ những phần còn lại và tất cả sự kết hợp đó làm thành 1 khối nghệ thuật đồng nhất. Nó đạt được bằng cách sử dụng sự liên tục và sự hài hòa.

The law of simplicity: luật đơn giản

Sự đơn giản trong design dẫn đến sự nhận thức chủ đề 1 cách dễ dàng hơn. Sự đơn giản là thực sự cần thiết, đặc biệt trong layout, để tạo nên sự rõ ràng, sáng sủa.

The law of proportion: luật cân xứng

Luật cân xứng là mối quan hệ giữa hình dạng và kích thước. Nó giúp cho chúng ta đạt được sự cân bằng, đồng nhất cho 1 layout. Để có được 1 sự cân xứng tốt thì các yếu tố phải được chiều chỉnh. Sự điều chỉnh kích thước của các yếu tố với 1 sự cân xứng hoàn hảo tạo nên 1 mẫu design tốt. Đó chính là sự liên quan giữa kích thước của các yếu tố với nhau, và với sự cân xứng tổng thể. Sự cân xứng bao gồm những mối liên quan đó là liên quan về chiều cao, chiều rộng, chiều sâu và không gian chung quanh.

Không gian mở chung quanh 1 chủ đề tạo nên 1 yếu tố gọi là tỉ lệ. Chúng ta có thể thấy rằng tỉ lệ liên quan mật thiết đến cuộc sống hằng ngày của chúng ta. Chúng ta đi vào siêu thị để mua 1 cái đèn ngủ trang trí cho căn phòng của chúng ta. Và chúng ta tìm được 1 cái ghế là phù hợp trong con mắt chúng ta lúc đó. Nhưng khi về nhà thì mới nhận thấy rằng nó quá to so với căn phòng. Chúng ta không thay đổi gì ở cái đèn, nhưng đối với không gian chung quanh đã có sự thay đổi về tỉ lệ. Đối với thiết kế cũng vậy. Bạn cứ ngỡ rằng nó rất phù hợp trên màn hình vi tính, nhưng khi in ra thì đó là cả 1 khoảng cách không thể không xem xét. Vì vậy tại sao người ta phải in những market đen trắng (ở những công ty nước ngoài người ta in đến hàng chục market như vậy) để tìm ra 1 layout phù hợp nhất.

Do đó có thể nói rằng tỉ lệ là 1 yếu tố quan trọng nhất trong design, mặc dù nó chỉ được xếp ở vị trí thứ 6 trong những yếu tố của design (các yếu tố kia là đường nét, phương hướng, hình dạng, màu sắc, chất liệu và độ sáng tối).

Tóm lại, những nguyên lý của design là những nguyên tắc cơ bản được ghi nhớ và áp dụng đi kèm với suy nghĩ và cảm xúc của người nghệ sĩ or designer. Những nguyên lý đó được soạn thành luật lệ cho những phương pháp làm việc, mà người nghệ sĩ đã rút ra qua bao nhiêu thế kỉ trải nghiệm, thực hành cũng như có những sai sót thực tế. Vì vậy tất cả những gì của ngày nay chúng ta được học tập là những tinh hoa của hàng trăm năm lịch sử design nói chung và graphic design nói riêng. Cùng với sự sáng tạo của mình kết hợp với những law of design nói trên, chắc chắn các bạn sẽ đưa graphic design của VN phát triển lên tầm quốc tế.

4) NHỮNG ĐIỀU LUẬT CƠ BẢN KHI THIẾT KẾ WEB

Những điều tưởng chừng giản đơn, ai ai cũng biết, nhưng Granny's Mettle sẽ cho chúng ta thấy rằng không phải ai cũng ý thức được những điều đã biết ấy thật là quan trọng. Cơ bản và cần thiết đó là những gì bài viết này muốn gửi tới những người thiết kế Web.

I. Điều luật cơ bản:

1. Người đọc không muốn phải kéo thanh cuộn ngang

Theo kinh nghiệm của bản thân, tôi cảm thấy rất khó chịu khi phải kéo thanh cuộn ngang để đọc nội dung của trang đó. Cho nên bạn phải không được thiết kế trang web khiến người đọc phải kéo thanh cuộn ngang, nếu không hậu quả sẽ rất lớn.

Theo kinh nghiệm của nhiều người thì bạn nên thiết kế web ở chế độ 800 x 600 Px vì hiện tại chỉ có 5% số người dùng màn hình 640 x 480 Px thôi. Với số lượng đó thì nghiêng về đa số vẫn hơn.

2. Thông tin quá dài ở một trang

Kéo chuột sang ngang để đọc đã là rất khó chịu rồi, nhưng kéo mãi kéo mãi xuống dưới để đọc thì cũng chẳng dễ chịu chút nào với người lướt web. Hơn thế nữa trong một nghiên cứu chỉ ra rằng đến 75% người lướt web chỉ "đọc lướt" thay vì "đọc từng chữ". Do đó một bài quá dài dễ làm người ta nản. Tuy nhiên nếu bài đó có nhiều thông tin, thì bạn nên chia ra làm 2, 3 trang cho nó cũng là một cách khắc phục.

Luật chung: Một trang web không nên để người đọc phải kéo 3 lần màn hình để đọc hết nội dung. Nếu bạn đang có vấn đề này thì hãy sửa chữa ngay đi. Tuy nhiên trừ trường hợp đặc biệt nếu đó là một chương sách thì không nói tới vì nếu người đọc đã biết nó là một chương sách và nội dung phù hợp với cái họ cần thì họ sẽ không ngại kéo đến cả chục trang đâu. Nhưng thường thì là nên như thế.

3. Dung lượng của một trang bất kỳ không nên nặng quá 50K

Nếu tất cả chúng ta đều tuân theo quy luật như $1+1=2$ thì tốt quá! nhưng bạn cũng nên biết rằng chẳng có cái gì là tuyệt đối, bao giờ cũng có những chỗ "sunsilk". Tuy nhiên một trang web load dưới 5 giây sẽ để lại ấn tượng rất tốt cho người đọc.

Trong thực tế, có đôi lần bạn thực sự phải để nhiều hình đồ họa trên một trang ví dụ như trang về hình ảnh. Nếu bạn có một thư viện hình ảnh thì việc upload những hình bự chà bá lên mạng là không thể tránh khỏi, vì bạn muốn hình đó đủ to, đẹp để mà thu hút người xem chứ. Nhưng trong trường hợp này thì người xem đã xác định trước nên không thành vấn đề. Chung quy lại một trang load nhanh bao giờ cũng được đánh giá cao hơn một trang phải mất cả thế kỷ mới load xong.

p/s: Tuy nhiên phụ thuộc vào từng thời kỳ mạng, nếu đa số người dùng sử dụng ADSL thì dung lượng trang web của bạn có thể được nâng lên.

4. Đừng bắt buộc người đọc phải download plug-ins

Một điều khó chịu không kém là khi vào một trang nào đó bạn bị bắt buộc phải download một cái plug-in dở hơi nào đó để phải xem một cái gì đó mà bạn thậm chí còn chưa biết nó tốt hay dở nữa.

Thực tế plug-in có thể tạo một ấn tượng mạnh cho phần giao diện của trang web. Nhưng bạn nên nhớ rằng không phải ai cũng có plug-in đó mặc dù chúng ta đang sống trong kỷ nguyên CNTT. Để làm cho

tất cả mọi người đến trang của bạn đều có thể xem được, bạn nên nghĩ đến một cách hoàn thiện hơn như là dùng HTML để thay thế.

II. Những quy định chung:

- Mẫu thiết kế sử dụng kích thước thật của màn hình với khung hình chuẩn của web theo chiều ngang là 778px. Phần lớn người xem vẫn xem ở mode màn hình 800x600, ngoại trừ một số trường hợp đặc biệt có thiết kế riêng.
- Sử dụng Mode màu RGB vì web chỉ hiển thị trên màn hình.
- Nếu dùng Photoshop để dựng layout, yêu cầu bắt buộc phải dùng Folder Set để quản lý layer, vì mỗi website khi thiết kế hoàn chỉnh, có hàng trăm layer.
- Việc dùng Flash cũng cần phải cân nhắc với những website thông tin vì nó chỉ thu hút người xem vào những lần truy cập đầu, sau đó sẽ chỉ làm cho website nặng lên không cần thiết. Khi làm file flash lớn, cần phải có phần loading.
- Khi thiết kế, cần đưa tương đối đầy đủ nội dung với màu sắc, font chữ đúng với website sau này. Khi đặt nội dung, nên để font chữ ở chế độ Smooth là none, ko nên để là Crisp vì khi ra kết quả cuối cùng (web page) sẽ khác với thiết kế.
- Không sử dụng các font chữ không chuẩn cho nội dung website, vì nếu máy người xem không có font đó thì sẽ hư toàn bộ layout. Nếu website sử dụng tiếng Việt, nên sử dụng các font Unicode chuẩn như Arial, Verdana, Tahoma, Times News Roman.
- Các website thương mại nên hạn chế sử dụng các đường cong, hình ảnh lớn, background lớn chiếm diện tích thông tin của website trừ khi có thể quản lý chúng. Việc sử dụng đường cong hay background sẽ gây rất nhiều trở ngại khi chuyển qua HTML.
- Cần nghĩ qua về việc làm sao chuyển chúng thành HTML trước khi thiết kế một thành phần nào.
- Thiết kế web cần tính toán làm sao để tương thích với cấu trúc HTML của website, nếu không, khi phân tích ra thành các trang web HTML sẽ trở nên rất khó khăn cho việc xây dựng nội dung cũng như lập trình.
- Trước khi thiết kế, cần có sitemap cụ thể, để việc trình bày thông tin trở nên rõ ràng, dễ thuyết phục người duyệt mẫu. - Nên xem mẫu thiết kế trên các loại màn hình khác nhau, tốt nhất trên màn hình CRT bình thường, vì đây là màn hình của người sử dụng. Tránh việc duyệt mẫu, xem mẫu bằng giấy in lạng (hoặc rửa hình), hoặc màn hình laptop, LCD. - Màu sắc website cần nhẹ nhàng, phù hợp với mục đích của website, thông tin rõ ràng.
- Cần có một mẫu GUI Logic trước khi bắt tay vào thiết kế, GUI Logic này cần được duyệt qua bởi Người đối tác. GUI Logic là bản thiết kế thô, bao gồm các vị trí của các thành phần trên website, người thiết kế sẽ dựa trên đó để làm graphic. Bản GUI Logic này được tính toán trước về mặt thẩm mỹ và quan trọng là usabilityes.

Chuyển trang web thành HTML

- Sau quá trình thiết kế web là quá trình phân tích, chuyển đổi mẫu thiết kế thành trang web HTML, cần theo các yêu cầu cụ thể sau:
 - Chương trình dựng trang web, chương trình thích hợp nhất là Macromedia Dreamweaver, vì đây là chương trình do rất nhiều lập trình viên đang sử dụng để code trực tiếp, tuyệt đối không dùng Frontpage. Frontpage có thể giúp đơn giản cho người sử dụng nhưng việc sinh mã HTML rất phức tạp, đặc biệt là sinh ra những mã HTML ko cần thiết và gây rối cho người lập trình.
 - Cắt web html cần có độ tỉ mỉ cao, nếu thiết kế mẫu layout, mất từ 4->8h (không tính thời gian sáng tạo), thì việc cắt web mất từ 2->4h một trang
 - Khâu thiết kế và khâu cắt web có vai trò rất quan trọng, vì sẽ tiết kiệm được thời gian cho các lập trình viên, tester sau này. Một trang web được cắt tốt không chứa các thành phần không cần thiết như mã HTML dư, hay các lỗi về cấu trúc HTML. Vì khi người lập trình làm việc, họ gần như chỉ làm việc

trên code chứ không làm việc trên phần design.

- Cần tính toán rõ ràng, cụ thể việc áp dụng Template trong website. Template giúp cho 1 website với những trang có thành phần giống nhau được quản lý một cách thống nhất, nếu cần thay đổi những phần này, chỉ việc chỉnh sửa file Template này.
- Phối hợp chặt chẽ với bộ phận phụ trách nội dung website để bố cục, cấu trúc website rõ ràng hơn.
- Khi cắt web, cần đưa các style css ở file riêng, không đưa định dạng font trực tiếp trong website, việc đặt tên các CSS cần sự nghiêm túc, có sự thống nhất. Hạn chế việc định dạng font chữ bằng tag < font >. Nếu có các link, việc đặt các css: link, active, visited, hover là cần thiết. Nên định font chuẩn cho toàn website bằng cách định nghĩa lại tag < td >.
- Sử dụng file spacer.gif để trang web có thêm các tùy biến thay vì định kích thước ngang dọc cho các < table > hay < td >.
- . File spacer.gif là 1 file gif trong suốt có kích thước 1x1. Khi cần định chiều cao cho 1 td thì nên chèn file này vào td đó và định chiều cao cho file spacer.gif.
- Tránh việc Merge các Table lại với nhau quá nhiều, tối đa 1 cái. Việc này rất quan trọng, vì nó sẽ gây khó khăn và mất thời gian cho các lập trình viên khi làm việc.
- Cần xem kỹ lại cấu trúc, yêu cầu của bên thiết kế web, để có thể cho phép website co giãn theo kích thước màn hình hoặc cố định (nhỏ tối đa 800px). Nếu là các co giãn theo kích thước màn hình, cần tính toán thiết kế sao cho khi giãn ra không có những khoảng trống hình ảnh.
- **NẾU LÀ 1 WEBSITE ĐỘNG HAY CẬP NHẬT THƯỜNG XUYÊN, TUYỆT ĐỐI KHÔNG DÙNG CHỨC NĂNG SLICE CỦA PHOTOSHOP HAY IMAGEREADY.** Chức năng này chỉ thích hợp cho các website tĩnh vì HTML sinh ra rất phức tạp và có rối dẫn tới việc các lập trình viên không thể đọc hiểu hay chỉnh sửa được.

III. Những quy tắc khi sử dụng font chữ

1. Font phải dễ đọc

Nhiều người đồng ý rằng font chữ từ 12- 14 là font tiêu chuẩn được dùng trên web. Nếu to hơn hoặc nhỏ hơn cỡ đó là bạn đã đặt mình vào "vùng nguy hiểm" rồi. Màu của font chữ cũng nên phù hợp với nền, đừng chọn nền và chữ một màu gần giống nhau hay quá tương phản dạng [nền màu trắng chữ màu ghi](#). Font chữ màu nhạt trên nền tối rất khó đọc

2. Dùng font phù hợp.

Font chữ không nên quá rắc rối mà có thể làm người đọc mất tập trung, mà font chữ nên phù hợp với nội dung của website. Ví dụ website cho trẻ em thì nên dùng font ngộ nghĩnh và nhiều màu sắc, nhưng website cho người lớn thì nên dùng font ngay ngắn và rõ ràng.

3. Nên dùng một loại font

Bạn nên sử dụng cùng một loại font cho toàn bộ trang web của mình, kể cả kích thước của font nữa. Hãy hình dung một trang web mỗi trang là một loại font thì nó sẽ nhìn ra như thế nào?

4. Chỉ nên dùng những font tiêu chuẩn

Bạn có biết rằng hiện nay có bao nhiêu font chữ tồn tại không? và hầu như ngày nào người ta cũng tạo ra một loại font mới. Nếu bạn may mắn kiếm được một font đẹp, thì hãy giữ cho riêng mình, đừng nên dùng trên trang web của bạn. Bởi vì chưa chắc gì người đọc của bạn lại may mắn giống bạn để có font đó. Cho nên lời khuyên của tôi là nên dùng font tiêu chuẩn như: Arial, Times New Roman, Tahoma, Corier New ... những font có sẵn trong Window vì bạn có thể chắc rằng ai cũng đọc được.

Nếu máy của người đọc không có font bạn chọn, nó sẽ tự động chọn một font mặc định để thay thế.

1. Font phải dễ đọc

Nhiều người đồng ý rằng font chữ từ 12- 14 là font tiêu chuẩn được dùng trên web. Nếu to hơn hoặc nhỏ hơn cỡ đó là bạn đã đặt mình vào "vùng nguy hiểm" rồi. Màu của font chữ cũng nên phù hợp với nền, đừng chọn nền và chữ một màu gần giống nhau hay quá tương phản dạng [nền màu trắng chữ màu](#)

ghi. Font chữ màu nhạt trên nền tối rất khó đọc Và Ví dụ về lỗi màu sắc khi sử dụng font chữ:

1. Font phải dễ đọc

Nhiều người đồng ý rằng font chữ từ 12- 14 là font tiêu chuẩn được dùng trên web. Nếu to hơn hoặc nhỏ hơn cỡ đó là bạn đã đặt mình vào "vùng nguy hiểm" rồi. Màu của font chữ cũng nên phù hợp với nền, đừng chọn nền và chữ một màu gần giống nhau hay quá tương phản dạng nền màu trắng chữ màu ghi. Font chữ màu nhạt trên nền tối rất khó đọc

5. Trang web có rất nhiều font miễn phí

Bạn có thể vào trang web sau có rất nhiều font miễn phí và rất đẹp: www.dafont.com.

IV. 7 điều cần tránh khi thiết kế web:

1. Nội dung sơ sài và kém hấp dẫn

Bạn nên nhớ rằng khi người lướt web họ tìm các trang web trong công cụ tìm kiếm là họ muốn tìm thông tin để dùng cho mục đích của riêng mình. Ví dụ trang web của bạn được họ tìm thấy, nhưng sau một lúc ngó dọc ngó xuôi, họ chẳng thấy có chút gì hấp dẫn họ về mặt nội dung cả. Và tất nhiên họ sẽ bỏ đi sang trang khác và sẽ không quay lại nữa.

Vậy nên bạn hãy tạo ra trang web với nội dung thật hấp dẫn, sao cho người ta phải Add favourite ngay lần đầu đến thăm.

2. Tốc độ load chậm

Một điều hết sức khó chịu là trang web của bạn có tốc độ load chậm. Người ta không kiên nhẫn quá 5 giây để ngồi chờ trang của bạn load đâu.

3. Giao diện nghèo nàn:

Bạn luôn phải nghĩ rằng những người lướt web đến thăm trang của bạn, họ không phải là những nhà thiết kế web chuyên nghiệp. Thậm chí họ chỉ mới biết đến Internet. Do vậy bạn phải làm sao cho trang của mình thật dễ sử dụng, người ta chỉ cần nhấn chuột 3 lần là đã tìm ra cái họ cần.

Thanh di chuyển nên chọn loại tiêu chuẩn là nằm ngang dưới banner hoặc bên tay trái. Đừng nên dùng những thanh di chuyển quá phức tạp.

Đừng nên dùng hiệu ứng Javascript cho con trỏ chuột

Màu chữ và cỡ chữ không nên quá to, hoặc quá chói. Tốt nhất là bạn nên chọn font chữ từ 12-14 Px và màu là màu đen. Người ta chứng minh được rằng, mắt người thấy dễ chịu nhất ở những trang có nền trắng chữ màu đen.

4. Kết hợp màu sắc quá tồi

Có đôi khi tôi vào một vài trang web về Photoshop Tutorial. Thật sự thì tôi cũng thích nội dung trang web đó, nhưng màu sắc thì ... ôi thôi ... không thể tha thứ được. Nền màu đỏ, chữ màu xanh lá cây,

viền vàng, chữ xám ... nhìn như một bát màu chứ không phải một trang web nữa. Ở những lúc như thế, tôi chỉ muốn thoát ngay ra mà không muốn chịu đựng thêm một giây nào nữa.

5. Có quá nhiều hình ảnh động và flash

Banner hoặc logo mà là dạng hình động chạy ra chạy dzô, ẩn hiện lập loè, xoay vòng vòng như chong chóng là những thứ mà các web designer nên tránh như tránh tà.

Một banner bằng flash giống như một bé mới tập làm web và khoe hết người này người nọ về tác phẩm mà cậu ta mới làm xong.

Một trang web chuyên nghiệp thì logo và banner nên là dạng hình tĩnh hoặc đơn giản chỉ bằng chữ. Có nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng banner và logo động dạng flash không mang lại tính chuyên nghiệp cho trang web của bạn, mà sự thực nó làm điều ngược lại.

6. Bộ đếm số người truy cập – Hit Counter

Đoạn mã này chỉ được dùng bởi những tay mơ, mới bắt tay vào làm web. Bạn đừng bao giờ dùng đến nó. Bởi vì một host có cấu hình tốt sẽ giúp bạn kiểm tra được thông tin về số người truy cập là bao nhiêu, họ từ đâu tới, dùng trình duyệt gì, làm sao họ biết đến bạn nhờ công cụ tìm kiếm nào ...vân ...vân ... mà một bộ đếm truy cập thông thường chẳng bao giờ làm được như thế. Đó là chưa kể nó lại còn không chính xác nữa bởi vì mỗi lần có người refresh là nó lại nhảy lên một đơn vị.

Ý tưởng dùng công cụ Hit Counter này xuất hiện đã 8 năm về trước rồi. Thế giới đã đổi thay, bạn cũng nên vậy.

7. Viết theo văn phong dễ hiểu

Bạn luôn phải nghĩ trong đầu rằng không phải ai lướt web cũng giỏi văn như Nguyễn Tuân, Tô Hữu ... mà trình độ của họ chỉ là trung học hoặc hơn chút. Do vậy bạn nên viết sao cho dễ hiểu, vào thẳng vấn đề và đừng nên vòng vo tam quốc, trau trọt câu văn bóng bẩy làm gì.

Văn phong bạn viết trên Internet nên ngắn gọn, súc tích và dễ hiểu vì người đọc rất lười đọc trên mạng. Họ chỉ đọc lướt qua thôi chứ không đọc từng câu từng chữ đâu.

V. Những điều không nên khi thiết kế web:

1. Nên giữ cấu trúc trang web của bạn thật mạch lạc:

Có một vài webmaster muốn thay đổi cách nhìn của trang web vì họ muốn tránh sự nhàm chán bằng cách thay đổi cấu trúc của trang web ở những trang khác nhau. Ví dụ ở trang chủ thì thanh menu nằm dọc, sang đến những trang sau thì lại nằm ngang, hoặc vài trang khác lại là dạng menu trượt ...

Người lướt web thích sự mạch lạc, do vậy trang web của bạn cũng nên như vậy. Hãy thử xem các bản Window đều hao hao giống nhau về cấu trúc mặc dù tính năng thì khác nhau một trời một vực.

2. Đừng nên dùng Pop up

Pop up có lẽ là một dạng mã làm cho người lướt web cảm thấy khó chịu nhất. Bởi vì người ta bị ép buộc phải đọc cái mà người ta không muốn đọc. Giống như bạn đang đi đường bị ai đó ném một tờ giấy vào mặt bắt bạn phải đọc.

Có một vài lần tôi có dạo qua một vài forum thấy có một bảng pop up hiện ra với lời lẽ khá lịch sự là yêu cầu tôi đăng ký làm thành viên. Bảng pop up đó cứ lèo đèo theo tôi, khi tôi kéo chuột xuống dưới nó cũng xuống theo, kéo lên trên nó cũng lên theo mà không sao tắt nó đi được.

Vấn đề đặt ra là nếu nội dung của trang đó hấp dẫn tôi, thì không cần phải nhắc tôi tự khắc sẽ đăng ký thành viên. Còn nội dung nghèo nàn thì cho dù admin của trang đó đăng ký nick cho tôi, chỉ cho tôi password và thậm chí login vào giùm tôi. Tôi chỉ việc post bài thôi cũng chưa chắc tôi đã tham gia chứ huống gì tôi phải đăng ký thành viên vì cái pop up đó.

Do vậy bạn hãy thật thận trọng khi dung pop up.

3. Nên dùng hệ thống thanh di chuyển tiêu chuẩn

Có nhiều webmaster muốn cho trang web của mình sinh động nên nghĩ ra nhiều loại thanh di chuyển (navigation). Có người cho nó xoay vòng vòng quanh một quả cầu, có người cho nó chạy loanh quanh, có người cho nó trượt lên trượt xuống ... những kiểu này chỉ làm người xem nhức mắt và nhầm lẫn.

Những trang web lớn họ đều dung navigation rất đơn giản là nằm ngang phía trên hoặc phần trên bên tay trái.

4. Nên để trang web của bạn phù hợp với màn hình 800 x 600 Px

Hiện nay màn hình 800 x 600 không còn chiếm đa số nhưng không hẳn là nó đã biến mất và vẫn chiếm khoảng 40% tổng số những người online. Cho nên khi bạn thiết kế, bạn hãy để tâm đến 40% này. Việc kéo thanh trượt lên hoặc xuống không thành vấn đề vì việc đó khá dễ dàng với con chuột hỗ trợ con lăn. Nhưng việc kéo thanh trượt sang ngang là cả một vấn đề lớn và vô cùng khó chịu với người lướt web.

5. Đừng tự động tái định hướng người dung sang một trang khác:

Đôi khi có những webmaster muốn người xem chú ý đến một trang đặc biệt nào đó nên đã đặt đoạn mã tái định hướng mỗi khi ai click vào một trang cụ thể. Việc này có thể làm người dùng thấy khó chịu và không an tâm. Nếu bạn thực sự phải chuyển người dung đến một trang nào đó, hãy để một đường link thay vì tự động chuyển họ.

Vấn đề then chốt ở đây là chúng ta tránh áp đặt những gì mình nghĩ cho người dùng, nên cho họ sự lựa chọn.

6. Nên giữ dung lượng của trang chủ không vượt quá 60Kb:

Trang web có thể bao gồm chữ, hình ảnh và những định dạng khác như Flash và hình động. Nhưng khi bạn cộng tất cả các thành phần đó lại, thì dung lượng của nó không nên vượt quá 60 K.

Bởi theo các nghiên cứu được tiến hành, nếu trang web của bạn mất hơn 4 giây để load thì bạn đã mất một nửa số người đến thăm, còn nếu hơn 5 giây thì bạn mất trắng. Bạn thử tự hỏi mình bạn có thực sự kiên nhẫn khi phải chờ một trang nào đó ở kết quả tìm kiếm của Google khi nó load chưa?

7. Đừng canh giữa tất cả mọi thứ

Canh giữa tất cả chữ vào giữa giống thể thơ lục bát rất khó đọc, hãy tưởng tượng khi bạn đọc một cuốn sách mà tất cả chữ nghĩa đều được căn giữa.

Quy luật in trên giấy đã xuất hiện từ rất sớm và ai cũng phải công nhận rằng căn lề trái là cách dễ đọc nhất. Vậy trước khi bạn nên làm gì, hãy nhớ đến những gì ngành in ấn đang làm.

8. Đừng dùng Javascript cho con trỏ chuột

Tôi cũng có nhiều lần được chiêm ngưỡng những Javascript cho con trỏ chuột như đồng hồ chạy theo chuột, ánh sao lấp lánh, mũi tên, thanh gươm ... nói chung nhìn nó đẹp và vui nhộn nhưng nó chỉ thích hợp với những trang cho trẻ con dưới 5 tuổi. Với những người như tôi, tôi chẳng thấy thích một cái đồng hồ hoặc một loạt ngôi sao cứ bám như đĩa lấy con chuột của tôi.

Do vậy hãy loại bỏ những thứ đó và chỉ nên dung khi thực sự cần thiết.

9. Tham khảo những “ông lớn” trên net

“Ông lớn” ở đây tôi muốn đề cập đến là các trang web lớn với hàng triệu người truy cập một ngày như Yahoo, Google, MSN ... bạn nên tham khảo cách thiết kế, trình bày, font chữ, màu sắc, hiệu ứng của họ.

Vì họ là công ty lớn, làm ăn lâu dài và họ đầu tư cả tấn tiền vào nghiên cứu rồi cho nên những gì họ dung là kết quả của cả một quá trình đúc rút kinh nghiệm từ những sai lầm. Cho nên hãy tham khảo cách họ làm và học hỏi ở họ.

5) 15 ĐIỀU NÊN TRÁNH KHI THIẾT KẾ WEB

Những điều nên tránh cũng quan trọng không kém những điều nên làm. Tác giả Maricon Williams sẽ cho chúng ta thấy rõ những "hiểm hoạ" cần tránh khi thiết kế web.

Sau đây là những điều nên tránh khi bạn thiết kế web, vì nó chỉ làm người đọc thấy khó chịu và không thoải mái.

1. Dòng chữ "website đang xây dựng, mời bạn quay lại sau"

Để một dòng chữ như vậy trên trang của bạn biến thành bạn một tên "ma mới" trong làng thiết kế. Trang web phải được phát triển đúng lúc, đúng thời điểm. Nếu trang của bạn chưa hoàn thiện để cho mọi người xem, thì chỉ đơn giản không cần upload lên làm gì. Nhưng nếu là dòng chữ "Trang web đang nâng cấp, mời bạn quay lại sau" thì khác nhé!

2. Bộ đếm lượt truy cập

Người đọc đến trang của bạn cũng chẳng màng quan tâm xem trang của bạn có nhiều người đến cùng họ hay không? tuy nhiên nếu một bộ đếm thể hiện một con số khoảng 3 chữ số, thì lại cho người đọc cảm giác trang của bạn mới được thành lập và rằng bạn còn newbie lắm. Nhưng nếu con số đó khoảng 6, 7 chữ số thì người ta nghĩ chắc bạn tự tăng lên chứ làm gì mà nhiều thế! Cho nên cách tốt nhất là bỏ hẳn bộ đếm đó đi, nhưng nếu bạn thực sự muốn biết là có bao nhiêu người truy cập vào trang của mình thì hãy kiểm tra thống kê trên host.

3. Thiếu dòng tuyên bố bản quyền

Mọi thứ bạn viết hoặc tạo ra trên trang web của bạn phải được ghi bản quyền thuộc bạn. Hãy chèn một dòng © copyright vào trang của bạn và nhớ cập nhật mỗi năm một lần.

4. Lạm dụng công nghệ

Hiện nay có quá nhiều phần mềm, công cụ hỗ trợ cho quá trình thiết kế web. Nếu bạn cứ tham lam dùng hết những công cụ đó thì bạn đã làm cho trang web thành nồi lẩu và làm người đọc mất tập trung. Nếu bạn phải chọn giữa công nghệ và sự

giản đơn. Hãy đi theo lựa chọn thứ hai vì nó là yếu tố quyết định chức năng của trang web.

5. Câu văn quá dài

Nhiều câu văn dài quá làm người đọc không có dấu chấm hoặc phẩy nào để nghỉ một chút lấy hơi nữa. Cho nên bạn nên giữ câu văn thật đơn giản, ngắn gọn và súc tích. Chỉ nói những gì cần nói và đi thẳng vào vấn đề.

6. Trang quá dài

Hãy cố gắng giữ nội dung trên một trang ngắn gọn và súc tích. Người đọc và đặc biệt là người lướt web chỉ đọc lướt thôi và rất dễ chán. Cho nên hãy tập trung sự chú ý của người đọc. Nếu bạn phải viết về một vấn đề dài, hãy chia nó ra làm nhiều trang.

7. Không chỉ ra lợi ích của sản phẩm hoặc dịch vụ:

Hãy chỉ ra các lợi ích của sản phẩm và dịch vụ, đặc biệt các tính năng lợi ích nổi trội. Đồng thời cam kết những lợi ích đó là thực sự.

8. Không nói cho người đọc biết phải làm gì

Trong marketing cái này được gọi là "ra lệnh hành động" (Call to Action). Trên trang của bạn nên có một chỗ nói cho người đọc biết phải làm gì ví dụ như là đăng ký newsletter, Order Now, Join US.

9. Flash quá nhiều hoặc lờ lợc:

Một đoạn giới thiệu bằng flash có thể rất sáng tạo và độc đáo, nhưng điều đó có thực sự cần thiết cho mục đích của bạn không? thậm chí bạn có thể tạo ra một đoạn flash với công nghệ cao, độc đáo và cực kỳ hấp dẫn, nhưng hãy nghĩ đến người đọc. Người ta đã mệt mỏi cả ngày tìm kiếm trên mạng, liệu họ có đủ kiên nhẫn ngồi xem một đoạn phim bằng flash của bạn không?

10. Quá nhiều thông điệp sẽ chồng chéo lên nhau.

Bạn đã bao giờ bỏ thời gian ra đọc những tờ hướng dẫn sử dụng khi bạn mua một loại thuốc nào đó chưa? những chữ loại to và màu đỏ chói to chà bá chạy dọc chạy xuôi trên trang web. Bạn nghĩ nó có hiệu quả không? thay vì gào to lên trên trang của mình, bạn hãy bắt đầu bằng những lời thì thầm nhẹ nhàng mà cuốn hút. Hãy thể hiện những gì bạn muốn tốt nhất có thể, và nhớ để những khoảng trắng để cho con mắt của bạn có một chỗ để nghỉ và tiêu hoá những gì bạn vừa viết.

11. Những hình động làm mất tập trung

Hãy nhớ lại kinh nghiệm của bạn khi vào một trang có hiệu ứng tuyệt rơi và cá vàng bơi. Bạn có đọc và hiểu những gì họ nói không? hãy nghĩ đến người lướt web và đôi mắt mệt mỏi của họ. Bạn vẫn có thể thu hút sự chú ý của khách bằng

những dòng chữ tĩnh thay vì cho nó chạy nhảy tùm lum dưới một làn mưa tuyết và cá bơi tung tăng.

12. Cú kích chuột đây quyền lực

Bạn biết là một người lướt web thì như thế nào đúng không? con chuột trong tay bạn, bạn muốn làm gì thì làm. Bây giờ hãy nghĩ con chuột đang nằm trong tay người khác và đang lướt trên trang web của bạn. Nếu trang của bạn đông nghẹt banner, flash, màu sắc loè loẹt hiệu ứng java các loại thì chỉ cần một cú click chuột thôi là bạn bị quên lãng. Nếu bạn không muốn họ bỏ đi thì hãy giữ cho nội dung và trang web gọn gàng và đơn giản.

13. Nhưng câu nói sáo rỗng sẽ bị quên lãng:

Bạn đã bao nhiêu lần nhấn vào một banner có dòng chữ "Chúc mừng bạn! bạn đã thắng \$100000! nhấn vào đây để lấy tiền"? cho nên bạn hãy thực lòng với những gì bạn đang cung cấp hoặc bán cho khách hàng.

14. Pop-up cực kỳ khó chịu:

Chắc không cần nói nhiều bạn cũng biết pop-up khó chịu đến mức nào. Có những lúc vào trang web mà có khoảng vài cửa sổ pop-up thì nhau nhảy lên che hết màn hình, tôi nghĩ chắc bạn cũng chẳng thèm đọc nó là cái gì mà đóng chúng lại và cả trang web khó chịu đó nữa. Cho nên nếu bạn không thích những kiểu đó thì đừng dùng nó trong trang của mình.

15. Không ai muốn đọc một lá thư chào hàng quá dài.

Nếu bạn có thể tóm tắt một lá thư khoảng 2 trang thành 5 chữ thì bạn sẽ thắng lớn trong mọi bài viết! cho nên hãy nhớ một điều viết lách trên web luôn luôn phải ngắn gọn và súc tích.

Cuối cùng bạn hãy nhớ đến những điểm trên và giới hạn nó ở mức thấp nhất có thể. Hãy đặt mình vào vị trí của người đọc, người mà đang tìm kiếm thông tin mà bạn muốn cho họ. Hãy nghĩ đến những thứ mà làm bạn khó chịu khi lướt web và hãy tránh xa nó khi bạn làm trang của mình. Một trang web gọn gàng, tiêu đề phù hợp, rõ ràng và những bài viết giàu thông tin là một trang web thành công.

6) THIẾT KẾ WEBSITE DƯỚI GÓC NHÌN CỦA David Bell

Những website hay bao giờ cũng có một vài điểm chung trong nó và đó là những điều tôi sẽ bàn ở bài này. Tôi khuyên bạn trước khi làm một website bạn hãy phác thảo kế hoạch ra giấy trước hơn là ngồi trước màn hình máy tính trống trơn...

Những website hay bao giờ cũng có một vài điểm chung trong nó và đó là những điều tôi sẽ bàn ở bài này. Tôi khuyên bạn trước khi làm một website bạn hãy phác thảo kế hoạch ra giấy trước hơn là ngồi trước màn hình máy tính trống trơn. Tôi không biết bạn như thế nào nhưng với tôi ngồi trọn mắt lên nhìn máy tính thì tôi không thể nghĩ ra được cái gì đáng giá cả. Cho nên tôi hay dùng cách cổ điển là dùng bút và giấy sau đó thì để cho trí sáng tạo của mình tuôn chảy. Bằng cách gạch đầu dòng bạn sẽ có thể bao quát mọi ý tưởng và không bỏ sót một ý tưởng nào, bởi

vì đã gọi là ý tưởng thì thường là đáng giá.

Một khi bạn đã quyết định được cho mình một chủ đề, thì công việc bây giờ là vẽ ra thanh di chuyển (Navigation). Bạn nên giữ nó ở mức đơn giản và dễ hiểu để cho khách đến thăm biết họ đang ở đâu trong site của bạn, nếu không họ sẽ thấy bực mình và bỏ đi. Hãy giữ thanh di chuyển giống nhau ở từng trang, để cho người đọc không phải tìm lại từng mục ở từng trang khác nhau. Link bằng hình đồ họa thường thì có hiệu quả hơn là chỉ có chữ không, nhưng bạn nên dùng những gì ít nhất là có thể đọc được và không quá khó chịu cho người đọc.

Bạn cũng nên chú ý đến màu của các liên kết và phải mạch lạc trong toàn bộ trang. Bạn nên bao gồm thông tin liên lạc ở dưới hoặc góc trên của mỗi trang, ít nhất phải là địa chỉ email. Nếu là trang web về thương mại thì nên bao gồm cả phone, fax và tên công ty nữa. Bởi vì không phải ai cũng đến trang của bạn từ trang chủ mà có thể họ search được trên mạng và nhảy vào trang nào đó và nếu bạn không cho thông tin liên lạc ở mỗi trang thì có lẽ họ sẽ không thể liên lạc được với bạn. Nếu bạn thử đi dạo một vòng các trang web thì bạn sẽ thấy rất nhiều trang thiếu đi phần nội dung rất quan trọng này. Ở Vietphotoshop.com vì chúng ta đã có diễn đàn, cho nên giữa bạn và tôi không còn khoảng cách nên thông tin này không phải là quá cần thiết nữa.

Nếu có thể bạn nên thêm sổ lưu bút hoặc góc nhận xét cho người đọc cũng là một cách tốt để bạn trực tiếp giao tiếp với người đọc mà không cần phải email hay gọi phone.

Những hình đồ họa thường làm cho trang web thêm cuốn hút về mặt hình thức, nếu bạn sử dụng sai hoặc lạm dụng nó sẽ dẫn đến ấn tượng không tốt. Bạn nên sử dụng màu nền rõ ràng và tương phản với chữ, tốt nhất là nên dùng nền trắng chữ đen. Đây là màu chuyên dùng nhất trên hầu hết các trang web. Những người lướt web trong đó có cả tôi và bạn thường rất không kiên nhẫn khi phải ngồi chờ một trang cà giựt đến cả phút mà không thấy tăm hơi đâu.

Nếu site của bạn khá lớn thì bạn nên có một mục Search để giúp đỡ người đọc tìm thông tin nhanh chóng hơn. Site của bạn càng nhiều thông tin thì người đọc càng khó có thể tìm chính xác được thông tin mà họ cần. Một khung tìm kiếm có thể giúp ích rất nhiều. Trình soạn thảo web như Microsoft Frontpage cho phép bạn thêm khung tìm kiếm một cách dễ dàng và form này tự động update khi có trang mới được thêm vào.

Sở hữu một trang web có nghĩa rằng bạn phải update nó thường xuyên. Người lướt web muốn biết được thông tin họ đang đọc là mới và cập nhật. Nếu có thể bạn nên thêm ngày cuối cùng bài đó được cập nhật vào dưới hoặc trên của bài. Điều này cho phép người xem biết được thông tin được cập nhật khi nào hoặc một cách khác bạn có thể cho thêm một khung và đặt tên là "Thông tin mới".

Thêm một trang liên kết về những thông tin liên quan đến chủ đề bạn đang viết cũng là một ý tưởng hay. Bạn có thể liên lạc với những admin của site khác và trao đổi link hoặc bạn cứ tự động thêm vào bài viết những liên kết bạn cho là hữu ích cho

người đọc. Bằng cách trao đổi liên kết bạn có thể tăng traffic site của cả hai phía. Những trang tốt nhất trên mạng là những trang cho bạn thấy những đường link đến những trang khác có cùng chung một chủ đề hoặc ít nhất liên quan đến chủ đề bạn đang quan tâm. Nếu bạn có thể viết một đoạn giới thiệu ngắn ở dưới mỗi đường liên kết. Nếu bạn có một trang liên kết thì hãy kiểm tra nó thường xuyên để sửa những link hỏng. Sẽ rất bực mình nếu bạn nhấp vào đường link mà lại ra thông báo lỗi.

Nếu bạn làm theo tất cả những điều trên và đưa nó vào trang web của bạn, bạn sẽ có một trang web thú vị, thiết kế đẹp mà khách đến thăm bắt buộc phải quay lại nhiều lần. Ai cũng có thể gia nhập Siêu lộ thông tin, nhưng điều đó phụ thuộc vào bạn sẽ sử dụng loại "xe hơi" nào ở đó.

7) 10 LỜI KHUYÊN CỦA Lisa Irby CHO THIẾT KẾ WEBSITE

10 lời khuyên sau đây sẽ không thừa ngay cả khi bạn đã xem một seri bài dạng này. Thêm bổ ích và hiểu biết đó là những gì người sưu tầm cảm nhận. Hy vọng bạn cũng sẽ như vậy!

1. Lựa chọn màu sắc nghèo nàn

Một điều quan trọng nhất khi thiết kế website mà bạn luôn phải nhớ đó là **giữ nó thật đơn giản**. Càng rườm rà rắc rối càng không cần thiết. Trang web của bạn không nên nhiều hơn 3 màu và chữ trong bài viết nên là màu có tính tương phản cao với nền. Không còn gì bực mình hơn khi phải đọc chữ màu vàng trên nền màu hồng, hoặc chữ màu cam trên nền màu xanh lá cây. Có thể theo bạn là rất đẹp nhưng với độc giả thì lại là một vấn đề khác và thường là khó chịu.

2. Thanh navigation rắc rối

Nếu độc giả của bạn không thể tìm được họ đang ở đâu và làm thế nào để quay về trang chủ thì họ cũng sẽ đi mà không từ biệt. Chính vì thế thanh navigation (thanh di chuyển) của bạn nên được logic và mạch lạc ở tất cả các trang. Theo kinh nghiệm của nhiều người thì độc giả thích nhất là có thanh navigation dọc ở bên trái, sau đó là thanh navigation ngang ở dưới banner.

3. Font chữ và màu sắc lộn xộn.

Cũng như là thanh navigation của bạn, bạn cũng nên thiết kế sao cho font chữ và màu sắc của trang thật mạch lạc. Nếu trang chủ của bạn font là Arial Font, kích thước là 10 thì những trang sau cũng nên dùng chung một font và kích thước như thế. Tất nhiên những vùng đặc biệt như là copyright, điều lệ ... thì bạn nên dùng font phù hợp. Tuy nhiên, trong hầu hết các trường hợp, bạn nên sử dụng cùng một loại font và kích thước xuyên suốt toàn bộ trang.

Bạn nên nhớ rằng 90% những người lướt web tìm thông tin bằng cách dùng các Search Engine để tìm thông tin mình cần và các Search Engine lại tìm keyword (từ khóa) trong domain của bạn và sau đó quyết định nó sẽ xếp hạng trang web của bạn ntn. Nếu bạn muốn người đọc tìm được trang của bạn bằng cách gõ keyword

"Free web host, Domain registration" thì bạn nên chọn những domain mà có chứa hoặc dính líu đến mấy từ domain, host hoặc webhosting.

4. Đoạn văn quá dài

Đây là một lỗi chung hay mắc phải bởi rất nhiều webmaster.

Để cho trang web của bạn đọc được một cách dễ dàng, bạn nên cắt nhỏ đoạn "diễn văn" đó ra và dùng những câu phụ đề. Hầu hết mọi người thì chỉ đọc lướt qua để dò xem mình cần cái gì cho nên nếu đoạn văn của bạn nhỏ và sắp xếp logic, nó sẽ giúp cho người đọc cảm thấy dễ chịu hơn.

5. Không có thông tin liên lạc của webmaster.

Đừng để độc giả của bạn phải tìm thông tin liên lạc, đặc biệt nếu site của bạn về bán hàng hóa online. Bạn nên để thông tin liên lạc ở mỗi trang. Nếu thông tin liên lạc của bạn khó có thể tìm thấy hoặc không có thì làm cho khách hàng không muốn buôn bán gì với bạn hết. Tuy nhiên nếu website của bạn có diễn đàn hoặc một cái gì gần như thế thì thông tin liên lạc lại không thực sự quan trọng. Vì khách hàng có thể liên lạc trực tiếp với bạn qua diễn đàn, sổ lưu bút ...

6. Trang load quá lâu

Nếu trang của bạn không được load dưới 10 giây, thì file HTML của bạn là quá lớn. Bạn hãy kiểm tra lại những hình đồ họa của mình. Liệu bạn sử dụng nhiều hình ảnh quá không? nó có cần phải định lại dung lượng không? Người ta hay quen dùng định dạng .JPG cho những file hình nhiều màu sắc và định dạng .GIF cho những hình đặc hoặc đơn màu. Bạn cũng nên nhớ định dạng độ cao, chiều rộng cho bảng trong khi thiết kế với HTML bởi vì chữ sẽ được load trước hình ảnh. Những hình GIF động làm giảm đáng kể tốc độ load của site.

7. Không có META tag

Meta tag là một dạng code ẩn, người đọc không thấy nó hiện trên trình duyệt nhưng nó lại được nhìn thấy bởi những Search Engine. Thực ra hiện nay các META tag không còn quan trọng như trước đây nữa, nhưng các công cụ tìm kiếm vẫn một phần nào đó dựa vào những META tag này để hiển thị thông tin về trang web của bạn.

9. Sử dụng frame

Frame có thể tạo ra rất nhiều phiền toái cho bạn. Nhiều Search Engine không index những trang dùng frame, frame đôi khi không cho phép người đọc book mark site của bạn và nó gây khó khăn khi in ấn.

9. Chữ chạy nháy

Thẻ marquee là một tính năng rất thú vị, nhưng có nhiều người lại lạm dụng nó.

Mặc dù ý tưởng dùng chữ marquee là khá hay và hấp dẫn, nhưng bạn nên nhớ rằng không phải ai cũng thấy cách này là một cách hay đâu. Nếu bạn quyết định dùng marquee, thì bạn phải xác định rõ ràng là nó có thực sự mang lại hiệu quả và tăng thêm sức hấp dẫn cho site của bạn hay không. Có một vài trường hợp dùng marquee khá là hiệu quả như thông báo thông tin mới, thông tin nóng nhưng có nhiều trường hợp marquee text làm người đọc thấy khó chịu.

10) Chọn độ phân giải không phù hợp

Hiện nay đa phần người lướt web dùng màn hình với độ phân giải là 800x600. Nếu bạn thiết kế trang web để phù hợp với độ phân giải là 1024x768 Px hoặc cao hơn, thì bạn phải nhớ rằng rất nhiều người phải kéo thanh cuộn ngang để xem thông tin. Tôi không biết bạn nghĩ ntn, nhưng tôi nghĩ nó khá là khó chịu. Tuy nhiên hiện nay những màn hình 1024x768 đang dần trở lên thịnh hành và bạn cũng không nên quá lo lắng nữa.

Nhưng nếu bạn muốn trang web của bạn có thể hiển thị ở mọi độ phân giải, bạn nên định dạng bằng chế độ phần trăm thay vì pixel. Ví dụ khi bạn định dạng bằng là 100% width thay vì "800" thì khi màn hình là 800 hay 1024 nó vẫn hiện đầy đủ hết.

8) TAO MỘT NAVIGATION TIÊU CHUẨN - Max Cabba

Tạo một navigation tiêu chuẩn như thế nào? Hầu hết các webmaster thường hay hỏi câu hỏi tương tự như vậy khi họ thiết kế trang web của mình - Max Cabba.

Hầu hết các webmaster thường hay hỏi câu hỏi tương tự như vậy khi họ thiết kế trang web của mình. Trong bài viết này, tôi sẽ cố gắng trình bày những thứ cơ bản nhất mà theo tôi là một dạng thành navigation tiêu chuẩn. Mặc dù thanh navigation tạo ra nó chẳng có gì phức tạp, nhưng rất hiếm những người thiết kế lại chưa từng thử làm cho nó thêm phức tạp. Do vậy những đặc điểm cơ bản của một thanh di chuyển là:

- Rõ ràng

Bạn sẽ bỏ ra bao nhiêu thời gian để học cách di chuyển trên một trang đang sử dụng một loại navigation "vô tiền khoáng hậu"? Cho người mới biết đến thế giới mạng thì học cách dùng thanh navigation là không thể thiếu. Nhưng tại sao chúng ta lại để người đọc phải học cách di chuyển trên trang của mình? người lướt web tìm thông tin và webmaster thì cho họ thông tin. Cho nên thanh di chuyển nên rõ ràng cho mọi người ngay từ cái nhìn đầu tiên.

- Đường liên kết dễ nhận biết

Tôi không muốn phải tìm kiếm khắp trang với con chuột để tìm ra chỗ nào là có đường liên kết. Người đọc đã trở lên quen thuộc với những đường link màu xanh và có gạch chân. Tuy nhiên cho dù bạn muốn áp dụng kiểu gì cho trang của mình thì hãy nhớ rằng đừng làm cái gì quá đặc biệt mà người đọc phải khó khăn lắm mới tìm ra được. Bạn sẽ mất cơ hội đó!

- Đồng bộ.

Nếu tôi đã quen với cách bạn trình bày đường liên kết ở trang thứ nhất rồi thì bạn hãy giữ nguyên định dạng đó ở các trang còn lại bởi vì tôi không muốn học lại một lần nữa đâu. Đây chính là lý do vì sao người thiết kế web luôn giữ cùng một phong cách xuyên suốt toàn bộ trang web. Nó bao gồm hình ảnh, font chữ, màu chữ, cỡ chữ và nơi đặt chúng.

- Dễ thấy

Navigation nên được đặt ở những nơi được nhiều người quen với như là ở trên cùng dưới banner hoặc góc trên tay trái. Liên kết đến một trang khác thì nên đặt ở trên, liên kết đến trang kế hoặc quay lên trên lên được đặt ở dưới.

- Tên ngắn gọn, súc tích và dễ đọc.

Kích cỡ của đường link nên lớn một chút và đừng để người đọc phải mất công tìm kiếm. Tên đặt cho liên kết nên ngắn gọn và súc tích và phải phần nào đó nói lên nội dung của trang được link tới.

- Số lượng vừa phải

Chắc bạn cũng không thấy thú vị gì khi thấy một thanh navigation nào đó dài như tiểu thuyết và chỉ chút chữ nhỉ? cho nên thanh navigation nên được chia ra Menu chính và Submenu. Những submenu này bạn có thể dùng Java rất hợp lý, đẹp và tiết kiệm diện tích.

9) BỐ CỤC VÀ HÌNH ẢNH MINH HỌA THU HÚT NHIỀU BAN ĐỌC NHẤT

Người ta cho rằng tội lỗi lớn nhất mà bài quảng cáo có thể phạm phải là không thu hút được sự chú ý của bạn đọc. Làm cho quảng cáo được bạn đọc để mắt đến là công việc của họa sĩ vẽ bố cục và giám đốc mỹ thuật...

Người ta cho rằng tội lỗi lớn nhất mà bài quảng cáo có thể phạm phải là không thu hút được sự chú ý của bạn đọc. Làm cho quảng cáo được bạn đọc để mắt đến là công việc của họa sĩ vẽ bố cục và giám đốc mỹ thuật. Nhưng cũng như người viết lời quảng cáo muốn viết nên kiệt tác thì phải đẹp thứ "văn chương hoa mỹ", người giám đốc mỹ thuật cũng phải cất đi thứ "mỹ thuật màu mè" khi thiết kế quảng cáo ít ra thì mỹ thuật phải được xem là vấn đề thứ yếu. Mục đích chủ yếu của một bài quảng cáo chính là chào hàng. Do đó, bạn nên dùng các bố cục và hình ảnh minh họa với ưu tiên hàng đầu là nghệ thuật bán hàng rồi mới đến yếu tố thẩm mỹ.

Một giám đốc mỹ thuật đã mô tả những chuyển biến tư tưởng của mình khi chị đang cố gắng thiết kế những bài quảng cáo về các sản phẩm. Khi mới bước chân vào nghề quảng cáo, chị cố gắng áp dụng những điều học được ở trường mỹ thuật. Khi thiết kế bố cục quảng cáo, đầu tiên chị quan tâm đến khiếu thẩm mỹ và thiết kế đẹp. Còn khi chọn hình ảnh minh họa thì tiêu chí hàng đầu của chị là dùng hình càng giống với tranh ảnh của những danh họa thời xưa càng tốt. Kết quả là khi xem những mẫu quảng cáo của chị, các đồng nghiệp khác hét "Ồ" rồi "À!" thích thú. Những bài quảng cáo của chị đoạt nhiều giải tại các cuộc triển lãm mỹ thuật thương mại.

Có óc thực tế và nhận thức được mục đích chính của quảng cáo là chào hàng với số đông

công chúng, vị giám đốc mỹ thuật này đã đưa những tác phẩm sáng tạo của mình cho các tài xế taxi, các nhân viên tắc kị, thư kị, và những người khác không quan tâm trực tiếp đến mỹ thuật... xem qua. Chị đưa cho mỗi người xem vài bài quảng cáo và hỏi họ bài nào lôi cuốn nhất. Khi người đầu tiên bảo anh ta thích hơn cả là bài quảng cáo ít mang tính nghệ thuật nhất, chị đã cười xòa. Và khi một cô thư kị cũng bảo thế, chị lại nghi đó là một sự trùng hợp ngẫu nhiên.

Nhưng khi hàng tá người xem bỏ qua các tác phẩm sáng tạo và chọn các bài quảng cáo kém nghệ thuật, thì người giám đốc mỹ thuật này bắt đầu nhận thấy ánh sáng chân lý. Kể từ đó, chị đã tiến hành hàng trăm cuộc kiểm nghiệm. Chị nhận ra rằng giá trị nghệ thuật của một mẫu quảng cáo không quan trọng bằng khả năng gây chú ý và có hiệu quả chào hàng. Đôi khi, các nguyên tắc mỹ thuật phải được đảo ngược hoàn toàn để tạo ra bài quảng cáo có hiệu quả.

MỸ THUẬT THUẬN TÚY VÀ MỸ THUẬT THƯƠNG MẠI

Nhiều họa sĩ quảng cáo ngày nay vẫn có suy nghĩ như vị giám đốc mỹ thuật nói trên khi chị chưa đưa những mẫu quảng cáo của mình cho những người bình thường xem. Rắc rối trong việc ứng dụng những quy tắc mỹ thuật vào quảng cáo là ở chỗ mỹ thuật tìm cách thỏa mãn cảm xúc và hài hòa về màu sắc với môi trường xung quanh. Tại sao những dây ghề trong các công viên lại được sơn màu xanh mà không là màu cam? Bởi vì màu xanh đẹp hơn. Bởi vì màu xanh hợp với cảnh vật xung quanh hơn. Nhưng liệu nhà quảng cáo có muốn hòa điệu với môi trường xung quanh không? Liệu nhà sản xuất có chịu bỏ ra 40.000\$ [1] đô la cho một trang màu trên một tờ tạp chí chỉ để thỏa mãn khiếu thẩm mỹ của độc giả? Không hề. Họ chỉ muốn quấy phá người đọc, bắt người đọc dừng lại ngay - kích động họ và xúi giục họ mua hàng.

SỬ DỤNG KIỂU CHỮ SAO CHO HIỆU QUẢ

Điều chủ yếu cần xem xét khi chọn kiểu chữ cho tiêu đề chính là nó phải có kích cỡ đủ lớn và đủ sức thu hút sự chú ý của người đọc.

Điều chủ yếu cần xem xét khi chọn kiểu chữ cho bài viết là phải dễ đọc. Kiểu chữ dễ đọc nhất đối với mọi người chính là kiểu chữ mà họ đọc thường xuyên nhất. Do đó, hãy in bài viết của bạn bằng kiểu chữ thông thường sử dụng hàng ngày trong các bài báo. Tránh dùng kiểu chữ lạ. Tránh dùng chữ thảo. Tránh dùng quá nhiều chữ in nghiêng. Tránh dùng chữ in quá mờ hoặc quá đậm. Tránh dùng bất cứ kiểu chữ nào làm người đọc tập trung chú ý vào kiểu chữ hơn là thông điệp quảng cáo. Đừng có tạo không khí bằng kiểu chữ.

Một số giám đốc mỹ thuật sử dụng kiểu chữ như một phương tiện trang trí không hơn không kém. Họ ép chữ vào những hình vuông gọn ghẽ, hoặc hình chữ nhật hoặc những hình thù khác. Họ sắp xếp sao cho mọi dòng chữ đều dài bằng nhau, giống như những dòng chữ khắc trên bia tưởng niệm. Đôi khi họ dùng một kiểu chữ gầy khác thường hay chữ thảo để cho toàn bộ bài viết không lẫn sang hình minh họa. Đôi khi họ sử dụng kiểu chữ như một phần của thiết kế bằng cách biến bài viết thành những dòng chữ dài khó đọc trong một kiểu chữ lạ với những khoảng trắng giữa các dòng. Thiết kế kiểu này có thể làm cho mẫu quảng cáo có nghệ thuật hơn nhưng nó lại không mời gọi người đọc. Hãy nhớ rằng người ta mua báo là để đọc truyện và tin tức. Do đó, nếu muốn bài quảng cáo của bạn có độc giả, hãy trình bày bài viết sao cho giống như bài báo hay truyện.

Khi lựa chọn kiểu chữ cho các mẫu quảng cáo, bạn nên tham khảo những bài quảng cáo qua thư đặt hàng tiêu biểu được đăng đi đăng lại, như các hình 1.2 và 11.1. Hãy lưu ý đến những kiểu

chữ cứng cáp, in đậm, dễ đọc sử dụng trong các tiêu đề và kiểu chữ rõ nét của bài viết. Nếu bạn không biết tên gọi của nhiều kiểu chữ khác nhau, bạn nên xé một mẫu quảng cáo qua thư đặt hàng có chất lượng trên một tờ báo hay tạp chí bất kỳ và bảo với người thợ xếp chữ: “Hãy xếp chữ cho mẫu quảng cáo của tôi giống như thế này”.

Khi chuẩn bị bố cục của một bài quảng cáo, hãy thiết kế tiêu đề đậm và với cỡ chữ lớn vừa đủ để người đọc qua loa nhất cũng không thể bỏ sót được thông điệp của bạn. Nếu tiêu đề dài, hãy xếp chữ in hoa hoặc cỡ chữ cực lớn cho những từ hay cụm từ quan trọng, hoặc có thể dùng cả hai cách.

Cỡ chữ lớn dùng trong tiêu đề sẽ gây được sự chú ý mạnh mẽ. Nó cũng tạo sức mạnh cho thông điệp của bạn. Xét tiêu đề sử dụng cỡ chữ bình thường này:

THÔNG BÁO KIỂU SẢN PHẨM MỚI

Bây giờ hãy xem tiêu đề có sức nhấn mạnh như thế nào với cỡ chữ lớn dưới đây:

THÔNG BÁO KIỂU SẢN PHẨM MỚI

Cỡ chữ lớn làm tăng thêm sức mạnh và tầm ảnh hưởng cho bản thông báo của bạn. Cỡ chữ lớn biến bản thông báo thành một tin tức quan trọng chứ không phải là một tin vặt. Nó tại được ấn tượng rằng bạn đang nói cao giọng thay vì thì thầm. Mẫu thông báo dùng cỡ chữ nhỏ hàm ý rằng bản thân bạn cũng không nghĩ điều thông báo đó là quan trọng.

Thậm chí khi bạn không có tin tức gì - không cần thông báo điều gì, bạn cũng có thể mang lại hương vị tin tức cho tiêu đề bằng cách in tiêu đề bằng cỡ chữ lớn. Xét tiêu đề sử dụng cỡ chữ bình thường này:

GỬI NHỮNG NGƯỜI MUỐN TIẾN THÂN

Đây quả là một tiêu đề thú vị, nhưng hãy xem nó sẽ trở nên quan trọng hơn như thế nào khi nó chạy ngang trang báo với cỡ chữ lớn:

GỬI NHỮNG NGƯỜI MUỐN TIẾN THÂN

Cỡ chữ lớn dường như cộng thêm giá trị thông báo, giá trị tin tức, mặc dù tiêu đề chẳng cung cấp thông tin gì cả. Tuy nhiên, không nên dùng chữ in hoa nhiều hơn sáu bảy từ trong một dòng. Đối với hầu hết những người trưởng thành thì dòng chữ toàn chữ in hoa khó mà đọc suôn sẻ nếu nhiều hơn mức ấy. Hãy xếp tiêu đề trên như sau:

Gửi những người muốn tiến thân

LÀM NỔI BẬT NHỮNG TỪ QUAN TRỌNG TRONG TIÊU ĐỀ

Khi xử lý tiêu đề dài dòng, có thể bạn không có đủ chỗ để đặt tất cả các từ vào cỡ chữ lớn. Trong trường hợp này, bạn chỉ đặt một phần tiêu đề vào cỡ chữ lớn. Ví dụ, sau đây là một tiêu đề dài mà không có từ nào được làm nổi bật:

BẠN CÓ THỂ QUẢNG GÁN LO VỀ TIỀN BẠC NẾU THỰC HIỆN KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH ĐƠN GIẢN NÀY

Còn dưới đây cũng là tiêu đề đó nhưng có nêu bật một số từ bằng cỡ chữ lớn. Khi xếp chữ cho một mẫu quảng cáo, những từ nêu bật này có thể được đưa ra đứng riêng, để bắt mắt người đọc.

Hãy lưu ý rằng bản thân những từ được nêu bật phải chuyển tải một thông điệp hoàn chỉnh. Điều này rất quan trọng, không nên làm nổi bật những từ mà bản thân chúng không có nghĩa:

BẠN CÓ THỂ QUẢNG GÁNH LO

VỀ TIỀN BẠC

nếu thực hiện kế hoạch tài chính

đơn giản này

Dưới đây là bốn tiêu đề nữa được xử lý tương tự. Trong cách viết đầu tiên của từng tiêu đề, không có từ nào được làm nổi bật. Trong cách viết thứ hai, những từ có nghĩa được đặt trong cỡ chữ lớn:

- (1) Gửi những ai muốn
thôi việc vào một ngày nào đó
- (2) Gửi những ai muốn
THÔI VIỆC vào một ngày nào đó
- (1) Trị bệnh cảm lạnh
nhanh chóng theo cách này
- (2) TRỊ BỆNH CẢM LẠNH
nhanh chóng theo cách này
- (1) Hàng nghìn người giờ hưởng nhân
trước kia không dám mơ được như vậy
- (2) HÀNG NGHÌN NGƯỜI
GIỜ HƯỞNG NHÂN
trước kia không dám mơ được như vậy
- (1) Còn ai muốn giặt trắng hơn
mà không vất vả
- (2) CÒN AI MUỐN
GIẶT TRẮNG HƠN
mà không vất vả

Khi bạn đưa bài viết cho họa sĩ thiết kế bố cục hoặc giám đốc mỹ thuật, họ thích bạn chỉ ra những từ nào quan trọng, nếu có, trong tiêu đề cần phải được nhấn mạnh hay xếp vào cỡ chữ lớn so với những từ khác.

Nếu viết tiêu đề dài, bạn nên khôn khéo đưa vào một cụm từ có nghĩa mà có thể được in cực đậm hay dùng cỡ chữ cực lớn. Nếu có thể làm như vậy thì bạn nên sắp xếp ý tưởng sao cho cụm từ có nghĩa này xuất hiện ở phần đầu tiêu đề. Cách sắp xếp này được dùng ở ba trong số bốn tiêu đề đã liệt kê ở trên. Cách này không được dùng trong tiêu đề: "Gửi những ai muốn THÔI VIỆC vào một ngày nào đó".

HÌNH ẢNH GÂY SỰ CHÚ Ý

Người ta đã tiến hành hàng trăm cuộc khảo sát ý kiến bạn đọc, trong đó bạn đọc được hỏi về những mẫu quảng cáo nào khiến họ chú ý trong nhiều ấn phẩm khác nhau. Theo kết quả thu được, người ta có thể liệt kê ra những loại hình ảnh đặc biệt hiệu quả trong việc thu hút sự chú ý của người đọc. Ví dụ:

- § Hình cô dâu
- § Hình em bé
- § Hình loài vật
- § Hình những người nổi tiếng
- § Hình những người mặc trang phục kỳ cục, chẳng hạn như trang phục tại vũ hội hóa trang
- § Hình những người trong những tình huống kỳ quặc, chẳng hạn như hình người đàn ông đeo một miếng che mắt
- § Hình kể một câu chuyện, chẳng hạn như bé gái đang đội thử cái nón của mẹ
- § Hình lãng mạn, chẳng hạn như một chàng trai đang ôm một cô gái băng qua dòng suối chảy xiết.
- § Những bức ảnh về thảm họa, chẳng hạn như tai nạn xe hơi
- § Hình thời sự, chẳng hạn như việc phóng tàu vũ trụ
- § Những hình ảnh đúng thời điểm, chẳng hạn như hình ông già Noel trong dịp Giáng sinh, hay hình cố tổng thống Mỹ Abraham Lincoln nhân ngày sinh nhật ông.

Một nhận xét thú vị cũng được rút ra sau các cuộc khảo sát ấy là, đối với phần lớn sản phẩm, các quý ông hay để ý đến những bài quảng cáo có hình đàn ông, và ngược lại, các quý bà hay xem những mẫu quảng cáo có hình phụ nữ. Rõ ràng là hình ảnh đóng vai trò như một cái nhãn. Một người đàn ông nghĩ rằng mẫu quảng cáo có hình đàn ông thì có lẽ là quảng cáo về sản phẩm dành cho nam giới, và bài quảng cáo có hình phái đẹp thì có lẽ là về sản phẩm dành cho nữ giới.

Khi chưa sử dụng những cuộc khảo sát bạn đọc rộng rãi, một số nhà quảng cáo vẫn tin rằng cách thu hút một bạn đọc nam là đưa ra hình một người đẹp đang tắm. Rõ ràng là kỹ thuật này thu hút không đúng đối tượng bạn đọc hoặc thu hút người đọc trong một tâm trạng không thích hợp. Loại hình ảnh này có thể chỉ gợi cảm giác khao khát cô gái chứ dường như không gợi cảm giác khao khát sản phẩm đang được quảng cáo. Có một câu chuyện trong buổi đầu phát triển của loại hình quảng cáo qua thư trực tiếp về một người đàn ông sau khi đọc một catalog quảng cáo đã gửi 29,95 đô la yêu cầu một chiếc áo đầm phụ nữ. Khi chiếc áo được chuyển đến, ông phàn nàn vì với 29,95 đô la, ông mong nhận được cô người mẫu mặc chiếc đầm trong hình in trên catalog!

HÌNH ẢNH CÓ HIỆU QUẢ CHÀO HÀNG

Khi sử dụng thông tin từ các cuộc khảo sát ý kiến độc giả, nên nhớ rằng giá trị thu hút sự chú ý của hình ảnh minh họa không đồng nghĩa với giá trị chào hàng cao. Để chào hàng hiệu quả thì hình ảnh phải liên quan đến sản phẩm.

Một số nhà quảng cáo đã sử dụng sai các kết quả khảo sát bạn đọc khi minh họa quảng cáo

bằng hình ảnh gây được sự chú ý nhưng không liên quan gì đến sản phẩm. Ví dụ như khi dùng hình cô dâu hay em bé nhằm mục đích gây chú ý cho bài quảng cáo xe hơi, bạn sẽ thu hút không đúng đối tượng độc giả và với tâm trạng không thích hợp. Hình cô dâu chỉ hợp với các sản phẩm quà cưới như trang sức bạc chẳng hạn. Còn hình em bé chỉ nên dùng cho sản phẩm phần trẻ em.

Căn cứ vào các cuộc kiểm nghiệm về hiệu quả chào hàng của quảng cáo, sau đây là những ví dụ điển hình về hình minh họa có giá trị chào hàng.

1. Hình sản phẩm. Ví dụ, trong quảng cáo cho xe hơi, hãy trình bày hình chiếc xe hơi
2. Hình sản phẩm đang được sử dụng. Ví dụ, hình một người phụ nữ đang sử dụng dụng cụ làm vườn mới mua.
3. Hình về những hiệu quả, lợi ích, v.v... sau khi sử dụng sản phẩm. Ví dụ, hình một người phụ nữ đang trầm trồ một cái bánh ngọt cô đã nướng, hoặc đang thưởng thức cái bánh pudding cô đã làm, hoặc đang mặc một cái áo khoác đẹp mà cô từng ao ước.
4. Hình về việc đạt được tham vọng. Ví dụ, một cậu bé được nhận văn bằng. Ví dụ khác: mẫu quảng cáo về một trường hàm thụ và hình một người đàn ông tươi cười đang đưa cho vợ một ít tiền. Tiêu đề: "Thêm 50 đô la nè, em yêu – Anh thật sự đã kiếm được tiền rồi".
5. Hình một chi tiết được phóng to. Ví dụ, hình một loại ngòi bút mới được phóng to dưới kính lúp.
6. Hình thể hiện kịch tính. Ví dụ, một bài quảng cáo cho khóa học rèn luyện trí nhớ đưa ra hình một người đàn ông đang bị bịt mắt. Tiêu đề: "Trí nhớ chỉ là chuyện nhỏ".

Một sai lầm nên tránh khi chọn hình minh họa là không nên dùng hình ảnh quá cường điệu hay quá khéo. Chuyện sau đây thỉnh thoảng cũng hay xảy ra. Một hãng nhiều năm làm quảng cáo cho những tour du lịch biển. Họ đã quá chán với những hình ảnh những con người sung sướng bước chân lên tàu, hay hình những nhóm người đang vui vẻ đánh cờ trên boong tàu. Họ muốn tạo ra cái gì đó khác biệt. Và thế là họ chuẩn bị một bài quảng cáo du lịch biển trong đó nêu bật hình ảnh một cái la bàn hay hình cái mũ của thuyền trưởng. Điều này quả là khéo léo, nhưng rất khiên cưỡng. Hãng quảng cáo ấy đã quên mất hai sự thật quan trọng, đó là:

1. Đối với một người bình thường khi đọc lướt qua một ấn phẩm thì hình cái la bàn là quảng cáo cho cái la bàn, hình cái mũ là quảng cáo cho cái mũ.
2. Những người để dành được đủ tiền cho một chuyến du ngoạn trên biển thường thích hình ảnh hành khách bước chân lên tàu hay hình những nhóm người chơi cờ trên tàu. Đó mới chính là những gì họ mong đợi. Do đó đừng để mất khách hay làm cho họ lúng túng với hình la bàn hay mũ.

Khi tìm ý tưởng để minh họa cho quảng cáo, bạn sẽ thấy hình sản phẩm mang lại hiệu quả cao nhất. Ví dụ, Câu lạc bộ "Sách hay nhất trong tháng" đăng hình những cuốn sách. Nếu xem qua một catalog đặt hàng qua thư, bạn sẽ thấy:

- § Hình máy khâu là quảng cáo cho máy khâu
- § Hình máy hút bụi là quảng cáo cho máy hút bụi
- § Hình áo đầm là quảng cáo cho áo đầm
- § Hình giày dép là quảng cáo cho giày dép

Những ví dụ đã nêu không có ý loại trừ việc sử dụng các hình ảnh có kịch tính và gây hứng thú. Những hình ảnh thú vị sẽ rất tốt nếu điểm gây thú vị của chúng có liên quan đến sản phẩm được

quảng cáo.

TẠI SAO ẢNH CHỤP LÀ MINH HỌA TỐT

Sau khi đã chọn được chủ đề cho hình minh họa của mình, thường thì bạn nên dùng ảnh chụp về chủ đề ấy thay vì hình vẽ. Về độ tin cậy thì không có gì khiến người ta tin tưởng bằng ảnh chụp cả. Nếu cứ dùng hình vẽ hay bức họa, bạn nên cố gắng dùng tranh càng giống như thật càng tốt, càng như ảnh chụp càng hay.

Hiệu quả của ảnh chụp có thể được minh họa bằng một số kinh nghiệm cá nhân của tôi. Một cô bạn đã kể với tôi trong cả nửa giờ liền về cậu cháu trai cưng bé nhỏ của mình. Tôi không biết gì nhiều về cậu bé qua lời kể của cô bạn. Lời mô tả của cô quá lý tưởng hóa đứa cháu. Rồi cô ấy cho tôi xem một bức chân dung lớn vẽ bằng sáp màu về một cậu bé trai dễ thương. Tôi xem bức vẽ nhưng không thể mừng rỡ trong đầu hình ảnh cậu bé trong thực tế. Cuối cùng cô ấy cho tôi xem bức ảnh chụp nhanh một cậu bé đang trượt tuyết. Tấm hình tuy bé nhưng tôi có thể biết được mặt mũi cậu bé như thế nào. Cậu bé tỏ ra có cá tính với nụ cười dễ thương. Tôi đã có thể nhận diện cậu bé. Nhưng với bức tranh bằng sáp màu thì tôi không tài nào nhận ra cậu. Bức tranh nhìn không thật và không thuyết phục.

Lần khác, tôi đang xem một catalog về các khu nghỉ mát mùa hè. Có hai bài quảng cáo về hai khu nghỉ mát đã thu hút tôi. Nhưng một bài có lợi thế hơn hẳn so với bài kia. Nó trình bày ảnh chụp khu nghỉ mát và vùng quê xung quanh. Qua những bức ảnh này, tôi có thể hình dung rõ ràng về khu nghỉ mát. Chúng đưa ra trước mắt người đọc những hình ảnh tuyệt vời chỉ kém chuyến nghỉ mát thực tế mà thôi. Mẫu quảng cáo kia in một hình vẽ lý tưởng hóa về khách sạn và đất đai xung quanh. Nó vẽ những lá cờ đang tung bay phấp phới, đài phun nước đang nô giỡn và cả những chiếc thuyền buồm xinh xắn trên mặt hồ gần đây. Bức tranh ấy không chứng tỏ được điều gì cả. Nó không cung cấp thông tin thật. Nó không có sức thuyết phục. Nó chỉ đơn thuần là hình ảnh lý tưởng về một khách sạn mùa hè dưới con mắt họa sĩ.

Một lần khác, tôi muốn đi mua túi hành lý máy bay. Tôi tìm quảng cáo trên báo và tạp chí. Một số bài quảng cáo có hình vẽ túi hành lý, một số minh họa bằng tranh vẽ một số khác dùng ảnh chụp. Những bài có ảnh chụp thu hút tôi nhất. Tôi biết nếu tôi đi xem những túi hành lý này thì tôi sẽ không thất vọng. Những túi hành lý trên thực tế sẽ giống như những bức ảnh này. Mặt khác, nếu đi xem những túi hành lý mà tôi chỉ được biết trước qua nét vẽ đồ họa hay tranh nghệ thuật thì có thể tôi sẽ thất vọng. Món đồ trên thực tế chưa hẳn sẽ giống như bức vẽ về nó.

Ảnh chụp cung cấp thêm thông tin thực cho bài quảng cáo, ảnh chụp có sức thuyết phục, ảnh chụp chính là bằng chứng. Tất cả chúng ta đều biết khi xem ảnh chụp một người, một món hàng hoặc một khu du lịch chính là chúng ta đang xem những hình ảnh có thật. Có những chi tiết nhỏ trong ảnh chụp có thể nói lên rất nhiều điều - các chi tiết nhỏ về vẻ mặt hay cảnh vật xung quanh. Liếc nhìn một bức ảnh là gần như tận mắt thấy vật thể trên thực tế.

Tục ngữ Việt Nam có câu: "Trăm nghe không bằng một thấy". Nếu quả điều này đúng thì một bức ảnh tốt có giá trị bằng hai trăm lời nói.

SỬ DỤNG HÌNH ĐẦU NGƯỜI TRONG QUẢNG CÁO

Tại sao các nhà quảng cáo qua thư đặt hàng hay sử dụng hình đầu đàn ông hay phụ nữ để minh họa cho quảng cáo? Câu trả lời là loại hình minh họa này mang lại doanh thu cao hơn các loại khác.

Hình đầu người dễ gây sự chú ý. Điều này đặc biệt đúng khi người mẫu nhìn thẳng vào bạn và có liên quan đến sản phẩm hay dịch vụ được quảng cáo, ví dụ như hình một người đang sử dụng sản phẩm hay một học viên tốt nghiệp từ một khóa học hàm thụ. Bức ảnh một người nhìn thẳng vào mặt bạn sẽ khiến bạn dừng lại nhanh hơn là hình một bánh xà phòng hay hình phong cảnh.

Xét khía cạnh không gian trang báo thì hình đầu người có hiệu quả kinh tế hơn. Bạn chỉ cần đưa ra khuôn mặt. Điều này có nghĩa là nếu bạn có khoảng trống rộng để dành cho hình minh họa thì bạn có thể phóng to mặt người cho nó lấp đầy khoảng trống, và như vậy tạo ra được một hình minh họa không thể nào bị bạn đọc bỏ sót.

Nếu bạn sử dụng bài viết dài nhưng chỉ có một khoảng trống nhỏ dành cho hình minh họa thì không có hình nào đưa vào mà bắt mắt hơn hình đầu người. Nhiều mẫu quảng cáo có khổ 60 dòng nhét đầy chữ là chữ đến nỗi khoảng trống dành cho minh họa không lớn hơn một con tem. Tuy nhiên, khoảng trống nhỏ này cũng đủ để chứa một bức ảnh đầu đàn ông hay phụ nữ có hiệu quả thu hút.

Còn những loại hình ảnh minh họa khác được dùng trong quảng cáo là gì? Đó là những cảnh ngoài trời, nhóm người, cảnh văn phòng, cảnh trong nhà, phong cảnh, v.v.. Hình ảnh minh họa kiểu này đưa vào những khoảng trống lớn trên trang báo thì thích hợp. Nhưng chúng không có lợi thế nếu sử dụng trong những bài quảng cáo khổ một phần tư trang hay với bài viết dài.

Hãy xét trường hợp bạn dùng hình phong cảnh. Bạn không thể nhét một bức ảnh phong cảnh có hiệu quả chào hàng vào một khoảng trống nhỏ. Nếu bạn thu nhỏ lại bức tranh phong cảnh, những chi tiết của nó sẽ khó nhìn rõ. Nếu bạn cắt bớt một phần bức ảnh phong cảnh, bạn dễ làm hỏng nó.

Nhưng giả sử bạn đang sử dụng hình đầu người. Bạn có thể bỏ đi phần vai và cổ áo. Thậm chí bạn cũng có thể bỏ đi phần đỉnh đầu, chỉ giữ lại gương mặt, và hình minh họa ấy vẫn tốt. Hình đầu người, nhất là khi anh ta đang nhìn bạn, là một trong những kiểu hình minh họa có hiệu quả nhất mà bạn có thể dùng với không gian hạn chế. Và nó cũng cực kỳ hiệu quả nếu phóng to lên lấp đầy một diện tích lớn hơn.

Có những lý do thuyết phục khác để bạn sử dụng hình đầu người làm minh họa cho quảng cáo. Hãy xét trường hợp bài quảng cáo có lời chứng thực. Nếu bạn đưa ra thông tin quảng cáo. Họ sẽ cho rằng bài quảng cáo ắt hẳn là đúng sự thật, nếu không người đưa ra lời chứng không khi nào dám cho phép sử dụng hình ảnh của họ. Hơn nữa, khi bạn đọc đọc lời chứng, họ có thể thỉnh thoảng liếc nhìn người đã viết lời chứng ấy. Họ có thể thấy mặt mũi của người đó. Điều này làm tăng sự quan tâm của độc giả và khiến cho thông điệp quảng cáo toát lên cảm giác thân tình hơn.

10) 15 xu hướng tạo hình trong thiết kế logo

Trong vài năm gần đây, người ta lại có khuynh hướng trở lại với những logo mộc mạc, giản dị. Xu hướng này tưởng chừng như đã biến mất một thời gian. Có khá nhiều logo đã được thiết kế dựa trên các hình hình học, pha trộn với những vòng xoắn đơn giản để tạo ra những cảm nhận thị giác.

1. Các giọt màu (Droplets)

Một vài giọt màu nhỏ sẽ gợi cảm nhận về sự kết hợp. Người ta thường sử dụng các giọt màu làm biểu tượng cho sự hội tụ và liên kết, hòa hợp. Lối gây ấn tượng này xem ra có vẻ phù hợp với các tổ chức kỹ thuật hoặc khoa học. Thông thường, những hình này được thể hiện trên mặt phẳng, song một vài thiết kế có sử dụng các điểm nhấn hoặc tạo bóng để

mang lại ấn tượng về các chiều không gian.

Ví dụ minh họa:



2. Khả năng chất lọc (Refinement)

Trong vài năm gần đây, người ta lại có khuynh hướng trở lại với những logo mộc mạc, giản dị. Xu hướng này tưởng chừng như đã biến mất một thời gian. Có khá nhiều logo đã được thiết kế dựa trên các hình hình học, pha trộn với những vòng xoắn đơn giản để tạo ra những cảm nhận thị giác. Những lý do chủ yếu là sự kính trọng quá khứ của những năm 70 và thời đại của những thiết kế logo kinh điển; hay đó là sự tin cậy hơn đối với những hình học tự nhiên trong máy tính; hay cũng có thể chỉ đơn giản bởi vì ngày càng ít những nhà thiết kế có kỹ năng vẽ tay đủ để có thể phác thảo những logo minh họa?



3. Phong cách bình dân (Pop)

Biến đổi theo một vòng xoắn ốc giống như thời trang, 30 năm một lần trở lại xu hướng cũ với những nét phá cách mới, ngày nay, các doanh nghiệp chuyên phục vụ giới trẻ cũng như các công ty nhỏ thích thú sử dụng ngôn ngữ văn hóa bình dân cuối thập niên 60, đầu thập niên 70. Việc sử dụng những định dạng ký tự, sau đó phá cách một cách đặc biệt đã tạo nên một phong cách thiết kế logo có phần bình dân khi nhào nặn các con chữ. Những logo dạng này thường trẻ, khỏe và như những con sóng dữ dội.



4. Những vòng xoắn tự nhiên (Natural spirals)

Hãy thử tưởng tượng, vài giọt sơn màu tóit rơi vào một hộp sơn trắng, sẽ loang màu khi được khuấy nhẹ. Hay hình ảnh một đĩa trẻ dùng đèn pin vẽ liên tục những vòng tròn bằng ánh sáng trên bầu trời đêm. Chúng chính là hình ảnh những vòng xoắn hay xoáy nước do thiên nhiên mang lại, không phải là sản phẩm trên máy tính, nhưng chính sự pha trộn giữa những vòng xoắn hỗn loạn với những hình hình học cơ bản trong các logo dạng này lại mang đến một cảm nhận về sự cùng tồn tại và hòa hợp giữa trật tự và tự do.



5. Hình ảnh động vật (Animorphic)

Không ít doanh nghiệp đã thể hiện logo với hình tượng chính là các con vật biểu tượng. Đây là một xu hướng thiết kế khá phổ biến và các nhà kinh doanh tin rằng có một sự liên hệ khá chặt chẽ giữa sự phát triển của doanh nghiệp với đặc tính nổi trội của các con vật biểu tượng. Phần lớn logo theo phong cách này là của các doanh nghiệp vừa và nhỏ, tuy nhiên cũng có những hình ảnh nổi tiếng như chú cá voi của Pacific Life hay chú hươu của John Deere. Phong cách minh họa này đang ngày càng biến đổi một cách mạnh mẽ.



6. Xu hướng xô nghiêng (Canted)

Bạn có nghĩ rằng bạn có thể làm cho những hình hình học rất đối xứng tôn có một gương mặt mới và trở nên đáng chú ý? Hãy xô nghiêng hay gói chúng vào một khối cầu, chỉ đơn giản bởi một cái nháy chuột - điều không chỉ bạn, mà rất nhiều nhà thiết kế có thể làm rất dễ dàng. Hãy cảm ơn các phần mềm như Freehand, Illustrator hay Corel Draw, chúng đã làm cho các logo không có chiều sâu trở nên sống động hơn với giải pháp của thế giới 3D.



7. Gương mặt của những chữ cái (Alpha-face)

Trong nỗ lực làm cho hình ảnh doanh nghiệp trở nên thân thiện và gần gũi hơn, những logo sử dụng các con chữ đã biến đổi chữ cái thành khuôn mặt hay hình người bé nhỏ. Chữ cái với các hình dạng khác nhau trở thành mắt, mũi, tai, miệng và tạo nên một logo. Lối thể hiện này đã xuất hiện khá lâu với nhiều thế hệ thiết kế song các nhà thiết kế vẫn tiếp tục tìm kiếm những cách thức thể hiện mới mẻ và sáng tạo hơn.



8. Tạo bóng (Shadows)

Hơi cứng nhưng lịch sự, việc tạo bóng mang lại cho các logo cảm nhận rõ rệt về vị trí. Đôi khi, việc tạo bóng bên dưới các logo sẽ mang đến cho chúng một dáng vẻ chắc chắn hơn. Khá nhiều logo không có đường ranh giới và người ta tạo bóng chính là để khoanh vùng logo trong một bố cục có ý nghĩa. Họa sĩ Guy Billout đã tạo bóng một cách khác với những tác phẩm của mình khi sử dụng các kỹ xảo kéo dãn. Cách thức hết sức thú vị của anh là việc xoắn các hình tự nhiên để tạo bóng một cách điêu luyện. Điều này đã truyền cảm hứng cho không ít các nhà thiết kế khi tạo các bóng méo mó và đặt chúng vào những đường cong lạ lẫm.



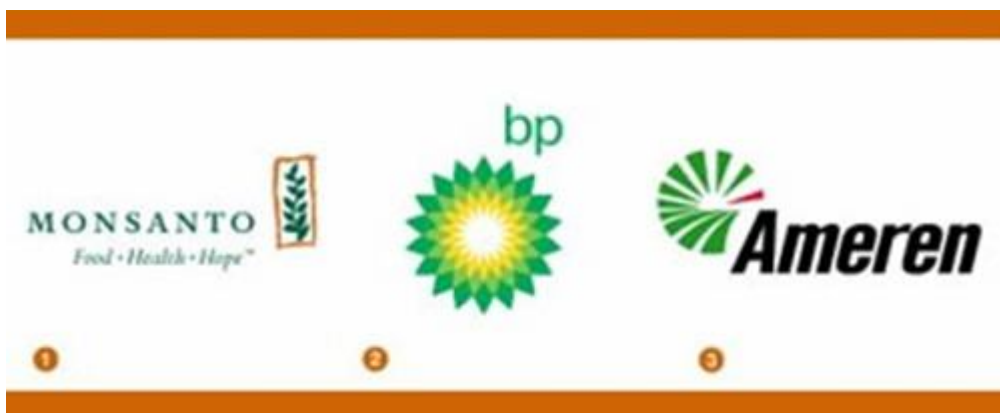
9. Hiệu ứng đổi màu trong suốt (Transperancy)

Lâu nay không ít chúng ta vẫn thiết kế với một luật lệ lỗi thời. Đó là, một logo chỉ nên sử dụng một màu, và phải là màu bệt. Thực tế là, ngày nay có rất nhiều logo, như hình ảnh con bướm của hãng MSN, đã sử dụng hiệu ứng đổi màu trong suốt để tạo nên các lớp màu phức tạp. Những mẫu thiết kế này hết sức hấp dẫn, rất đặc biệt bởi sự mới lạ và nổi bật trong một thế giới các mẫu logo chỉ sử dụng một, hai hoặc nhiều lắm là ba màu phẳng.



10. Xu hướng “Xanh” (Green)

Đây là một xu hướng mang tính ẩn dụ rõ nét. Việc sử dụng màu xanh nhấn mạnh khả năng thân thiện với môi trường của doanh nghiệp. Xu hướng thiết kế này mang lại một bầu không khí và hơi thở tươi mới cho một nền công nghiệp vốn ngập tràn các màu đỏ, trắng và xanh nước biển. Những tổ chức phục vụ cộng đồng cũng thích thú xu hướng này. Tuy vậy, nếu quá cường điệu khi tạo dựng hình ảnh một doanh nghiệp xanh có thể sẽ làm cho doanh nghiệp trở nên hết sức lố bịch trước công chúng khi sản phẩm của họ không đạt tiêu chuẩn “xanh”.



11. Dấu câu - những ký tự đặc biệt (Punctuation)

Trước đây, dấu câu - những ký tự đặc biệt trong dãy trên cùng của bàn phím được dành riêng để diễn đạt sự coi thường. Ngày nay, chúng lại biểu tượng cho một khuôn mặt tươi cười mãn nguyện. Điều này được tạo nên bởi khả năng sử dụng ngôn từ ngắn gọn của giới trẻ dùng Internet, song đã ngày càng mở rộng và dễ hiểu hơn với công chúng. Khá nhiều logo đã sử dụng ký tự @. Và người ta cũng ngày càng khám phá những ý nghĩa đa sắc của các dấu câu. Chúng trở nên đa nghĩa với cả các logo cũng như với những người viết quảng cáo (copywriters).



12. Các nhãn hiệu (Labels)

Một cách thể hiện logo rất trong sáng, đó là việc sử dụng các hình chiếu đơn giản. Bên trong hình là những phong chữ rõ ràng hết sức nổi bật. Những logo dạng này thể hiện chính xác những gì nhà thiết kế muốn nói. Không cần đến lối thể hiện màu mè, trái lại, hết sức giản dị và chân thực.



13. Hình ảnh biểu tượng (Photo icons)

Đây là một lối đi quá dễ dàng. Một hình ảnh đơn giản, lấy trong các đĩa CD hình ảnh miễn phí, đặc biệt lập trên nền trắng, với tên doanh nghiệp phía dưới, đã đủ để tạo lập một logo dạng này. Cách tiếp cận này có phần quá đổi đơn giản so với những hình ảnh thị giác đã được phức tạp hóa, song đôi khi lại tạo ra những ấn tượng riêng biệt.



14. Đường uốn lượn (Slinky)

Thay vì sử dụng những nét bút ngắn, những logo này lại sử dụng các hoa văn tạo bởi các đường uốn lượn, liên kết với nhau theo một trật tự riêng đặt phía trên tên doanh nghiệp, mang lại một cảm nhận khá hấp dẫn.



15. Những đường nét (Wire)

Đặt chiếc bút lên tờ giấy trắng và phác thảo một hình ảnh với những đường nét hết sức cơ bản. Những nhà thiết kế đã quá bão hòa với những kỹ thuật thể hiện giờ đây lại thích thú lựa chọn xu hướng thiết kế này. Theo đánh giá của các nhà nghiên cứu, logo dạng đường nét vẫn tiếp tục mang lại sức hấp dẫn vài năm tới.



11) Quy ước "ngâm" trong thiết kế web

Quy ước làm cho công việc của các nhà thiết kế đơn giản hơn, bởi vì chúng ta không phải sáng tạo ra những giải pháp mới cho những trường hợp đơn giản và cho phép chúng ta tập trung vào những điều chi tiết hơn.

Một trong những kỹ năng quan trọng trong thiết kế có hiệu quả là biết đánh giá đúng chức năng của những quy ước hiện hành và áp dụng chúng một cách triệt để để có hiệu quả cao nhất.

Vậy quy ước đó là gì?

Nó có thể là màu sắc, hình dáng, pattern, giao diện, kiểu font qua thời gian nó mang ý

nghĩa mà bản thân nó không phải nói ra. Trong lĩnh vực thiết kế web hiện nay có khoảng vài trăm quy ước mà bạn có thể đã biết. Một vài ví dụ cơ bản bạn có thể thấy là:

Ở nhiều nơi trên thế giới, một biển báo giao thông màu vàng có nghĩa là "cảnh báo". Qua thời gian nó đã trở thành một quy ước trong các phần mềm. Một vùng của màn hình có hình nút bấm (hình vuông và nổi lên kiểu 3D một chút) đã được quy ước là sẽ có gì đó xảy ra khi bạn nhấp chuột vào nó. Dạng nút này bắt chước những thiết bị điện tử như là đài radio, tivi và máy tính. Bằng cách thiết kế một nút dạng như nút bấm nó lập tức gợi lên trong người đọc "Ah! nút bấm > Tôi có thể bấm > Sẽ có điều gì xảy ra.

Những phiên bản trước đây của các trình duyệt web mặc định những đường link là màu xanh và gạch chân. Quy ước này đã tồn tại cả thập kỷ nay, cho dù nó không phải là định dạng dễ đọc nhất. Nếu bạn muốn quay lại trang chủ của một trang web, trước hết bạn sẽ nhìn lên góc trên bên trái của màn hình để tìm logo hoặc nút bấm có chữ "Trang Chủ". Không ai dạy cho bạn điều này cả, bạn học được điều này từ kinh nghiệm lướt web của mình.

Nếu bạn nhìn thấy một tập hợp [Những Từ] |Được Chia| |Cắt bởi| |Những đường| |Thăng Đứng| ở dưới cuối cùng của trang web, bạn lập tức cho rằng đó là một tập hợp các đường link chung của trang web mà bạn đang xem thông tin. Một vòng tròn bao quanh một nút chấm than giúp người đọc hiểu nhanh hơn gấp bội lần một chữ "Cảnh Báo". Những dạng này rất hữu ích bởi vì nó giúp bạn tiết kiệm rất nhiều thời gian và công sức.

Vậy có nghĩa là bạn phải luôn luôn dùng những quy ước đã tồn tại? Không! thường thì bạn không chọn những quy ước chung này.

Những điều đó là quy ước, và như những quy ước tốt nhất, chúng thường bị vi phạm hoặc "lách luật". Điều khó của các designer là biết được khi nào đi ngược lại những quy ước này sẽ bắt lợi cho họ, và khi nào thì những quy ước này nên được lập lại. Cũng giống như bất cứ hệ thống quy ước nào, bạn trước hết phải hiểu luật và sau đó là chọn được cách nào là tốt nhất để tuân theo luật đó. Một điều rất quan trọng cho những designer là biết cách tránh sử dụng những quy ước sai cách!

Lấy ví dụ về web ở trên

Có một lần tôi thiết kế cho một khách hàng, anh ta muốn tôi thể hiện một tam giác màu vàng nhưng lại là link cung cấp thông tin cho người dùng. Tuy nhiên, thông tin lại không phải là "Cảnh Báo", đây là một dạng gây hiểu nhầm.

Một lần khác tôi gặp một giao diện sử dụng nút 3D trên cùng gần banner. Thanh "navigation" đó cũng hiển thị ngày. Để cho cùng một kiểu, anh bạn đó đã cho hiển thị ngày tháng trong một vùng cũng được bevel. Mặc dù đó rõ ràng chỉ là ngày tháng, nhưng người ta cứ cố gắng nhấp vào đó, bởi vì nó nói "Tôi là nút bấm > Bấm tôi > Sẽ có điều gì xảy ra. Tôi đã khuyên anh bạn đó bỏ cái đó đi và chỉ giữ thanh "navigation" đó cho đường liên kết.

Nếu bạn sử dụng những dạng chữ màu xanh và có gạch chân, người ta sẽ nhấp chuột vào đó. Nếu đó không phải là đường liên kết thì điều đó là không cần thiết. Có một điều được ngầm định rằng, logo thể hiện cho toàn bộ trang web phải được đặt ở góc trên bên

trái của mỗi trang. Đây là nơi mà người ta hay chú ý và được nhắc nhở là họ đang ở đâu. Nếu logo được đặt ở một nơi nào khác, thì nó sẽ mất nhiều công hơn cho designer muốn người đọc hiểu được ý đồ của mình.

12) CHÌA KHÓA ĐỂ THIẾT KẾ WEBSITE HIỆU QUẢ

Thiết kế website là một chủ đề ngày càng trở nên nóng bỏng và quan trọng cho tất cả các hoạt động kinh doanh. Cộng đồng online đang phát triển mạnh mẽ với bộ mặt thay đổi hàng ngày.

Thiết kế website là một chủ đề ngày càng trở nên nóng bỏng và quan trọng cho tất cả các hoạt động kinh doanh. Cộng đồng online đang phát triển mạnh mẽ với bộ mặt thay đổi hàng ngày. Mỗi một cơ hội kinh doanh được thiết lập thì hình ảnh của họ xuất hiện online, sự cạnh tranh cũng từ đó mở rộng từ thị trường địa phương ra thị trường toàn cầu. Hiện nay hầu hết các sản phẩm đều sẵn sàng cho việc tìm hiểu và mua bán trực tuyến. Điều này làm tăng thêm sự cần thiết cho tất cả các hoạt động kinh doanh phải có sự hiện diện trực tuyến trên mạng. Trong lúc cộng đồng Internet đang phát triển nhanh thì sẽ có càng nhiều người dùng tham gia vào quá trình này.

Ngày nay, khách hàng rất thấu hiểu những gì đang xảy ra xung quanh từng giờ một. Trong khi một vài khách hàng tìm kiếm sản phẩm, thì cũng nhiều khách hàng khác muốn lựa chọn để mua hàng trực tuyến. Cũng như bất kỳ bước kinh doanh nào trên cộng đồng internet, họ luôn cần tự hỏi "Tôi cần phải làm gì để thu hút khách hàng mua hàng trên website của mình?".

Điều đó không có gì bí mật dù rằng việc xây dựng website hoàn toàn không hề đơn giản, tuy nhiên bí quyết chính là thiết lập những bộ phận kinh doanh xuất phát từ lợi thế cạnh tranh. Điều quan trọng nhất cần nhớ khi thiết lập website là sự tiện lợi và sự thân thiện với khách hàng. Một khách hàng sẽ không chịu mất nhiều thời gian để tiếp cận với những trang web khó hiểu hoặc phức tạp. Nếu bạn có thể giữ cho website của mình thật tiện lợi, thân thiện với khách hàng và có tính thẩm mỹ cao thì đảm bảo rằng công cuộc kinh doanh của bạn sẽ gia tăng lợi và đảm bảo được đầu tư của mình.

1. Hạn chế đồ họa: Những kỹ xảo đồ họa là rất cần thiết, nhưng việc đưa vào quá nhiều trong site sẽ làm cho thời gian tải trang web của khách hàng lâu hơn và gây cảm giác tải trang rất chậm. Trong khi bạn dùng đường thuê bao số tốc độ cao thì bạn phải hiểu rằng còn có rất nhiều khách hàng đang dùng internet qua đường quay số (dialup) với tốc độ rất thấp. Cũng như vậy, việc đưa quá nhiều đồ họa vào trang web sẽ là nguyên nhân gây ra sự hỗn độn không tập trung vào những thông tin cần thiết và nhiều khi nó là nguyên nhân gây ra mất kết nối trong quá trình tải web về.

2. Sử dụng ngôn ngữ tự nhiên: Khi thiết kế website, bạn nên sử dụng ngôn ngữ hàng ngày. Thậm chí nhiều khách hàng muốn "thư giãn" qua lời lẽ trình bày, đây chính là cơ hội lớn để họ mua hàng của bạn.

3. Tạo ra các đoạn nội dung ngắn và sử dụng gạch đầu dòng: Không ai thích đọc những đoạn nội dung dài dòng. Ngắt đoạn và các câu dài nên sử dụng dạng gạch đầu dòng. Tạo cho mắt người đọc chuyển động theo chiều từ trên xuống là chính thay vì phải đánh mắt sang hai bên. Sử dụng chữ hoa cho các thông tin quan trọng. Khi mắt của người

xem lướt qua các đoạn nội dung thì nên thiết kế có các khoảng nghỉ.

4. Thường xuyên đổi mới site: Quay vòng các nội dung là vô cùng quan trọng. Nó không chỉ giúp cho khách hàng có một cái nhìn tươi mới về website của bạn mà còn là lý do để họ quay trở lại. Thêm nữa, việc quay vòng nội dung sẽ giúp các bộ máy tìm kiếm nhận biết và tăng thứ hạng cho website của bạn.

5. Các thông tin quan trọng nên để ở vị trí đầu trang: Chiếm sự quan tâm của khách hàng bằng cách đặt các khuyến mại hoặc những thông tin quan trọng trên nửa đầu của trang. Mọi người sẽ không bao giờ phải cuộn màn hình để tìm kiếm những thông tin này.

6. Có thông tin liên hệ rõ ràng: Nó sẽ dễ dàng hơn cho khách hàng trong việc liên hệ hỏi đáp hoặc đặt hàng. Nếu họ không tìm thấy thông tin liên hệ của bạn, họ sẽ tiếp tục mua hàng của đối thủ cạnh tranh với bạn. Hãy đặt thông tin liên hệ ở nơi dễ trông thấy và dễ tiếp cận ví dụ như thanh công cụ hoặc tiêu đề của trang.

7. Tránh đưa quá nhiều thông tin trên một trang: Mọi người muốn đọc thông tin về các sản phẩm, nhưng đừng cung cấp quá nhiều thông tin về chúng, như vậy sẽ làm mất tập trung và sự hấp dẫn. Hãy nêu sự thật về các tính năng, lợi ích với cách trình bày thật ngắn gọn và súc tích.

8. Vận hành thật rõ ràng và đơn giản: Phải đảm bảo rằng bất kỳ một khách hàng nào cũng dễ tìm những gì mà họ cần mua. Tạo tên rõ ràng và có mô tả kèm theo. Thêm các tùy chọn, khách hàng có thể phân biệt sản phẩm được tốt hơn. Ví dụ có thể cho phép khách hàng tìm theo tên sản phẩm, hãng sản xuất, giá tiền....

9. Đặt hàng trực tuyến đơn giản: Hãy đem lại cho khách hàng sự dễ dàng, nhanh chóng và an toàn khi đặt hàng trực tuyến. Tạo ra đơn hàng đơn giản trên màn hình nhưng có đủ các thông tin cần thiết.

Bằng cách sử dụng các hướng dẫn của thiết kế website bạn sẽ có được một website hiệu quả và lợi nhuận. Nó sẽ mang lại cho khách hàng sự tiện lợi và thân thiện khi mua hàng. Bạn sẽ có được thị trường khách hàng rộng lớn hơn nhiều ngoài địa phương của bạn.

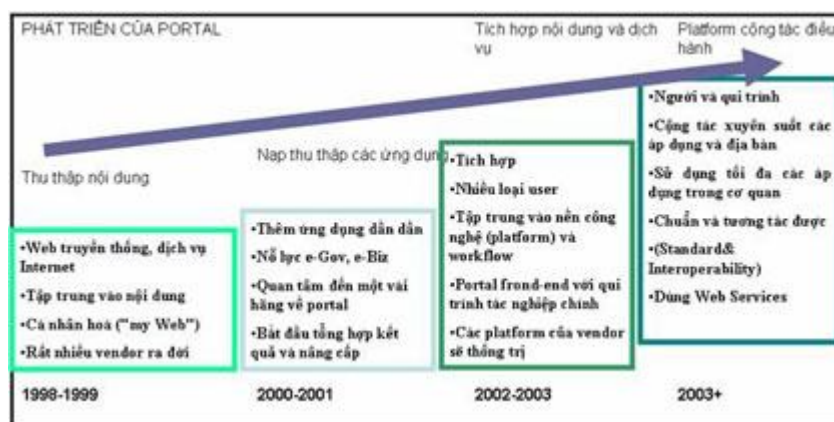
13) PORTAL LÀ GÌ?

Công nghệ Portal phát triển sau thời kỳ web khoảng 7-8 năm như một tất yếu xuất phát từ nhu cầu thực tế. Bài viết này mong muốn mang đến một số khái niệm cơ bản về "portal", về chủ đề nóng nhất trong ứng dụng CNTT của thế giới và Việt Nam hiện nay.

- Portal (cổng giao dịch điện tử) là một bước tiến hóa của website truyền thống. Nó ra đời để giải quyết những vấn đề mà website truyền thống gặp phải.
- Là "siêu web site", gọi tắt là Portal, đối với người dùng vẫn chỉ là sử dụng trang web thông qua trình duyệt (tức là web browser), nhưng đằng sau đó là sự thay đổi thuật ngữ và quan niệm mới về triết lý phục vụ thay cho cách hiểu "tuyên truyền" thông qua web site như trước đây.

- Là điểm đích qui tụ hầu hết các thông tin và dịch vụ cho người sử dụng cần, là điểm đích đến thực sự. Thông tin và dịch vụ được phân loại nhằm thuận tiện cho tìm kiếm và hạn chế vùi lấp các thông tin.
- Bảo toàn đầu tư lâu dài. Có nền tảng công nghệ đảm bảo, do công nghệ Internet đã phát triển rất cao so với thời kỳ xuất hiện World Wide Web vào đầu những năm 90 của thế kỷ trước. Những công nghệ tạo nên thời đại Portal đều hỗ trợ tính mở và kế thừa rất mạnh, sao cho việc mở rộng các qui mô phục vụ bằng các phần mềm ứng dụng mới được “lắp ráp” vào Portal đang có, mà không phải hủy bỏ hoặc sửa chữa lớn như những web site trước đây.
- Môi trường chủ động dùng cho việc tích hợp ứng dụng

Xu hướng “tiến hóa” chung của web site theo hướng tiến đến portal được trình bày trong hình vẽ.



- Phía ngoài, cung cấp một công giao dịch thân thiện, đủ các chức năng cho người dùng, trong đó có chức năng cá nhân hóa.
- Phía trong, là cung cấp một hạ tầng điện tử, nhằm tạo quyền chủ động trong việc cung cấp, tích hợp thông tin và liên kết với các hệ thống, các dịch vụ thông tin khác.
- Cung cấp môi trường cộng tác (collaborative) thông qua việc quản lý và khai thác thống nhất toàn diện các dịch vụ cơ bản như: Forum, Mail, Calendar, Task Management, Report Systems, Conferences, Discussion Groups, News Groups, v.v... Các dịch vụ này là một phần của kho tài nguyên dịch vụ trên portal để người dùng lựa chọn. Việc quản lý người dùng được thực hiện một lần và thống nhất trên tất cả các ứng dụng dịch vụ của portal.

Tóm lại, triết lý của portal là “siêu web site” để phục vụ tốt hơn thông qua quan hệ bình đẳng và tình cảm gắn bó với “siêu web site”, là định hướng phục vụ (user-centric), khác với sự phát triển tự nhiên của web site truyền thống là định hướng trình bày thông tin (data-centric).

14) NHỮNG ĐIỀU LUẬT CƠ BẢN KHI THIẾT KẾ WEB

Bạn là người chuyên thiết kế hay là người cần hiểu thêm về Web, đây là những thông tin giúp bạn hiểu rõ hơn về Thiết kế đây.

1. Người đọc không muốn phải kéo thanh cuộn ngang

Theo kinh nghiệm của bản thân, tôi cảm thấy rất khó chịu khi phải kéo thanh cuộn ngang để đọc nội dung của trang đó. Cho nên bạn phải không được thiết kế trang web khiến người đọc phải kéo thanh cuộn ngang, nếu không hậu quả sẽ rất lớn.

Theo kinh nghiệm của nhiều người thì bạn nên thiết kế web ở chế độ 800 x 600 Px vì hiện tại chỉ có 5% số người dùng màn hình 640 x 480 Px thôi. Với số lượng đó thì nghiêng về đa số vẫn hơn.

2. Thông tin quá dài ở một trang

Kéo chuột sang ngang để đọc đã là rất khó chịu rồi, nhưng kéo mãi kéo mãi xuống dưới để đọc thì cũng chẳng dễ chịu chút nào với người lướt web. Hơn thế nữa trong một nghiên cứu chỉ ra rằng đến 75% người lướt web chỉ "đọc lướt" thay vì "đọc từng chữ". Do đó một bài quá dài dễ làm người ta nản. Tuy nhiên nếu bài đó có nhiều thông tin, thì bạn nên chia ra làm 2, 3 trang cho nó cũng là một cách khắc phục.

Luật chung: Một trang web không nên để người đọc phải kéo 3 lần màn hình để đọc hết nội dung. Nếu bạn đang có vấn đề này thì hãy sửa chữa ngay đi. Tuy nhiên trừ trường hợp đặc biệt nếu đó là một chương sách thì không nói tới vì nếu người đọc đã biết nó là một chương sách và nội dung phù hợp với cái họ cần thì họ sẽ không ngại kéo đến cả chục trang đâu. Nhưng thường thì là nên như thế.

3. Dung lượng của một trang bất kỳ không nên nặng quá 50K

Nếu tất cả chúng ta đều tuân theo quy luật như $1+1 = 2$ thì tốt quá! nhưng bạn cũng nên biết rằng chẳng có cái gì là tuyệt đối, bao giờ cũng có những chỗ "sunsilk". Tuy nhiên một trang web load dưới 5 giây sẽ để lại ấn tượng rất tốt cho người đọc.

Trong thực tế, có đôi lần bạn thực sự phải để nhiều hình đồ họa trên một trang ví dụ như trang về hình ảnh. Nếu bạn có một thư viện hình ảnh thì việc upload những hình bự chà bá lên mạng là không thể tránh khỏi, vì bạn muốn hình đó đủ to, đẹp để mà thu hút người xem chứ. Nhưng trong trường hợp này thì người xem đã xác định trước nên không thành vấn đề. Chung quy lại một trang load nhanh bao giờ cũng được đánh giá cao hơn một trang phải mất cả thế kỷ mới load xong.

4. Đừng bắt buộc người đọc phải download plug-ins

Một điều khó chịu không kém là khi vào một trang nào đó bạn bị bắt buộc phải download một cái plug-in dở hơi nào đó để phải xem một cái gì đó mà bạn thậm chí còn chưa biết nó tốt hay dở nữa.

Thực tế plug-in có thể tạo một ấn tượng mạnh cho phần giao diện của trang web. Nhưng bạn nên nhớ rằng không phải ai cũng có plug-in đó mặc dù chúng ta đang sống trong kỷ nguyên CNTT. Để làm cho tất cả mọi người đến trang của bạn đều có thể xem được, bạn nên nghĩ đến một cách hoàn thiện hơn như là dùng HTML để thay thế.

15) Quy trình thiết kế và phát triển website

Quy trình phát triển Web site của được lựa chọn để đạt tới thành công của dự án tối ưu nhất: về thời gian, chi phí – giá thành và mọi thứ liên quan đến yêu cầu, mong muốn của khách hàng đối với Web site đều được làm sáng tỏ.

Quá trình cũng phù hợp được với nhiều mức độ phức tạp khác nhau: đa dạng các chức năng, khối lượng nội dung cũng như thiết kế mới hay nâng cấp.

Giai đoạn 1. Giai đoạn tiếp xúc, tìm hiểu (Initial Planning Phase)

- Tìm hiểu khách hàng
- Tìm hiểu sơ bộ nhu cầu làm Web site

Giai đoạn 2. Giai đoạn phân tích (Analysis Phase)

- Xác định mục tiêu kinh doanh, yêu cầu về chức năng và ý đồ công nghệ chi tiết của Web site
- Khảo sát các nội dung và nhu cầu nội dung của người xem; các ví dụ Web site tương tự
- Thảo luận lịch trình và thống nhất giải pháp, khối lượng công việc

Giai đoạn 3. Giai đoạn thiết kế (Design Phase)

- Thiết kế đồ hoạ và duyệt Design Prototype với khách hàng
- Thử nghiệm ý đồ: User prototype và kịch bản tương tác
- Phát triển chi tiết các design đồ hoạ động
- Thảo luận, duyệt và thống nhất bản thiết kế & kịch bản

Giai đoạn 4. Giai đoạn xây dựng (Production Phase)

- Chuyển hoá thiết kế đồ hoạ thành các mẫu trang Web
- Tích hợp với hệ thống quản trị nội dung WEB++
- Tạo cấu trúc nội dung
- Cập nhật mẫu các bài nội dung thông tin
- Giới thiệu và hướng dẫn sơ bộ chức năng
- Hiệu chỉnh các yêu cầu mới & tổ chức đánh giá

Giai đoạn 5. Giai đoạn Kiểm thử (Test Phase)

- Lấy bổ sung yêu cầu và lập trình thêm chức năng
- Kiểm thử và hiệu chỉnh Website theo thoả thuận ban đầu

Giai đoạn 6. Giai đoạn Chuyển giao (Deployment Phase)

- Đào tạo và huấn luyện
- Đánh giá và Bảo trì

16) ÁNH SÁNG CƠ BẢN: PHẦN 1

Nếu bạn thực sự muốn có 1 tác phẩm nghệ thuật riêng cho mình bạn cần tránh giáo điều và không nên quá máy móc, phụ thuộc nhiều vào những gì các sách hướng dẫn nói! Hãy nghĩ theo cách của chính các bạn. Tác giả: Richard Harris

Lời giới thiệu

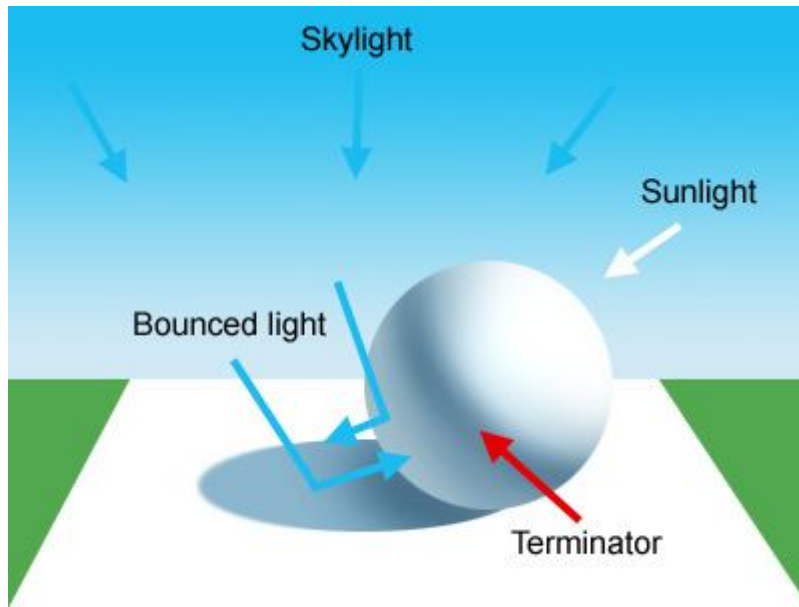
Dường như các họa sĩ nắm rất ít thông tin chi tiết về chiều bài dùng ánh sáng, thứ ánh sáng mà mỗi người chúng ta vẫn thường gặp hàng ngày. Chúng ta từng đọc vô số những cuốn sách về hội họa truyền thống hay kỹ thuật số nhưng các chủ đề về ánh sáng có vẻ ít người động tới. Tuy nhiên, nếu bạn muốn tạo 1 bức tranh đảm bảo tính trung thực, bạn nên có kiến thức nền đầy đủ về ánh sáng, tìm hiểu xem trong thế giới thực tế, ánh sáng được thể hiện như thế nào.

Chính những cuốn sách tham khảo về 3D lại là kẻ thù tệ hại nhất của chúng ta. Các cuốn sách này lúc nào cũng chỉ lặp lại 1 điệp khúc buồn tẻ, cũ rích và giống hệt nhau về ánh sáng. Việc dạy này khiến những họa sĩ mới vào nghề có cái nhìn không được sắc nét, thấu đáo về cách sử dụng ánh sáng trong phong cảnh của họ sau này. Sau cùng dẫn đến kết cục nhiều họa sĩ kỹ thuật số có hiểu biết nông cạn về ánh sáng và sử dụng nghèo nàn trong mọi tác phẩm của họ. Những kiến thức về ánh sáng không chỉ cần cho giới nhiếp ảnh, họa sĩ mà còn là yếu tố chính trong bất kỳ một ngành nghệ thuật nào. Thiếu kiến thức nền về ánh sáng sẽ rất khó đạt được độ chân thực trong tác phẩm, chưa nói đến bầu không khí phong cảnh nói chung.

Vì trên mạng chưa từng tìm thấy 1 bài viết nào trình bày rõ ràng, chi tiết về vấn đề ánh sáng nên tôi quyết định viết bài viết này. Tất cả những gì tôi viết đều dựa trên những quan sát cá nhân. Nhiều người chúng ta hay có suy nghĩ “**vấn đề đã quá rõ đến nỗi chúng không cần giải thích gì thêm**” nhưng khi tôi quan sát tỉ mỉ cách chiếu sáng trong thế giới thực, tôi thấy câu nói này dường như không còn đúng với bản thân và thật cần thiết khi nắm chắc kiến thức về chiếu sáng trong từng ngữ cảnh.

Phần 1: NỀN TẢNG CỦA ÁNH SÁNG

Trong suốt bài viết này, tôi sẽ dùng 1 ảnh với quả bóng trắng trên một bảng trắng để minh họa cho các tình huống chiếu sáng khác nhau trong ngày.



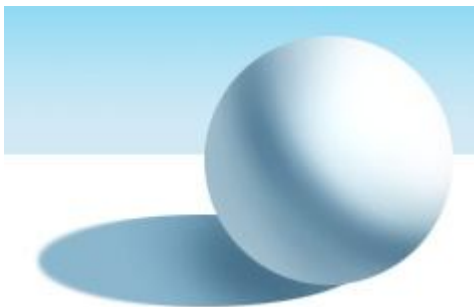
Đây là tranh minh họa ánh sáng mặt trời chiếu vào buổi chiều. Nguồn sáng chính ở đây từ mặt trời, trong khi đó bầu trời xanh lại cung cấp nguồn sáng thứ 2 với những đặc tính rất khác. Ánh sáng bật nảy trong vùng giữa quả bóng với nền trắng.

Ánh sáng mạnh nhất là ánh sáng mặt trời. Nguồn sáng không lớn, màu trắng, nó gây nên bóng đổ sắc nét. Kế đến, 1 nguồn sáng rất rộng, bao trùm hầu hết phong cảnh đó là nguồn ánh sáng đến từ bầu trời xanh, nó cho bóng đổ rất mờ (hầu như trong bất kì trường hợp nào cũng bị ánh sáng mặt trời che khuất).

Tôi sẽ đi sâu vào chi tiết hơn trong phần sau (về nguồn sáng, cỡ bóng đổ) và có 1 điều cần nhấn mạnh rằng **nguồn sáng càng nhỏ thì độ sắc của bóng đổ càng lớn**

Ánh sáng phản chiếu từ bầu trời xanh có bóng màu đỏ khá rộng, ảnh hưởng tới hầu như mọi thứ trong phong cảnh. Bóng đổ xuống quả bóng màu xanh vì nó được chiếu sáng bởi ánh sáng xanh của bầu trời và lẫn át đi 1 phần ánh sáng trắng của mặt trời. Các phần của quả bóng không trực tiếp nhận ánh sáng mặt trời thường có một chút sắc xanh vì chúng ảnh hưởng bởi bầu trời xanh.

Cuối cùng ánh sáng phản xạ bật nảy giữa quả bóng và nền trắng phần lớn có màu xanh (trong khi bản thân bóng và nền có màu trắng). Hiện tượng này do ánh sáng bầu trời màu xanh phản xạ bởi vật thể trắng. Các bề mặt có chiều hướng càng gần nhau thì càng nhận nhiều ánh sáng phản xạ hơn so với những bề mặt ở xa khác. Do vậy, phần dưới cùng của quả bóng ánh sáng nhẹ hơn so với vùng giữa (phần gần nền lót dưới có màu trắng hơn).



Khu vực tối nhất trong ảnh là phần bóng đổ xuống nền của quả bóng và phần biên ngăn cách khu vực nhận ánh sáng mặt trời và bóng của quả bóng (chúng ta gọi vùng này là terminator).

Chúng ta có thể nhận thấy phần bóng đổ nơi tiếp xúc giữa bóng và nền rất tối vì tại đây nó không hề nhận được ánh sáng mặt trời cũng như bị quả bóng che mất gần hết ánh sáng bầu trời và vùng sáng này. Vành ngoài của bóng đổ có phần sáng hơn nhờ nhận được nhiều ánh sáng bầu trời và ảnh hưởng nguồn sáng này.

Tại sao terminator lại là vùng tối nhất trên quả bóng?

Một phần do sự ảnh hưởng tương phản, vì quá sát với 1 vùng quá sáng của quả bóng (vùng sáng do ánh sáng mặt trời tạo nên) mà nó bị tối hơn. Đồng thời nó cũng nhận được ít lượng ánh sáng này hơn (ánh sáng tạo ra do phản xạ của nền trắng và ball). Chính vì thế, khu vực này không như các phần còn lại của quả bóng (các phần nhận được cả ánh sáng mặt trời lẫn ánh sáng phản xạ từ nền trắng)

Tại sao ánh sáng từ bầu trời lại có màu xanh?

Ánh sáng chúng ta nhìn thấy là gồm nhiều hạt sáng photon rất nhỏ, những hạt này có bước sóng phụ thuộc vào màu sắc: Ánh sáng xanh gồm các hạt có bước sóng ngắn trong khi đó ánh sáng đỏ là bước sóng dài hơn.



A blue photon



A red photon

Ánh sáng trắng đến từ mặt trời tạo nên các đĩa phổ màu liên tục, thường phổ này được phân thành nhiều màu giống như trong 7 sắc cầu vồng (với các bước sóng ngắn dần hơn: đỏ, cam, vàng, lục, lam, chàm, tím). Sự hoà trộn của nhiều màu này tạo ra màu trắng.

Tuy nhiên, khi ánh sáng chu du, xuyên qua bầu khí quyển của trái đất thì các bước sóng ngắn hơn bị tán xạ. Bầu khí quyển chứa nhiều khí, phân tử và nguyên tử. Các hạt Photon này đi qua khí quyển và xảy ra va chạm vật lý giữa các hạt nguyên tử, làm cho chúng bị chuyển hướng. Các bước sóng ngắn hơn dễ bị lệch hướng hơn so với bước sóng dài vì vậy các hạt photon bị tán xạ đi mọi hướng. Chính những va chạm này làm cho màu xanh da trời trội hơn so với các màu khác



Vào ngày không mây, mọi thứ quanh ta bị ảnh hưởng bởi ánh sáng màu xanh (ánh sáng tán xạ do bầu khí quyển)

Bước sóng dài (đỏ) có thể xuyên qua bầu khí quyển mà không hề bị tán xạ. Đó là lí do tại sao lúc mặt trời lặn lại có sắc đỏ: ánh sáng mặt trời đi qua lớp không khí dày bị tán xạ 1 phần ánh sáng xanh và ánh sáng chủ đạo còn lại là màu đỏ.



Ánh sáng mặt trời đỏ vì bước sóng màu xanh ngắn hơn đã bị thất lạc trong quá trình tán sắc.

Tác động bật nảy của các hạt photon xanh lên mọi hướng thực chất là do bầu khí quyển cũng đang chiếu ánh sáng xanh, chúng ta có thể dễ dàng nhận ra bằng mắt thường. Ánh sáng xanh này đủ mạnh để chiếu xuống các vùng không trực tiếp nhận ánh sáng mặt trời (điều này lí giải tại sao bạn vẫn có thể nhìn được khi đứng trong bóng râm).



Bóng cây trong bức ảnh chụp có màu xanh khá mạnh vì nó được chiếu bởi ánh sáng bầu trời xanh.

Ánh sáng bật nảy

Khi ánh sáng tiếp cận 1 bề mặt, nó sẽ bật nảy trở lại hoặc bị hấp thụ 1 phần, việc này phụ thuộc vào màu sắc của bề mặt bật nảy. Vật thể màu trắng phản xạ lại tất cả các bước sóng trong khi đó vật thể đen lại hấp thụ tất cả. Khi ánh sáng trắng đập vào bề mặt đỏ, bước sóng xanh da trời và xanh lá cây bị hấp thụ và ánh sáng đỏ sẽ bị phản xạ. (tôi chỉ dùng mấy màu cơ bản chứ không dùng hết tất cả các màu trong quang phổ nói trên)

Vì vậy, nếu ánh sáng trắng đập vào 1 bề mặt màu đỏ thì ánh sáng mà bề mặt này phản xạ lại sẽ là màu đỏ. Khi các hạt photon đập vào bề mặt tiếp theo, nó sẽ bị ảnh hưởng lại chính ánh sáng đỏ phản xạ nói trên và cũng vì chính lý do này mà các màu sắc của những vật gần kề sẽ bị ảnh hưởng lẫn nhau



Ánh sáng phản chiếu trên cửa chớp lật đã hắt màu của nan gỗ lên tường



Vành bụng của con ong này có sắc đỏ do màu phản xạ từ màu hoa anh túc

Ánh sáng rực rỡ thường mang lại hiệu ứng huyền ảo. Mắt thường có thể không nhìn thấy loại ánh sáng nhẹ và mờ này, tuy nhiên, trong ánh sáng chói như vậy, những vật thể xung quanh có thể bị ảnh hưởng và thêm màu bổ sung 1 cách vô ý thức. Nếu ánh sáng đang phản xạ giữa các vật thể cùng màu sắc, ánh sáng này có thể tạo ra hiệu ứng bão hoà (như ánh sáng nầy tăng cường thêm cho màu đang tồn tại trên bề mặt dưới, làm màu sắc sáng loá). Đôi khi bạn có thể nhìn thấy hiệu ứng này xảy ra với ánh sáng ban ngày.



Do ánh sáng nầy xuất hiện giữa các tấm gỗ với nhau mà màu sắc của gỗ cũng bị ảnh hưởng, có phần đậm hơn. Hiện tượng này do ánh sáng cùng màu đang phản chiếu ngược lại chúng. Kết quả: hai thứ ánh sáng này hoà làm 1, tạo ra thứ ánh sáng rực rỡ và màu sắc hiện

tại của các tấm gỗ bị bão hoà theo loại ánh sáng này.

High key và low key

Cách chúng ta thể hiện màu trong phong cảnh thường mang tính chủ quan và tùy theo kiến thức, tầm hiểu biết của mỗi người. Hầu hết các trường hợp đều đòi hỏi sự cân bằng giữa ánh sáng và vùng bóng râm. Nó sẽ giúp tạo ra tỉ lệ sắc xám trung tính. Tuy nhiên trong một vài tình huống, mọi thứ dường như có sự sắp đặt ngẫu nhiên, có xu hướng thiên về sắc tối: Như sương mù, tuyết hay ánh sáng vào đêm. Cuối cùng, 1 họa sĩ có thể gây ấn tượng cho tác phẩm của mình bằng cách đánh vào thị giác của người xem hay cố tình gây 1 cảm giác đặc biệt nào đó.

High key

Ảnh High key có màu chủ đạo trắng hoặc rất dịu. Ánh sáng dạng này thường (chứ không phải lúc nào cũng vậy) nhẹ nhàng, thanh thoát và độ sắc không cao. Ánh sáng High key tự nhiên có thể thấy trong sương mù, tuyết hay thậm chí trong các vùng bóng đổ (do ánh sáng phản xạ bật nảy xung quanh) và thường độ chi tiết không cao.



Sự mộc mạc, giản dị của toàn bộ bức ảnh chụp này được tạo bằng cách hạn chế trong việc dùng bảng màu: Chỉ có trắng và chút sắc xám tối và đen.

Low key

Các ảnh dạng Low key thường mang màu tự nhiên và ít mang yếu tố ánh sáng trong đó. Đối lập hoàn toàn với High Key, nó thường mang ánh sáng mạnh, sắc. Ánh sáng Low key có thể tạo bầu không khí âm đạm, thường dùng để tạo hiệu ứng. Loại ánh sáng này có thể thấy rõ nhất vào ban đêm, nhưng ta vẫn có thể thấy nó trong trường hợp khác như khi trời bão

hay trong nội thất phòng.



Kịch tính của bức ảnh này nhấn mạnh trong cách sử dụng ánh sáng dạng low key

Sự cân xứng trong sắc trắng.

Hầu hết các nguồn sáng chúng ta bắt gặp hàng ngày đều có lẫn bóng đổ màu nhưng bộ não của chúng ta lại hoạt động khá tốt để có thể lọc ra đâu là ánh sáng chính và đâu là ánh sáng phụ. Thậm chí khi sự chiếu sáng rất mạnh, chúng ta vẫn có khả năng lọc thông tin bằng mắt và nhờ đó ta có cảm nhận cơ bản về màu sắc ánh sáng.

Cách rõ nhất diễn tả điều này là dùng 1 máy ảnh kĩ thuật số, cài đặt thông số cân bằng trắng là Daylight: đây là cách cài đặt khá trung lập, nó sẽ phản ánh màu chân thực nhất. Ví dụ như ảnh dưới đây: Tôi mở cửa sổ và coi đây như 1 nguồn sáng. Ánh sáng này không trực tiếp đến từ bầu trời ở phía ngoài và tương đối trung tính.



Trong hình tiếp theo, tôi đã đóng cửa sổ lại và dùng chuẩn ánh sáng đèn tròn 60 watt và nó cho tôi 1 nguồn sáng mới dưới đây:



Trong bức ảnh này, màu bóng đổ khá mạnh có thể gây ngạc nhiên cho bạn. Trong thực tế, có thể bạn cũng không cố tình tạo ra thứ ánh sáng có sắc vàng/ da cam như thế này. Nhưng máy ảnh đã ghi lại đúng những gì xảy ra trong thực tế. Bộ não của chúng ta ghi nhận hình ảnh đầu tiên, nhưng màu thực tế của đồ vật lại được ghi nhận như trong bức ảnh thứ hai

Một thí nghiệm đơn giản để bạn chắc chắn lại hiện tượng là nhìn mọi thứ trong nhà qua cửa sổ từ phía ngoài vào: bạn hãy đứng bên ngoài nhà vào buổi tối và quan sát mọi thứ trong nhà qua khung cửa. Khi chúng ta không trực tiếp sờ, bạn sẽ thấy nội thất trong nhà có màu da cam bị ảnh hưởng bởi nguồn sáng, chúng ta có khả năng nhìn thấy màu thực của ánh sáng đó.



Nhìn ánh sáng bóng điện từ ngoài cửa sổ vào, bạn có thể thấy màu sắc thực của nó: màu da cam.

Đôi khi cũng xảy ra trường hợp tương tự: khi chúng ta đứng dưới 1 bóng râm, ta chỉ cảm nhận 1 màu trung lập nhưng ngay khi chúng ta lùi lại và tách mình khỏi vùng bóng râm đó (lúc này ta chịu tác động ánh sáng mặt trời) thì màu xanh càng dễ nhận ra hơn. Có rất nhiều tình huống mà ánh sáng có bóng đổ khá mạnh: ánh sáng đèn huỳnh quang thường xanh lá cây, ánh sáng đường phố thường có màu vàng đậm, ánh sáng lúc tối từ vàng nhạt sang đỏ,...



Từ vùng bóng đổ, chúng ta chỉ cảm nhận 1 màu trung tính nhưng chỉ cần tách mình khỏi vùng bóng râm đó, ta sẽ cảm nhận rõ nét hơn về màu xanh của bóng râm.

Ánh sáng 3 điểm và những điều cần bàn lại

Trong các sách viết về 3D thường miêu tả cách cài đặt chiếu sáng 3 chiều theo lối cổ điển và khuyến khích mọi người mới bắt đầu học áp dụng nó như 1 phương pháp hiệu quả để chiếu sáng cho phong cảnh của họ. Lúc đầu, cách chiếu sáng này được phát triển như cách chiếu sáng trong nhiếp ảnh và nó có 1 ưu điểm là dễ hiểu và dễ học. Nó gồm 1 ánh sáng chính, loá, mạnh chiếu thẳng từ 1 góc nào đó. 1 ánh sáng trái ngược hoàn toàn, mờ, nhẹ đến từ hướng đối diện với góc tới trên và ánh sáng thứ 3 là ánh sáng được chiếu từ sau vật thể. (**Key light-Back light-Fill light**)

Vấn đề lớn nhất gặp phải ở đây nằm trong khâu cài đặt. Loại ánh sáng này tạo cảm giác giả tạo và phản xạ không thật. Cách sử dụng ánh sáng hậu chỉ nên sử dụng khi bạn đang cần tìm 1 hiệu ứng đặc biệt, 1 hiệu ứng cần mang kịch tính. Ánh sáng chiếu hậu có thể khá hiệu quả chỉ khi chúng ta biết sử dụng nó 1 cách tinh tế. Ta không nên áp dụng bừa bãi trong mọi tình huống. Loại ánh sáng 3 điểm này không hề tồn tại trong thiên nhiên nên trông nó giả tạo.

Trên thực tế có quá nhiều sách dạy cách tạo ánh sáng loại nhưng lại dựa trên mô hình rập khuôn, giống nhau. Điều này khiến cho nó trở nên buồn tẻ và chán ngắt khi học.

Nếu bạn đang tìm kiếm thứ ánh sáng nào đó để chiếu sáng cho tác phẩm của mình thì tốt hơn hết hãy cố gắng mò mẫm làm theo sáng tạo riêng của bản thân bạn. Hãy nghiên cứu

thực sự nghiêm túc xem ngoài đời thực nó thế nào và rồi hãy nghĩ ra giải pháp giải quyết tiếp theo.

Mọi người thường bị phụ thuộc nhiều vào cách chiếu sáng mang tính công thức. Hầu như nhiếp ảnh gia nào cũng khai thác những góc chụp giống hệt nhau. Kết quả là tấm ảnh nào cũng buồn tẻ và thiếu đi cái hồn, không thể hiện được cái nhìn về cuộc sống muôn màu muôn vẻ.

Nếu bạn thực sự muốn có 1 tác phẩm nghệ thuật riêng cho mình bạn cần tránh giáo điều và không nên quá máy móc, phụ thuộc nhiều vào những gì các sách hướng dẫn nói! Hãy nghĩ theo cách của chính các bạn.

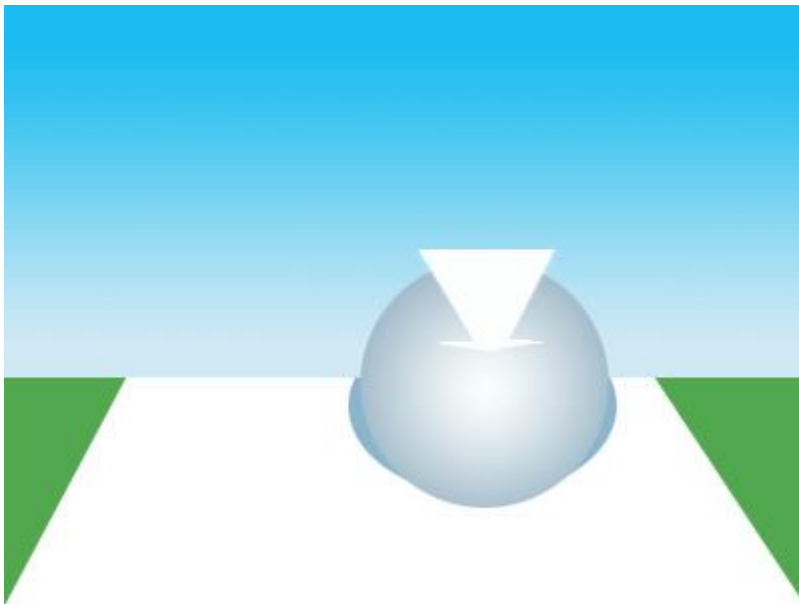
17) ÁNH SÁNG: HƯỚNG CỦA ÁNH SÁNG: PHẦN 2

Phần 2 về ánh sáng: Hướng của ánh sáng

Tác giả: Richard Harris

Hướng ánh sáng đến từ 1 nguồn sáng ảnh hưởng sâu sắc đến cách chúng ta cảm nhận cũng như trong cách thể hiện của vật thể trong phong cảnh. Việc chọn đúng hướng cho luồng sáng chủ đạo là 1 trong những nhân tố có ý nghĩa quan trọng nhất, quyết định thành công cho phong cảnh và biểu đạt được cái hồn trong từng bức hình.

Chiếu sáng trực diện - Front lighting:



Chúng ta đang ở góc nhìn có thể thấy nguồn sáng chiếu trực diện vào vật thể, đến từ ngay sau lưng người xem. Đây là góc nhìn thường thấy trong nhiếp ảnh cổ điển, nó không làm lộ quá rõ vùng sáng khi có nguồn sáng mạnh, sắc chiếu vào. Tuy nhiên, cũng có 1 vài trường hợp ngoại lệ, người ta lại chiếu thẳng luồng ánh sáng dọi vào và cũng thu được nhiều bức ảnh khá đẹp và hấp dẫn

Với cách chiếu sáng này, bóng đổ phần lớn không có nên ít làm lộ hình dáng hay kết cấu của vật thể. Kết quả mọi thứ thành như bề mặt phẳng. Tuy nhiên, nếu ta dùng nguồn sáng

nhẹ, lan rộng thì lại có thể khắc phục 1 số lỗi: che nếp nhăn, vết nhơ. Do vậy, người ta rất hay dùng thủ pháp chiếu sáng này trong ảnh chân dung hay nhiếp ảnh.



Loại ánh sáng mạnh, chiếu trực diện mà các tay săn ảnh hay dùng thường thô và không hấp dẫn.

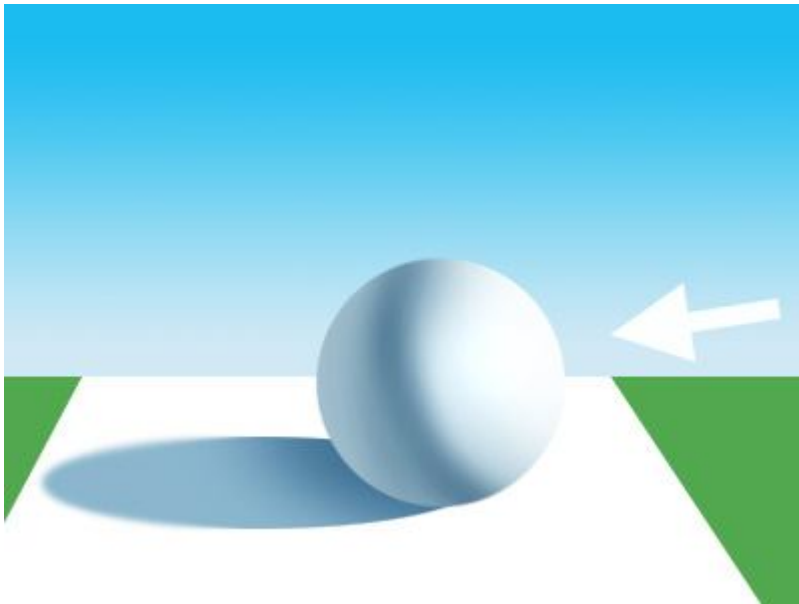


Chiếu trực diện với ánh sáng nhẹ làm chiếc lá trông mượt hơn.



Chiếu sáng trực diện tạo cảm giác bức hình phẳng trong mắt nhìn vì nó không làm lộ rõ hình dáng hay màu sắc(texture) vật thể toàn phong cảnh.

Chiếu sáng cạnh bên - Side Lighting:



Chiếu sáng cạnh bên là lựa chọn rất tốt khi chúng ta muốn thể hiện hình dáng, bố cục không gian 3 chiều của vật thể. Bóng đổ ở đây thường rất rõ và có sự tương phản cao. Loại chiếu sáng này có thể dùng để tạo bóng đổ kịch tính lên các bề mặt như tường hay tạo

không khí cho toàn phong cảnh. Nhìn chung cách chiếu sáng này rất hấp dẫn, thường sử dụng tạo hiệu ứng lớn. Nó chính là ánh sáng chúng ta thường thấy khi bắt đầu 1 ngày mới và kết thúc lúc chiều muộn. Nó cũng có trong các bộ phim, nhiếp ảnh.

Mặt hạn chế của cách chiếu sáng này là 1 phần bức ảnh có thể bị mất bóng đổ, nó có thể làm lộ 1 số nhược điểm như các vết nhăn. Trong nhiếp ảnh truyền thần, cách chiếu sáng này thường đa phần dành cho nam giới vì nó tạo cảm giác nam tính khi có sự thô ráp trong tấm hình, đặc biệt bóng đổ ở đây không có các cạnh mềm.



Chiếu sáng cạnh bên có thể đem lại hiệu ứng cao, làm lộ rõ hình dáng, màu sắc (texture) bức hình

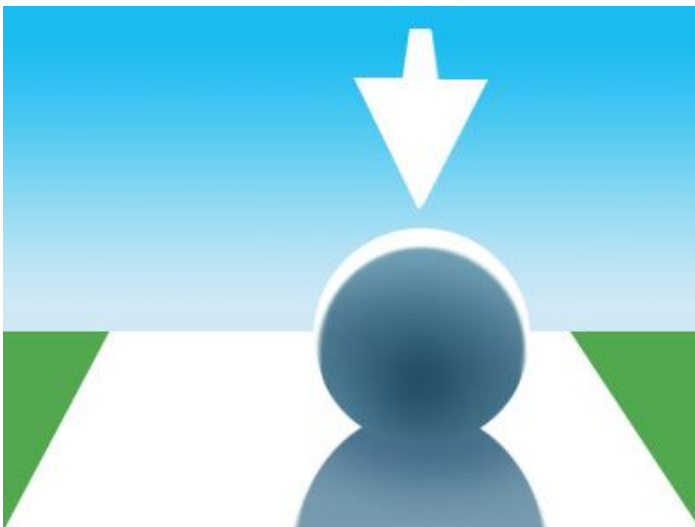


Ánh sáng chiều tối của mặt trời chạy qua làm bức tường lộ rõ màu



Bóng đổ dài chạy ngang trong bức hình trên tạo cho chúng ta cảm giác có chiều sâu.

Chiếu sáng mặt sau - Back lighting:



Chiếu sáng mặt sau là khi chúng ta đang nhìn thẳng vào nguồn sáng và các mặt của vật thể sẽ hiện lên, đối diện với chúng ta, làm lộ cả phần bóng lẫn phần tối của bức hình. Thường người ta dùng cách chiếu sáng này để tạo sự tương phản trong tình huống, nhìn rất kịch tính. Nếu nguồn sáng đến từ 1 góc nhỏ (so với điểm nhìn của chúng ta) thì vật thể sẽ có đường viền ánh sáng quanh 1 hay nhiều góc cạnh của vật thể. Ánh sáng càng mạnh thì các đường viền ánh sáng càng nhiều.

Phông cảnh sử dụng loại chiếu sáng từ phía sau này thường có nhiều bóng đổ (trừ khi nguồn sáng chúng ta dùng quá nhẹ). Bức ảnh hầu hết đều có màu tối đen với những dải ánh sáng đầy kịch tính. Trong tình huống chiếu sáng này, cách chiếu sáng làm xuất hiện đường viền ánh sáng quanh vật thể có thể khá hữu ích cho chúng ta định rõ hình dáng của vật thể trong vùng bóng đổ. Một đặc điểm khác của loại ánh sáng này là làm vật thể trở nên trong suốt, mờ mờ, lộ rõ độ chi tiết nghệ thuật hay màu sắc dọc theo các góc có đường viền ánh sáng bao quanh. Loại ánh sáng này rất hiệu quả trong việc mang lại kịch tính cho bức hình.



Chiếu sáng từ phía sau thậm chí có thể làm lộ rõ những vật thể ít được để ý nhất

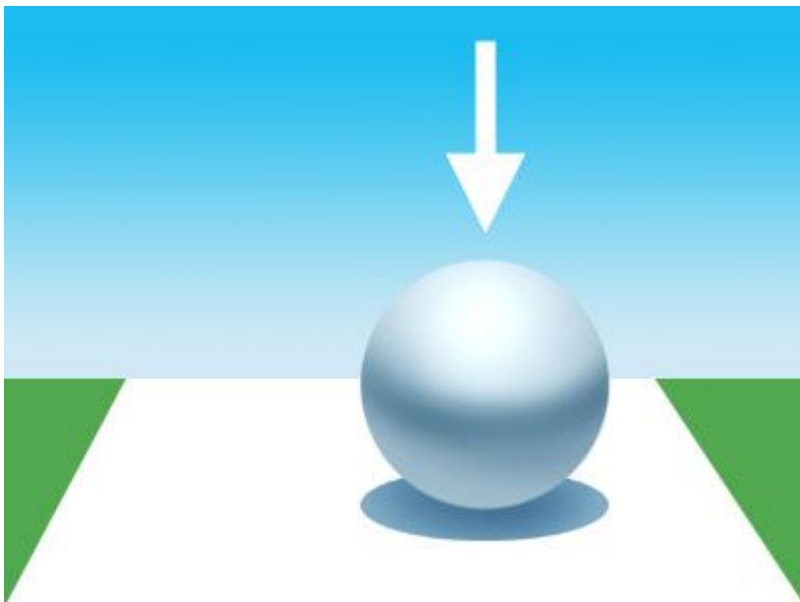


Một cách hiệu quả trong tạo độ mờ .



Silhouette (bóng đổ trực tiếp lên màn ảnh) là một trong những tính năng thông dụng của cảnh chiếu sáng sau.

Chiếu sáng từ đỉnh - Lighting from above:



Chiếu sáng từ đỉnh ít dùng mặc dù nó xuất hiện khá thường xuyên vào ban ngày. Chúng ta có thể bắt gặp cách chiếu sáng này vào giữa trưa nắng, tại 1 số vùng và các tình huống khác như trên sân khấu. Với ánh sáng nhẹ, đây là 1 cách hữu hiệu làm lộ hình dáng vật thể. Dưới ánh sáng mạnh, nó có thể tạo không khí huyền bí nhờ vào bóng đổ khá kịch tính dưới từng vật thể: Ví dụ khi ta dùng ánh sáng mạnh chiếu từ trên đầu người xuống, chỗ mắt người sẽ tạo thành hõm đen (do nằm trong vùng bóng đổ hoàn toàn). Các họa sĩ ít dùng cách chiếu sáng này tuy nhiên không hẳn là không nên dùng nó. Vào ngày nắng, cách chiếu sáng này rất chân thực, toàn bộ bầu trời như 1 nguồn sáng khổng lồ. Loại ánh sáng này cũng ít khi dùng trong các tình huống tạo bầu không khí cho toàn phòng cảnh.

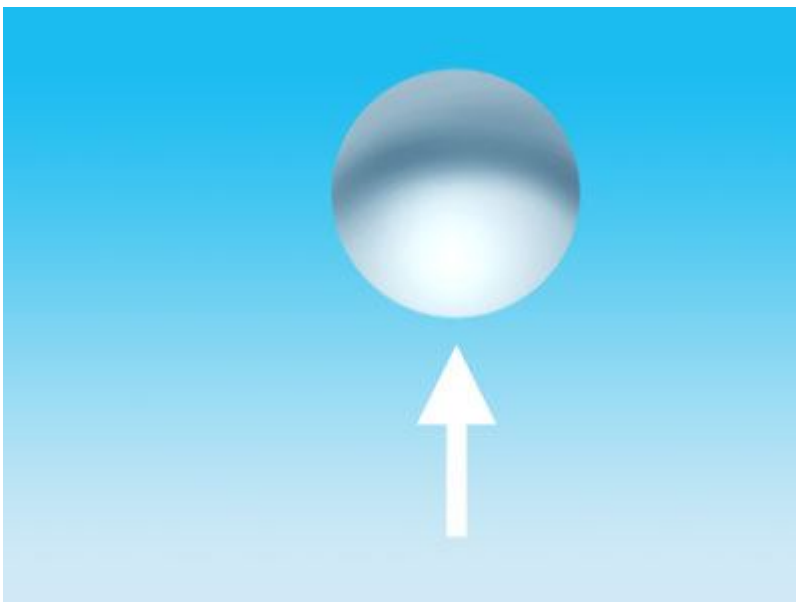


Ánh sáng nhẹ chiếu từ trên xuống là đặc điểm nhận thấy khi thời tiết u ám.



Chiếu sáng trực tiếp từ trên xuống có thể tạo cảm giác hăm dọa, làm lì. Nó nhấn mạnh trong cấu trúc xương và độ sâu của hõm mắt

Chiếu sáng từ dưới - Lighting from below:



So với cách chiếu sáng từ trên xuống thì cách chiếu sáng này có vẻ thường thấy hơn. Trong bối cảnh tự nhiên, ta có thể thấy cách chiếu sáng này với người đứng cạnh 1 đồng

lửa hay trên tay họ cầm bó đuốc. Ánh sáng phản xạ có thể từ dưới lên (như bề mặt nước). Với cách chiếu sáng này, mọi vật trong vùng chiếu sáng và bóng đổ thường bị đảo ngược, từ vẻ bề ngoài thân quen nhất đến lập dị (thử tưởng tượng 1 người với ánh sáng ngọn đuốc chiếu từ dưới mặt lên: **bóng đổ sẽ đi từ trên xuống**).

Một lần nữa, người ta rất ít khi áp dụng cách chiếu sáng này để tạo hiệu ứng. Dường như chúng ta đã sai lầm khi phân biệt mọi việc rạch ròi. Cách chiếu sáng này có thể sử dụng tạo những tâm trạng đặc biệt nhờ vào thao tác chuyển đổi cách chiếu sáng để biểu đạt tình cảm.



Chiếu sáng từ dưới ít khi dùng nhưng có thể tạo nên những bức hình mới lạ .

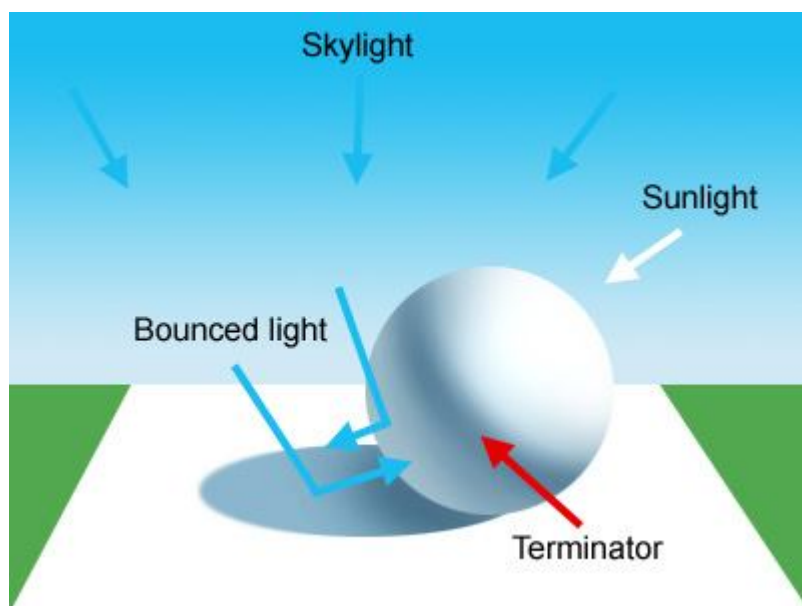


Chiếu sáng từ dưới lên tạo cảm giác rợn và không thân thiện, thậm chí ánh mắt trông rất lập dị. Chúng ta hãy để ý đến góc ánh sáng tập trung trong từng vùng màu da trên khuôn mặt.

So với tám ảnh trên: cùng 1 gương mặt, chỉ khác hướng chiếu sáng nhưng lại trông khác nhau hoàn toàn

18) ÁNH SÁNG: PHẦN 3: ÁNH SÁNG TỰ NHIÊN

Phần 3 về lí thuyết ánh sáng: Ánh sáng tự nhiên



Ánh sáng tự nhiên rất đa dạng, có sự khác biệt lớn giữa các nhân tố ảnh hưởng đến nó. Nguồn sáng tự nhiên nói chung do mặt trời cung cấp nhưng bản thân nó cũng lại có sự khác biệt, tùy theo khoảng thời gian trong ngày cũng như thay đổi theo thời tiết khí hậu. Các nhân tố ảnh hưởng có thể làm thay đổi nguồn sáng theo nhiều hướng: từ sắc nét và ấm đến nhẹ và lạnh.

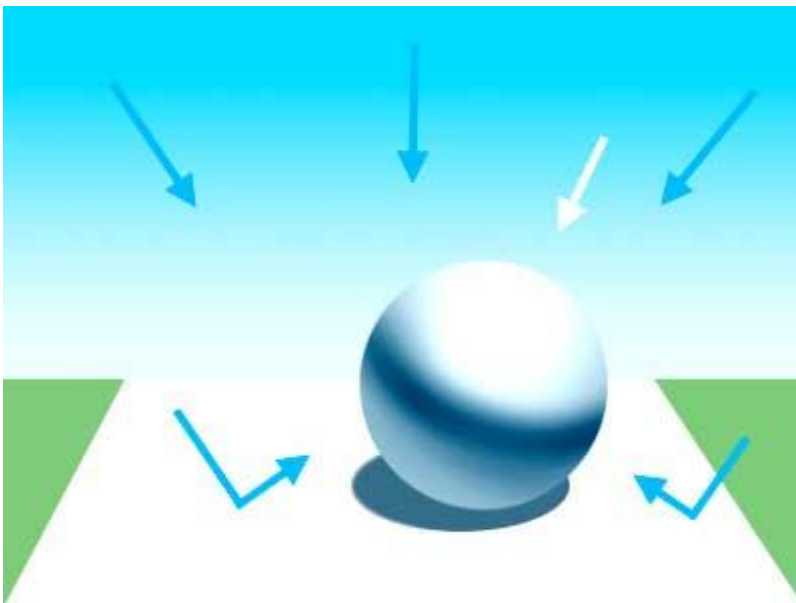
Hình sử dụng trong phần 1 là hình minh họa cơ bản của ánh sáng mặt trời. Hầu hết trong chúng ta đều thấy trong những ngày nắng thông thường. Ảnh trên mô tả ánh sáng mặt trời tầm giữa sáng và chiều. Xét về khía cạnh màu sắc và đặc tính thì đây là thời khắc thật nhất trong ngày của ánh sáng mặt trời. Tuy nhiên, có 2 nhân tố khác cũng ảnh hưởng đến tính chất của ánh sáng mặt trời đó là: tán xạ và mây che. Như đã nói trong phần 1, bầu khí quyển trái đất tán xạ những bước sóng ngắn hơn, tạo ra bầu trời xanh và màu đỏ cho ánh sáng mặt trời. Ánh sáng mặt trời xuyên qua bầu khí quyển càng dày thì độ tán xạ xảy ra càng nhiều. Do vậy, vào tầm sáng và chiều, mức độ tán xạ xảy ra nhiều hơn. Rõ ràng tính chất của ánh sáng mặt trời khác nhau theo từng thời điểm trong ngày. Cũng có vài trường hợp đặc biệt xảy ra khi mặt trời đã khuất sau đường chân trời và lúc này ánh sáng bầu trời (tán xạ từ mặt trời) là nguồn sáng duy nhất.



Những đám mây ảnh hưởng lớn đến màu sắc và tính chất của ánh sáng mặt trời. Mây thường có độ mờ (cho ánh sáng có thể đi qua) và có tính chất khúc tán. Khi ánh sáng đi qua bề mặt trong suốt như kính, các tia sáng chạy song song. Tuy nhiên, nếu đi qua bề mặt mờ đục thì ánh sáng lại bị lệch hướng và các tia sáng bật nảy bên trong làm lệch hướng ánh sáng. Đây là hiện tượng rất giống với hiện tượng tán xạ ánh sáng xanh trong khí quyển, nhưng có điều hiện tượng tán xạ này không chỉ xảy ra với những bước sóng ngắn mà còn cả bước sóng dài.

Ảnh hưởng này dẫn đến hiện tượng khúc tán lên ánh sáng mặt trời, biến nguồn sáng sắc, nhỏ thành nguồn sáng mềm và lớn (trên toàn bầu trời). Màu sắc cũng bị ảnh hưởng bởi mây vì mây che bầu trời xanh và ánh sáng lại đi từ đó xuống.

Ánh sáng mặt trời vào giữa trưa



Khi mặt trời lên đến thiên đỉnh cũng là lúc ánh sáng mặt trời mạnh và trắng nhất. Chúng ta có thể thấy sự tương phản ở đây mạnh và bóng đổ rất tối (trong thực tế khi rửa phim ra mới thấy rõ màu tối này) tuy nhiên trong cùng tối này, mắt thường của chúng ta đôi khi vẫn thấy rõ mọi vật. Với loại chiếu sáng này, chúng ta cần tạo ánh sáng mạnh và độ tương phản cao. Ánh sáng mạnh làm mất màu và ít bị bão hoà hơn so với các thời điểm chiếu sáng khác trong ngày. Theo cách chiếu sáng này, độ tương phản mạnh có thể gây khó khăn cho chúng ta khi muốn tạo bức 1 bức hình cuốn hút (nếu hạ độ tương phản thấp xuống, có thể tạo nên bức hình khá đẹp). Tuy nhiên, chúng ta có thể áp dụng cách chiếu sáng này với cảnh nước hay cảnh biển vùng nhiệt đới

Bóng đổ bé và ánh sáng mạnh không mấy khi được dùng để diễn tả hình dáng vật thể, độ bão hoà thấp cũng là 1 trở ngại khác. Phần lớn các nhiếp ảnh gia đều tránh ánh sáng lúc giữa trưa nhưng không có nghĩa là không thể tận dụng nó. (Hầu hết những gì đi ngược lại lí thuyết thông thường đều có thể tạo ra tình huống sáng tạo, khác lạ)



Bức ảnh này là 1 ví dụ tiêu biểu cho chiếu sáng giữa trưa. Chúng ta hãy để ý toàn bộ nền cát đều màu trắng và bóng đổ tịt. Sự tương phản này quá lớn để máy ảnh có thể tái hiện được toàn bộ vùng bóng đổ

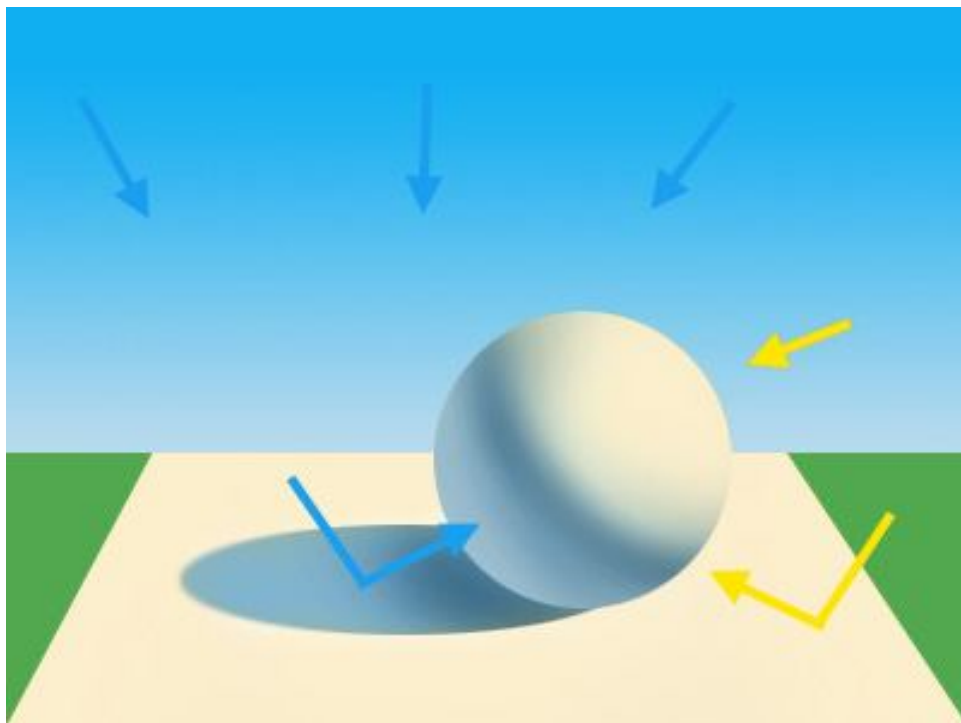


Các bức hình chụp cảnh dưới nước vào giữa trưa đạt hiệu quả cao vì người chụp không bị phản xạ bóng xuống mặt nước (do góc chiếu thẳng của ánh sáng mặt trời). Không giống như hầu hết các đối tượng khác, nước biển có màu rất đẹp nhờ vào cách chiếu sáng này.



Việc tận dụng sự tương phản mạnh của ánh sáng mặt trời lúc trưa nắng đã tạo nên điểm nhấn tương phản trong phong cảnh của bức hình trên. Nếu không dùng thêm bộ lọc tia hồng ngoại tăng cường cho hiệu ứng này, màu của bức tranh có lẽ đã không đạt được hiệu quả như thế này.

Ánh sáng chiều tà



Do mặt trời lúc này đã xuống thấp, ánh sáng phần nào ấm hơn, trời sẫm tối, ánh sáng mặt trời đổ màu vàng. Màu của bầu trời cũng có bóng đổ xanh sâu hơn theo từng cấp độ giảm của ánh sáng

Ánh sáng lúc chiều tối nhìn chung được đánh giá cao trong tạo sức hấp dẫn cho bức hình với những gam màu ấm và độ tương phản nhẹ nhàng dễ đi vào lòng người. Khoảng 1 tiếng trước khi mặt trời lặn chúng ta có thể thấy rõ hiệu ứng này nhất! Các nhà nhiếp ảnh và làm phim thường coi đây là khoảnh khắc vàng vì chất lượng ánh sáng khi lên ảnh rất đẹp.

Độ bão hoà về màu sắc trong thời điểm này khá cao và bản thân màu của ánh sáng cũng ảnh hưởng lớn đến các bề mặt nó tiếp xúc, tạo vẻ ngoài ấm nóng và phong phú. Như 1 sự trùng hợp ngẫu nhiên có tính thẩm mỹ, màu bóng đổ rất hợp với màu của ánh sáng chủ đạo (màu vàng tương phản màu xanh). Màu vàng ấm của ánh sáng chủ đạo đối lập với phần bóng đổ gam màu xanh lạnh. Do vậy mà trong nhiếp ảnh, phim và quảng cáo thường có cảnh ánh sáng lúc chiều tàn.



Vào lúc chiều tà, bạn có thể nhìn thấy rõ bóng đổ màu vàng khá đậm lên các cột của ga Battersea Power Station.

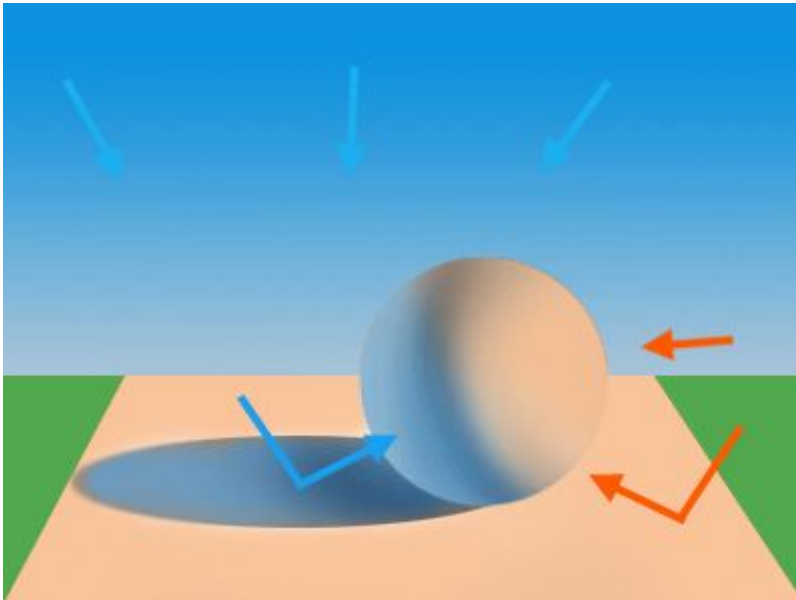


Bộ lông nhìn bóng loáng của chú chó này 1 phần phản chiếu rất đẹp bởi ánh sáng màu vàng lúc chiều tối, phần còn lại là do bầu trời xanh.



Thứ ánh sáng khả hấp dẫn lúc chiều tà có thể làm sáng hầu hết các vật thể. Trong bức ảnh này, hình trông sẽ thật tẻ nhạt nếu không có loại chiếu sáng này

Mặt trời lặn - Sunset



Đúng vào thời điểm mặt trời sắp lặn, ánh sáng có màu da cam đậm hơn và lẫn thêm sắc đỏ. Cường độ ánh sáng yếu đi đồng nghĩa với sự tương phản lúc này bắt đầu xuống thấp. Ánh sáng mặt trời yếu sẽ tạo cơ hội cho ánh sáng bầu trời làm chủ thể trộn với vùng bóng đổ màu xanh là chính. Bóng đổ vào thời gian này rất dài, màu hiện lên rõ.

Khi mặt trời lặn, vào lúc có mây, màu của bầu trời rất lạ. Không như khoảng thời gian khác trong ngày, mây lúc này lại được thắp sáng từ phía sau với những gam màu đỏ ấn tượng và sắc da cam. Những mảng màu này hoà cùng màu của bầu trời có thể gây ảnh hưởng cho màu sắc vùng bóng đổ, đôi khi chuyển chúng thành màu tím hay hồng

Cảnh mặt trời lặn thường rất đa dạng về màu sắc cũng như trong bầu không khí phong cảnh. Bạn có thể kiểm nhận thực tế này nếu quan sát một vài cảnh lúc hoàng hôn, chúng không hề giống nhau.



Ở đây ta thấy ánh sáng mặt trời màu da cam đậm với bóng đổ chuyển sang màu tím (do hỗn hợp màu phản chiếu từ bầu trời nói trên)

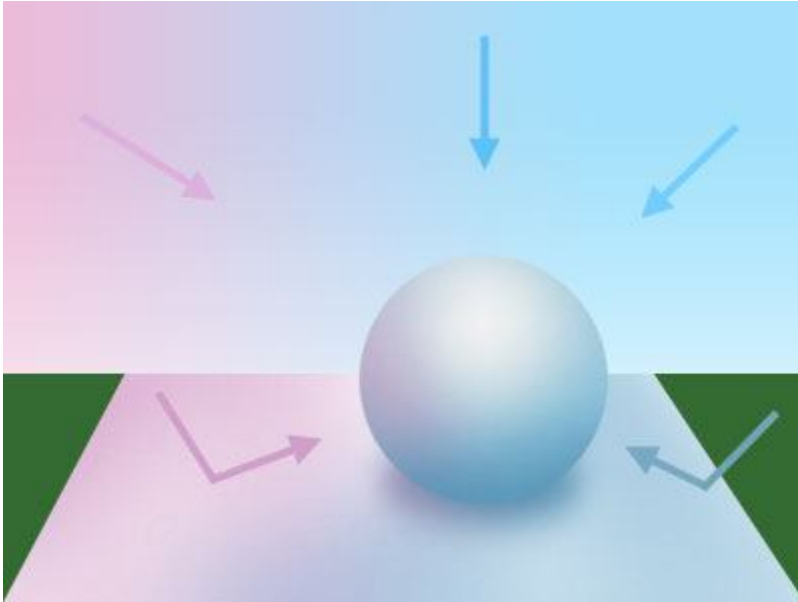


Độ tương phản rất thấp và lúc này, khi cùng chiếu xuống các mòm đá, cường độ ánh sáng mặt trời và bầu trời không chênh nhau nhiều.



Mặt trời lặn rất nhanh và ánh sáng cùng thay đổi nhanh. Một cảnh kiểu này chỉ kéo dài độ vài phút trước khi mặt trời khuất hẳn sau đường chân trời

Ráng chiều



Khoảng thời gian trời chạng vạng tối là khoảng thời gian rất đặc biệt trong ngày. Sự chiếu sáng không thể dự đoán được nhưng bù lại, nó rất đẹp. Khi mặt trời đã khuất hẳn sau đường chân trời, nguồn sáng tự nhiên còn lại duy nhất đến từ bầu trời, bóng đổ ít, độ tương phản và màu sắc nhìn rất nhẹ nhàng.

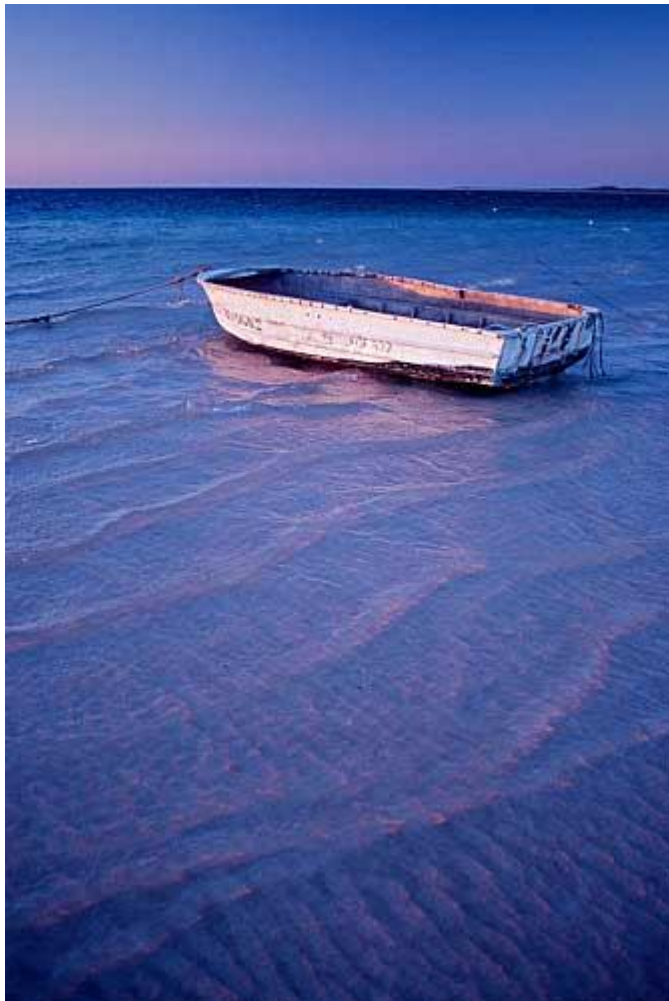
Vào ngày quang đãng, sau khi mặt trời lặn, bầu trời phía Tây thường có màu hồng, người ta gọi hiện tượng này là ráng chiều. Màu của ánh ráng chiều có thể rất hồng, chiếu xuống các bề mặt phản xạ tốt như: bức tường trắng, cát hay nước. Tuy nhiên, ánh sáng hồng này lại quá nhạt để có thể gây ảnh hưởng tới các bề mặt tối hơn như giữa các tán lá, do vậy mặt đất thường rất tối vào thời điểm này trong ngày

Tuy nhiên, không phải lúc nào ánh sáng ráng chiều cũng xuất hiện khi trời chạng vạng tối. Có những lúc bầu trời phía Tây chỉ màu xanh. Khi mặt trời hắt ánh nắng từ sau đường chân trời thường xuất hiện những ánh màu vàng hay da cam. Sau khi mặt trời lặn, tuy ánh sáng bầu trời phía Tây chỉ duy trì trong thời gian ngắn và thay đổi nhanh nhưng ánh sáng phát ra từ mặt trời vẫn có thể tồn tại khoảng 1 giờ sau đó. Một điểm đáng chú ý là bầu trời phía Tây ngoài màu hồng còn có thể là vàng, da cam và đỏ.

Nhìn từ phía trong nhà, bầu trời có chiều sâu và một màu xanh mạnh, đặc biệt nó tương phản với ánh sáng da cam của sợi dây tóc bóng điện bên trong nhà. Trong các ngày u ám, nhiều mây, ánh sáng mặt trời thường màu xanh (màu hồng trong những ngày quang mây) và nhìn chung trời tối rất nhanh.



Trong ảnh này ta có thể nhìn thấy bầu trời phía Tây rất hồng. Có thể bạn không thường thường xuyên để ý nhưng nó là màu quen thuộc trên bầu trời mỗi khi mặt trời lặn. Bạn cũng có thể nhận ra các bề mặt không có khả năng phản xạ như các tán cây (có màu tối đen). Trong khi đó, các bề mặt có khả năng phản xạ tốt như những căn trọc còn rất sáng.

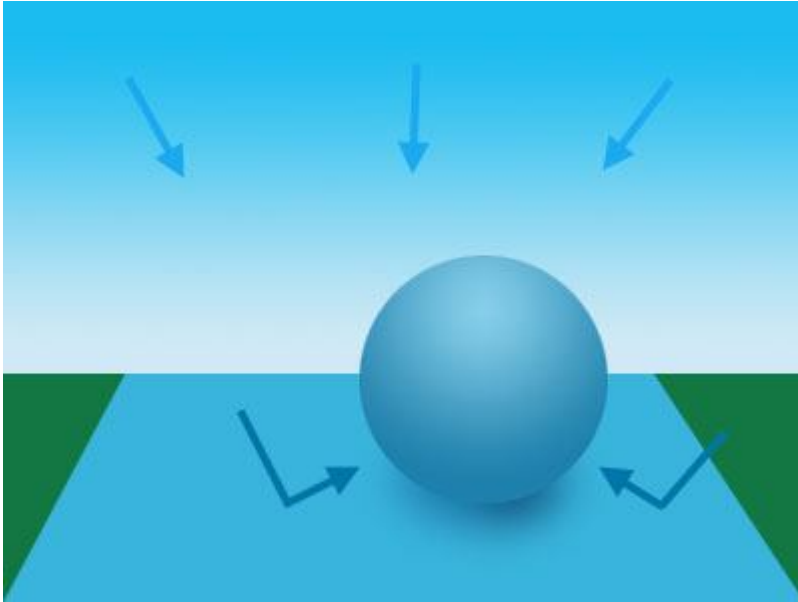


Ánh sáng lúc trời nhá nhem tối đang hắt ánh hồng và xanh lên mặt nước và chiếc thuyền.



Ánh sáng vào ngày u ám có màu xanh đậm

Bóng mờ - Open Shade



Trong vùng bóng mờ, bầu trời là nguồn chiếu sáng chính và ánh sáng có màu xanh mạnh. Ánh sáng khuếch tán và bóng đổ yếu. Nếu bạn đứng trong vùng bóng đậm của ánh trắng, có thể vùng bóng này sẽ có màu tối đen.

Ánh sáng trong vùng bóng mờ cũng có thể bị phản xạ từ môi trường (như gần các bức tường). Tán lá cây và các bề mặt khác cũng có thể phản xạ ánh sáng xuống vùng bóng đổ, ảnh hưởng tới màu của ánh sáng. Nếu bạn ở trong khu rừng rậm với bầu trời hoàn toàn bị che khuất, những chiếc lá vẫn phản xạ lại ánh sáng và ánh sáng sẽ có màu xanh. Hiệu ứng tương tự có thể thấy giữa các cây với nhau.



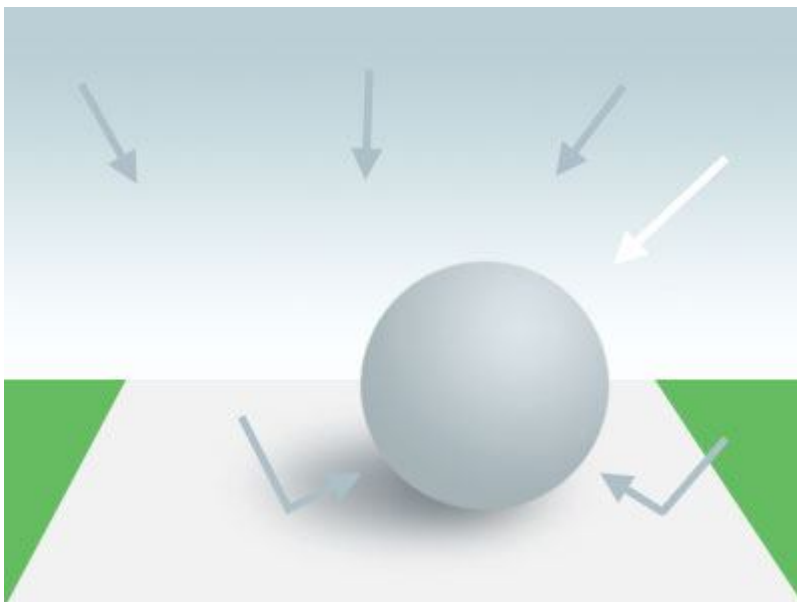
Bằng mắt thường ta có thể nhìn thấy rõ màu bóng đổ xanh khá đậm lên các bậc thang. Trong thực tế, ánh sáng bị tán xạ nhưng chúng ta vẫn nhận ra hướng ánh sáng chiếu rất rõ

từ trên xuống và những hướng khác bị khuất sau các bức tường.



Trong vùng bóng mờ với ánh sáng khuếch tán màu xanh, ta có thể nhìn thấy rất rõ cây trên.

Overcast



Ánh sáng vào những ngày u ám phụ thuộc vào độ dày của mây và khoảng thời gian trong

ngày. Trái ngược hoàn toàn với những quan điểm phổ biến về loại ánh sáng này, ánh sáng vào những ngày u ám cũng có vẻ đẹp riêng. Khi cả bầu trời đóng vai trò làm nguồn sáng duy nhất, ánh sáng nhẹ, tán xạ và có bóng đổ rất mềm. Sự tương phản thấp và độ bão hoà màu cao.

Màu của ánh sáng phụ thuộc nhiều vào thời gian trong ngày. Tôi đã từng nhìn 1 biểu đồ ghi nhiệt độ màu sắc và nó nói rằng ánh sáng khi trời u ám có màu xanh, mây càng dày, ánh sáng xanh càng đậm. Tuy nhiên, những gì tôi phát hiện ra lại hoàn toàn khác. Nếu mặt trời lên cao, ánh sáng sẽ có màu trắng hoặc xám, mây càng dày thì ánh sáng lại càng trắng. Khi mặt trời xuống thấp, ánh sáng màu xanh tăng lên và mặt trời càng xuống thấp thì màu xanh càng rõ.

Ánh sáng lúc trời u ám thường bị coi là tẻ nhạt nhưng nó cũng có vẻ đẹp riêng. Do ánh sáng này nhẹ nên có thể trải rộng và nó có thể tạo những hiệu ứng làm nổi rõ màu sắc của bức hình. Bản thân phản xạ từ bầu trời cũng yếu và có sức lan rộng, nó giúp cho các bề mặt phản xạ hiện rõ trong khung cảnh. Chúng ta thường thấy trong môi trường nước, đôi khi tại các bề mặt khác như vỏ xe ô tô.



Ánh sáng lúc trời u ám có độ tương phản thấp và khá trung lập, nó làm cho màu sắc ánh sáng có thể hiện lên rất rõ, hoàn toàn bão hoà. Chúng ta hãy để ý đến bóng sáng nhẹ trên những chiếc lá đỏ, chúng được tạo ra do phản xạ của bầu trời. Vào ngày nắng, những bóng sáng này có thể trông nhỏ và chói hơn.

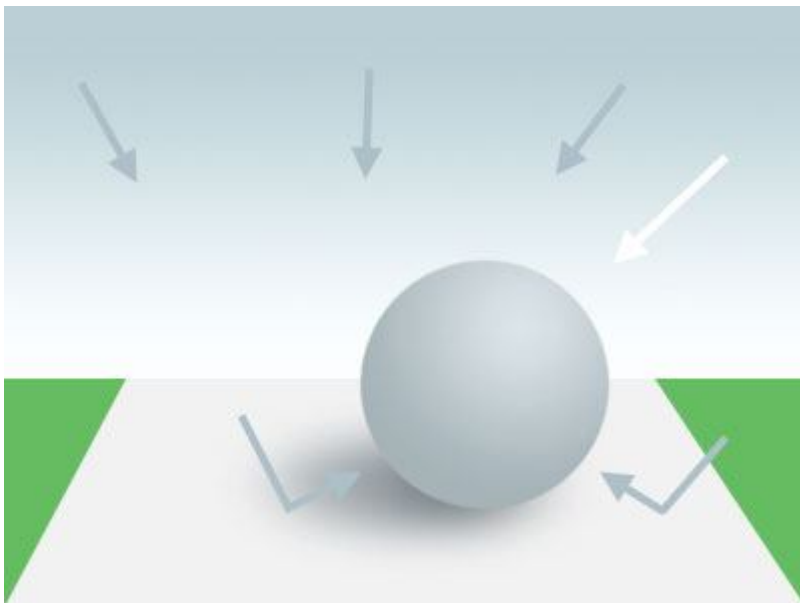


Ánh sáng khuếch tán làm lộ rõ hình dáng của từng quả nho. Nhờ độ tương phản nhẹ của ánh sáng, toàn chùm nho hầu như không bị ảnh hưởng của vùng bóng đổ. Một lần nữa chúng ta nhận thấy các màu ở đây đều bão hoà.



Bầu trời ngày u ám tạo ánh sáng phản xạ bạc rất đẹp trên bề mặt nước. Một trong những bí mật tạo nên các bức ảnh tuyệt vời vào ngày không nắng ráo đó là đừng để cho bầu trời xuất hiện trong bức hình của bạn.

Ánh sáng ngày nhiều mây



Vào những ngày có nhiều mây, mặt đất rất hiếm khi nhận được ánh sáng mặt trời trực tiếp. Ánh sáng lúc này có thể tạo vùng bóng đổ mạnh hơn những ngày u ám, nhưng cứ khi nào mây che mặt trời là vùng bóng đổ lại yếu theo. Những ngày này trời sáng sủa hơn so với ngày u ám, nó là cái bắt tay khá lý tưởng giữa sự tương phản mạnh của ánh sáng mặt trời với vẻ u ám của tầng mây dày che phủ.

Ảnh chụp vào những ngày nhiều mây có thể nhiều màu sắc (dù ta chỉ đơn thuần thấy độ màu trắng hay xám). Độ dày mỏng hay khoảng cách giữa các tầng mây cũng có thể tô màu cho bầu trời với các gam màu xanh, màu vàng phản xạ lên bề mặt các đám mây. Khi tầng mây ùn càng dày, màu sắc càng phong phú, bầu trời thường nổi bật ở vùng mây thưa hay phân tán. Một nhân tố ảnh hưởng đến màu mây đó là khoảng cách giữa các đám mây. Do tán xạ, ánh sáng có thể màu vàng, thậm chí màu da cam (ngay cả vào lúc lúc giữa trưa).

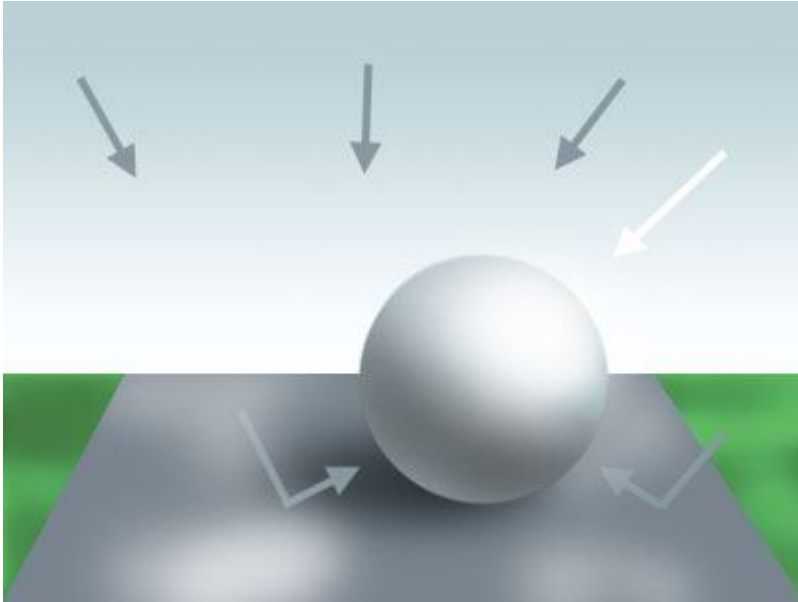


Ánh sáng vào ngày nhiều mây có chiều hướng mạnh hơn so với ánh sáng khuếch tán từ đám mây dày phủ trực tiếp phía trên. Tuy nhiên, bóng đổ vẫn bị ảnh hưởng bởi đám mây xung quanh.



Trong bức hình này, ánh sáng mạnh hơn đến từ bầu trời đủ sáng để làm hiện lên hình dáng con vật. Tuy nhiên, bóng đổ dưới nó vẫn mờ do ánh sáng mặt trời bị tán xạ bởi mây. Chúng ta hãy để ý, trong bóng đổ không có màu xanh (vì bầu trời xanh đã bị mây che khuất)

Ánh sáng vào lúc mây tan (giông bão) và khi mây quầng.



Chúng ta thường xuyên gặp nhiều loại ánh sáng và bóng đổ của nó trong môi trường tự nhiên. Tôi đã nhóm chúng lại theo từng loại cho dù chúng có khá nhiều nét khác nhau.

Khi mây trôi (tan), bạn thấy lúc thì có ánh sáng mặt trời, lúc thì lại âm u (do ánh sáng xanh từ bầu trời vẫn bị che khuất bởi mây, và mỗi khi giữa các đám mây trôi có khoảng cách, ánh sáng mặt trời lại có dịp rọi xuống mặt đất). Các đám mây đổ bóng lên toàn cảnh, chen giữa những mảng bóng dâm đều có ánh sáng mặt trời. Độ tương phản lúc này cao và bầu trời xám như một phong nền đầy kịch tính. Sự đối lập, đan xen giữa nắng và và bầu trời âm u tạo cảnh khá thú vị.

Bầu trời lúc này rất sặc sỡ, nhiều yếu tố ảnh hưởng đến màu sắc: thời gian trong ngày, độ dày mỏng của mây, khoảng cách giữa các đám mây,...Màu sắc có thể tạo nên những bóng đổ màu xanh, vàng, da cam hay xám. Ánh sáng chuyển đổi rất nhanh, nhanh như tốc độ mây trôi trên bầu trời, ánh sáng mặt trời cũng ẩn hiện nhanh không kém.

Ánh sáng lúc mây quàng (như dưới các tán lá cây) là loại ánh sáng tổng hợp và tạo nên bóng đổ phổ biến trong tự nhiên. Độ tương phản ánh sáng mạnh, ánh sáng mặt trời lúc này có thể rất sáng, tương phản hoàn toàn với bóng đổ quanh nó. Hầu hết các máy ảnh đều không có khả năng ghi lại được độ tương phản này (Với mắt thường bạn lại có thể nhận ra).



Các bóng sáng rất rõ, hầu như chuyển hoàn toàn sang một màu trắng đơn thuần.

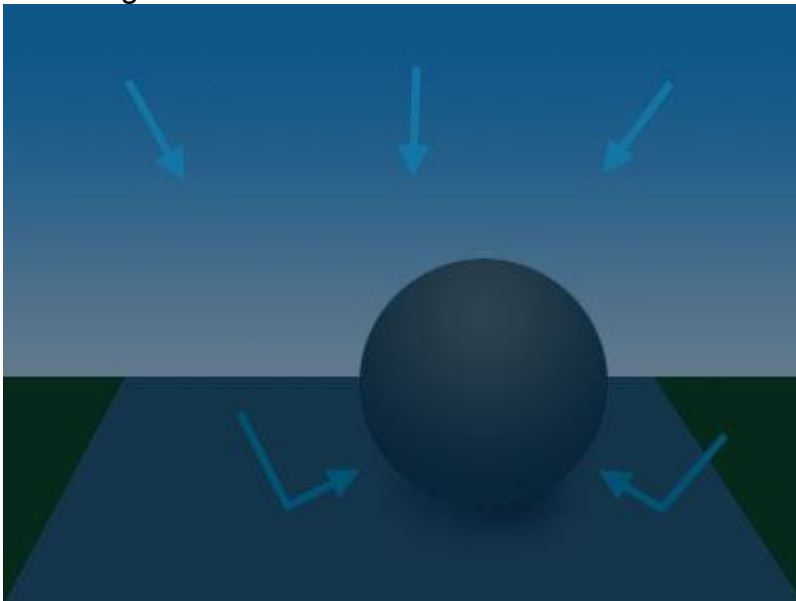


Máy ảnh chỉ đủ ghi lại phần nào sự tương phản cao của ánh sáng.



Ánh sáng mặt trời tương phản với vùng bóng khuất tối phía sau nhìn rất kịch tính.

Ánh sáng ban đêm



Vào ban đêm, mặc dù mặt trời đã khuất hẳn nhưng trên bầu trời vẫn còn ánh sáng. Ánh sáng này có thể do ánh sáng mặt trời vẫn còn phát tán trong bầu khí quyển hay từ mặt trăng. Các ngôi sao thì quá mờ nhạt để có thể chiếu thành ánh sáng rõ ràng, Điểm đang chú ý trong chiếu sáng phong cảnh thời gian này là bầu trời luôn phải sáng hơn so với mặt đất (trừ trường hợp mặt đất được ánh sáng nhân tạo chiếu). Chúng ta hãy nhìn hai ảnh dưới đây, bên trái là ảnh chuẩn, bên phải không thể có vì ta không thể hiểu được ánh sáng đến từ nguồn nào.



Khi trăng bị che khuất, chúng ta hãy nhớ ánh sáng của mặt trăng suy cho cùng cũng chỉ do mặt trời cung cấp và nó không thể tránh khỏi các nguyên tắc chiếu sáng như với cách chiếu sáng của mặt trời. Khi mặt trăng ở vị trí gần đường chân trời, nó có màu đỏ hay vàng. Nhưng khi càng lên cao, nó càng trắng. Bề mặt của mặt trăng thực tế không màu, chỉ có sắc sạm. Nếu bạn nhìn một bức hình chụp ảnh các phi hành gia đáp xuống mặt trăng, lúc đầu bạn chỉ nhìn thấy màu đen và trắng, dần dần mới có thể nhìn thấy hình các phi hành gia.

Vào ban đêm, ánh sáng bầu trời khuếch tán và yếu nhưng ánh trăng lại chiếu sắc nét như ánh sáng mặt trời, có khác thì chỉ trong cường độ sáng: rõ ràng ánh sáng của mặt trăng không thể mạnh bằng ánh sáng mặt trời. Do vậy, tỉ lệ giữa ánh sáng mặt trăng và ánh sáng bầu trời cũng sẽ khác nếu ta so sánh với tỉ lệ giữa ánh sáng mặt trời và ánh sáng bầu trời vào ban ngày. Một vấn đề khác bạn cần cân nhắc đó là khi nhìn bằng mắt thường, mặt trăng thường trông khá nhỏ bé (trong thực tế thì nó lớn hơn nhiều).

Trong bóng tối, mắt thường của chúng ta hầu như không có khả năng cảm nhận màu sắc. Tuy nhiên, máy ảnh vẫn có khả năng ghi lại màu sắc trong bóng tối. Trong thực tế, nếu bạn để mắt quang mở lâu, bạn có thể chụp 1 bức hình vào ban đêm và trông hệt như chụp ban ngày. Thậm chí, những bức hình này còn rất nhiều màu sắc (hơn hẳn những gì mắt thường nhìn được).

Trong làm phim, cách quay truyền thống tạo cảnh ban đêm là quay cảnh ban ngày nhưng chỉ quay non, sau đó sử dụng bộ lọc xanh của thấu kính máy quay để tạo ảo giác về ánh sáng.

Một nhân tố khác ảnh hưởng phong cảnh ban đêm đó là ảo giác ánh sáng. Tại Anh, cho dù bạn ở đâu (thậm chí xa hàng dặm so với thành phố), bạn vẫn có thể thấy ánh sáng hắt lên bầu trời hay phản xạ lên các đám mây màu da cam. Nếu không muốn nhìn cảnh này, bạn phải đi thật xa, đến những miền xa xôi, cách ly hoàn toàn thế giới hiện đại.



Phông cảnh, nơi không chịu ảnh hưởng của ánh sáng nhân tạo, có màu rất tối (so với bầu trời). Chúng ta hãy nhìn những mái nhà khá nổi bật vẫn đang phản xạ lại ánh sáng bầu trời (dù màn đêm rất tối).



Để ý ánh sáng và màu sắc trên bầu trời, nếu nhìn bằng mắt thường chúng ta sẽ không có khả năng thấy rõ như vậy.



Đây là mặt trăng với bóng đỏ nâu và chút đỏ. Hiện tượng này do khi chụp bức hình, mặt trăng chưa lên cao. Nếu mặt trăng đã lên tới đỉnh, nó sẽ có màu trắng và xám.

Màu sắc trên bầu trời.

Bầu trời thường khá đa dạng về màu sắc, nếu bạn quan sát hàng ngày, bạn sẽ thấy nhiều

dải màu hỗn hợp khác nhau. Khi bạn nhìn bầu trời hay những đám mây, có rất nhiều nhân tố ảnh hưởng: thời gian trong ngày, mây che, độ dày của các đám mây cũng như khoảng cách giữa các đám mây. Nếu mây không dày hoặc khoảng cách giữa các đám mây đan xen nhau nhỏ, bạn sẽ nhìn thấy màu sắc và chất lượng ánh sáng rất khác nhau. Nó có thể tạo ra những gam màu không thể đoán nổi.

Ánh sáng tự nhiên nói chung và trên bầu trời nói riêng thường có một số màu (thậm chí vào những ngày lạnh lẽo nhất). Bầu trời là nguồn sáng khuếch tán bất biến trong ngày, không chịu ảnh hưởng mặt trời lúc sáng lúc yếu.



Tôi cũng chưa hiểu cái gì làm cho bầu trời mưa phía xa có màu hồng, có thể do mặt trời che khuất phía sau. Bầu trời luôn thay đổi và không thể dự đoán trước được điều gì.

Sương mù.

Ánh sáng cũng tương tác với môi trường nếu có bất kì hạt sáng nào nếu trong môi trường có những hạt phản xạ lại ánh sáng. Các hạt này có thể là những hạt bụi, nước hay những hạt ô nhiễm trong không khí. Đây là những hạt có khả năng bắt sáng và tạo cảm giác khối như khói hay sương mù.

Sương mờ thường thấy trong không khí, nó giúp chúng ta có thể cảm nhận cảnh phía xa. Sương che khuất làm các vật thể mờ nhạt, có phần xanh hơn và độ tương phản thấp (do môi trường sương mù không có khả năng khuếch tán mạnh ánh sáng phản xạ).

Sương mù giống hạt sương nhưng dày hơn. Nó khuếch tán ánh sáng mạnh và nếu bạn đang đứng trong đám sương mù dày đặc, bạn sẽ nhận thấy ánh sáng phát tán ra mọi hướng. Khi chụp một bức hình trong màu sương mù dày đặc, dụng cụ đo của máy ảnh có thể cho chúng ta số liệu chính xác (dù bạn có đang chếch máy lên, xuống hay quay sang hướng nào khác)

Sương thường có màu trắng hoặc ánh xanh, tùy thuộc theo thời tiết: Màu xanh nếu có ánh sáng mặt trời (vì chịu ảnh hưởng của bầu trời) và màu trắng nếu chịu ảnh hưởng của mây che. Sương mù có màu trắng như mây nhưng nó vẫn có màu sắc (nhận ánh sáng chiếu từ

bầu trời hoặc mặt trời). Do vậy, trong thực tế, sương mù có thể màu xanh, thậm chí vàng hay da cam.



Các tia nắng xuyên qua những đám mây đã bị những hạt trong không khí giữ lại..

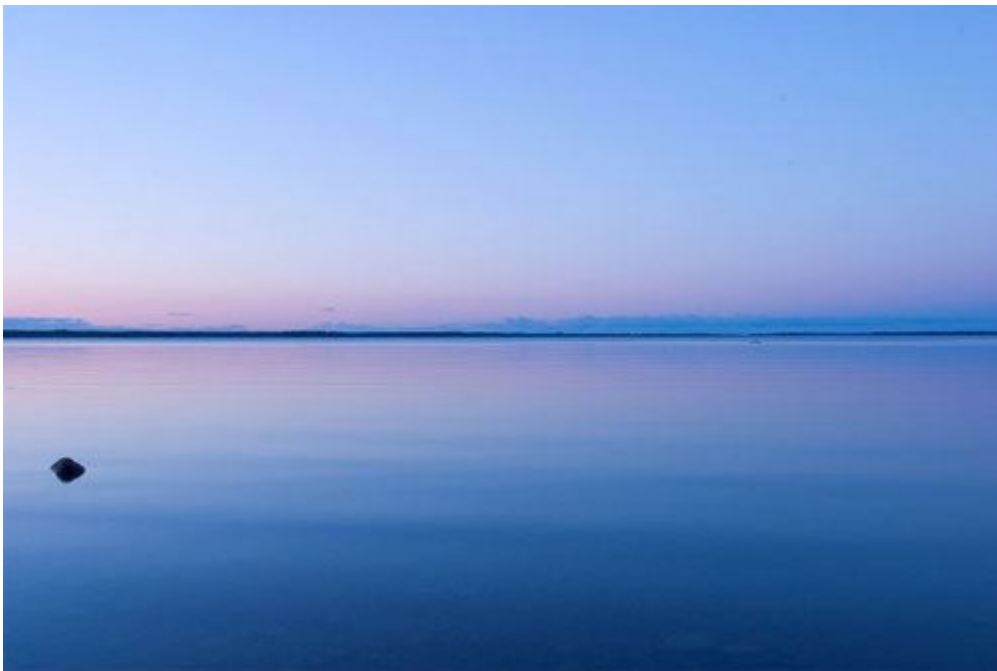


Sương mù che phủ có màu xanh (do phản xạ ánh sáng từ bầu trời). Nhưng phía xa, khi không chịu ảnh hưởng bóng đổ của cây, sương mù lại có màu vàng hay da cam (lúc này chịu ảnh hưởng trực tiếp ánh sáng mặt trời)..



Cảnh tuyết trắng bao phủ bởi lớp sương mù dày đặc, ánh sáng khuếch tán mạnh và không hề có bóng đổ dưới bất kỳ gốc cây nào.

Nước



Nước ảnh hưởng lớn đến cách tương tác của ánh sáng tự nhiên với thế giới quanh ta. Nó trở thành đặc điểm chung của phong cảnh mỗi khi trời mưa, sương hay trên mặt hồ, sông và biển.

Nước làm thay đổi bản chất các bề mặt vì không như hầu hết các vật thể trong tự nhiên, mặt

nước có tính phản xạ cao và gây nên bóng sáng trực tiếp khá mạnh. Sương đọng trong cỏ có thể tạo nên hàng nghìn bóng sáng li ti (nó giữ lại những ánh nắng ban mai), mỗi hạt sương là 1 thấu kính con. Trong tự nhiên, những phản xạ long lanh thường khó thấy (trừ khi các bề mặt có nước bao phủ). Nước có thể giống các hạt trong bầu không khí.

Một ảnh hưởng lớn khác của nước lên ánh sáng đó là nó phản xạ ngược lại phong cảnh. Nếu bạn đang đứng cạnh bờ biển, bạn sẽ nhận thấy có rất nhiều ánh sáng phản xạ từ dưới bề mặt nước biển lên.

Cuối cùng, nước cũng gây nên một số hiệu ứng trong không khí: từ hiện tượng 7 sắc cầu vồng đến các quang sáng.



Những hạt sương nhỏ tạo nên hàng nghìn bóng sáng lung linh, thậm chí bóng đổ cũng tạo cho chúng ta cảm giác đó. Hãy nhìn những giọt sương mai, chúng đang phản xạ bầu trời trong trẻo.



Bề mặt đọng nước của hè phố trông như 1 tấm gương lớn, phản xạ mọi vật..



Nhựa dính trên những quả mọng này làm lớp vỏ ngoài sáng bóng, nổi bật về ngoài của vỏ. Chúng ta biết được vỏ quả mọng bị ướt vì trong tự nhiên, phản xạ kiểu này không dễ thấy.

Đôi dòng suy nghĩ sau cùng.

Ánh sáng tự nhiên là một thể hỗn hợp và thay đổi liên tục. Tuy cũng tuân theo một vài khuôn mẫu, nguyên tắc của thể giới vật lý tự nhiên nhưng loại ánh sáng này vẫn quá phức tạp để có thể cắt nghĩa được toàn bộ vấn đề trong một bài viết như thế này. Tôi chỉ hi vọng có thể cung cấp cho các bạn hướng đi, giúp các bạn giải quyết các trường hợp chiếu sáng khác nhau. Hi vọng những gì tôi cung cấp sẽ khơi dậy trí tò mò trong bạn, giúp bạn tự nghiên cứu, tìm tòi theo cách quan sát của riêng để có thể áp dụng vào công việc của mỗi người. Các bạn sẽ không những nhận ra những điểm yếu trong tác phẩm của mình mà còn nhận ra những gì trước đây quá lý thuyết sáo rỗng với bản thân. Thực tế chỉ là điểm khởi đầu và luôn cần sự tìm tòi thêm.

Có một vấn đề tôi vẫn phải cẩn thận là đôi khi những gì thuộc về nguyên tắc của trường hợp này lại có thể sai lầm khi áp dụng vào trường hợp khác! Ví dụ như ánh nắng ấm sẽ đổ màu lạnh. Có thể điều này đúng với ánh sáng tự nhiên: ánh sáng mặt trời màu vàng và bóng đổ màu xanh. Nhưng đây chỉ là một nguyên tắc của tự nhiên và chúng ta không nên làm theo một cách mù quáng, trong các trường hợp khác nó có thể không đúng (như với trường hợp mây tan).

Cũng tương tự như lý thuyết, màu bóng đổ theo màu của ánh sáng chính. Đây có thể là nguyên lý ăn sâu vào trí óc của chúng ta nhưng trên thực tế, lại không hoàn toàn như vậy (máy ảnh có thể tạo dễ dàng). Điều đáng nói ở đây là ý tưởng của bạn, ý đồ của bạn trong tác phẩm, bạn muốn một hiệu ứng riêng cho mình, không theo một nguyên tắc nào cả. Danh họa giỏi nhất bạn nên học tập đó là Claude Monet, ông có kiến thức sâu sắc về ánh sáng tự nhiên và hầu hết các tác phẩm của ông đều xử lý ánh sáng rất tuyệt (mặc dù phong cách vẽ của ông khá thô và không hề tuân theo nguyên tắc chính xác nào của ánh sáng). Ông đã vẽ những bức tranh có sự thay đổi, biến tấu ánh sáng rất tuyệt như: loạt tác phẩm về Haystacks hay các bức họa về nhà thờ Rouen Cathedral.

19) PHẦN 4: ÁNH SÁNG NHÂN TẠO VÀ ÁNH SÁNG TRONG NHÀ

Phần 4 của lý thuyết ánh sáng: Ánh sáng nhân tạo và ánh sáng trong nhà

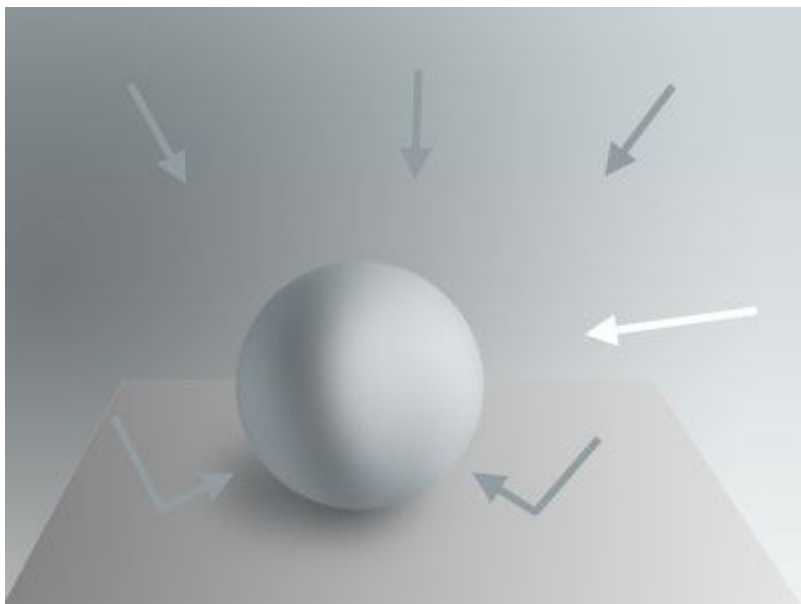
Ánh sáng trong nhà rất khác với ánh sáng ngoài môi trường (do ít chịu ảnh hưởng trực tiếp của ánh sáng mặt trời). Con người điều khiển ánh sáng thường với một mục đích riêng nào đó. Ví dụ: các thiết bị chiếu sáng trong nhà thiết kế đa phần cho ra ánh sáng khuếch tán. Trong khi đó, ở các văn phòng người ta lại quan tâm đến cách chiếu sáng đa chức năng mà lại tiết kiệm, hiệu quả hơn. Đó cũng chính là lý do tại sao nhưng nhân viên văn phòng thường làm việc trong vùng sáng xanh lá cây.

Hầu hết ánh sáng nhân tạo trong nhà đều có tính chất khuếch tán nhằm làm dịu ánh sáng và bóng đổ của đèn (trừ trường hợp ánh sáng rọi khá cứng). Tuy nhiên, những nhà thiết kế ánh sáng sẽ cùng cho ra kiểu sáng rọi đa luồng, không chỉ là một luồng sáng rọi mà còn vài luồng khác, tất cả cùng chiếu sáng có thể làm mềm các vùng bóng đổ khác (trong khi đó vẫn có thể tạo ra vô số các bóng sáng).

Ánh sáng mặt trời khi chiếu vào nhà thường bị khuếch tán (do bật nảy từ các bức tường, sàn nhà và trần nhà). Trên lý thuyết nó có thể xuyên trực tiếp qua cửa sổ, vào tận trong nhà. Tuy nhiên, thực tế lại khác, ánh sáng mặt trời thường bị cửa sổ và tường chắn lại. Do vậy, hiếm khi chúng ta thấy ánh sáng mặt trời rọi trực tiếp vào nhà mà không bị phản xạ bởi một

bề mặt nào đó.

Ánh sáng mặt trời qua ô cửa sổ



Ánh sáng rọi từ cửa sổ vào thường xuất hiện trong phạm vi chiếu sáng trong nhà. Nếu ta coi bản thân cửa sổ cũng là một nguồn sáng hiệu quả thì ánh sáng hoàn toàn nhẹ (nguồn sáng từ cửa sổ rộng). Ánh sáng loại này khá hấp dẫn và rất ăn ảnh. Nếu chúng ta chỉ có 1 cửa sổ và dù nguồn sáng nhẹ đến mấy thì độ tương phản ánh sáng sẽ vẫn cao. Ngược lại, càng nhiều cửa sổ thì độ tương phản càng thấp và điều này đồng nghĩa căn phòng sẽ nhận nhiều ánh sáng hơn.

Màu của ánh sáng phụ thuộc nhiều yếu tố: đầu tiên là thời tiết, nó sẽ ảnh hưởng đến ánh sáng khung cửa sổ. Vào ngày âm u, ánh sáng sẽ trắng, màu xám hoặc xanh. Vào ngày nắng, nó lại có màu xanh của ánh sáng bầu trời hoặc màu trắng, vàng hay màu đỏ của ánh sáng mặt trời (tùy theo khoảng thời gian trong ngày). Khi ánh sáng đi qua cửa sổ, nó sẽ chịu ảnh hưởng 1 số bề mặt phản xạ từ trong nhà ra. Tường, sàn nhà và màu sắc đồ đạc trong nhà sẽ ảnh hưởng đến ánh sáng, ánh sáng phản xạ khắp nhà.

Rõ ràng, để tạo ra ánh sáng cửa sổ thuyết phục bạn phải cân nhắc cẩn thận các yếu tố trên, đồng thời có sự tính toán trong cường độ, màu sắc và độ tương phản ánh sáng. Cách thử nghiệm đơn giản nhất, vào ngày âm u, bạn cho ánh sáng đi qua một cửa sổ lớn vào 1 căn phòng màu trắng. Tiếp theo bạn có thể quan sát những thay đổi qua mô hình đơn giản như tôi đã dùng. Nó sẽ là điểm khởi đầu cho tất cả.

Một kiểu ánh sáng cửa sổ rất nổi tiếng đó là North Light (ánh sáng vào qua khung cửa mở đối diện hướng Bắc). Trước đây, các họa sĩ khó đạt được thành công trong ánh sáng nhân tạo, với cửa sổ luôn hướng về phía Bắc, ánh sáng hầu như không có sự thay đổi trong ngày. Nguyên nhân căn phòng chỉ nhận được ánh sáng từ bầu trời luôn ở hướng Nam (tối thiểu ở phần bán cầu Nam) ánh sáng yếu, không có hướng hay bóng đổ được ánh sáng khuếch tán từ bầu trời rõ rệt. Với những căn hộ có cửa sổ hướng về phía Bắc, chất lượng ánh sáng trong nhà cũng chẳng khác gì nhiều so với chất lượng ánh sáng đến từ các khung cửa sổ không nhận ánh sáng mặt trời trực tiếp. Tuy những căn phòng này có tối hơn (do không thiếu ánh sáng mặt trời) nhưng ánh sáng rất dịu.



Mặc dù căn phòng cũng có ánh sáng mặt trời nhưng chỉ ảnh hưởng một vùng nhỏ. Hầu hết ánh sáng trên các bức tường và đồ đạc trong phòng đều nhờ vào ánh sáng phản xạ của mặt trời hay ánh sáng khuếch tán từ chính cửa sổ. Để ý màu đỏ trên bức tường phía xa, có thể nó bị phản xạ bởi các bức rèm. Chúng ta cũng nhận thấy độ tương phản cao của ánh sáng mặt trời tạo vùng sáng rất rõ nét.

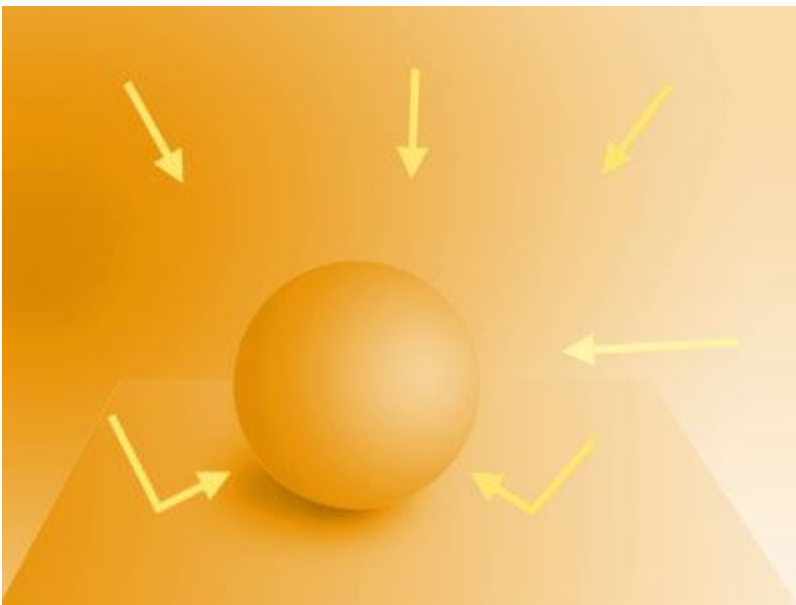


Đây là ảnh minh họa cho kiểu ánh sáng nhẹ chiếu qua khung cửa sổ. Bức hình chụp vào ngày âm u, cửa sổ đóng vai trò như một chiếc hộp khổng lồ chiếu sáng nhẹ nhàng cho hình ảnh em bé. Vật thể càng gần cửa sổ, ánh sáng càng mềm (tôi sẽ giải thích thêm trong phần 5). Chúng ta hãy để ý các cạnh bóng đổ, rất mờ, đôi khi nhìn không kỹ sẽ khó phát hiện ra. Sự chuyển đổi giữa ánh sáng và vùng bóng tối hầu như không nhận thấy.



Qua nhiều thế kỷ, kiểu ánh sáng nhẹ, đến từ một khung cửa sổ lớn này được nhiều họa sĩ ưa chuộng (và ngày nay, nó vẫn được các nhiếp ảnh gia tận dụng do vẻ đẹp và độ tin cậy có thể biết chắc chắn hiệu quả trước của nó)..

Ánh sáng bóng đèn điện gia đình



Đây là thứ ánh sáng chúng ta gặp phổ biến nhất trong cuộc sống thường nhật. Nó đến từ nhiều kiểu đèn: loại bóng tròn chiếu từ phía trên, chiếu xiên. Đặc tính chung là chúng đều dùng loại bóng đèn sáng nóng.

Dây tóc bóng đèn thật ra có màu vàng/ da cam mạnh (tôi đã đề cập phần 1). Tuy nhiên, khi chúng ta nhìn vào lại thành ra màu trắng (hiện tượng này do bộ não của chúng ta đã lọc màu vàng được màu trắng của dây tóc bóng đèn khi nhìn trực tiếp. Thường nếu bạn đang chụp ảnh hay vẽ bức hình một chiếc bóng đèn phát sáng trong phòng, sẽ thật hơn nếu bạn để dây tóc bóng đèn màu trắng. Nếu bạn để dây tóc bóng đèn màu da cam sáng (như trên thực tế), trông sẽ kém thuyết phục hơn nhiều.

Nhưng bù lại, độ sáng của dây tóc bóng đèn khá đa dạng và khó đoán trước. Với các đồ vật thông thường, hầu hết ánh sáng bị khúc xạ do hình dáng từng loại đèn, tạo nên nguồn sáng lớn và chiếu sáng mềm hơn.

Tùy thuộc vào không gian của mỗi căn phòng mà nhận được độ chiếu sáng khác nhau. Một số nhà tiêu biểu như phòng thay đồ hay Gara để xe thường chỉ lắp đèn bóng trần, không có trao đèn, khiến ánh sáng cứng và không hề hấp dẫn chút nào. Chúng ta có thể chấp nhận cho cách bày trí này vì dù sao cũng chẳng ai nán lại lâu, do vậy, người ta cũng chỉ cần quan tâm tới chất lượng chiếu sáng chứ không để ý mấy tới tính thẩm mỹ của không gian chiếu sáng.

Trong những gian phòng thời gian ở lại của mọi người lâu, người ta bắt đầu quan tâm tới chất lượng chiếu sáng, ánh sáng cần nhẹ nhàng và có sức hấp dẫn, phong phú hơn. Ví dụ như phòng khách (phòng chính trong nhà), bạn có thể thấy rất nhiều loại đèn kết hợp, tạo không gian thoải mái cho căn phòng. Tuy nhiên, chức năng chiếu sáng cũng rất quan trọng tại những căn phòng kiểu thế này. Ví dụ trong phòng ngủ, bên cạnh ánh sáng dịu cho giấc ngủ, đôi khi bạn cũng cần ánh sáng vừa đủ để nằm đọc sách hay đang đêm thức dậy có việc cần. Trong nhà bếp, ánh sáng rọi được bài trí làm sáng toàn bộ khu vực nấu nướng. Phòng tắm và các tấm gương cũng có thể tham gia vào chiếu sáng với một mục đích, chức năng nào đó.

Nhìn chung, ánh sáng dùng trong gia đình là sự kết hợp của cả tính thẩm mỹ lẫn chức năng sử dụng. Bóng đèn thường đi kèm với trao đèn đa dạng về kiểu dáng. Những trao đèn này đều được thiết kế nhằm làm dịu ánh sáng, chúng giúp che đi hình dáng thô trần của bóng đèn và làm mềm bóng đổ cứng đơn thuần của các bóng đèn nói chung.

Nhân tố quan trọng tiếp theo chúng ta cần xem xét đó là trong đặt nguồn sáng, nó sẽ làm mềm ánh sáng và bóng đổ. Ánh sáng hiếm khi có gian từ các phòng khác nhau sẽ lan tràn sang không gian gần kề nó phòng nào chỉ đơn thuần chịu ảnh hưởng một loại sáng. Một ví dụ tiêu biểu: Nếu bạn đang ngồi trong phòng khách với 4 hay 5 ánh sáng khác nhau, những ánh sáng này sẽ tạo nhiều vùng sáng nhỏ, hấp dẫn. Với nhà bếp thiết kế hiện đại, người ta cũng thường đặt nhiều hàng bóng rọi trên trần nhà.

Đặt nhiều nguồn sáng bóng đèn đồng nghĩa với nhiều loại bóng đổ --> ánh sáng rất thú vị với độ cứng mềm khác nhau. Kết quả thể hiện rõ nhất trên các bề mặt phản xạ với hàng loạt bóng sáng. Có thể ánh sáng sẽ khác nhau về màu sắc, cường độ vì bản thân các bóng đèn càng già, độ chiếu sáng càng yếu dần và đỏ hơn.

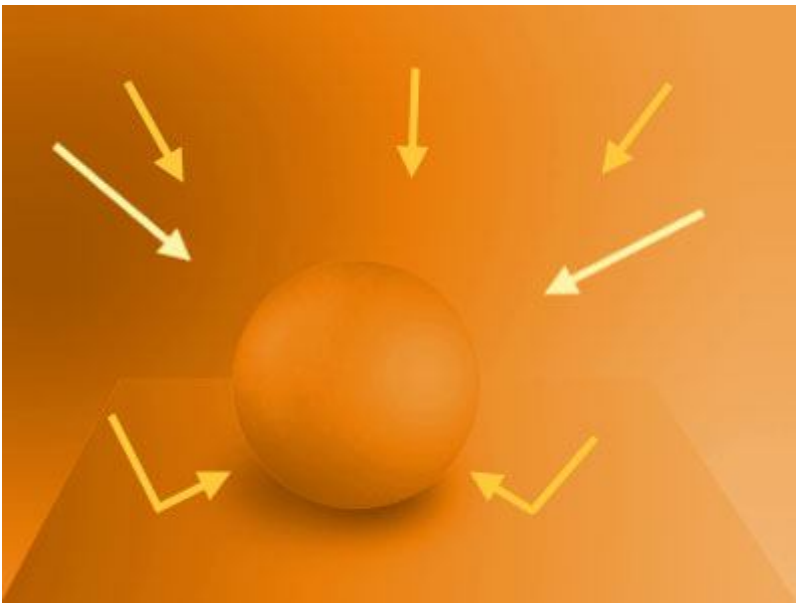
Cuối cùng chúng ta cũng nên chú ý tới các thiết bị có khả năng phát sáng trong gia đình như: máy tính, TV hay lò vi sóng, bếp và rất nhiều những vật dụng khác.

Lời khuyên duy nhất tôi có thể đưa ra đó là bạn hãy thực hành bằng cách tự đặt số lượng đèn trong phòng, theo tưởng tượng từng người và bạn sẽ phát hiện ra hàng loạt điều thú vị..



Một cảnh nội thất tiêu biểu với vài nguồn sáng nhẹ nhàng. Bạn có thể thấy các trao đèn sử dụng làm mềm ánh sáng và hắt hướng lên tường để không tạo bóng đổ sắc. Trong ảnh này, tôi đã tăng thêm độ trắng cho đèn, giảm cảm giác màu cam toàn cảnh (trong thực tế thì ánh sáng dây tóc bóng đèn không như vậy). Tuy nhiên, làm dịu bớt màu cam lại làm cho bức ảnh trông thuyết phục hơn, truyền tải đúng màu sắc mà mắt con người cảm nhận được.

Ánh sáng đặt trong các nhà hàng, cửa hiệu và trang trí nội thất mang tính chất thương mại.



Giống như với ánh sáng sử dụng trong gia đình, ánh sáng dùng với mục đích thương mại rất đa dạng, chủ yếu nhằm gây cảm xúc, đánh trực tiếp vào mắt người xem. Trong hầu hết các

trường hợp, những nhà thiết kế đều cài đặt ánh sáng, đem lại cho những khách hàng cảm giác “muốn mua hàng”. Do vậy, phải rất cẩn thận nếu bạn có ý định thay đổi lại hệ thống đèn.

Ánh sáng trong các nhà hàng nhìn chung để dưới thấp, nhẹ. Nó có thể là sự tổng hợp của nhiều ánh sáng rọi khác nhau, làm nổi rõ từng cánh hoa hồng hay ngọn nến lung linh trên bàn. Rõ ràng không một nhà hàng nào là không muốn có điểm riêng so với các nhà hàng khác. Việc quan sát ánh sáng tại các nhà hàng là một cách tiếp cận rất hay nhằm tìm hiểu vấn đề chiếu sáng nội thất ảnh hưởng thế nào đến tạo cảm giác và không khí cho khung cảnh.

Một chi tiết quan trọng cần nói đến: Khi muốn thay đổi hệ thống chiếu sáng trong gia đình, bạn có thể tham khảo tại những nhà hàng hay quán bar, bạn sẽ thấy họ sử dụng số lượng lớn các bóng đèn để tạo bóng sáng phản xạ. Cách bài trí này làm lộ toàn bộ bề mặt phản xạ, từ từng con dao, cái đĩa. Cũng như với chiếu sáng trong gia đình, các nguồn sáng khác nhau sẽ cho nhiều màu sắc, cường độ ánh sáng, tạo những vùng sáng khắp nhà.

Các cửa hiệu khác nhau cần ánh sáng khác nhau nhưng chung quy vẫn cần tạo không khí cho căn phòng, làm nổi rõ mặt hàng bày bán. Hầu hết các cửa hàng ở phố chính dùng đèn tuýp thấp sáng tạo cảm giác sáng sủa, thoáng mát. Với mặt hàng trưng bày đặc biệt có lắp thêm đèn phụ

Nếu bạn đang định thay đổi lại không gian cho căn phòng, bạn nên cân nhắc tới chức năng của căn phòng là gì trước khi quyết định đặt ánh sáng cho nó.

Rõ ràng vấn đề quá rộng để có thể đề cập toàn bộ trong bài viết. Các bạn nên tự quan sát và chụp vài tấm hình với các góc độ cài đặt ánh sáng khác nhau để tham khảo.



Một nhà hàng tiêu biểu cho tạo ấn tượng không gian bằng cách sử dụng nhiều nguồn sáng, màu sắc phong phú, cảm giác thú vị lan tỏa khắp căn phòng.

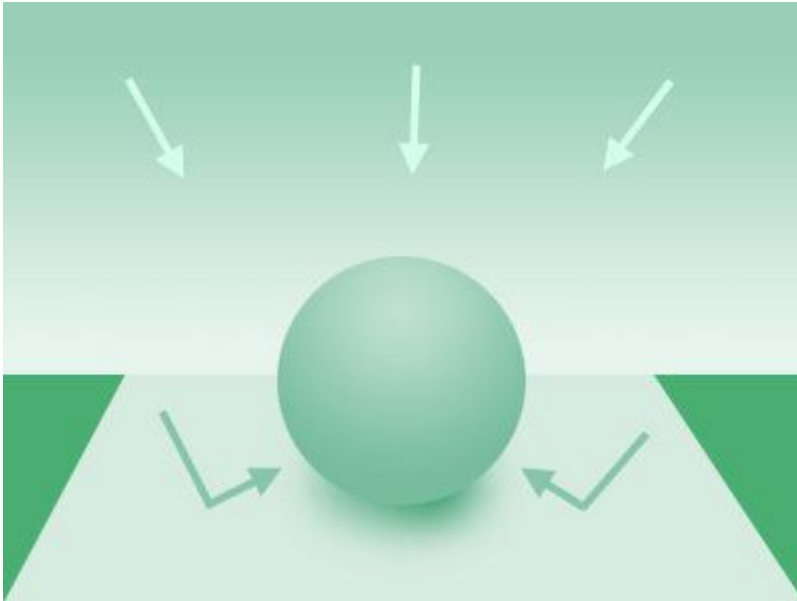


Quan sát gần hơn, chúng ta hãy để ý có rất nhiều bóng sáng trên những chiếc ly, đây chính là phản xạ của đủ thứ ánh sáng trong phòng.



Ánh sáng trung trong cửa hàng, tôi đã chỉnh lại màu sắc cho bức hình nhưng vẫn còn ánh sáng xanh. Bóng đổ của ghế đến từ nhiều nguồn sáng.

Ánh sáng huỳnh quang



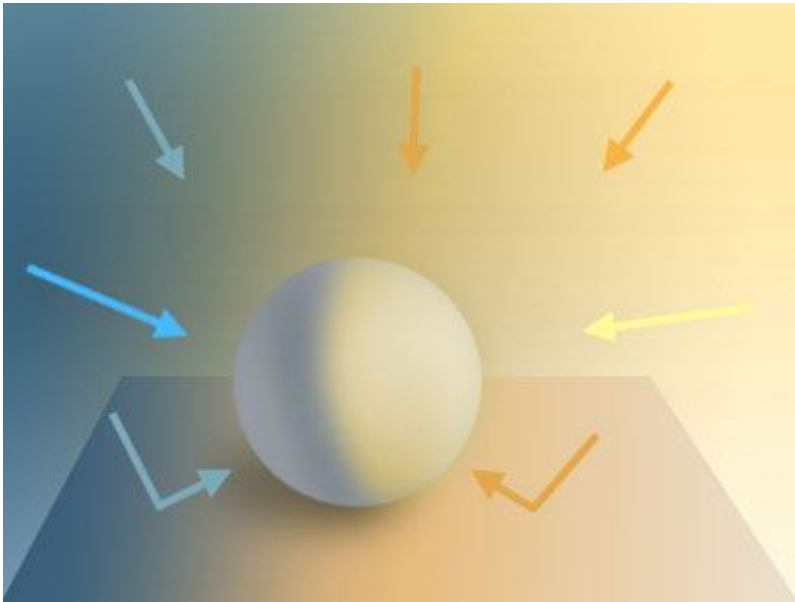
Ánh sáng huỳnh quang thường được dùng trong những tình huống cần số lượng bóng lớn, màu sắc ánh sáng thường xanh lục. Nhưng khi nhìn như đã biết, trí não con người thường có xu hướng cân bằng màu trắng bằng mắt thường, bạn sẽ cảm thấy nó thật kinh khủng. Chúng ta thường bắt gặp ánh sáng này tại công sở, nhà ga, những toà nhà công cộng và bất cứ nơi nào cần giảm chi phí hoạt động của bóng đèn.

Ánh sáng huỳnh quang gắn liền với không nhiều bóng đèn chòong chéo và bóng sáng đồ hình chữ nhật. àgian rộng, nhiều đèn Mật độ ánh sáng quy định độ sáng: các cửa hiệu dùng nhiều đèn để tạo không gian thoáng đãng, những nơi không mấy chú trọng tới ánh sáng như nhà dừng đỗ xe có thể để tối hơn.



Bức ảnh chụp ban ngày dưới ánh sáng huỳnh quang, bạn có thể nhận thấy bóng đổ màu xanh rất rõ.

Chiếu sáng hỗn hợp

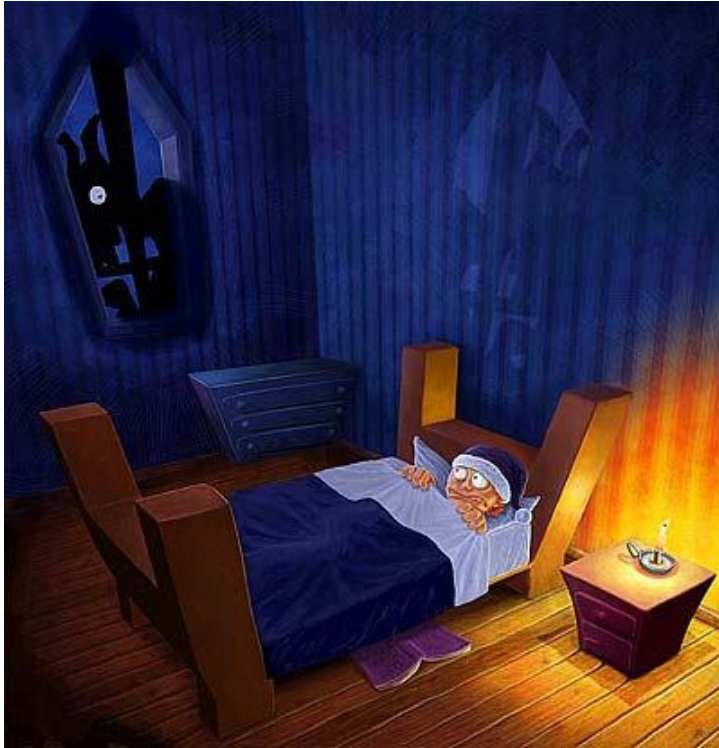


Ánh sáng tổng hợp tự nhiên và nhân tạo thường xuyên xuất hiện không chỉ trong nhà mà còn bên ngoài môi trường tự nhiên, đặc biệt khi trời nhá nhem tối hoặc vào ban đêm. Ánh sáng hỗn hợp cho chúng ta những bức ảnh với màu sắc, cường độ ánh sáng rất thú vị, nhất là khi ánh sáng tự nhiên và dây tóc bóng đèn có màu xanh, da cam.

Vào buổi tối hay ban đêm, nếu bạn đặt 1 vật thể gần cửa sổ (không để rèm cửa che khuất), bạn có thể dễ dàng nhận thấy rất nhiều loại ánh sáng: nhân tạo có, tự nhiên có, tác động lên vật thể. Không chỉ trong nhà mà ngay cả ra bên ngoài, bạn cũng thường xuyên bắt gặp thứ ánh sáng này (trên đường phố). Ánh sáng chiếu xuống các toà nhà cũng rất thú vị, tạo sự tương phản ấn tượng với ánh sáng tự nhiên từ bầu trời.

Bản thân tôi cũng thường xuyên dùng loại ánh sáng tổng hợp cho các tác phẩm của mình bởi hiệu quả truyền cảm tuyệt vời mà nó mang lại.

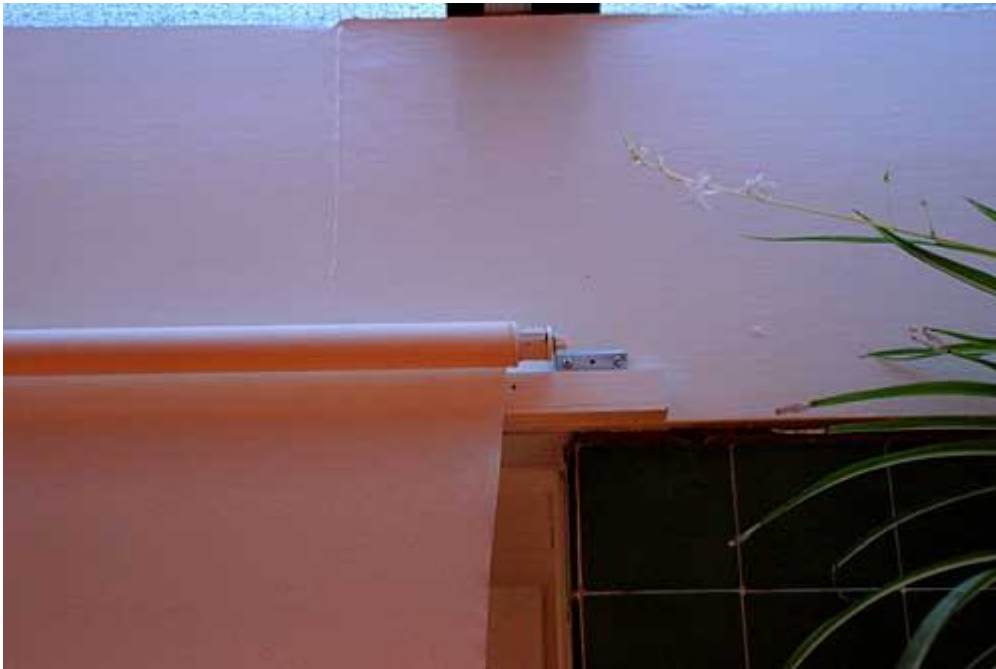




Đây là hai bức hình mẫu tôi tự làm, kết hợp nhiều loại ánh sáng, tạo không khí và phối màu rất ngộ.

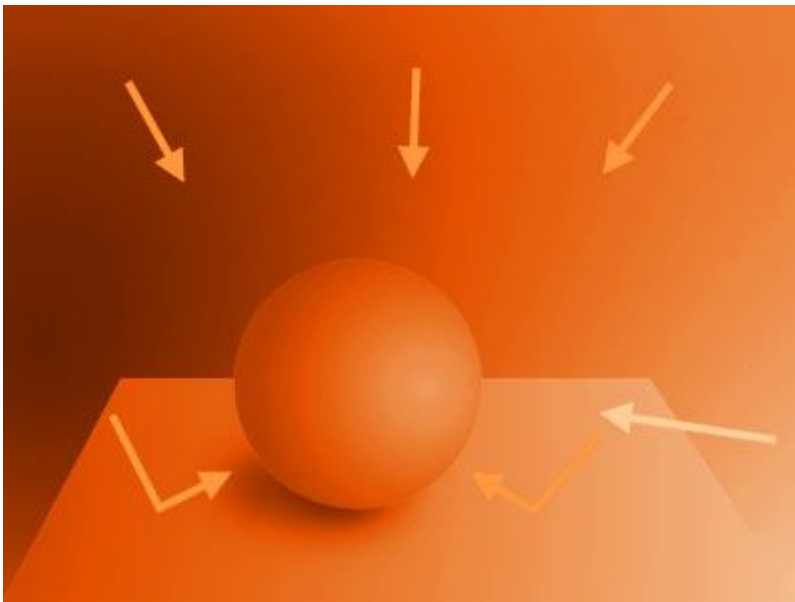


Màu ánh sáng ấm từ nhà quốc hội thiết kế rất hợp với ánh sáng tự nhiên buổi tối



Vật thể đặt gần cửa sổ chịu tác động ánh sáng cả trong lẫn ngoài môi trường.

Ánh sáng từ lửa, nến



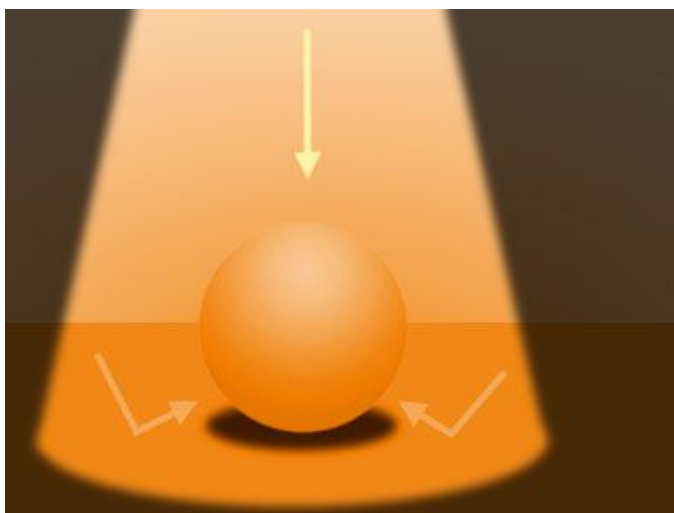
Ánh sáng từ lửa ta nhìn thấy hàng ngày thậm chí còn đỏ hơn so với ánh sáng từ bóng đèn (mặc dù trong thực tế nhiệt độ màu của nó thấp hơn so với bóng đèn). Tuy nhiên não bộ con người không thể phân ta thường thấy ánh vàng hay đỏ. à biệt được

Một nhân tố khá quan trọng khác chúng ta cần xem xét đó là nguồn sáng của loại ánh sáng này, chúng thường đặt thấp hơn hẳn so với các nguồn sáng khác: Lửa dưới sàn (bếp lò, lò sưởi,...) hay nến đặt trên bàn..., trong khi đó đèn điện treo tít trên cao. Rõ ràng, nó sẽ gây ảnh hưởng lên nhiều thứ: từ bề mặt bóng đổ đến các bóng sáng. Cuối cùng chúng ta cũng cần biết: Nguồn sáng này thường xuyên di động (do ánh lửa luôn bập bùng).



Ánh sáng từ nến rất đỏ. Trong bức hình này tôi đã giảm nhiệt độ màu thực tế để giúp bức hình thật hơn (Bộ não của con người không có khả năng nhận biết những ánh sáng quá mạnh vì vậy chúng ta chỉ cảm thấy nó ấm áp).

Ánh sáng trên đường phố.



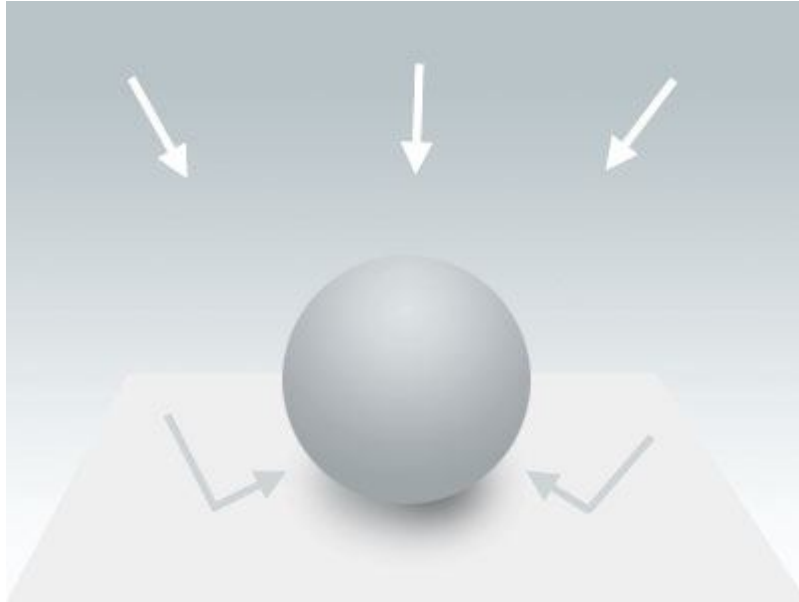
Ánh sáng trên đường phố có màu cam đậm (tối thiểu tại Anh nơi tôi đang sống), quang phổ hẹp đồng nghĩa với màu cam chủ mọi thứ chịu tác động thứ ánh sáng này là đỏ, không có cơ hội cho các màu khác đều có màu cam đơn sắc.

Giữa hai vật thể chịu tác động ánh sáng loại này sẽ có rất nhiều bóng đổ. Các vùng sáng nhỏ và chuyển màu tối rất nhanh, làm đường phố vào đêm có độ tương phản rất cao.



Đây là một trong những ví dụ điển hình cho chiếu sáng đường phố! Bạn có thể nhận thấy những dải màu hẹp, mọi thứ trừ cỏ ra đều có màu da cam. Bóng đổ đa dạng, độ tương phản cao. Bầu trời sau những tán cây cũng màu cam do ảnh hưởng ánh sáng hắt lên từ thành phố.

Ánh sáng nhiếp ảnh



Ánh sáng trong nhiếp ảnh thật ra chả liên quan gì đến vấn đề chúng ta đang bàn nhưng tôi vẫn muốn nói qua. Có rất nhiều ánh sáng sử dụng trong nghệ thuật nhiếp ảnh nhưng chung nhất vẫn là ánh sáng nhẹ Flash dùng chụp ảnh chân dung chân dung hay những bức hình khác. Loại ánh sáng này thường dễ nhận ra vì nó không có bóng đổ.



Bóng sáng rộng và bóng đổ nhẹ rất hay được sử dụng trong quảng cáo. Nó tạo cảm giác

nhẹ nhàng, tập chung vào kích cỡ của vật thể. Vật thể lúc này đóng vai trò như những nguồn sáng khuếch tán.

Các loại ánh sáng khác và những trường hợp đặc biệt

Hi vọng là tôi đã đảo qua hầu hết các loại chiếu sáng. Tuy nhiên, tôi không có ý định hướng dẫn các bạn tất cả các tình huống chiếu sáng, thay vào đó, tôi khuyến khích các bạn nên quan sát thật nhiều và tự tích lũy kiến thức cho mình. Trong thực tế, với lần đầu quan sát đối với bạn rất khó khăn, nhưng vạn sự khởi đầu nan, đầu có xuôi thì đuôi mới lọt, vượt qua ngưỡng đầu sẽ giúp bạn có bước tiến tiếp theo.

Vì vậy hi vọng những gì trong bài viết này giúp bạn bổ sung một phần kiến thức nhỏ, xác định cách chiếu sáng trong những tình huống đặc biệt khác, những tình huống tôi không đề cập trong bài viết này. Ví dụ như khi bạn muốn diễn tả ánh sáng dưới biển, trong lớp đá ngầm ở vùng nhiệt đới

Ánh sáng sẽ từ đâu--> Ánh sáng sẽ phản xạ lại thế nào--> Màu sắc--> Độ khuếch tán--> Bóng đổ-->...

Hi vọng những thông tin này sẽ là giúp ích cho các bạn trong quá trình tích lũy kinh nghiệm thực tế. Học vẹt theo những kiến thông sáo rỗng thật chả có gì khó khăn (như tôi đã đề cập trong phần 3), không những thế còn quá lãng phí thời gian và công sức bởi khi bạn đã có chút thông tin có giá về ánh sáng, toàn bộ những khuôn mẫu định hình cũ này sẽ nhanh chóng bay biến đi hết.

Hãy tự mình quan sát, tự mình trải nghiệm! Đó mới thực sự là mục đích của bài viết này.

20) Ánh sáng nâng cao: Radiosity:Phần 1

Radiosity là một giải thuật tính toán cường độ phản xạ/tán xạ của mọi bề mặt có trong khung cảnh bằng cách chia tập hợp các bề mặt thành nhiều nhóm bề mặt nhỏ hơn(Divide and Conquer). Ta có thể thay đổi kích cỡ của những thành phần này; kích cỡ càng nhỏ, kết quả cho ra càng chính xác


Ánh sáng nâng cao: Radiosity

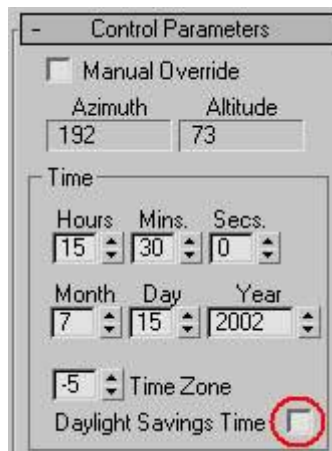
I - Khái Niệm Radiosity

Radiosity là một giải thuật tính toán cường độ phản xạ/tán xạ của mọi bề mặt có trong khung cảnh bằng cách chia tập hợp các bề mặt thành nhiều nhóm bề mặt nhỏ hơn(Divide and Conquer). Ta có thể thay đổi kích cỡ của những thành phần này; kích cỡ càng nhỏ, kết quả cho ra càng chính xác. Radiosity engine sẽ tiếp tục tính toán lượng ánh sáng phân bổ từ thành phần này sang thành phần khác. Kết quả cuối cùng sẽ lưu cho mỗi thành phần trong Mesh. giả pháp này rất tốt và chính xác khi tính toán có lượng phản xạ lớn và ánh sáng thấp. Nó có thể được xem trước khá chính xác trong khung nhìn. Giải pháp này hay được sử dụng cho light-map của các game engine. Engine ánh sáng này phù hợp nhất cho những cảnh tĩnh và sẽ rất chậm khi tính toán những cảnh động. Tuy nhiên, bạn có thể loại bỏ đối tượng động ra khỏi tính toán Radiosity để giảm bớt gánh nặng cho CPU.

Hộp thoại Radiosity cung cấp phần Light Painting cho phép bạn retouch ánh sáng của khung cảnh bằng cách vẽ lên những vùng mà bạn cần tăng hay giảm độ sáng.

II - Sử dụng Radiosity

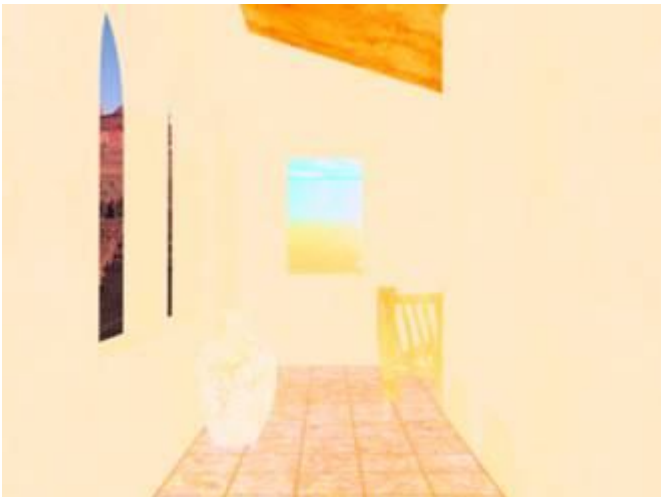
- 1 Khởi tạo **3ds max**. Chọn File => Open. Mở file [spanish01.rar](#). Đây là cảnh của một ngôi nhà Tây ban nha. Bạn sẽ kết hợp giữa Daylight System và Radiosity Engine để chiếu sáng khung cảnh.
- 2  Trong bảng Create chọn Systems rồi chọn Daylight.
- 3 Trong khung nhìn Top, nhấn và kéo một điểm giữa camera và đích của nó rồi di chuyển chuột một chút lên phía trên. Đặt biểu tượng của nguồn sáng tại vị trí mà bạn thấy thích hợp. (Nguồn sáng daylight sẽ tạo ra nguồn song song không phụ thuộc vào vị trí đặt nguồn)
- 4 Từ bảng Modify, Trong bảng tham số Daylight Parameter, chọn Setup.
- 5 Với tham số Time đặt thời gian là 15:30 (3:30 PM) và ngày về July 15th để có ánh sáng rực rỡ của buổi chiều mùa hè. Nhớ tắt Daylight Savings Time.



- 6 Nhấn Get Location. Do kiến trúc Tây Ban Nha của ngôi nhà, bạn nên đặt vị trí của ngôi nhà tại Madrid (hay Barca nếu bạn không phải Fan ruột của Real :D).
- 7 Trong menu MAP thả xuống, chọn Europe và bật chọn Nearest Big City.
- 8 Chọn trung tâm của bản đồ Tây Ban Nha. Chọn Madrid (hay Barcelona- tùy bạn)



- 9 Render khung nhìn Camera. Nhận thấy rằng khung cảnh quá sáng. Bạn sẽ điều chỉnh độ sáng bằng cách tính toán Radiosity.



Chú ý: Chúng ta chưa hề sử dụng Radiosity. Hệ thống Daylight sử dụng cả Sunlight, cung cấp sự chiếu sáng trực tiếp (giống như một nguồn sáng trực tiếp) và skylight, sẽ cung cấp ánh sáng xung quanh cho những khu vực bị bóng đổ. Lúc này: cường độ của hệ thống Daylight bị đặt quá cao.

- 10 Trong bảng Rendering, chọn Advanced Lighting.
- 11 Chọn tiếp Radiosity.
- 12 Giữ giá trị Initial Quality tại 85%. Đây là trị số chính xác của tính toán Radiosity. Giá trị 85% là phù hợp cho mọi khung cảnh.
- 13 Trong vùng Interactive Tools, bật tùy chọn “Display Radiosity in Viewport” để xem kết quả trực tiếp trong khung nhìn.
- 14 Mở rộng bảng tham số Radiosity Meshing Parameters, kích hoạt tùy chọn “Enabled” và

đặt cỡ Meshing Size là 20. Việc này sẽ chia nhỏ khung cảnh thành những bề mặt để tiện cho việc tính toán Radiosity.

- 15 Nhấn Start để bắt đầu tính toán. Khi đã xong, render khung nhìn Camera để xem kết quả. .

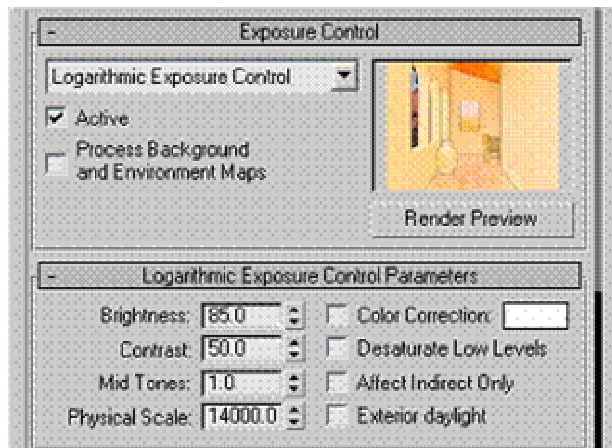


Chú ý: để xem trước kết quả mà không cần render toàn cảnh, bạn có thể xem kết quả radiosity ngay trong khung nhìn nhưng tất nhiên, xem kiểu này không đầy đủ chi tiết. Chúng ta sẽ sử dụng một tùy chọn khác mang lại kết quả sát thực hơn dưới đây.

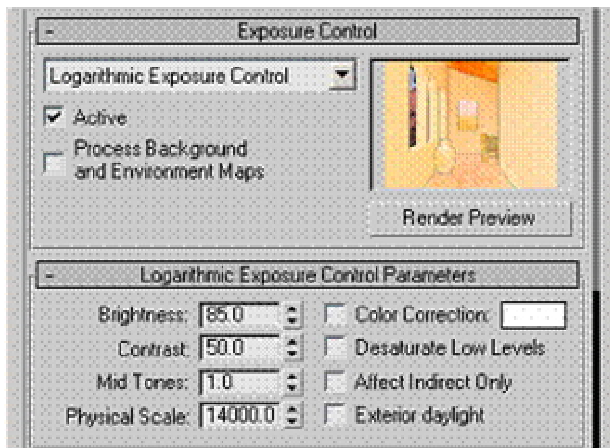
- 16 Chọn Setup trong vùng Interactive Tools. hộp thoại Environment sẽ được mở, cho phép bạn điều chỉnh tham số Exposure Control .

Trợ giúp: Bạn có thể chọn loại thông số Exposure Control từ một menu kéo xuống, tất cả có thể được xem trước ở dạng thumbnail. Nhớ rằng chỉ số Logarithmic Exposure là sát nhất với thông số của mắt người.

- 17 Chọn Render Preview để xem trong thumbnail.

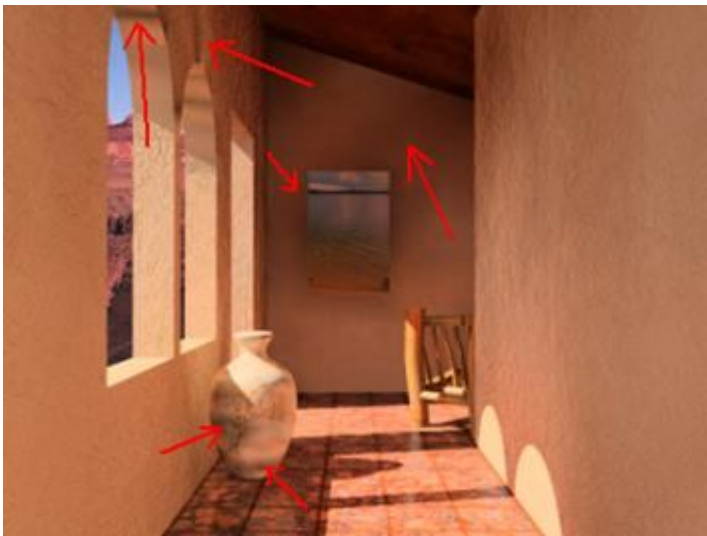


- 18 Bật tùy chọn Exterior Daylight. Quan sát thay đổi trong ảnh thumbnail.



Chú ý : Mỗi khi bạn tính toán ánh sáng radiosity cho một cảnh ngoài trời, bạn nên bật tùy chọn Exterior để giảm bớt the cường độ của hệ thống Daylight.

19 Render khung nhìn Camera và quan sát một lần nữa.



Chú ý: Khung cảnh trông đã khá hơn tuy nhiên vẫn cần chỉnh sửa. Nhất là những vật trên đỉnh cửa vòm và những hoa văn lồi trên chiếc bình và trên tường. tăng tham số Filtering và Interactive Tools sẽ giải quyết tốt những thiếu sót này.

20 Quay lại hộp thoại Advanced Lighting. Trong bảng Interactive Tools, đặt giá trị Filtering là 4. Nó sẽ giảm thiểu lượng nhiễu bằng cách trung hoà lượng ánh sáng trong những khu vực kề cận. Giá trị 3 hay 4 là vừa đủ cho hầu hết mọi cảnh.

21 Render lại khung cảnh. chú ý trên đỉnh cửa vòm.



Chú ý: Cảnh trên vẫn có thể chỉnh sửa đẹp hơn nữa. VD: Màu đỏ hơi quá lấn át. Bạn có thể điều chỉnh mức năng lượng phản xạ ra khỏi bề mặt và lượng màu "chảy" từ bề mặt này sang bề mặt khác. Một cách khác là sử dụng kỹ thuật Vật liệu "Advanced Lighting Override".

21) Ánh sáng nâng cao: Phần 2

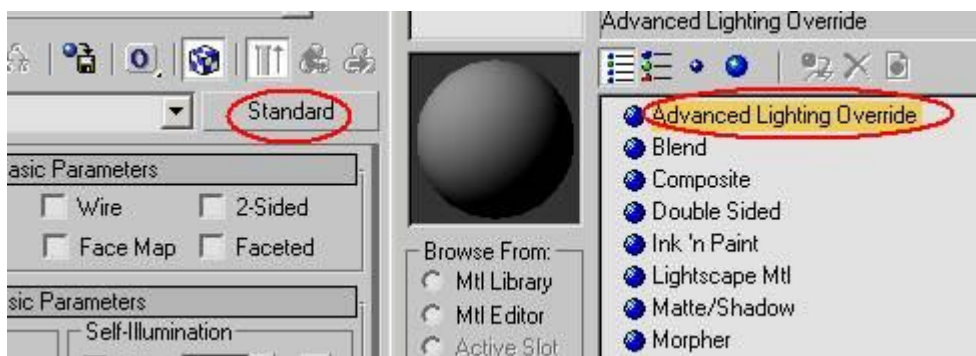
Phần 2 theo của seri Ánh sáng nâng cao

I - Sử dụng Advance Lighting Override

1 Mở file [spanish02.rar](#).

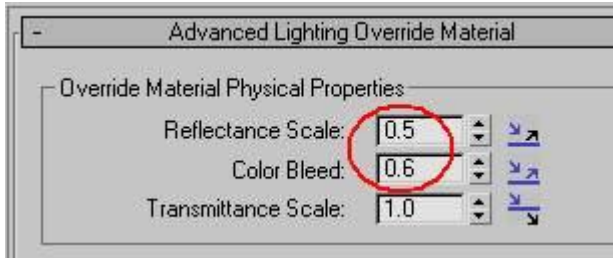
2 Nhấn M để mở Material Editor. Chọn vật liệu đầu tiên(Walls).

3 Chọn Standard rồi chọn Advanced Lighting Override từ Material/Map Browser.

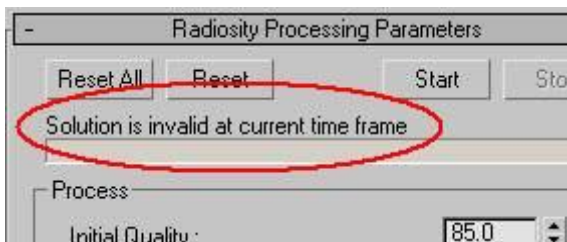


4 Chọn "Keep the old material as a sub-material" khi được hỏi.

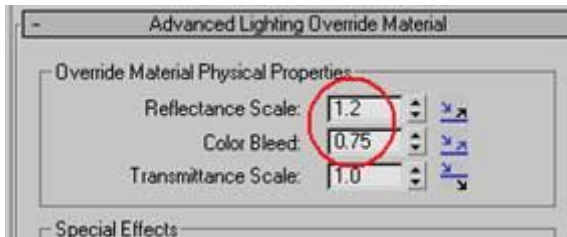
- 5 Đặt tham số Reflectance Scale là 0.5. thông số này sẽ giảm chỉ số phản xạ đi một nửa.
- 6 Đặt giá trị Color Bleed về 0.6. nó sẽ làm giảm lượng năng lượng chuyển giữa các thành phần của tính toán Radiosity.



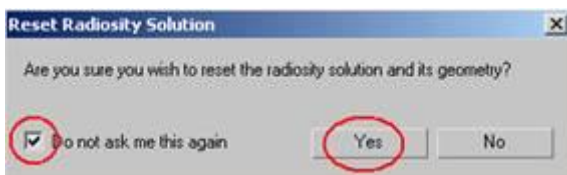
- 7 Mở hộp thoại Advanced Lighting. Chú ý rằng kết quả chưa có và cần được tính lại. Nhưng trước hết, bạn cần chỉnh sửa một số vật liệu



- 8 Trong Material Editor, chọn vật liệu Floor. lặp lại quá trình trên để đặt một vật liệu Advanced Lighting Override vào vật liệu Floor . Đặt các tham số như sau:



- 9 Trong hộp thoại Advanced Lighting, chọn Reset All. Một hộp thoại sẽ xuất hiện. Bạn chọn Yes để tính toán Radiosity lại.



- 10 Nhấn Start để tính lại thông số Rad. Sau đó Render khung cảnh và xem lượng ánh sáng đã giảm xuống(lưu lượng ánh sáng truyền lan đã giảm một nửa) và màu nắng cũng đã giảm nhiều.



II - Sử dụng Light Painting

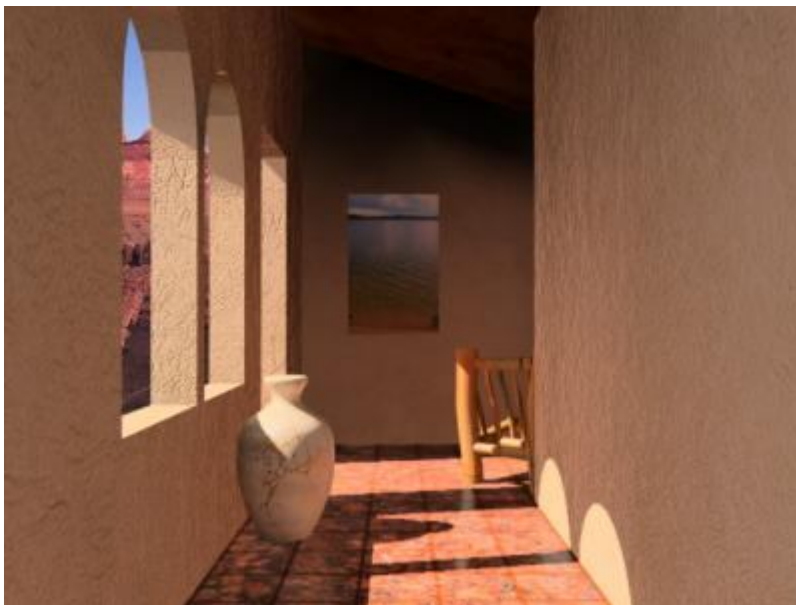
- 1 Tiếp tục hoặc mở file *spanish03.max*.
- 2 Trong khung nhìn Camera, chọn bức tường có treo bức tranh (Box01).
- 3 Mở hộp thoại Advanced Lighting.
- 4 mở rộng bảng Light Painting.
- 5 Đặt giá trị Intensity là 1000.0 và giá trị Pressure là 25%.



- 6 Chọn bút vẽ thứ hai (Subtract Illumination from a Surface) và vẽ một vài đường lên phía trên bức tường.



7 Render và xem kết quả trên bức tường



22) Ánh sáng nâng cao: Light Tracer: Phần 3

Phần 3 của seri Ánh sáng nâng cao: Light Tracer

Ánh sáng nâng cao: Light Tracer

I - Khái niệm Light Tracer

Engine Light Tracer cũng là một plugin dò tia nhưng kém chính xác hơn phương thức Radiosity. Tuy vậy, nó đưa ra một giải pháp nhanh chóng và đơn giản cung cấp một ánh sáng bao trùm cho một khung cảnh động không quá cần độ chính xác cao về mặt vật lý. Light Tracer phù hợp với những cảnh có lượng mesh lớn nhưng có nguồn sáng yếu hoặc không có quá nhiều nguồn sáng.

II - Sử dụng Light Tracer

1 Khởi tạo 3ds max. Chọn File => Open. Mở file [light_tracer.rar](#). Đây là mô hình một chiếc máy bay.

- 2 Render khung nhìn Camera. Thấy rằng khung cảnh sử dụng một nguồn sáng đơn (một nguồn sáng trực tiếp), do đó đỉnh của máy bay được chiếu sáng nhưng mặt dưới hoàn toàn không có ánh sáng



- 3 Trong menu kéo xuống của Rendering, chọn Advanced Lighting.
- 4 Trong hộp thoại, chọn Light Tracer.
- 5 Đặt giá trị Rays/Sample là 50.

Đây chính là số tia chiếu qua mỗi mẫu (hay pixel). Số này càng lớn thì ảnh càng mịn nhưng thời gian render càng lâu.

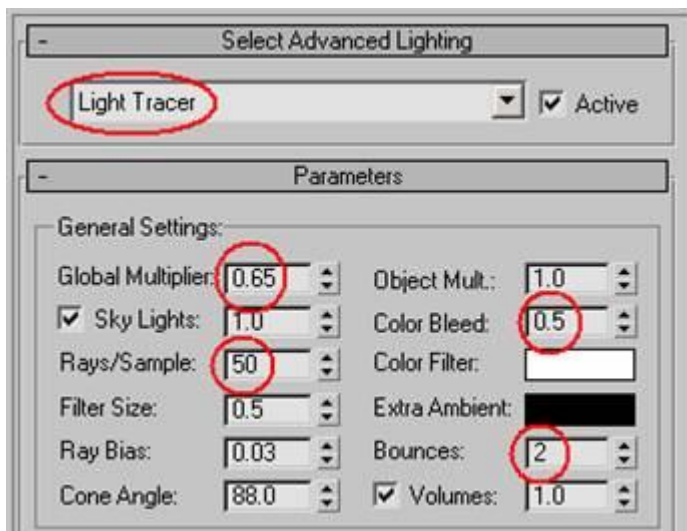
- 6 Đặt giá trị Bounces về 2.

Tham số này điều khiển lượng tối đa lần phản chiếu giữa các đối tượng. Số này bé thì sẽ cho kết quả nhanh chóng nhưng kém chính xác (thường tạo ra ảnh tối hơn). Số này càng lớn có nghĩa là lượng ánh sáng lưu chuyển trong khung cảnh càng nhiều và do đó, tốn thời gian render hơn.

- 7 Render khung nhìn Camera một lần nữa. Nhận thấy có nhiều màu xanh phản chiếu từ dưới lên.



- 8 Giảm giá trị Global Multiplier về khoảng 0.65. nó sẽ giảm cường độ ánh sáng phản hồi..
- 9 Giảm giá trị Color Bleed về 0.5. Nó sẽ giảm màu xanh phản chiếu từ dưới lên.



- 10 Render khung cảnh và quan sát kết quả.



23) Quy luật kiểu dáng

Logo của một nhãn hiệu nên được thiết kế cho vừa mắt, vừa cả hai mắt. Một logo là sự kết hợp giữa biểu tượng trực quan của nhãn hiệu (tức là dấu hiệu thương mại – trademark với cái tên của nhãn hiệu được sắp đặt theo một kiểu rõ ràng.

Logo có đủ mọi kiểu dáng: tròn, vuông, bầu dục, nằm ngang, thẳng đứng. Nhưng những kiểu dáng đó không có tác dụng như nhau đối với mắt của người tiêu dùng. Bởi vì hai mắt nằm cạnh nhau theo chiều ngang, cho nên kiểu dáng lý tưởng nhất cho một logo là nằm ngang, nói chung tốt nhất nên cho kích thước cao 1 đơn vị và ngang $2\frac{1}{4}$ đơn vị.

Hình dạng nằm ngang sẽ tạo ra tác dụng tối đa cho logo. Điều này luôn đúng, dù logo đó được sử dụng ở bất kỳ nơi nào: trên các tòa nhà, trên các tờ rơi, giấy tiêu đề, các mẫu quảng cáo, hay thẻ điện thoại.

Quan điểm về chiều ngang này rất quan trọng khi một logo được sử dụng tại một điểm bán lẻ. Trong một rừng đèn neon (đèn huỳnh quang) nhấp nháy, logo hình thẳng đứng sẽ gặp bất lợi rất nhiều. Logo mũ cao bồi Arby's sản xuất là một ví dụ rất rõ ràng.

Một điều cũng quan trọng đối với kiểu dáng của logo là tính chất dễ đọc, dễ nhìn rõ. Các nhà thiết kế logo thường quá nhiệt tình đi tìm một kiểu chữ để diễn tả tính chất của nhãn hiệu hơn là nhắm vào tính chất dễ đọc, dễ nhìn rõ của nó. Có hàng nghìn kiểu chữ, nhưng khách hàng chỉ ý thức một cách mơ hồ về sự khác biệt của chúng. Như lời của người sáng lập ra công ty quảng cáo Ogilvy – David Ogilvy, có phụ nữ nào nói thế này chưa: “Bột giặt Karnack phải in kiểu chữ đậm trên bao bì thì tôi mới mua?”.

Rolex đã dùng kiểu chữ gì cho logo của họ? Còn Ralph Lauren? Và Rolls-Royce? Kiểu chữ có chân hay chữ không có chân?

Sự thật là, các chữ (Rolex, Ralph Lauren, Rolls-Royce) này chính là cái truyền đạt sức mạnh của nhãn hiệu. Kiểu chữ được dùng trong logo có thể hỗ trợ hoặc cản trở quá trình truyền

đạt đó, nhưng chỉ một chút thôi.

Trái lại, nếu kiểu chữ thực sự khó đọc, thì logo đó có ít ý nghĩa hoặc trở nên vô nghĩa trong tâm thức khách hàng. Không phải vì kiểu chữ gì đã được dùng, mà là vì khách hàng tiềm năng không đọc nổi các chữ đó. Sự dễ đọc, nhìn rõ là điều quan trọng nhất cần xem xét khi lựa chọn một kiểu chữ dùng trong logo. Tất nhiên, người ta có những nhận thức khác nhau

về những cảm giác mà các kiểu chữ đó truyền đạt: kiểu chữ không có chân có vẻ hiện đại, kiểu chữ có chân có vẻ lỗi thời, kiểu chữ đậm có vẻ nam tính, kiểu chữ mảnh có vẻ nữ tính.



Nhưng những khác biệt đó chỉ trở nên rõ ràng khi người ta phóng đại chúng lên. Anh có thực sự muốn tên nhãn hiệu có kiểu chữ gô-tíc màu đen không (kiểu chữ trong logo của tờ báo *New York Time*), để cho nhãn hiệu của anh trông có vẻ đã được thiết lập lâu đời không? Chúng tôi nghĩ là không. Mặc dù kiểu

chữ này tạo được ấn tượng về thị giác, rất ít khách hàng tiềm năng có thể đọc được (và từ đó nhớ được) tên nhãn hiệu đó.

Đó là một vòng luẩn quẩn. Để các khách hàng tiềm năng có thể chú ý đến “sắc thái” của logo, ta cần phóng đại các tính chất của logo. Và khi làm thế, tính dễ đọc dễ nhìn của logo không còn. Sự đánh đổi này là không đáng.

Cái yếu tố khác của logo, tức là dấu hiệu thương mại hay biểu tượng trực quan, cũng được xem trọng. Ý nghĩa nằm ở từ ngữ, chứ không ở biểu tượng trực quan. Chính cái tên Nike có ý nghĩa cho biểu tượng Swoosh, biểu tượng Swoosh chẳng tạo ra nhiều ý nghĩa cho nhãn hiệu Nike. Sau khi một biểu tượng gắn với một cái tên suốt một thời gian dài, thì biểu tượng đó có thể đại diện cho cái tên đó, thông qua một thứ hiệu quả giống như “câu đố bằng hình ảnh” (rebus). Nhưng nó vẫn là cái tên truyền đạt sức mạnh của nhãn hiệu, chẳng hạn biểu tượng Swoosh đại diện cho Nike.

Nhưng những thuận lợi của việc sử dụng riêng biểu tượng thì ít và chỉ xuất hiện trong những tình huống nhất định nào đó thôi. Đó là khi ta có thể thấy biểu tượng đó từ xa trong khi nếu chỉ có mỗi cái tên thì khó đọc nổi. Khi ta có thể dùng biểu tượng đó trên sản phẩm hay trên các mặt hàng trang phục mà trên đó những cái tên đó trông sẽ hơi có vẻ “quảng cáo” quá. Có lẽ sau khi chỉ ra trên 100 triệu đô la mỗi năm trong suốt mười mấy năm để liên kết biểu tượng Swoosh với Nike, có thể chỉ cần sử dụng biểu tượng đó trong các quảng cáo là đủ. Nhưng làm thế thì có lợi gì?

Hãy so sánh Shell với Mobil. Shell dùng biểu tượng hình vỏ sò của mình tại các trạm đổ xăng mà không dùng từ “Shell” kèm theo. Mobil dùng logo với các mẫu tự màu xanh, riêng mẫu tự O thì màu đỏ.

Phương thức của Shell có ưu việt hơn phương thức của Mobil không? Chúng tôi nghĩ rằng không. Điều hay nhất có thể nói đến là phương thức của Shell tiến triển tốt nhờ vào cái tên đơn giản và một hình ảnh trực quan dễ hiểu. Nhưng những thuận lợi của phương thức của Shell là gì?

Thuận lợi rất ít, nhưng bất lợi thì có nhiều. Khi người ta trưởng thành và các khách hàng tiềm năng mới ra chợ, làm thế nào họ sẽ biết được cái nhìn vỏ sò màu vàng là tượng trưng cho Shell? Nhất là khi khách hàng tiềm năng đó không biết rằng Shell là một nhãn hiệu xăng dầu.

Rất nhiều nỗ lực và công sức đã được đầu tư để tạo ra những biểu tượng công phu dùng làm logo. Các cơ sở thiết kế logo của Mỹ sản xuất ào ạt các tiêu ngữ trên huy hiệu, những hình khiên trên gia huy, các huy hiệu. Nói chung các nỗ lực đó là lãng phí. Sức mạnh của tên nhãn hiệu nằm ở ý nghĩa của cụm từ ngữ đó trong tâm thức mọi người. Đối với hầu hết các nhãn hiệu, một biểu tượng gần như hoặc hoàn toàn không có liên quan gì đến việc hình thành một ý nghĩa như vậy trong tâm thức mọi người.

Chỉ có một số ít các biểu tượng đơn giản tạo nên những dấu hiệu thương mại hay nhãn hiệu đăng ký (trademark) hiệu quả (Ví dụ Mercedes có biểu tượng ngôi sao ba cánh nhọn).

Vào thời điểm đã hơi muộn màng này, nếu lịch sử đã không để lại cho công ty anh một trong những biểu tượng giản dị, thì có lẽ đã quá muộn để tạo được một biểu tượng đơn giản cho mình.

24) Xây dựng website và những lưu ý khi chuẩn bị làm web

Để làm web site cho mình, doanh nghiệp cần theo các bước sau:

- Xác định mục đích làm web site, đối tượng người xem.
- Xác định sơ bộ cách thức hoạt động của website, các chức năng chính và các phần nội dung cần có
- Tham khảo một số website tương tự để lấy ý tưởng, học hỏi, so sánh điểm mạnh, điểm yếu của chúng.
- Mua tên miền (domain): cần mua tên miền sớm để đảm bảo tên miền không bị người khác mua mất trong tương lai
- Tìm một công ty dịch vụ Thương mại điện tử để được tư vấn thêm chi tiết và nhờ họ thiết kế xây dựng website sao cho có hiệu quả kinh tế cao nhất.
- Chuẩn bị thông tin, hình ảnh... để đăng tải trên các trang web.
- Giải pháp duy trì website (hosting).

Sau khi website được xây dựng xong và đưa vào hoạt động, doanh nghiệp cần phải marketing, cập nhật thông tin, thêm thông tin, thay đổi nhỏ... để tránh nhàm chán và thu hút người xem.

Các bước xây dựng website:

- Xác định tên miền và mua tên miền

Chi phí mua tên miền quốc tế và tên miền Việt Nam tham khảo [tại đây](#).

- Xác định sitemap: như mục lục một quyển sách, gồm các phần 1., 1.1., 1.1.1., Ví dụ

```

Trang chủ
  Giới thiệu Công ty
  Sản phẩm
    Dòng sản phẩm 1
    Dòng sản phẩm 2
    ...
  Dịch vụ
  Chính sách bán hàng
  Liên hệ
    
```

- Xác định cấu trúc kỹ thuật của từng phần trong sitemap, ví dụ trang giới thiệu thông tin là trang web tĩnh (static page), trang giới thiệu sản phẩm là cơ sở dữ liệu (database), trang chủ bố trí như thế nào, các hiệu ứng hình ảnh trên trang chủ... Chọn các kỹ thuật, ngôn ngữ để xây dựng website.
- Thiết kế đồ họa
- Lập trình những phần cần lập trình
- Nhập liệu vào cơ sở dữ liệu, làm các trang web tĩnh
- Chọn host (lưu trữ) cho website. Host phải hỗ trợ các ngôn ngữ dùng để xây dựng website.
- Tải toàn bộ nội dung website lên host
- Kiểm tra toàn bộ website trước khi chính thức đưa vào hoạt động.

Những lưu ý khi chuẩn bị xây dựng website:

- Website không nên có quá nhiều hình ảnh động, hiệu ứng hình ảnh, nội dung quá nhiều trên một trang vì sẽ làm người xem bị rối và trang web sẽ nặng, hiển thị chậm làm người xem mất kiên nhẫn.
- Website không nên có quá nhiều nội dung trên một trang vì sẽ làm người xem lúng túng không biết phải làm thế nào để tìm được thông tin họ cần.
- Website phải được thiết kế đồng nhất về thẩm mỹ, dùng thống nhất vài gam màu nhất định, font chữ, cỡ chữ thống nhất trên các trang.
- Tên miền không nên quá dài hay có ký tự gạch nối (-). Tên miền nên gợi nhớ được mục đích của website.
- Website nên có công cụ cập nhật thông tin sao cho người không hiểu biết về thiết kế lập trình web cũng có thể dễ dàng nhập liệu cho website.
- Chất lượng host phải tốt để hạn chế khả năng website bị “chết” (ngưng hoạt động) hoặc bị hacker đánh phá.

25) Tám Điều Nên & Không Nên Khi Thiết Kế Website (Phần 1)

Trước hết chúng ta cần xem xét một số đặc điểm chung của những website thành công và khám phá những gì bạn có thể áp dụng cho website của bạn

1. Tổ chức website chặt chẽ và dễ sử dụng.

Website của bạn cần có cấu trúc càng rõ ràng để hiểu càng tốt. Điều quan trọng ở đây là phải làm sao để khách hàng thấy được ngay các thông tin mà họ hi vọng có thể thu được từ website của bạn.

Nếu website của bạn có quá nhiều thông tin, bạn có thể làm cho trang chủ đơn giản bằng cách thiết kế bằng nội dung, bằng này cũng nên hết sức đơn giản và dễ sử dụng. Đồng thời sử dụng những từ và đoạn ngắn gọn để hiểu để thu hút người đọc.

2. Sử dụng từ ngữ dễ hiểu.

Một ai đó sẽ không thể theo dõi được quảng cáo bán hàng của bạn cũng như mua những mặt hàng mà bạn đang cung cấp nếu như họ không thể hiểu được những gì bạn đang nói. Sử dụng những lời lẽ hoa mỹ để tán dương những sản phẩm bạn cung cấp thì rất dễ nhưng bạn sẽ không thể biết được có bao nhiêu người tới website và dự định của họ như thế nào?

Có thể bạn cung cấp những sản phẩm dịch vụ chất lượng tốt nhưng sẽ không ai mua nếu như họ không biết bạn đang chào bán những gì, hay không thể hiểu được lợi ích mà sản phẩm dịch vụ của bạn mang đến cho khách hàng. Hãy nhớ rằng khi một người đến thăm website của bạn, có thể anh ta chưa biết bạn là ai?. bạn đang chào bán sản phẩm gì?. Bạn phải giúp khách hàng hiểu rõ những vấn đề này trong thời gian ngắn nhất. Hãy dùng các câu ngắn gọn, cô đọng và giữ kiểu thiết kế cố định đối với tất cả các trang con.

3. Dễ dàng khám phá các đường link.

Bạn hãy tạo các đường link bằng chữ hay biểu tượng ở tất cả các trang con để mọi người có thể xem lại hoặc xem tiếp mà không phải sử dụng đến nút "Back" hay "Forward" của trình duyệt. Bạn cũng cần nhớ là phải có những chữ thay thế tất cả các đồ họa và đường liên kết trong trang của bạn. Đây là những từ sẽ xuất hiện thay thế đồ họa khi tùy chọn đồ họa trong trình duyệt bị tắt hoặc khi người ta nhấn nút "Stop" trước khi trang được tải về đầy đủ.

4. Thời gian tải về nhanh.

Bạn đừng nghĩ rằng tất cả mọi người đều sử dụng một đường truyền Internet có tốc độ cao. Liệu bạn có muốn mình phải đợi 10 phút để tải một trang về trước khi xem trang đó không?. Chắc chắn là không, vì thế bạn đừng hy vọng khách hàng sẽ đợi. Bạn cũng nên nhớ rằng 30 giây trước màn hình giống như 10 phút vậy.

Sử dụng đồ họa để trang trí là rất tốt nhưng đừng lạm dụng. Nếu bạn cần nhiều hình ảnh và

đồ họa lớn thì nên có một biểu tượng nhỏ sẽ liên kết với hình ảnh đồng thời nhắc nhở người xem cần phải đợi. Sử dụng video và audio trong trang như một công cụ để bán hàng là ý tưởng khá hay, tuy nhiên bạn không nên sử dụng bởi hiện tại trừ các tỉnh thành lớn có đường truyền tốc độ cao ADSL hay cáp quang, vẫn còn đa số người vẫn đang sử dụng đường truyền Dial-Up với modem 28.8, 33.6 và 56.6.

Nhân tố thời gian là vô cùng quan trọng vì mọi người thường không kiên nhẫn khi vào mạng. Nếu trang của bạn phải mất thời gian quá lâu để tải về thì khách hàng có thể nhấn chuột và bỏ đi. Đừng để mất khách hàng chỉ vì trang web của bạn tải về quá chậm.

Hãy tăng tốc độ truyền của các trang web lên bằng cách:

- Giảm kích cỡ đồ họa trong trang web của bạn. Nhiều file đồ họa không nhất thiết phải có kích cỡ như trên các trang web thông thường. Bạn chỉ cần 72 dpi cho độ phân giải của màn hình và đồ họa cũng chỉ cần 256 màu. Một đồ họa kích cỡ nhỏ 4" - 2" không nên lớn hơn 10K. Thu nhỏ kích cỡ đồ họa, độ sâu của màu. Hãy để chế độ phân giải đồ họa và hình ảnh nền ở mức 256 màu. Nếu bạn rất cần một đồ họa lớn thì bạn có thể cung cấp cho người xem một hình ảnh nhỏ với nút "phóng to" để xem tiếp một hình ảnh lớn hơn.
- Quy định cụ thể kích cỡ file đồ họa trong mã HTML. Nếu bạn quy định cụ thể kích cỡ các file đồ họa trong mã HTML, trình duyệt web sẽ rút ngắn kích cỡ của trang nếu cần thiết và nơi hình ảnh sẽ xuất hiện, hiển thị văn bản và để một khoảng trống cho file đồ họa tải về.
- Giảm số file trong trang web của bạn (cả file đồ họa và HTML kết hợp với nhau). Mọi người luôn xem nhẹ thủ thuật quản lý trang: giảm số file chứa trong website của bạn. Mọi người thường có tối đa bốn kết nối (socket) trong trình duyệt web của họ. Mỗi một socket sẽ cho phép chuyển một file về máy tính của bạn, vì thế nếu bạn có 4 socket thì bạn có thể tải cùng lúc 4 file về. Nếu bạn có 6 ảnh trong trang chủ và một file HTML thì tất cả là có 7 file cần phải tải về. Trình duyệt sẽ tải 4 file về trước, sau khi tải xong một file socket sẽ tải tiếp file còn lại. Nói cách khác file thứ 5 sẽ chỉ được tải về khi file thứ nhất được tải xong. Và file thứ 6 sẽ chưa được tải về cho đến khi quá trình tải file thứ hai hoàn thành... quá trình tải về có thể kéo dài nếu có quá nhiều file đặc biệt khi những file này rất lớn. Theo như nguyên tắc, (giả sử đồ họa của bạn có kích cỡ khiêm tốn 5-12K) bạn hãy cố gắng có dưới 5 file mỗi trang.

26) Tám Điều Nên & Không Nên Khi Thiết Kế Website (Phần 2)

Nếu bạn có một nội dung vô giá trong trang web, hãy làm cho nó dễ đọc. Hãy chia thành những đoạn quan trọng, gạch chân hoặc bôi đậm những câu quan trọng trong từng đoạn và bạn đừng ngại trang trí với một số màu.

5. Nội dung không có hình ảnh.

Nhiều người sử dụng ảnh "GIFS" và JavaScripts để tạo các logo và ký tự chạy ngang màn hình hay những gì tương tự. Điều này không chỉ làm tăng thời gian tải về mà còn làm người xem xao lãng nội dung bán hàng của bạn. Những người trên Internet là những con người của thông tin vì vậy bạn hãy chắc chắn rằng mình đang dành thời gian cho những thông tin

có chất lượng chứ không phải là những hình ảnh vô bổ.

Nếu bạn có một nội dung vô giá trong trang web, hãy làm cho nó dễ đọc. Hãy chia thành những đoạn quan trọng, gạch chân hoặc bôi đậm những câu quan trọng trong từng đoạn và bạn đừng ngại trang trí với một số màu.

Tô màu văn bản thay thế file đồ họa nếu có thể. Nói cách khác thay vì sử dụng một file đồ họa để gây sự chú ý, bạn có thể sử dụng văn bản có màu sắc khác nhau.

Có thể bạn muốn cung cấp thông tin miễn phí dưới dạng bài báo hay bài phóng sự, và sau đó cố gắng bán hàng. Nếu bạn muốn cung cấp cho người sử dụng những thông tin bổ ích (với mục đích thu hút khách hàng), hãy thêm những nội dung có chất lượng chứ không phải là những hình ảnh bên ngoài. Trong trường hợp đó một chữ đáng giá hàng nghìn hình ảnh.

Thậm chí bạn muốn trang của mình sinh động hơn một chút (có những biểu tượng biến hình, các dòng chữ bôi đậm...) nhằm thu hút mọi người tiếp tục quan tâm tới sản phẩm và dịch vụ của bạn. Công việc của bạn chính là kiểm tra những kết quả mà khách hàng xem đem lại.

Tất cả sẽ phụ thuộc vào những sản phẩm và dịch vụ bạn đang bán cũng như đối tượng khách hàng bạn cần tiếp thị hay thị trường mục tiêu của bạn. Nếu bạn đang tiếp thị cho lớp trẻ thì sự sinh động của website sẽ làm tăng doanh số bán hàng. Nhưng nếu đối tượng khách hàng của bạn chủ yếu là những nhà kinh doanh có trình độ thì yếu tố sinh động đó có thể làm bạn giống như một họa sĩ nửa mùa. Đối với đối tượng khách hàng này bạn cần thu hút họ bằng những sự kiện, con số, sự trung thực và những lợi ích rõ ràng.

6. Dễ theo dõi "quá trình bán hàng".

Bạn phải tạo điều kiện để khách hàng hiểu rõ những lợi ích của sản phẩm và dịch vụ của bạn đem lại cũng như cung cấp cho khách hàng phương thức đặt hàng thuận tiện nhất. Liệu bạn đã xây dựng được uy tín đối với khách hàng trước khi bạn yêu cầu họ đặt hàng chưa? Bạn đã tạo cho khách hàng sự yêu thích và hứng thú trước khi bạn mời họ đặt hàng chưa? Bạn đã cung cấp cho khách hàng một số cách đặt hàng thuận tiện cả trên mạng và ngoài mạng chưa?. Và liệu bạn đã hướng dẫn khách xem tất cả từng bước một chưa?.

7. Tương thích với đa số trình duyệt web.

Nếu bạn sử dụng bảng biểu hãy xem xét cẩn thận việc nó sẽ hiển thị như thế nào ở các trình duyệt khác nhau (ví dụ Internet Explorer, Netscape) và ở tất cả các cấp độ phân giải (ví dụ 800 x 600, 1024 x 768, 1280 x 1024, 1400 x 1050).

8. Một số vấn đề quan trọng khác khi thiết kế website.

- Đọc và kiểm tra cẩn thận tất cả các nội dung. Nếu bạn không quan tâm tới việc kiểm tra lỗi chính tả, người sử dụng sẽ nghi vấn làm sao họ có thể giao tiền của mình cho một công ty không thể tự sửa lỗi chính tả cho trang web của mình?. Hãy nhờ một người bạn hoặc đồng nghiệp đọc và sửa giúp bạn bởi họ có thể tìm thấy những lỗi mà bạn không bao giờ phát hiện ra được.

- Trước khi đưa mọi việc vào hoạt động bạn cần có một đợt kiểm tra toàn bộ website (các đường liên kết, thời gian tải, form bán hàng...) và cố gắng kiểm tra bằng nhiều phương pháp.
- Một điều hết sức quan trọng là bạn không nên nói ngay cho người xem biết bạn đang cố gắng bán hàng cho họ. Bất kể bạn đang có sản phẩm gì, cho dù sản phẩm của bạn có tốt như thế nào đi nữa thì hầu hết mọi người sẽ không ở lại trang của bạn nếu họ biết họ đang bị dụ dỗ mua hàng. Bạn cần để họ đọc, nhận ra được những lợi ích bạn sẽ đem lại cho họ và sau đó chỉ nên để họ biết rằng sản phẩm đó đang có bán. Nếu bạn thực hiện được điều này thì có nghĩa là khách hàng sẽ tự tìm thấy và mua sản phẩm bạn cung cấp.
- Một yếu tố thành công khác trong marketing trực tuyến là bạn phải có khả năng chấp nhận được các giao dịch buôn bán trực tuyến. Khi bạn cung cấp sản phẩm thông tin thì bạn nên chào bán dưới dạng điện tử thông qua email.
- Nếu trang web của bạn lớn hơn 50K thì bạn hãy đặt một ghi chú nhỏ trên cùng của trang để thuyết phục khách hàng nên kiên nhẫn trong khi chờ đợi được tải về (câu này sẽ hiện lên khi trang web của bạn tải về). Thậm chí ngay cả khi tại các trang web thử nghiệm mà bạn thấy không mất nhiều thời gian để tải về nhưng bạn cũng cần nhớ rằng khách hàng cũng có thể có đường kết nối chậm do đó làm tăng thời gian tải. Bạn không nên để khách hàng ra đi chỉ vì thời gian tải quá lâu mà bạn không thông báo về việc họ phải đợi.

Có lẽ bạn đang đau đầu vì có quá nhiều thông tin: những điều nên và không nên làm, và bạn đang chuẩn bị một loạt các câu hỏi để cố gắng lựa chọn một nhà thiết kế website - công cuộc kinh doanh mới của bạn? Cách đơn giản nhất là liên hệ với [chúng tôi](#), đội ngũ kỹ thuật chuyên nghiệp của chúng tôi sẽ giúp đỡ bạn giải quyết mọi vấn đề.

27) 10 thủ thuật hỗ trợ thiết kế website

Hiện nay, việc thiết kế Website ngày càng trở nên dễ dàng và thuận tiện. Bài viết dưới đây sẽ giới thiệu tới bạn đọc 10 thủ thuật nhỏ trong thiết kế website nhằm làm tăng sự hữu ích của các trang web:

- Đặt Tên và Logo của bạn trên mỗi trang và tạo cho Logo một link tới trang chủ (ngoại trừ trên bản thân trang chủ, nơi mà Logo không nên là một link liên kết. Bên cạnh đó, bạn cũng không nên có một link lại chỉ ngay tới trang hiện tại).
- Cung cấp tính năng Search nếu trang web có hơn 100 trang.
- Viết các tiêu đề trang và tiêu đề bài đơn giản và dễ hiểu, giải thích rõ ràng trang đó nói về cái gì và điều đó sẽ trở nên có ý nghĩa khi đọc ngoài ngữ cảnh trong một danh mục kết quả của search engine.
- Xây dựng cơ cấu trang web để tạo điều kiện thuận lợi cho việc đọc và giúp người truy cập dễ dàng có thể nắm bắt thông tin một cách nhanh chóng.
- Sử dụng hypertext. Thay vì nhồi nhét mọi thứ về một sản phẩm hay một chủ đề vào một trang đơn, dài vô tận, bạn hãy sử dụng hypertext để xây dựng hệ thống không gian nội dung thành một trang ban đầu cung cấp một cái nhìn bao quát và nhiều trang cấp hai mà mỗi

trang đó chỉ tập trung vào một chủ đề cụ thể.

Mục đích của việc xây dựng này là để cho phép người truy cập tránh được việc lãng phí thời gian vào những chủ đề phụ, những chủ đề mà không liên quan đến họ.

- Sử dụng các tranh ảnh về sản phẩm. Bạn chỉ nên có một bức ảnh nhỏ trên mỗi một trang sản phẩm riêng và link bức ảnh tới một hoặc nhiều bức ảnh lớn hơn mà chúng biểu diễn chi tiết như mong muốn của người truy cập. Sự thay đổi này phụ thuộc vào loại sản phẩm. Một số sản phẩm thậm chí đòi hỏi những bức ảnh có thể phóng to, thu nhỏ hay xoay được nhưng để dự trữ tất cả các bài viết trước cho các trang cấp 2. Trang sản phẩm ban đầu phải nhanh và nên được giới hạn đến một bức ảnh thumbnail.
- Sử dụng việc thu nhỏ hình ảnh làm nổi bật tính liên quan khi chuẩn bị các bức ảnh và hình ảnh nhỏ: thay vì sửa lại kích thước ảnh gốc một cách đơn giản thành một thumbnail nhỏ và không thể đọc được thì hãy phóng to theo khía cạnh thích hợp nhất và sử dụng sự kết hợp của việc cắt xén và hiệu chỉnh lại kích thước.
- Sử dụng các tiêu đề link để giúp cho người truy cập xem trước được nơi mà mỗi cái link sẽ đưa họ đến trước khi họ click vào đó.
- Đảm bảo rằng tất cả những trang quan trọng đều có thể dễ dàng truy cập đối với người sử dụng bị mất khả năng, đặc biệt là những người khiếm thị.
- Hãy làm giống như bất kỳ người nào khác: nếu hầu hết các trang web lớn đều làm một cái gì đó theo một cách cố định, hãy làm theo họ bởi vì người truy cập cũng sẽ mong muốn làm như vậy trên trang web của bạn. Hãy ghi nhớ Luật về Kinh nghiệm người truy cập Web của Jakob: Người truy cập sử dụng hầu hết thời gian của họ vào các trang web khác, vì vậy đó là nơi họ định hình mong muốn được biết một trang Web hoạt động như thế nào.

Chúc bạn thành công!

28) Thiết kế Brochure thế nào để đạt hiệu quả cao?

Marketing không chỉ là sử dụng một phương tiện truyền đạt mà là thu hút giữ chân khách hàng. Marketing bằng phương tiện thông tin đại chúng cũng có thể giúp bạn điều đó, nhưng chỉ có kết quả nếu phối hợp được với sách lược khác. Đó là lý do vì sao các công ty kể cả những công ty kinh doanh trên mạng Internet, đều phải có các brochure và các loại ấn phẩm để phát tận tay khách hàng

Một loại doanh nghiệp cần một ấn phẩm tự giới thiệu vì hai lý do:

1. Độ tin cậy

Khách hàng mong mỗi một công ty thực thụ phải có ấn phẩm về công ty. Bỏ tiền in ấn danh thiếp và letterhead... để được gọi là công ty chẳng khó gì. Nhưng nếu một doanh nghiệp đã lăn lộn trên thương trường thì nhất định phải có brochure.

2. Tiết kiệm thời gian:

Khách hàng muốn đem những ấn phẩm được biếu về nhà đọc trong thời gian rảnh. Dù bạn

có thể hướng dẫn họ truy cập vào trang web của mình, nhưng một brochure hỗ trợ rất nhiều trong việc giới thiệu cho khách hàng sản phẩm dịch vụ mà họ có thể được hưởng, hoặc chỉ ra lý do vì sao họ nên mua sản phẩm từ doanh nghiệp bạn. Brochure cũng hỗ trợ cho việc quảng bá hình ảnh và cũng có thể sử dụng như một công cụ hỗ trợ cho việc kinh doanh thông qua nhà phân phối. Tóm lại, một cuốn brochure tốt sẽ đem lại cơ hội kinh doanh. Đây là 12 mẹo nhỏ để thực hiện một quyển brochure hỗ trợ tích cực cho công tác marketing và tăng doanh số bán hàng.

- Biết người đọc muốn gì

Một Brochure phải được viết theo quan điểm của người đọc. Điều đó có nghĩa là thông tin phải được trình bày đúng trình tự. Hãy phân tích cho người đọc muốn biết gì. Cách đơn giản để thực hiện là ấn định trình tự cho các câu hỏi của người đọc. Ví dụ bạn sở hữu một trung tâm trị liệu có các dịch vụ chăm sóc sắc đẹp và muốn khuyến khích người đọc gặp gỡ để được tư vấn và trị liệu. Sau khi biết thông tin về doanh nghiệp bạn, người đọc sẽ nảy ra một loạt thông tin để giải đáp trước khi đặt một cuộc hẹn. Brochure của bạn phải giải đáp được các câu hỏi đó theo một trình tự logic. Cách hiệu quả để tổ chức lại các điểm chính là viết ra những câu hỏi mà khách hàng tiềm năng có thể hỏi, và chuẩn bị giải đáp in trong brochure.



- Thu hút sự chú ý của người đọc

Trang đầu tiên của brochure là tờ bìa. Đừng phạm phải sai lầm thông thường là sử dụng từ chuyên môn để diễn tả dịch vụ của doanh nghiệp bạn. Hãy nghĩ về lợi ích của khách hàng và thể hiện nó bằng câu chữ khiến người ta phải tò mò mở ra xem. Thêm vào đó có thể là một thư mời, một bảng báo cáo hay một bảng giảm giá đặc biệt... Chỉ đặt biểu tượng công ty hay tên sản phẩm trên trang đầu thì ít mang lại tác dụng thiết thực.

- Trang mục lục

Trong một quyển Brochure dày từ tám trang trở lên thì nên có mục lục. In mục lục với cách trình bày tách biệt với nội dung còn lại của brochure. Chọn ra những vấn đề quan trọng nhất để đưa vào mục lục.

- Miêu tả sản phẩm

Để miêu tả sản phẩm, hãy liệt kê các đặc trưng về sản phẩm và giải thích lợi ích của mỗi điểm. Ví dụ : Bánh được làm từ công thức gia truyền, có nghĩa là sẽ thơm ngon hơn ». Cần lưu ý rằng người mua sản phẩm không phải lúc nào cũng là người sử dụng nó, vì vậy nên giới thiệu đầy đủ các lợi ích tương ứng với mỗi đặc điểm của sản phẩm.

- Cung cấp thông tin bổ ích

Một Brochure chứa đựng nhiều thông tin bổ ích sẽ khiến người đọc cất giữ lại và chia sẻ thông tin với người khác. Nếu bạn cung cấp sơn nước thì việc cung cấp những thông tin về phối màu, hướng dẫn cách sơn, những mẹo nhỏ của các chuyên gia ...sẽ rất hữu ích. Nếu bạn kinh doanh sản phẩm chăm sóc da, bạn nên chỉ ra các mẹo nhỏ về trị mụn, trị khô da và những vết nhăn.

- Thiết kế một cách sáng tạo

Ai bắt buộc Brochure phải có khổ chữ nhật A4 ? Bạn bán xe hơi ư ? Hãy thử thiết kế một brochure hình chiếc xe hơi. Còn bán dụng cụ thể thao thì thiết kế brochure theo hình trái bóng hay cây vợt chằng hạn. Vận dụng sức tưởng tượng khi thực hiện brochure có thể thu hút hiệu quả cao hơn. Hãy thử đủ kích cỡ , mỏng, dày, cao, ngắn hay hình dạng vuông tròn xem sao. Chỉ có một giới hạn duy nhất là chi phí in brochure có quá tốn không thôi.

- Tạo phong cách riêng

Một diễn giả từng trải khi nói chuyện trước đám đông sẽ chọn ra gương mặt trong đám đông đó để hỏi chuyện. Mối liên hệ giữa một người cụ thể đó giúp cho diễn giả thể hiện cuộc nói chuyện của mình sống động và có tính chất cụ thể hơn so với cách luôn nhắm tới một rừng khuôn mặt. Tương tự như vậy, các từ ngữ dùng trong brochure nên nhằm vào một đối tượng tương tượng. Vì sao ? Vì nên biểu lộ rằng « Tôi đang nói chuyện với một mình anh thôi » để đạt được hưởng ứng.



- Thêm chút màu sắc

Đừng để quyển brochure của bạn xa rời thực tế. Hãy để người đọc chia sẻ cảm xúc. Không có lý do gì một tập brochure về máy tắm nước nóng cứ phải bàn tới bàn lui về cách vận hành máy. Hãy nói về những đêm mưa lạnh tê tái và những buổi làm việc căng thẳng. Hãy gây cảm xúc cho khách hàng để họ không cảm được lòng và chấp nhận mua ngay sản phẩm.

- Mục đích của bạn là để bán hàng

Hãy nhớ không phải ai cũng muốn được chỉ giáo về mọi khía cạnh của sản phẩm hay dịch vụ của bạn cả, nói gì tới các chi tiết về quá trình sản xuất. Đừng phí thời gian liệt kê những điều không mong đợi của khách hàng.

- Hãy nói về nhu cầu của người đọc

Đừng sa đà vào mối quan tâm của chính bạn, mà phải hướng về người đọc. Đây là vài dòng trong quyển brochure của công ty bảo hiểm : « Bảo hiểm là ngành kinh doanh phức tạp. Công ty chúng tôi ra đời năm 1975 để giúp khách hàng tìm ra giải pháp bảo hiểm phù hợp với nhu cầu. Trong 20 năm qua chúng tôi đã bán bảo hiểm cho khối lượng khách hàng đủ mọi thành phần... Thay vì nói rằng công ty có thể làm gì được cho khách hàng mà chỉ toàn nói về mình thôi thì liệu có tác dụng gì đáng kể ?

- Định hướng

Mỗi quyển brochure có thể sắp xếp sao cho người đọc có thể tìm ngay ra thông tin họ cần. Đặt các tiêu đề hay mục hướng dẫn rõ ràng trong cả quyển brochure sao cho chúng đều nói được rằng : « Ờ, hãy chú ý đến tôi ».

- Kêu gọi hành động

Bất kể bạn sắp xếp brochure của mình như thế nào, chỉ có một cách duy nhất ép nó lại là kêu gọi hành động. Nếu muốn được người đọc hồi âm, hãy để lại thông tin liên lạc. Để tăng cường tác động kinh doanh của brochure, bạn nên đề cập đến lời chào hàng và một phương thức hồi âm trên mỗi trang brochure.

29) 5 nguyên tắc chính khi thiết kế logo

Logo xuất hiện ở khắp nơi, từ letterhead cho tới website của bạn, rơi vào tầm ngắm của khách hàng, nhà cung cấp và báo chí. Nói cách khác, logo được bất cứ ai có mối quan hệ với công ty bạn chú ý tới và là ấn tượng đầu tiên của họ về công ty. Chính vì sự ảnh hưởng ngầm này, logo của bạn buộc phải thiết kế sao cho tạo được ấn tượng tốt về công ty. Giới thiệu công ty một cách rõ ràng và năng động, bạn sẽ được nhắc đến như một nhà chuyên nghiệp.

Logo nên phản ánh công ty theo cách trung thực nhất

Ấn tượng rõ ràng nhưng bạn thường ngạc nhiên khi biết có bao nhiêu chủ doanh nghiệp muốn “giống như” đối thủ cạnh tranh. Nếu logo của bạn chứa một biểu tượng, nó nên gắn với ngành mà bạn đang kinh doanh, gắn với tên của công ty bạn, đặc tính xác định về công ty hay lợi thế cạnh tranh mà bạn có.

Điều gì quan trọng hơn bất cứ đặc tính nào khác mà bạn muốn người khác ghi nhớ về công ty của bạn? Nếu như là sự giao hàng nhanh chóng, hãy chọn biểu tượng gọi tốc độ, như cánh chim hay chiếc đồng hồ. Chọn một biểu tượng trừu tượng để truyền đạt cách tiếp cận tiên tiến-sự trừu tượng là lựa chọn số một cho các công ty công nghệ cao. Hoặc có thể đơn giản bạn chỉ chọn một vật thể biểu hiện cho sản phẩm hoặc dịch vụ mà bạn đang kinh doanh.

Tránh quá chi tiết

Những logo đơn giản được nhận ra nhanh hơn những logo phức tạp. Những đường kẻ và chữ đậm biểu hiện tốt hơn các chi tiết mờ nhạt và tất nhiên gây ấn tượng mạnh hơn.

Tuy vậy, bạn không nên thiết kế một logo giản dị thái quá. Một logo tốt phải thể hiện điều gì đó bất ngờ hoặc duy nhất mà không cần phải phóng đại. Hãy thử tham khảo biểu tượng của một nhà chuyên nghiệp: McDonald's, Nike, Prudential. Hãy chú ý tìm hiểu logo của họ đơn giản mà hấp dẫn đến thế nào. Bất cứ ai trên đường với cơn đói cồn cào cũng đều hiểu được sức mạnh của những biểu tượng logo hết sức rành mạch này.

Logo vẫn đẹp khi được in bằng màu đen trắng.

Nếu logo không sắc nét khi in màu đen trắng, nó cũng sẽ rất khó thuyết phục nếu được in bằng bất cứ màu nào khác. Và in màu thường đắt hơn in đen trắng.

Đảm bảo để logo có thể phóng to, thu nhỏ tùy thích

Logo phải thỏa mãn tối ưu về mặt thẩm mỹ ở bất kỳ kích cỡ nào, to, nhỏ hay trung bình.

Logo nên được thiết kế sao cho cân bằng

Nói một cách dễ hiểu nhất là logo của bạn phải “vừa mắt” người nhìn, phần này không lấn át phần kia. Màu sắc và chi tiết không tách khỏi nhau để không tạo nên một logo không cân xứng. Màu sắc, đường nét, hình khối là ba yếu tố quyết định đến tính cân bằng của một logo.

Thành công khi thiết kế logo còn được đánh giá qua tuổi thọ của logo (từ 10-15 năm). Tiêu chí này rất khó đạt được nếu như bạn còn ít kinh nghiệm trong việc thiết kế. Ngoài ra bạn cần lưu ý 3 dạng của logo: EPS để in ấn, JPG và GIF để hiển thị trên website.

Đừng bao giờ thiết kế hay thay đổi lại logo của bạn. Nếu bạn muốn làm cho nó sinh động hơn trên website cũng có thể chấp nhận được nhưng không nên làm mất đi cái cốt lõi của logo. Khi nào bạn bắt đầu cảm thấy nhàm chán với logo của chính mình, lúc đấy có thể là thời điểm để tạo ấn tượng mới đối với khách hàng.

30) Nguyên tắc thiết kế website

Trước hết chúng ta cần xem xét một số đặc điểm chung của những website thành công và khám phá những gì bạn có thể áp dụng cho website của bạn và một số điều nên và không nên khi thiết kế website.

1 . Tổ chức website chặt chẽ và dễ sử dụng.

Website của bạn cần có cấu trúc càng rõ ràng dễ hiểu càng tốt. Điều quan trọng ở đây là

phải làm sao để khách hàng thấy được ngay các thông tin mà họ hi vọng có thể thu được từ website của bạn. Nếu website của bạn có quá nhiều thông tin, bạn có thể làm cho trang chủ đơn giản bằng cách thiết kế bảng nội dung, bảng này cũng nên hết sức đơn giản và dễ sử dụng. Đồng thời sử dụng những từ và đoạn ngắn gọn để hiểu để thu hút người đọc.

2 . Sử dụng từ ngữ dễ hiểu.

Một ai đó sẽ không thể theo dõi được quảng cáo bán hàng của bạn cũng như mua những mặt hàng mà bạn đang cung cấp nếu như họ không thể hiểu được những gì bạn đang nói. Sử dụng những lời lẽ hoa mỹ để tán dương những sản phẩm bạn cung cấp thì rất dễ nhưng bạn sẽ không thể biết được có bao nhiêu người tới website và dự định của họ như thế nào? Có thể bạn cung cấp những sản phẩm dịch vụ chất lượng tốt nhưng sẽ không ai mua nếu như họ không biết bạn đang chào bán những gì, hay không thể hiểu được lợi ích mà sản phẩm dịch vụ của bạn mang đến cho khách hàng. Hãy nhớ rằng khi một người đến thăm website của bạn, có thể anh ta chưa biết bạn là ai?. bạn đang chào bán sản phẩm gì?. Bạn phải giúp khách hàng hiểu rõ những vấn đề này trong thời gian ngắn nhất. Hãy dùng các câu ngắn gọn, cô đọng và giữ kiểu thiết kế cố định đối với tất cả các trang con.

3. Dễ dàng khám phá các đường link.

Bạn hãy tạo các đường link bằng chữ hay biểu tượng ở tất cả các trang con để mọi người có thể xem lại hoặc xem tiếp mà không phải sử dụng đến nút "Back" hay "Forward" của trình duyệt. Bạn cũng cần nhớ là phải có những chữ thay thế tất cả các đồ họa và đường liên kết trong trang của bạn. Đây là những từ sẽ xuất hiện thay thế đồ họa khi tùy chọn đồ họa trong trình duyệt bị tắt hoặc khi người ta nhấn nút "Stop" trước khi trang được tải về đầy đủ.

4. Thời gian tải về nhanh.

Bạn đừng nghĩ rằng tất cả mọi người đều sử dụng một đường truyền Internet có tốc độ cao. Liệu bạn có muốn mình phải đợi 10 phút để tải một trang về trước khi xem trang đó không?. Chắc chắn là không, vì thế bạn đừng hy vọng khách hàng sẽ đợi. Bạn cũng nên nhớ rằng 30 giây trước màn hình giống như 10 phút vậy.

Sử dụng đồ họa để trang trí là rất tốt nhưng đừng lạm dụng. Nếu bạn cần nhiều hình ảnh và đồ họa lớn thì nên có một biểu tượng nhỏ sẽ liên kết với hình ảnh đồng thời nhắc nhở người xem cần phải đợi. Sử dụng video và audio trong trang như một công cụ để bán hàng là ý tưởng khá hay, tuy nhiên bạn không nên sử dụng bởi hiện tại trừ các tỉnh thành lớn có đường truyền tốc độ cao ADSL hay cáp quang, vẫn còn đa số người vẫn đang sử dụng đường truyền Dial-Up với modem 28.8, 33.6 và 56.6.

Nhân tố thời gian là vô cùng quan trọng vì mọi người thường không kiên nhẫn khi vào mạng. Nếu trang của bạn phải mất thời gian quá lâu để tải về thì khách hàng có thể nhấn chuột và bỏ đi. Đừng để mất khách hàng chỉ vì trang web của bạn tải về quá chậm.

Hãy tăng tốc độ truyền của các trang web lên bằng cách:

Giảm kích cỡ đồ họa trong trang web của bạn. Nhiều file đồ họa không nhất thiết phải có kích cỡ như trên các trang web thông thường. Bạn chỉ cần 72 dpi cho độ phân giải của màn hình và đồ họa cũng chỉ cần 256 màu. Một đồ họa kích cỡ nhỏ 4" - 2" không nên lớn hơn 10K. Thu nhỏ kích cỡ đồ họa, độ sâu của màu. Hãy để chế độ phân giải đồ họa và hình ảnh nền ở mức 256 màu. Nếu bạn rất cần một đồ họa lớn thì bạn có thể cung cấp cho người xem một hình ảnh nhỏ với nút "phóng to" để xem tiếp một hình ảnh lớn hơn.

Quy định cụ thể kích cỡ file đồ họa trong mã HTML. Nếu bạn quy định cụ thể kích cỡ các file đồ họa trong mã HTML, trình duyệt web sẽ rút ngắn kích cỡ của trang nếu cần thiết và nơi hình ảnh sẽ xuất hiện, hiển thị văn bản và để một khoảng trống cho file đồ họa tải về.

Giảm số file trong trang web của bạn (cả file đồ họa và HTML kết hợp với nhau). Mọi người luôn xem nhẹ thủ thuật quản lý trang: giảm số file chứa trong website của bạn. Mọi người thường có tối đa bốn kết nối (socket) trong trình duyệt web của họ. Mỗi một socket sẽ cho phép chuyển một file về máy tính của bạn, vì thế nếu bạn có 4 socket thì bạn có thể tải cùng lúc 4 file về. Nếu bạn có 6 ảnh trong trang chủ và một file HTML thì tất cả là có 7 file cần phải tải về. Trình duyệt sẽ tải 4 file về trước, sau khi tải xong một file socket sẽ tải tiếp file còn lại. Nói cách khác file thứ 5 sẽ chỉ được tải về khi file thứ nhất được tải xong. Và file thứ 6 sẽ chưa được tải về cho đến khi quá trình tải file thứ hai hoàn thành... quá trình tải về có thể kéo dài nếu có quá nhiều file đặc biệt khi những file này rất lớn. Theo như nguyên tắc, (giả sử đồ họa của bạn có kích cỡ khiêm tốn 5-12K) bạn hãy cố gắng có dưới 5 file mỗi trang.

5. Nội dung không có hình ảnh.

Nhiều người sử dụng ảnh "GIFS" và JavaScripts để tạo các logo và ký tự chạy ngang màn hình hay những gì tương tự. Điều này không chỉ làm tăng thời gian tải về mà còn làm người xem xao lãng nội dung bán hàng của bạn. Những người trên Internet là những con người của thông tin vì vậy bạn hãy chắc chắn rằng mình đang dành thời gian cho những thông tin có chất lượng chứ không phải là những hình ảnh vô bổ.

Nếu bạn có một nội dung vô giá trong trang web, hãy làm cho nó dễ đọc. Hãy chia thành những đoạn quan trọng, gạch chân hoặc bôi đậm những câu quan trọng trong từng đoạn và bạn đừng ngại trang trí với một số màu.

Tô màu văn bản thay thế file đồ họa nếu có thể. Nói cách khác thay vì sử dụng một file đồ họa để gây sự chú ý, bạn có thể sử dụng văn bản có màu sắc khác nhau.

Có thể bạn muốn cung cấp thông tin miễn phí dưới dạng bài báo hay bài phóng sự, và sau đó cố gắng bán hàng. Nếu bạn muốn cung cấp cho người sử dụng những thông tin bổ ích (với mục đích thu hút khách hàng), hãy thêm những nội dung có chất lượng chứ không phải là những hình ảnh bên ngoài. Trong trường hợp đó một chữ đáng giá hàng nghìn hình ảnh.

Thậm chí bạn muốn trang của mình sinh động hơn một chút (có những biểu tượng biến hình, các dòng chữ bôi đậm...) nhằm thu hút mọi người tiếp tục quan tâm tới sản phẩm và dịch vụ của bạn. Công việc của bạn chính là kiểm tra những kết quả mà khách hàng xem đem lại.

Tất cả sẽ phụ thuộc vào những sản phẩm và dịch vụ bạn đang bán cũng như đối tượng khách hàng bạn cần tiếp thị hay thị trường mục tiêu của bạn. Nếu bạn đang tiếp thị cho lớp trẻ thì sự sinh động của website sẽ làm tăng doanh số bán hàng. Nhưng nếu đối tượng khách hàng của bạn chủ yếu là những nhà kinh doanh có trình độ thì yếu tố sinh động đó có thể làm bạn giống như một họa sĩ nửa mùa. Đối với đối tượng khách hàng này bạn cần thu hút họ bằng những sự kiện, con số, sự trung thực và những lợi ích rõ ràng.

6. Để theo dõi "quá trình bán hàng"

Bạn phải tạo điều kiện để khách hàng hiểu rõ những lợi ích của sản phẩm và dịch vụ của bạn đem lại cũng như cung cấp cho khách hàng phương thức đặt hàng thuận tiện nhất. Liệu bạn đã xây dựng được uy tín đối với khách hàng trước khi bạn yêu cầu họ đặt hàng chưa? Bạn đã tạo cho khách hàng sự yêu thích và hứng thú trước khi bạn mời họ đặt hàng chưa? Bạn đã cung cấp cho khách hàng một số cách đặt hàng thuận tiện cả trên mạng và ngoài mạng chưa?. Và liệu bạn đã hướng dẫn khách xem tất cả từng bước một chưa?.

7. Tương thích với đa số trình duyệt web.

Nếu bạn sử dụng bảng biểu hãy xem xét cẩn thận việc nó sẽ hiển thị như thế nào ở các trình duyệt khác nhau (ví dụ Internet Explorer, Netscape) và ở tất cả các cấp độ phân giải (ví dụ 800 x 600, 1024 x 768, 1280 x 1024, 1400 x 1050).

8. Một số vấn đề quan trọng khác khi thiết kế website.

Đọc và kiểm tra cẩn thận tất cả các nội dung. Nếu bạn không quan tâm tới việc kiểm tra lỗi chính tả, người sử dụng sẽ nghi vấn làm sao họ có thể giao tiền của mình cho một công ty không thể tự sửa lỗi chính tả cho trang web của mình?. Hãy nhờ một người bạn hoặc đồng nghiệp đọc và sửa giúp bạn bởi họ có thể tìm thấy những lỗi mà bạn không bao giờ phát hiện ra được.

Trước khi đưa mọi việc vào hoạt động bạn cần có một đợt kiểm tra toàn bộ website (các đường liên kết, thời gian tải, form bán hàng...) và cố gắng kiểm tra bằng nhiều phương pháp.

Một điều hết sức quan trọng là bạn không nên nói ngay cho người xem biết bạn đang cố gắng bán hàng cho họ. Bất kể bạn đang có sản phẩm gì, cho dù sản phẩm của bạn có tốt như thế nào đi nữa thì hầu hết mọi người sẽ không ở lại trang của bạn nếu họ biết họ đang bị dụ dỗ mua hàng. Bạn cần để họ đọc, nhận ra được những lợi ích bạn sẽ đem lại cho họ và sau đó chỉ nên để họ biết rằng sản phẩm đó đang có bán. Nếu bạn thực hiện được điều này thì có nghĩa là khách hàng sẽ tự tìm thấy và mua sản phẩm bạn cung cấp.

Một yếu tố thành công khác trong marketing trực tuyến là bạn phải có khả năng chấp nhận được các giao dịch buôn bán trực tuyến. Khi bạn cung cấp sản phẩm thông tin thì bạn nên chào bán dưới dạng điện tử thông qua email.

Nếu trang web của bạn lớn hơn 50K thì bạn hãy đặt một ghi chú nhỏ trên cùng của trang để thuyết phục khách hàng nên kiên nhẫn trong khi chờ đợi được tải về (câu này sẽ hiện lên khi trang web của bạn tải về). Thậm chí ngay cả khi tại các trang web thử nghiệm mà bạn thấy không mất nhiều thời gian để tải về nhưng bạn cũng cần nhớ rằng khách hàng cũng có thể có đường kết nối chậm do đó làm tăng thời gian tải. Bạn không nên để khách hàng ra đi chỉ vì thời gian tải quá lâu mà bạn không thông báo về việc họ phải đợi.

31) 24 Điều cần biết khi thiết kế một trang Web

Khi tự tạo cho mình một trang web riêng, ngoài năng lực thiết kế web của chính mình, bạn cũng nên xem qua 24 điều cần biết đã được những người đi trước đúc kết lại nhằm làm cho trang Web của mình có sức hấp dẫn, lôi cuốn người khác đến xem nhiều hơn.

THIẾT KẾ TRANG WEB

1. Tạo một khuôn mẫu thống nhất cho trang Web và thiết kế làm sao tất cả đều có màu sắc, phông chữ, layout theo một mẫu nhất định.
2. Nên có mục giới thiệu về mình trên trang Web (About us).
3. Nên có mục CopyRight ở cuối mỗi trang Web.
4. Thiết kế làm sao cho trang Web mở dưới 10 giây (nghĩa là kích thước mỗi trang nhỏ hơn 50KB, bao gồm luôn cả hình ảnh).
5. Dùng tên thông dụng cho các đề mục chính của trang như: Trang chủ (Home), Giới thiệu (About us), Giúp đỡ (Help), Liên hệ (Contact us)... và tránh dùng những từ ngữ khiến người khác phải suy nghĩ hay chạy theo mốt...
6. Nên làm một link (liên kết) tới các chủ đề chính trên trang Web, nếu như trang Web của bạn khá dài.
7. Nên làm đường dẫn từ trang chủ tới các trang Web thứ cấp, đường dẫn này nên nằm trên trang Web thứ cấp để có thể di chuyển sang các trang và mục khác dễ dàng hơn. Ví dụ: Home > Section > Sub-Section > Page.

BỐ TRÍ VÀ SẮP ĐẶT NỘI DUNG CỦA TRANG WEB

8. Những nội dung quan trọng trên trang Web nên được đặt phía trên những nội dung khác ít quan trọng hơn.
9. Sử dụng Table (bảng) khi thiết kế Web vì nó giúp định vị và không làm cho nội dung bị lộn xộn.
10. Tạo độ tương phản trong trang Web. Ví dụ chữ đen trên nền trắng hay chữ trắng trên nền đen...
11. Không nên sử dụng nhiều loại phông và kích cỡ phông chữ trên cùng một trang Web.
12. Cần kiểm tra sự hiển thị của trang Web ở nhiều trình duyệt Web khác nhau và ở các độ phân giải khác nhau.

NỘI DUNG TRÊN TRANG WEB

13. Sử dụng từ ngữ dễ hiểu để mọi người có thể đọc được. Trừ khi bạn thiết kế Web cho một lĩnh vực khoa học kỹ thuật nào đó thì mới dùng từ chuyên môn.
14. Nếu trang quá dài, nên cắt nó ra thành các trang nhỏ hơn, đồng thời tạo các liên kết giữa chúng với nhau.
15. Không dùng phông chữ có kích thước nhỏ hơn 10pt và tốt nhất thiết lập theo tỷ lệ phần trăm thay cho pixels, giúp người đọc có thể tự thay đổi kích cỡ phông chữ trên trình

duyệt của họ.

TÌM HIỂU NGƯỜI XEM

16. Thiết lập một trang phản hồi và đặt nó trong trang About us.
17. Làm một trang thông báo về những tin tức mới cập nhật trong phần Home Page.
18. Nên đặt các câu hỏi thăm dò để người xem phản hồi lại thông tin cho bạn.

LIÊN KẾT (Web links)

19. Nên tạo chú thích cho liên kết giúp người đọc biết được trang cần tới.
20. Nên dùng một màu thống nhất cho tất cả các liên kết.
21. Khi link không chỉ tới trang html mà tới một tài liệu như Word, Excel, PDF... thì bạn nên tạo biểu tượng của nó bên cạnh link.
22. Đừng tạo link tới trang đang xây dựng.

SỬ DỤNG HÌNH ẢNH TRÊN TRANG WEB

23. Tối ưu hoá dung lượng hình ảnh trên trang Web theo chiều hướng nhỏ đi và chỉ nên dùng hình ảnh dạng .jpg, .gif.
24. Dùng chức năng thumbnails đối với các hình lớn, đồng thời bảo đảm nó có thể phóng to nếu muốn.

32) Điều hướng truy cập Website thành công

Điều hướng truy cập trang web được định nghĩa như khoa học và kỹ năng được ứng dụng cho một trang web nhằm giúp cho những người truy cập chuyển được từ trang này sang trang khác.

Một hệ thống điều hướng truy cập trang web tốt là sự bắt buộc đối với thiết kế một trang web có khả năng truy cập và thành công. Một đường dẫn điều hướng truy cập Web lý tưởng phải có cấu trúc hợp lý, dễ sử dụng và bắt mắt. Một đường dẫn điều hướng truy cập kém có thể làm rối mắt người đọc và không thu hút được người truy cập. Điều hướng truy cập là một công cụ tuyệt đối cần thiết cho việc tạo ra những trang web có thể truy cập và tiện lợi. Nó không nên được che khuất hoặc trá hình dưới bất cứ hình thức nào, mà phải rất rõ ràng đến mức những người sử dụng có thể dễ dàng sử dụng nó mà không mất sự nỗ lực nào.

Các điểm chính

Nhờ có công cụ tìm kiếm, đánh dấu trang và các liên kết được đặt trên các Website khác, mọi người có thể truy cập trực tiếp từ trang chủ vào bất cứ những phần nào của Website. Như vậy, nơi đó nên là một đường dẫn điều hướng truy cập tốt để dẫn đường cho chúng từ mọi điểm truy cập. Người sử dụng phải có khả năng điều hướng được thông qua trang Web đó một cách dễ dàng. Từ bất cứ trang Web nào được đưa ra thì họ cũng có thể tìm tới được trang chủ và những phần quan trọng khác của trang Web đó.

Một đường dẫn điều hướng tốt phải cung cấp được những điều mà mọi người mong đợi từ trang Web đó. Mọi liên kết, hạng mục nên được phân loại thành những thanh điều hướng truy cập cốt yếu và thứ yếu nhằm giúp người sử dụng duyệt Web dễ dàng hơn.

Khái niệm 'Minimal clicks' (tối thiểu hoá nhấp chuột) phải luôn được nhớ trong khi thiết kế Web. Người truy cập phải có đủ khả năng truy cập vào trang đó theo sự lựa chọn của họ với điều hướng truy cập ít nhất có thể. Bản năng của họ phải được trao đổi bằng những phản ứng tức thì qua trang Web.

Điều hướng người sử dụng thân thiện

Những người thiết kế Website luôn phải nhớ sở thích của người sử dụng trong khi phát triển đường dẫn điều hướng truy cập. Sự thân thiện trong thiết kế của họ sẽ không phải là lý do đủ cho tất cả mọi người sử dụng được thoải mái. Một trang website cụ thể nên có những liên kết tới trang chủ cũng như những trang quan trọng khác. Thêm vào đó là một bản đồ vị trí mà nó sẽ giúp cho những người xem tìm thấy chính xác vị trí và điều hướng truy cập trên vài trang khác.

Điều hướng truy cập website cốt yếu

Loại hình phổ biến nhất của điều hướng truy cập là điều hướng truy cập website bên trái. Nhà thiết kế phải đảm bảo rằng những điều hướng truy cập quan trọng nhất được nhìn thấy đầy đủ ở tại trang đầu tiên của website với độ phân giải: 800X600 và nó sẽ không được cuộn nắp bên dưới màn hình. Chiều rộng nên được giới hạn nhỏ hơn 300px, đến mức có đủ khoảng trống cho đề mục. Đường dẫn điều hướng truy cập bên trái được đồng bộ với thói

quen của người sử dụng cũng như họ bắt đầu đọc từ trái sang phải.

Một kiểu điều hướng truy cập quan trọng khác là điều hướng truy cập đỉnh nơi thanh điều hướng truy cập được đặt tại phía trên cùng của trang, vậy nên nó dành được nhiều khoảng trống hơn cho nội dung và thông tin khác. Nhưng nó phải được đảm bảo rằng ở đó không có đồ họa làm xao nhãng người xem.

Các trang Website tiếng Anh phải phù hợp với thanh điều hướng truy cập được đặt hướng về bên trái như những người đọc thường đọc từ trái sang phải, cho nên phải chú ý tới thanh lệnh đơn đầu tiên!

Điều hướng truy cập thứ yếu

Nó bao gồm những liên kết như: liên hệ với chúng tôi, thông tin về chúng tôi, chính sách, điều khoản sử dụng, bản đồ website, các liên kết, v.v..... Những liên này nên xuất hiện ít hơn vì vậy chúng xem như khác biệt so với những điều hướng truy cập cốt yếu. Vị trí có thể ở dưới thanh công cụ điều hướng truy cập cốt yếu. Trong trường hợp thanh công cụ điều hướng truy cập đỉnh, thì các liên kết thứ yếu có thể được đặt phía bên phải của trang.

Các lệnh đơn

Các lệnh đơn có thể được sử dụng như phương thức điều hướng truy cập phụ thêm. Các lệnh đơn thường được đặt ở cuối trang do nếu lệnh đơn dài và thể hiện được hết nội dung dòng lệnh thì lệnh đơn chính bị khuất khỏi tầm nhìn. Thế nên các lệnh đơn này phải ở cuối trang và hoạt động như một điều hướng truy cập liên tục thay đổi để duyệt trở lại.

Liên kết trong

Liên kết trong giữa các trang không chỉ trợ giúp người sử dụng nhanh chóng tìm được thông tin liên quan mà còn trợ giúp các hướng công cụ tìm kiếm truy cập tới từng trang một của Website. Một tập hợp các liên kết nhỏ tới những nguồn và trang có liên quan có thể được đặt dưới vùng văn bản tới các trang liên kết nội bộ cho cùng chủ đề đó.

Tránh những công cụ điều hướng truy cập phức tạp

Các nhà thiết kế web nên cố gắng và tránh sử dụng điều hướng truy cập hiện đại và nhất thời thái quá chỉ vì cảm hứng trực quan. Người sử dụng quan tâm tới khôi phục thông tin nhiều hơn là kiểm soát những phức tạp của điều hướng truy cập. Vì vậy thanh điều hướng truy cập nên dành ưu tiên cho tính đơn giản và thân thiện người dùng.

Danh sách kiểm tra

- Các nhà thiết kế Web nên giữ cho các tiêu đề của thanh điều hướng truy cập ngắn gọn và đầy đủ nhằm giúp cho người dùng dễ hiểu hơn.
- Thanh điều hướng truy cập cốt yếu nên không nhiều hơn 6-7 liên kết chính. Tất cả những liên kết khác nên đặt vào điều hướng truy cập thứ yếu.
- Thanh điều hướng truy cập cốt yếu nên nổi bật trên trang Web.
- Một thay đổi về văn bản nên được sử dụng trong cả trường hợp đồ họa hoặc những liên kết với JavaScript, bởi vì nếu người sử dụng có tắt đồ họa của họ thì họ vẫn truy cập được đến thông tin riêng đó.
- Mỗi một trang nên có một số liên kết hợp lý. Những liên kết tương tự nên được nhóm vào cùng với nhau để người truy cập duyệt thông tin dễ hơn.
- Tại bất cứ thời điểm nào, những người truy cập nên có đủ khả năng nhận biết được vị trí của họ. Một bản đồ vị trí hoặc một tập hợp lệnh đơn nên thể hiện đặc tính của trang đó để cho phép chúng theo vết được đường dẫn.
- Một liên kết vừa được nhấp chuột nên chuyển sang một màu khác sao cho người truy cập biết được trạng thái của nó.

Kiểm tra

Cách tốt nhất để kiểm tra công cụ điều hướng truy cập trang web vừa mới được thiết kế là nhờ vào những người sử dụng thiếu kinh nghiệm điều hướng trên trang web đó. Nếu họ có thể duyệt thành công trang web đó thì thiết kế có thể được xem là sự thành công trong điều hướng truy cập!

33) Làm thế nào tạo được tương tác thiết kế web

Tầm quan trọng của thiết kế trang web hiệu quả có thể không bao giờ bị mất đi. Bởi quyền lợi từ việc có tiềm năng để thu hút được các khách hàng mới tới việc bán hàng được nhiều hơn chính là một thiết kế web hấp dẫn và chất lượng tốt, đây cũng có thể chính là điều có ý nghĩa khác biệt giữa việc không bán hàng và mua sắm thực sự!

Thiết kế rõ ràng

Một trong những lỗi lớn mà hầu hết mọi người đều mắc phải đó là để những hình ảnh và nội dung không cần thiết làm xáo trộn trang web của họ. Điều này không chỉ làm cho người sử dụng bị rối trí mà thực sự có thể chính bạn đang ngăn cản người sử dụng nhận thấy được những khía cạnh quan trọng trên trang web của bạn. Chẳng hạn như bạn có thể nghĩ rằng có một trang giới thiệu Flash sẽ giúp thu hút được nhiều khách hàng hơn. Nhưng thực tế là những công cụ hỗ trợ tìm kiếm thậm chí không nhận ra được những trang như vậy! Hãy tưởng tượng trang chủ của bạn thậm chí còn không được các công cụ hỗ trợ tìm kiếm lướt qua! Một ý tưởng chẳng vui vẻ chút nào, đúng không? Thế nên, bất kỳ nhà thiết kế website chất lượng tốt nào cũng sẽ khuyên bạn tránh có ngay một trang web giới thiệu Flash như vậy.

Tính tương tác là quan trọng

Khi chúng ta nói về tính tương tác thì chúng ta không chỉ nói tới những mẫu biểu phản hồi hay văn bản đầu vào! Điều này còn nhiều và quan trọng hơn thế nhiều. Toàn bộ khái niệm Web 2.0 đang nhanh chóng trở nên phổ biến như những dịch vụ thiết kế web đi cùng với nó. Ngay cả nhiều nhà cung cấp dịch vụ cũng chỉ chuyên về các phương pháp của Web 2.0 nhằm trợ giúp nâng cao tiềm năng toàn diện của thiết kế Website.

Bố trí tập trung

Đặc tính quan trọng nhất của Web 2.0 cũng như việc thiết kế trang Web chuyên nghiệp đi cùng nó chính là cách sử dụng bố trí tập trung. Điều này thường đưa ra ấn tượng rằng trang web của bạn thật rõ nét mà lại chân thực. Và đó chính là những đặc điểm mà người sử dụng luôn để ý tới một thương hiệu cũng như việc đưa ra những tín hiệu như vậy luôn là một dấu hiệu khả quan.

Ít cột hơn

Hồi đầu, thông thường tiêu chuẩn thiết kế web tùy biến sử dụng tới 4 cột, trong khi 3 cột trên một trang web đã trở nên phổ biến. Tuy nhiên, cùng với sự tiến tới của công nghệ Web 2.0 thì tiêu chuẩn này hiện nay chỉ còn có 2 cột trên một trang và tối đa là 3 cột nếu bạn có thể

cần tới mà thôi.

Phân ranh giới các phần

Thật cần thiết để người sử dụng biết những phần nào trên trang Web của bạn đáng được ưu tiên. Một trong những cách tốt nhất để làm việc này đó là sử dụng những màu sắc đậm ở những chỗ mà bạn muốn người dùng nhìn thấy trước tiên. Ví dụ, nếu bạn muốn nhấn mạnh một sự giảm giá của một sản phẩm mới, hãy đảm bảo sử dụng các hiệu quả và màu sắc cuốn hút tại đó. Bởi rốt cuộc điều đó sẽ quyết định việc bán hàng! Một nhà thiết kế web hay quen thuộc với các hướng thiết kế Web 2.0 sẽ đảm bảo cho trang web của bạn được phân biệt hợp lý. Ví dụ, việc phân biệt đầu trang web so với những phần còn lại trên trang đó sẽ khiến bạn thấy hay hơn.

34) 10 thủ thuật hoạch định một website thành công (Phần I)

Khi thấy nản chí với việc lên kế hoạch thiết kế trang web của mình hay làm thế nào để viết được bản mô phỏng lại thì đây chính là một vài những thủ thuật sẽ giúp bạn hoàn thành nhiệm vụ dễ dàng hơn.

1. Người khách thân thiện

Phải luôn nhớ rằng điều quan trọng là website của bạn cần được trở thành người khách thân thiện. Điều này có nghĩa rằng khách hàng của bạn phải có đủ khả năng tìm thấy điều mà họ đang tìm kiếm được nhanh chóng và dễ dàng, đồng nghĩa là hệ thống điều hướng truy cập phải tốt. Hầu hết các website hiển thị thanh điều hướng truy cập hoặc bên trái hoặc trên đỉnh. Từ đó hầu hết mọi người được sử dụng kiểu điều hướng truy cập này, và đó cũng là cách tốt nhất để gắn kết được với trang web. Nó cũng trợ giúp cho việc đặt thanh điều hướng truy cập website của bạn ở phía cuối mỗi trang nhằm giúp cho những người truy cập của bạn không phải quay lại lên trên.

2. Công cụ hỗ trợ tìm kiếm thân thiện

Những công cụ hỗ trợ tìm kiếm đều cố gắng liệt kê ra các trang web có nội dung hay, vì vậy bạn cần những từ khoá và những cụm từ cho các trang của mình nhằm mô tả tốt nhất các sản phẩm và dịch vụ của bạn. Ví dụ, nếu bạn là một người bán hoa thì bạn có thể sử dụng những từ như: người bán hoa, bán hoa trực tuyến, bán hoa ảo, bán hoa cưới, bán hoa ở

Sydney, hoa tươi, cây cỏ, bó hoa, cắm hoa nghệ thuật, vv... nhiều tới mức có thể đảm bảo việc xếp hạng công cụ hỗ trợ tìm kiếm hiệu quả hơn. Bạn có thể vào trang: inventory.overture.com www.wordtracker.com để tìm ra những từ khoá mà khách hàng của bạn đang cần.

Một khi bạn quyết định được các từ khoá thì hãy sử dụng chúng trong: (a) tên miền website của bạn, (b) tiêu đề trang – điều này được xuất hiện trong thanh công cụ phía trên cửa sổ trình duyệt của bạn, (c) đầu đề trang chủ, (d) đoạn văn đầu tiên của trang chủ, (e) thẻ siêu dữ liệu: từ khoá, tiêu đề trang, mô tả, (f) những tiêu đề đồ hoạ.

Việc sử dụng các từ khoá càng nhiều càng tốt là rất quan trọng, nhưng không kém phần quan trọng nếu những từ khoá đó có liên quan và không gây phiền hà. Nếu bạn gửi các từ khoá tương tự đến hàng loạt các địa chỉ khác nhau thì có thể bạn bị phạt hoặc thậm chí bị một vài công cụ tìm kiếm chặn lại.

3. Truyền tin khác với lưu trữ trực tuyến

Một trong những quyết định đầu tiên mà bạn cần làm là bạn có kiểu website nào. Nó sẽ chỉ là truyền tin hay nó sẽ là lưu trữ trực tuyến hoặc là một sự kết hợp cả hai? Một website thông tin thì giống như có một cuốn sách quảng cáo trực tuyến. Nó không bán các sản phẩm trực tiếp tới những khách hàng, nhưng lại cung cấp các chi tiết về hoạt động kinh doanh của bạn, các sản phẩm, dịch vụ và đôi khi cả các đặc tính của chúng dưới dạng một mẫu đơn đặt hàng có thể in ra được.

Một kiểu website khác là lưu trữ trực tuyến. Nó là một người bán hàng ảo, người luôn có tiềm năng cung cấp thông tin trước bán hàng theo mọi tình huống của bạn và sau đó thì bán được sản phẩm cho khách hàng.

4. Tạo một bản thiết kế

Trước khi bắt đầu nghĩ về điều cần phải viết trên mỗi trang web của mình, bạn cần tạo ra một bản thiết kế nhằm liệt kê tất cả các trang mà bạn muốn có. Dưới đây là danh sách của những trang được sử dụng thông thường nhất:

a. Trang chủ

- b. Các sản phẩm/dịch vụ
- c. Liên hệ
- d. Giá cả
- e. Chứng thực/ Giới thiệu sản phẩm/ Trước và Sau bán hàng
- f. Những câu hỏi thường gặp
- g. Mẫu phản hồi hoặc mẫu câu hỏi
- h. Tạp chí trực tuyến hoặc thư báo
- i. Nguồn/ Bài báo
- j. Thông tin
- k. Bảo hành
- l. Khảo sát
- m. Lịch sự kiện
- n. Tìm kiếm đặc tính website
- o. Chính sách trao đổi
- p. Chính sách ưu đãi
- q. Bản đồ website
- r. Thông tin bản quyền
- s. Liên kết
- t. Truyền thông
- u. Tin tức
- v. Lưu trữ trực tuyến

35) 10 thủ thuật hoạch định một website thành công (Phần II)

Việc cố gắng để “thúc đẩy hoạt động kinh doanh của bạn”, hãy để các khách hàng của bạn biết được làm thế nào các sản phẩm/dịch vụ sẽ mang lại lợi ích cho họ

5. Bán hàng chéo/bán hàng nâng cao như một phần nội dung của bạn

Nếu một khách hàng đang tìm kiếm một sản phẩm cụ thể, hãy đưa ra cho họ các chi tiết của những sản phẩm liên quan. Nhờ việc giới thiệu những sản phẩm khác, các khách hàng của bạn sẽ biết những sản phẩm khác nữa đang có sẵn và trong nhiều trường hợp thì nó sẽ giúp bạn bán thêm nhiều sản phẩm hơn.

Amazon - www.amazon.com là một công ty làm việc này khá tốt. Chỉ cần tìm một cuốn sách cụ thể thì bạn sẽ thấy được thông tin về những người khác cũng đã mua cuốn sách đó.

Hãy làm cho nó dễ dàng hơn để các khách hàng hoàn tất được một đơn đặt hàng bằng việc cung cấp các chỉ dẫn rõ ràng. Đảm bảo những chi phí giao nhận được được ra trước khi một khách hàng tiến hành quá trình đặt hàng.

6. Tập trung vào khách hàng và những nhu cầu của họ

Việc cố gắng để “thúc đẩy hoạt động kinh doanh của bạn”, hãy để các khách hàng của bạn biết được làm thế nào các sản phẩm/dịch vụ sẽ mang lại lợi ích cho họ. Vì vậy, hãy nhấn mạnh các lợi ích và giải quyết những vấn đề đó. Hãy thể hiện tiêu điểm này trong mọi nội dung bạn viết trên mỗi trang web của mình. Đừng cố gắng bán các sản phẩm hoặc dịch vụ cho các khách hàng của bạn, mà hãy giúp họ.

7. Khách hàng có thể duyệt cả nội dung trong khi in

Hãy chỉ cho những người khách của bạn biết rằng họ có thể in ra nội dung và có thể duyệt khắp website ngay cả trong lúc nó đang in đó.

8. Sử dụng những tiêu đề và những tiêu đề để thu hút sự chú ý của khách hàng

9. Ghi rõ giá trị khuyến mại

Đưa ra những phần thưởng, các trải nghiệm tự do, các giảm giá và những giải thưởng. Liệt kê giá trị tiền mặt bên cạnh mỗi phần thưởng. Mọi người sẽ cảm thấy họ đang có một cái giá tốt nhất và nó sẽ làm tăng giá trị sản phẩm của bạn.

10. Kiểm tra chính tả và ngữ pháp nội dung website

Đảm bảo không có những sai sót nào về chính tả hoặc ngữ pháp. Kiểm tra tất cả các liên kết đang hoạt động và những hình ảnh hiển thị chính xác.

Nếu bạn vẫn còn chưa biết bắt đầu từ đâu thì hãy vào xem những trang web của các nhà cung cấp hoặc những đối thủ của bạn. Hãy thận trọng nếu bạn có sử dụng bản sao từ trang web đó cho dù bạn không vi phạm luật bản quyền. Còn nếu nghi ngờ thì liên lạc với tác giả

hoặc người sở hữu bản quyền và xin phép.

Mục tiêu cuối cùng của bạn là để hướng một người vào xem trở thành một khách hàng. Trên website của bạn, điều này được thực hiện bằng việc đưa ra nội dung giải thưởng. Mỗi trang nên có bản đồ thu nhỏ của nó. Và như vậy bạn không cần phải kiểm soát xem một người truy cập vào trang web của bạn như thế nào, điều này rất quan trọng vì có khả năng thực hiện một cách dễ dàng với nội dung hoạt động kinh doanh của bạn đưa ra và điều hướng truy cập tới những trang khác trong phạm vi website của bạn.

36) Làm thế nào để tạo được những website tiện ích

Một website tiện ích sẽ giúp cho những người sử dụng đạt được một mục đích cũng như luôn tìm thấy được những thông tin, bài viết đầy ý nghĩa. Hãy tạo ra những trang web dễ dàng cho người sử dụng đạt được mục đích đó; hãy tạo cho nó có thể đạt được mục đích đó một cách nhanh chóng; hãy tạo cho nó giúp cho người sử dụng thu được những kinh nghiệm bổ ích.

Nội dung hay là cốt yếu: Một website có nội dung hay, cho dù không bạn tâm tới chủ đề của nó, là một trang web tự hào về những sản phẩm hoặc thông tin mà nó cung cấp đầy hữu ích hoặc có lợi cho những người sử dụng. Tùy vào giá cả mà một trang web tiện ích sẽ hiển thị những thông tin hoặc nội dung sẵn có rõ ràng hay không. Một trang web tiện ích tốt nên định nghĩa hết sức rõ ràng cho tất cả những gói thuê bao được mời chào.

Truy cập thông tin dễ dàng: Tất cả những điều như: điều hướng truy cập tốt, các chỉ báo vị trí chính xác, điều hướng truy cập thứ yếu, bản văn được liên kết rõ ràng và một bố cục hài hoà đều góp phần giúp cho việc tìm kiếm thông tin dễ dàng cho một phạm vi những người sử dụng khác nhau. Nghĩa là bạn phải nhớ rằng có nhiều người sử dụng còn thiếu kinh nghiệm nên vẫn cần phải có những lời giải thích cho những điều bạn còn chưa hiểu rõ. Ví dụ, một người sử dụng thiếu kinh nghiệm có thể cần một lời giải thích về việc làm thế nào để sử dụng được một thực đơn trải xuống (drop down menu). Vậy hãy nhớ làm cho trang web của bạn trở nên dễ dàng nhất có thể để mọi người tiện sử dụng nó.

Truy cập thông tin nhanh: Đây là mục tiêu của đa số những người sử dụng web, và nó có thể được chia ra làm hai phần quan trọng, đó là: tốc độ tải trang và tốc độ truy cập nội dung.

* **Tốc độ tải trang** - Thực tế, điều này cần sự chú ý tới những hình ảnh để đảm bảo chúng được tối ưu hợp lý và không làm trễ quá thời gian tải. Như vậy, nó cũng có thể điều chỉnh được những bài báo dài cũng như đảm bảo được rằng nội dung quan trọng luôn ở đầu trang

chỗ sẽ được tải trước tiên.

* **Tốc độ truy cập nội dung** - Đây là nơi áp dụng được nguyên tắc click chuột 3 lần – nghĩa là nội dung không quan trọng thì sẽ được click chuột nhiều hơn 3 lần trên trang chủ. Thậm chí một số tiêu chuẩn còn cho phép không cần phải click chuột hơn hai lần. Một cách hữu ích để đẩy nhanh tốc độ truy cập nội dung đó là hãy cân nhắc từng kiểu người sử dụng, lựa chọn nội dung mà họ thích quan tâm nhất cũng như tạo các liên kết từ trang chủ tới một phần nội dung cho từng nhóm. Điều này sẽ giúp cho những người sử dụng nhanh chóng tìm thấy được những nội dung họ cần.

Các trang được thiết kế sạch đẹp: Các trang được thiết kế sạch đẹp trông sẽ bắt mắt và dễ đọc. Điều này hầu như không thể có được đối với một trang web có một nền trải ra quá đẹp bởi nó khiến cho người sử dụng khó tập trung và bị rối mắt. Thế nên, không cần tới những kỹ năng thiết kế cao siêu mới tạo ra được những trang web sạch đẹp, mà chỉ cần thể hiện được tư duy và bám sát được nguyên tắc khi thiết kế đó là ít nhưng lại nhiều.

Trạng thái tải: Hầu hết các trang web hội viên phải thanh toán bị hạn chế truy cập trực tuyến cũng như thông tin được tải về hơn là việc bán các sản phẩm. Những chỉ dẫn tải về nên được cung cấp rõ ràng tại những trang web đó. Trang web của bạn cũng nên nói rõ dung lượng file theo ki-lô byte cũng như thời gian ước tính tải về cho một người sử dụng có một cái Modem 56K, DSL, cáp và v.v...

Các vấn đề về tiện ích: Trong khi những trang web thương mại lớn mới được đầu tư vào những nghiên cứu tiện ích có tính qui mô đầy đủ có thể là thiết yếu thì vẫn có những trang web nhỏ có thể có đủ khả năng thực hiện những điều xa xỉ đó. Tuy nhiên, việc xác định những vấn đề tiện ích cho trang web của bạn không cần làm phức tạp lên mà chỉ cần nhờ một vài người bạn (chân thực) của mình thử sử dụng trang web đó và nếu có thể thì hãy thăm quan sát họ làm việc này.

Việc quan sát những người sử dụng thử tìm kiếm thông tin trên trang web của bạn có thể cho bạn thấy được cả về quá trình thao tác cũng như những sai sót của trang web. Vì vậy, hãy nhớ rằng nếu tại bất kỳ phạm vi hoạt động nào bạn cảm thấy thực sự phải giải thích và can thiệp thì khi đó bạn mới xác định được một vấn đề tiện ích.

1. Trang web không phải giải thích rõ ràng về mục đích sử dụng các Java applet, các hình ảnh lớn, các quảng cáo trên banner hoặc những thành phần hiệu ứng flash tải chậm. Trung bình cứ 10 giây là khoảng thời gian cho phép để tải 1 trang.
2. Trang web thường đòi hỏi sử dụng phần mềm chuyên dụng. Thực sự, bạn đã từng thay đổi các trình duyệt hoặc tải về một loại phần mềm nào mà chỉ để xem một trang web chưa?
3. Không thể điều hướng được với điều hướng truy cập kém, quá ít, quá nhiều hay không phổ dụng.
4. Thiết kế tồi làm cho việc đọc kém đi.
5. Thiếu tiện dụng do thiết kế xấu hoặc thiết kế không phù hợp. Bởi hầu như người thiết kế đã đánh giá quá cao các kỹ năng của mình.
6. Nội dung không phù hợp - Ví dụ: trang web về kinh doanh lại đưa ra ảnh và tiểu sử của các thành viên hội đồng quản trị. Niềm vui của hội đồng quản trị = sự buồn tẻ của những người truy cập website!
7. Sự phức tạp hoặc thiết kế quá độc đáo thường đòi hỏi những người sử dụng phải học cách làm thế nào để sử dụng được nó đúng trình tự.
8. Khả năng không thể truy cập được bởi vì trang web không thể sử dụng được bằng những trình duyệt dành riêng cho người khuyết tật.

Điểm cốt yếu: Thông thường, một trang web tiện ích nếu:

1. Thông tin hay và phù hợp.
2. Dễ tìm thấy nội dung.
3. Nhanh chóng tìm thấy nội dung.
4. Trang được thiết kế sạch đẹp và ưa nhìn.

37) 5 lý do lớn nhất làm hỏng thiết kế website

Đây là 5 lý do lớn nhất có thể mang lại lợi ích cho bạn nhưng cũng có thể khiến cho thiết kế trang web của bạn bị hỏng.

1. Sử dụng các trang splash. Đây là những trang đầu tiên bạn nhìn thấy khi ghé thăm một website. Thông thường chúng có một hình ảnh rất đẹp với những từ ngữ như “ Hoan nghênh” hoặc “ nhấp chuột vào đây để truy nhập”. Bạn đừng để những người khách truy cập

của mình có một lý do nhấp chuột vào nút “trở lại”! Vì thế, bạn hãy cho họ thấy trước giá trị của trang web mà không cần dùng tới trang splash.

2. Sử dụng quá nhiều các banner quảng cáo sẽ khiến những người truy cập không còn mấy để tâm tới chúng nữa, vì thế bạn sẽ đang lãng phí những diện tích thể hiện nội dung có giá trị trên website. Thay vì thế, hãy cung cấp nội dung giá trị hơn và các liên kết có liên quan với nội dung cũng như hãy để cho những người truy cập của bạn thấy rằng họ muốn mua hơn là “bị mua”.

3. Không có một điều hướng truy cập rõ ràng và đơn giản. Bạn phải cung cấp một thực đơn điều hướng rất cụ thể và đơn giản đến nỗi mà một đứa trẻ cũng sẽ biết sử dụng nó như thế nào. Tránh flash phức tạp dựa trên các thực đơn hoặc những thực đơn multi-tiered dropdown, bởi vì những người truy cập sẽ rời bỏ trang web của bạn nếu họ không biết điều hướng như thế nào.

4. Nên dùng một site map rõ ràng để giúp cho người sử dụng xác định được vị trí của họ trên trang web của bạn khi truy cập. Và bằng cách đó thì họ sẽ có khả năng duyệt được thông tin liên quan hoặc điều hướng tới bất kỳ phần nào trên trang web của bạn một cách dễ dàng. Đừng làm cho những người truy cập bị rối mắt bởi điều đó có nghĩa là “tự bỏ khả năng”.

5. Sử dụng audio trên trang web của bạn. Nếu người truy cập dừng lại trên trang web của bạn lâu hơn để đọc nội dung thì bạn luôn muốn đảm bảo rằng họ không bị quấy rầy bởi một vài âm thanh lặp đi lặp lại trên trang web đó. Nếu bạn vẫn muốn kèm theo âm thanh cho trang web thì phải đảm bảo rằng người truy cập có quyền kiểm soát được nó bằng cách điều chỉnh âm lượng hoặc chặn tiếng để họ có thể tập trung hơn vào trang web.

38) Làm thế nào để tạo một Website: Bản phác thảo cho những mục tiêu của bạn

Thực hiện theo những bước dưới đây sẽ giúp bạn tạo ra một website chất lượng cao, cùng với nội dung hay và rõ ràng cũng như thu hút được nhiều độc giả. Bạn sẽ không chỉ học được làm thế nào để tạo một website mà còn tạo ra sự thành công về mặt tài chính trong khi cung cấp nội dung giá trị và đổi mới tới các khách hàng của bạn.

Nếu như bạn chỉ bắt đầu tạo website riêng của mình, bạn có thể tự hỏi liệu thủ tục đó có quá

khó để thực hiện không. Rất nhiều các doanh nghiệp lớn không bao giờ đạt được điều này bởi nó đòi hỏi nhiều công sức. Nhưng bạn có thể nhìn nhận toàn bộ vấn đề theo một cách khác và tách công việc lớn hơn thành những phần việc nhỏ hơn khiến cho việc thực hiện trở nên đơn giản hơn rất nhiều. Hãy bắt đầu bằng những nguyên nhân cốt yếu nhất nếu như chúng còn chưa rõ ràng thì bạn có thể quyết định xem cái nào khác mà bạn thực sự muốn hoặc cần làm để có được một trang web theo ý mình. Như vậy, ít nhất bạn sẽ có được những yêu cầu cơ bản không liên quan tới cách thức và một số tiêu chuẩn nhằm phục vụ cho công việc của mình.

Bước 1: Nội dung trang web của bạn là gì? Bạn có thể nghĩ về câu hỏi này quá nhiều tới mức bạn có thể có được câu trả lời rất rõ ràng. Nhưng chức năng và cảm nhận về trang web phải phù hợp với nội dung. Bố cục và chức năng của trang web để thực hiện hơn khi bạn hiểu tường tận về nội dung trang web của mình.

Bước 2: Hãy chú trọng vào bố cục và tính thiết thực của trang web. Hãy ưu tiên thanh toán cho bất kỳ những gói hosting hoặc các chiến dịch quảng cáo, cũng như có một cái nhìn tổng thể về nội dung trang web sẽ là gì và được thể hiện như thế nào. Điều gì sẽ là ý tưởng chính trên trang web của bạn? Nó sẽ được thảo luận như thế nào? Bạn có thể chọn bổ sung cho chủ đề của mình qua những bài báo, các blog, hoạt ảnh, hình ảnh hoặc là sự kết hợp của tất cả những cái này. Nó có phải là định dạng phù hợp mà bạn muốn sử dụng cho nội dung trang web không? Bạn có thể tạo một website như thế nào để sẽ thu hút được độc giả theo mong đợi của mình?

Bước 3: Hãy tìm một dịch vụ hosting có thể cung cấp tất cả tính năng mà bạn cần. Từ những điều đã nói ở trên, bạn nên có một danh sách đầy đủ các chức năng bạn cần như: mẫu thư điện tử, khảo sát và bình chọn, thư viện ảnh, thông tin phải đăng nhập, các blog và cả những tính năng khác. Hãy nghiên cứu kỹ các gói hosting và tìm lấy một gói chào hàng cho mọi thứ bạn cần. Nếu bạn không chắc chắn làm thế nào để tạo một website thì hãy tìm kiếm một máy chủ có hệ thống hỗ trợ vững chắc, hoặc nhờ hỗ trợ kỹ thuật chính thức hoặc các diễn đàn tích cực.

Bước 4: Đừng để bất cứ ai truy cập vào trang web của bạn khi nó chưa thực sự sẵn sàng. Mọi người ghét điều hướng truy cập tới một trang xuất hiện banner “đang triển khai”. Thông

thường, một trang đang triển khai thì không bao giờ hoàn tất và nó gần như bị bỏ quên. Bởi hầu hết mọi người không trở lại nhìn khi các trang “đang triển khai” đó nữa dù nó đã được hoàn tất.

Bước 5: Hãy đảm bảo trang web của bạn được truy cập nhiều khi nó thực sự sẵn sàng. Bạn không chỉ cần nghĩ xem làm thế nào để tạo được một website, mà còn làm thế nào để tiếp thị được một website tới độc giả theo mong đợi của mình. Hãy hoạch định làm thế nào bạn sẽ sử dụng những cơ hội tiếp thị miễn phí chẳng hạn như các diễn đàn, các liên kết tương hỗ cũng như có được các blogger đến với trang web của bạn. Hãy tạo thêm một kế hoạch nữa cho các chương trình quảng cáo được thanh toán mà chính chúng sẽ giúp duy trì ngân quỹ của bạn.

39) Viết phần mềm trong 15 phút

Việc thiết kế và phát triển một phần mềm tiêu tốn rất nhiều tài nguyên, nhưng sau đó thường không sử dụng lại được. Ví dụ, khi viết chương trình quản lý kho, bạn phải xử lý SQL, tạo form, tạo report, kiểm tra bảo mật... Sau đó, có khách hàng yêu cầu viết chương trình kế toán thì bạn phải viết lại những chức năng tương tự.

Bạn nghĩ sao nếu như thiết kế một phần mềm mới cũng đơn giản như lắp một cái tivi? Chẳng hạn như bạn chỉ việc gắn bộ nguồn, mạch bắt sóng, mạch điều khiển, gắn đèn hình vào là xong. Bạn không cần phải đi thiết kế lại từng phần chi tiết tỉ mỉ làm gì cả. Giả sử bạn xoay sang lắp máy tính xách tay thì cũng thế, chỉ việc gắn bộ nguồn, đèn hình, mạch điều khiển. Điểm hay là ở chỗ một con transistor trong laptop hay tivi thì cũng y như nhau.

Quay lại ví dụ viết chương trình quản lý kho, giả sử ta có một máy tính siêu thông minh thì chỉ việc bảo nó: gắn "cục" Security A101, cục Data 2.0, cục Web GUI 8.1 rồi dán nhãn My Big Soft vào đó rồi nó tự động làm hết mọi chuyện cho ta. Rất tiếc, đây chỉ là ước mơ, còn thực tế thì lập trình viên vẫn phải còng lưng viết code đến mờ mắt, viết đi viết lại, viết tới viết lui như một điệp khúc bất tận.

May thay, thành phần phần mềm (component) có thể giải quyết vấn đề. Nếu bạn là dân Java, hãy nghĩ đến Java Beans. Nếu bạn là dân .NET, hãy nghĩ đến Application Block, đến Web-parts. Hay đơn giản hơn, ai cũng đã gặp nhiều lần: UI control (button, label, listbox, checkbox,...)

Một component không phải là một lớp (class), và lập trình thành phần (component-centric) cũng không phải là lập trình hướng đối tượng (OOP - Object Oriented Programming). Class đơn thuần chỉ là gom nhiều code có cùng mục đích vào chung một chỗ. OOP là xem vấn đề như một hoặc nhiều đối tượng (có thuộc tính, có method) để phân loại mối quan hệ của chúng. Còn component-centric có nghĩa là lập trình để mỗi phần mang tính độc lập, có thể thay thế, có thể sử dụng lại cho những vấn đề khác nhau.

Giả sử bây giờ bạn phải viết trò chơi Snake (người dùng điều khiển con rắn chạy ăn mồi, mỗi khi ăn được cục mồi thì con rắn dài thêm một đoạn).

1/ Class: bạn chỉ cần 1, cùng lắm là 2 class để viết trò chơi tí hon này.

2/ OOP: bạn sẽ viết các class Snake, Food, Player.

3/ Component-centric: Bạn sẽ ngồi phân tích xem đâu là điểm chung, đâu là điểm riêng, đâu là phần chi tiết chỉ áp dụng riêng cho trò chơi này, đâu là phần bạn có thể abstract nó. Có lẽ bạn sẽ thiết kế ra các component sau: Game Engine, Graphic Engine, Rule Engine, Resources Manager, User Controller, v.v...

Như vậy sau khi thiết kế xong, trò Snake chỉ là sản phẩm phụ mà thôi. Với những component sẵn có, bạn dư sức viết DOOM 2006.

Phát triển thành phần phần mềm đang được đầu tư và phát triển rất nhiều. Nếu bạn có hứng thú, hãy tham khảo thêm các tài liệu sau: Microsoft Application Block; Enterprise Java Bean; Java Frameworks and Components: Accelerate Your Web Application Development – Michael Nash...

Lớp

Nếu như component là từng bộ phận nhỏ, đóng vai trò như một hộp đen "black-box", ta chỉ quan tâm tới chức năng của nó là chính, thì lớp (Layer) lại giống như một bản mạch in gồm nhiều component đã được thiết kế sẵn. Lấy ví dụ như card màn hình, mở các máy PC ra bạn sẽ thấy ngay card này. Điểm thú vị là bạn không phải "se duyên" với cái card ấy mãi mãi. Khi nào túi tiền rủng rỉnh, bạn có thể mua card khác mới hơn, nhanh hơn, xịn hơn để gắn vào và quên bống đi cái card cũ. Có khi nào bạn suy nghĩ lại và ngạc nhiên tại sao cái máy tính cũ kỹ đời 1998 của mình lại có khả năng chấp nhận card 3D đời 2006 không? Thật là một điều kỳ diệu, nhỉ!

Phần mềm cũng thế, nếu thiết kế chia một phần mềm ra thành nhiều layer thì sẽ tăng tính tái sử dụng, và quan trọng nhất là: chịu được sự thay đổi trong tương lai. Bạn hãy nghĩ thế này nhé: nếu Windows mà được thiết kế tốt hơn thì bạn đã có thể chơi game của Windows, chạy web server của Linux, và chạy chương trình đồ họa của Macintosh ngay trong hệ điều hành Windows.

Ở đây tôi giới thiệu 3 layer cơ bản nhất mà đa số chương trình từ bé đến khổng lồ, từ bài tập của sinh viên đến game online kinh phí hàng trăm triệu đô đều cần phải có.

Data Access Layer (DAL)

Nếu bạn biết "Select * from Products Where CustID = @ID" nghĩa là gì nhưng không cần phải dùng mỗi ngày thì bạn may mắn quá, bạn có thể bỏ qua phần này.

Nếu bạn không những biết mà còn thuộc nằm lòng đến 80% T-SQL 92, hoặc bạn nằm mơ cũng nghĩ đến SQL, đến Stored Procedure, đến Triggers, thì bạn rất cần phải dùng đến DAL. Có lẽ 90% dân lập trình, nhất là ở Việt Nam trong thời điểm hiện tại, rơi vào trường hợp này.

Trước hết, hãy nói Data Access Object là gì đã. Khi lập trình cơ sở dữ liệu, bạn phải lập đi

lặp lại thao tác sau:

- Create connection
- Create SQL command
- Execute SQL
- Process results

Chán quá, lỗi nhiều quá. CSDL bạn dùng là quan hệ (relational), mọi thứ đều trong table, table, table. Trong khi đó, bạn lại thích lập trình OOP cơ. Thế là bằng cách này hay cách khác, cho dù bạn biết hay không biết, bạn sẽ quay sang làm theo kiểu sau: định nghĩa class chuyên nói chuyện với CSDL. Lấy ví dụ như class sau:

Class ProductDAO

```
{ Connection GetConnection();  
  
bool Insert(int ID, string Name);  
  
DataSet GetAllProducts();  
  
DataSet GetProductByName(string Name);  
  
Bool Delete(int ID);  
  
}
```

Phương pháp bạn vừa làm chính là Data Access Object. Bạn có thể viết tay, bạn cũng có thể dùng các công cụ như CodeSmith để làm giúp bạn. Xin chúc mừng! Bạn đã đỡ khổ hơn trước nhiều rồi đấy.

Nhưng mà, cũng xin... chia buồn với bạn luôn. Bạn nghĩ sao nếu CSDL bên dưới thay đổi? Bạn sẽ dùng CodeSmith để tạo lại ư? Thế mấy cái "business logic" (luận lý nghiệp vụ) đi tong hết thì sao? Lỡ năm sau CodeSmith đẹp tiệm thì sao, bạn phải sửa lại bằng tay à? Hoặc là CSDL không phải của bạn, mà bạn phải tích hợp vào CSDL "bự xự" có sẵn của khách hàng? Chưa đấy bạn ạ. Chưa kể là dùng Data Access Object làm tăng số lượng class lên rất nhiều (cứ mỗi table trong CSDL cần ít nhất 1 class, thậm chí có thể là 3, 4 class). Mỗi class cần ít nhất 4 method (Create, Read, Update, Delete). Chưa kể là mỗi kiểu select khác nhau lại phải viết method mới. Điều này đồng nghĩa với việc kiểm thử (testing) cũng tăng lên đến chóng mặt.

Bạn nghĩ sao nếu bạn chỉ cần định nghĩa một class thế này:

Class Product

```
{ Int ID;
```

```
String Name;  
String Description;  
}
```

Xong, chỉ có thể thôi! Nếu cần thêm sản phẩm mới vào database thì làm như sau:

```
Product p = new Product();  
p.Name = " Some product";  
Database.AddNew(p);
```

Nếu cần truy vấn một sản phẩm thì chỉ cần thế này:

```
Product p = Database.Get(typeof(Product), Name = "ProductA");
```

Rất đơn giản, phải không bạn? Cái hay là ở chỗ nếu có thêm nhiều table nữa thì cũng thế, bạn chả phải viết thêm nhiều method chi cho mệt, chỉ định nghĩa class của bạn ở mức đơn giản nhất. Và "đã" nhất là bạn không cần phải viết thêm một mớ test để kiểm tra việc truy xuất class đó.

Đây chính là chức năng chính của Data Access Layer.

Nếu thích, bạn có thể tham khảo các tài liệu sau: Data Access Layer trong Microsoft Application Block; O/R Mapping (Object-to-Relational Mapping): Wilson O/R for .NET, ORM.Net, Object Space; Java Persistence for Relational Databases, Richard Sperko (Apress 2003- ISBN:1590590716).

Lưu ý: Persistence Layer về cơ bản có cùng tính năng như DAL. Tuy nhiên, Persistence Layer có khái niệm và cách thức thực hiện khác với DAL một ít, mỗi loại có cái hay và cái dở riêng.

Business Object Layer (BOL)

Business Object (đối tượng nghiệp vụ) rất thú vị ở chỗ chương trình nào cũng cần có nó, nhưng lại chẳng có framework hay chuẩn nào cho bạn cả. Đơn giản là vì business object thay đổi luôn tùy yêu cầu cụ thể của từng nghiệp vụ (business) khác nhau.

Trong đa số trường hợp, Business Object sẽ được thiết kế gần giống với Data Object (chỉ chứa dữ liệu hoặc nói chuyện với CSDL), chỉ khác ở chỗ thêm vào đó một ít quy tắc kiểm tra nghiệp vụ (ví dụ: nếu tài khoản chỉ có 1000 thì không cho phép rút 1 triệu đồng).

Tuy nhiên, có những vấn đề lặp đi lặp lại mà nghiệp vụ nào cũng gặp, chẳng hạn: transaction (giao tác), distribution (phân phối), validation (kiểm tra). Khi thiết kế Business Object, người thiết kế bao giờ cũng đau đầu với những câu hỏi như: nên tạo stored

procedure hay không? Nên validate ở đâu (trong DBMS, trong server, hay trong client)? Object như thế có thể mở rộng không, có đáp ứng nhanh không? Vân vân và v.v...

BOL là một lớp abstraction cho phép giải quyết những vấn đề thường gặp khi thiết kế business logic. Với một framework tốt, BOL đóng vai trò rất quan trọng vì nó là "sợi chỉ đỏ xuyên suốt các layer".

Vì nhiệm vụ của Business Object rất đa dạng và cũng có nhiều khó khăn khác nhau nên BOL thường được đóng gói với tên gọi Application Frameworks. Lập trình viên bình thường và những dự án vừa và nhỏ ít có cơ hội tiếp xúc. Những framework thương mại chủ yếu dành cho các dự án lớn và đòi hỏi phải học chuyên sâu. Tuy nhiên, nếu đơn giản hóa vấn đề thì bạn cũng có thể tự viết một BOL cho riêng mình để tăng năng suất lập trình.

Tham khảo: C# Expert Business Object (cuốn này hơi khó kiếm, nhưng nên có)

Presentation Layer

Hồi lúc trước, mình là tín đồ của nàng Athena xinh đẹp (nói cách khác là dân ghieen Delphi). Khi chuyển sang C#, mình đã thất vọng tràn trề. Lẽ ra trong Delphi thiết kế một form có master/detail view chỉ mất 1 phút thì trong C#, phải mất 2 trang code (hồi mới học thì mất cả tuần vì không hiểu làm sao để sử dụng cái datagrid). Sau đó, chuyển sang ASP.NET thì càng đau khổ hơn nữa.

Tại sao ta lại phải khổ thế nhỉ? Viết form cực kỳ "chua" (hỏi mấy người lập trình Java với AWT thì biết). Với các ngôn ngữ hiện đại, ta có designer làm sẵn cho, chỉ việc kéo thả là xong. Các bộ "control" (thành phần điều khiển) thương mại hiện có rất nhiều, mỗi người một vẻ. Với những bộ lớn như của ComponentOne, Janus System, họ gắn luôn mác Presentation Layer vào sản phẩm. Có lý phần nào vì đó là những component phục vụ cho việc trình bày thông tin.

Nhưng vẫn còn nhiều vấn đề:

1/ Lệ thuộc vào control nhất định. Hãy quên chuyện thay thế grid của Winform bằng grid của Developer Express mà không cần phải sửa lại code đi nhé.

2/ Không có chuẩn. Mỗi bộ control là một framework mới cần phải học và không tương thích gì với nhau cả. Đừng mơ có chuyện viết code năm nay, 2 năm sau quay lại thay giao diện "cái rết".

3/ Logic code và UI code quện lẫn, vào nhau. Visual Studio 2005 cố gắng giúp (lừa) bạn tránh chuyện này bằng partial class, chia code thành 2 file: aspx, code-behind (bắt chước asp.net).

4/ Visual rất luộm thuộm. Bạn nghĩ sao nếu bạn viết chương trình đồng hồ analog (có kim giờ, phút, giây quay vòng vòng), nhưng ngày mai bạn thích đồng hồ Digital (chỉ hiển thị số). Bạn có thể nào giữ nguyên logic code, chỉ cần thay thành phần màn hình trong 5 giây không?

5/ Data-binding: Rất phiền. Những control sẵn có khiến cho bạn trở thành "gà công nghiệp" và lệ thuộc vào nó. Điều đáng buồn là khi bạn cần nối kết dữ liệu hơi phức tạp thì vẫn cứ phải "chân lấm tay bùn", quay trở lại viết code từng dòng một, xử lý event từng chỗ một.

Những năm gần đây xu hướng Declarative Programming gây được nhiều sự chú ý. Lấy ví dụ như thay vì viết code tạo form như sau:

```
Button b = new Button();  
b.SetBounds(100,100,50,25);  
b.Text = "Click me";  
b.Click += new EventHandler(b_OnClick);
```

Thì ta có thể tạo một file XML như sau:

```
<Button Location="100,100" Size="50,25">Click me</Button>
```

Sao giống lập trình web quá vậy? Vâng, web chính là thuở ban đầu của declarative programming. Bạn thử tưởng tượng cũng một file XML đó, bạn có thể dùng làm Windows application, bạn có thể dùng làm webform, có thể dùng cho Flash, có thể dùng cho Macintosh thì sao? Có mà nằm mơ!

Vâng, rất tiếc rằng ở thời điểm hiện tại chưa có Presentation Layer nào thực hiện được mơ ước "viết một lần, hiển thị trên mọi hệ thống". Tuy nhiên, ít ra thì bạn không còn phải viết code từng dòng bằng tay nữa, bạn có thể nhờ Presentation Layer để tự kiểm tra đầu vào, tự sinh các form, tự dàn trang, v.v... Bạn hãy tìm hiểu thêm các chủ đề sau: Avalon, MyXaml, XAML, XAMLon, Flex, XUL...

Mẫu thiết kế

Mẫu thiết kế (Design Pattern) nôm na ra là cách thức giải quyết cho những vấn đề thường gặp. Điều đáng buồn là các sách về design pattern "khô như ngói, nhạt như nước ốc". Nhưng tin vui: design pattern là công cụ sẽ giúp bạn tăng lương lên gấp đôi (hoặc hơn). Đơn giản vì design pattern chính là kinh nghiệm xương máu của những người đi trước đúc kết được. Khi học design pattern, bạn sẽ có những kinh nghiệm vượt trước năng lực của mình.

Tài liệu để đọc về design pattern hiện có rất nhiều. Mình chỉ mạn phép góp ý với các bạn một câu khi học về lĩnh vực này: "hãy nắm lấy ý tưởng, đừng chú trọng vào code". Nếu bạn chỉ nhìn vào code ví dụ, bạn sẽ dễ bị "tẩu hỏa nhập ma", sẽ bị lệ thuộc vào code, nhìn thấy cái nào cũng na ná nhau, và tệ hại nhất là chẳng biết áp dụng cho cái gì khác ngoài ví dụ ra.

Hy vọng bài viết này sẽ giúp các bạn có được một số gợi ý để đào sâu nghiên cứu thêm. Chúc các bạn luôn "cháy bỏng" niềm đam mê lập trình.

40) Tăng tốc độ hiển thị Web

Bài viết này nêu ra những vấn đề liên quan khi muốn tăng tốc độ hiển thị Web

- Tại server: Giảm thiểu những tính toán trên server, tối ưu CSDL, tạo bộ đệm, tối ưu chương trình...
- Đường truyền: Giảm thiểu dữ liệu truyền trên mạng bằng cách giảm kích thước các file hình, giảm yêu cầu trao đổi dữ liệu giữa server và client...
- Tại máy client: tối ưu mã html để trình duyệt hiển thị nhanh.

Với chiến lược trên, dưới đây là 10 thủ thuật có thể giúp tăng tốc độ hiển thị trang web.

1. Dùng CSS định nghĩa thuộc tính của các đối tượng trong trang web

Việc dùng CSS sẽ giúp cải thiện tốc độ tải trang web đáng kể. Trình duyệt sẽ chỉ tải file CSS về máy client một lần, những lần sau các trang web sử dụng file CSS này sẽ lấy ngay tại client. Việc tập trung toàn bộ định nghĩa thuộc tính vào file CSS giúp cho đoạn mã HTML trở nên ngắn gọn, rõ ràng đồng thời giúp giảm kích thước của trang web.

Một điểm tiện lợi nữa khi dùng file CSS là bạn có thể thay đổi màu sắc, giao diện của những trang web một cách nhanh chóng thông qua việc chỉnh sửa những thuộc tính trong file CSS.

2. Viết Javascript trên một trang và dùng cho nhiều trang

Điều này tương tự như kỹ thuật dùng file CSS cho mọi trang web. Ví dụ đoạn mã Javascript hiển thị quảng cáo dùng cho nhiều trang, nếu bạn viết toàn bộ mã Javascript trong một file rồi khai báo dùng nó ở các trang như sau:

```
< script type="text/javascript" src="quangcao.js">< /script>
```

Giống như file CSS, trình duyệt chỉ tải về file này một lần.

3. Dùng AJAX

AJAX là chữ viết tắt của Asynchronous JavaScript And XML, đây là kỹ thuật dùng Javascript và XML để tối ưu việc trao đổi dữ liệu giữa client và server. Giả sử trang web của bạn chứa rất nhiều thông tin, trong đó có một phần chứa 2 combobox: Quốc Gia và Thành Phố. Khi bạn chọn một quốc gia trên combobox 1, thì trong combobox 2 các thành phố tương ứng sẽ hiện ra. Theo cách thông thường, khi chọn một quốc gia, thông số của nó sẽ được gửi về server. Tại đây nội dung của trang web được tính toán lại rồi được gửi trả cho client với combobox2 chứa các thành phố của quốc gia được chọn. Như vậy chỉ một phần nhỏ trong trang web thay đổi mà phải tải về toàn bộ trang web và vẽ lại. Với AJAX, sau khi xử lý, server chỉ gửi trả kết quả cho client danh sách các thành phố chứ không phải toàn bộ trang web. Điều này cải thiện rất nhiều tốc độ đáp ứng của trang web.

4. Mạnh dạn bỏ những gì không cần thiết

Bỏ file flash, audio nếu chúng không thực sự cần thiết. Ngoài ra, đối với người lập trình web, việc sử dụng control của HTML thay cho server control của ASP/JSP... cũng giúp giảm được thời gian biên dịch (từ ASP/JSP... sang HTML).

5. Tránh dùng table lồng trong table

Khi bạn viết table lồng trong table, trình duyệt sẽ mất nhiều thời gian hơn để hiển thị trang web. Đây là điều ít người để ý nhất nhưng lại là một kỹ thuật cải thiện tốc độ hiển thị trang web đáng kể nhất. Khi bạn đặt một table bên trong một table, sẽ mất một khoảng thời gian khá dài để trình duyệt web duyệt qua toàn bộ mã lệnh bên trong mỗi table rồi mới làm đến việc trình bày lên màn hình cho người dùng xem. Nếu có thể, bạn hãy sử dụng CSS để tạo ra những dòng và cột cho trang web.

6. Không dùng table bao toàn bộ nội dung trang web

Nếu bạn dùng một table lớn để tạo layout cho trang web như sau:

```
<body>
<table width="100%" border="0">
  <tr>
    <td colspan="3">Top</td>
  </tr>
  <tr>
    <td>Left Menu</td>
    <td>Content</td>
    <td>Right Menu</td>
  </tr>
  <tr>
    <td colspan="3">Footer</td>
  </tr>
</table>
</body>
```

Trình duyệt sẽ phải tải toàn bộ thông tin của các thành phần trong bảng gồm: Top, LeftMenu, Content... về máy client, rồi xử lý tính toán toàn bộ control, khoảng trắng, hình ảnh... bên trong table. Khi mọi việc đã thực sự hoàn tất, trình duyệt web lúc đó mới hiển thị toàn bộ nội dung bên trong table lên màn hình cùng lúc.

Nếu không dùng table bao toàn bộ nội dung trang web, thì ngoài việc giảm được dung lượng trang web, thời gian xử lý hiển thị tại máy client, nó còn cho phép trình duyệt web hiển thị dần từng phần đã xử lý xong, cho người dùng có một vài thông tin để đọc trước, trong khi chờ những phần khác tiếp tục hiển thị, điều này tạo cho người dùng cảm giác trang web của bạn có tốc độ hiển thị nhanh.

7. Phân trang web thành các trang nhỏ hơn

Thay vì hiển thị toàn bộ thông tin trên 1 trang web, bạn hãy phân trang web thành nhiều mục nhỏ và hiển thị trên nhiều trang khác nhau. Giống như Yahoo Mail, tại mỗi thời điểm, các bạn

chỉ có thể xem được tiêu đề của 50 email lên màn hình, để xem danh sách các email khác bạn phải nhấn liên kết next/previous...

Điều này không chỉ giúp tăng tốc độ hiển thị trang web mà trên thực tế, phần lớn người dùng thật sự không thích phải ngồi chờ vài phút để rồi xem một trang web có nội dung khá dài, phải dùng đến scroll bar mới xem được hết toàn bộ nội dung.

8. Xóa các khoảng trắng không cần thiết

Cố gắng xóa tất cả những khoảng trắng không cần thiết trong đoạn mã html. Hãy nhớ là một lần ấn phím space sẽ làm tăng kích thước trang web của bạn lên 1 byte. Việc loại bỏ khoảng trắng này có thể làm bằng tay hoặc dùng công cụ hỗ trợ như HTML code Cleaner (có thể tìm với Google).

9. Dọn dẹp mã chương trình cho sáng sủa

Hãy loại bỏ toàn bộ những thẻ trống như `div>`

hay `.` Điều này không những giúp cải thiện dung lượng trang web, tăng tốc độ hiển thị mà còn giúp cho mã lệnh của bạn trở nên rõ ràng, giúp dễ dàng hiệu chỉnh hoặc nâng cấp.

10. Tối ưu hình ảnh

Hạn chế dùng hình ảnh: Hình ảnh giúp cho trang web của bạn trở nên sống động và lôi cuốn, tuy nhiên hình ảnh cũng chính là một trong những nguyên nhân làm chậm tốc độ hiển thị trang web.

Chỉ định rõ kích thước của hình ảnh: Khi trình duyệt hiển thị hình ảnh của trang web, nó phải biết kích thước của tấm ảnh để có thể chứa khoảng trống trên màn hình cho việc hiển thị tấm ảnh này, và việc hiển thị sẽ theo trình tự từ trên xuống. Nếu bạn không định rõ kích thước của tấm ảnh (ví dụ: `<WIDTH="125" height="50">`), trình duyệt phải tải tấm ảnh trước để xác định kích thước rồi mới xử lý hiển thị nội dung. Điều này cũng tương tự như việc sử dụng table bao toàn bộ nội dung. Vì vậy nếu được, bạn nên sử dụng khai báo "width", "height" để chỉ định trước kích cỡ của hình ảnh.

Giảm kích thước hình ảnh: Hãy giảm tối đa kích thước hình ảnh. Đôi khi bạn không cần phải trưng lên trang web những hình ảnh có chất lượng thật cao mà có thể dùng thumbnail thay thế. Định dạng GIF/JPG là lựa chọn hàng đầu cho trang web vì kích thước nhỏ.

41) Những lỗi thường gặp trong thiết kế website

Chỉ khi bạn nghĩ là bạn có bản thiết kế trang web không phù hợp nhất trong mạng lưới toàn cầu (World Wide Web), bạn mới hiểu rõ rằng mọi điều đã không đúng ngay từ đầu. Bạn không có xếp hạng tốt trong các công cụ hỗ trợ tìm kiếm và bạn không định hướng được đúng nhóm người truy cập vào thị trường mục tiêu của mình. Đơn giản hãy coi như các sản phẩm và dịch vụ của bạn chưa có ích và bạn chưa thể thu được lợi nhuận như mong muốn.

5 lỗi hàng đầu trong thiết kế website mà mọi người thường gặp phải.

Nó không có nghĩa rằng bạn thực sự giỏi trong nghệ thuật và thiết kế nhưng bạn sẵn sàng như một người có khả năng trong thiết kế website. Vì thế, nếu bạn muốn đảm bảo rằng bạn có thể đạt được mục tiêu thì bạn hãy nhớ những lỗi sau trong khi thiết kế website:

1. Trang web không tương thích với nhiều trình duyệt website. Một trong những lý do đầu tiên tại sao thiết kế trang web của bạn không hề được nhấp chuột là vì nó không hiện lên được với đa số các trình duyệt internet. Hãy nhớ rằng người truy cập internet có thể sử dụng rất nhiều kiểu trình duyệt web kinh điển như: Mozilla Firefox, Internet Explorer, Opera, và Crazy Browser. Như vậy, điều đó chỉ có nghĩa rằng nếu bạn muốn đảm bảo mình có thể giành được nhiều khách hàng tiềm năng có thể thì trang web của bạn nên được hiện trên tất cả các kiểu trình duyệt. Trước khi đẩy trang web lên thì hãy tiến hành một số kiểm thử cơ bản như thế thì bạn có thể hiệu chỉnh được các vấn đề có thể xảy ra.

2. Sử dụng quá nhiều Flash. Khi vào các trang web thì dường như đó là một sự lưu ý sai lầm bởi rất nhiều nhà thiết kế website ngày nay tin rằng một trong những cách tốt nhất để thu hút được mọi người đến với thị trường mục tiêu của họ là kết hợp nhiều Flash và các hoạt ảnh khác trong trang web của mình. Mặc dù họ không bao giờ thất bại trong việc thu hút được sự ham thích ban đầu của bất cứ người nào, song những phương pháp kỹ thuật này lại có những hạn chế riêng. Thứ nhất, chúng có thể làm chậm lại thời gian tải trang web và thật không may nó có thể khiến những người sử dụng internet mất kiên nhẫn. Thứ hai, các spider hỗ trợ tìm kiếm chỉ đọc các chữ chứ không phải hình ảnh. Do đó khi bạn sử dụng nhiều Flash thì sẽ làm trang web của bạn sẽ khó đánh chỉ mục hơn.

3. Cỡ chữ không thân thiện với những người sử dụng internet. Ngoài bản thiết kế tổng thể cho các trang của website thì cũng phải lưu tâm đến cỡ chữ mà bạn định sử dụng. Lỗi thông thường trong khi thiết kế website là sử dụng rất nhiều cỡ chữ lớn, điều này khiến các nhà sử dụng internet đọc nội dung rất bất tiện. Đôi khi chúng cản trở bạn trong việc điều chỉnh cỡ chữ. Nhờ việc bổ sung màu nền thì cỡ chữ dễ đọc hơn. Theo các nghiên cứu thì việc sử dụng chữ màu vàng trên nền tối là sự phối màu tốt nhất.

4. Nội dung không phù hợp với chủ đề của website. Thật ngạc nhiên, có những nhà thiết kế website đang làm cho nội dung website trở thành kém ưu thế trong bản thiết kế

của mình như: đọc lướt rất khó, nội dung quá dài cùng với sự không thích hợp trong những khoảng trống trắng, các trang bố cục gượng gạo. Rốt cuộc là khiến cho những người dùng internet sử dụng quá khó khăn để có được thông tin mà họ cần thực sự.

5. Các trang web không phải là công cụ hỗ trợ tìm kiếm thân thiện. Nếu bạn không quan tâm tới các cờ nhãn tiêu đề, không bổ sung các thẻ siêu dữ liệu (Meta tags) trong mỗi trang trên website hoặc nếu bạn nhồi nhét quá nhiều các từ khoá trên trang web của mình thì bạn chắc chắn sẽ không dành được sự thiên vị của các công cụ hỗ trợ tìm kiếm.

42) Thiết kế website tốt

Ngày nay, mọi tổ chức dù lớn dù nhỏ thì đều sở hữu một website. Nhưng chỉ có một vài website là thu được lợi nhuận từ đầu tư cao hơn hoặc có được lượng người truy cập hàng ngày nhiều hơn. Đó là bởi vì họ có được một trang web hấp dẫn được thiết kế tốt. Việc xuất hiện của trang web chính là yếu tố tiên quyết mà người ta quan tâm trong khi đang duyệt web. Hơn nữa, nó còn trở thành một đặc quyền trong khi thiết kế

Nhưng trước khi thiết kế website thì điều trọng yếu là phải xác định được kiểu website mà bạn sẽ tạo. Những kiểu website khác nhau tức là động hay tĩnh thì có những tham số thiết kế khác nhau. Dựa vào yêu cầu đưa ra mà bạn có thể thiết kế được một trang web phù hợp và lôi cuốn.

Đặc điểm của một website tốt

Mỗi trang web đều có những tham số thiết kế khác nhau. Nhưng chúng cũng những đặc điểm hoặc tham số giống nhau để tạo được một trang web tốt. Đó là:

- **Phối màu:** Việc lựa chọn phối màu phù hợp là rất quan trọng đối với website. Nếu trang web của bạn có liên quan tới trẻ em, thì lúc đó bạn lựa chọn những màu sáng như màu đỏ, da cam, xanh lục, vv... để thu hút sự chú ý của trẻ. Trong khi thiết kế một trang web chuyên nghiệp thì việc lựa chọn phối màu rất quan trọng để làm sao có được sự đồng bộ về màu sắc với tổ chức. Màu sắc cũng nên thể hiện được toàn bộ chủ đề và các loại hình dịch vụ/ sản phẩm được chào bán trên website đó.
- **Điều hướng truy cập:** Điều hướng truy cập đưa ra được một cách thực hiện trực giác cho những người truy cập. Điều hướng truy cập tốt giúp cho người truy cập dễ dàng duyệt toàn bộ website hơn. Bạn nên có những biện pháp sơ bộ cho điều hướng

truy cập dưới cùng và phía trái của toàn bộ website.

- **Bố cục:** Bố cục định rõ cấu trúc của website. Ngày nay, diện tích trang web của website có độ phân giải là 1024 x 768; diện tích trang web là nơi mà ở đó website được thể hiện so với toàn bộ màn hình. Cỡ chữ nên là 11 hoặc 12 pixels sẽ giúp chữ dễ đọc hơn. Nên chọn một kiểu chữ chuyên nghiệp hơn là những kiểu chữ theo sở thích.
- **Tải nhanh:** Website nên có các đồ họa để làm cho nó hấp dẫn hơn, nhưng tránh việc tải các hình ảnh hoặc đoạn chữ vì nó sẽ làm mất thời gian tải trang. Nếu các website tải chậm khiến người truy cập cảm thấy bị phiền hà và họ sẽ rời bỏ để duyệt qua website khác.

Tổng thể website nên có một giao diện bố cục chuyên nghiệp và thân thiện với người sử dụng để thu hút nhiều người truy cập hơn.

Trình xây dựng Website WebSmartz Flash

Trình xây dựng website flash là một trình cho phép bạn triển khai flash website design chỉ trong một vài bước đơn giản, ngay cả khi bạn không biết bất cứ các công cụ thiết kế đồ họa nào. Weismartz là một phần mềm thiết kế website như thế. Phần mềm này tốt nhất trong việc tạo ra những mẫu website flash thức thời. Chỉ trong vài phút, bạn có thể xây dựng những website trình thiết kế flash, những giới thiệu website flash và HTML hoặc những mẫu Flash. Xin ghé thăm trang www.websmartz.com để biết thêm thông tin.

43) SEO và thiết kế Web

Tối ưu hoá công cụ hỗ trợ tìm kiếm là một phương pháp cho phép những công cụ hỗ trợ tìm kiếm truy cập vào trang web bằng việc thâm nhập vào các thẻ siêu dữ liệu (Meta tags). Bởi thế, bạn phải đảm bảo rằng các thẻ của bạn phải được viết và đặt một cách hợp lý, nghĩa là việc sử dụng một số đặc tính cụ thể cho những tiêu đề, từ khoá và nội dung, trên mỗi trang web của bạn điều này sẽ hoàn toàn làm tăng được lưu lượng truy cập.

Nhưng trước tiên, bạn phải hiểu rằng thiết kế web là khía cạnh quan trọng đối với SEO. Bởi thế, vì thế mà bạn cần thiết kế website theo cách để mà nó thu hút được nhiều người truy cập hơn những trang khác. Tóm lại các thiết kế website tốt chỉ ít cũng thu hút người truy cập vào xem toàn bộ trang web.

Vậy nên, đây là vài thủ thuật thiết kế web khiến trang web của bạn thu hút hơn.

- Bạn phải lựa chọn cẩn thận, một sự phối màu chuyên nghiệp cho trang web của bạn để nó thể hiện được hình ảnh công ty của bạn. Hãy kết hợp thêm hai hoặc ba màu bổ sung.
- Hãy cố gắng sử dụng những hình ảnh và đồ họa trong trang web của bạn. Điều này sẽ mang lại lợi ích tốt cho bạn trong trường hợp người truy cập không được tự do đọc thông tin ngoài ra bạn có thể thu hút họ bằng những hình ảnh, và sau đó là bạn có thể truyền đạt thông điệp quan trọng của mình một cách rõ ràng. Điều này cũng sẽ giúp việc thu hút sự chú ý của người truy cập và lôi kéo họ quay trở lại xem trang web thường xuyên. Nhưng hãy nhớ rằng đừng quá lạm dụng Flash và những công cụ hoạt ảnh khác bởi điều này làm thời gian tải trang chậm và nhìn không chuyên nghiệp nữa.
- Hãy cố gắng sử dụng những ký hiệu và đánh số khiến nội dung của bạn thêm phần mềm mại và dễ hiểu. Người truy cập của bạn không thể đọc hết mọi câu trong nội dung nhưng có thể đọc những thông tin đặc biệt một cách dễ dàng.
- Bạn phải đảm bảo rằng những người truy cập của bạn có thể đọc chữ trên nền nghĩa là nếu nền màu tối thì luôn sử dụng màu sáng và ngược lại.
- Bạn không cần phủ đầy màn hình đầy chữ và đồ họa mà thay vào đó hãy sử dụng những khoảng trắng một cách hiệu quả của cũng như làm cho bố cục thoáng hơn.
- Hãy cố gắng tạo một lô gô đơn giản đồng nhất với trang web của bạn. Và chính lô gô này giải thích mọi điều về công việc kinh doanh của bạn. Hơn nữa, bạn phải rất quan tâm để không sử dụng nhiều hơn ba màu và không làm kích thước của nó quá lớn. Bạn cũng nên có một đường danh giới để phân cách giữa các tiêu đề, cũng như hãy viết một trang About Us nhằm mô tả được tính độc đáo cho trang web của mình. Những điều này sẽ để lại ấn tượng cho những người truy cập nhớ tới website của bạn.
- Bạn phải cung cấp một đường back tới trang chủ trên mỗi trang và đưa ra cho khách hàng của bạn thông tin mà họ sẽ tìm kiếm cũng như giúp cho họ tìm thấy nó dễ dàng và nhanh chóng.
- Bạn phải làm cho điều hướng truy cập website của mình được nhất quán . Bạn làm thế nào trên một trang thì cũng nên làm thế đó trên những trang còn lại. Hãy giữ cho màu sắc được nhất quán thì sẽ tốt hơn.

- Bạn phải đảm bảo rằng trang web tải nhanh hơn. Nếu những người xem phải mất thời gian chờ tải thì họ sẽ chuyển sang những nơi khác. Người ta ước tính rằng nếu một trang web tải mất 8 giây thì bạn sẽ mất 1/3 lượng người truy cập .

44) Những thủ thuật thiết kế chung

Việc biên tập ảnh hoặc hình minh họa có thể được làm cho vui nhưng không ai có thể làm “nhà thiết kế” mà không biết gì về các quy tắc thiết kế đồ họa. Nhiều người nghĩ rằng việc phá cách để có sự độc đáo là điều tốt nhưng thực sự không phải như vậy nếu không tuân theo các nguyên tắc ... thậm chí ngay cả những mục quảng cáo lạ mắt hoặc những quảng cáo khôi hài nhất cũng phải có các nguyên tắc

Bạn phải biết rằng những màu mà được sử dụng trong một bức vẽ luôn mang đến cảm xúc tới người xem. Các màu sắc được liên tưởng tới những cảm xúc, tâm trạng, nhiệt độ, khái niệm, chúng là những biểu tượng thực sự. Ví dụ, bạn có thể nhận thấy điều này khi xem những đoạn quảng cáo hoặc chương trình quảng cáo mà màu trắng và màu xanh nhạt kia được liên tưởng tới các sản phẩm có hàm ý hợp vệ sinh hoặc màu đỏ được sử dụng để cảnh báo nguy hiểm hay là màu tím được thể hiện về thịnh vượng hay sự xa hoa. Chỉ vì những màu này có một ý nghĩa thực trong tâm trí của mọi người.

Khi thiết kế bạn phải nhớ rằng đừng làm theo ý mình mà làm vì khách hàng và bạn đừng thiết kế bức vẽ đó cho cảm xúc riêng mình mà hãy là một thông điệp.

Mặt khác, khi thiết kế một bức vẽ mang tính nghệ thuật thì bạn phải diễn tả được những cảm xúc của riêng mình, dấu cho chúng có thể là gì đi chăng nữa nhưng trong hai hoàn cảnh khác nhau này thì màu sắc chính là những công cụ mà bạn phải làm chủ được. Vì thế, bạn nên luôn nhớ rằng con mắt của những người xem có thể dễ nhận ra hơn, chính xác hơn và nhạy cảm hơn bạn.

Hình mẫu

Dù bạn làm việc trên phương diện nhiếp ảnh hay thiết kế một trang web hoặc một logo, bạn nên cần hiểu được những hình mẫu chính tạo nên nó. Bạn có thể sẽ dùng các hình mẫu là kiểu hình vuông, hình tròn và hình tam giác hoặc được cấu thành từ bất kể đường nét hay các điểm chấm nào.

-Hình vuông thể hiện hoặc trình bày một cấu trúc, một khung.

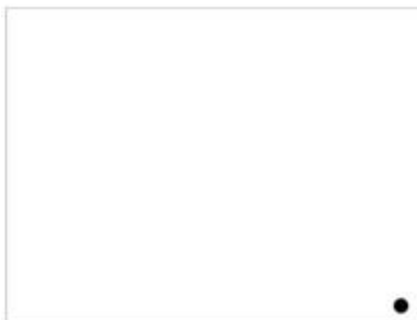
-Hình tròn có hai đặc tính: Nó là một mục tiêu để mắt tập trung vào và nó cũng được xem như một yếu tố hữu cơ hoặc cấu trúc trừu tượng (như phân tử, hành tinh và bong bóng).

-Hình tam giác là một kiểu hình ổn định và được cân bằng một cách hoàn hảo thể hiện năng lực tiềm tàng. Nó cũng có thể cho thấy một hướng khi kích thước các cạnh của nó bị thay đổi.



Tính đơn giản

Ở đây tôi muốn chứng minh bằng cách có thể thực hiện đơn giản nhất để làm một bức ảnh “bắt mắt” : Chương trình quảng cáo của 20 năm gần đây liên tục cố gắng để tìm ra những cách để gây chú ý nhất cho khách hàng với những màu sắc sặc sỡ, các bức ảnh đầy kỹ xảo, họ dần sử dụng càng ngày càng nhiều thứ trong phong cảnh mà họ đã tạo ra cho tới khi nó trở nên quá nhiều và vô nghĩa. Đây là bức tranh ẩn tượng nhất mà bạn từng nhìn thấy:



Dấu chấm đơn giản trên một hình chữ nhật màu trắng là kết cấu được sử dụng trong hầu hết các bức ảnh, áp phích quảng cáo, trang web thương mại, vì thói quen sử dụng bằng chữ cái la tinh nên chúng ta thường đọc được từ góc trái trên cùng xuống góc phải dưới cùng của một trang. Ở bức tranh này, khung hình chữ nhật màu xám là khung mà khi nhìn vào thì chấm nhỏ màu đen thu hút sự tập trung của mắt và sức mạnh của nó được nhân lên nhờ sự tương phản cao nhất có thể. Nếu dấu chấm là một màu xám nhạt khiến mắt sẽ phải tìm kiếm và tập trung vào nó nhiều hơn và đem lại những ý nghĩ nghi ngờ cho người xem; nếu dấu chấm đó là màu đỏ thì nhìn nó như một sự cảnh báo.

Mặc dù tất cả điều này có thể nghe quá đơn giản hoặc không thực tế nhưng chúng lại là những khái niệm cơ bản trong việc thiết kế cũng như việc tạo ra một bức tranh. Mỗi nhà quản lý nghệ thuật đều hiểu rõ về tầm quan trọng của chúng.

Bởi vậy, bằng sự thử phân tích bố cục cho các bức tranh, bức vẽ, quảng cáo, trang web và bìa sách mà bạn nhìn thấy ở xung quanh Nó sẽ giúp bạn hiểu điều này và áp dụng những nguyên tắc đó sao cho hiệu quả. Tuyệt nhiên không phải lời giải thích này có thể là hoàn hảo mà nó chỉ có nghĩa khiến cho bạn luôn nhớ rằng “ càng đơn giản càng tốt”. Bạn hãy luôn tự hỏi các câu hỏi này trước khi quyết định kết thúc công việc của mình.

-Đối tượng nổi bật có thực sự cần một nền không?

Khi tôi nhìn ảnh thì mắt của tôi sẽ tập trung vào cái gì?

Các màu có cần được tương phản và đậm thêm hay nhạt bớt hơn nữa không?

-Thời gian trung bình để người xem hiểu được bức tranh đó?

- Tôi có thích bức tranh này do người khác làm mà không phải là tôi không?

Những câu hỏi này áp dụng cho những nhà thiết kế và cho cả những họa sĩ, bởi vậy hãy luôn giữ những bản thiết kế trong file PSD như thế bạn có thể tránh được những điều mà bạn không mong muốn.

45) 5 điều cần xem xét khi thiết kế website

Nếu bạn nghĩ rằng triển khai thiết kế trang web dễ dàng thì bạn có thể đã sai. Quy trình thiết kế website thực sự đòi hỏi rất nhiều sự phối màu hoàn hảo, sử dụng hoạt ảnh animation và Flash cũng như các cấu trúc đẹp cho các trang trên website.

Bạn nên nhớ điều gì khi thiết kế website?

Nếu bạn đang kinh doanh trực tuyến hoặc nếu bạn đang cố gắng để quảng bá các sản phẩm và dịch vụ của bạn thông qua World Wide Web, thì bạn phải biết rằng trang web của bạn sẽ là phương thức kết nối tới những người dùng Internet. Vì thế thiết kế trang web đang được triển khai sẽ quyết định được bạn sẽ thành công hay không.

Bạn hãy cân nhắc những điều sau khi thiết kế website:

1. Hãy hiểu rõ mục đích website của bạn, bạn không thể xây dựng một website chỉ để cho có, nếu không thì bạn sẽ không tận dụng hết vốn đầu tư của mình. Cho nên bạn cần biết lý do đằng sau sự sáng tạo của nó, bạn cũng có thể quyết định sử dụng một loại thiết kế website nào đó. Ví dụ, nếu bạn chỉ đơn giản cung cấp thông tin cho thị trường mục tiêu của bạn thì bạn có thể muốn đảm bảo cho các bài viết được đọc một cách dễ dàng. Nếu bạn đang bán những sản phẩm hoặc chào bán các dịch vụ thì bạn nên có những hình ảnh và sự mô tả trong trang dành riêng cho những sản phẩm và các dịch vụ đó để việc hiểu về chúng được thuận tiện hơn.

2. Hãy đảm bảo rằng mọi đường link có thể được nhấp chuột. Các đường link không hoạt động hoặc những đường link dẫn các người dùng và những spider của công cụ tìm kiếm đến các trang bị gỡ bỏ hoặc không thể truy cập được sẽ làm cho cả những người dùng internet và các công cụ tìm kiếm không dễ chịu gì. Về cơ bản, các khách hàng mục tiêu của bạn sẽ không muốn mất thời gian cho những đường link chết đó. Trang web của bạn cũng sẽ có các trang bổ sung và các trang này có thể cản trở cho những cơ hội có được những xếp hạng tốt. Vì thế, khi bạn triển khai thiết kế web thì hãy kiểm tra các đường link đầu tiên trước khi tải các trang. Các link này dẫn bạn tới được trang có nội dung phù hợp.

3. Hãy cân bằng các yếu tố khác nhau trên trang web của bạn. Dẫn cho tính tiện ích và tính có thể truy cập sẽ là 2 sự quan tâm đầu tiên trong việc tạo một website thì bạn cũng nên đảm bảo cho các trang nhìn được chuyên nghiệp. Những người dùng internet vẫn thường

vào các website có nội dung được bố cục hợp lý, màu sắc được sử dụng phù hợp cũng như có một số các hình ảnh hoặc video được đi cùng với những thông tin đó.

4. Website nên điều hướng truy cập dễ dàng. Chỉ có vài người triển khai được kỹ thuật nút Home tĩnh. Đó chính là khi nút home xuất hiện ở mọi trang trên website của bạn. Thông thường, khi có quá nhiều trang thì những người dùng có thể làm mất nó trong lúc đang duyệt. Nút home này có thể giúp họ bắt đầu lại từ đầu.

5. Hãy quan tâm tới các site map và thẻ tiêu đề hợp lý. Một trong những mục tiêu của thiết kế web là làm cho tất cả các trang trên website của bạn được lập chỉ mục dễ dàng. Vì thế, bạn cần bổ sung một site map, bởi vì nó sẽ thuận tiện hơn cho các spider công cụ tìm kiếm để index cho các trang. Các thẻ tiêu đề cũng sẽ khiến bạn tìm kiếm trong Google, Yahoo và MSN được thuận tiện hơn.

46) Các phương pháp thể hiện của logo

Thường kết hợp các hướng chủ yếu như: Trình bày nguyên dạng tên chữ của biểu tượng, giản ước tên chữ thành một tổ hợp chữ cái và sử dụng hình ảnh sản phẩm, dùng một hình ảnh và một dấu hiệu.

1. Sử dụng hình thức nguyên dạng tên chữ:

Thường tạo cho mẫu chữ một dáng vẻ đặc biệt gợi những liên tưởng sâu xa về tính chất công ty, đơn vị mà nó đại diện.

Ví dụ: Bằng mấy nét nhấn ở đầu N trong hàng chữ SANYO giúp tiềm ẩn một nguồn năng lượng nội, lại liên tưởng tốt đẹp về đồ điện.

2. Hình thức tổ hợp các chữ cái hoặc dùng chữ cái đầu của tên công ty, tổ chức.

Bản thân đã mang tính giản ước rõ rệt.

Bố cục thường để đạt hiệu quả.

Hình ảnh phải được cách điệu cao.

Tái tạo lại một hình ảnh mới của sản phẩm tránh sự nhàm chán.

Ví dụ: Pepsi Cola + Hình dáng chiếc nắp chai được cách điệu thành một hình tròn đỏ - xanh với sọc trắng hình làn sóng nằm giữa, liên tưởng đến sự ngọt ngào, cảm giác thỏa mái, thú vị tận hưởng.

3. Mượn một ẩn dụ và một ký hiệu nào đó?

Nói lên bản chất của đối tượng **Đòi hỏi:**

- Trí tưởng tượng.
- Kiến thức rộng.
- Những suy nghĩ tiềm tàng.
- Những liên tưởng sắc sảo.

Ví dụ: Logo của hãng dầu Shell, hình con sò ẩn dụ về nguồn năng lượng thiên nhiên cổ xưa và vĩnh cửu (nguồn gốc dầu mỏ là do động, thực vật sau những biến động của trái đất bị vùi sâu dưới các tầng địa chất, bị phân hủy bởi các khuẩn môi trường yếm khí mà ra sự liên tưởng về các lớp trầm tích của vỏ đất, nơi khai thác ra dầu mỏ).

Các yếu tố thành phần (hình tượng).

- Thường được vẽ cùng với tên công ty và tổ chức Logo đó.

- Tên gọi của logo, xuất xứ tác phẩm, phân biệt sản phẩm của công ty này, hình ảnh nào khác.
- Có khi được thiết kế bằng chính tên gọi của logo mà không cần sử dụng hình ảnh nào khác.
- Phải được tạo hình một cách thật đặc biệt, không lẫn lộn với MARK, sản phẩm khác của công ty.
- Mang đầy đủ tính chất thông tin, bản chất hoạt động của công ty, các mục tiêu thương mại.
- Bao gồm những mẫu thích hợp thể hiện ý đồ thông điệp một cách hợp lý và minh bạch.

1. Kiểu chữ:

- Mang ý nghĩa về tạo hình, tính chất thông tin.
- Được quan niệm như một hình tượng như bất cứ hình tượng nào khác.
- Mỗi kiểu chữ không chỉ đơn thuần mang những từ ngữ của thông điệp mà nó nâng cao còn hỗ trợ cho hình ảnh sản phẩm nó đại diện.
- Chữ cái có thể lấy từ các kiểu chữ Roman, San Serif hay Script
- Có thể chuyển hóa sang dạng trừu tượng, tạo ấn tượng thể hiện.
- Tạo được sự hấp dẫn bằng cách pha màu, tạo hạt Tram bằng máy vi tính, tạo dáng, tạo kiểu.
- Các nhà thiết kế phải nắm được các kiểu chữ, khảo sát các phong cách chữ khác nhau trước khi đi đến quyết định cuối cùng.

Những yếu tố quan trọng.

- + Tính dễ đọc.
- + Khoảng cách chữ.
- + Sự thích ứng, ngữ nghĩa phải phù hợp với hình thức của bản thân chữ nhằm mục đích đạt được ý đồ sáng tạo ý nghĩa trong cách trình bày chữ.

Bảo đảm trong việc chọn kiểu chữ, phong cách chữ:

- + Hình thức của chữ nằm trong sự phối hợp hài hòa giữa các nét bản, nét phụ, nét trang trí của từng loại chữ, kiểu chữ.
- + Kích cỡ, bề dày không quá nặng nề.
- + Không quá vô nghĩa
- + Rõ ràng và không hỗn độn.
- Ngoài các kiểu chữ thông thường, các kiểu chữ hoa văn, uốn lượn, kiểu chữ viết tay đều có thể sử dụng được (có thể mang tính trừu tượng), đưa vào hình ảnh đồ họa tạo nên một logo, ký hiệu trừu tượng, cuốn hút.

Ví dụ: Logo của công ty Kim Hoàn sử dụng kiểu chữ nhỏ nét và trang trí phản ánh vẻ đẹp của đồ trang sức.

Logo một công ty xây dựng sử dụng nét chữ cứng và to hơn.

Các công ty, đơn vị không có tính chất sắc nét như vậy, tìm một kiểu chữ giống với tính chất và sắc điệu của sản phẩm.

Chữ:

- + Có thể chỉ là những con số.
- + Là một chữ.
- + Một sự tập hợp của hai, ba hoặc bốn chữ cái.
- + Của cả một tên chữ.
- + Đòi hỏi:

+ Phải có sự cách điệu trên bản thân hình chữ làm cho khác đi với các dạng kiểu chữ trong các Mark sản phẩm khác.

+ Tạo cho bản thân chữ (yếu tố quan trọng) trở thành có nghĩa.

Ví dụ: Logo AQUEDCT của trường đua ngựa với dáng chữ A rất đẹp nó là sự vững chãi của dáng chữ SANS SERIF kết hợp với sự năng động khấn trương của chữ nghiêng, đầu chữ kéo dài thêm, ấn tượng lôi cuốn người xem vào cuộc đua ngựa hào hứng, tộc độ, mạnh mẽ.

2. Tên gọi: Một công ty thường có tên:

- Thương mại: là tên mà một công ty mang để kinh doanh.

- Tên giao dịch: là tên công ty sử dụng khi giao dịch với các công ty và tổ chức khác thường được thiết kế, sử dụng làm tên gọi của logo bởi tính chất:

+ Đơn giản.

+ Quốc tế hóa.

+ Tạo sự phân biệt cao.

+ Thuận lợi trong kinh doanh, in ấn, quảng cáo.

Những yêu cầu cơ bản nhất để tạo nên một tên gọi thật hiệu quả cho logo.

Quốc tế hóa.

- Một tên gọi nếu không được quốc tế hóa thì sản phẩm khó tiêu thụ được trên thị trường thế giới.

Ví dụ: Người nước ngoài sẽ khó nhớ hoặc đọc một cách trôi chảy tên công ty sữa Việt Nam, nên quốc gia hóa thành VINAMILK, ngắn gọn, dễ hiểu.

- Một cái tên tuy đã mang tính quốc tế hóa nhưng tên gọi vẫn quá dài thường rút ngắn lại bằng cách tổ hợp các chữ cái đầu.

Ví dụ: COKE, Coca Cola...

- Khi tổ hợp một tên gọi tạo hình cho chính bản thân chữ để mang những sắc thái mới, những dáng vẻ mới mang đầy đủ ý nghĩa của tên gọi mà nó tổ hợp lại.

Âm thanh.

- Tên gọi trong logo về âm thanh lúc đọc không gây sự nhầm lẫn và trùng lặp với mặt ngữ nghĩa. Phải dễ nghe lần khi đọc tên. Ví dụ: Giày Biti;s với giày Biti's

- Khi phát âm thường nên quá bốn âm, hai ba âm là tốt nhất, mỗi âm đọc lên phải dễ dàng. Tạo một sự liên tưởng tích cực.

- Không được đồng âm với những từ địa phương khi phát âm mang một nghĩa xấu.

Ý nghĩa.

- Tên gọi không bao hàm nghĩa xấu khi ở trong nước và ra nước ngoài. Phải tránh không bị "chơi chữ" thành một nghĩa xấu, không bị gây khó chịu ở nước ngoài.

47) Giúp bạn thực hiện đồ họa trên các trang web

Đồ họa có thể làm gia tăng sự hấp dẫn cho web site của bạn và có thể thúc đẩy tính tương tác giữa các hình ảnh. Bạn có thể dễ dàng đưa các file đồ họa trên các trang web. Bạn cũng có thể đưa vào các phần chuyển động bằng cách sử dụng các file hình ảnh, phim, plug in phức tạp. Phần này sẽ kiểm tra các loại file đồ họa khác nhau và giải thích cho bạn biết cách thức bật nó lên trên các trang web.

Các loại file đồ họa

File đồ họa có thể được phân loại dưới dạng ảnh bitmap hoặc dưới dạng ảnh vector. Ảnh bitmap thỉnh thoảng còn được gọi là ảnh raster, được tạo ra bởi nhiều chấm màu hoặc

chấm xám nhỏ. Khi được xem tổng thể, nó trông giống như một bức ảnh. File bitmap, .bmp là một ví dụ của loại ảnh raster này. Ảnh vector cũng có tên gọi khác là ảnh đối tượng bởi các phương trình toán học vốn giao tiếp để biết cách thức vẽ nên các đường thẳng và hình dạng giúp tạo ra hình ảnh của phần mềm. Các file raster dễ nhập vào hơn từ trình ứng dụng phần mềm sang một trình ứng dụng khác so với các ảnh vector khác, bởi vì các file raster rất dễ hiển thị.

Ảnh đồ hoạ đan chéo vào nhau được tải xuống từ các trang web trong các lớp, vì vậy lớp đầu tiên sẽ vẽ ảnh đồ hoạ từ trên xuống dưới dạng mờ. Từng lớp sẽ làm cho ảnh xuất hiện sắc nét và rõ ràng hơn. Các ảnh đồ hoạ được tải xuống theo cách này dễ dàng chấp nhận hơn vì nhiều người, dựa vào cách thức tải ảnh, có thể xác định được loại hình của ảnh mà không cần phải chờ đợi quá lâu. Các ảnh không đan chéo vào nhau chỉ được vẽ qua một lần, từ trên xuống dưới, và người dùng phải chờ cho đến khi toàn bộ ảnh tải xuống để có thể xem được toàn bộ hình ảnh.

Tạo nền trang web

Kết cấu của phần nền có thể làm gia tăng tính hấp dẫn vào trang web và cải tiến cách nhìn cũng như cảm giác của người xem. Giá trị bề rộng và bề cao được cho trước dưới dạng pixel. Một pixel là một đơn vị nhỏ nhất của khoảng trống trên màn hình máy tính vốn có thể được điều khiển bằng phần mềm. Độ phân giải của của màn hình máy tính được đo dưới dạng pixel. Paint Shop Pro là một bộ phần mềm đồ hoạ và ảnh động, cho phép bạn điều chỉnh hình ảnh đồ hoạ và sử dụng ảnh đồ hoạ này để tạo nên chuyển động. Công ty sản xuất phần mềm Paint Shop Pro đã hỗ trợ phiên bản cho người dùng sử dụng thử trong 30 ngày và bạn có thể tải xuống từ địa chỉ www.jacs.com

Những vấn đề cần lưu ý khi tối ưu hoá thời gian tải các trang

Tuy nhiên, bạn nên lưu ý nhằm tìm những cách tối ưu để giảm thời gian tải một trang về mức thấp nhất. Có thể một số gợi ý sau sẽ giúp được bạn:

- Nếu bạn phân phối các file có kích thước lớn dưới dạng PDF, bạn nên nghĩ đến việc cắt nó thành nhiều file nhỏ hơn để dễ dàng tải hơn.
- Nên sử dụng các file GIF cho ảnh đồ hoạ và file JPEG cho ảnh chụp.
- Bất cứ lúc nào có thể bạn nên sử dụng các file đồ hoạ cũng như các file audio nén.
- Nếu có sự chọn lựa, bạn nên sử dụng màu nền đồng nhất thay vì sử dụng màu nền kết cấu cho ảnh đồ hoạ của bạn để nó có kích thước file nhỏ hơn..
- Chỉ sử dụng một vài màu. Bạn có thể chọn số lượng màu để hiển thị ra ảnh của mình và nếu bạn tạo một ảnh, có thể chọn để sử dụng palette nhỏ hơn.
- Chọn kích thước nhỏ nhưng thực tế. Tốt hơn là nên hiển thị ảnh nhỏ để người xem của bạn tải nó về mà không phải ngồi chờ quá lâu mới có thể xem được một ảnh lớn.
- Đừng lưu ảnh theo theo những kiểu định dạng khác nhau. Làm như vậy có thể làm cho chất lượng file giảm xuống so với kích thước file.

48) Một vài thủ thuật giúp trang web của bạn tải nhanh hơn

Tại sao mọi người không click tiếp đến những phần khác nữa trên website trong khi trang web của bạn có nội dung hay, thiết kế đẹp? Theo nhiều trường hợp thì vấn đề là thời gian

tải. Mọi người đang rời bỏ website của bạn vì một lý do đơn giản rằng nó đã làm mất quá nhiều thời gian để tải thông tin.

Thời gian tải nhanh là vô cùng quan trọng, các nghiên cứu về tiện ích web cho biết rằng người dùng internet đánh giá đó là một trong những vấn đề quan trọng nhất đối với một website. Những người sử dụng thích truy cập vào một trang web có tốc độ tải nhanh với chất lượng trang ở mức trung bình vẫn hơn là một website đẹp nhưng tải chậm. Điều này là không nghi ngờ gì nữa.

Vậy tối đa là bao nhiêu? Theo các nghiên cứu là 10 giây. Những nghiên cứu cũng cho biết rằng 1/3 người dùng sẽ rời bỏ một website nếu không nằm trong giới hạn này. Bạn có thể nghĩ rằng trong thời đại băng thông rộng này thì tốc độ tải không có ý nghĩa mấy. Nhưng bạn hãy nhớ rằng ở Mỹ có hơn một nửa số người sử dụng internet vẫn đang dùng kết nối dial-up chậm chạp, nếu bạn cũng ở trong số những người đó thì bạn đã có sự đồng cảm với tôi). Các quốc gia khác hầu hết đã rời bỏ kết nối dial-up nhưng băng thông rộng thì chắc chắn còn lâu mới phổ biến.

Cho nên, bạn cần lưu ý tới kích thước và tốc độ tải cho trang web của mình. 10 giây đó trên kết nối dial-up 56K tương đương với tốc độ tải 70KB dung lượng của trang web. Điều đó có nghĩa rằng ngôn ngữ đánh dấu siêu văn bản (HTML) và đồ họa của bạn sẽ bổ sung thêm tới 70KB để có được một giới hạn tuyệt đối. Đó là yêu cầu khá khắt khe và bạn phải tính toán đến từng byte dung lượng.

Hãy giảm thiểu đồ họa

Giảm số lượng đồ họa ở mức tối thiểu là điều đầu tiên bạn cần làm. Đừng có những đồ họa cho những vị trí mà text hoặc CSS sẽ chiếm giữ hoặc ở nơi chúng không làm nổi bật đáng kể được những thông tin và thiết kế của bạn. Bạn nên cân nhắc sao cho trang web như là một phương tiện truyền đạt text và hài hòa được các đồ họa.

Hãy nén đồ họa

Ngay khi bạn đã bỏ đi các đồ họa không cần thiết thì bạn nên nghĩ đến việc nén phần còn lại. Hãy thử tăng độ nén ảnh JPEG, hoặc giảm số lượng màu sắc. Nếu những đồ họa đó thực sự không có nhiều màu sắc khác nhau, bạn có thể thử sử dụng ảnh GIF.

Nếu bạn không thể nén dung lượng của bất cứ đồ họa nào được nhỏ hơn, thì bạn có thể điều chỉnh kích thước những đồ họa đó nhỏ hơn.

Hãy thu gọn HTML của bạn

Bạn sẽ ngạc nhiên vì mã HTML bị phình to để chứa những thẻ tag không cần thiết, đặc biệt nếu bạn sử dụng một trình biên tập WYSIWYG hoặc thiết kế trang web của bạn sử dụng các bảng. Hãy thiết kế cho trang web của bạn sử dụng CSS nhiều nhất có thể, sử dụng một HTML ngắn gọn (hoặc chương trình làm gọn HTML khác) để thu gọn cho HTML của bạn. Bạn đừng bỏ qua lượng băng thông rộng được chiếm giữ bởi CSS, và hãy cố gắng giữ kích cỡ của nó nhỏ nhất nếu có thể.

Trong rất nhiều trường hợp thì một tiến trình thu gọn đơn giản có thể giảm thiểu kích cỡ tải xuống còn một nửa. Điều đó đặc biệt có hiệu quả cho các trang chứa những bài báo dài bởi vì số lượng của các thẻ không cần thiết mà nhiều các trình biên tập chèn vào phần đầu của những đoạn văn bản mới.

Hãy chuyển đổi dịch vụ lưu trữ web (Host Web)

Đôi khi dù bạn nỗ lực nhưng trang web vẫn tải chậm. Trong những trường hợp này thì host web của bạn có thể là nguyên nhân. Hãy kiểm tra từ một số những kết nối và máy tính khác nhau. Hãy cố gắng kiểm tra tốc độ bằng việc đặt lên một trang hoàn toàn khác nhau. Nếu nó vẫn liên tục chậm thì đó có thể là lúc di chuyển các host. Đầu tiên, hãy gửi email đến nhà cung cấp dịch vụ host của bạn về vấn đề này và để cho họ khoảng 1 tuần để khắc phục vì cũng có thể họ đang gặp những vấn đề mang tính tạm thời.

Khi bạn đang chuyển đổi các Host để có được tốc độ, hãy cân nhắc cho các website đã có tốc độ truy cập nhanh. Tìm ra người nào họ đã host cho họ và làm một nghiên cứu về họ (thông qua tên của nhà cung cấp dịch vụ host). Sau đó, bạn có thể kiểm tra vài website đã được host bởi nhà cung cấp dịch vụ host đó để kiểm tra tốc độ.

49) Điều gì khiến website thành công?

Điều gì khiến cho mọi website thành công? Điều gì làm tăng được số lượng khách truy cập và khiến họ luôn trở lại? Câu trả lời thật đơn giản- chắc chắn đó là các đồ họa web trên website của bạn! Nếu bạn có một bản thiết kế web chuyên nghiệp bạn có thể có được một nửa cuộc chiến trên thương trường! Các đồ họa hiệu quả và tươi sáng trên các trang của website sẽ bắt mắt, giúp thúc đẩy công việc kinh doanh của bạn, chúng như tấm danh thiếp của bạn và thường là ấn tượng đầu tiên về công việc kinh doanh và người sở hữu nó. Các yếu tố đồ họa trên website phải được tải đồng thời cùng với trang và được thể hiện trong bộ trình duyệt web.

Tất cả các yếu tố đồ họa nên được đặt trong cùng thư mục có tên là IMG hoặc các hình ảnh. Sau đó thư mục IMG được copy trong hàng loạt các trang html. Lúc này người có liên quan trong thiết kế web chuyên nghiệp và phát triển web có thể nghĩ tới làm thế nào để bổ sung hình ảnh trong các trang web. Chúng tôi sử dụng thuộc tính SRC để xác định vị trí nguồn ảnh. SRC viết tắt của "source" (nguồn). Giá trị của thuộc tính SRC là đường dẫn URL của hình ảnh bạn muốn hiển thị trên trang. Nói một cách khác, thuộc tính SRC cho thấy vị trí của file. Đây là cách mà cú pháp của một ảnh được xác định có dạng: nơi URL viết tắt cho vị trí ảnh (ví dụ: nơi mà hình ảnh được lưu trữ). Tuy nhiên, bên cạnh thuộc tính này, còn có các thuộc tính khác thể hiện cho các tính năng bổ sung khác nhau có liên quan đến vị trí hình ảnh trên các trang web.

Thuộc tính ALIGN (căn chỉnh thẳng hàng) phục vụ căn chỉnh các đồ họa trên trang web của bạn. Thuộc tính này bao gồm căn trái và căn phải. Giá trị LEFT (căn trái) khiến bộ duyệt web đặt ảnh về phía trái của text cũng như giá trị Right (căn phải) cho phép vị trí ảnh về phía phải của text. Bạn nên lưu ý rằng nếu thuộc tính ALIGN đã được sử dụng để căn chỉnh text cân xứng với các đồ họa trên trang đã được xác định thì bạn sẽ không được phép đặt các tham số của text bao quanh hình ảnh. Thuộc tính ALIGN này cho phép đặt text giữa hai ảnh đồ họa. Trong trường hợp này các thẻ tag mô tả hình ảnh sẽ được đặt trên đoạn text mà được

đính kèm giữa chúng.

Thuộc tính ALT giúp để bổ sung thêm những lời chú dẫn nếu bộ duyệt web không thể tải được các đồ họa trên trang web của bạn. Thuộc tính cao và rộng (WIDTH & HEIGHT) giúp để ấn định bề rộng và chiều cao của hình ảnh đang đưa vào. Tuy nhiên, những thuộc tính này không được khuyến nghị sử dụng các hình ảnh trong định dạng jpg vì ấn định giá trị không đúng có thể dẫn đến sự tổn hại về chất lượng đồ họa.

Bởi vậy trước khi chèn bất cứ đồ họa nào vào các trang trên website, bạn nên hiệu chỉnh các thông số của nó bằng bất cứ trình biên tập đồ họa nào. Nếu khi nền trang không được như mong muốn thì bạn có thể đặt bất cứ nền đồ họa nào trên trang web của bạn bằng cách đưa ra thuộc tính nền (BACKGROUND) của thẻ tag <BODY>. Vì bộ duyệt web tự động đặt các ảnh được copy lấp đầy trang cho nên hình ảnh mà bạn sử dụng cho nền nên có cỡ nhỏ.

Hãy luôn nhớ rằng trong lúc tạo nền đồ họa, bạn nên sử dụng nhiều các ảnh mang ấn tượng thu hút thị giác sao cho không ảnh hưởng tới việc đọc tin của khách hàng. Ví dụ, việc đặt một đoạn text trên trang có nền con hổ sẽ dẫn đến mất đi sự tập trung vào nội dung của bạn bởi khi đó việc đọc tin sẽ hoàn toàn bị sao nhãng. Một ảnh đẹp nên được lặp lại nhiều lần sao cho trông chúng liền thành một khối mà không có sự phân cách hay đường gờ giữa các ảnh với nhau.

Bạn đừng quên chú ý tới màu sắc và cỡ, phong chữ, nếu bạn muốn tạo được nền đồ họa thuận lợi nhất cho việc đọc tin. Thuộc tính BORDER (đường viền) giúp những người thiết kế ấn định kích thước của khung xung quanh ảnh đồ họa. Những người thiết kế đồ họa web có kinh nghiệm khuyên dùng định dạng gif cho các nhân tố đồ họa trên website như các trình đơn (menu) và các banner còn đối với các ảnh nhiều màu sắc thì có định dạng jpg. Dù thế nào chăng nữa, bất kể bạn làm điều gì bạn hãy nhớ một thực tế rằng bạn đang tạo một thiết kế web chuyên nghiệp cho các khách hàng tiềm năng của bạn thì trang web đó nên được dễ dàng sử dụng ngay từ lúc thiết kế đồ họa và phát triển web.

50) Tiêu chuẩn để trở thành nhà thiết kế giỏi là gì ?

Nghệ thuật là từ một người nghệ sĩ ... Tiêu chuẩn để trở thành một nhà thiết kế giỏi là gì? Bạn tự hỏi rằng một nhà thiết kế nên là một họa sĩ hay một họa sĩ giỏi có thể là một nhà thiết kế web chuyên nghiệp tạo ra bản thiết kế web chuyên nghiệp, phát triển hoạt ảnh flash vv..? Đây là một câu hỏi được nhiều nhà tuyển dụng muốn biết khi tìm kiếm nhân viên. Có một ý kiến rằng một nhà thiết kế tốt mà sử dụng các đồ họa trên trang web có thể chưa hẳn là một họa sĩ giỏi.

Nhóm chuyên thiết kế đồ họa web của chúng tôi đã không theo ý kiến này. Họ đều kết hợp thành công được cả hai tài năng: Khiếu nghệ thuật và kỹ năng thiết kế đồ họa web. Nếu bạn có một số kỹ năng và có thể vẽ được thì cũng không có nghĩa rằng bạn là một họa sĩ . Nếu bạn đã học một vài chương trình như Photoshop và Corel Draw thì điều đó cũng không có nghĩa rằng bạn có thể tạo ra được bản thiết kế web chuyên nghiệp. Kể cả một ai đó có một chiếc camera thì họ cũng chẳng thể là một nhiếp ảnh gia chuyên nghiệp.

Ngày nay, nhiều người có thể sử dụng các công nghệ đồ họa nhưng chỉ một số người có thể ứng dụng được công nghệ này tốt. Vậy điều gì là sự khác biệt giữa một nhà thiết kế đồ họa

web và một nhà thiết kế giỏi? Một nhà thiết kế giỏi là một họa sĩ trong chính tâm hồn mình. Họ hiểu về công việc của họ như là một nghệ thuật với ước vọng sâu xa trong tâm hồn mình giống như Michelangelo thời hiện đại tạo ra tượng “David” (kiệt tác điêu khắc trong thời kỳ phục hưng) trên trang web của mình.

Một trong những nhà thiết kế đồ họa web của chúng tôi đã nói: “Khi tôi nhận được một đơn đặt hàng, điều đầu tiên tôi nghĩ tới là - Tôi muốn tạo được những điều sẽ thực sự thu hút khách hàng của mình, khiến họ luôn trở lại và ngắm tác phẩm của tôi giống như họ xem những bức tranh đẹp trong phòng trưng bày nghệ thuật”. Dĩ nhiên, một sự đền đáp giá trị chính là một động cơ thúc đẩy tốt không chỉ cho những người hiểu về vấn đề mỹ thuật mà cho cả những người thiết kế đồ họa web để kiếm tiền.

Đó là nguyên tắc chính trong xưởng thiết kế của chúng tôi - Chúng tôi mong muốn tạo được tượng “David” hoặc Venus de milo (tượng thần vệ nữ) cho các khách hàng của mình mà không phải chỉ làm cho xong đơn đặt hàng của họ.

Bất cứ điều gì có niềm đam mê đều có thể trở thành một nghệ thuật thực sự, cho dù một bức tranh do một nghệ sĩ vẽ nên hay một cái bánh biscuit được làm từ bếp trưởng cừ khôi trong nghệ thuật nấu ăn. Sự khác biệt chính giữa một công việc đơn thuần và một công việc nghệ thuật thì trước tiên bạn phải hoàn tất các yêu cầu rồi sau đó mới sáng tạo. Khi bạn để tâm một phần hay cả tâm hồn vào từng chi tiết, thì bạn đã mang đến một phần khả năng sáng tạo và năng khiếu của mình. Bạn càng hào phóng hơn thì bạn càng tạo ra cho thế giới này những điều thú vị hơn. Hào phóng để đưa thế giới nội tâm của mình tới mọi người khác không sợ bị từ chối hay hiểu lầm đó chính là sự can đảm sẽ mang đến thành công.

Hãy tưởng tượng rằng nếu bạn phải thiết kế nội thất một căn phòng trẻ thơ. Bạn đã được đưa ý tưởng chung, màu sắc được gợi ý, đồ đạc và những chi tiết khác đã được thảo luận, rồi gập gờ và tìm hiểu những đứa trẻ sống trong căn phòng đó và biết được rằng các kiểu hình vẽ thành thị không phải những gì chúng mong muốn mà chúng lại thích những bức tường được trang trí sặc sỡ theo phong cách châu Phi với các khu rừng và cuộc đi săn hoang dã.

Những gì bạn có thể làm là tuân theo đơn đặt hàng gốc dù điều này sẽ không cho phép bạn tạo ra một tác phẩm thực thụ. Cho nên bạn hiểu rằng những gì bạn làm sắp tới sẽ không làm khách hàng hài lòng. Song bạn có thể thay đổi bằng cách tạo một căn phòng trẻ thơ kỳ lạ với những con hươu cao cổ, hà mã, sư tử và cây cao lớn với những kỹ xảo mang về châu Phi. Tất nhiên, đó không phải là yêu cầu ban đầu của khách hàng. Nhưng mục tiêu cuối cùng của họ là tạo được một căn phòng thoải mái cho con cái của họ và làm chúng thích thú. Giới thiệu cho họ xem bản phác thảo về căn phòng có phong cách châu Phi của bạn thay vì phong cách New-York nhằm chán có thể sẽ là sự rủi ro nhưng nó cũng sẽ là sự thể hiện cho tính táo bạo của bạn để thấy rằng bạn là một nghệ sĩ đặc biệt và sự thực hiện hoàn hảo sẽ chứng tỏ rằng bạn cũng là một trong những người tạo được bản thiết kế chuyên nghiệp.

Là một nhà thiết kế giỏi không chỉ thể hiện trình độ nghề nghiệp mà còn sáng tạo và mang lại cho khách hàng một cảm giác được sở hữu một cái gì đó có giá trị cao, độc đáo và quý báu.

51) 3 chiến lược hàng đầu để bạn có một trang web vượt trội

Khi thiết kế một trang web mới cho công ty, dù website đó lớn hay nhỏ thì điều quan trọng là khiến mọi người luôn trở lại với trang web của bạn. Quan điểm của mỗi người về một website hiệu quả có sự khác nhau. Một số người có thể quan trọng về giao diện trong khi những người khác lại quan tâm đến sự tiện ích nhiều hơn. Nếu bạn có thể đáp ứng được những tiêu chí này thì trang web của bạn thật tuyệt.

1. Giao Diện

Không ai muốn nhìn một website có giao diện kém thu hút nhưng nếu nó quá sặc sỡ thì cũng khiến khách truy cập rời bỏ. Việc tìm thấy một sự hài hòa tốt giữa chúng là chìa khóa để có bản thiết kế web hiệu quả. Màu sắc có thể được sử dụng để thể hiện cảm xúc tình cảm của con người cũng như có thể khuyến khích họ mua hàng. Các nhà thiết kế web chuyên nghiệp đã sử dụng tâm lý màu nhằm truyền tải những lời thông điệp khác nhau tới người dùng. Một bản thiết kế đừng nên quá phức tạp hay khó hiểu và cũng nên phù hợp với loại hình kinh doanh cũng như sản phẩm hoặc dịch vụ mà bạn mời chào.

2. Mục đích trang web

Trước khi phát triển một trang web bạn cần phải đặt ra các mục tiêu và hãy tự hỏi bản thân rằng bạn muốn mọi người có được lợi ích như thế nào từ trang web của bạn. Nội dung của website nên luôn được cập nhật. Rất dễ nhận thấy khi website chưa được cập nhật. Điều này có phản ánh không hay về công ty bởi vì trang chủ như là bản tóm tắt chung nội dung website. Bạn cũng cần có một nội dung website phản ánh được mục tiêu chính và những gì bạn đang cố gắng làm cho thế giới này.

3. Tính tiện ích

Vì Internet cung cấp vô vàn thông tin nên khó giành được sự chú ý của mọi người cũng như giữ họ trên trang web của bạn. Một trong những điều khiến người truy cập hay rời bỏ nhất là tiện ích nghèo nàn. Một trang web cần được đơn giản và dễ sử dụng. Điều hướng nên dễ dàng truy cập tới được mọi trang trên website. Khách truy cập sẽ không bao giờ phải kích chuột nhiều hơn 4 lần để vào một trang cụ thể. Một quy tắc chung của hầu hết các chuyên gia thiết kế web là không nên để khách truy cập nhấp chuột quá 2 lần khi truy cập tới bất kỳ trang nào trên website. Cấu trúc điều hướng phức tạp sẽ nhanh chóng làm mất khách truy cập và họ sẽ rời bỏ nếu họ không thể tìm thấy những điều mà họ đang tìm kiếm. Bạn hãy nhớ đến một điều nữa là các nhà cung cấp dịch vụ của bạn. Thời gian vận hành máy chủ của bạn nên là (99,9% trở lên) cùng tốc độ truyền nhanh nhất.

Bất cứ điều gì bạn đang cố gắng để tiến hành một website, cho dù nếu là quảng cáo cho công ty hay bán sản phẩm thì mục tiêu chính vẫn là giành được lưu lượng truy cập. Ba chiến lược trên là những cách chứng minh cho công ty của bạn có một trang web vượt trội.

52) Nhà thiết kế web giỏi và một nhà phát triển website nên biết!

Điều gì thực sự nhận biết được một website hiệu quả từ trang web có thiết kế xấu? Chủ đề có thể được tranh luận rộng rãi giống như Windows trên Linux song chung qui lại chỉ là: Phát triển và thiết kế web! Một nhà thiết kế web giỏi cung cấp các dịch vụ thiết kế website phải biết được sự khác nhau giữa hai điều đó.

Phát triển web thường chỉ có liên quan tới mặt kỹ thuật để xây dựng một website nhưng lại là một phạm vi chung với bất kỳ các quá trình có liên quan nào tới website, ứng dụng web, phát triển thương mại điện tử, phát triển nội dung web, phía khách hàng/ mã server, các giải pháp web và hệ thống cơ sở dữ liệu website.

Mặt khác, thiết kế web được hiểu như một phần nghệ thuật để tạo ra một trang web đòi hỏi sự thu hút thị giác, liên kết bố cục, sử dụng màu sắc và tất cả các yếu tố khác có ý nghĩa với giao diện chung và chức năng của một website.

Vì vậy, chúng tôi có thể kết luận rằng phát triển web tương đương với một lập trình viên thành thạo logic, trong khi thiết kế web lại như một sản phẩm ý tưởng sáng tạo và sự tưởng tượng của người nghệ sĩ. Nếu điều này đúng thì tôi chắc rằng hầu hết các hãng thiết kế web và các nhà thiết kế web cá nhân ở Philippines sẽ đồng ý rằng một website hiệu quả phải có sự kết hợp cả về mỹ quan và logic chương trình.

Dù đa số các nhà thiết kế web không đạt được 2 điều quan trọng này. Điều không mong muốn nhất là hầu hết các nhà phát triển web không nhận ra được những tiêu chuẩn chuyên môn đó. Tôi luôn khuyến khích cá nhân mạnh dạn và tài năng có sự am hiểu về phát triển và thiết kế web song họ nên có thêm kiến thức cơ bản về khái niệm html và biên tập hình ảnh phù hợp với trang web thương mại.

Chúng ta phải nhớ rằng trang web là công việc kinh doanh chúng ta cũng như trực tuyến cá nhân. Nó là tất cả những gì mà chúng ta đang có và là điều thực sự quan tâm để truyền tải tới các khách hàng và khách hàng tiềm năng. Thế nên, website là tiền tuyến của chúng ta trong thời đại thông tin, bởi vậy nên được bố trí hợp lý và thiết kế phù hợp để phục vụ mục tiêu của nó.

Tuy hiện có rất nhiều cung cấp ứng dụng về “tạo nhanh trang web riêng” và mẫu website có sẵn” khác. Chúng đã cản trở những ý tưởng này của tôi bởi vì nó mâu thuẫn ngay tới điều tôi vừa mới thảo luận ở trên. Việc lựa chọn để xuất bản một website từ một web mẫu giống như việc mua một hộp bìa cát tông trắng trong một cửa hàng bách hoá và dán lên nó tên sản phẩm không thương hiệu, không hình ảnh và không xác nhận! Điều đó giống như nhãn hiệu “nước mắm cá” thông thường mà bạn nhìn thấy trên khắp thị trường buồn tẻ.

Như tôi đã đề cập, phát triển web và thiết kế web là 2 lĩnh vực quan trọng trong vấn đề này. Phát triển web là khóa học mà có thể được học ở trường.

Song, thiết kế là phạm vi thực sự khác biệt trong lĩnh vực thiết kế website, như ngụ ý rằng nó là công việc triển khai cùng những ý tưởng sáng tạo được đan dệt chu toàn bởi một

nghệ sĩ - một nhà thiết kế tài tình trong việc kết hợp biểu tượng, màu sắc, kích cỡ và vị trí cho mọi yếu tố trên một website.

Vì vậy, để nói rằng, nếu bạn có website kinh doanh uy tín được làm từ các mẫu có sẵn, có thể bạn sẽ có một rủi ro là trang web của bạn sẽ giống một website nào đó trên internet mà chỉ với sự khác biệt rất nhỏ như biểu tượng và nội dung text, nhưng chúng lại chỉ là một “bản sao thị giác” của nhau thôi.

53) Wix – thuật riêng trong thiết kế web

Tạo một website thật nhiều thú vị, chỉ ít với người có thâm niên 8 năm trong nghề thiết kế web như tôi. Phải thừa nhận rằng công việc đó đã đưa tôi trở về năm 2000 để hiểu về trình biên tập HTML và các phần mềm đồ họa hoạt động ra sao.

Vì Internet và thiết kế web đã phát triển quá nhanh nên các site flash miễn phí hiện nay được xem là “phương pháp cũ” hoặc thậm chí lỗi thời, do đó, để giữ được kiểu mẫu đẹp, tôi phải mất vài tháng để tìm hiểu chương trình Adobe Flash.

Một tháng trước đây, cô con gái 14 tuổi của tôi đã khiến tôi rất ngạc nhiên khi tôi được xem flash cá nhân của nó trên trang Wix.com. Flash đó đã được tạo với trình xây dựng web trực tuyến vì nó đã sử dụng một [premium account](#) để thực hiện toàn bộ quá trình tạo flash này.

Dẫu sao tôi cũng phải nghiên cứu hàng giờ về dịch vụ mới này và thấy những điều sau:

Khả năng tiếp cận: 9/10 Để thử công cụ trực tuyến này bạn phải đăng ký, nhưng toàn bộ quá trình rất dễ làm việc bằng...email, nickname và mật khẩu của bạn và bạn có thể thiết đặt tất cả.

Tính tiện ích: 10/10 – Hãy tạo một website flash miễn phí để bạn cần biết thao tác kéo và thả (drag & drop) như thế nào.

Công cụ, trình quản lý (Add-ons) và chương trình chạy các ứng dụng JavaScript(widgets): 10/10 – Sự đa dạng thú vị của những tính năng tạo nên toàn bộ tiến trình trình xây dựng web.

Kế hoạch xuất bản và lưu trữ: 9/10 miễn phí 0.5 GB băng thông và lưu trữ 200 MB. Thế nhưng con gái tôi đã nâng cấp tài khoản của nó và gán domain hiện thời cho dự án Wix của nó.

Người sử dụng lý tưởng: Bất cứ ai có ý tưởng sở hữu một site flash hoặc bố cục độc đáo của MySpace thì sẽ có nhiều lý do hơn để học hỏi những kỹ xảo.

Kết luận: Nhờ bản thiết kế web Wix.com , việc lưu trữ và duy trì site flash không còn quá khó khăn nữa. Tôi hoàn toàn tin tưởng vào dự án này sẽ phát triển từ một nền trình xây dựng site trực tuyến hùng mạnh thành một mạng xã hội phổ biến cho những nhà thiết kế web. Ý tưởng này đang tiếp cận tới kinh nghiệm trực tuyến nhằm tác động tích cực đến xu

hướng thiết kế web.

Và tin thú vị là WiX đang hoạch định khai trương một thị trường thiết kế, nhờ đó tôi sẽ có thể bán một số sản phẩm giống như các bản thiết kế web chuyên nghiệp khác. Tôi đảm bảo rằng mình sẽ giám sát vào dự án này cũng như trên [forum](#) của nó.

54) Làm thế nào để thiết kế lại trang web của bạn

Việc thiết kế lại một website có thể dễ hay khó hoặc cũng giống như tạo lập một trang web. Hãy xem những điều sau để hiểu thêm về tiến trình của nó.

Hãy lựa chọn một công ty thiết kế web có danh tiếng

Để giành được kết quả tốt nhất, bạn hãy chọn một công ty thiết kế có danh tiếng. Điều đó quan trọng không chỉ trong khía cạnh thiết kế mà còn đảm bảo cho cả sự phù hợp về nhu cầu cũng như sự liên quan đến những gì mà bạn đang tìm kiếm. Vì nó quyết định sự thành công của bạn.

Hãy phát triển một website đặc thù

Một trong những quan tâm chính nhất là giao diện tổng thể của website. Ngoài những gì mà bạn đã lựa chọn để triển khai, tính đặc thù của web cũng rất quan trọng vì nó xác định các yếu tố khác như: Kiểu chữ và đồ họa trên website.

Hãy quan tâm đến nội dung website

Nội dung là khía cạnh then chốt. Hãy đảm bảo cho nguồn thông tin trên web hợp pháp, tin cậy, dễ đọc và dễ hiểu.

Hãy tạo một website dồi dào từ khóa

Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO) tốt cũng rất quan trọng không chỉ trong thiết kế mà trong cả triển khai. Hãy nghiên cứu về các từ khóa của bạn sao cho hiệu quả.

Hãy so sánh các trang web với những công cụ tìm kiếm

Như đã đề cập, tối ưu hóa công cụ tìm kiếm tốt (SEO) rất quan trọng. Nếu bạn không biết dùng những từ khóa nào thì hãy dùng những công cụ tìm kiếm từ khóa như: [Wordtracker](#). Khi bạn có những từ khóa này, hãy so sánh với các website chứa những từ khóa có vị trí hiệu quả trong tìm kiếm.

Hãy giữ cho website luôn được cập nhật

Hãy giữ nội dung trên trang web của bạn luôn được cập nhật. Để làm điều này, cần một chiến lược theo dõi nội dung trên các website khác. Điều này sẽ giúp trang web của bạn luôn mới mẻ. Điều quan trọng hơn là theo dõi được các xu hướng để biết có những điều gì mới đang diễn ra.

Hãy để điều hướng truy cập thật dễ dàng

Điều hướng truy cập đơn giản và rõ ràng là một trong những then chốt. Hãy đảm bảo điều hướng truy cập thật dễ dàng. Nếu quá phức tạp. Nó sẽ phủ nhận lợi ích của bạn vì các khách hàng tiềm năng không thể ghé thăm một trang web mà họ phải mất nhiều thời gian mới tìm thấy được thông tin.

Hãy đảm bảo cho website nhìn “ bắt mắt ”

Một trong những điều quan trọng nhất mà bất cứ website nào cũng cần là giành được sự thu hút. Bạn có thể thiết kế lại trang web của mình khi chưa có được điều này. Hãy cân nhắc kỹ những thông điệp của bạn rồi tiếp tục tìm tòi/sáng tạo một bố cục phù hợp sao cho thu hút người xem.

Hãy mang lại sự tin cậy

Hãy mang lại sự tin cậy bằng cách như: cung cấp thông tin về công ty của bạn nhiều nhất có thể; bổ sung một diễn đàn thảo luận ở nơi mà tất cả các khách hàng có thể nhận xét về các dịch vụ của bạn và chia sẻ những kinh nghiệm mà họ đã có từ các dịch vụ này.

55) Qui ước trong thiết kế web

Qui ước khiến công việc của người thiết kế dễ dàng hơn. Nghĩa là, chúng ta không phải tìm kiếm giải pháp cho những vấn đề thông thường mà tập trung hơn vào chi tiết.

Qui ước thiết kế là những nguyên tắc “bất thành văn” đã được thừa nhận và đi vào tiềm thức trong văn hóa trực quan qua thời gian . Chúng giúp làm giảm lượng giải đoán cho người dùng.

Qui ước khiến công việc của người thiết kế dễ dàng hơn. Nghĩa là, chúng ta không phải tìm kiếm giải pháp cho những vấn đề thông thường mà tập trung hơn vào chi tiết.

Một trong những kỹ năng quan trọng để thiết kế hiệu quả là hiểu rõ và ứng dụng được những qui ước này với lợi ích tối đa.

Qui ước thiết kế là gì?

Qui ước thiết kế có thể là màu sắc, hình dạng, kiểu mẫu, bố cục, phông chữ và chúng đều bao hàm những ẩn ý muốn truyền tải.

Thật vậy, có hàng trăm qui ước thiết kế web mà bạn muốn hiểu thông qua những ví dụ đơn giản sau:

Ở nhiều nơi trên thế giới đều biết, hình tam giác màu vàng trong tín hiệu giao thông mang ý nghĩa “ cảnh báo”. Điều này đã trở thành một qui ước trong phần mềm.

Khi nhấp chuột vào vùng màn hình, chẳng hạn như nút bấm (hình chữ nhật được nổi cùng với hình xiên) sẽ thực hiện thao tác như theo qui ước. Nút này như những nút bấm trên các thiết bị như đài, ti vi và máy tính. Nhờ việc điều khiển một nút bấm, người dùng có thể kết hợp và thực hiện các thao tác.

Các trình duyệt web đầu tiên đã dùng màu xanh nhạt và định dạng gạch chân cho các text hyperlink. Qui ước này đã “ phải chịu đựng” suốt một thập kỷ qua, dù nó chưa phải là dễ đọc nhất.

Nếu bạn muốn tới trang chủ của một website, trước tiên bạn sẽ nhìn về phía trái trên cùng

của màn hình để nhìn thấy lô gô hoặc nút bấm có từ “ trang chủ”. Dù không ai nói với bạn điều này nhưng bạn biết được từ kinh nghiệm.

Nếu bạn nhìn thấy một tập hợp của: Các từ khóa | được ngăn kết bởi | các đường nhỏ thẳng đứng tại phía cuối của trang web, bạn thừa nhận rằng chúng là một tập hợp của các đường liên kết chung trong phạm vi của trang web. Điều này cũng là một qui ước mà bạn đã biết được từ những website khác.

Cách qui ước hoạt động

Vì sao qui ước lại giá trị đến thế: Bởi chúng là những biểu tượng tắt, có khả năng tổ hợp truyền tải thông tin trực quan đơn giản nhất. Một vòng tròn đỏ quanh dấu chấm than có tác động đến tư duy hơn từ “ cảnh báo”. Thật thú vị, vì chúng mang lại cho bạn sự hiệu quả và tiết kiệm thời gian.

Vậy thì có nên thường xuyên sử dụng qui ước hay không? Có lẽ bạn chỉ nên sử dụng khi cần thiết.

Chúng là những nguyên tắc và như những qui ước tốt nhất, chúng có thể bị phá vỡ hoặc “ phải tuân thủ”. Bí quyết của những nhà thiết kế web là phải biết được khi nào qui ước bất lợi với chức năng thiết kế và khi nào nên sử dụng nó. Cũng như bất cứ hệ thống nguyên tắc nào khác, bạn phải hiểu chúng để lựa chọn cách theo . Điều đó cũng rất quan trọng vì có thể tránh được một bản thiết kế với qui ước không phù hợp.

Hãy xem những ví dụ sau:

Tại một website sử dụng một tam giác cảnh báo màu vàng khi đưa ra cho người dùng vài thông tin. Nhưng thực tế, nó chỉ là một tập tin chứ không có nội dung cảnh báo, bạn đã biết kiểu cảnh báo. Vậy đây là cách dùng sai qui ước.

Ở giao diện trên trang web khác đang được thiết kế lại thì dùng những nút bấm động trên thanh công cụ có hiển thị ngay. Để duy trì sự nhất quán, người thiết kế đã đặt lịch trên vùng động. Dù rõ ràng nó chỉ là lịch, song mọi người cố gắng nhấp chuột vào, vì nó nói, "hãy bấm vào tôi> hãy nhấp chuột> điều gì đó xảy ra". Tôi khuyến nghị rằng hãy bỏ lịch đó đi và hãy để thanh công cụ chỉ dành cho các đường liên kết.

Nếu đoạn text màu xanh được sử dụng tại bất cứ nơi nào trên website thì ai đó sẽ thử nhấp chuột vào. Nếu nó không là đường siêu liên kết thì sẽ không cần thiết và hoàn toàn làm đảo lộn.

Ở phương tây, biểu tượng mô tả website thường đặt tại phía bên trái trên cùng mỗi trang. Vị trí này là nơi mọi người có thể biết được họ đang ở đâu và điều hướng về phía trên.

Nếu biểu tượng được đặt tại bất cứ vị trí nào khác sẽ mang lại sự thuận lợi cho người thiết kế và người dùng nhiều hơn.

56) NHỮNG ĐIỀU LUẬT CƠ BẢN KHI THIẾT KẾ WEB

Những điều tưởng chừng giản đơn, ai ai cũng biết, nhưng Granny's Mettle sẽ cho chúng ta thấy rằng không phải ai cũng ý thức được những điều đã biết ấy thật là quan trọng. Cơ bản và cần thiết đó là những gì bài viết này muốn gửi tới những người thiết kế Web.

I. Điều luật cơ bản:

1. Người đọc không muốn phải kéo thanh cuộn ngang

Theo kinh nghiệm của bản thân, tôi cảm thấy rất khó chịu khi phải kéo thanh cuộn ngang để đọc nội dung của trang đó. Cho nên bạn phải không được thiết kế trang web khiến người đọc phải kéo thanh cuộn ngang, nếu không hậu quả sẽ rất lớn.

Theo kinh nghiệm của nhiều người thì bạn nên thiết kế web ở chế độ 800 x 600 Px vì hiện tại chỉ có 5% số người dùng màn hình 640 x 480 Px thôi. Với số lượng đó thì nghiêng về đa số vẫn hơn.

2. Thông tin quá dài ở một trang

Kéo chuột sang ngang để đọc đã là rất khó chịu rồi, nhưng kéo mãi kéo mãi xuống dưới để đọc thì cũng chẳng dễ chịu chút nào với người lướt web. Hơn thế nữa trong một nghiên cứu chỉ ra rằng đến 75% người lướt web chỉ "đọc lướt" thay vì "đọc từng chữ". Do đó một bài quá dài dễ làm người ta nản. Tuy nhiên nếu bài đó có nhiều thông tin, thì bạn nên chia ra làm 2, 3 trang cho nó cũng là một cách khắc phục.

Luật chung: Một trang web không nên để người đọc phải kéo 3 lần màn hình để đọc hết nội dung. Nếu bạn đang có vấn đề này thì hãy sửa chữa ngay đi. Tuy nhiên trừ trường hợp đặc biệt nếu đó là một chương sách thì không nói tới vì nếu người đọc đã biết nó là một chương sách và nội dung phù hợp với cái họ cần thì họ sẽ không ngại kéo đến cả chục trang đâu. Nhưng thường thì là nên như thế.

3. Dung lượng của một trang bất kỳ không nên nặng quá 50K

Nếu tất cả chúng ta đều tuân theo quy luật như $1+1 = 2$ thì tốt quá! nhưng bạn cũng nên biết rằng chẳng có cái gì là tuyệt đối, bao giờ cũng có những chỗ "sunsilk". Tuy nhiên một trang web load dưới 5 giây sẽ để lại ấn tượng rất tốt cho người đọc.

Trong thực tế, có đôi lần bạn thực sự phải để nhiều hình đồ họa trên một trang ví dụ như trang về hình ảnh. Nếu bạn có một thư viện hình ảnh thì việc upload những hình bự chà bá lên mạng là không thể tránh khỏi, vì bạn muốn hình đó đủ to, đẹp để mà thu hút người xem chứ. Nhưng trong trường hợp này thì người xem đã xác định trước nên không thành vấn đề. Chung quy lại một trang load nhanh bao giờ cũng được đánh giá cao hơn một trang phải mất cả thế kỷ mới load xong.

p/s: Tuy nhiên phụ thuộc vào từng thời kỳ mạng, nếu đa số người dùng sử dụng ADSL thì dung lượng trang web của bạn có thể được nâng lên.

4. Đừng bắt buộc người đọc phải download plug-ins

Một điều khó chịu không kém là khi vào một trang nào đó bạn bị bắt buộc phải download một cái plug-in dở hơi nào đó để phải xem một cái gì đó mà bạn thậm chí còn chưa biết nó tốt hay dở nữa.

Thực tế plug-in có thể tạo một ấn tượng mạnh cho phần giao diện của trang web. Nhưng bạn nên nhớ rằng không phải ai cũng có plug-in đó mặc dù chúng ta đang sống trong kỷ nguyên CNTT. Để làm cho tất cả mọi người đến trang của bạn đều có thể xem được, bạn nên nghĩ đến một cách hoàn thiện hơn như là dùng HTML để thay thế.

II. Những quy định chung:

- Mẫu thiết kế sử dụng kích thước thật của màn hình với khung hình chuẩn của web theo chiều ngang là 778px. Phần lớn người xem vẫn xem ở mode màn hình 800x600, ngoại trừ một số trường hợp đặc biệt có thiết kế riêng.
 - Sử dụng Mode màu RGB vì web chỉ hiển thị trên màn hình.
 - Nếu dùng Photoshop để dựng layout, yêu cầu bắt buộc phải dùng Folder Set để quản lý layer, vì mỗi website khi thiết kế hoàn chỉnh, có hàng trăm layer.
 - Việc dùng Flash cũng cần phải cân nhắc với những website thông tin vì nó chỉ thu hút người xem vào những lần truy cập đầu, sau đó sẽ chỉ làm cho website nặng lên không cần thiết. Khi làm file flash lớn, cần phải có phần loading.
 - Khi thiết kế, cần đưa tương đối đầy đủ nội dung với màu sắc, font chữ đúng với website sau này. Khi đặt nội dung, nên để font chữ ở chế độ Smooth là none, ko nên để là Crisp vì khi ra kết quả cuối cùng (web page) sẽ khác với thiết kế.
 - Không sử dụng các font chữ không chuẩn cho nội dung website, vì nếu máy người xem không có font đó thì sẽ hư toàn bộ layout. Nếu website sử dụng tiếng Việt, nên sử dụng các font Unicode chuẩn như Arial, Verdana, Tahoma, Times News Roman.
 - Các website thương mại nên hạn chế sử dụng các đường cong, hình ảnh lớn, background lớn chiếm diện tích thông tin của website trừ khi có thể quản lý chúng. Việc sử dụng đường cong hay background sẽ gây rất nhiều trở ngại khi chuyển qua HTML.
 - Cần nghĩ qua về việc làm sao chuyển chúng thành HTML trước khi thiết kế một thành phần nào.
 - Thiết kế web cần tính toán làm sao để tương thích với cấu trúc HTML của website, nếu không, khi phân tích ra thành các trang web HTML sẽ trở nên rất khó khăn cho việc xây dựng nội dung cũng như lập trình.
 - Trước khi thiết kế, cần có sitemap cụ thể, để việc trình bày thông tin trở nên rõ ràng, dễ thuyết phục người duyệt mẫu. - Nên xem mẫu thiết kế trên các loại màn hình khác nhau, tốt nhất trên màn hình CRT bình thường, vì đây là màn hình của người sử dụng. Tránh việc duyệt mẫu, xem mẫu bằng giấy in láng (hoặc rửa hình), hoặc màn hình laptop, LCD. - Màu sắc website cần nhẹ nhàng, phù hợp với mục đích của website, thông tin rõ ràng.
 - Cần có một mẫu GUI Logic trước khi bắt tay vào thiết kế, GUI Logic này cần được duyệt qua bởi Người đối tác. GUI Logic là bản thiết kế thô, bao gồm các vị trí của các thành phần trên website, người thiết kế sẽ dựa trên đó để làm graphic. Bản GUI Logic này được tính toán trước về mặt thẩm mỹ và quan trọng là usabilities.
- Chuyển trang web thành HTML
- Sau quá trình thiết kế web là quá trình phân tích, chuyển đổi mẫu thiết kế thành trang web HTML, cần theo các yêu cầu cụ thể sau:
 - Chương trình dựng trang web, chương trình thích hợp nhất là Macromedia Dreamweaver, vì đây là chương trình do rất nhiều lập trình viên đang sử dụng để code trực tiếp, tuyệt đối không dùng Frontpage. Frontpage có thể giúp đơn giản cho người sử dụng nhưng việc sinh mã HTML rất phức tạp, đặc biệt là sinh ra những mã HTML ko cần thiết và gây rối cho người lập trình.
 - Cắt web html cần có độ tỉ mỉ cao, nếu thiết kế mẫu layout, mất từ 4->8h (không tính thời gian sáng tạo), thì việc cắt web mất từ 2->4h một trang
 - Khâu thiết kế và khâu cắt web có vai trò rất quan trọng, vì sẽ tiết kiệm được thời gian cho các lập trình viên, tester sau này. Một trang web được cắt tốt không chứa các thành phần không cần thiết như mã HTML dư, hay các lỗi về cấu trúc HTML. Vì khi người lập trình làm

việc, họ gần như chỉ làm việc trên code chứ không làm việc trên phần design.

- Cần tính toán rõ ràng, cụ thể việc áp dụng Template trong website. Template giúp cho 1 website với những trang có thành phần giống nhau được quản lý một cách thống nhất, nếu cần thay đổi những phần này, chỉ việc chỉnh sửa file Template này.

- Phối hợp chặt chẽ với bộ phận phụ trách nội dung website để bố cục, cấu trúc website rõ ràng hơn.

- Khi cắt web, cần đưa các style css ở file riêng, không đưa định dạng font trực tiếp trong website, việc đặt tên các CSS cần sự nghiêm túc, có sự thống nhất. Hạn chế việc định dạng font chữ bằng tag < font >. Nếu có các link, việc đặt các css: link, active, visited, hover là cần thiết. Nên định font chuẩn cho toàn website bằng cách định nghĩa lại tag < td >.

- Sử dụng file spacer.gif để trang web có thêm các tùy biến thay vì định kích thước ngang dọc cho các < table > hay < td >

- . File spacer.gif là 1 file gif trong suốt có kích thước 1x1. Khi cần định chiều cao cho 1 td thì nên chèn file này vào td đó và định chiều cao cho file spacer.gif.

- Tránh việc Merge các Table lại với nhau quá nhiều, tối đa 1 cái. Việc này rất quan trọng, vì nó sẽ gây khó khăn và mất thời gian cho các lập trình viên khi làm việc.

- Cần xem kỹ lại cấu trúc, yêu cầu của bên thiết kế web, để có thể cho phép website co giãn theo kích thước màn hình hoặc cố định (nhỏ tối đa 800px). Nếu là các co giãn theo kích thước màn hình, cần tính toán thiết kế sao cho khi giãn ra không có những khoảng trống hình ảnh.

- **NẾU LÀ 1 WEBSITE ĐỘNG HAY CẬP NHẬT THƯỜNG XUYÊN, TUYỆT ĐỐI KHÔNG DÙNG CHỨC NĂNG SLICE CỦA PHOTOSHOP HAY IMAGEREADY.** Chức năng này chỉ thích hợp cho các website tĩnh vì HTML sinh ra rất phức tạp và có rối dẫn tới việc các lập trình viên không thể đọc hiểu hay chỉnh sửa được.

III. Những quy tắc khi sử dụng font chữ

1. Font phải dễ đọc

Nhiều người đồng ý rằng font chữ từ 12- 14 là font tiêu chuẩn được dùng trên web. Nếu to hơn hoặc nhỏ hơn cỡ đó là bạn đã đặt mình vào "vùng nguy hiểm" rồi. Màu của font chữ cũng nên phù hợp với nền, đừng chọn nền và chữ một màu gần giống nhau hay quá tương phản dạng nền màu trắng chữ màu ghi. Font chữ màu nhạt trên nền tối rất khó đọc

2. Dùng font phù hợp.

Font chữ không nên quá rắc rối mà có thể làm người đọc mất tập trung, mà font chữ nên phù hợp với nội dung của website. Ví dụ website cho trẻ em thì nên dùng font ngộ nghĩnh và nhiều màu sắc, nhưng website cho người lớn thì nên dùng font ngay ngắn và rõ ràng.

3. Nên dùng một loại font

Bạn nên sử dụng cùng một loại font cho toàn bộ trang web của mình, kể cả kích thước của font nữa. Hãy hình dung một trang web mỗi trang là một loại font thì nó sẽ nhìn ra như thế nào?

4. Chỉ nên dùng những font tiêu chuẩn

Bạn có biết rằng hiện nay có bao nhiêu font chữ tồn tại không? và hầu như ngày nào người ta cũng tạo ra một loại font mới. Nếu bạn may mắn kiếm được một font đẹp, thì hãy giữ cho riêng mình, đừng nên dùng trên trang web của bạn. Bởi vì chưa chắc gì người đọc của bạn lại may mắn giống bạn để có font đó. Cho nên lời khuyên của tôi là nên dùng font tiêu chuẩn như: Arial, Times New Roman, Tahoma, Corier New ... những font có sẵn trong Window vì bạn có thể chắc rằng ai cũng đọc được.

Nếu máy của người đọc không có font bạn chọn, nó sẽ tự động chọn một font mặc định

để thay thế.

1. Font phải dễ đọc

Nhiều người đồng ý rằng font chữ từ 12- 14 là font tiêu chuẩn được dùng trên web. Nếu to hơn hoặc nhỏ hơn cỡ đó là bạn đã đặt mình vào "vùng nguy hiểm" rồi. Màu của font chữ cũng nên phù hợp với nền, đừng chọn nền và chữ một màu gần giống nhau hay quá tương phản dạng nền màu trắng chữ màu ghi. Font chữ màu nhạt trên nền tối rất khó đọc

Và
Ví dụ về lỗi màu sắc khi sử dụng font chữ:

1. Font phải dễ đọc

Nhiều người đồng ý rằng font chữ từ 12- 14 là font tiêu chuẩn được dùng trên web. Nếu to hơn hoặc nhỏ hơn cỡ đó là bạn đã đặt mình vào "vùng nguy hiểm" rồi. Màu của font chữ cũng nên phù hợp với nền, đừng chọn nền và chữ một màu gần giống nhau hay quá tương phản dạng nền màu trắng chữ màu ghi. Font chữ màu nhạt trên nền tối rất khó đọc

5. Trang web có rất nhiều font miễn phí

Bạn có thể vào trang web sau có rất nhiều font miễn phí và rất đẹp: www.dafont.com.

IV. 7 điều cần tránh khi thiết kế web:

1. Nội dung sơ sài và kém hấp dẫn

Bạn nên nhớ rằng khi người lướt web họ tìm các trang web trong công cụ tìm kiếm là họ muốn tìm thông tin để dùng cho mục đích của riêng mình. Ví dụ trang web của bạn được họ tìm thấy, nhưng sau một lúc ngó dọc ngó xuôi, họ chẳng thấy có chút gì hấp dẫn họ về mặt nội dung cả. Và tất nhiên họ sẽ bỏ đi sang trang khác và sẽ không quay lại nữa.

Vậy nên bạn hãy tạo ra trang web với nội dung thật hấp dẫn, sao cho người ta phải Add favourite ngay lần đầu đến thăm.

2. Tốc độ load chậm

Một điều hết sức khó chịu là trang web của bạn có tốc độ load chậm. Người ta không kiên nhẫn quá 5 giây để ngồi chờ trang của bạn load đâu.

3. Giao diện nghèo nàn:

Bạn luôn phải nghĩ rằng những người lướt web đến thăm trang của bạn, họ không phải là những nhà thiết kế web chuyên nghiệp. Thậm chí họ chỉ mới biết đến Internet. Do vậy bạn phải làm sao cho trang của mình thật dễ sử dụng, người ta chỉ cần nhấn chuột 3 lần là đã tìm ra cái họ cần.

Thanh di chuyển nên chọn loại tiêu chuẩn là nằm ngang dưới banner hoặc bên tay trái. Đừng nên dùng những thanh di chuyển quá phức tạp.

Đừng nên dùng hiệu ứng Javascript cho con trỏ chuột

Màu chữ và cỡ chữ không nên quá to, hoặc quá chói. Tốt nhất là bạn nên chọn font chữ từ 12-14 Px và màu là màu đen. Người ta chứng minh được rằng, mắt người thấy dễ chịu nhất ở những trang có nền trắng chữ màu đen.

4. Kết hợp màu sắc quá tòi

Có đôi khi tôi vào một vài trang web về Photoshop Tutorial. Thật sự thì tôi cũng thích nội

dung trang web đó, nhưng màu sắc thì ... ôi thôi ... không thể tha thứ được. Nền màu đỏ, chữ màu xanh lá cây, viền vàng, chữ xám ... nhìn như một bát màu chứ không phải một trang web nữa. Ở những lúc như thế, tôi chỉ muốn thoát ngay ra mà không muốn chịu đựng thêm một giây nào nữa.

5. Có quá nhiều hình ảnh động và flash

Banner hoặc logo mà là dạng hình động chạy ra chạy dzô, ẩn hiện lập loè, xoay vòng vòng như chong chóng là những thứ mà các web designer nên tránh như tránh tà.

Một banner bằng flash giống như một bé mới tập làm web và khoe hết người này người nọ về tác phẩm mà cậu ta mới làm xong.

Một trang web chuyên nghiệp thì logo và banner nên là dạng hình tĩnh hoặc đơn giản chỉ bằng chữ. Có nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng banner và logo động dạng flash không mạng lại tính chuyên nghiệp cho trang web của bạn, mà sự thực nó làm điều ngược lại.

6. Bộ đếm số người truy cập – Hit Counter

Đoạn mã này chỉ được dùng bởi những tay mơ, mới bắt tay vào làm web. Bạn đừng bao giờ dùng đến nó. Bởi vì một host có cấu hình tốt sẽ giúp bạn kiểm tra được thông tin về số người truy cập là bao nhiêu, họ từ đâu tới, dùng trình duyệt gì, làm sao họ biết đến bạn nhờ công cụ tìm kiếm nào ...vân ...vân ... mà một bộ đếm truy cập thông thường chẳng bao giờ làm được như thế. Đó là chưa kể nó lại còn không chính xác nữa bởi vì mỗi lần có người refresh là nó lại nhảy lên một đơn vị.

Y tưởng dùng công cụ Hit Counter này xuất hiện đã 8 năm về trước rồi. Thế giới đã đổi thay, bạn cũng nên vậy.

7. Viết theo văn phong dễ hiểu

Bạn luôn phải nghĩ trong đầu rằng không phải ai lướt web cũng giỏi văn như Nguyễn Tuân, Tố Hữu ... mà trình độ của họ chỉ là trung học hoặc hơn chút. Do vậy bạn nên viết sao cho dễ hiểu, vào thẳng vấn đề và đừng nên vòng vo tam quốc, traу trуốt câu văn bóng bẩy làm gì.

Văn phong bạn viết trên Internet nên ngắn gọn, súc tích và dễ hiểu vì người đọc rất lười đọc trên mạng. Họ chỉ đọc lướt qua thôi chứ không đọc từng câu từng chữ đâu.

V. Những điều không nên khi thiết kế web:

1. Nên giữ cấu trúc trang web của bạn thật mạch lạc:

Có một vài webmaster muốn thay đổi cách nhìn của trang web vì họ muốn tránh sự nhàm chán bằng cách thay đổi cấu trúc của trang web ở những trang khác nhau. Ví dụ ở trang chủ thì thanh menu nằm dọc, sang đến những trang sau thì lại nằm ngang, hoặc vài trang khác lại là dạng menu trượt ...

Người lướt web thích sự mạch lạc, do vậy trang web của bạn cũng nên như vậy. Hãy thử xem các bản Window đều hao hao giống nhau về cấu trúc mặc dù tính năng thì khác nhau một trời một vực.

2. Đừng nên dùng Pop up

Pop up có lẽ là một dạng mã làm cho người lướt web cảm thấy khó chịu nhất. Bởi vì người ta bị ép buộc phải đọc cái mà người ta không muốn đọc. Giống như bạn đang đi đường bị ai đó ném một tờ giấy vào mặt bắt bạn phải đọc.

Có một vài lần tôi có dạo qua một vài forum thấy có một bảng pop up hiện ra với lời lẽ khá lịch sự là yêu cầu tôi đăng ký làm thành viên. Bảng pop up đó cứ lẻo đẹo theo tôi, khi tôi kéo chuột xuống dưới nó cũng xuống theo, kéo lên trên nó cũng lên theo mà không sao tắt nó đi được.

Vấn đề đặt ra là nếu nội dung của trang đó hấp dẫn tôi, thì không cần phải nhắc tôi tự

khắc sẽ đăng ký thành viên. Còn nội dung nghèo nàn thì cho dù admin của trang đó đăng ký nick cho tôi, chỉ cho tôi password và thậm chí login vào giúp tôi. Tôi chỉ việc post bài thôi cũng chưa chắc tôi đã tham gia chứ huống gì tôi phải đăng ký thành viên vì cái pop up đó.

Do vậy bạn hãy thật thận trọng khi dung pop up.

3. Nên dùng hệ thống thanh di chuyển tiêu chuẩn

Có nhiều webmaster muốn cho trang web của mình sinh động nên nghĩ ra nhiều loại thanh di chuyển (navigation). Có người cho nó xoay vòng vòng quanh một quả cầu, có người cho nó chạy loanh quanh, có người cho nó trượt lên trượt xuống ... những kiểu này chỉ làm người xem nhức mắt và nhầm lẫn.

Những trang web lớn họ đều dung navigation rất đơn giản là nằm ngang phía trên hoặc phần trên bên tay trái.

4. Nên để trang web của bạn phù hợp với màn hình 800 x 600 Px

Hiện nay màn hình 800 x 600 không còn chiếm đa số nhưng không hẳn là nó đã biến mất và vẫn chiếm khoảng 40% tổng số những người online. Cho nên khi bạn thiết kế, bạn hãy để tâm đến 40% này. Việc kéo thanh trượt lên hoặc xuống không thành vấn đề vì việc đó khá dễ dàng với con chuột hỗ trợ con lăn. Nhưng việc kéo thanh trượt sang ngang là cả một vấn đề lớn và vô cùng khó chịu với người lướt web.

5. Đừng tự động tái định hướng người dung sang một trang khác:

Đôi khi có những webmaster muốn người xem chú ý đến một trang đặc biệt nào đó nên đã đặt đoạn mã tái định hướng mỗi khi ai click vào một trang cụ thể. Việc này có thể làm người dùng thấy khó chịu và không an tâm. Nếu bạn thực sự phải chuyển người dung đến một trang nào đó, hãy để một đường link thay vì tự động chuyển họ.

Vấn đề then chốt ở đây là chúng ta tránh áp đặt những gì mình nghĩ cho người dùng, nên cho họ sự lựa chọn.

6. Nên giữ dung lượng của trang chủ không vượt quá 60Kb:

Trang web có thể bao gồm chữ, hình ảnh và những định dạng khác như Flash và hình động. Nhưng khi bạn cộng tất cả các thành phần đó lại, thì dung lượng của nó không nên vượt quá 60 K.

Bởi theo các nghiên cứu được tiến hành, nếu trang web của bạn mất hơn 4 giây để load thì bạn đã mất một nửa số người đến thăm, còn nếu hơn 5 giây thì bạn mất trắng. Bạn thử tự hỏi mình bạn có thực sự kiên nhẫn khi phải chờ một trang nào đó ở kết quả tìm kiếm của Google khi nó load chưa?

7. Đừng canh giữa tất cả mọi thứ

Canh giữa tất cả chữ vào giữa giống thể thơ lục bát rất khó đọc, hãy tưởng tượng khi bạn đọc một cuốn sách mà tất cả chữ nghĩa đều được căn giữa.

Quy luật in trên giấy đã xuất hiện từ rất sớm và ai cũng phải công nhận rằng căn lề trái là cách dễ đọc nhất. Vậy trước khi bạn nên làm gì, hãy nhớ đến những gì ngành in ấn đang làm.

8. Đừng dùng Javascript cho con trỏ chuột

Tôi cũng có nhiều lần được chiêm ngưỡng những Javascript cho con trỏ chuột như đồng hồ chạy theo chuột, ánh sao lấp lánh, mũi tên, thanh gươm ... nói chung nhìn nó đẹp và vui nhộn nhưng nó chỉ thích hợp với những trang cho trẻ con dưới 5 tuổi. Với những người như tôi, tôi chẳng thấy thích một cái đồng hồ hoặc một loạt ngôi sao cứ bám như đĩa lầy con chuột của tôi.

Do vậy hãy loại bỏ những thứ đó và chỉ nên dùng khi thực sự cần thiết.

9. Tham khảo những “ông lớn” trên net

“Ông lớn” ở đây tôi muốn đề cập đến là các trang web lớn với hàng triệu người truy cập một ngày như Yahoo, Google, MSN ... bạn nên tham khảo cách thiết kế, trình bày, font chữ, màu sắc, hiệu ứng của họ.

Vì họ là công ty lớn, làm ăn lâu dài và họ đầu tư cả tấn tiền vào nghiên cứu rồi cho nên những gì họ dung là kết quả của cả một quá trình đúc rút kinh nghiệm từ những sai lầm. Cho nên hãy tham khảo cách họ làm và học hỏi ở họ.

57) Làm thế nào để tăng khả năng truy cập cho website của bạn?

Thực tế thì khả năng truy cập có thể giảm được chi phí và mang lại lợi nhuận. Vậy tại sao không tìm ra các cách để khả năng truy cập cho trang web của bạn được tốt hơn?

8 thủ thuật tạo khả năng truy cập cho website của bạn

Ngày nay, các nhà quản trị và chuyên gia web đều biết rằng khả năng truy cập là yếu tố chính làm tăng lưu lượng truy cập, đồng thời điều đó cũng là một vấn đề mà bất cứ ai cũng cần phải quan tâm. Hãy lưu ý rằng khả năng truy cập khác với tính tiện ích! Tiện ích thể hiện sự tương tác dễ dàng trên giao diện và nội dung dễ đọc thì khả năng truy cập lại liên quan nhiều đến lưu lượng khách ghé thăm.

Tại sao khả năng truy cập lại quan trọng đến vậy?

Nói chung, mọi trang web cần phải đáp ứng được thị hiếu và nhu cầu. Ngoài những nhóm người thông thường dùng internet thì cũng cần website phù hợp với:

Nhóm người có thị lực kém

Nhóm người dùng máy tính có cấu hình thấp

Nhóm người sử dụng các trình duyệt khác nhau

Theo dữ liệu thống kê thì trên thế giới có khoảng 20% người thuộc các nhóm trên.

Thêm nữa, nội dung cũng nên luôn sẵn sàng cho mọi người dùng mà không bị quá phụ thuộc vào cách truy cập của họ (trình duyệt bằng máy tính, điện thoại hoặc trình duyệt giọng nói) hay từ các tác nhân bên ngoài của môi trường (quá nhiều ánh sáng hoặc tạp

nhiều). Một lý do nữa tại sao khả năng truy cập lại đáng để xem xét là tốc độ tìm kiếm thông tin mà mọi người quan tâm.

Ngôn ngữ là một vấn đề cần được quan tâm. Bởi không phải mọi khách truy cập đều có thể hiểu đầy đủ được ngôn ngữ trên trang web của bạn.

Song, thực tế thì khả năng truy cập có thể giảm được chi phí và mang lại lợi nhuận. Vậy tại sao không tìm ra các cách để khả năng truy cập cho trang web của bạn được tốt hơn?

8 thủ thuật tạo khả năng truy cập

Hãy “tối ưu” HTML

Việc sử dụng HTML là một trong những tính năng quan trọng nhất để làm tăng khả năng truy cập cho website. Song, vấn đề không chỉ đơn giản. Cần phải tính tới các loại trình duyệt khác nhau, cả những phiên bản cũ lẫn phiên bản mới, đưa ra những cách “tối ưu” HTML. Để đảm bảo cho text HTML của bạn chính xác, bạn có thể sử dụng các chương trình chuyên biệt như: [W3C HTML Validator](#) or [WDG HTML Validator](#) để cho phép bạn hiệu chỉnh các lỗi chính tả có thể mắc phải mà bạn không nhận ra. Hãy thận trọng với nhiều chương trình khác khẳng định có thể tối ưu được HTML.-->**Hãy thu hút “tối ưu” HTML.**

Mặt khác, bạn sử dụng HTML không chỉ để cho đẹp mà còn nhấn mạnh cho cấu trúc và nội dung trên web thay vì chỉ thể hiện vẻ ngoài. (Ví dụ, bạn thường sử dụng tính năng chữ đậm không chỉ để thu hút mắt mà còn để đánh dấu một tuyên bố, một ý tưởng, một vấn đề. Bạn có thể sử dụng các yếu tố EM hoặc STRONG để thể hiện sự nhấn mạnh.

Dùng thẻ ALT dưới dạng text

Liên quan tới các hình ảnh, khi sử dụng IMG và AREA bạn cũng nên cung cấp thẻ ALT để lựa chọn; mục đích của nó là thực hiện chức năng hơn là chỉ để mô tả. Tuy nhiên, nếu bạn muốn một ảnh trang trí và sử dụng ALT ="" để biết không có nội dung ảnh.

Đừng thay thế text bằng các hình ảnh

Lựa chọn các hình ảnh thay thế text thường làm giảm khả năng truy cập của bản thiết kế web. Nhìn chung, text linh hoạt hơn trong việc cung cấp khả năng lựa chọn phông chữ cho người dùng. Kết quả là nếu không làm như vậy sẽ dẫn đến chất lượng hình ảnh nghèo nàn đối với một số cấu hình phần cứng máy tính.

Các gợi ý màu

1. Đừng quên chỉ rõ các thuộc tính của tất cả các màu vì chúng có ảnh hưởng tới khả năng truy cập cho một website. Việc xác định một hệ thống số có cơ sở là 16 (hexadecimal) dưới các dạng <#rrggbb> hoặc <#RRGGBB> hầu như có tầm quan trọng sống còn vì cũng có những trình duyệt cũ hơn không hỗ trợ các tên màu sắc.

2. Bạn nên nhạy cảm khi lựa chọn màu của text sao cho thật dễ đọc và cần có tương

phản rõ với màu nền.

3. Người ta khuyến nghị rằng: không nên dùng cùng màu cho các đường link đã được nhấp chuột với các đường link chưa được nhấp chuột vì dễ gây nhầm lẫn cho người dùng. Hãy hiểu vấn đề này hơn nữa tại: [Choosing the Right Colors for Your Web Site](#)

58) Làm thế nào để tăng khả năng truy cập cho website của bạn?

Hãy luôn nhớ rằng một website tiện lợi là trước hết phải dễ truy cập. Khả năng truy cập chỉ là chi tiết nhỏ trong việc thiết lập một trang web nhưng nó mang một giá trị không tính hết được đối với website.

Hãy sử dụng những cỡ Font chữ phù hợp

Font chữ là một yếu tố khá quan trọng khi nói đến HTML bởi nó làm tăng thêm khả năng truy cập cho website. Hãy đảm bảo rằng website của bạn cho phép người sử dụng có thể thay đổi cỡ font phù hợp. Và bạn không chỉ cố gắng tập trung vào FONT mà còn phải chú ý đến nội dung.

Đừng quá “ phụ thuộc vào “ JAVA scrip

Một số trình duyệt không hỗ trợ Java scripts, nên đôi khi sẽ tốt hơn nếu bạn không sử dụng nó. Dù Java scripts thường được coi là những nhân tố làm tăng khả năng truy cập và mang lại cho người dùng những mạch nước hữu ích.

Vì vậy, điều cần lưu ý là:

1. Hãy đảm bảo Java scripts có khả năng truy cập
2. Hãy sẵn sàng với một trình duyệt không hỗ trợ Java script.

Tổ chức website của bạn

Hãy đảm bảo cho trang web của bạn có một cấu trúc nội dung rõ ràng và hợp lý.

Hãy tổ chức các đường link sao cho logic và hiệu quả, khiến người dùng truy cập được dễ hơn tới những đường link mà họ muốn.

CSS có thể là một quan niệm tin cậy để nhấn mạnh các đường link dạng text và khiến người dùng nhìn được rõ hơn.

Sơ đồ trang, box tìm kiếm hay lô gô cũng là những nhân tố thể hiện một website có khả năng truy cập.

Kiểm tra lượng người dùng thực trên trang web là một cách tốt để phân tích khả năng truy cập và dự đoán số lưu lượng truy cập vào site.

Nên để phần cuối trang có nội dung đơn giản, rõ ràng và dễ đọc.

Kết luận

Hãy luôn nhớ rằng một website tiện lợi là trước hết phải dễ truy cập. Khả năng truy cập chỉ là chi tiết nhỏ trong việc thiết lập một trang web nhưng nó mang một giá trị không tính hết được đối với website.

Vậy nên, hãy quan tâm đến những lợi ích sau:

Lưu lượng truy cập

Tìm thấy thông tin dễ dàng

Tốc độ tìm kiếm nhanh

Xếp hạng trên kết quả tìm kiếm cao hơn

Ngăn chặn được tính rủi ro pháp lý

Triển khai dịch vụ tốt hơn

Tiếp cận website tốt hơn.

Thời gian tải nhanh hơn

Tăng xếp hạng trang

Tránh hiện tượng tắc nghẽn băng thông

Để có được những ưu thế này, hãy lưu ý đến:

Tối ưu HTML

Thu hút bằng ý tưởng chứ không phải bằng giao diện (bố cục)

Cung cấp thẻ ALT dưới dạng text

Sử dụng màu tương phản

Tránh đặt text trong các bức ảnh.

Sử dụng font chữ phù hợp

Hãy sẵn sàng với một trình duyệt không hỗ trợ javascript.

Nội dung đơn giản, rõ ràng và dễ đọc

59) Trang web của bạn có cần thiết kế lại không?

Nếu website của bạn gặp phải bất cứ vấn đề nào về SEO như ở trên thì bạn cần triển khai thiết kế lại; Điều đó mang lại doanh thu tiềm năng cho bạn.

Có thể bạn có một website đẹp với sự thiết kế thành công, song lại chưa tính đến những nguyên tắc về tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO) hoặc một website cũ, hoạt động tốt, nói cho mọi người biết về công ty của bạn, nhưng tải chậm và nội dung ít cập nhật. Trong những trường hợp này bạn cần thiết kế lại website của mình.

Cả 2 website trên sẽ “vật lộn” để dành được lưu lượng truy cập. Trang web thiết kế tốt có thể dành được lưu lượng truy cập, đặc biệt là những người truy cập trực tiếp trang đó, nhưng đối với những người sử dụng từ khóa tìm kiếm sản phẩm và dịch vụ của bạn thì lại không thể tìm ra nó.

Một website cũ hơn với nội dung lạc hậu cũng sẽ thất bại bởi các công cụ tìm kiếm cho rằng nó không tồn tại hoặc đã ngừng hoạt động (vì thiếu tin tức mới). Cả 2 website này đều có lưu lượng truy cập lớn và tăng khả năng sinh lời trong kinh doanh, nhưng nếu thiếu SEO thì sẽ làm giảm một phần doanh thu có thể.

Cần thiết kế lại yếu tố nào trên một website?

Tất cả Flash

Mặc dù có những tiến bộ đáng kể trong công nghệ Search Engine và chúng bắt đầu đọc một số dạng flash, một site chứa toàn flash có thể không được Search Engines lập chỉ mục. Các website này rất đẹp nhưng các công cụ tìm kiếm sẽ không đánh giá chúng cao bởi vì nội dung này không thể đọc được. Vậy các công ty lớn có xếp hạng cao mà có các site toàn chứa flash thì sao? Những website này có một mức độ liên kết cao nên nội dung chứa flash của chúng có lẽ không gây ra vấn đề gì, nếu bạn không phải một công ty lớn, một website chứa toàn flash sẽ không tốt.

Frames

Các frame trên website sẽ khiến các công cụ tìm kiếm gặp khó khăn khi lập chỉ mục cho website đó. Hơn nữa những người khách truy cập cũng thường không mấy ưa chuộng các frame này bởi chúng khiến họ khó đọc và không ấn tượng với trang web của bạn. Một số trình duyệt còn không hỗ trợ các frame khiến các khách hàng tiềm năng hoàn toàn không đọc được trang web của bạn.

Các Splash page

Các nhà thiết kế dùng splash pages để tạo tác động trực quan tới khách thăm. Hãy tưởng tượng rằng toàn bộ webpage giống như trang hoạt ảnh sinh động. Thật ấn tượng. Nhưng đáng tiếc, theo góc nhìn của SEO thì chúng thật khủng khiếp. Nói chung, các splash page chứa rất ít hoặc không có nội dung text và cũng không có cả các đường link nhưng lại chứa nhiều các flash page và phần mềm khác. Điều này khiến các Search Engine vẫn khó xếp

hạng cho website của bạn. Vì vậy, bạn có thể ấn tượng với các splash page của mình nhưng chính chúng lại làm rất nhiều các khách hàng tiềm năng “chối bỏ” trang web của bạn .

Tải chậm

Thường thì một trang web tải chậm gây cản trở cho cả các khách truy cập và search engine. Bởi các khách thăm không đủ kiên nhẫn để chờ tải các trang và hầu hết các search engine luôn xếp hạng cho các trang tải nhanh hơn là một trang tải chậm. Vì vậy, bạn cần sự thay thế nếu các trang trên website của bạn tải chậm.

Nội dung lỗi thời

Trước hết, các search engine sẽ hoàn toàn không để ý loại trang web này nếu nó không còn tồn tại. Có thể trước đây nó vẫn được chấp nhận cả khi không cập nhật nội dung hàng tháng, nhưng lúc này nó sẽ bị bỏ qua nếu nội dung không cập nhật thường xuyên. Bởi nội dung cũ kỹ sẽ không thu hút khách truy cập của bạn.

Nếu website của bạn gặp phải bất cứ vấn đề nào về SEO như ở trên thì bạn cần triển khai thiết kế lại; Điều đó mang lại doanh thu tiềm năng cho bạn.

60) Các bước đơn giản khi thiết kế web

Ngày nay, liên kết thế giới hầu hết được gọi là thế giới trực tuyến. Thật tốt hơn khi bạn có được một bản thiết kế website tốt nhất cho trang web của mình để kết nối với thế giới trực tuyến.

Dưới đây là những bước trong thiết kế web:

Hãy cố gắng và tìm hiểu điểm trọng tâm trên website là gì

Bạn cần những tính năng chính nào trên website của mình

Hãy mô tả các phần bạn muốn có trên website

Hãy hoàn thành nội dung của website

Hãy tìm kiểu web nào phù hợp với các tiêu chuẩn công nghệ

Hãy xây dựng website

Hãy đánh giá và triển khai những tùy chỉnh cần thiết

Hãy đăng ký tên miền, tìm kiếm máy chủ và tải cho website.

Tiêu điểm của web:

Đây là bước đầu tiên quan trọng cần lưu ý để quyết định phát triển mục đích chính của

website, và cũng là điều cần để bạn quyết định những ý tưởng tập trung triển khai.

Bạn hãy luôn nhớ rằng: cần phải đưa ra điểm chính của website vì nó tác động tới toàn bộ dự án. Đồng thời, bạn cũng cần lựa chọn lưu trữ web, thông tin khách hàng đang cần, cũng như chọn thương hiệu website của bạn ra sao.

Các tính năng của web:

Những tính năng của website sẽ được lựa chọn ngay từ bước đầu tiên, song ở bước này bạn cần lựa chọn các tính năng web cụ thể như tính năng “ giỏ hàng - shopping cart “ đối với cửa hàng trực tuyến và cả mã bảo vệ của web.

Hãy mô tả những phần chính của website:

Cần chú ý rằng khi đã hoàn thành 2 bước đầu tiên thì bạn gần như đã thực hiện được một nửa phần thiết kế web, vì vậy ở bước này bạn cần chỉ rõ các mục khác nhau, để hiệu quả hơn bạn nên lựa chọn chúng theo dạng hình vẽ bởi vì đây là một công cụ hữu ích. Biểu đồ có thể giúp bạn dễ dàng nhận ra được thứ tự cây thư mục và cả mối liên quan giữa các danh mục khác nhau website.

Phác thảo nội dung:

Hãy lưu ý rằng, nội dung cuối cùng của web phải phù hợp với bản thiết kế web. Vì thế, nó rất quan trọng trong việc giúp bạn không phải suy tính lại về bản thiết kế web sau đó. Đồng thời nội dung còn mang lại giá trị và thành công cho website.

Hãy tìm kiếm một mẫu web phù hợp:

Sau khi đã hoàn thành phần nội dung bạn cần quan tâm tới giao diện của website. Để việc tạo và trình bày giao diện của website hiệu quả hơn bạn có thể nhờ tới sự giúp đỡ của một nhà thiết kế web.

Phát triển website:

Đây là giai đoạn bạn bắt đầu để kết thúc việc xây dựng website của mình.

Đánh giá website:

Sau khi website đã được hoàn thiện thì đây là lúc bạn cần đánh giá cũng như chỉnh sửa các nội dung trên website của mình.

Cuối cùng bạn cần tạo và đăng ký một tên miền cho website của mình, sau đó hãy tiến hành tối ưu hóa website trên phương tiện tìm kiếm.

61) 12 thủ thuật thiết kế cho website thương mại nhỏ

Thiết kế web có thể là một công việc không mấy dễ dàng, vậy bạn sẽ cần những kỹ năng nào? Có thể tự thiết kế nó không? Và khi nào cần đến một website?

Thiết kế web có thể là một công việc không mấy dễ dàng, vậy bạn sẽ cần những kỹ năng nào? Có thể tự thiết kế nó không? Và khi nào cần đến một website? Sau khi thành lập và vận hành công ty hay là khi việc kinh doanh của bạn được tiến hành trên trang web.

Dù có vài câu hỏi khiến bạn băn khoăn song chỉ có một câu hỏi mà bạn phải cố gắng tìm ra câu trả lời, và sẽ chỉ có được những câu trả lời phù hợp nhờ sự trợ giúp của người tư vấn hoặc công ty thiết kế web.

Dưới đây là những điều bạn nên xem xét khi lên kế hoạch, thiết kế và xây dựng website, sao cho có một trang web có nội dung thu hút khách truy cập và dành được thứ hạng trên công cụ tìm kiếm.

1. Hãy có một logo đẹp. Bởi nó là thương hiệu và là điều khiến mọi người nhớ tới website của bạn. Logo thường được đặt ở phía trên cùng của website vì khách thăm sẽ dễ nhìn thấy vị trí này trước tiên khi tới trang web của bạn. Logo/ thương hiệu có thể “phản ánh” rất nhiều điều vì thế nó rất quan trọng.
2. Bài text trên mỗi trang cần được liên quan tới nhau và có tối thiểu 250 từ, thật tốt nếu những bài text này có chứa các từ khóa về sản phẩm và dịch vụ của bạn. Song cũng có thể sử dụng các bài copy của chuyên gia về viết text cho website.
3. Hình ảnh cũng rất quan trọng, hình ảnh đẹp về sản phẩm có thể thay muôn lời, còn hình ảnh không mấy “thuyết phục” có thể ảnh hưởng tới giao diện của website. Song bạn cũng không nên tải lên quá nhiều hình ảnh.
4. Mỗi trang nên có: Thẻ meta keywords, meta descriptions và tiêu đề trang riêng vì chúng là một phần rất quan trọng trong xây dựng website.
5. Hãy thử dùng CSS (định kiểu trình bày trang HTML) để thuận tiện hơn cho các công cụ tìm kiếm cũng như giúp những thay đổi về màu sắc, phông hay cỡ chữ được thực hiện dễ dàng hơn.
6. Nên sử dụng các thẻ H1-H6 để làm nổi bật tiêu đề chính trên trang text vì điều này có liên quan tới tiêu đề website của bạn và các thẻ H2 sẽ phù hợp cho các tiêu đề của các đoạn văn tiếp theo. Nên sử dụng chữ in đậm để làm nổi bật các từ khóa trong đoạn văn, nhưng cũng không nên dùng nó quá nhiều.
7. Nếu bạn sử dụng điều hướng text thì các công cụ tìm kiếm sẽ lập chỉ mục cho website của bạn hiệu quả hơn.
8. Hãy đảm bảo cho người sử dụng cuối cùng dễ dàng mua hoặc tìm kiếm được các sản phẩm và dịch vụ của bạn, nên tiến hành nâng cấp để hướng tới sự đổi mới và mang lại doanh thu.
9. Những đường dẫn từ các trang tới trang bên trong khác cũng phải tốt, hãy quảng cáo các

sản phẩm hoặc dịch vụ khác, hãy sử dụng chúng để người dùng tìm thấy những yếu tố khác trên website của bạn dễ dàng hơn nhưng cũng không nên quá lạm dụng chúng.

10. Hãy xây dựng một sơ đồ web để các phương tiện tìm kiếm lập chỉ mục dễ dàng hơn, bạn có thể tải một sơ đồ web XML từ các công cụ webmaster trên Google vì điều đó khiến việc lập chỉ mục cho mọi trang trên website của bạn thuận tiện hơn.

11. Nếu đang thu thập bất kỳ thông tin nào từ website qua mẫu khai báo thì bạn nên có một chính sách riêng.

12. Cuối cùng hãy cài đặt Google Analytics, điều này rất quan trọng, vì chúng cung cấp những dữ liệu vô giá về khách truy cập của bạn.

Trên đây chỉ là vài điểm cần chú ý, song chúng lại rất cần thiết khi bạn bắt đầu thiết kế và xây dựng một website cho mình. Bạn hãy nên tìm đến một công ty thiết kế web để có thể thiết kế và xây dựng một website như ý cũng như chuyên nghiệp hơn trong công cuộc “chiến thắng” khách hàng mục tiêu.

62) Thiết kế web vì lợi nhuận đầu tư

Biến những người duyệt web thành người mua hàng và biến trang web thành tiềm năng thúc đẩy hành động của khách hàng như bạn muốn.

Liệu bạn có tin rằng chỉ thay đổi một nút bấm trên web mà có thể làm tăng được 10% - 50% doanh thu hoặc tiềm năng thúc đẩy hành động của khách hàng? Việc tạo ra những thay đổi thiết kế đơn giản, nhỏ gọn cho một website có thể tăng lợi nhuận đáng kể như tựa đề một cuốn sách mới: **Thiết kế Web vì lợi nhuận đầu tư – *Biến những người duyệt web thành người mua hàng và biến trang web thành tiềm năng thúc đẩy hành động của khách hàng như bạn muốn.***

Các tổ chức cần phải coi website của mình như vốn đầu tư nếu họ muốn có được lợi nhuận và lợi thế cạnh tranh.

Hãy kiểm soát những ưu thế của mình

Lance Loveday và Sandra Niehaus cùng các cựu chuyên gia web (những người đã giúp Hewlett-Packard và WebEx có được sự thay đổi diện mạo trên mạng internet) nói rằng: Việc thiết kế các website vì lợi nhuận đầu tư không như khoa học tên lửa mà chỉ là vấn đề đơn giản từ những thực tiễn đã được chứng minh như sau để tăng thêm lợi ích cho bạn. Loveday cho biết “Thời gian và tiền bạc để thiết kế một website tệ hay hiệu quả là như nhau. Song kết quả lợi nhuận thực có thể ảnh hưởng tới kết quả công việc kinh doanh của bạn”.

Nhiều tổ chức chỉ tập trung thu hút khách truy cập mà không nghĩ tới điều gì xảy ra sau sự ghé thăm của họ. Sandra Niehaus chỉ ra rằng: “Liệu có hiệu quả không khi có hàng ngàn, triệu khách truy cập mà không ai mua hàng hay liên lạc gì? Vậy tốt hơn là hãy xây dựng một trang web trước hết phải có thành quả rồi sau đó mới quan tâm tới cách thu hút lưu lượng

truy cập”.

Thiết kế website vì lợi nhuận đầu tư thách thức các tổ chức nhìn trang web của mình theo một quan niệm mới. Loveday nói rằng “Đây là thời điểm cần quan tâm tới website hơn. Hãy thiết kế web vì lợi nhuận đầu tư và cách thức làm tăng lợi nhuận cũng như lợi thế cạnh tranh tốt hơn”.

Hãy xem xét 5 chỉ dẫn dưới đây để có một website thành công:

- 1. Hãy coi trang web của bạn như một công việc kinh doanh:** Các doanh nghiệp thành công đều có một chiến lược web. Hãy kết hợp sự đầu tư thời gian nỗ lực cho hoạch định kinh doanh cũng như khả năng tiềm tàng cho kế hoạch trang web. Các công ty lớn thường có các nhà thiết kế, kỹ sư và các nhà tiếp thị tạo ra những website khuyến khích được sự hành động của khách truy cập.
- 2. Hãy hiểu rõ điều bạn muốn:** Hãy chỉ rõ điều bạn đang cố gắng hoàn tất cụ thể cho trang web của mình. Bạn có muốn gia tăng doanh thu, tiềm năng thúc đẩy hành động của khách hàng và sự tin cậy không?
- 3. Hãy thiết kế một trang web vì người xem:** Cần hiểu ai là khán giả mục tiêu của bạn. Tại sao họ lại đến với website của bạn? Họ mong đợi điều gì? Bạn có thể làm như thế nào để trang web của mình sử dụng thân thiện và điều hướng dễ dàng?
- 4. Đo lường các thông số thích hợp:** Lưu lượng truy cập site và số lượt người truy cập vào website chưa nói hết cho bạn mọi điều; thông số này cần kết hợp với các chỉ số kinh doanh, thống kê site và thông tin phản hồi của người sử dụng.
- 5. Sự lặp lại, học hỏi và kiểm thử:** Thử nghiệm, học hỏi, làm đi làm lại, website của bạn như chưa bao giờ được "tiến hành". Hãy dành thời gian và thường xuyên xem xét site của bạn, thực hiện những thử nghiệm cho người dùng, và kiểm tra đối thủ cạnh tranh. Hãy sử dụng kiến thức đó để nâng cao website của bạn hơn nữa để đảm bảo truyền tải được chính xác những gì bạn muốn.

63) Những chỉ dẫn quan trọng về điều hướng website

Mục đích của điều hướng website nhằm hỗ trợ người dùng có được những thông tin họ cần. Đối với những website có nhiều mục và nhiều trang (như các website tin tức) thì kế hoạch điều hướng cần được nghiên cứu và thiết kế phù hợp.

Mục đích của điều hướng website nhằm hỗ trợ người dùng có được những thông tin họ cần. Đối với những website có nhiều mục và nhiều trang (như các website tin tức) thì kế hoạch điều hướng cần được nghiên cứu và thiết kế phù hợp.

Bạn cũng nên quan tâm tới các loại khách truy cập khác nhau và nghiên cứu các bước thông thường nhất họ phải thực hiện để tìm được thông tin cần thiết trên website của bạn, đây là lúc kế hoạch điều hướng website cần được tối ưu hóa. Ví dụ như, các bước để tìm kiếm catalog của các hạng mục sản phẩm, lựa chọn sản phẩm từ catalog đó, đưa chúng

vào giỏ mua hàng, tiến hành thanh toán và nhập những chi tiết thanh toán là một chuỗi các hoạt động sẽ được thuận tiện hóa nhờ hệ thống điều hướng.

Nếu chuỗi hoạt động này rắc rối có thể dẫn đến sự phiền toái cho người truy cập hoặc họ sẽ bị lỡ một bước quan trọng nào đó và kết quả là doanh thu của bạn sẽ giảm sút. Để đi đúng hướng thì người dùng cần được biết 2 điều sau: - Họ đang ở đâu và - Làm thế nào để đi đến những nơi khác trên website. Tuy nhiên điều hướng không thể hoạt động độc lập bởi vì tổ chức website tốt là điều kiện tiên quyết để có được một hệ thống điều hướng chặt chẽ.

Một hệ thống điều hướng được chia thành 2 phần chính: Những chỉ dẫn vị trí và Những điều khiển điều hướng.

Những chỉ dẫn vị trí giúp người sử dụng biết nơi họ đang ở trên website. Nên nhớ rằng những người sử dụng bên ngoài sẽ truy cập vào bất kỳ trang nào trên website của bạn chứ không nhất thiết là trang chủ. Vì vậy họ cần nhanh chóng tự định hướng được trên website.

Cũng tương tự như vậy thì việc điều hướng người dùng quanh website cũng cần giúp họ nhận biết chính xác được cả mục đang truy cập và sự liên quan của nó tới nội dung khác. Nên để các thông tin về vị trí xuất hiện cùng kiểu định dạng, cùng nơi trên mọi trang của website.

Những chỉ dẫn vị trí nên cho người sử dụng biết chính xác vị trí của họ trên website và sự định vị này cần chính xác ngay cả khi người dùng truy cập vào website từ một trang bên trong của website đó. Những chỉ dẫn vị trí này cũng cần phải dễ nhận biết và phù hợp với ngữ cảnh của điều hướng khác.

Với những website đơn giản thì banner trang bằng văn bản hay đồ họa để đặt tên cho website là đủ. Để cách này hiệu quả thì tên trang cũng nên xuất hiện trong điều hướng chính nhằm tạo sự liên quan trong toàn bộ cấu trúc website.

Màu sắc cũng có thể được dùng. Ví dụ như màu nền khác nhau, màu tương phản hoặc thanh bên cạnh trên mỗi phần của website. Song để hiệu quả thì sự thay đổi về màu sắc này nên được thể hiện trong điều hướng.

Sử dụng “breadcrumbs” (thanh hiển thị trên đầu mỗi bài viết) trên mọi trang của website cũng là một cách hiệu quả trong điều hướng. Các thanh Breadcrumb sẽ thể hiện một chuỗi các đường dẫn có thứ bậc, bạn đã sử dụng để di chuyển giữa các trang trên một mục của website. Sử dụng các thanh Breadcrumb giống như việc để lại một quãng đường mà bạn đã đi qua. Các thanh này nằm dưới mẫu điều hướng chính và trên đầu mục nội dung.

Từng phần của thanh Breadcrumb là một đường dẫn tới mục lớn và tiểu mục đó. Điều này giúp bạn tránh việc sử dụng hàng loạt các nút ấn đen để chỉ dẫn người dùng trực tiếp quay lại mục lớn hay một tiểu mục khác. Quan trọng hơn là, nó luôn thể hiện được ngữ cảnh trang và sự liên quan của nó tới một mục lớn hay tiểu mục.

Những điều khiển điều hướng là các đường dẫn điều hướng chính chỉ dẫn người dùng di

chuyển quanh website. Cho dù các đường dẫn này là các hình ảnh hay văn bản thì đều cần có cùng kiểu định dạng và được đặt cùng một vị trí trên mỗi trang của website.

Điều này nhằm giúp những người sử dụng di chuyển quanh website, cho họ biết về thông tin có sẵn trong đường dẫn; kết hợp với những chỉ dẫn vị trí để định hướng khách truy cập; một điều khiển điều hướng tốt trông sẽ giống như điều hướng chính của website; giúp chỉ dẫn tới nội dung rõ ràng – khiến khách truy cập sẽ thú vị với điều họ tìm thấy sau cú click chuột, và giúp điều khiển điều hướng nhất quán với những điều khiển điều hướng khác cũng như hỗ trợ người dùng nhận biết chính xác được kiểu dạng và vị trí của điều khiển điều hướng trên website.

Không có bất kỳ phép lạ nào để có được sự tiện lợi. Bởi điều đó liên quan tới việc tạo một website, điều quan trọng với hầu hết mọi người truy cập là dễ dàng sử dụng và di chuyển trên website cũng như khả năng mang lại lợi ích của website đó. Bạn có thể sở hữu một website đáp ứng những tiêu chuẩn quan trọng nhất về sự tiện lợi bằng cách lên kế hoạch tốt cho nó và luôn lưu ý tới người sử dụng cuối cùng của mình. Hãy nhớ rằng website không được thiết kế riêng cho chủ sở hữu mà cho những người sử dụng nó.

Những vấn đề về sự tiện lợi của website có thể được phản ánh từ 2 nguồn chính: Bản thân website và người sử dụng website đó. Thực tế thì website sẽ luôn mắc lỗi nếu một khách truy cập (dù nhiều kinh nghiệm hoặc thiếu kinh nghiệm) gặp phải những vấn đề về điều hướng, lấy thông tin trên website cũng như việc hiểu được website đó.

Do số lượng người mới truy cập mạng internet tăng lên từng ngày nên khi các website càng trở nên phức tạp hơn thì những người sử dụng càng có ít kinh nghiệm hơn. Sẽ thật sai lầm nếu nghĩ rằng những người sử dụng chính của website sẽ là những người hiểu biết về website hay máy tính và họ sẽ hiểu được một website phức tạp. Vì vậy hãy xây dựng một website dễ sử dụng nhất cho tất cả các khách truy cập.

***NGUYÊN TẮC
THIẾT KÊ WEB
TỔNG HỢP***



nguyên tắc thiết kế web

Tổng hợp bởi Phạm Ngọc Hiếu , tin 4-K53,Cao Đẳng Bách khoa Hà Nội

Email: toiditimtoi992@yahoo.com

Nguồn từ : thegioiwed.vn

1)Thiết kế Website như thế nào cho hiệu quả.....	2
2. Một số cấu trúc website mẫu.....	5
3) 6 LUẬT CƠ BẢN VỀ DESIGN.....	7
4) NHỮNG ĐIỀU LUẬT CƠ BẢN KHI THIẾT KẾ WEB.....	9
5) 15 ĐIỀU NÊN TRÁNH KHI THIẾT KẾ WEB.....	16
6) THIẾT KẾ WEBSITE DƯỚI GÓC NHÌN CỦA David Bell.....	18
7) 10 LỜI KHUYÊN CỦA Lisa Irby CHO THIẾT KẾ WEBSITE.....	20
8) TẠO MỘT NAVIGATION TIÊU CHUẨN - Max Cabba.....	22
9) BỐ CỤC VÀ HÌNH ẢNH MINH HỌA THU HÚT NHIỀU BẠN ĐỌC NHẤT.....	23
10) 15 xu hướng tạo hình trong thiết kế logo.....	30
11) Qui ước "ngâm" trong thiết kế web.....	37
12) CHÌA KHOÁ ĐỂ THIẾT KẾ WEBSITE HIỆU QUẢ.....	39
13) PORTAL LÀ GÌ?.....	40
14) NHỮNG ĐIỀU LUẬT CƠ BẢN KHI THIẾT KẾ WEB.....	41
15) Quy trình thiết kế và phát triển website.....	43
16) ÁNH SÁNG CƠ BẢN: PHẦN 1.....	44
17) ÁNH SÁNG: HƯỚNG CỦA ÁNH SÁNG: PHẦN 2.....	56
18) ÁNH SÁNG: PHẦN 3: ÁNH SÁNG TỰ NHIÊN.....	67
19) PHẦN 4: ÁNH SÁNG NHÂN TẠO VÀ ÁNH SÁNG TRONG NHÀ.....	96
20) Ánh sáng nâng cao: Radiosity:Phần 1.....	113
21) Ánh sáng nâng cao: Phần 2.....	118
22) Ánh sáng nâng cao: Light Tracer: Phần 3.....	121
23) Quy luật kiểu dáng.....	124
24) Xây dựng website và những lưu ý khi chuẩn bị làm web.....	126
25) Tám Điều Nên & Không Nên Khi Thiết Kế Website (Phần 1).....	128
26) Tám Điều Nên & Không Nên Khi Thiết Kế Website (Phần 2).....	129
27) 10 thủ thuật hỗ trợ thiết kế website.....	131
28) Thiết kế Brochure thế nào để đạt hiệu quả cao?.....	132
29) 5 nguyên tắc chính khi thiết kế logo.....	135
30) Nguyên tắc thiết kế website.....	136
31) 24 Điều cần biết khi thiết kế một trang Web.....	139
32) Điều hướng truy cập Website thành công.....	141
33) Làm thế nào tạo được tương tác thiết kế web.....	144
34) 10 thủ thuật hoạch định một website thành công (Phần I).....	146
35) 10 thủ thuật hoạch định một website thành công (Phần II).....	148
36) Làm thế nào để tạo được những website tiện ích.....	150
37) 5 lý do lớn nhất làm hỏng thiết kế website.....	152
38) Làm thế nào để tạo một Website: Bản phác thảo cho những mục tiêu của bạn.....	153

39) Viết phần mềm trong 15 phút.....	155
40) Tăng tốc độ hiển thị Web	161
41) Những lỗi thường gặp trong thiết kế website	163
42) Thiết kế website tốt.....	165
43) SEO và thiết kế Web.....	166
44) Những thủ thuật thiết kế chung.....	168
45) 5 điều cần xem xét khi thiết kế website	170
46) Các phương pháp thể hiện của logo	171
47) Giúp bạn thực hiện đồ họa trên các trang web	173
48) Một vài thủ thuật giúp trang web của bạn tải nhanh hơn	174
49) Điều gì khiến website thành công?	176
50) Tiêu chuẩn để trở thành nhà thiết kế giỏi là gì ?.....	177
51) 3 chiến lược hàng đầu để bạn có một trang web vượt trội.....	179
52) Nhà thiết kế web giỏi và một nhà phát triển website nên biết!.....	179
53) Wix – thuật riêng trong thiết kế web.....	181
54) Làm thế nào để thiết kế lại trang web của bạn.....	182
55) Qui ước trong thiết kế web.....	183
56) NHỮNG ĐIỀU LUẬT CƠ BẢN KHI THIẾT KẾ WEB.....	184
57) Làm thế nào để tăng khả năng truy cập cho website của bạn?	191
58) Làm thế nào để tăng khả năng truy cập cho website của bạn?	193
59) Trang web của bạn có cần thiết kế lại không?.....	195
60) Các bước đơn giản khi thiết kế web	196
61) 12 thủ thuật thiết kế cho website thương mại nhỏ	197
62) Thiết kế web vì lợi nhuận đầu tư.....	199
63) Những chỉ dẫn quan trọng về điều hướng website	200

1)Thiết kế Website như thế nào cho hiệu quả

Khi kinh doanh trực tuyến việc xây dựng một website là điều tất yếu song để phát triển một website thành công thì không phải là điều dễ dàng.

Trước hết chúng ta cần xem xét **một số đặc điểm chung** của những website thành công và khám phá những gì bạn có thể áp dụng cho website của bạn và Một Số Điều Nên & Không Nên Khi Thiết Kế Website

1. Những trang này được tổ chức rất chặt chẽ và dễ sử dụng.

Để làm cho trang chủ đơn giản cần thiết kế bảng nội dung, bảng này cũng nên hết sức đơn giản và dễ sử dụng. Đồng thời sử dụng những từ và đoạn ngắn gọn dễ hiểu để thu hút người đọc.

2. Sử dụng từ ngữ dễ hiểu.

Một ai đó sẽ không thể theo dõi được quảng cáo bán hàng của bạn cũng như **mua những mặt hàng mà bạn đang cung cấp** nếu như họ không thể hiểu được những gì bạn đang nói. Sử dụng những lời lẽ hoa mỹ để tán dương những sản phẩm bạn cung cấp thì rất dễ

như thế nào?.

Có thể bạn cung cấp những sản phẩm dịch vụ chất lượng tốt nhưng sẽ không ai mua nếu như họ **không biết bạn đang chào bán những gì**, hay không thể hiểu được **lợi ích mà sản phẩm dịch vụ của bạn mang đến cho khách hàng**. Hãy nhớ rằng khi một người đến thăm website của bạn, có thể anh ta chưa biết bạn là ai?. bạn đang chào bán sản phẩm gì?. Bạn **phải giúp khách hàng** hiểu rõ những vấn đề này trong thời gian ngắn nhất. Hãy dùng các câu ngắn gọn, cô đọng và giữ kiểu thiết kế cố định đối với tất cả các trang con.

3. Dễ dàng khám phá các đường link.

Bạn hãy tạo các đường link bằng chữ hay biểu tượng ở tất cả các trang con để mọi người có thể xem lại hoặc xem tiếp mà không phải sử dụng đến nút "**back**" hay "**forward**" của trình duyệt. Bạn cũng cần nhớ là phải có những chữ thay thế tất cả các đồ họa và đường liên kết trong trang của bạn. Đây là những từ sẽ xuất hiện **thay thế đồ họa** khi tùy chọn đồ họa trong trình duyệt bị tắt hoặc khi người ta nhấn nút "**stop**" trước khi trang được tải về đầy đủ.

4. Thời gian tải về nhanh.

Bạn đừng nghĩ rằng tất cả mọi người đều sử dụng một đường truyền Internet có tốc độ cao. Liệu bạn có muốn mình **phải đợi 10 phút để tải một trang về trước khi xem trang đó không?** Chắc chắn là không, vì thế bạn đừng hy vọng khách hàng sẽ đợi. Bạn cũng nên nhớ rằng 30 giây trước màn hình giống như 10 phút vậy.

Sử dụng đồ họa để trang trí là rất tốt nhưng đừng lạm dụng. Nếu bạn cần nhiều hình ảnh và đồ họa lớn thì nên có một biểu tượng nhỏ sẽ liên kết với hình ảnh đồng thời nhắc nhở người xem cần phải đợi. Sử dụng video và audio trong trang như một công cụ để bán hàng là ý tưởng khá hay, tuy nhiên bạn không nên sử dụng bởi hiện tại hầu hết mọi người vẫn đang sử dụng modem 28.8, 33.6 và 56.6.

Nhân tố thời gian là vô cùng quan trọng vì mọi người thường **không kiên nhẫn** khi vào mạng. Nếu trang của bạn phải mất thời gian quá lâu để tải về thì khách hàng có thể nhấn chuột và bỏ đi. Đừng để mất khách hàng chỉ vì trang web của bạn **tải về quá chậm**.

Hãy tăng tốc độ truyền của các trang web lên bằng cách:

Giảm kích cỡ đồ họa trong trang web của bạn. Nhiều file đồ họa không nhất thiết phải có kích cỡ như trên các trang web thông thường. Bạn chỉ cần 72 dpi cho độ phân giải của màn hình và đồ họa cũng chỉ cần 256 màu. Một đồ họa kích cỡ nhỏ 4" - 2" không nên lớn hơn 10K. Thu nhỏ kích cỡ đồ họa, độ sâu của màu. Hãy để chế độ phân giải đồ họa và hình ảnh nền ở mức 256 màu. Nếu bạn rất cần một đồ họa lớn thì bạn có thể cung cấp cho người xem một hình ảnh nhỏ với tùy chọn xem tiếp một hình ảnh lớn hơn.

Quy định cụ thể kích cỡ file đồ họa trong mã HTML. Nếu bạn quy định cụ thể

kích cỡ các file đồ họa trong mã HTML, trình duyệt web sẽ rút ngắn kích cỡ của trang nếu cần thiết và nơi hình ảnh sẽ xuất hiện, hiển thị văn bản và để một khoảng trống cho file đồ họa tải về.

Giảm số file trong trang web của bạn (cả file đồ họa và HTML kết hợp với nhau). Mọi người luôn xem nhẹ thủ thuật quản lý trang: giảm số file chứa trong website của bạn. Mọi người thường có tối đa bốn kết nối (socket) trong trình duyệt web của họ. Mỗi một socket sẽ cho phép chuyển một file về máy tính của bạn, vì thế nếu bạn có 4 socket thì bạn có thể tải cùng lúc 4 file về. Nếu bạn có 6 ảnh trong trang chủ và một file HTML thì tất cả là có 7 file cần phải tải về. Trình duyệt sẽ tải 4 file về trước, sau khi tải xong một file socket sẽ tải tiếp file còn lại. Nói cách khác file thứ 5 sẽ chỉ được tải về khi file thứ nhất được tải xong. Và file thứ 6 sẽ chưa được tải về cho đến khi quá trình tải file thứ hai hoàn thành... quá trình tải về có thể kéo dài nếu có quá nhiều file đặc biệt khi những file này rất lớn. Theo như nguyên tắc, (giả sử đồ họa của bạn có kích cỡ khiêm tốn 5-12K) bạn hãy cố gắng có dưới 5 file mỗi trang.

5. Nội dung không có hình ảnh.

Nhiều người sử dụng ảnh "GIFS" và JavaScripts để tạo các logon và ký tự chạy ngang màn hình hay những gì tương tự. Điều này không chỉ làm **tăng thời gian tải** về mà còn làm người xem xao lãng nội dung bán hàng của bạn. Những người trên Internet là những **con người của thông tin** vì vậy bạn hãy chắc chắn rằng mình đang **dành thời gian cho những thông tin có chất lượng** chứ không phải là những hình ảnh vô bổ.

Nếu bạn có một nội dung vô giá trong trang web, hãy làm cho nó dễ đọc. Hãy chia thành những đoạn quan trọng, **bôi đậm những câu quan trọng** trong từng đoạn và **bạn đừng ngại trang trí với một số màu.**

Tô màu văn bản thay thế file đồ họa nếu có thể. Nói cách khác thay vì sử dụng một file đồ họa để gây sự chú ý, bạn có thể sử dụng văn bản có **màu sắc khác nhau.**

Có thể bạn muốn cung cấp **thông tin miễn phí** dưới dạng bài báo hay bài phóng sự, và sau đó cố gắng bán hàng. Nếu bạn muốn cung cấp cho người sử dụng những thông tin bổ ích (**với mục đích thu hút khách hàng**), hãy thêm những **nội dung có chất lượng** chứ không phải là những hình ảnh bên ngoài. Trong trường hợp đó một chữ đáng giá **hàng nghìn hình ảnh.**

Thậm chí bạn muốn trang của mình sinh động hơn một chút (có những biểu tượng biến hình, các **dòng chữ bôi đậm...**) nhằm thu hút mọi người tiếp tục quan tâm tới sản phẩm và dịch vụ của bạn. Công việc của bạn chính là **kiểm tra** những kết quả mà khách hàng xem đem lại.

Tất cả sẽ phụ thuộc vào những sản phẩm và dịch vụ bạn đang bán cũng như đối tượng khách hàng bạn cần tiếp thị hay thị trường mục tiêu của bạn. Nếu bạn đang **tiếp thị cho lớp trẻ** thì sự sinh động của website sẽ làm tăng doanh số bán hàng. Nhưng nếu đối tượng khách hàng của bạn chủ yếu là những **nhà kinh doanh có trình độ** thì yếu tố sinh

động đó có thể làm bạn giống như một họa sĩ nửa mùa. Đối với đối tượng khách hàng này bạn cần thu hút họ bằng những sự kiện, con số, sự trung thực và **những lợi ích rõ ràng**.

6. Dễ theo dõi "quá trình bán hàng".

Bạn phải tạo điều kiện để khách hàng **hiểu rõ những lợi ích của sản phẩm và dịch vụ** của bạn đem lại cũng như cung cấp cho khách hàng phương thức đặt hàng thuận tiện nhất. Liệu bạn đã xây dựng được **uy tín đối với khách hàng** trước khi bạn **yêu cầu họ đặt hàng chưa?** Bạn đã tạo cho khách hàng sự yêu thích và hứng thú trước khi bạn mời họ đặt hàng chưa?. Bạn đã cung cấp cho khách hàng một số cách đặt hàng thuận tiện cả **trên mạng và ngoài mạng** chưa?. Và liệu bạn đã hướng dẫn khách xem tất cả **từng bước một** chưa?.

7. Tương thích với đa số trình duyệt web.

Nếu bạn sử dụng bảng biểu hãy xem xét cẩn thận việc nó sẽ hiển thị như thế nào ở các trình duyệt khác nhau (ví dụ Internet Explorer, Netscape) và ở tất cả các cấp độ phân giải (ví dụ 640 x 480, 800 x 600, 1024 x 768).

2. Một số cấu trúc website mẫu

Các trang mẫu web là các đơn vị tiêu biểu nhất của site được trình bày với nhiều hình thức hấp dẫn, đặc trưng và nhất quán với các hiệu ứng ấn tượng. Các trang mẫu được trình bày dựa trên sự kết hợp hài hoà với các trình bày tùy biến do các yếu tố tác động của khách hàng của bạn và người dùng Internet.

a. cửa hàng điện tử

Minh họa siêu thị điện tử của VDC (<http://vdcsieuthi.vnn.vn/>)

Với mô hình siêu thị điện tử, website gồm các phần chính sau:

Thông tin hàng hóa: là cơ sở dữ liệu phân loại nhiều nhóm sản phẩm, sản phẩm mới, sản phẩm đang khuyến mãi v.v... Thông tin về từng sản phẩm gồm: hình, giá, giới thiệu ngắn, mô tả thông số, loại sản phẩm...

Thông tin giới thiệu, hướng dẫn: gồm những thông tin như: giới thiệu chủ sở hữu website, chính sách mua bán, giao hàng, trả lại hàng, hướng dẫn cách tìm kiếm hàng hóa v.v...

Công cụ mua hàng, thanh toán: nhất thiết phải có công cụ giỏ mua hàng (shopping cart), chức năng thanh toán (qua mạng, qua bưu điện, chuyển tiền, qua ATM, thanh toán khi giao hàng...). Nên có thông tin hướng dẫn các cách thức thanh toán khác nhau để người mua hiểu rõ và chọn lựa.

Chức năng thành viên dành cho người đã mua hàng để tiết kiệm thời gian nhập thông tin khi họ mua hàng những lần sau và để cung cấp thông tin lịch sử mua hàng, giới thiệu hàng hóa mới, hàng hóa khách hàng quan tâm... cho khách hàng.

Một số chức năng tự chọn khác như chức năng tìm kiếm sản phẩm trong siêu thị,

chức năng nhận bản tin định kỳ...

Cách thức triển khai thanh toán qua mạng cho siêu thị điện tử phục vụ thị trường trong nước, quốc tế sẽ được đề cập trong chương 5.

b. Đấu giá trực tuyến:

Với mô hình đấu giá trực tuyến, website gồm các phần chính sau:

Thông tin hàng hóa: là cơ sở dữ liệu phân loại nhiều nhóm sản phẩm. Thông tin về từng sản phẩm gồm: hình, giá, giới thiệu ngắn, nhóm sản phẩm, giá sàn, thời gian kết thúc đấu giá, giá hiện tại, điều khoản khác liên quan đến việc bán món hàng...

Thông tin giới thiệu, hướng dẫn: gồm những thông tin như: giới thiệu chủ sở hữu website, chính sách mua-bán, quy định tham gia đấu giá, quy định giao hàng, trả lại hàng, hướng dẫn cách tìm kiếm hàng hóa v.v...

Công cụ rao bán, công cụ chọn mua, công cụ hỗ trợ thanh toán, công cụ tìm kiếm hàng hóa...

Thành viên: để lưu thông tin thành viên tham gia mua, bán, đấu giá, phục vụ các mục tiêu: Xác nhận tư cách tham gia, Lưu thông tin lịch sử tham gia mua, bán, đấu giá, Phục vụ việc quản lý mối quan hệ khách hàng giữa thành viên và website...

Minh họa website đấu giá trực tuyến nổi tiếng <http://www.ebay.com/>

c. Sàn giao dịch B2B:

Với mô hình sàn giao dịch B2B, website gồm các phần chính sau:

Thông tin hàng hóa: là cơ sở dữ liệu phân loại nhiều nhóm sản phẩm. Thông tin về từng sản phẩm gồm: hình, giá, giới thiệu ngắn, nhóm sản phẩm, nhà sản xuất...

Danh mục thông tin về doanh nghiệp: phân loại theo ngành nghề, theo quốc gia, địa phương, theo nhu cầu mua – bán – tìm đối tác...

Thông tin chào hàng (chào mua, chào bán): như rao vặt, phục vụ nhu cầu tìm kiếm đối tác của các doanh nghiệp.

Thông tin giới thiệu, hướng dẫn: gồm những thông tin như: giới thiệu chủ sở hữu website, chính sách mua-bán, quy định tham gia giới thiệu trên website, hướng dẫn cách sử dụng website v.v...

Những công cụ hỗ trợ như: đăng tải thông tin, tìm kiếm thông tin, hỏi thông tin, nhận bản tin định kỳ...

Thành viên: lưu thông tin thành viên tham gia phục vụ các mục tiêu: xác nhận tư cách tham gia; lưu thông tin lịch sử tham gia tạo sự tiện lợi cho thành viên khi cần truy xuất lịch sử tham gia; và phục vụ việc quản lý mối quan hệ khách hàng giữa thành viên và website.

Minh họa sàn giao dịch B2B của Việt Nam <http://www.vnemart.com.vn/>

d. Cổng thông tin (Portal):

Với mô hình cổng thông tin, website gồm các phần chính sau:

Phân loại thông tin: là cơ sở dữ liệu phân loại nhiều nhóm thông tin. Thông tin về từng “thông tin” gồm: địa chỉ website, giới thiệu ngắn về website, tựa đề dành cho website.

Chức năng tìm kiếm thông tin.

Chức năng gửi email cho bạn bè để giới thiệu trang web đang xem.- Chức năng đề nghị một website mới tạo điều kiện cho người xem đóng góp nguồn website mới, góp phần làm phong phú thêm cơ sở dữ liệu website hiện có.

Cổng thông tin điển hình là Yahoo! tại địa chỉ <http://www.dir.yahoo.com/>

e. Website thông tin phục vụ việc quảng bá, quảng cáo:

Với website thông tin, phần chính là cơ sở dữ liệu các thông tin, được phân chia theo từng thể loại. Phần phụ là những thông tin quảng cáo (banner - cột dọc bên phải trang web) và thông tin liên hệ với chủ sở hữu website khi có nhu cầu quảng cáo.

Điển hình là <http://www.vnexpress.net/>

So với các website thông tin dạng này thì <http://www.vnexpress.net/> còn thiếu một chức năng cho phép mọi người tham gia gửi bài viết. Bài viết đạt chất lượng sẽ được VNExpress.Net đăng tải, có thể có hoặc không có nhuận bút, phục vụ hai điều: có thêm nhiều bài viết phong phú, khách quan; và tạo điều kiện cho người viết chuyên nghiệp hoặc không chuyên tham gia đăng bài. Đây là mô hình các website tương tự trên thế giới đang thực hiện.

f. Website giới thiệu thông tin của doanh nghiệp:

Website giới thiệu thông tin doanh nghiệp có các phần chính như: trang chủ, giới thiệu doanh nghiệp, giới thiệu sản phẩm, dịch vụ, trang liên hệ.

3) 6 LUẬT CƠ BẢN VỀ DESIGN

Trong cuộc sống chúng ta gặp phải và chịu ảnh hưởng của rất nhiều điều luật. Luật lệ là do con người chúng ta đặt ra nhằm mục đích tạo 1 xã hội công bằng và văn minh. Trong thiết kế cũng vậy, cũng có những điều luật cơ bản chi phối diện mạo của 1 Layout...

Trong cuộc sống chúng ta gặp phải và chịu ảnh hưởng của rất nhiều điều luật. Luật lệ là do con người chúng ta đặt ra nhằm mục đích tạo 1 xã hội công bằng và văn minh. Trong thiết kế cũng vậy, cũng có những điều luật cơ bản chi phối diện mạo của 1 Layout. Chúng ta có thể không tương tác qua lại lẫn nhau và cũng có thể trùng lặp với nhau trong 1 số trường hợp.

Vậy hãy cùng nhau phân tích những nguyên lý cơ bản của design, để mà chúng ta sẽ áp dụng chúng trong những mẫu thiết kế của mình.

The law of design bao gồm:

- Balance (cân bằng)
- Rhythm (nhịp điệu)
- Emphasis (nhấn mạnh)
- Unity (đồng nhất)
- Simplicity (đơn giản)
- Proportion (cân xứng)

The law of balance: luật cân bằng

Sự cân bằng phù hợp của các yếu tố là sự cần thiết đối với 1 mẫu design. Luật cân bằng có 2 loại đó là cân bằng đối xứng và cân bằng bất đối xứng.

Cân bằng đối xứng biểu thị tất cả các yếu tố như chiều cao, chiều rộng ... được sắp đặt 1 cách đối xứng trong trang. Cân bằng đối xứng đề cập đến tất cả những gì được sắp xếp trong 1 bố cục. Cân bằng đối xứng được chia ra làm nhiều loại như cân bằng đảo ngược, cân bằng 2 trục, cân bằng xuyên tâm...

Cân bằng bất đối xứng đạt được khi không có sự đối xứng. Khi tất cả các yếu tố được xếp đặt không có sự đối xứng với nhau, cân bằng bất đối xứng được thiết lập.

Luật cân bằng được áp dụng trong rất nhiều thiết kế mà tiêu biểu là thiết kế logo

The law of rhythm: luật nhịp điệu

Nhịp điệu dùng để tạo nên sự dịch chuyển và điều hướng của tầm nhìn. Nó xảy ra khi các yếu tố trong 1 bố cục được lặp lại. Nhịp điệu được tạo ra bằng cách tạo nên 1 dòng chảy êm đềm của tầm nhìn. Nhịp điệu được dùng như 1 đường dẫn mà do đó mắt chúng ta có thể đọc được những phần quan trọng của 1 thông tin. Nó còn được gọi là 1 mẫu thức của nghệ thuật. Nhịp điệu rất quan trọng vì nó đóng 1 vai trò sống còn trong cuộc sống vật chất của chúng ta. Nhịp điệu giúp chúng ta nhìn nhận ra trật tự của thế giới chung quanh.

Nhịp điệu có thể tạo nên bằng 3 cách đó là:

sự lặp lại, dùng chuỗi và dùng sự liên tục. Người nghệ sĩ, thông thường sử dụng tất cả các hình thức của nhịp điệu trong 1 bố cục. Họ phát triển thành 1 sự liên kết của nhịp điệu trong xây dựng, vẽ, các sản phẩm thủ công... 1 cách nhuần nhuyễn và khéo léo để tạo nên 1 tổng thể tuyệt vời.

The law of emphasis: luật nhấn mạnh

Những yếu tố cần phải nổi bật thì sẽ cần được nhấn mạnh. Sự nhấn được tạo ra bởi sự sắp đặt các yếu tố 1 cách hợp lý. Hoặc đặt chúng ở vị trí đáng được chú ý bằng cách dùng sự tương phản, có nghĩa là làm chúng nổi bật lên bằng những nét đặc trưng như màu sắc, hình dạng, tỉ lệ. Sự nhấn mạnh or tương phản mang lại sự muôn màu muôn vẻ cho 1 mẫu design. Một số loại tương phản phổ biến là: cong và thẳng, rộng và hẹp, hoa mỹ và xù xì ... Nhấn mạnh bằng tương phản xuất phát từ rất nhiều phương cách, nhưng cách phổ biến nhất có lẽ là dùng màu sắc. Sự tương phản về đường nét, hình dạng và kích thước làm nên ưu thế của 1 chi tiết so với tổng thể. Thí dụ như 1 đóa hoa được đặt trước 1 bức tường tĩnh lặng và đơn sắc thu được hiệu quả nhiều hơn trong 1 môi trường ồn ào náo nhiệt.

The law of unity: luật đồng nhất

Sự đồng nhất or hài hòa tạo nên sự liên kết giữa các yếu tố trong 1 diện mạo. Nó là sự cân bằng phù hợp của tất cả các yếu tố để tạo nên 1 tổng thể dễ chịu. Sự đồng nhất được phản ánh trong tổng thể hài hòa. Sự đồng nhất ám chỉ đến sự hợp nhất của tất cả các yếu tố trong 1 layout, nơi mà mỗi phần khác nhau hỗ trợ những phần còn lại và tất cả sự kết hợp đó làm thành 1 khối nghệ thuật đồng nhất. Nó đạt được bằng cách sử dụng sự liên tục và sự hài hòa.

The law of simplicity: luật đơn giản

Sự đơn giản trong design dẫn đến sự nhận thức chủ đề 1 cách dễ dàng hơn. Sự đơn giản là thực sự cần thiết, đặc biệt trong layout, để tạo nên sự rõ ràng, sáng sủa.

The law of proportion: luật cân xứng

Luật cân xứng là mối quan hệ giữa hình dạng và kích thước. Nó giúp cho chúng ta đạt được sự cân bằng, đồng nhất cho 1 layout. Để có được 1 sự cân xứng tốt thì các yếu tố phải được chiều chỉnh. Sự điều chỉnh kích thước của các yếu tố với 1 sự cân xứng hoàn hảo tạo nên 1 mẫu design tốt. Đó chính là sự liên quan giữa kích thước của các yếu tố với nhau, và với sự cân xứng tổng thể. Sự cân xứng bao gồm những mối liên quan đó là liên quan về chiều cao, chiều rộng, chiều sâu và không gian chung quanh.

Không gian mở chung quanh 1 chủ đề tạo nên 1 yếu tố gọi là tỉ lệ. Chúng ta có thể thấy rằng tỉ lệ liên quan mật thiết đến cuộc sống hằng ngày của chúng ta. Chúng ta đi vào siêu thị để mua 1 cái đèn ngủ trang trí cho căn phòng của chúng ta. Và chúng ta tìm được 1 cái ghế là phù hợp trong con mắt chúng ta lúc đó. Nhưng khi về nhà thì mới nhận thấy rằng nó quá to so với căn phòng. Chúng ta không thay đổi gì ở cái đèn, nhưng đối với không gian chung quanh đã có sự thay đổi về tỉ lệ. Đối với thiết kế cũng vậy. Bạn cứ ngỡ rằng nó rất phù hợp trên màn hình vi tính, nhưng khi in ra thì đó là cả 1 khoảng cách không thể không xem xét. Vì vậy tại sao người ta phải in những market đen trắng (ở những công ty nước ngoài người ta in đến hàng chục market như vậy) để tìm ra 1 layout phù hợp nhất.

Do đó có thể nói rằng tỉ lệ là 1 yếu tố quan trọng nhất trong design, mặc dù nó chỉ được xếp ở vị trí thứ 6 trong những yếu tố của design (các yếu tố kia là đường nét, phương hướng, hình dạng, màu sắc, chất liệu và độ sáng tối).

Tóm lại, những nguyên lý của design là những nguyên tắc cơ bản được ghi nhớ và áp dụng đi kèm với suy nghĩ và cảm xúc của người nghệ sĩ or designer. Những nguyên lý đó được soạn thành luật lệ cho những phương pháp làm việc, mà người nghệ sĩ đã rút ra qua bao nhiêu thế kỉ trải nghiệm, thực hành cũng như có những sai sót thực tế. Vì vậy tất cả những gì của ngày nay chúng ta được học tập là những tinh hoa của hàng trăm năm lịch sử design nói chung và graphic design nói riêng. Cùng với sự sáng tạo của mình kết hợp với những law of design nói trên, chắc chắn các bạn sẽ đưa graphic design của VN phát triển lên tầm quốc tế.

4) NHỮNG ĐIỀU LUẬT CƠ BẢN KHI THIẾT KẾ WEB

Những điều tưởng chừng giản đơn, ai ai cũng biết, nhưng Granny's Mettle sẽ cho chúng ta thấy rằng không phải ai cũng ý thức được những điều đã biết ấy thật là quan trọng. Cơ bản và cần thiết đó là những gì bài viết này muốn gửi tới những người thiết kế Web.

I. Điều luật cơ bản:

1. Người đọc không muốn phải kéo thanh cuộn ngang

Theo kinh nghiệm của bản thân, tôi cảm thấy rất khó chịu khi phải kéo thanh cuộn ngang để đọc nội dung của trang đó. Cho nên bạn phải không được thiết kế trang web khiến người đọc phải kéo thanh cuộn ngang, nếu không hậu quả sẽ rất lớn.

Theo kinh nghiệm của nhiều người thì bạn nên thiết kế web ở chế độ 800 x 600 Px vì hiện tại chỉ có 5% số người dùng màn hình 640 x 480 Px thôi. Với số lượng đó thì nghiêng về đa số vẫn hơn.

2. Thông tin quá dài ở một trang

Kéo chuột sang ngang để đọc đã là rất khó chịu rồi, nhưng kéo mãi kéo mãi xuống dưới để đọc thì cũng chẳng dễ chịu chút nào với người lướt web. Hơn thế nữa trong một nghiên cứu chỉ ra rằng đến 75% người lướt web chỉ "đọc lướt" thay vì "đọc từng chữ". Do đó một bài quá dài dễ làm người ta nản. Tuy nhiên nếu bài đó có nhiều thông tin, thì bạn nên chia ra làm 2, 3 trang cho nó cũng là một cách khắc phục.

Luật chung: Một trang web không nên để người đọc phải kéo 3 lần màn hình để đọc hết nội dung. Nếu bạn đang có vấn đề này thì hãy sửa chữa ngay đi. Tuy nhiên trừ trường hợp đặc biệt nếu đó là một chương sách thì không nói tới vì nếu người đọc đã biết nó là một chương sách và nội dung phù hợp với cái họ cần thì họ sẽ không ngại kéo đến cả chục trang đâu. Nhưng thường thì là nên như thế.

3. Dung lượng của một trang bất kỳ không nên nặng quá 50K

Nếu tất cả chúng ta đều tuân theo quy luật như $1+1=2$ thì tốt quá! nhưng bạn cũng nên biết rằng chẳng có cái gì là tuyệt đối, bao giờ cũng có những chỗ "sunsilk". Tuy nhiên một trang web load dưới 5 giây sẽ để lại ấn tượng rất tốt cho người đọc.

Trong thực tế, có đôi lần bạn thực sự phải để nhiều hình đồ họa trên một trang ví dụ như trang về hình ảnh. Nếu bạn có một thư viện hình ảnh thì việc upload những hình bự chà bá lên mạng là không thể tránh khỏi, vì bạn muốn hình đó đủ to, đẹp để mà thu hút người xem chứ. Nhưng trong trường hợp này thì người xem đã xác định trước nên không thành vấn đề. Chung quy lại một trang load nhanh bao giờ cũng được đánh giá cao hơn một trang phải mất cả thế kỷ mới load xong.

p/s: Tuy nhiên phụ thuộc vào từng thời kỳ mạng, nếu đa số người dùng sử dụng ADSL thì dung lượng trang web của bạn có thể được nâng lên.

4. Đừng bắt buộc người đọc phải download plug-ins

Một điều khó chịu không kém là khi vào một trang nào đó bạn bị bắt buộc phải download một cái plug-in dở hơi nào đó để phải xem một cái gì đó mà bạn thậm chí còn chưa biết nó tốt hay dở nữa.

Thực tế plug-in có thể tạo một ấn tượng mạnh cho phần giao diện của trang web. Nhưng bạn nên nhớ rằng không phải ai cũng có plug-in đó mặc dù chúng ta đang sống trong kỷ nguyên CNTT. Để làm cho

tất cả mọi người đến trang của bạn đều có thể xem được, bạn nên nghĩ đến một cách hoàn thiện hơn như là dùng HTML để thay thế.

II. Những quy định chung:

- Mẫu thiết kế sử dụng kích thước thật của màn hình với khung hình chuẩn của web theo chiều ngang là 778px. Phần lớn người xem vẫn xem ở mode màn hình 800x600, ngoại trừ một số trường hợp đặc biệt có thiết kế riêng.
- Sử dụng Mode màu RGB vì web chỉ hiển thị trên màn hình.
- Nếu dùng Photoshop để dựng layout, yêu cầu bắt buộc phải dùng Folder Set để quản lý layer, vì mỗi website khi thiết kế hoàn chỉnh, có hàng trăm layer.
- Việc dùng Flash cũng cần phải cân nhắc với những website thông tin vì nó chỉ thu hút người xem vào những lần truy cập đầu, sau đó sẽ chỉ làm cho website nặng lên không cần thiết. Khi làm file flash lớn, cần phải có phần loading.
- Khi thiết kế, cần đưa tương đối đầy đủ nội dung với màu sắc, font chữ đúng với website sau này. Khi đặt nội dung, nên để font chữ ở chế độ Smooth là none, ko nên để là Crisp vì khi ra kết quả cuối cùng (web page) sẽ khác với thiết kế.
- Không sử dụng các font chữ không chuẩn cho nội dung website, vì nếu máy người xem không có font đó thì sẽ hư toàn bộ layout. Nếu website sử dụng tiếng Việt, nên sử dụng các font Unicode chuẩn như Arial, Verdana, Tahoma, Times News Roman.
- Các website thương mại nên hạn chế sử dụng các đường cong, hình ảnh lớn, background lớn chiếm diện tích thông tin của website trừ khi có thể quản lý chúng. Việc sử dụng đường cong hay background sẽ gây rất nhiều trở ngại khi chuyển qua HTML.
- Cần nghĩ qua về việc làm sao chuyển chúng thành HTML trước khi thiết kế một thành phần nào.
- Thiết kế web cần tính toán làm sao để tương thích với cấu trúc HTML của website, nếu không, khi phân tích ra thành các trang web HTML sẽ trở nên rất khó khăn cho việc xây dựng nội dung cũng như lập trình.
- Trước khi thiết kế, cần có sitemap cụ thể, để việc trình bày thông tin trở nên rõ ràng, dễ thuyết phục người duyệt mẫu. - Nên xem mẫu thiết kế trên các loại màn hình khác nhau, tốt nhất trên màn hình CRT bình thường, vì đây là màn hình của người sử dụng. Tránh việc duyệt mẫu, xem mẫu bằng giấy in lạng (hoặc rửa hình), hoặc màn hình laptop, LCD. - Màu sắc website cần nhẹ nhàng, phù hợp với mục đích của website, thông tin rõ ràng.
- Cần có một mẫu GUI Logic trước khi bắt tay vào thiết kế, GUI Logic này cần được duyệt qua bởi Người đối tác. GUI Logic là bản thiết kế thô, bao gồm các vị trí của các thành phần trên website, người thiết kế sẽ dựa trên đó để làm graphic. Bản GUI Logic này được tính toán trước về mặt thẩm mỹ và quan trọng là usabilities.

Chuyển trang web thành HTML

- Sau quá trình thiết kế web là quá trình phân tích, chuyển đổi mẫu thiết kế thành trang web HTML, cần theo các yêu cầu cụ thể sau:
 - Chương trình dựng trang web, chương trình thích hợp nhất là Macromedia Dreamweaver, vì đây là chương trình do rất nhiều lập trình viên đang sử dụng để code trực tiếp, tuyệt đối không dùng Frontpage. Frontpage có thể giúp đơn giản cho người sử dụng nhưng việc sinh mã HTML rất phức tạp, đặc biệt là sinh ra những mã HTML ko cần thiết và gây rối cho người lập trình.
 - Cắt web html cần có độ tỉ mỉ cao, nếu thiết kế mẫu layout, mất từ 4->8h (không tính thời gian sáng tạo), thì việc cắt web mất từ 2->4h một trang
 - Khâu thiết kế và khâu cắt web có vai trò rất quan trọng, vì sẽ tiết kiệm được thời gian cho các lập trình viên, tester sau này. Một trang web được cắt tốt không chứa các thành phần không cần thiết như mã HTML dư, hay các lỗi về cấu trúc HTML. Vì khi người lập trình làm việc, họ gần như chỉ làm việc

trên code chứ không làm việc trên phần design.

- Cần tính toán rõ ràng, cụ thể việc áp dụng Template trong website. Template giúp cho 1 website với những trang có thành phần giống nhau được quản lý một cách thống nhất, nếu cần thay đổi những phần này, chỉ việc chỉnh sửa file Template này.
- Phối hợp chặt chẽ với bộ phận phụ trách nội dung website để bố cục, cấu trúc website rõ ràng hơn.
- Khi cắt web, cần đưa các style css ở file riêng, không đưa định dạng font trực tiếp trong website, việc đặt tên các CSS cần sự nghiêm túc, có sự thống nhất. Hạn chế việc định dạng font chữ bằng tag < font >. Nếu có các link, việc đặt các css: link, active, visited, hover là cần thiết. Nên định font chuẩn cho toàn website bằng cách định nghĩa lại tag < td >.
- Sử dụng file spacer.gif để trang web có thêm các tùy biến thay vì định kích thước ngang dọc cho các < table > hay < td >.
- . File spacer.gif là 1 file gif trong suốt có kích thước 1x1. Khi cần định chiều cao cho 1 td thì nên chèn file này vào td đó và định chiều cao cho file spacer.gif.
- Tránh việc Merge các Table lại với nhau quá nhiều, tối đa 1 cái. Việc này rất quan trọng, vì nó sẽ gây khó khăn và mất thời gian cho các lập trình viên khi làm việc.
- Cần xem kỹ lại cấu trúc, yêu cầu của bên thiết kế web, để có thể cho phép website co giãn theo kích thước màn hình hoặc cố định (nhỏ tối đa 800px). Nếu là các co giãn theo kích thước màn hình, cần tính toán thiết kế sao cho khi giãn ra không có những khoảng trống hình ảnh.
- **NẾU LÀ 1 WEBSITE ĐỘNG HAY CẬP NHẬT THƯỜNG XUYÊN, TUYỆT ĐỐI KHÔNG DÙNG CHỨC NĂNG SLICE CỦA PHOTOSHOP HAY IMAGEREADY.** Chức năng này chỉ thích hợp cho các website tĩnh vì HTML sinh ra rất phức tạp và có rối dẫn tới việc các lập trình viên không thể đọc hiểu hay chỉnh sửa được.

III. Những quy tắc khi sử dụng font chữ

1. Font phải dễ đọc

Nhiều người đồng ý rằng font chữ từ 12- 14 là font tiêu chuẩn được dùng trên web. Nếu to hơn hoặc nhỏ hơn cỡ đó là bạn đã đặt mình vào "vùng nguy hiểm" rồi. Màu của font chữ cũng nên phù hợp với nền, đừng chọn nền và chữ một màu gần giống nhau hay quá tương phản dạng [nền màu trắng chữ màu ghi](#). Font chữ màu nhạt trên nền tối rất khó đọc

2. Dùng font phù hợp.

Font chữ không nên quá rắc rối mà có thể làm người đọc mất tập trung, mà font chữ nên phù hợp với nội dung của website. Ví dụ website cho trẻ em thì nên dùng font ngộ nghĩnh và nhiều màu sắc, nhưng website cho người lớn thì nên dùng font ngay ngắn và rõ ràng.

3. Nên dùng một loại font

Bạn nên sử dụng cùng một loại font cho toàn bộ trang web của mình, kể cả kích thước của font nữa. Hãy hình dùng một trang web mỗi trang là một loại font thì nó sẽ nhìn ra như thế nào?

4. Chỉ nên dùng những font tiêu chuẩn

Bạn có biết rằng hiện nay có bao nhiêu font chữ tồn tại không? và hầu như ngày nào người ta cũng tạo ra một loại font mới. Nếu bạn may mắn kiếm được một font đẹp, thì hãy giữ cho riêng mình, đừng nên dùng trên trang web của bạn. Bởi vì chưa chắc gì người đọc của bạn lại may mắn giống bạn để có font đó. Cho nên lời khuyên của tôi là nên dùng font tiêu chuẩn như: Arial, Times New Roman, Tahoma, Corier New ... những font có sẵn trong Window vì bạn có thể chắc rằng ai cũng đọc được.

Nếu máy của người đọc không có font bạn chọn, nó sẽ tự động chọn một font mặc định để thay thế.

1. Font phải dễ đọc

Nhiều người đồng ý rằng font chữ từ 12- 14 là font tiêu chuẩn được dùng trên web. Nếu to hơn hoặc nhỏ hơn cỡ đó là bạn đã đặt mình vào "vùng nguy hiểm" rồi. Màu của font chữ cũng nên phù hợp với nền, đừng chọn nền và chữ một màu gần giống nhau hay quá tương phản dạng [nền màu trắng chữ màu](#)

ghi. Font chữ màu nhạt trên nền tối rất khó đọc Và Ví dụ về lỗi màu sắc khi sử dụng font chữ:

1. Font phải dễ đọc

Nhiều người đồng ý rằng font chữ từ 12- 14 là font tiêu chuẩn được dùng trên web. Nếu to hơn hoặc nhỏ hơn cỡ đó là bạn đã đặt mình vào "vùng nguy hiểm" rồi. Màu của font chữ cũng nên phù hợp với nền, đừng chọn nền và chữ một màu gần giống nhau hay quá tương phản dạng nền màu trắng chữ màu ghi. Font chữ màu nhạt trên nền tối rất khó đọc

5. Trang web có rất nhiều font miễn phí

Bạn có thể vào trang web sau có rất nhiều font miễn phí và rất đẹp: www.dafont.com.

IV. 7 điều cần tránh khi thiết kế web:

1. Nội dung sơ sài và kém hấp dẫn

Bạn nên nhớ rằng khi người lướt web họ tìm các trang web trong công cụ tìm kiếm là họ muốn tìm thông tin để dùng cho mục đích của riêng mình. Ví dụ trang web của bạn được họ tìm thấy, nhưng sau một lúc ngó dọc ngó xuôi, họ chẳng thấy có chút gì hấp dẫn họ về mặt nội dung cả. Và tất nhiên họ sẽ bỏ đi sang trang khác và sẽ không quay lại nữa.

Vậy nên bạn hãy tạo ra trang web với nội dung thật hấp dẫn, sao cho người ta phải Add favourite ngay lần đầu đến thăm.

2. Tốc độ load chậm

Một điều hết sức khó chịu là trang web của bạn có tốc độ load chậm. Người ta không kiên nhẫn quá 5 giây để ngồi chờ trang của bạn load đâu.

3. Giao diện nghèo nàn:

Bạn luôn phải nghĩ rằng những người lướt web đến thăm trang của bạn, họ không phải là những nhà thiết kế web chuyên nghiệp. Thậm chí họ chỉ mới biết đến Internet. Do vậy bạn phải làm sao cho trang của mình thật dễ sử dụng, người ta chỉ cần nhấn chuột 3 lần là đã tìm ra cái họ cần.

Thanh di chuyển nên chọn loại tiêu chuẩn là nằm ngang dưới banner hoặc bên tay trái. Đừng nên dùng những thanh di chuyển quá phức tạp.

Đừng nên dùng hiệu ứng Javascript cho con trỏ chuột

Màu chữ và cỡ chữ không nên quá to, hoặc quá chói. Tốt nhất là bạn nên chọn font chữ từ 12-14 Px và màu là màu đen. Người ta chứng minh được rằng, mắt người thấy dễ chịu nhất ở những trang có nền trắng chữ màu đen.

4. Kết hợp màu sắc quá tồi

Có đôi khi tôi vào một vài trang web về Photoshop Tutorial. Thật sự thì tôi cũng thích nội dung trang web đó, nhưng màu sắc thì ... ôi thôi ... không thể tha thứ được. Nền màu đỏ, chữ màu xanh lá cây,

viền vàng, chữ xám ... nhìn như một bát màu chứ không phải một trang web nữa. Ở những lúc như thế, tôi chỉ muốn thoát ngay ra mà không muốn chịu đựng thêm một giây nào nữa.

5. Có quá nhiều hình ảnh động và flash

Banner hoặc logo mà là dạng hình động chạy ra chạy dzô, ẩn hiện lập loè, xoay vòng vòng như chong chóng là những thứ mà các web designer nên tránh như tránh tà.

Một banner bằng flash giống như một bé mới tập làm web và khoe hết người này người nọ về tác phẩm mà cậu ta mới làm xong.

Một trang web chuyên nghiệp thì logo và banner nên là dạng hình tĩnh hoặc đơn giản chỉ bằng chữ. Có nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng banner và logo động dạng flash không mang lại tính chuyên nghiệp cho trang web của bạn, mà sự thực nó làm điều ngược lại.

6. Bộ đếm số người truy cập – Hit Counter

Đoạn mã này chỉ được dùng bởi những tay mơ, mới bắt tay vào làm web. Bạn đừng bao giờ dùng đến nó. Bởi vì một host có cấu hình tốt sẽ giúp bạn kiểm tra được thông tin về số người truy cập là bao nhiêu, họ từ đâu tới, dùng trình duyệt gì, làm sao họ biết đến bạn nhờ công cụ tìm kiếm nào ...vân ...vân ... mà một bộ đếm truy cập thông thường chẳng bao giờ làm được như thế. Đó là chưa kể nó lại còn không chính xác nữa bởi vì mỗi lần có người refresh là nó lại nhảy lên một đơn vị.

Ý tưởng dùng công cụ Hit Counter này xuất hiện đã 8 năm về trước rồi. Thế giới đã đổi thay, bạn cũng nên vậy.

7. Viết theo văn phong dễ hiểu

Bạn luôn phải nghĩ trong đầu rằng không phải ai lướt web cũng giỏi văn như Nguyễn Tuân, Tô Hữu ... mà trình độ của họ chỉ là trung học hoặc hơn chút. Do vậy bạn nên viết sao cho dễ hiểu, vào thẳng vấn đề và đừng nên vòng vo tam quốc, trau trọt câu văn bóng bẩy làm gì.

Văn phong bạn viết trên Internet nên ngắn gọn, súc tích và dễ hiểu vì người đọc rất lười đọc trên mạng. Họ chỉ đọc lướt qua thôi chứ không đọc từng câu từng chữ đâu.

V. Những điều không nên khi thiết kế web:

1. Nên giữ cấu trúc trang web của bạn thật mạch lạc:

Có một vài webmaster muốn thay đổi cách nhìn của trang web vì họ muốn tránh sự nhàm chán bằng cách thay đổi cấu trúc của trang web ở những trang khác nhau. Ví dụ ở trang chủ thì thanh menu nằm dọc, sang đến những trang sau thì lại nằm ngang, hoặc vài trang khác lại là dạng menu trượt ...

Người lướt web thích sự mạch lạc, do vậy trang web của bạn cũng nên như vậy. Hãy thử xem các bản Window đều hao hao giống nhau về cấu trúc mặc dù tính năng thì khác nhau một trời một vực.

2. Đừng nên dùng Pop up

Pop up có lẽ là một dạng mã làm cho người lướt web cảm thấy khó chịu nhất. Bởi vì người ta bị ép buộc phải đọc cái mà người ta không muốn đọc. Giống như bạn đang đi đường bị ai đó ném một tờ giấy vào mặt bắt bạn phải đọc.

Có một vài lần tôi có dạo qua một vài forum thấy có một bảng pop up hiện ra với lời lẽ khá lịch sự là yêu cầu tôi đăng ký làm thành viên. Bảng pop up đó cứ lèo đèo theo tôi, khi tôi kéo chuột xuống dưới nó cũng xuống theo, kéo lên trên nó cũng lên theo mà không sao tắt nó đi được.

Vấn đề đặt ra là nếu nội dung của trang đó hấp dẫn tôi, thì không cần phải nhắc tôi tự khắc sẽ đăng ký thành viên. Còn nội dung nghèo nàn thì cho dù admin của trang đó đăng ký nick cho tôi, chỉ cho tôi password và thậm chí login vào giùm tôi. Tôi chỉ việc post bài thôi cũng chưa chắc tôi đã tham gia chứ huống gì tôi phải đăng ký thành viên vì cái pop up đó.

Do vậy bạn hãy thật thận trọng khi dung pop up.

3. Nên dùng hệ thống thanh di chuyển tiêu chuẩn

Có nhiều webmaster muốn cho trang web của mình sinh động nên nghĩ ra nhiều loại thanh di chuyển (navigation). Có người cho nó xoay vòng vòng quanh một quả cầu, có người cho nó chạy loanh quanh, có người cho nó trượt lên trượt xuống ... những kiểu này chỉ làm người xem nhức mắt và nhầm lẫn.

Những trang web lớn họ đều dung navigation rất đơn giản là nằm ngang phía trên hoặc phần trên bên tay trái.

4. Nên để trang web của bạn phù hợp với màn hình 800 x 600 Px

Hiện nay màn hình 800 x 600 không còn chiếm đa số nhưng không hẳn là nó đã biến mất và vẫn chiếm khoảng 40% tổng số những người online. Cho nên khi bạn thiết kế, bạn hãy để tâm đến 40% này. Việc kéo thanh trượt lên hoặc xuống không thành vấn đề vì việc đó khá dễ dàng với con chuột hỗ trợ con lăn. Nhưng việc kéo thanh trượt sang ngang là cả một vấn đề lớn và vô cùng khó chịu với người lướt web.

5. Đừng tự động tái định hướng người dung sang một trang khác:

Đôi khi có những webmaster muốn người xem chú ý đến một trang đặc biệt nào đó nên đã đặt đoạn mã tái định hướng mỗi khi ai click vào một trang cụ thể. Việc này có thể làm người dùng thấy khó chịu và không an tâm. Nếu bạn thực sự phải chuyển người dung đến một trang nào đó, hãy để một đường link thay vì tự động chuyển họ.

Vấn đề then chốt ở đây là chúng ta tránh áp đặt những gì mình nghĩ cho người dùng, nên cho họ sự lựa chọn.

6. Nên giữ dung lượng của trang chủ không vượt quá 60Kb:

Trang web có thể bao gồm chữ, hình ảnh và những định dạng khác như Flash và hình động. Nhưng khi bạn cộng tất cả các thành phần đó lại, thì dung lượng của nó không nên vượt quá 60 K.

Bởi theo các nghiên cứu được tiến hành, nếu trang web của bạn mất hơn 4 giây để load thì bạn đã mất một nửa số người đến thăm, còn nếu hơn 5 giây thì bạn mất trắng. Bạn thử tự hỏi mình bạn có thực sự kiên nhẫn khi phải chờ một trang nào đó ở kết quả tìm kiếm của Google khi nó load chưa?

7. Đừng canh giữa tất cả mọi thứ

Canh giữa tất cả chữ vào giữa giống thể thơ lục bát rất khó đọc, hãy tưởng tượng khi bạn đọc một cuốn sách mà tất cả chữ nghĩa đều được căn giữa.

Quy luật in trên giấy đã xuất hiện từ rất sớm và ai cũng phải công nhận rằng căn lề trái là cách dễ đọc nhất. Vậy trước khi bạn nên làm gì, hãy nhớ đến những gì ngành in ấn đang làm.

8. Đừng dùng Javascript cho con trỏ chuột

Tôi cũng có nhiều lần được chiêm ngưỡng những Javascript cho con trỏ chuột như đồng hồ chạy theo chuột, ánh sao lấp lánh, mũi tên, thanh gươm ... nói chung nhìn nó đẹp và vui nhộn nhưng nó chỉ thích hợp với những trang cho trẻ con dưới 5 tuổi. Với những người như tôi, tôi chẳng thấy thích một cái đồng hồ hoặc một loạt ngôi sao cứ bám như đĩa lấy con chuột của tôi.

Do vậy hãy loại bỏ những thứ đó và chỉ nên dung khi thực sự cần thiết.

9. Tham khảo những “ông lớn” trên net

“Ông lớn” ở đây tôi muốn đề cập đến là các trang web lớn với hàng triệu người truy cập một ngày như Yahoo, Google, MSN ... bạn nên tham khảo cách thiết kế, trình bày, font chữ, màu sắc, hiệu ứng của họ.

Vì họ là công ty lớn, làm ăn lâu dài và họ đầu tư cả tấn tiền vào nghiên cứu rồi cho nên những gì họ dung là kết quả của cả một quá trình đúc rút kinh nghiệm từ những sai lầm. Cho nên hãy tham khảo cách họ làm và học hỏi ở họ.

5) 15 ĐIỀU NÊN TRÁNH KHI THIẾT KẾ WEB

Những điều nên tránh cũng quan trọng không kém những điều nên làm. Tác giả Maricon Williams sẽ cho chúng ta thấy rõ những "hiểm hoạ" cần tránh khi thiết kế web.

Sau đây là những điều nên tránh khi bạn thiết kế web, vì nó chỉ làm người đọc thấy khó chịu và không thoải mái.

1. Dòng chữ "website đang xây dựng, mời bạn quay lại sau"

Để một dòng chữ như vậy trên trang của bạn biến thành bạn một tên "ma mới" trong làng thiết kế. Trang web phải được phát triển đúng lúc, đúng thời điểm. Nếu trang của bạn chưa hoàn thiện để cho mọi người xem, thì chỉ đơn giản không cần upload lên làm gì. Nhưng nếu là dòng chữ "Trang web đang nâng cấp, mời bạn quay lại sau" thì khác nhé!

2. Bộ đếm lượt truy cập

Người đọc đến trang của bạn cũng chẳng màng quan tâm xem trang của bạn có nhiều người đến cùng họ hay không? tuy nhiên nếu một bộ đếm thể hiện một con số khoảng 3 chữ số, thì lại cho người đọc cảm giác trang của bạn mới được thành lập và rằng bạn còn newbie lắm. Nhưng nếu con số đó khoảng 6, 7 chữ số thì người ta nghĩ chắc bạn tự tăng lên chứ làm gì mà nhiều thế! Cho nên cách tốt nhất là bỏ hẳn bộ đếm đó đi, nhưng nếu bạn thực sự muốn biết là có bao nhiêu người truy cập vào trang của mình thì hãy kiểm tra thống kê trên host.

3. Thiếu dòng tuyên bố bản quyền

Mọi thứ bạn viết hoặc tạo ra trên trang web của bạn phải được ghi bản quyền thuộc bạn. Hãy chèn một dòng © copyright vào trang của bạn và nhớ cập nhật mỗi năm một lần.

4. Lạm dụng công nghệ

Hiện nay có quá nhiều phần mềm, công cụ hỗ trợ cho quá trình thiết kế web. Nếu bạn cứ tham lam dùng hết những công cụ đó thì bạn đã làm cho trang web thành nồi lẩu và làm người đọc mất tập trung. Nếu bạn phải chọn giữa công nghệ và sự

giản đơn. Hãy đi theo lựa chọn thứ hai vì nó là yếu tố quyết định chức năng của trang web.

5. Câu văn quá dài

Nhiều câu văn dài quá làm người đọc không có dấu chấm hoặc phẩy nào để nghỉ một chút lấy hơi nữa. Cho nên bạn nên giữ câu văn thật đơn giản, ngắn gọn và súc tích. Chỉ nói những gì cần nói và đi thẳng vào vấn đề.

6. Trang quá dài

Hãy cố gắng giữ nội dung trên một trang ngắn gọn và súc tích. Người đọc và đặc biệt là người lướt web chỉ đọc lướt thôi và rất dễ chán. Cho nên hãy tập trung sự chú ý của người đọc. Nếu bạn phải viết về một vấn đề dài, hãy chia nó ra làm nhiều trang.

7. Không chỉ ra lợi ích của sản phẩm hoặc dịch vụ:

Hãy chỉ ra các lợi ích của sản phẩm và dịch vụ, đặc biệt các tính năng lợi ích nổi trội. Đồng thời cam kết những lợi ích đó là thực sự.

8. Không nói cho người đọc biết phải làm gì

Trong marketing cái này được gọi là "ra lệnh hành động" (Call to Action). Trên trang của bạn nên có một chỗ nói cho người đọc biết phải làm gì ví dụ như là đăng ký newsletter, Order Now, Join US.

9. Flash quá nhiều hoặc lờ lợc:

Một đoạn giới thiệu bằng flash có thể rất sáng tạo và độc đáo, nhưng điều đó có thực sự cần thiết cho mục đích của bạn không? thậm chí bạn có thể tạo ra một đoạn flash với công nghệ cao, độc đáo và cực kỳ hấp dẫn, nhưng hãy nghĩ đến người đọc. Người ta đã mệt mỏi cả ngày tìm kiếm trên mạng, liệu họ có đủ kiên nhẫn ngồi xem một đoạn phim bằng flash của bạn không?

10. Quá nhiều thông điệp sẽ chồng chéo lên nhau.

Bạn đã bao giờ bỏ thời gian ra đọc những tờ hướng dẫn sử dụng khi bạn mua một loại thuốc nào đó chưa? những chữ loại to và màu đỏ chói to chà bá chạy dọc chạy xuôi trên trang web. Bạn nghĩ nó có hiệu quả không? thay vì gào to lên trên trang của mình, bạn hãy bắt đầu bằng những lời thì thầm nhẹ nhàng mà cuốn hút. Hãy thể hiện những gì bạn muốn tốt nhất có thể, và nhớ để những khoảng trắng để cho con mắt của bạn có một chỗ để nghỉ và tiêu hoá những gì bạn vừa viết.

11. Những hình động làm mất tập trung

Hãy nhớ lại kinh nghiệm của bạn khi vào một trang có hiệu ứng tuyệt rơi và cá vàng bơi. Bạn có đọc và hiểu những gì họ nói không? hãy nghĩ đến người lướt web và đôi mắt mệt mỏi của họ. Bạn vẫn có thể thu hút sự chú ý của khách bằng

những dòng chữ tĩnh thay vì cho nó chạy nhảy tùm lum dưới một làn mưa tuyết và cá bơi tung tăng.

12. Cú kích chuột đây quyền lực

Bạn biết là một người lướt web thì như thế nào đúng không? con chuột trong tay bạn, bạn muốn làm gì thì làm. Bây giờ hãy nghĩ con chuột đang nằm trong tay người khác và đang lướt trên trang web của bạn. Nếu trang của bạn đông nghẹt banner, flash, màu sắc loè loẹt hiệu ứng java các loại thì chỉ cần một cú click chuột thôi là bạn bị quên lãng. Nếu bạn không muốn họ bỏ đi thì hãy giữ cho nội dung và trang web gọn gàng và đơn giản.

13. Nhưng câu nói sáo rỗng sẽ bị quên lãng:

Bạn đã bao nhiêu lần nhấn vào một banner có dòng chữ "Chúc mừng bạn! bạn đã thắng \$100000! nhấn vào đây để lấy tiền"? cho nên bạn hãy thực lòng với những gì bạn đang cung cấp hoặc bán cho khách hàng.

14. Pop-up cực kỳ khó chịu:

Chắc không cần nói nhiều bạn cũng biết pop-up khó chịu đến mức nào. Có những lúc vào trang web mà có khoảng vài cửa sổ pop-up thì nhau nhảy lên che hết màn hình, tôi nghĩ chắc bạn cũng chẳng thèm đọc nó là cái gì mà đóng chúng lại và cả trang web khó chịu đó nữa. Cho nên nếu bạn không thích những kiểu đó thì đừng dùng nó trong trang của mình.

15. Không ai muốn đọc một lá thư chào hàng quá dài.

Nếu bạn có thể tóm tắt một lá thư khoảng 2 trang thành 5 chữ thì bạn sẽ thắng lớn trong mọi bài viết! cho nên hãy nhớ một điều viết lách trên web luôn luôn phải ngắn gọn và súc tích.

Cuối cùng bạn hãy nhớ đến những điểm trên và giới hạn nó ở mức thấp nhất có thể. Hãy đặt mình vào vị trí của người đọc, người mà đang tìm kiếm thông tin mà bạn muốn cho họ. Hãy nghĩ đến những thứ mà làm bạn khó chịu khi lướt web và hãy tránh xa nó khi bạn làm trang của mình. Một trang web gọn gàng, tiêu đề phù hợp, rõ ràng và những bài viết giàu thông tin là một trang web thành công.

6) THIẾT KẾ WEBSITE DƯỚI GÓC NHÌN CỦA David Bell

Những website hay bao giờ cũng có một vài điểm chung trong nó và đó là những điều tôi sẽ bàn ở bài này. Tôi khuyên bạn trước khi làm một website bạn hãy phác thảo kế hoạch ra giấy trước hơn là ngồi trước màn hình máy tính trống trơn...

Những website hay bao giờ cũng có một vài điểm chung trong nó và đó là những điều tôi sẽ bàn ở bài này. Tôi khuyên bạn trước khi làm một website bạn hãy phác thảo kế hoạch ra giấy trước hơn là ngồi trước màn hình máy tính trống trơn. Tôi không biết bạn như thế nào nhưng với tôi ngồi trọn mắt lên nhìn máy tính thì tôi không thể nghĩ ra được cái gì đáng giá cả. Cho nên tôi hay dùng cách cổ điển là dùng bút và giấy sau đó thì để cho trí sáng tạo của mình tuôn chảy. Bằng cách gạch đầu dòng bạn sẽ có thể bao quát mọi ý tưởng và không bỏ sót một ý tưởng nào, bởi

vì đã gọi là ý tưởng thì thường là đáng giá.

Một khi bạn đã quyết định được cho mình một chủ đề, thì công việc bây giờ là vẽ ra thanh di chuyển (Navigation). Bạn nên giữ nó ở mức đơn giản và dễ hiểu để cho khách đến thăm biết họ đang ở đâu trong site của bạn, nếu không họ sẽ thấy bực mình và bỏ đi. Hãy giữ thanh di chuyển giống nhau ở từng trang, để cho người đọc không phải tìm lại từng mục ở từng trang khác nhau. Link bằng hình đồ họa thường thì có hiệu quả hơn là chỉ có chữ không, nhưng bạn nên dùng những gì ít nhất là có thể đọc được và không quá khó chịu cho người đọc.

Bạn cũng nên chú ý đến màu của các liên kết và phải mạch lạc trong toàn bộ trang. Bạn nên bao gồm thông tin liên lạc ở dưới hoặc góc trên của mỗi trang, ít nhất phải là địa chỉ email. Nếu là trang web về thương mại thì nên bao gồm cả phone, fax và tên công ty nữa. Bởi vì không phải ai cũng đến trang của bạn từ trang chủ mà có thể họ search được trên mạng và nhảy vào trang nào đó và nếu bạn không cho thông tin liên lạc ở mỗi trang thì có lẽ họ sẽ không thể liên lạc được với bạn. Nếu bạn thử đi dạo một vòng các trang web thì bạn sẽ thấy rất nhiều trang thiếu đi phần nội dung rất quan trọng này. Ở Vietphotoshop.com vì chúng ta đã có diễn đàn, cho nên giữa bạn và tôi không còn khoảng cách nên thông tin này không phải là quá cần thiết nữa.

Nếu có thể bạn nên thêm sổ lưu bút hoặc góc nhận xét cho người đọc cũng là một cách tốt để bạn trực tiếp giao tiếp với người đọc mà không cần phải email hay gọi phone.

Những hình đồ họa thường làm cho trang web thêm cuốn hút về mặt hình thức, nếu bạn sử dụng sai hoặc lạm dụng nó sẽ dẫn đến ấn tượng không tốt. Bạn nên sử dụng màu nền rõ ràng và tương phản với chữ, tốt nhất là nên dùng nền trắng chữ đen. Đây là màu chuyên dùng nhất trên hầu hết các trang web. Những người lướt web trong đó có cả tôi và bạn thường rất không kiên nhẫn khi phải ngồi chờ một trang cà giựt đến cả phút mà không thấy tầm hơi đâu.

Nếu site của bạn khá lớn thì bạn nên có một mục Search để giúp đỡ người đọc tìm thông tin nhanh chóng hơn. Site của bạn càng nhiều thông tin thì người đọc càng khó có thể tìm chính xác được thông tin mà họ cần. Một khung tìm kiếm có thể giúp ích rất nhiều. Trình soạn thảo web như Microsoft Frontpage cho phép bạn thêm khung tìm kiếm một cách dễ dàng và form này tự động update khi có trang mới được thêm vào.

Sở hữu một trang web có nghĩa rằng bạn phải update nó thường xuyên. Người lướt web muốn biết được thông tin họ đang đọc là mới và cập nhật. Nếu có thể bạn nên thêm ngày cuối cùng bài đó được cập nhật vào dưới hoặc trên của bài. Điều này cho phép người xem biết được thông tin được cập nhật khi nào hoặc một cách khác bạn có thể cho thêm một khung và đặt tên là "Thông tin mới".

Thêm một trang liên kết về những thông tin liên quan đến chủ đề bạn đang viết cũng là một ý tưởng hay. Bạn có thể liên lạc với những admin của site khác và trao đổi link hoặc bạn cứ tự động thêm vào bài viết những liên kết bạn cho là hữu ích cho

người đọc. Bằng cách trao đổi liên kết bạn có thể tăng traffic site của cả hai phía. Những trang tốt nhất trên mạng là những trang cho bạn thấy những đường link đến những trang khác có cùng chung một chủ đề hoặc ít nhất liên quan đến chủ đề bạn đang quan tâm. Nếu bạn có thể viết một đoạn giới thiệu ngắn ở dưới mỗi đường liên kết. Nếu bạn có một trang liên kết thì hãy kiểm tra nó thường xuyên để sửa những link hỏng. Sẽ rất bực mình nếu bạn nhấp vào đường link mà lại ra thông báo lỗi.

Nếu bạn làm theo tất cả những điều trên và đưa nó vào trang web của bạn, bạn sẽ có một trang web thú vị, thiết kế đẹp mà khách đến thăm bắt buộc phải quay lại nhiều lần. Ai cũng có thể gia nhập Siêu lộ thông tin, nhưng điều đó phụ thuộc vào bạn sẽ sử dụng loại "xe hơi" nào ở đó.

7) 10 LỜI KHUYÊN CỦA Lisa Irby CHO THIẾT KẾ WEBSITE

10 lời khuyên sau đây sẽ không thừa ngay cả khi bạn đã xem một seri bài dạng này. Thêm bổ ích và hiểu biết đó là những gì người sưu tầm cảm nhận. Hy vọng bạn cũng sẽ như vậy!

1. Lựa chọn màu sắc nghèo nàn

Một điều quan trọng nhất khi thiết kế website mà bạn luôn phải nhớ đó là **giữ nó thật đơn giản**. Càng rườm rà rắc rối càng không cần thiết. Trang web của bạn không nên nhiều hơn 3 màu và chữ trong bài viết nên là màu có tính tương phản cao với nền. Không còn gì bực mình hơn khi phải đọc chữ màu vàng trên nền màu hồng, hoặc chữ màu cam trên nền màu xanh lá cây. Có thể theo bạn là rất đẹp nhưng với độc giả thì lại là một vấn đề khác và thường là khó chịu.

2. Thanh navigation rắc rối

Nếu độc giả của bạn không thể tìm được họ đang ở đâu và làm thế nào để quay về trang chủ thì họ cũng sẽ đi mà không từ biệt. Chính vì thế thanh navigation (thanh di chuyển) của bạn nên được logic và mạch lạc ở tất cả các trang. Theo kinh nghiệm của nhiều người thì độc giả thích nhất là có thanh navigation dọc ở bên trái, sau đó là thanh navigation ngang ở dưới banner.

3. Font chữ và màu sắc lộn xộn.

Cũng như là thanh navigation của bạn, bạn cũng nên thiết kế sao cho font chữ và màu sắc của trang thật mạch lạc. Nếu trang chủ của bạn font là Arial Font, kích thước là 10 thì những trang sau cũng nên dùng chung một font và kích thước như thế. Tất nhiên những vùng đặc biệt như là copyright, điều lệ ... thì bạn nên dùng font phù hợp. Tuy nhiên, trong hầu hết các trường hợp, bạn nên sử dụng cùng một loại font và kích thước xuyên suốt toàn bộ trang.

Bạn nên nhớ rằng 90% những người lướt web tìm thông tin bằng cách dùng các Search Engine để tìm thông tin mình cần và các Search Engine lại tìm keyword (từ khóa) trong domain của bạn và sau đó quyết định nó sẽ xếp hạng trang web của bạn ntn. Nếu bạn muốn người đọc tìm được trang của bạn bằng cách gõ keyword

"Free web host, Domain registration" thì bạn nên chọn những domain mà có chứa hoặc dính líu đến mấy từ domain, host hoặc webhosting.

4. Đoạn văn quá dài

Đây là một lỗi chung hay mắc phải bởi rất nhiều webmaster.

Để cho trang web của bạn đọc được một cách dễ dàng, bạn nên cắt nhỏ đoạn "diễn văn" đó ra và dùng những câu phụ đề. Hầu hết mọi người thì chỉ đọc lướt qua để dò xem mình cần cái gì cho nên nếu đoạn văn của bạn nhỏ và sắp xếp logic, nó sẽ giúp cho người đọc cảm thấy dễ chịu hơn.

5. Không có thông tin liên lạc của webmaster.

Đừng để độc giả của bạn phải tìm thông tin liên lạc, đặc biệt nếu site của bạn về bán hàng hóa online. Bạn nên để thông tin liên lạc ở mỗi trang. Nếu thông tin liên lạc của bạn khó có thể tìm thấy hoặc không có thì làm cho khách hàng không muốn buôn bán gì với bạn hết. Tuy nhiên nếu website của bạn có diễn đàn hoặc một cái gì gần như thế thì thông tin liên lạc lại không thực sự quan trọng. Vì khách hàng có thể liên lạc trực tiếp với bạn qua diễn đàn, sổ lưu bút ...

6. Trang load quá lâu

Nếu trang của bạn không được load dưới 10 giây, thì file HTML của bạn là quá lớn. Bạn hãy kiểm tra lại những hình đồ họa của mình. Liệu bạn sử dụng nhiều hình ảnh quá không? nó có cần phải định lại dung lượng không? Người ta hay quen dùng định dạng .JPG cho những file hình nhiều màu sắc và định dạng .GIF cho những hình đặc hoặc đơn màu. Bạn cũng nên nhớ định dạng độ cao, chiều rộng cho bảng trong khi thiết kế với HTML bởi vì chữ sẽ được load trước hình ảnh. Những hình GIF động làm giảm đáng kể tốc độ load của site.

7. Không có META tag

Meta tag là một dạng code ẩn, người đọc không thấy nó hiện trên trình duyệt nhưng nó lại được nhìn thấy bởi những Search Engine. Thực ra hiện nay các META tag không còn quan trọng như trước đây nữa, nhưng các công cụ tìm kiếm vẫn một phần nào đó dựa vào những META tag này để hiển thị thông tin về trang web của bạn.

9. Sử dụng frame

Frame có thể tạo ra rất nhiều phiền toái cho bạn. Nhiều Search Engine không index những trang dùng frame, frame đôi khi không cho phép người đọc book mark site của bạn và nó gây khó khăn khi in ấn.

9. Chữ chạy nháy

Thẻ marquee là một tính năng rất thú vị, nhưng có nhiều người lại lạm dụng nó.

Mặc dù ý tưởng dùng chữ marquee là khá hay và hấp dẫn, nhưng bạn nên nhớ rằng không phải ai cũng thấy cách này là một cách hay đâu. Nếu bạn quyết định dùng marquee, thì bạn phải xác định rõ ràng là nó có thực sự mang lại hiệu quả và tăng thêm sức hấp dẫn cho site của bạn hay không. Có một vài trường hợp dùng marquee khá là hiệu quả như thông báo thông tin mới, thông tin nóng nhưng có nhiều trường hợp marquee text làm người đọc thấy khó chịu.

10) Chọn độ phân giải không phù hợp

Hiện nay đa phần người lướt web dùng màn hình với độ phân giải là 800x600. Nếu bạn thiết kế trang web để phù hợp với độ phân giải là 1024x768 Px hoặc cao hơn, thì bạn phải nhớ rằng rất nhiều người phải kéo thanh cuộn ngang để xem thông tin. Tôi không biết bạn nghĩ ntn, nhưng tôi nghĩ nó khá là khó chịu. Tuy nhiên hiện nay những màn hình 1024x768 đang dần trở lên thịnh hành và bạn cũng không nên quá lo lắng nữa.

Nhưng nếu bạn muốn trang web của bạn có thể hiển thị ở mọi độ phân giải, bạn nên định dạng bằng chế độ phần trăm thay vì pixel. Ví dụ khi bạn định dạng bằng là 100% width thay vì "800" thì khi màn hình là 800 hay 1024 nó vẫn hiện đầy đủ hết.

8) TAO MỘT NAVIGATION TIÊU CHUẨN - Max Cabba

Tạo một navigation tiêu chuẩn như thế nào? Hầu hết các webmaster thường hay hỏi câu hỏi tương tự như vậy khi họ thiết kế trang web của mình - Max Cabba.

Hầu hết các webmaster thường hay hỏi câu hỏi tương tự như vậy khi họ thiết kế trang web của mình. Trong bài viết này, tôi sẽ cố gắng trình bày những thứ cơ bản nhất mà theo tôi là một dạng thành navigation tiêu chuẩn. Mặc dù thanh navigation tạo ra nó chẳng có gì phức tạp, nhưng rất hiếm những người thiết kế lại chưa từng thử làm cho nó thêm phức tạp. Do vậy những đặc điểm cơ bản của một thanh di chuyển là:

- Rõ ràng

Bạn sẽ bỏ ra bao nhiêu thời gian để học cách di chuyển trên một trang đang sử dụng một loại navigation "vô tiền khoáng hậu"? Cho người mới biết đến thế giới mạng thì học cách dùng thanh navigation là không thể thiếu. Nhưng tại sao chúng ta lại để người đọc phải học cách di chuyển trên trang của mình? người lướt web tìm thông tin và webmaster thì cho họ thông tin. Cho nên thanh di chuyển nên rõ ràng cho mọi người ngay từ cái nhìn đầu tiên.

- Đường liên kết dễ nhận biết

Tôi không muốn phải tìm kiếm khắp trang với con chuột để tìm ra chỗ nào là có đường liên kết. Người đọc đã trở lên quen thuộc với những đường link màu xanh và có gạch chân. Tuy nhiên cho dù bạn muốn áp dụng kiểu gì cho trang của mình thì hãy nhớ rằng đừng làm cái gì quá đặc biệt mà người đọc phải khó khăn lắm mới tìm ra được. Bạn sẽ mất cơ hội đó!

- Đồng bộ.

Nếu tôi đã quen với cách bạn trình bày đường liên kết ở trang thứ nhất rồi thì bạn hãy giữ nguyên định dạng đó ở các trang còn lại bởi vì tôi không muốn học lại một lần nữa đâu. Đây chính là lý do vì sao người thiết kế web luôn giữ cùng một phong cách xuyên suốt toàn bộ trang web. Nó bao gồm hình ảnh, font chữ, màu chữ, cỡ chữ và nơi đặt chúng.

- Dễ thấy

Navigation nên được đặt ở những nơi được nhiều người quen với như là ở trên cùng dưới banner hoặc góc trên tay trái. Liên kết đến một trang khác thì nên đặt ở trên, liên kết đến trang kế hoặc quay lên trên lên được đặt ở dưới.

- Tên ngắn gọn, súc tích và dễ đọc.

Kích cỡ của đường link nên lớn một chút và đừng để người đọc phải mất công tìm kiếm. Tên đặt cho liên kết nên ngắn gọn và súc tích và phải phần nào đó nói lên nội dung của trang được link tới.

- Số lượng vừa phải

Chắc bạn cũng không thấy thú vị gì khi thấy một thanh navigation nào đó dài như tiểu thuyết và chỉ chút chữ nhỉ? cho nên thanh navigation nên được chia ra Menu chính và Submenu. Những submenu này bạn có thể dùng Java rất hợp lý, đẹp và tiết kiệm diện tích.

9) BỐ CỤC VÀ HÌNH ẢNH MINH HỌA THU HÚT NHIỀU BAN ĐỌC NHẤT

Người ta cho rằng tội lỗi lớn nhất mà bài quảng cáo có thể phạm phải là không thu hút được sự chú ý của bạn đọc. Làm cho quảng cáo được bạn đọc để mắt đến là công việc của họa sĩ vẽ bố cục và giám đốc mỹ thuật...

Người ta cho rằng tội lỗi lớn nhất mà bài quảng cáo có thể phạm phải là không thu hút được sự chú ý của bạn đọc. Làm cho quảng cáo được bạn đọc để mắt đến là công việc của họa sĩ vẽ bố cục và giám đốc mỹ thuật. Nhưng cũng như người viết lời quảng cáo muốn viết nên kiệt tác thì phải đẹp thứ "văn chương hoa mỹ", người giám đốc mỹ thuật cũng phải cất đi thứ "mỹ thuật màu mè" khi thiết kế quảng cáo ít ra thì mỹ thuật phải được xem là vấn đề thứ yếu. Mục đích chủ yếu của một bài quảng cáo chính là chào hàng. Do đó, bạn nên dùng các bố cục và hình ảnh minh họa với ưu tiên hàng đầu là nghệ thuật bán hàng rồi mới đến yếu tố thẩm mỹ.

Một giám đốc mỹ thuật đã mô tả những chuyển biến tư tưởng của mình khi chị đang cố gắng thiết kế những bài quảng cáo về các sản phẩm. Khi mới bước chân vào nghề quảng cáo, chị cố gắng áp dụng những điều học được ở trường mỹ thuật. Khi thiết kế bố cục quảng cáo, đầu tiên chị quan tâm đến khiếu thẩm mỹ và thiết kế đẹp. Còn khi chọn hình ảnh minh họa thì tiêu chí hàng đầu của chị là dùng hình càng giống với tranh ảnh của những danh họa thời xưa càng tốt. Kết quả là khi xem những mẫu quảng cáo của chị, các đồng nghiệp khác hét "Ồ" rồi "À!" thích thú. Những bài quảng cáo của chị đoạt nhiều giải tại các cuộc triển lãm mỹ thuật thương mại.

Có óc thực tế và nhận thức được mục đích chính của quảng cáo là chào hàng với số đông

công chúng, vị giám đốc mỹ thuật này đã đưa những tác phẩm sáng tạo của mình cho các tài xế taxi, các nhân viên tắc kị, thư kị, và những người khác không quan tâm trực tiếp đến mỹ thuật... xem qua. Chị đưa cho mỗi người xem vài bài quảng cáo và hỏi họ bài nào lôi cuốn nhất. Khi người đầu tiên bảo anh ta thích hơn cả là bài quảng cáo ít mang tính nghệ thuật nhất, chị đã cười xòa. Và khi một cô thư kị cũng bảo thế, chị lại nghi đó là một sự trùng hợp ngẫu nhiên.

Nhưng khi hàng tá người xem bỏ qua các tác phẩm sáng tạo và chọn các bài quảng cáo kém nghệ thuật, thì người giám đốc mỹ thuật này bắt đầu nhận thấy ánh sáng chân lý. Kể từ đó, chị đã tiến hành hàng trăm cuộc kiểm nghiệm. Chị nhận ra rằng giá trị nghệ thuật của một mẫu quảng cáo không quan trọng bằng khả năng gây chú ý và có hiệu quả chào hàng. Đôi khi, các nguyên tắc mỹ thuật phải được đảo ngược hoàn toàn để tạo ra bài quảng cáo có hiệu quả.

MỸ THUẬT THUẬN TÚY VÀ MỸ THUẬT THƯƠNG MẠI

Nhiều họa sĩ quảng cáo ngày nay vẫn có suy nghĩ như vị giám đốc mỹ thuật nói trên khi chị chưa đưa những mẫu quảng cáo của mình cho những người bình thường xem. Rắc rối trong việc ứng dụng những quy tắc mỹ thuật vào quảng cáo là ở chỗ mỹ thuật tìm cách thỏa mãn cảm xúc và hài hòa về màu sắc với môi trường xung quanh. Tại sao những dây ghề trong các công viên lại được sơn màu xanh mà không là màu cam? Bởi vì màu xanh đẹp hơn. Bởi vì màu xanh hợp với cảnh vật xung quanh hơn. Nhưng liệu nhà quảng cáo có muốn hòa điệu với môi trường xung quanh không? Liệu nhà sản xuất có chịu bỏ ra 40.0001[1] đô la cho một trang màu trên một tờ tạp chí chỉ để thỏa mãn khiếu thẩm mỹ của độc giả? Không hề. Họ chỉ muốn quấy phá người đọc, bắt người đọc dừng lại ngay - kích động họ và xúi giục họ mua hàng.

SỬ DỤNG KIỂU CHỮ SAO CHO HIỆU QUẢ

Điều chủ yếu cần xem xét khi chọn kiểu chữ cho tiêu đề chính là nó phải có kích cỡ đủ lớn và đủ sức thu hút sự chú ý của người đọc.

Điều chủ yếu cần xem xét khi chọn kiểu chữ cho bài viết là phải dễ đọc. Kiểu chữ dễ đọc nhất đối với mọi người chính là kiểu chữ mà họ đọc thường xuyên nhất. Do đó, hãy in bài viết của bạn bằng kiểu chữ thông thường sử dụng hàng ngày trong các bài báo. Tránh dùng kiểu chữ lạ. Tránh dùng chữ thảo. Tránh dùng quá nhiều chữ in nghiêng. Tránh dùng chữ in quá mờ hoặc quá đậm. Tránh dùng bất cứ kiểu chữ nào làm người đọc tập trung chú ý vào kiểu chữ hơn là thông điệp quảng cáo. Đừng có tạo không khí bằng kiểu chữ.

Một số giám đốc mỹ thuật sử dụng kiểu chữ như một phương tiện trang trí không hơn không kém. Họ ép chữ vào những hình vuông gọn ghẽ, hoặc hình chữ nhật hoặc những hình thù khác. Họ sắp xếp sao cho mọi dòng chữ đều dài bằng nhau, giống như những dòng chữ khắc trên bia tưởng niệm. Đôi khi họ dùng một kiểu chữ gầy khác thường hay chữ thảo để cho toàn bộ bài viết không lẫn sang hình minh họa. Đôi khi họ sử dụng kiểu chữ như một phần của thiết kế bằng cách biến bài viết thành những dòng chữ dài khó đọc trong một kiểu chữ lạ với những khoảng trắng giữa các dòng. Thiết kế kiểu này có thể làm cho mẫu quảng cáo có nghệ thuật hơn nhưng nó lại không mời gọi người đọc. Hãy nhớ rằng người ta mua báo là để đọc truyện và tin tức. Do đó, nếu muốn bài quảng cáo của bạn có độc giả, hãy trình bày bài viết sao cho giống như bài báo hay truyện.

Khi lựa chọn kiểu chữ cho các mẫu quảng cáo, bạn nên tham khảo những bài quảng cáo qua thư đặt hàng tiêu biểu được đăng đi đăng lại, như các hình 1.2 và 11.1. Hãy lưu ý đến những kiểu

chữ cứng cáp, in đậm, dễ đọc sử dụng trong các tiêu đề và kiểu chữ rõ nét của bài viết. Nếu bạn không biết tên gọi của nhiều kiểu chữ khác nhau, bạn nên xé một mẫu quảng cáo qua thư đặt hàng có chất lượng trên một tờ báo hay tạp chí bất kỳ và bảo với người thợ xếp chữ: “Hãy xếp chữ cho mẫu quảng cáo của tôi giống như thế này”.

Khi chuẩn bị bố cục của một bài quảng cáo, hãy thiết kế tiêu đề đậm và với cỡ chữ lớn vừa đủ để người đọc qua loa nhất cũng không thể bỏ sót được thông điệp của bạn. Nếu tiêu đề dài, hãy xếp chữ in hoa hoặc cỡ chữ cực lớn cho những từ hay cụm từ quan trọng, hoặc có thể dùng cả hai cách.

Cỡ chữ lớn dùng trong tiêu đề sẽ gây được sự chú ý mạnh mẽ. Nó cũng tạo sức mạnh cho thông điệp của bạn. Xét tiêu đề sử dụng cỡ chữ bình thường này:

THÔNG BÁO KIỂU SẢN PHẨM MỚI

Bây giờ hãy xem tiêu đề có sức nhấn mạnh như thế nào với cỡ chữ lớn dưới đây:

THÔNG BÁO KIỂU SẢN PHẨM MỚI

Cỡ chữ lớn làm tăng thêm sức mạnh và tầm ảnh hưởng cho bản thông báo của bạn. Cỡ chữ lớn biến bản thông báo thành một tin tức quan trọng chứ không phải là một tin vặt. Nó tại được ấn tượng rằng bạn đang nói cao giọng thay vì thì thầm. Mẫu thông báo dùng cỡ chữ nhỏ hàm ý rằng bản thân bạn cũng không nghĩ điều thông báo đó là quan trọng.

Thậm chí khi bạn không có tin tức gì - không cần thông báo điều gì, bạn cũng có thể mang lại hương vị tin tức cho tiêu đề bằng cách in tiêu đề bằng cỡ chữ lớn. Xét tiêu đề sử dụng cỡ chữ bình thường này:

GỬI NHỮNG NGƯỜI MUỐN TIẾN THÂN

Đây quả là một tiêu đề thú vị, nhưng hãy xem nó sẽ trở nên quan trọng hơn như thế nào khi nó chạy ngang trang báo với cỡ chữ lớn:

GỬI NHỮNG NGƯỜI MUỐN TIẾN THÂN

Cỡ chữ lớn dường như cộng thêm giá trị thông báo, giá trị tin tức, mặc dù tiêu đề chẳng cung cấp thông tin gì cả. Tuy nhiên, không nên dùng chữ in hoa nhiều hơn sáu bảy từ trong một dòng. Đối với hầu hết những người trưởng thành thì dòng chữ toàn chữ in hoa khó mà đọc suôn sẻ nếu nhiều hơn mức ấy. Hãy xếp tiêu đề trên như sau:

Gửi những người muốn tiến thân

LÀM NỔI BẬT NHỮNG TỪ QUAN TRỌNG TRONG TIÊU ĐỀ

Khi xử lý tiêu đề dài dòng, có thể bạn không có đủ chỗ để đặt tất cả các từ vào cỡ chữ lớn. Trong trường hợp này, bạn chỉ đặt một phần tiêu đề vào cỡ chữ lớn. Ví dụ, sau đây là một tiêu đề dài mà không có từ nào được làm nổi bật:

BẠN CÓ THỂ QUẢNG GÁN LO VỀ TIỀN BẠC NẾU THỰC HIỆN KẾ HOẠCH TÀI CHÍNH ĐƠN GIẢN NÀY

Còn dưới đây cũng là tiêu đề đó nhưng có nêu bật một số từ bằng cỡ chữ lớn. Khi xếp chữ cho một mẫu quảng cáo, những từ nêu bật này có thể được đưa ra đứng riêng, để bắt mắt người đọc.

Hãy lưu ý rằng bản thân những từ được nêu bật phải chuyển tải một thông điệp hoàn chỉnh. Điều này rất quan trọng, không nên làm nổi bật những từ mà bản thân chúng không có nghĩa:

BẠN CÓ THỂ QUẢNG GÁNH LO

VỀ TIỀN BẠC

nếu thực hiện kế hoạch tài chính

đơn giản này

Dưới đây là bốn tiêu đề nữa được xử lý tương tự. Trong cách viết đầu tiên của từng tiêu đề, không có từ nào được làm nổi bật. Trong cách viết thứ hai, những từ có nghĩa được đặt trong cỡ chữ lớn:

- (1) Gửi những ai muốn
thôi việc vào một ngày nào đó
- (2) Gửi những ai muốn
THÔI VIỆC vào một ngày nào đó
- (1) Trị bệnh cảm lạnh
nhanh chóng theo cách này
- (2) TRỊ BỆNH CẢM LẠNH
nhanh chóng theo cách này
- (1) Hàng nghìn người giờ hưởng nhân
trước kia không dám mơ được như vậy
- (2) HÀNG NGHÌN NGƯỜI
GIỜ HƯỞNG NHÂN
trước kia không dám mơ được như vậy
- (1) Còn ai muốn giặt trắng hơn
mà không vất vả
- (2) CÒN AI MUỐN
GIẶT TRẮNG HƠN
mà không vất vả

Khi bạn đưa bài viết cho họa sĩ thiết kế bố cục hoặc giám đốc mỹ thuật, họ thích bạn chỉ ra những từ nào quan trọng, nếu có, trong tiêu đề cần phải được nhấn mạnh hay xếp vào cỡ chữ lớn so với những từ khác.

Nếu viết tiêu đề dài, bạn nên khôn khéo đưa vào một cụm từ có nghĩa mà có thể được in cực đậm hay dùng cỡ chữ cực lớn. Nếu có thể làm như vậy thì bạn nên sắp xếp ý tưởng sao cho cụm từ có nghĩa này xuất hiện ở phần đầu tiêu đề. Cách sắp xếp này được dùng ở ba trong số bốn tiêu đề đã liệt kê ở trên. Cách này không được dùng trong tiêu đề: "Gửi những ai muốn THÔI VIỆC vào một ngày nào đó".

HÌNH ẢNH GÂY SỰ CHÚ Ý

Người ta đã tiến hành hàng trăm cuộc khảo sát ý kiến bạn đọc, trong đó bạn đọc được hỏi về những mẫu quảng cáo nào khiến họ chú ý trong nhiều ấn phẩm khác nhau. Theo kết quả thu được, người ta có thể liệt kê ra những loại hình ảnh đặc biệt hiệu quả trong việc thu hút sự chú ý của người đọc. Ví dụ:

- § Hình cô dâu
- § Hình em bé
- § Hình loài vật
- § Hình những người nổi tiếng
- § Hình những người mặc trang phục kỳ cục, chẳng hạn như trang phục tại vũ hội hóa trang
- § Hình những người trong những tình huống kỳ quặc, chẳng hạn như hình người đàn ông đeo một miếng che mắt
- § Hình kể một câu chuyện, chẳng hạn như bé gái đang đội thử cái nón của mẹ
- § Hình lãng mạn, chẳng hạn như một chàng trai đang ôm một cô gái băng qua dòng suối chảy xiết.
- § Những bức ảnh về thảm họa, chẳng hạn như tai nạn xe hơi
- § Hình thời sự, chẳng hạn như việc phóng tàu vũ trụ
- § Những hình ảnh đúng thời điểm, chẳng hạn như hình ông già Noel trong dịp Giáng sinh, hay hình cố tổng thống Mỹ Abraham Lincoln nhân ngày sinh nhật ông.

Một nhận xét thú vị cũng được rút ra sau các cuộc khảo sát ấy là, đối với phần lớn sản phẩm, các quý ông hay để ý đến những bài quảng cáo có hình đàn ông, và ngược lại, các quý bà hay xem những mẫu quảng cáo có hình phụ nữ. Rõ ràng là hình ảnh đóng vai trò như một cái nhãn. Một người đàn ông nghĩ rằng mẫu quảng cáo có hình đàn ông thì có lẽ là quảng cáo về sản phẩm dành cho nam giới, và bài quảng cáo có hình phái đẹp thì có lẽ là về sản phẩm dành cho nữ giới.

Khi chưa sử dụng những cuộc khảo sát bạn đọc rộng rãi, một số nhà quảng cáo vẫn tin rằng cách thu hút một bạn đọc nam là đưa ra hình một người đẹp đang tắm. Rõ ràng là kỹ thuật này thu hút không đúng đối tượng bạn đọc hoặc thu hút người đọc trong một tâm trạng không thích hợp. Loại hình ảnh này có thể chỉ gợi cảm giác khao khát cô gái chứ dường như không gợi cảm giác khao khát sản phẩm đang được quảng cáo. Có một câu chuyện trong buổi đầu phát triển của loại hình quảng cáo qua thư trực tiếp về một người đàn ông sau khi đọc một catalog quảng cáo đã gửi 29,95 đô la yêu cầu một chiếc áo đầm phụ nữ. Khi chiếc áo được chuyển đến, ông phàn nàn vì với 29,95 đô la, ông mong nhận được cô người mẫu mặc chiếc đầm trong hình in trên catalog!

HÌNH ẢNH CÓ HIỆU QUẢ CHÀO HÀNG

Khi sử dụng thông tin từ các cuộc khảo sát ý kiến độc giả, nên nhớ rằng giá trị thu hút sự chú ý của hình ảnh minh họa không đồng nghĩa với giá trị chào hàng cao. Để chào hàng hiệu quả thì hình ảnh phải liên quan đến sản phẩm.

Một số nhà quảng cáo đã sử dụng sai các kết quả khảo sát bạn đọc khi minh họa quảng cáo

bằng hình ảnh gây được sự chú ý nhưng không liên quan gì đến sản phẩm. Ví dụ như khi dùng hình cô dâu hay em bé nhằm mục đích gây chú ý cho bài quảng cáo xe hơi, bạn sẽ thu hút không đúng đối tượng độc giả và với tâm trạng không thích hợp. Hình cô dâu chỉ hợp với các sản phẩm quà cưới như trang sức bạc chẳng hạn. Còn hình em bé chỉ nên dùng cho sản phẩm phần trẻ em.

Căn cứ vào các cuộc kiểm nghiệm về hiệu quả chào hàng của quảng cáo, sau đây là những ví dụ điển hình về hình minh họa có giá trị chào hàng.

1. Hình sản phẩm. Ví dụ, trong quảng cáo cho xe hơi, hãy trình bày hình chiếc xe hơi
2. Hình sản phẩm đang được sử dụng. Ví dụ, hình một người phụ nữ đang sử dụng dụng cụ làm vườn mới mua.
3. Hình về những hiệu quả, lợi ích, v.v... sau khi sử dụng sản phẩm. Ví dụ, hình một người phụ nữ đang trầm trồ một cái bánh ngọt cô đã nướng, hoặc đang thưởng thức cái bánh pudding cô đã làm, hoặc đang mặc một cái áo khoác đẹp mà cô từng ao ước.
4. Hình về việc đạt được tham vọng. Ví dụ, một cậu bé được nhận văn bằng. Ví dụ khác: mẫu quảng cáo về một trường hàm thụ và hình một người đàn ông tươi cười đang đưa cho vợ một ít tiền. Tiêu đề: "Thêm 50 đô la nè, em yêu – Anh thật sự đã kiếm được tiền rồi".
5. Hình một chi tiết được phóng to. Ví dụ, hình một loại ngòi bút mới được phóng to dưới kính lúp.
6. Hình thể hiện kịch tính. Ví dụ, một bài quảng cáo cho khóa học rèn luyện trí nhớ đưa ra hình một người đàn ông đang bị bịt mắt. Tiêu đề: "Trí nhớ chỉ là chuyện nhỏ".

Một sai lầm nên tránh khi chọn hình minh họa là không nên dùng hình ảnh quá cường điệu hay quá khéo. Chuyện sau đây thỉnh thoảng cũng hay xảy ra. Một hãng nhiều năm làm quảng cáo cho những tour du lịch biển. Họ đã quá chán với những hình ảnh những con người sung sướng bước chân lên tàu, hay hình những nhóm người đang vui vẻ đánh cờ trên boong tàu. Họ muốn tạo ra cái gì đó khác biệt. Và thế là họ chuẩn bị một bài quảng cáo du lịch biển trong đó nêu bật hình ảnh một cái la bàn hay hình cái mũ của thuyền trưởng. Điều này quả là khéo léo, nhưng rất khiên cưỡng. Hãng quảng cáo ấy đã quên mất hai sự thật quan trọng, đó là:

1. Đối với một người bình thường khi đọc lướt qua một ấn phẩm thì hình cái la bàn là quảng cáo cho cái la bàn, hình cái mũ là quảng cáo cho cái mũ.
2. Những người để dành được đủ tiền cho một chuyến du ngoạn trên biển thường thích hình ảnh hành khách bước chân lên tàu hay hình những nhóm người chơi cờ trên tàu. Đó mới chính là những gì họ mong đợi. Do đó đừng để mất khách hay làm cho họ lúng túng với hình la bàn hay mũ.

Khi tìm ý tưởng để minh họa cho quảng cáo, bạn sẽ thấy hình sản phẩm mang lại hiệu quả cao nhất. Ví dụ, Câu lạc bộ "Sách hay nhất trong tháng" đăng hình những cuốn sách. Nếu xem qua một catalog đặt hàng qua thư, bạn sẽ thấy:

- § Hình máy khâu là quảng cáo cho máy khâu
- § Hình máy hút bụi là quảng cáo cho máy hút bụi
- § Hình áo đầm là quảng cáo cho áo đầm
- § Hình giày dép là quảng cáo cho giày dép

Những ví dụ đã nêu không có ý loại trừ việc sử dụng các hình ảnh có kịch tính và gây hứng thú. Những hình ảnh thú vị sẽ rất tốt nếu điểm gây thú vị của chúng có liên quan đến sản phẩm được

quảng cáo.

TẠI SAO ẢNH CHỤP LÀ MINH HỌA TỐT

Sau khi đã chọn được chủ đề cho hình minh họa của mình, thường thì bạn nên dùng ảnh chụp về chủ đề ấy thay vì hình vẽ. Về độ tin cậy thì không có gì khiến người ta tin tưởng bằng ảnh chụp cả. Nếu cứ dùng hình vẽ hay bức họa, bạn nên cố gắng dùng tranh càng giống như thật càng tốt, càng như ảnh chụp càng hay.

Hiệu quả của ảnh chụp có thể được minh họa bằng một số kinh nghiệm cá nhân của tôi. Một cô bạn đã kể với tôi trong cả nửa giờ liền về cậu cháu trai cưng bé nhỏ của mình. Tôi không biết gì nhiều về cậu bé qua lời kể của cô bạn. Lời mô tả của cô quá lý tưởng hóa đứa cháu. Rồi cô ấy cho tôi xem một bức chân dung lớn vẽ bằng sáp màu về một cậu bé trai dễ thương. Tôi xem bức vẽ nhưng không thể mừng rỡ trong đầu hình ảnh cậu bé trong thực tế. Cuối cùng cô ấy cho tôi xem bức ảnh chụp nhanh một cậu bé đang trượt tuyết. Tấm hình tuy bé nhưng tôi có thể biết được mặt mũi cậu bé như thế nào. Cậu bé tỏ ra có cá tính với nụ cười dễ thương. Tôi đã có thể nhận diện cậu bé. Nhưng với bức tranh bằng sáp màu thì tôi không tài nào nhận ra cậu. Bức tranh nhìn không thật và không thuyết phục.

Lần khác, tôi đang xem một catalog về các khu nghỉ mát mùa hè. Có hai bài quảng cáo về hai khu nghỉ mát đã thu hút tôi. Nhưng một bài có lợi thế hơn hẳn so với bài kia. Nó trình bày ảnh chụp khu nghỉ mát và vùng quê xung quanh. Qua những bức ảnh này, tôi có thể hình dung rõ ràng về khu nghỉ mát. Chúng đưa ra trước mắt người đọc những hình ảnh tuyệt vời chỉ kém chuyến nghỉ mát thực tế mà thôi. Mẫu quảng cáo kia in một hình vẽ lý tưởng hóa về khách sạn và đất đai xung quanh. Nó vẽ những lá cờ đang tung bay phấp phới, đài phun nước đang nô giỡn và cả những chiếc thuyền buồm xinh xắn trên mặt hồ gần đây. Bức tranh ấy không chứng tỏ được điều gì cả. Nó không cung cấp thông tin thật. Nó không có sức thuyết phục. Nó chỉ đơn thuần là hình ảnh lý tưởng về một khách sạn mùa hè dưới con mắt họa sĩ.

Một lần khác, tôi muốn đi mua túi hành lý máy bay. Tôi tìm quảng cáo trên báo và tạp chí. Một số bài quảng cáo có hình vẽ túi hành lý, một số minh họa bằng tranh vẽ một số khác dùng ảnh chụp. Những bài có ảnh chụp thu hút tôi nhất. Tôi biết nếu tôi đi xem những túi hành lý này thì tôi sẽ không thất vọng. Những túi hành lý trên thực tế sẽ giống như những bức ảnh này. Mặt khác, nếu đi xem những túi hành lý mà tôi chỉ được biết trước qua nét vẽ đồ họa hay tranh nghệ thuật thì có thể tôi sẽ thất vọng. Món đồ trên thực tế chưa hẳn sẽ giống như bức vẽ về nó.

Ảnh chụp cung cấp thêm thông tin thực cho bài quảng cáo, ảnh chụp có sức thuyết phục, ảnh chụp chính là bằng chứng. Tất cả chúng ta đều biết khi xem ảnh chụp một người, một món hàng hoặc một khu du lịch chính là chúng ta đang xem những hình ảnh có thật. Có những chi tiết nhỏ trong ảnh chụp có thể nói lên rất nhiều điều - các chi tiết nhỏ về vẻ mặt hay cảnh vật xung quanh. Liếc nhìn một bức ảnh là gần như tận mắt thấy vật thể trên thực tế.

Tục ngữ Việt Nam có câu: "Trăm nghe không bằng một thấy". Nếu quả điều này đúng thì một bức ảnh tốt có giá trị bằng hai trăm lời nói.

SỬ DỤNG HÌNH ĐẦU NGƯỜI TRONG QUẢNG CÁO

Tại sao các nhà quảng cáo qua thư đặt hàng hay sử dụng hình đầu đàn ông hay phụ nữ để minh họa cho quảng cáo? Câu trả lời là loại hình minh họa này mang lại doanh thu cao hơn các loại khác.

Hình đầu người dễ gây sự chú ý. Điều này đặc biệt đúng khi người mẫu nhìn thẳng vào bạn và có liên quan đến sản phẩm hay dịch vụ được quảng cáo, ví dụ như hình một người đang sử dụng sản phẩm hay một học viên tốt nghiệp từ một khóa học hàm thụ. Bức ảnh một người nhìn thẳng vào mặt bạn sẽ khiến bạn dừng lại nhanh hơn là hình một bánh xà phòng hay hình phong cảnh.

Xét khía cạnh không gian trang báo thì hình đầu người có hiệu quả kinh tế hơn. Bạn chỉ cần đưa ra khuôn mặt. Điều này có nghĩa là nếu bạn có khoảng trống rộng để dành cho hình minh họa thì bạn có thể phóng to mặt người cho nó lấp đầy khoảng trống, và như vậy tạo ra được một hình minh họa không thể nào bị bạn đọc bỏ sót.

Nếu bạn sử dụng bài viết dài nhưng chỉ có một khoảng trống nhỏ dành cho hình minh họa thì không có hình nào đưa vào mà bắt mắt hơn hình đầu người. Nhiều mẫu quảng cáo có khổ 60 dòng nhét đầy chữ là chữ đến nỗi khoảng trống dành cho minh họa không lớn hơn một con tem. Tuy nhiên, khoảng trống nhỏ này cũng đủ để chứa một bức ảnh đầu đàn ông hay phụ nữ có hiệu quả thu hút.

Còn những loại hình ảnh minh họa khác được dùng trong quảng cáo là gì? Đó là những cảnh ngoài trời, nhóm người, cảnh văn phòng, cảnh trong nhà, phong cảnh, v.v.. Hình ảnh minh họa kiểu này đưa vào những khoảng trống lớn trên trang báo thì thích hợp. Nhưng chúng không có lợi thế nếu sử dụng trong những bài quảng cáo khổ một phần tư trang hay với bài viết dài.

Hãy xét trường hợp bạn dùng hình phong cảnh. Bạn không thể nhét một bức ảnh phong cảnh có hiệu quả chào hàng vào một khoảng trống nhỏ. Nếu bạn thu nhỏ lại bức tranh phong cảnh, những chi tiết của nó sẽ khó nhìn rõ. Nếu bạn cắt bớt một phần bức ảnh phong cảnh, bạn dễ làm hỏng nó.

Nhưng giả sử bạn đang sử dụng hình đầu người. Bạn có thể bỏ đi phần vai và cổ áo. Thậm chí bạn cũng có thể bỏ đi phần đỉnh đầu, chỉ giữ lại gương mặt, và hình minh họa ấy vẫn tốt. Hình đầu người, nhất là khi anh ta đang nhìn bạn, là một trong những kiểu hình minh họa có hiệu quả nhất mà bạn có thể dùng với không gian hạn chế. Và nó cũng cực kỳ hiệu quả nếu phóng to lên lấp đầy một diện tích lớn hơn.

Có những lý do thuyết phục khác để bạn sử dụng hình đầu người làm minh họa cho quảng cáo. Hãy xét trường hợp bài quảng cáo có lời chứng thực. Nếu bạn đưa ra thông tin quảng cáo. Họ sẽ cho rằng bài quảng cáo ắt hẳn là đúng sự thật, nếu không người đưa ra lời chứng không khi nào dám cho phép sử dụng hình ảnh của họ. Hơn nữa, khi bạn đọc đọc lời chứng, họ có thể thỉnh thoảng liếc nhìn người đã viết lời chứng ấy. Họ có thể thấy mặt mũi của người đó. Điều này làm tăng sự quan tâm của độc giả và khiến cho thông điệp quảng cáo toát lên cảm giác thân tình hơn.

10) 15 xu hướng tạo hình trong thiết kế logo

Trong vài năm gần đây, người ta lại có khuynh hướng trở lại với những logo mộc mạc, giản dị. Xu hướng này tưởng chừng như đã biến mất một thời gian. Có khá nhiều logo đã được thiết kế dựa trên các hình hình học, pha trộn với những vòng xoắn đơn giản để tạo ra những cảm nhận thị giác.

1. Các giọt màu (Droplets)

Một vài giọt màu nhỏ sẽ gợi cảm nhận về sự kết hợp. Người ta thường sử dụng các giọt màu làm biểu tượng cho sự hội tụ và liên kết, hòa hợp. Lối gây ấn tượng này xem ra có vẻ phù hợp với các tổ chức kỹ thuật hoặc khoa học. Thông thường, những hình này được thể hiện trên mặt phẳng, song một vài thiết kế có sử dụng các điểm nhấn hoặc tạo bóng để

mang lại ấn tượng về các chiều không gian.

Ví dụ minh họa:



2. Khả năng chất lọc (Refinement)

Trong vài năm gần đây, người ta lại có khuynh hướng trở lại với những logo mộc mạc, giản dị. Xu hướng này tưởng chừng như đã biến mất một thời gian. Có khá nhiều logo đã được thiết kế dựa trên các hình hình học, pha trộn với những vòng xoắn đơn giản để tạo ra những cảm nhận thị giác. Những lý do chủ yếu là sự kính trọng quá khứ của những năm 70 và thời đại của những thiết kế logo kinh điển; hay đó là sự tin cậy hơn đối với những hình học tự nhiên trong máy tính; hay cũng có thể chỉ đơn giản bởi vì ngày càng ít những nhà thiết kế có kỹ năng vẽ tay đủ để có thể phác thảo những logo minh họa?



3. Phong cách bình dân (Pop)

Biến đổi theo một vòng xoắn ốc giống như thời trang, 30 năm một lần trở lại xu hướng cũ với những nét phá cách mới, ngày nay, các doanh nghiệp chuyên phục vụ giới trẻ cũng như các công ty nhỏ thích thú sử dụng ngôn ngữ văn hóa bình dân cuối thập niên 60, đầu thập niên 70. Việc sử dụng những định dạng ký tự, sau đó phá cách một cách đặc biệt đã tạo nên một phong cách thiết kế logo có phần bình dân khi nhào nặn các con chữ. Những logo dạng này thường trẻ, khỏe và như những con sóng dữ dội.



4. Những vòng xoắn tự nhiên (Natural spirals)

Hãy thử tưởng tượng, vài giọt sơn màu tóit rơi vào một hộp sơn trắng, sẽ loang màu khi được khuấy nhẹ. Hay hình ảnh một đĩa trẻ dùng đèn pin vẽ liên tục những vòng tròn bằng ánh sáng trên bầu trời đêm. Chúng chính là hình ảnh những vòng xoắn hay xoáy nước do thiên nhiên mang lại, không phải là sản phẩm trên máy tính, nhưng chính sự pha trộn giữa những vòng xoắn hỗn loạn với những hình hình học cơ bản trong các logo dạng này lại mang đến một cảm nhận về sự cùng tồn tại và hòa hợp giữa trật tự và tự do.



5. Hình ảnh động vật (Animorphic)

Không ít doanh nghiệp đã thể hiện logo với hình tượng chính là các con vật biểu tượng. Đây là một xu hướng thiết kế khá phổ biến và các nhà kinh doanh tin rằng có một sự liên hệ khá chặt chẽ giữa sự phát triển của doanh nghiệp với đặc tính nổi trội của các con vật biểu tượng. Phần lớn logo theo phong cách này là của các doanh nghiệp vừa và nhỏ, tuy nhiên cũng có những hình ảnh nổi tiếng như chú cá voi của Pacific Life hay chú hươu của John Deere. Phong cách minh họa này đang ngày càng biến đổi một cách mạnh mẽ.



6. Xu hướng xô nghiêng (Canted)

Bạn có nghĩ rằng bạn có thể làm cho những hình hình học rất đối khiêm tôn có một gương mặt mới và trở nên đáng chú ý? Hãy xô nghiêng hay gói chúng vào một khối cầu, chỉ đơn giản bởi một cái nháy chuột - điều không chỉ bạn, mà rất nhiều nhà thiết kế có thể làm rất dễ dàng. Hãy cảm ơn các phần mềm như Freehand, Illustrator hay Corel Draw, chúng đã làm cho các logo không có chiều sâu trở nên sống động hơn với giải pháp của thế giới 3D.



7. Gương mặt của những chữ cái (Alpha-face)

Trong nỗ lực làm cho hình ảnh doanh nghiệp trở nên thân thiện và gần gũi hơn, những logo sử dụng các con chữ đã biến đổi chữ cái thành khuôn mặt hay hình người bé nhỏ. Chữ cái với các hình dạng khác nhau trở thành mắt, mũi, tai, miệng và tạo nên một logo. Lối thể hiện này đã xuất hiện khá lâu với nhiều thế hệ thiết kế song các nhà thiết kế vẫn tiếp tục tìm kiếm những cách thức thể hiện mới mẻ và sáng tạo hơn.



8. Tạo bóng (Shadows)

Hơi cứng nhưng lịch sự, việc tạo bóng mang lại cho các logo cảm nhận rõ rệt về vị trí. Đôi khi, việc tạo bóng bên dưới các logo sẽ mang đến cho chúng một dáng vẻ chắc chắn hơn. Khá nhiều logo không có đường ranh giới và người ta tạo bóng chính là để khoanh vùng logo trong một bố cục có ý nghĩa. Họa sĩ Guy Billout đã tạo bóng một cách khác với những tác phẩm của mình khi sử dụng các kỹ xảo kéo dãn. Cách thức hết sức thú vị của anh là việc xoắn các hình tự nhiên để tạo bóng một cách điêu luyện. Điều này đã truyền cảm hứng cho không ít các nhà thiết kế khi tạo các bóng méo mó và đặt chúng vào những đường cong lạ lẫm.



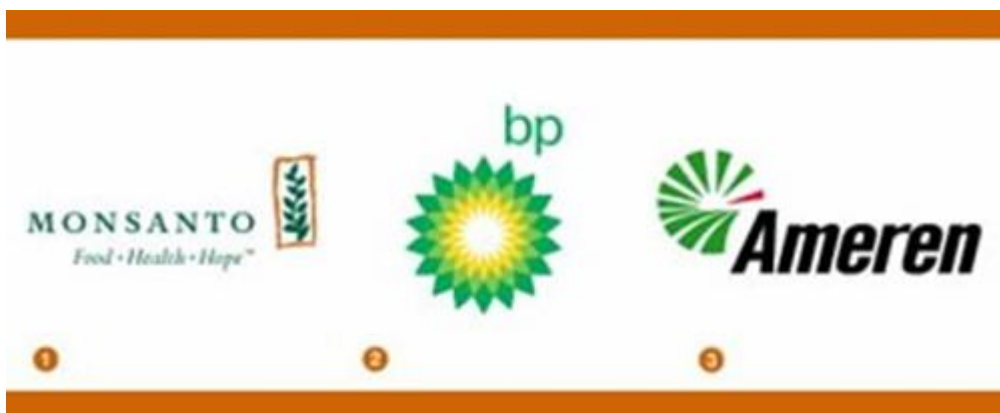
9. Hiệu ứng đổi màu trong suốt (Transperancy)

Lâu nay không ít chúng ta vẫn thiết kế với một luật lệ lỗi thời. Đó là, một logo chỉ nên sử dụng một màu, và phải là màu bệt. Thực tế là, ngày nay có rất nhiều logo, như hình ảnh con bướm của hãng MSN, đã sử dụng hiệu ứng đổi màu trong suốt để tạo nên các lớp màu phức tạp. Những mẫu thiết kế này hết sức hấp dẫn, rất đặc biệt bởi sự mới lạ và nổi bật trong một thế giới các mẫu logo chỉ sử dụng một, hai hoặc nhiều lắm là ba màu phẳng.



10. Xu hướng “Xanh” (Green)

Đây là một xu hướng mang tính ẩn dụ rõ nét. Việc sử dụng màu xanh nhấn mạnh khả năng thân thiện với môi trường của doanh nghiệp. Xu hướng thiết kế này mang lại một bầu không khí và hơi thở tươi mới cho một nền công nghiệp vốn ngập tràn các màu đỏ, trắng và xanh nước biển. Những tổ chức phục vụ cộng đồng cũng thích thú xu hướng này. Tuy vậy, nếu quá cường điệu khi tạo dựng hình ảnh một doanh nghiệp xanh có thể sẽ làm cho doanh nghiệp trở nên hết sức lố bịch trước công chúng khi sản phẩm của họ không đạt tiêu chuẩn “xanh”.



11. Dấu câu - những ký tự đặc biệt (Punctuation)

Trước đây, dấu câu - những ký tự đặc biệt trong dãy trên cùng của bàn phím được dành riêng để diễn đạt sự coi thường. Ngày nay, chúng lại biểu tượng cho một khuôn mặt tươi cười mãn nguyện. Điều này được tạo nên bởi khả năng sử dụng ngôn từ ngắn gọn của giới trẻ dùng Internet, song đã ngày càng mở rộng và dễ hiểu hơn với công chúng. Khá nhiều logo đã sử dụng ký tự @. Và người ta cũng ngày càng khám phá những ý nghĩa đa sắc của các dấu câu. Chúng trở nên đa nghĩa với cả các logo cũng như với những người viết quảng cáo (copywriters).



12. Các nhãn hiệu (Labels)

Một cách thể hiện logo rất trong sáng, đó là việc sử dụng các hình chiếu đơn giản. Bên trong hình là những phong chữ rõ ràng hết sức nổi bật. Những logo dạng này thể hiện chính xác những gì nhà thiết kế muốn nói. Không cần đến lối thể hiện màu mè, trái lại, hết sức giản dị và chân thực.



13. Hình ảnh biểu tượng (Photo icons)

Đây là một lối đi quá dễ dàng. Một hình ảnh đơn giản, lấy trong các đĩa CD hình ảnh miễn phí, đặc biệt lập trên nền trắng, với tên doanh nghiệp phía dưới, đã đủ để tạo lập một logo dạng này. Cách tiếp cận này có phần quá đổi đơn giản so với những hình ảnh thị giác đã được phức tạp hóa, song đôi khi lại tạo ra những ấn tượng riêng biệt.



14. Đường uốn lượn (Slinky)

Thay vì sử dụng những nét bút ngắn, những logo này lại sử dụng các hoa văn tạo bởi các đường uốn lượn, liên kết với nhau theo một trật tự riêng đặt phía trên tên doanh nghiệp, mang lại một cảm nhận khá hấp dẫn.



15. Những đường nét (Wire)

Đặt chiếc bút lên tờ giấy trắng và phác thảo một hình ảnh với những đường nét hết sức cơ bản. Những nhà thiết kế đã quá bão hòa với những kỹ thuật thể hiện giờ đây lại thích thú lựa chọn xu hướng thiết kế này. Theo đánh giá của các nhà nghiên cứu, logo dạng đường nét vẫn tiếp tục mang lại sức hấp dẫn vài năm tới.



11) Quy ước "ngâm" trong thiết kế web

Quy ước làm cho công việc của các nhà thiết kế đơn giản hơn, bởi vì chúng ta không phải sáng tạo ra những giải pháp mới cho những trường hợp đơn giản và cho phép chúng ta tập trung vào những điều chi tiết hơn.

Một trong những kỹ năng quan trọng trong thiết kế có hiệu quả là biết đánh giá đúng chức năng của những quy ước hiện hành và áp dụng chúng một cách triệt để để có hiệu quả cao nhất.

Vậy quy ước đó là gì?

Nó có thể là màu sắc, hình dáng, pattern, giao diện, kiểu font qua thời gian nó mang ý

nghĩa mà bản thân nó không phải nói ra. Trong lĩnh vực thiết kế web hiện nay có khoảng vài trăm quy ước mà bạn có thể đã biết. Một vài ví dụ cơ bản bạn có thể thấy là:

Ở nhiều nơi trên thế giới, một biển báo giao thông màu vàng có nghĩa là "cảnh báo". Qua thời gian nó đã trở thành một quy ước trong các phần mềm. Một vùng của màn hình có hình nút bấm (hình vuông và nổi lên kiểu 3D một chút) đã được quy ước là sẽ có gì đó xảy ra khi bạn nhấp chuột vào nó. Dạng nút này bắt chước những thiết bị điện tử như là đài radio, tivi và máy tính. Bằng cách thiết kế một nút dạng như nút bấm nó lập tức gợi lên trong người đọc "Ah! nút bấm > Tôi có thể bấm > Sẽ có điều gì xảy ra.

Những phiên bản trước đây của các trình duyệt web mặc định những đường link là màu xanh và gạch chân. Quy ước này đã tồn tại cả thập kỷ nay, cho dù nó không phải là định dạng dễ đọc nhất. Nếu bạn muốn quay lại trang chủ của một trang web, trước hết bạn sẽ nhìn lên góc trên bên trái của màn hình để tìm logo hoặc nút bấm có chữ "Trang Chủ". Không ai dạy cho bạn điều này cả, bạn học được điều này từ kinh nghiệm lướt web của mình.

Nếu bạn nhìn thấy một tập hợp [Những Từ] |Được Chia| |Cắt bởi| |Những đường| |Thăng Đứng| ở dưới cuối cùng của trang web, bạn lập tức cho rằng đó là một tập hợp các đường link chung của trang web mà bạn đang xem thông tin. Một vòng tròn bao quanh một nút chấm than giúp người đọc hiểu nhanh hơn gấp bội lần một chữ "Cảnh Báo". Những dạng này rất hữu ích bởi vì nó giúp bạn tiết kiệm rất nhiều thời gian và công sức.

Vậy có nghĩa là bạn phải luôn luôn dùng những quy ước đã tồn tại? Không! thường thì bạn không chọn những quy ước chung này.

Những điều đó là quy ước, và như những quy ước tốt nhất, chúng thường bị vi phạm hoặc "lách luật". Điều khó của các designer là biết được khi nào đi ngược lại những quy ước này sẽ bất lợi cho họ, và khi nào thì những quy ước này nên được lập lại. Cũng giống như bất cứ hệ thống quy ước nào, bạn trước hết phải hiểu luật và sau đó là chọn được cách nào là tốt nhất để tuân theo luật đó. Một điều rất quan trọng cho những designer là biết cách tránh sử dụng những quy ước sai cách!

Lấy ví dụ về web ở trên

Có một lần tôi thiết kế cho một khách hàng, anh ta muốn tôi thể hiện một tam giác màu vàng nhưng lại là link cung cấp thông tin cho người dùng. Tuy nhiên, thông tin lại không phải là "Cảnh Báo", đây là một dạng gây hiểu nhầm.

Một lần khác tôi gặp một giao diện sử dụng nút 3D trên cùng gần banner. Thanh "navigation" đó cũng hiển thị ngày. Để cho cùng một kiểu, anh bạn đó đã cho hiển thị ngày tháng trong một vùng cũng được bevel. Mặc dù đó rõ ràng chỉ là ngày tháng, nhưng người ta cứ cố gắng nhấp vào đó, bởi vì nó nói "Tôi là nút bấm > Bấm tôi > Sẽ có điều gì xảy ra. Tôi đã khuyên anh bạn đó bỏ cái đó đi và chỉ giữ thanh "navigation" đó cho đường liên kết.

Nếu bạn sử dụng những dạng chữ màu xanh và có gạch chân, người ta sẽ nhấp chuột vào đó. Nếu đó không phải là đường liên kết thì điều đó là không cần thiết. Có một điều được ngầm định rằng, logo thể hiện cho toàn bộ trang web phải được đặt ở góc trên bên

trái của mỗi trang. Đây là nơi mà người ta hay chú ý và được nhắc nhở là họ đang ở đâu. Nếu logo được đặt ở một nơi nào khác, thì nó sẽ mất nhiều công hơn cho designer muốn người đọc hiểu được ý đồ của mình.

12) CHÌA KHÓA ĐỂ THIẾT KẾ WEBSITE HIỆU QUẢ

Thiết kế website là một chủ đề ngày càng trở nên nóng bỏng và quan trọng cho tất cả các hoạt động kinh doanh. Cộng đồng online đang phát triển mạnh mẽ với bộ mặt thay đổi hàng ngày.

Thiết kế website là một chủ đề ngày càng trở nên nóng bỏng và quan trọng cho tất cả các hoạt động kinh doanh. Cộng đồng online đang phát triển mạnh mẽ với bộ mặt thay đổi hàng ngày. Mỗi một cơ hội kinh doanh được thiết lập thì hình ảnh của họ xuất hiện online, sự cạnh tranh cũng từ đó mở rộng từ thị trường địa phương ra thị trường toàn cầu. Hiện nay hầu hết các sản phẩm đều sẵn sàng cho việc tìm hiểu và mua bán trực tuyến. Điều này làm tăng thêm sự cần thiết cho tất cả các hoạt động kinh doanh phải có sự hiện diện trực tuyến trên mạng. Trong lúc cộng đồng Internet đang phát triển nhanh thì sẽ có càng nhiều người dùng tham gia vào quá trình này.

Ngày nay, khách hàng rất thấu hiểu những gì đang xảy ra xung quanh từng giờ một. Trong khi một vài khách hàng tìm kiếm sản phẩm, thì cũng nhiều khách hàng khác muốn lựa chọn để mua hàng trực tuyến. Cũng như bất kỳ bước kinh doanh nào trên cộng đồng internet, họ luôn cần tự hỏi "Tôi cần phải làm gì để thu hút khách hàng mua hàng trên website của mình?".

Điều đó không có gì bí mật dù rằng việc xây dựng website hoàn toàn không hề đơn giản, tuy nhiên bí quyết chính là thiết lập những bộ phận kinh doanh xuất phát từ lợi thế cạnh tranh. Điều quan trọng nhất cần nhớ khi thiết lập website là sự tiện lợi và sự thân thiện với khách hàng. Một khách hàng sẽ không chịu mất nhiều thời gian để tiếp cận với những trang web khó hiểu hoặc phức tạp. Nếu bạn có thể giữ cho website của mình thật tiện lợi, thân thiện với khách hàng và có tính thẩm mỹ cao thì đảm bảo rằng công cuộc kinh doanh của bạn sẽ gia tăng lợi và đảm bảo được đầu tư của mình.

1. Hạn chế đồ họa: Những kỹ xảo đồ họa là rất cần thiết, nhưng việc đưa vào quá nhiều trong site sẽ làm cho thời gian tải trang web của khách hàng lâu hơn và gây cảm giác tải trang rất chậm. Trong khi bạn dùng đường thuê bao số tốc độ cao thì bạn phải hiểu rằng còn có rất nhiều khách hàng đang dùng internet qua đường quay số (dialup) với tốc độ rất thấp. Cũng như vậy, việc đưa quá nhiều đồ họa vào trang web sẽ là nguyên nhân gây ra sự hỗn độn không tập trung vào những thông tin cần thiết và nhiều khi nó là nguyên nhân gây ra mất kết nối trong quá trình tải web về.

2. Sử dụng ngôn ngữ tự nhiên: Khi thiết kế website, bạn nên sử dụng ngôn ngữ hàng ngày. Thậm chí nhiều khách hàng muốn "thư giãn" qua lời lẽ trình bày, đây chính là cơ hội lớn để họ mua hàng của bạn.

3. Tạo ra các đoạn nội dung ngắn và sử dụng gạch đầu dòng: Không ai thích đọc những đoạn nội dung dài dòng. Ngắt đoạn và các câu dài nên sử dụng dạng gạch đầu dòng. Tạo cho mắt người đọc chuyển động theo chiều từ trên xuống là chính thay vì phải đánh mắt sang hai bên. Sử dụng chữ hoa cho các thông tin quan trọng. Khi mắt của người

xem lướt qua các đoạn nội dung thì nên thiết kế có các khoảng nghỉ.

4. Thường xuyên đổi mới site: Quay vòng các nội dung là vô cùng quan trọng. Nó không chỉ giúp cho khách hàng có một cái nhìn tươi mới về website của bạn mà còn là lý do để họ quay trở lại. Thêm nữa, việc quay vòng nội dung sẽ giúp các bộ máy tìm kiếm nhận biết và tăng thứ hạng cho website của bạn.

5. Các thông tin quan trọng nên để ở vị trí đầu trang: Chiếm sự quan tâm của khách hàng bằng cách đặt các khuyến mại hoặc những thông tin quan trọng trên nửa đầu của trang. Mọi người sẽ không bao giờ phải cuộn màn hình để tìm kiếm những thông tin này.

6. Có thông tin liên hệ rõ ràng: Nó sẽ dễ dàng hơn cho khách hàng trong việc liên hệ hỏi đáp hoặc đặt hàng. Nếu họ không tìm thấy thông tin liên hệ của bạn, họ sẽ tiếp tục mua hàng của đối thủ cạnh tranh với bạn. Hãy đặt thông tin liên hệ ở nơi dễ trông thấy và dễ tiếp cận ví dụ như thanh công cụ hoặc tiêu đề của trang.

7. Tránh đưa quá nhiều thông tin trên một trang: Mọi người muốn đọc thông tin về các sản phẩm, nhưng đừng cung cấp quá nhiều thông tin về chúng, như vậy sẽ làm mất tập trung và sự hấp dẫn. Hãy nêu sự thật về các tính năng, lợi ích với cách trình bày thật ngắn gọn và súc tích.

8. Vận hành thật rõ ràng và đơn giản: Phải đảm bảo rằng bất kỳ một khách hàng nào cũng dễ tìm những gì mà họ cần mua. Tạo tên rõ ràng và có mô tả kèm theo. Thêm các tùy chọn, khách hàng có thể phân biệt sản phẩm được tốt hơn. Ví dụ có thể cho phép khách hàng tìm theo tên sản phẩm, hãng sản xuất, giá tiền....

9. Đặt hàng trực tuyến đơn giản: Hãy đem lại cho khách hàng sự dễ dàng, nhanh chóng và an toàn khi đặt hàng trực tuyến. Tạo ra đơn hàng đơn giản trên màn hình nhưng có đủ các thông tin cần thiết.

Bằng cách sử dụng các hướng dẫn của thiết kế website bạn sẽ có được một website hiệu quả và lợi nhuận. Nó sẽ mang lại cho khách hàng sự tiện lợi và thân thiện khi mua hàng. Bạn sẽ có được thị trường khách hàng rộng lớn hơn nhiều ngoài địa phương của bạn.

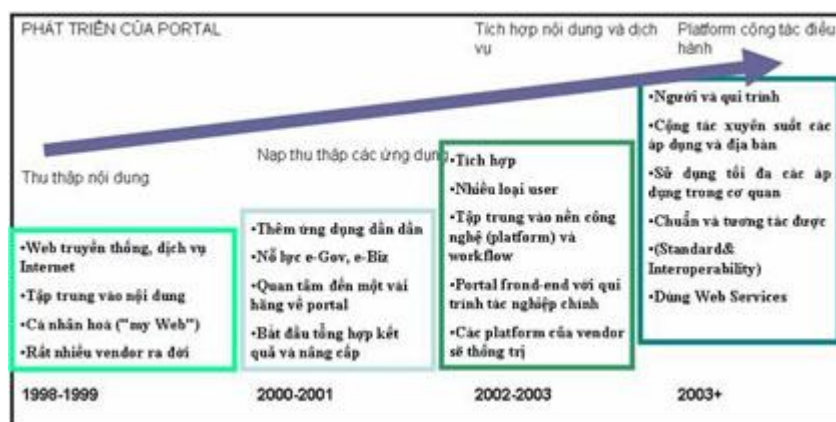
13) PORTAL LÀ GÌ?

Công nghệ Portal phát triển sau thời kỳ web khoảng 7-8 năm như một tất yếu xuất phát từ nhu cầu thực tế. Bài viết này mong muốn mang đến một số khái niệm cơ bản về "portal", về chủ đề nóng nhất trong ứng dụng CNTT của thế giới và Việt Nam hiện nay.

- Portal (cổng giao dịch điện tử) là một bước tiến hóa của website truyền thống. Nó ra đời để giải quyết những vấn đề mà website truyền thống gặp phải.
- Là "siêu web site", gọi tắt là Portal, đối với người dùng vẫn chỉ là sử dụng trang web thông qua trình duyệt (tức là web browser), nhưng đằng sau đó là sự thay đổi thuật ngữ và quan niệm mới về triết lý phục vụ thay cho cách hiểu "tuyên truyền" thông qua web site như trước đây.

- Là điểm đích qui tụ hầu hết các thông tin và dịch vụ cho người sử dụng cần, là điểm đích đến thực sự. Thông tin và dịch vụ được phân loại nhằm thuận tiện cho tìm kiếm và hạn chế vùi lấp các thông tin.
- Bảo toàn đầu tư lâu dài. Có nền tảng công nghệ đảm bảo, do công nghệ Internet đã phát triển rất cao so với thời kỳ xuất hiện World Wide Web vào đầu những năm 90 của thế kỷ trước. Những công nghệ tạo nên thời đại Portal đều hỗ trợ tính mở và kế thừa rất mạnh, sao cho việc mở rộng các qui mô phục vụ bằng các phần mềm ứng dụng mới được “lắp ráp” vào Portal đang có, mà không phải hủy bỏ hoặc sửa chữa lớn như những web site trước đây.
- Môi trường chủ động dùng cho việc tích hợp ứng dụng

Xu hướng “tiến hóa” chung của web site theo hướng tiến đến portal được trình bày trong hình vẽ.



- Phía ngoài, cung cấp một công giao dịch thân thiện, đủ các chức năng cho người dùng, trong đó có chức năng cá nhân hóa.
- Phía trong, là cung cấp một hạ tầng điện tử, nhằm tạo quyền chủ động trong việc cung cấp, tích hợp thông tin và liên kết với các hệ thống, các dịch vụ thông tin khác.
- Cung cấp môi trường cộng tác (collaborative) thông qua việc quản lý và khai thác thống nhất toàn diện các dịch vụ cơ bản như: Forum, Mail, Calendar, Task Management, Report Systems, Conferences, Discussion Groups, News Groups, v.v... Các dịch vụ này là một phần của kho tài nguyên dịch vụ trên portal để người dùng lựa chọn. Việc quản lý người dùng được thực hiện một lần và thống nhất trên tất cả các ứng dụng dịch vụ của portal.

Tóm lại, triết lý của portal là “siêu web site” để phục vụ tốt hơn thông qua quan hệ bình đẳng và tình cảm gắn bó với “siêu web site”, là định hướng phục vụ (user-centric), khác với sự phát triển tự nhiên của web site truyền thống là định hướng trình bày thông tin (data-centric).

14) NHỮNG ĐIỀU LUẬT CƠ BẢN KHI THIẾT KẾ WEB

Bạn là người chuyên thiết kế hay là người cần hiểu thêm về Web, đây là những thông tin giúp bạn hiểu rõ hơn về Thiết kế đây.

1. Người đọc không muốn phải kéo thanh cuộn ngang

Theo kinh nghiệm của bản thân, tôi cảm thấy rất khó chịu khi phải kéo thanh cuộn ngang để đọc nội dung của trang đó. Cho nên bạn phải không được thiết kế trang web khiến người đọc phải kéo thanh cuộn ngang, nếu không hậu quả sẽ rất lớn.

Theo kinh nghiệm của nhiều người thì bạn nên thiết kế web ở chế độ 800 x 600 Px vì hiện tại chỉ có 5% số người dùng màn hình 640 x 480 Px thôi. Với số lượng đó thì nghiêng về đa số vẫn hơn.

2. Thông tin quá dài ở một trang

Kéo chuột sang ngang để đọc đã là rất khó chịu rồi, nhưng kéo mãi kéo mãi xuống dưới để đọc thì cũng chẳng dễ chịu chút nào với người lướt web. Hơn thế nữa trong một nghiên cứu chỉ ra rằng đến 75% người lướt web chỉ "đọc lướt" thay vì "đọc từng chữ". Do đó một bài quá dài dễ làm người ta nản. Tuy nhiên nếu bài đó có nhiều thông tin, thì bạn nên chia ra làm 2, 3 trang cho nó cũng là một cách khắc phục.

Luật chung: Một trang web không nên để người đọc phải kéo 3 lần màn hình để đọc hết nội dung. Nếu bạn đang có vấn đề này thì hãy sửa chữa ngay đi. Tuy nhiên trừ trường hợp đặc biệt nếu đó là một chương sách thì không nói tới vì nếu người đọc đã biết nó là một chương sách và nội dung phù hợp với cái họ cần thì họ sẽ không ngại kéo đến cả chục trang đâu. Nhưng thường thì là nên như thế.

3. Dung lượng của một trang bất kỳ không nên nặng quá 50K

Nếu tất cả chúng ta đều tuân theo quy luật như $1+1 = 2$ thì tốt quá! nhưng bạn cũng nên biết rằng chẳng có cái gì là tuyệt đối, bao giờ cũng có những chỗ "sunsilk". Tuy nhiên một trang web load dưới 5 giây sẽ để lại ấn tượng rất tốt cho người đọc.

Trong thực tế, có đôi lần bạn thực sự phải để nhiều hình đồ họa trên một trang ví dụ như trang về hình ảnh. Nếu bạn có một thư viện hình ảnh thì việc upload những hình bự chà bá lên mạng là không thể tránh khỏi, vì bạn muốn hình đó đủ to, đẹp để mà thu hút người xem chứ. Nhưng trong trường hợp này thì người xem đã xác định trước nên không thành vấn đề. Chung quy lại một trang load nhanh bao giờ cũng được đánh giá cao hơn một trang phải mất cả thế kỷ mới load xong.

4. Đừng bắt buộc người đọc phải download plug-ins

Một điều khó chịu không kém là khi vào một trang nào đó bạn bị bắt buộc phải download một cái plug-in dở hơi nào đó để phải xem một cái gì đó mà bạn thậm chí còn chưa biết nó tốt hay dở nữa.

Thực tế plug-in có thể tạo một ấn tượng mạnh cho phần giao diện của trang web. Nhưng bạn nên nhớ rằng không phải ai cũng có plug-in đó mặc dù chúng ta đang sống trong kỷ nguyên CNTT. Để làm cho tất cả mọi người đến trang của bạn đều có thể xem được, bạn nên nghĩ đến một cách hoàn thiện hơn như là dùng HTML để thay thế.

15) Quy trình thiết kế và phát triển website

Quy trình phát triển Web site của được lựa chọn để đạt tới thành công của dự án tối ưu nhất: về thời gian, chi phí – giá thành và mọi thứ liên quan đến yêu cầu, mong muốn của khách hàng đối với Web site đều được làm sáng tỏ.

Quá trình cũng phù hợp được với nhiều mức độ phức tạp khác nhau: đa dạng các chức năng, khối lượng nội dung cũng như thiết kế mới hay nâng cấp.

Giai đoạn 1. Giai đoạn tiếp xúc, tìm hiểu (Initial Planning Phase)

- Tìm hiểu khách hàng
- Tìm hiểu sơ bộ nhu cầu làm Web site

Giai đoạn 2. Giai đoạn phân tích (Analysis Phase)

- Xác định mục tiêu kinh doanh, yêu cầu về chức năng và ý đồ công nghệ chi tiết của Web site
- Khảo sát các nội dung và nhu cầu nội dung của người xem; các ví dụ Web site tương tự
- Thảo luận lịch trình và thống nhất giải pháp, khối lượng công việc

Giai đoạn 3. Giai đoạn thiết kế (Design Phase)

- Thiết kế đồ hoạ và duyệt Design Prototype với khách hàng
- Thử nghiệm ý đồ: User prototype và kịch bản tương tác
- Phát triển chi tiết các design đồ hoạ động
- Thảo luận, duyệt và thống nhất bản thiết kế & kịch bản

Giai đoạn 4. Giai đoạn xây dựng (Production Phase)

- Chuyển hoá thiết kế đồ hoạ thành các mẫu trang Web
- Tích hợp với hệ thống quản trị nội dung WEB++
- Tạo cấu trúc nội dung
- Cập nhật mẫu các bài nội dung thông tin
- Giới thiệu và hướng dẫn sơ bộ chức năng
- Hiệu chỉnh các yêu cầu mới & tổ chức đánh giá

Giai đoạn 5. Giai đoạn Kiểm thử (Test Phase)

- Lấy bổ sung yêu cầu và lập trình thêm chức năng
- Kiểm thử và hiệu chỉnh Website theo thoả thuận ban đầu

Giai đoạn 6. Giai đoạn Chuyển giao (Deployment Phase)

- Đào tạo và huấn luyện
- Đánh giá và Bảo trì

16) ÁNH SÁNG CƠ BẢN: PHẦN 1

Nếu bạn thực sự muốn có 1 tác phẩm nghệ thuật riêng cho mình bạn cần tránh giáo điều và không nên quá máy móc, phụ thuộc nhiều vào những gì các sách hướng dẫn nói! Hãy nghĩ theo cách của chính các bạn. Tác giả: Richard Harris

Lời giới thiệu

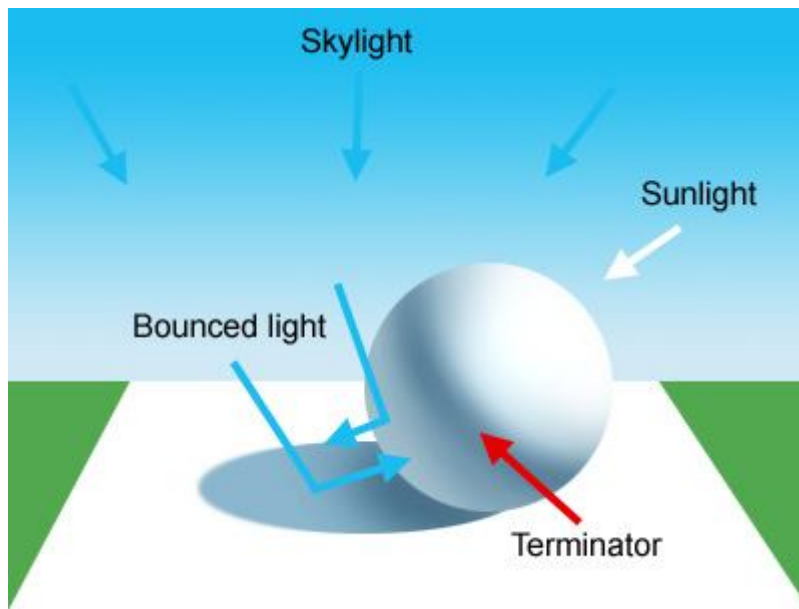
Dường như các họa sĩ nắm rất ít thông tin chi tiết về chiều bài dùng ánh sáng, thứ ánh sáng mà mỗi người chúng ta vẫn thường gặp hàng ngày. Chúng ta từng đọc vô số những cuốn sách về hội họa truyền thống hay kỹ thuật số nhưng các chủ đề về ánh sáng có vẻ ít người động tới. Tuy nhiên, nếu bạn muốn tạo 1 bức tranh đảm bảo tính trung thực, bạn nên có kiến thức nền đầy đủ về ánh sáng, tìm hiểu xem trong thế giới thực tế, ánh sáng được thể hiện như thế nào.

Chính những cuốn sách tham khảo về 3D lại là kẻ thù tệ hại nhất của chúng ta. Các cuốn sách này lúc nào cũng chỉ lặp lại 1 điệp khúc buồn tẻ, cũ rích và giống hệt nhau về ánh sáng. Việc dạy này khiến những họa sĩ mới vào nghề có cái nhìn không được sắc nét, thấu đáo về cách sử dụng ánh sáng trong phong cảnh của họ sau này. Sau cùng dẫn đến kết cục nhiều họa sĩ kỹ thuật số có hiểu biết nông cạn về ánh sáng và sử dụng nghèo nàn trong mọi tác phẩm của họ. Những kiến thức về ánh sáng không chỉ cần cho giới nhiếp ảnh, họa sĩ mà còn là yếu tố chính trong bất kỳ một ngành nghệ thuật nào. Thiếu kiến thức nền về ánh sáng sẽ rất khó đạt được độ chân thực trong tác phẩm, chưa nói đến bầu không khí phong cảnh nói chung.

Vì trên mạng chưa từng tìm thấy 1 bài viết nào trình bày rõ ràng, chi tiết về vấn đề ánh sáng nên tôi quyết định viết bài viết này. Tất cả những gì tôi viết đều dựa trên những quan sát cá nhân. Nhiều người chúng ta hay có suy nghĩ “**vấn đề đã quá rõ đến nỗi chúng không cần giải thích gì thêm**” nhưng khi tôi quan sát tỉ mỉ cách chiếu sáng trong thế giới thực, tôi thấy câu nói này dường như không còn đúng với bản thân và thật cần thiết khi nắm chắc kiến thức về chiếu sáng trong từng ngữ cảnh.

Phần 1: NỀN TẢNG CỦA ÁNH SÁNG

Trong suốt bài viết này, tôi sẽ dùng 1 ảnh với quả bóng trắng trên một bảng trắng để minh họa cho các tình huống chiếu sáng khác nhau trong ngày.



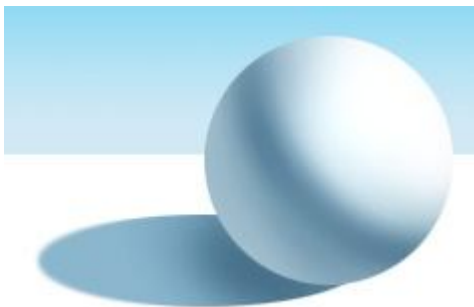
Đây là tranh minh họa ánh sáng mặt trời chiếu vào buổi chiều. Nguồn sáng chính ở đây từ mặt trời, trong khi đó bầu trời xanh lại cung cấp nguồn sáng thứ 2 với những đặc tính rất khác. Ánh sáng bật nảy trong vùng giữa quả bóng với nền trắng.

Ánh sáng mạnh nhất là ánh sáng mặt trời. Nguồn sáng không lớn, màu trắng, nó gây nên bóng đổ sắc nét. Kế đến, 1 nguồn sáng rất rộng, bao trùm hầu hết phong cảnh đó là nguồn ánh sáng đến từ bầu trời xanh, nó cho bóng đổ rất mờ (hầu như trong bất kì trường hợp nào cũng bị ánh sáng mặt trời che khuất).

Tôi sẽ đi sâu vào chi tiết hơn trong phần sau (về nguồn sáng, cỡ bóng đổ) và có 1 điều cần nhấn mạnh rằng **nguồn sáng càng nhỏ thì độ sắc của bóng đổ càng lớn**

Ánh sáng phản chiếu từ bầu trời xanh có bóng màu đỏ khá rộng, ảnh hưởng tới hầu như mọi thứ trong phong cảnh. Bóng đổ xuống quả bóng màu xanh vì nó được chiếu sáng bởi ánh sáng xanh của bầu trời và lẫn át đi 1 phần ánh sáng trắng của mặt trời. Các phần của quả bóng không trực tiếp nhận ánh sáng mặt trời thường có một chút sắc xanh vì chúng ảnh hưởng bởi bầu trời xanh.

Cuối cùng ánh sáng phản xạ bật nảy giữa quả bóng và nền trắng phần lớn có màu xanh (trong khi bản thân bóng và nền có màu trắng). Hiện tượng này do ánh sáng bầu trời màu xanh phản xạ bởi vật thể trắng. Các bề mặt có chiều hướng càng gần nhau thì càng nhận nhiều ánh sáng phản xạ hơn so với những bề mặt ở xa khác. Do vậy, phần dưới cùng của quả bóng ánh sáng nhẹ hơn so với vùng giữa (phần gần nền lót dưới có màu trắng hơn).



Khu vực tối nhất trong ảnh là phần bóng đổ xuống nền của quả bóng và phần biên ngăn cách khu vực nhận ánh sáng mặt trời và bóng của quả bóng (chúng ta gọi vùng này là terminator).

Chúng ta có thể nhận thấy phần bóng đổ nơi tiếp xúc giữa bóng và nền rất tối vì tại đây nó không hề nhận được ánh sáng mặt trời cũng như bị quả bóng che mất gần hết ánh sáng bầu trời và vùng sáng này. Vành ngoài của bóng đổ có phần sáng hơn nhờ nhận được nhiều ánh sáng bầu trời và ảnh hưởng nguồn sáng này.

Tại sao terminator lại là vùng tối nhất trên quả bóng?

Một phần do sự ảnh hưởng tương phản, vì quá sát với 1 vùng quá sáng của quả bóng (vùng sáng do ánh sáng mặt trời tạo nên) mà nó bị tối hơn. Đồng thời nó cũng nhận được ít lượng ánh sáng này hơn (ánh sáng tạo ra do phản xạ của nền trắng và ball). Chính vì thế, khu vực này không như các phần còn lại của quả bóng (các phần nhận được cả ánh sáng mặt trời lẫn ánh sáng phản xạ từ nền trắng)

Tại sao ánh sáng từ bầu trời lại có màu xanh?

Ánh sáng chúng ta nhìn thấy là gồm nhiều hạt sáng photon rất nhỏ, những hạt này có bước sóng phụ thuộc vào màu sắc: Ánh sáng xanh gồm các hạt có bước sóng ngắn trong khi đó ánh sáng đỏ là bước sóng dài hơn.



A blue photon



A red photon

Ánh sáng trắng đến từ mặt trời tạo nên các đĩa phổ màu liên tục, thường phổ này được phân thành nhiều màu giống như trong 7 sắc cầu vồng (với các bước sóng ngắn dần hơn: đỏ, cam, vàng, lục, lam, chàm, tím). Sự hoà trộn của nhiều màu này tạo ra màu trắng.

Tuy nhiên, khi ánh sáng chu du, xuyên qua bầu khí quyển của trái đất thì các bước sóng ngắn hơn bị tán xạ. Bầu khí quyển chứa nhiều khí, phân tử và nguyên tử. Các hạt Photon này đi qua khí quyển và xảy ra va chạm vật lý giữa các hạt nguyên tử, làm cho chúng bị chuyển hướng. Các bước sóng ngắn hơn dễ bị lệch hướng hơn so với bước sóng dài vì vậy các hạt photon bị tán xạ đi mọi hướng. Chính những va chạm này làm cho màu xanh da trời trở nên rõ hơn so với các màu khác



Vào ngày không mây, mọi thứ quanh ta bị ảnh hưởng bởi ánh sáng màu xanh (ánh sáng tán xạ do bầu khí quyển)

Bước sóng dài (đỏ) có thể xuyên qua bầu khí quyển mà không hề bị tán xạ. Đó là lí do tại sao lúc mặt trời lặn lại có sắc đỏ: ánh sáng mặt trời đi qua lớp không khí dày bị tán xạ 1 phần ánh sáng xanh và ánh sáng chủ đạo còn lại là màu đỏ.



Ánh sáng mặt trời đỏ vì bước sóng màu xanh ngắn hơn đã bị thất lạc trong quá trình tán sắc.

Tác động bật nảy của các hạt photon xanh lên mọi hướng thực chất là do bầu khí quyển cũng đang chiếu ánh sáng xanh, chúng ta có thể dễ dàng nhận ra bằng mắt thường. Ánh sáng xanh này đủ mạnh để chiếu xuống các vùng không trực tiếp nhận ánh sáng mặt trời (điều này lí giải tại sao bạn vẫn có thể nhìn được khi đứng trong bóng râm).



Bóng cây trong bức ảnh chụp có màu xanh khá mạnh vì nó được chiếu bởi ánh sáng bầu trời xanh.

Ánh sáng bật nảy

Khi ánh sáng tiếp cận 1 bề mặt, nó sẽ bật nảy trở lại hoặc bị hấp thụ 1 phần, việc này phụ thuộc vào màu sắc của bề mặt bật nảy. Vật thể màu trắng phản xạ lại tất cả các bước sóng trong khi đó vật thể đen lại hấp thụ tất cả. Khi ánh sáng trắng đập vào bề mặt đỏ, bước sóng xanh da trời và xanh lá cây bị hấp thụ và ánh sáng đỏ sẽ bị phản xạ. (tôi chỉ dùng mấy màu cơ bản chứ không dùng hết tất cả các màu trong quang phổ nói trên)

Vì vậy, nếu ánh sáng trắng đập vào 1 bề mặt màu đỏ thì ánh sáng mà bề mặt này phản xạ lại sẽ là màu đỏ. Khi các hạt photon đập vào bề mặt tiếp theo, nó sẽ bị ảnh hưởng lại chính ánh sáng đỏ phản xạ nói trên và cũng vì chính lý do này mà các màu sắc của những vật gần kề sẽ bị ảnh hưởng lẫn nhau



Ánh sáng phản chiếu trên cửa chớp lật đã hắt màu của nan gỗ lên tường



Vành bụng của con ong này có sắc đỏ do màu phản xạ từ màu hoa anh túc

Ánh sáng rực rỡ thường mang lại hiệu ứng huyền ảo. Mắt thường có thể không nhìn thấy loại ánh sáng nhẹ và mờ này, tuy nhiên, trong ánh sáng chói như vậy, những vật thể xung quanh có thể bị ảnh hưởng và thêm màu bổ sung 1 cách vô ý thức. Nếu ánh sáng đang phản xạ giữa các vật thể cùng màu sắc, ánh sáng này có thể tạo ra hiệu ứng bão hoà (như ánh sáng nầy tăng cường thêm cho màu đang tồn tại trên bề mặt dưới, làm màu sắc sáng loá). Đôi khi bạn có thể nhìn thấy hiệu ứng này xảy ra với ánh sáng ban ngày.



Do ánh sáng nầy xuất hiện giữa các tấm gỗ với nhau mà màu sắc của gỗ cũng bị ảnh hưởng, có phần đậm hơn. Hiện tượng này do ánh sáng cùng màu đang phản chiếu ngược lại chúng. Kết quả: hai thứ ánh sáng này hoà làm 1, tạo ra thứ ánh sáng rực rỡ và màu sắc hiện

tại của các tấm gỗ bị bão hoà theo loại ánh sáng này.

High key và low key

Cách chúng ta thể hiện màu trong phong cảnh thường mang tính chủ quan và tùy theo kiến thức, tầm hiểu biết của mỗi người. Hầu hết các trường hợp đều đòi hỏi sự cân bằng giữa ánh sáng và vùng bóng râm. Nó sẽ giúp tạo ra tỉ lệ sắc xám trung tính. Tuy nhiên trong một vài tình huống, mọi thứ dường như có sự sắp đặt ngẫu nhiên, có xu hướng thiên về sắc tối: Như sương mù, tuyết hay ánh sáng vào đêm. Cuối cùng, 1 họa sĩ có thể gây ấn tượng cho tác phẩm của mình bằng cách đánh vào thị giác của người xem hay cố tình gây 1 cảm giác đặc biệt nào đó.

High key

Ảnh High key có màu chủ đạo trắng hoặc rất dịu. Ánh sáng dạng này thường (chứ không phải lúc nào cũng vậy) nhẹ nhàng, thanh thoát và độ sắc không cao. Ánh sáng High key tự nhiên có thể thấy trong sương mù, tuyết hay thậm chí trong các vùng bóng đổ (do ánh sáng phản xạ bật nảy xung quanh) và thường độ chi tiết không cao.



Sự mộc mạc, giản dị của toàn bộ bức ảnh chụp này được tạo bằng cách hạn chế trong việc dùng bảng màu: Chỉ có trắng và chút sắc xám tối và đen.

Low key

Các ảnh dạng Low key thường mang màu tự nhiên và ít mang yếu tố ánh sáng trong đó. Đối lập hoàn toàn với High Key, nó thường mang ánh sáng mạnh, sắc. Ánh sáng Low key có thể tạo bầu không khí âm đạm, thường dùng để tạo hiệu ứng. Loại ánh sáng này có thể thấy rõ nhất vào ban đêm, nhưng ta vẫn có thể thấy nó trong trường hợp khác như khi trời bão

hay trong nội thất phòng.



Kịch tính của bức ảnh này nhấn mạnh trong cách sử dụng ánh sáng dạng low key

Sự cân xứng trong sắc trắng.

Hầu hết các nguồn sáng chúng ta bắt gặp hàng ngày đều có lẫn bóng đổ màu nhưng bộ não của chúng ta lại hoạt động khá tốt để có thể lọc ra đâu là ánh sáng chính và đâu là ánh sáng phụ. Thậm chí khi sự chiếu sáng rất mạnh, chúng ta vẫn có khả năng lọc thông tin bằng mắt và nhờ đó ta có cảm nhận cơ bản về màu sắc ánh sáng.

Cách rõ nhất diễn tả điều này là dùng 1 máy ảnh kĩ thuật số, cài đặt thông số cân bằng trắng là Daylight: đây là cách cài đặt khá trung lập, nó sẽ phản ánh màu chân thực nhất. Ví dụ như ảnh dưới đây: Tôi mở cửa sổ và coi đây như 1 nguồn sáng. Ánh sáng này không trực tiếp đến từ bầu trời ở phía ngoài và tương đối trung tính.



Trong hình tiếp theo, tôi đã đóng cửa sổ lại và dùng chuẩn ánh sáng đèn tròn 60 watt và nó cho tôi 1 nguồn sáng mới dưới đây:



Trong bức ảnh này, màu bóng đổ khá mạnh có thể gây ngạc nhiên cho bạn. Trong thực tế, có thể bạn cũng không cố tình tạo ra thứ ánh sáng có sắc vàng/ da cam như thế này. Nhưng máy ảnh đã ghi lại đúng những gì xảy ra trong thực tế. Bộ não của chúng ta ghi nhận hình ảnh đầu tiên, nhưng màu thực tế của đồ vật lại được ghi nhận như trong bức ảnh thứ hai

Một thí nghiệm đơn giản để bạn chắc chắn lại hiện tượng là nhìn mọi thứ trong nhà qua cửa sổ từ phía ngoài vào: bạn hãy đứng bên ngoài nhà vào buổi tối và quan sát mọi thứ trong nhà qua khung cửa. Khi chúng ta không trực tiếp sờ, bạn sẽ thấy nội thất trong nhà có màu da cam bị ảnh hưởng bởi nguồn sáng, chúng ta có khả năng nhìn thấy màu thực của ánh sáng đó.



Nhìn ánh sáng bóng điện từ ngoài cửa sổ vào, bạn có thể thấy màu sắc thực của nó: màu da cam.

Đôi khi cũng xảy ra trường hợp tương tự: khi chúng ta đứng dưới 1 bóng râm, ta chỉ cảm nhận 1 màu trung lập nhưng ngay khi chúng ta lùi lại và tách mình khỏi vùng bóng râm đó (lúc này ta chịu tác động ánh sáng mặt trời) thì màu xanh càng dễ nhận ra hơn. Có rất nhiều tình huống mà ánh sáng có bóng đổ khá mạnh: ánh sáng đèn huỳnh quang thường xanh lá cây, ánh sáng đường phố thường có màu vàng đậm, ánh sáng lúc tối từ vàng nhạt sang đỏ,...



Từ vùng bóng đổ, chúng ta chỉ cảm nhận 1 màu trung tính nhưng chỉ cần tách mình khỏi vùng bóng râm đó, ta sẽ cảm nhận rõ nét hơn về màu xanh của bóng râm.

Ánh sáng 3 điểm và những điều cần bàn lại

Trong các sách viết về 3D thường miêu tả cách cài đặt chiếu sáng 3 chiều theo lối cổ điển và khuyến khích mọi người mới bắt đầu học áp dụng nó như 1 phương pháp hiệu quả để chiếu sáng cho phong cảnh của họ. Lúc đầu, cách chiếu sáng này được phát triển như cách chiếu sáng trong nhiếp ảnh và nó có 1 ưu điểm là dễ hiểu và dễ học. Nó gồm 1 ánh sáng chính, loá, mạnh chiếu thẳng từ 1 góc nào đó. 1 ánh sáng trái ngược hoàn toàn, mờ, nhẹ đến từ hướng đối diện với góc tới trên và ánh sáng thứ 3 là ánh sáng được chiếu từ sau vật thể. (**Key light-Back light-Fill light**)

Vấn đề lớn nhất gặp phải ở đây nằm trong khâu cài đặt. Loại ánh sáng này tạo cảm giác giả tạo và phản xạ không thật. Cách sử dụng ánh sáng hậu chỉ nên sử dụng khi bạn đang cần tìm 1 hiệu ứng đặc biệt, 1 hiệu ứng cần mang kịch tính. Ánh sáng chiếu hậu có thể khá hiệu quả chỉ khi chúng ta biết sử dụng nó 1 cách tinh tế. Ta không nên áp dụng bừa bãi trong mọi tình huống. Loại ánh sáng 3 điểm này không hề tồn tại trong thiên nhiên nên trông nó giả tạo.

Trên thực tế có quá nhiều sách dạy cách tạo ánh sáng loại nhưng lại dựa trên mô hình rập khuôn, giống nhau. Điều này khiến cho nó trở nên buồn tẻ và chán ngắt khi học.

Nếu bạn đang tìm kiếm thứ ánh sáng nào đó để chiếu sáng cho tác phẩm của mình thì tốt hơn hết hãy cố gắng mò mẫm làm theo sáng tạo riêng của bản thân bạn. Hãy nghiên cứu

thực sự nghiêm túc xem ngoài đời thực nó thế nào và rồi hãy nghĩ ra giải pháp giải quyết tiếp theo.

Mọi người thường bị phụ thuộc nhiều vào cách chiếu sáng mang tính công thức. Hầu như nhiếp ảnh gia nào cũng khai thác những góc chụp giống hệt nhau. Kết quả là tấm ảnh nào cũng buồn tẻ và thiếu đi cái hồn, không thể hiện được cái nhìn về cuộc sống muôn màu muôn vẻ.

Nếu bạn thực sự muốn có 1 tác phẩm nghệ thuật riêng cho mình bạn cần tránh giáo điều và không nên quá máy móc, phụ thuộc nhiều vào những gì các sách hướng dẫn nói! Hãy nghĩ theo cách của chính các bạn.

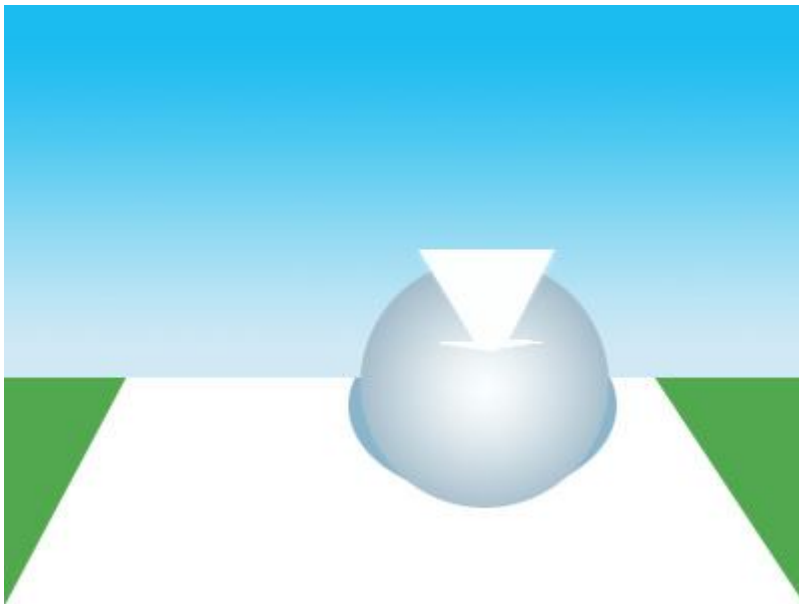
17) ÁNH SÁNG: HƯỚNG CỦA ÁNH SÁNG: PHẦN 2

Phần 2 về ánh sáng: Hướng của ánh sáng

Tác giả: Richard Harris

Hướng ánh sáng đến từ 1 nguồn sáng ảnh hưởng sâu sắc đến cách chúng ta cảm nhận cũng như trong cách thể hiện của vật thể trong phong cảnh. Việc chọn đúng hướng cho luồng sáng chủ đạo là 1 trong những nhân tố có ý nghĩa quan trọng nhất, quyết định thành công cho phong cảnh và biểu đạt được cái hồn trong từng bức hình.

Chiếu sáng trực diện - Front lighting:



Chúng ta đang ở góc nhìn có thể thấy nguồn sáng chiếu trực diện vào vật thể, đến từ ngay sau lưng người xem. Đây là góc nhìn thường thấy trong nhiếp ảnh cổ điển, nó không làm lộ quá rõ vùng sáng khi có nguồn sáng mạnh, sắc chiếu vào. Tuy nhiên, cũng có 1 vài trường hợp ngoại lệ, người ta lại chiếu thẳng luồng ánh sáng dọi vào và cũng thu được nhiều bức ảnh khá đẹp và hấp dẫn

Với cách chiếu sáng này, bóng đổ phần lớn không có nên ít làm lộ hình dáng hay kết cấu của vật thể. Kết quả mọi thứ thành như bề mặt phẳng. Tuy nhiên, nếu ta dùng nguồn sáng

nhẹ, lan rộng thì lại có thể khắc phục 1 số lỗi: che nếp nhăn, vết nhơ. Do vậy, người ta rất hay dùng thủ pháp chiếu sáng này trong ảnh chân dung hay nhiếp ảnh.



Loại ánh sáng mạnh, chiếu trực diện mà các tay săn ảnh hay dùng thường thô và không hấp dẫn.

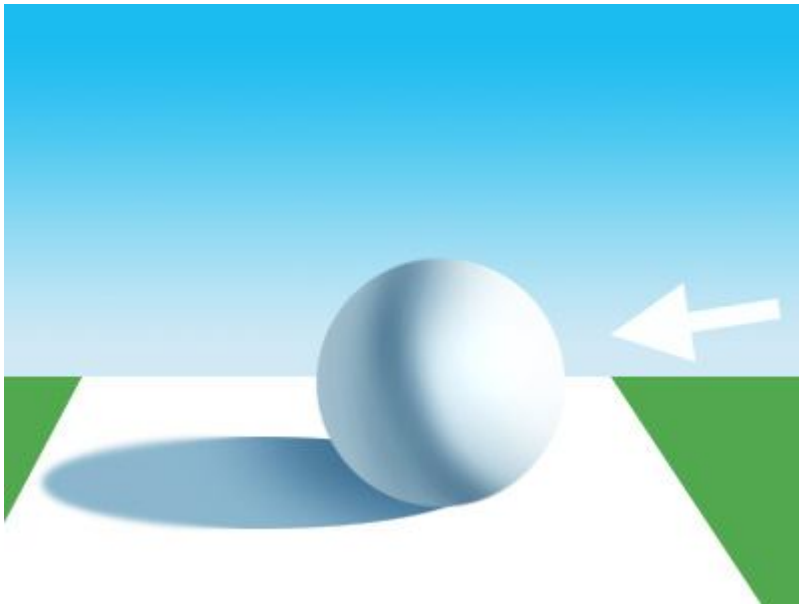


Chiếu trực diện với ánh sáng nhẹ làm chiếc lá trông mượt hơn.



Chiếu sáng trực diện tạo cảm giác bức hình phẳng trong mắt nhìn vì nó không làm lộ rõ hình dáng hay màu sắc(texture) vật thể toàn phóng cảnh.

Chiếu sáng cạnh bên - Side Lighting:



Chiếu sáng cạnh bên là lựa chọn rất tốt khi chúng ta muốn thể hiện hình dáng, bố cục không gian 3 chiều của vật thể. Bóng đổ ở đây thường rất rõ và có sự tương phản cao. Loại chiếu sáng này có thể dùng để tạo bóng đổ kịch tính lên các bề mặt như tường hay tạo

không khí cho toàn phong cảnh. Nhìn chung cách chiếu sáng này rất hấp dẫn, thường sử dụng tạo hiệu ứng lớn. Nó chính là ánh sáng chúng ta thường thấy khi bắt đầu 1 ngày mới và kết thúc lúc chiều muộn. Nó cũng có trong các bộ phim, nhiếp ảnh.

Mặt hạn chế của cách chiếu sáng này là 1 phần bức ảnh có thể bị mất bóng đổ, nó có thể làm lộ 1 số nhược điểm như các vết nhăn. Trong nhiếp ảnh truyền thần, cách chiếu sáng này thường đa phần dành cho nam giới vì nó tạo cảm giác nam tính khi có sự thô ráp trong tấm hình, đặc biệt bóng đổ ở đây không có các cạnh mềm.



Chiếu sáng cạnh bên có thể đem lại hiệu ứng cao, làm lộ rõ hình dáng, màu sắc (texture) bức hình

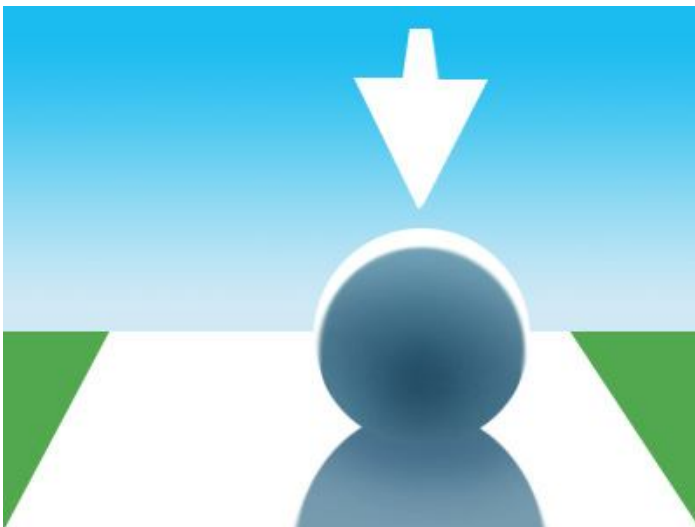


Ánh sáng chiều tối của mặt trời chạy qua làm bức tường lộ rõ màu



Bóng đổ dài chạy ngang trong bức hình trên tạo cho chúng ta cảm giác có chiều sâu.

Chiếu sáng mặt sau - Back lighting:



Chiếu sáng mặt sau là khi chúng ta đang nhìn thẳng vào nguồn sáng và các mặt của vật thể sẽ hiện lên, đối diện với chúng ta, làm lộ cả phần bóng lẫn phần tối của bức hình. Thường người ta dùng cách chiếu sáng này để tạo sự tương phản trong tình huống, nhìn rất kịch tính. Nếu nguồn sáng đến từ 1 góc nhỏ (so với điểm nhìn của chúng ta) thì vật thể sẽ có đường viền ánh sáng quanh 1 hay nhiều góc cạnh của vật thể. Ánh sáng càng mạnh thì các đường viền ánh sáng càng nhiều.

Phông cảnh sử dụng loại chiếu sáng từ phía sau này thường có nhiều bóng đổ (trừ khi nguồn sáng chúng ta dùng quá nhẹ). Bức ảnh hầu hết đều có màu tối đen với những dải ánh sáng đầy kịch tính. Trong tình huống chiếu sáng này, cách chiếu sáng làm xuất hiện đường viền ánh sáng quanh vật thể có thể khá hữu ích cho chúng ta định rõ hình dáng của vật thể trong vùng bóng đổ. Một đặc điểm khác của loại ánh sáng này là làm vật thể trở nên trong suốt, mờ mờ, lộ rõ độ chi tiết nghệ thuật hay màu sắc dọc theo các góc có đường viền ánh sáng bao quanh. Loại ánh sáng này rất hiệu quả trong việc mang lại kịch tính cho bức hình.



Chiếu sáng từ phía sau thậm chí có thể làm lộ rõ những vật thể ít được để ý nhất

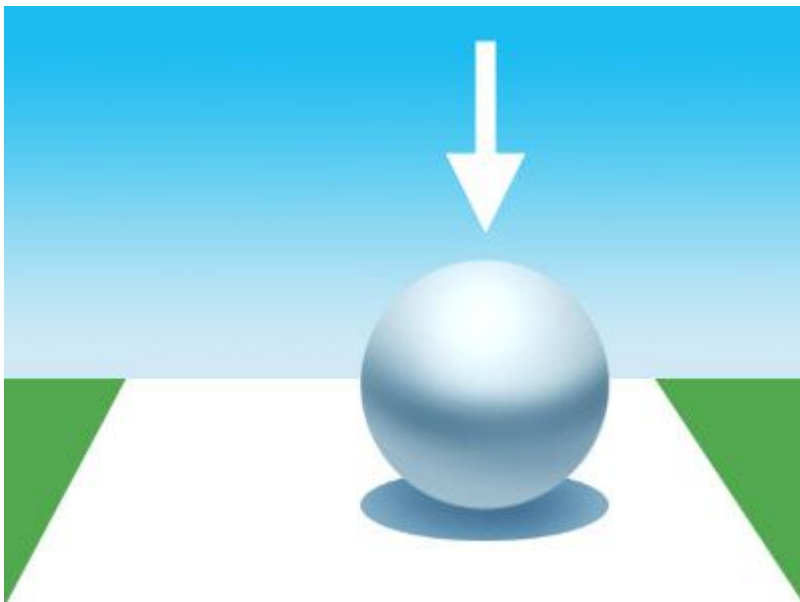


Một cách hiệu quả trong tạo độ mờ .



Silhouette (bóng đổ trực tiếp lên màn ảnh) là một trong những tính năng thông dụng của cảnh chiếu sáng sau.

Chiếu sáng từ đỉnh - Lighting from above:



Chiếu sáng từ đỉnh ít dùng mặc dù nó xuất hiện khá thường xuyên vào ban ngày. Chúng ta có thể bắt gặp cách chiếu sáng này vào giữa trưa nắng, tại 1 số vùng và các tình huống khác như trên sân khấu. Với ánh sáng nhẹ, đây là 1 cách hữu hiệu làm lộ hình dáng vật thể. Dưới ánh sáng mạnh, nó có thể tạo không khí huyền bí nhờ vào bóng đổ khá kịch tính dưới từng vật thể: Ví dụ khi ta dùng ánh sáng mạnh chiếu từ trên đầu người xuống, chỗ mắt người sẽ tạo thành hõm đen (do nằm trong vùng bóng đổ hoàn toàn). Các họa sĩ ít dùng cách chiếu sáng này tuy nhiên không hẳn là không nên dùng nó. Vào ngày nắng, cách chiếu sáng này rất chân thực, toàn bộ bầu trời như 1 nguồn sáng khổng lồ. Loại ánh sáng này cũng ít khi dùng trong các tình huống tạo bầu không khí cho toàn phòng cảnh.

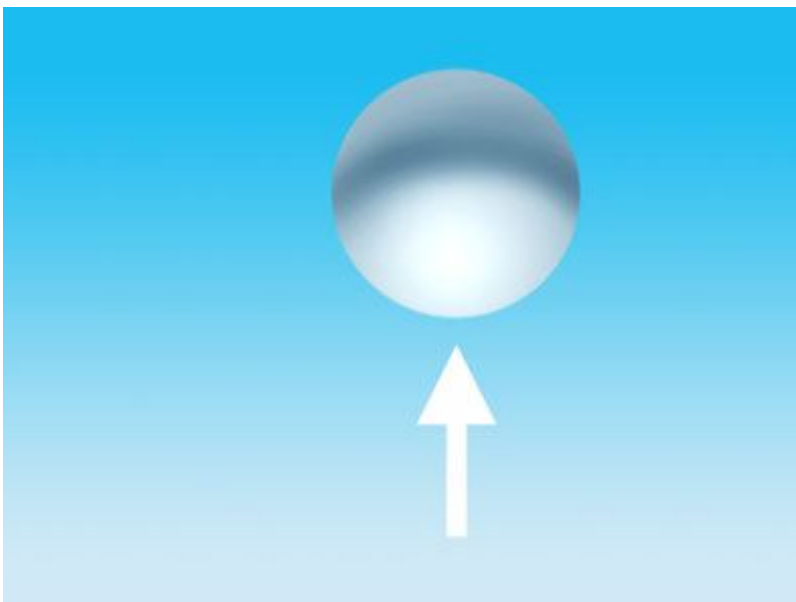


Ánh sáng nhẹ chiếu từ trên xuống là đặc điểm nhận thấy khi thời tiết u ám.



Chiếu sáng trực tiếp từ trên xuống có thể tạo cảm giác hăm dọa, làm lì. Nó nhấn mạnh trong cấu trúc xương và độ sâu của hõm mắt

Chiếu sáng từ dưới - Lighting from below:



So với cách chiếu sáng từ trên xuống thì cách chiếu sáng này có vẻ thường thấy hơn. Trong bối cảnh tự nhiên, ta có thể thấy cách chiếu sáng này với người đứng cạnh 1 đồng

lửa hay trên tay họ cầm bó đuốc. Ánh sáng phản xạ có thể từ dưới lên (như bề mặt nước). Với cách chiếu sáng này, mọi vật trong vùng chiếu sáng và bóng đổ thường bị đảo ngược, từ vẻ bề ngoài thân quen nhất đến lập dị (thử tưởng tượng 1 người với ánh sáng ngọn đuốc chiếu từ dưới mặt lên: **bóng đổ sẽ đi từ trên xuống**).

Một lần nữa, người ta rất ít khi áp dụng cách chiếu sáng này để tạo hiệu ứng. Dường như chúng ta đã sai lầm khi phân biệt mọi việc rạch ròi. Cách chiếu sáng này có thể sử dụng tạo những tâm trạng đặc biệt nhờ vào thao tác chuyển đổi cách chiếu sáng để biểu đạt tình cảm.



Chiếu sáng từ dưới ít khi dùng nhưng có thể tạo nên những bức hình mới lạ .

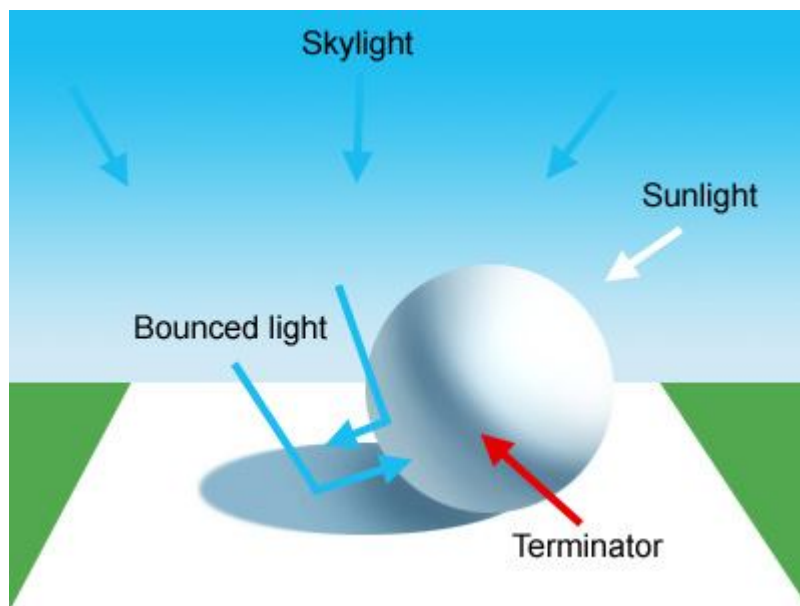


Chiếu sáng từ dưới lên tạo cảm giác rợn và không thân thiện, thậm chí ánh mắt trông rất lập dị. Chúng ta hãy để ý đến góc ánh sáng tập trung trong từng vùng màu da trên khuôn mặt.

So với tám ảnh trên: cùng 1 gương mặt, chỉ khác hướng chiếu sáng nhưng lại trông khác nhau hoàn toàn

18) ÁNH SÁNG: PHẦN 3: ÁNH SÁNG TỰ NHIÊN

Phần 3 về lí thuyết ánh sáng: Ánh sáng tự nhiên



Ánh sáng tự nhiên rất đa dạng, có sự khác biệt lớn giữa các nhân tố ảnh hưởng đến nó. Nguồn sáng tự nhiên nói chung do mặt trời cung cấp nhưng bản thân nó cũng lại có sự khác biệt, tùy theo khoảng thời gian trong ngày cũng như thay đổi theo thời tiết khí hậu. Các nhân tố ảnh hưởng có thể làm thay đổi nguồn sáng theo nhiều hướng: từ sắc nét và ấm đến nhẹ và lạnh.

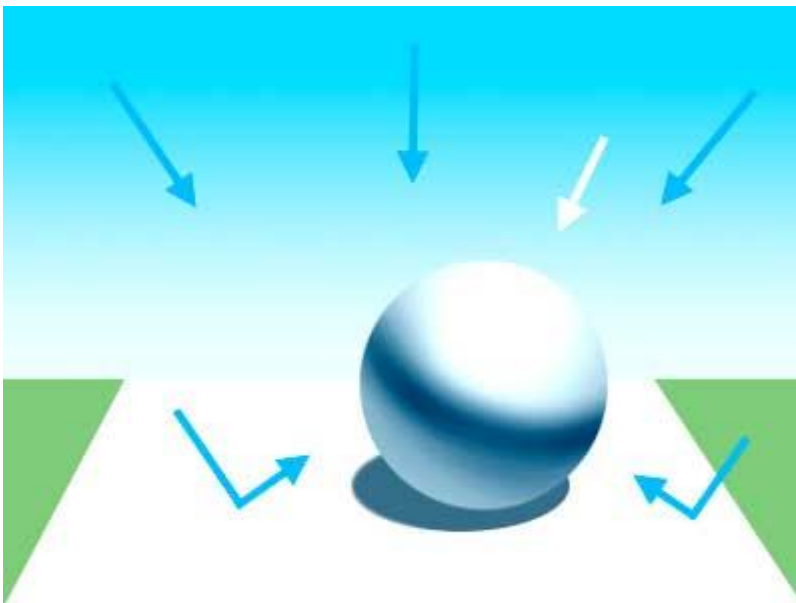
Hình sử dụng trong phần 1 là hình minh họa cơ bản của ánh sáng mặt trời. Hầu hết trong chúng ta đều thấy trong những ngày nắng thông thường. Ảnh trên mô tả ánh sáng mặt trời tầm giữa sáng và chiều. Xét về khía cạnh màu sắc và đặc tính thì đây là thời khắc thật nhất trong ngày của ánh sáng mặt trời. Tuy nhiên, có 2 nhân tố khác cũng ảnh hưởng đến tính chất của ánh sáng mặt trời đó là: tán xạ và mây che. Như đã nói trong phần 1, bầu khí quyển trái đất tán xạ những bước sóng ngắn hơn, tạo ra bầu trời xanh và màu đỏ cho ánh sáng mặt trời. Ánh sáng mặt trời xuyên qua bầu khí quyển càng dày thì độ tán xạ xảy ra càng nhiều. Do vậy, vào tầm sáng và chiều, mức độ tán xạ xảy ra nhiều hơn. Rõ ràng tính chất của ánh sáng mặt trời khác nhau theo từng thời điểm trong ngày. Cũng có vài trường hợp đặc biệt xảy ra khi mặt trời đã khuất sau đường chân trời và lúc này ánh sáng bầu trời (tán xạ từ mặt trời) là nguồn sáng duy nhất.



Những đám mây ảnh hưởng lớn đến màu sắc và tính chất của ánh sáng mặt trời. Mây thường có độ mờ (cho ánh sáng có thể đi qua) và có tính chất khúc tán. Khi ánh sáng đi qua bề mặt trong suốt như kính, các tia sáng chạy song song. Tuy nhiên, nếu đi qua bề mặt mờ đục thì ánh sáng lại bị lệch hướng và các tia sáng bật nảy bên trong làm lệch hướng ánh sáng. Đây là hiện tượng rất giống với hiện tượng tán xạ ánh sáng xanh trong khí quyển, nhưng có điều hiện tượng tán xạ này không chỉ xảy ra với những bước sóng ngắn mà còn cả bước sóng dài.

Ảnh hưởng này dẫn đến hiện tượng khúc tán lên ánh sáng mặt trời, biến nguồn sáng sắc, nhỏ thành nguồn sáng mềm và lớn (trên toàn bầu trời). Màu sắc cũng bị ảnh hưởng bởi mây vì mây che bầu trời xanh và ánh sáng lại đi từ đó xuống.

Ánh sáng mặt trời vào giữa trưa



Khi mặt trời lên đến thiên đỉnh cũng là lúc ánh sáng mặt trời mạnh và trắng nhất. Chúng ta có thể thấy sự tương phản ở đây mạnh và bóng đổ rất tối (trong thực tế khi rửa phim ra mới thấy rõ màu tối này) tuy nhiên trong cùng tối này, mắt thường của chúng ta đôi khi vẫn thấy rõ mọi vật. Với loại chiếu sáng này, chúng ta cần tạo ánh sáng mạnh và độ tương phản cao. Ánh sáng mạnh làm mất màu và ít bị bão hoà hơn so với các thời điểm chiếu sáng khác trong ngày. Theo cách chiếu sáng này, độ tương phản mạnh có thể gây khó khăn cho chúng ta khi muốn tạo bức 1 bức hình cuốn hút (nếu hạ độ tương phản thấp xuống, có thể tạo nên bức hình khá đẹp). Tuy nhiên, chúng ta có thể áp dụng cách chiếu sáng này với cảnh nước hay cảnh biển vùng nhiệt đới

Bóng đổ bé và ánh sáng mạnh không mấy khi được dùng để diễn tả hình dáng vật thể, độ bão hoà thấp cũng là 1 trở ngại khác. Phần lớn các nhiếp ảnh gia đều tránh ánh sáng lúc giữa trưa nhưng không có nghĩa là không thể tận dụng nó. (Hầu hết những gì đi ngược lại lí thuyết thông thường đều có thể tạo ra tình huống sáng tạo, khác lạ)



Bức ảnh này là 1 ví dụ tiêu biểu cho chiếu sáng giữa trưa. Chúng ta hãy để ý toàn bộ nền cát đều màu trắng và bóng đổ tịt. Sự tương phản này quá lớn để máy ảnh có thể tái hiện được toàn bộ vùng bóng đổ

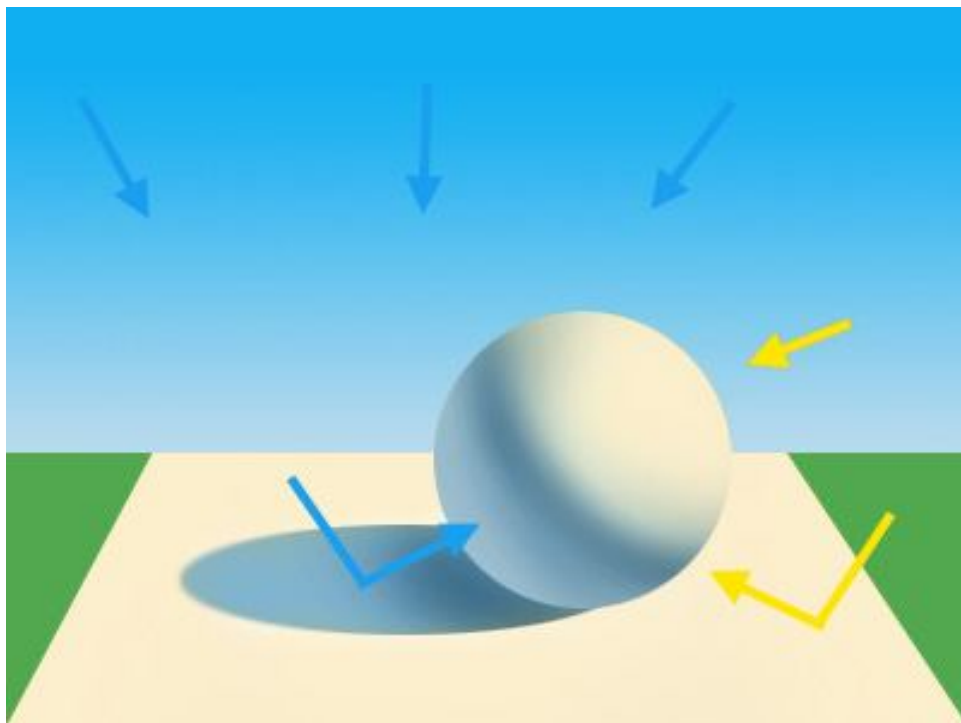


Các bức hình chụp cảnh dưới nước vào giữa trưa đạt hiệu quả cao vì người chụp không bị phản xạ bóng xuống mặt nước (do góc chiếu thẳng của ánh sáng mặt trời). Không giống như hầu hết các đối tượng khác, nước biển có màu rất đẹp nhờ vào cách chiếu sáng này.



Việc tận dụng sự tương phản mạnh của ánh sáng mặt trời lúc trưa nắng đã tạo nên điểm nhấn tương phản trong phong cảnh của bức hình trên. Nếu không dùng thêm bộ lọc tia hồng ngoại tăng cường cho hiệu ứng này, màu của bức tranh có lẽ đã không đạt được hiệu quả như thế này.

Ánh sáng chiều tà



Do mặt trời lúc này đã xuống thấp, ánh sáng phần nào ấm hơn, trời sẫm tối, ánh sáng mặt trời đổ màu vàng. Màu của bầu trời cũng có bóng đổ xanh sâu hơn theo từng cấp độ giảm của ánh sáng

Ánh sáng lúc chiều tối nhìn chung được đánh giá cao trong tạo sức hấp dẫn cho bức hình với những gam màu ấm và độ tương phản nhẹ nhàng dễ đi vào lòng người. Khoảng 1 tiếng trước khi mặt trời lặn chúng ta có thể thấy rõ hiệu ứng này nhất! Các nhà nhiếp ảnh và làm phim thường coi đây là khoảnh khắc vàng vì chất lượng ánh sáng khi lên ảnh rất đẹp.

Độ bão hoà về màu sắc trong thời điểm này khá cao và bản thân màu của ánh sáng cũng ảnh hưởng lớn đến các bề mặt nó tiếp xúc, tạo vẻ ngoài ấm nóng và phong phú. Như 1 sự trùng hợp ngẫu nhiên có tính thẩm mỹ, màu bóng đổ rất hợp với màu của ánh sáng chủ đạo (màu vàng tương phản màu xanh). Màu vàng ấm của ánh sáng chủ đạo đối lập với phần bóng đổ gam màu xanh lạnh. Do vậy mà trong nhiếp ảnh, phim và quảng cáo thường có cảnh ánh sáng lúc chiều tàn.



Vào lúc chiều tà, bạn có thể nhìn thấy rõ bóng đổ màu vàng khá đậm lên các cột của ga Battersea Power Station.

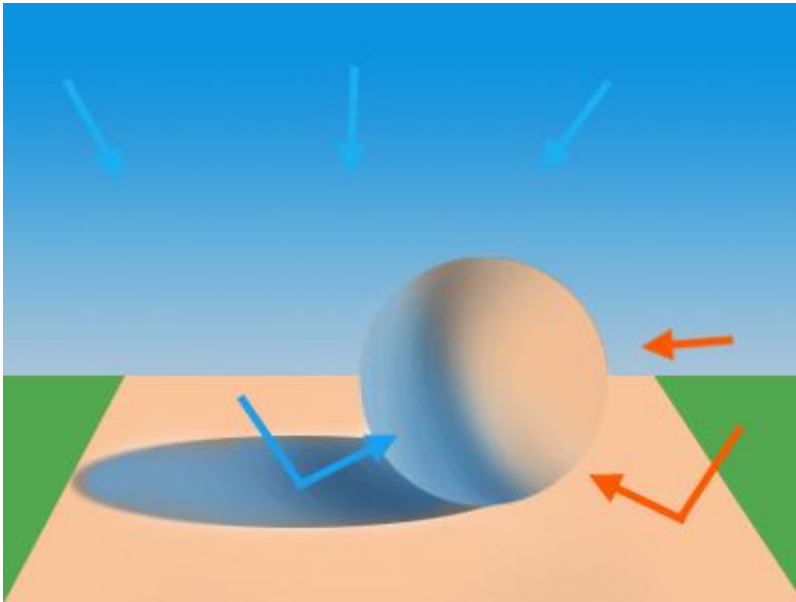


Bộ lông nhìn bóng loáng của chú chó này 1 phần phản chiếu rất đẹp bởi ánh sáng màu vàng lúc chiều tối, phần còn lại là do bầu trời xanh.



Thứ ánh sáng khả hấp dẫn lúc chiều tà có thể làm sáng hầu hết các vật thể. Trong bức ảnh này, hình trông sẽ thật tẻ nhạt nếu không có loại chiếu sáng này

Mặt trời lặn - Sunset



Đúng vào thời điểm mặt trời sắp lặn, ánh sáng có màu da cam đậm hơn và lẫn thêm sắc đỏ. Cường độ ánh sáng yếu đi đồng nghĩa với sự tương phản lúc này bắt đầu xuống thấp. Ánh sáng mặt trời yếu sẽ tạo cơ hội cho ánh sáng bầu trời làm chủ thể trộn với vùng bóng đổ màu xanh là chính. Bóng đổ vào thời gian này rất dài, màu hiện lên rõ.

Khi mặt trời lặn, vào lúc có mây, màu của bầu trời rất lạ. Không như khoảng thời gian khác trong ngày, mây lúc này lại được thắp sáng từ phía sau với những gam màu đỏ ấn tượng và sắc da cam. Những mảng màu này hoà cùng màu của bầu trời có thể gây ảnh hưởng cho màu sắc vùng bóng đổ, đôi khi chuyển chúng thành màu tím hay hồng

Cảnh mặt trời lặn thường rất đa dạng về màu sắc cũng như trong bầu không khí phong cảnh. Bạn có thể kiểm nhận thực tế này nếu quan sát một vài cảnh lúc hoàng hôn, chúng không hề giống nhau.



Ở đây ta thấy ánh sáng mặt trời màu da cam đậm với bóng đổ chuyển sang màu tím (do hỗn hợp màu phản chiếu từ bầu trời nói trên)

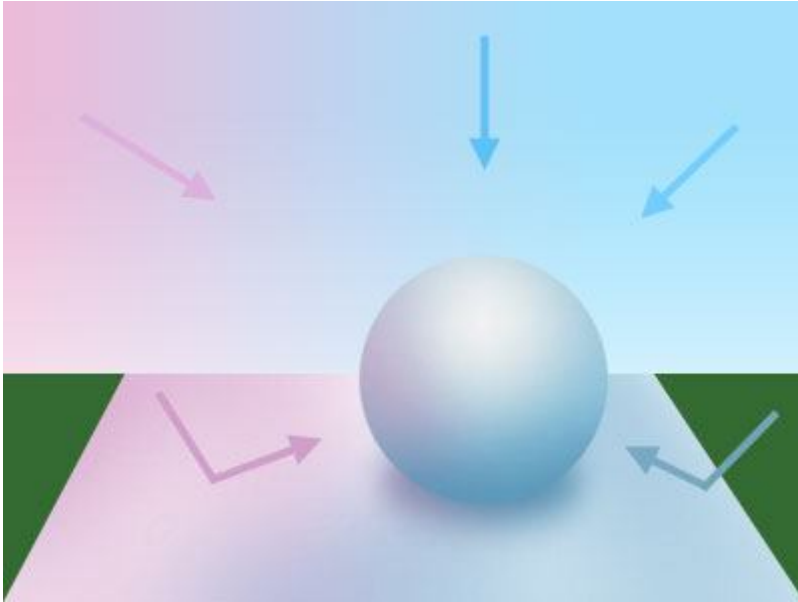


Độ tương phản rất thấp và lúc này, khi cùng chiếu xuống các mòm đá, cường độ ánh sáng mặt trời và bầu trời không chênh nhau nhiều.



Mặt trời lặn rất nhanh và ánh sáng cùng thay đổi nhanh. Một cảnh kiểu này chỉ kéo dài độ vài phút trước khi mặt trời khuất hẳn sau đường chân trời

Ráng chiều



Khoảng thời gian trời chạng vạng tối là khoảng thời gian rất đặc biệt trong ngày. Sự chiếu sáng không thể dự đoán được nhưng bù lại, nó rất đẹp. Khi mặt trời đã khuất hẳn sau đường chân trời, nguồn sáng tự nhiên còn lại duy nhất đến từ bầu trời, bóng đổ ít, độ tương phản và màu sắc nhìn rất nhẹ nhàng.

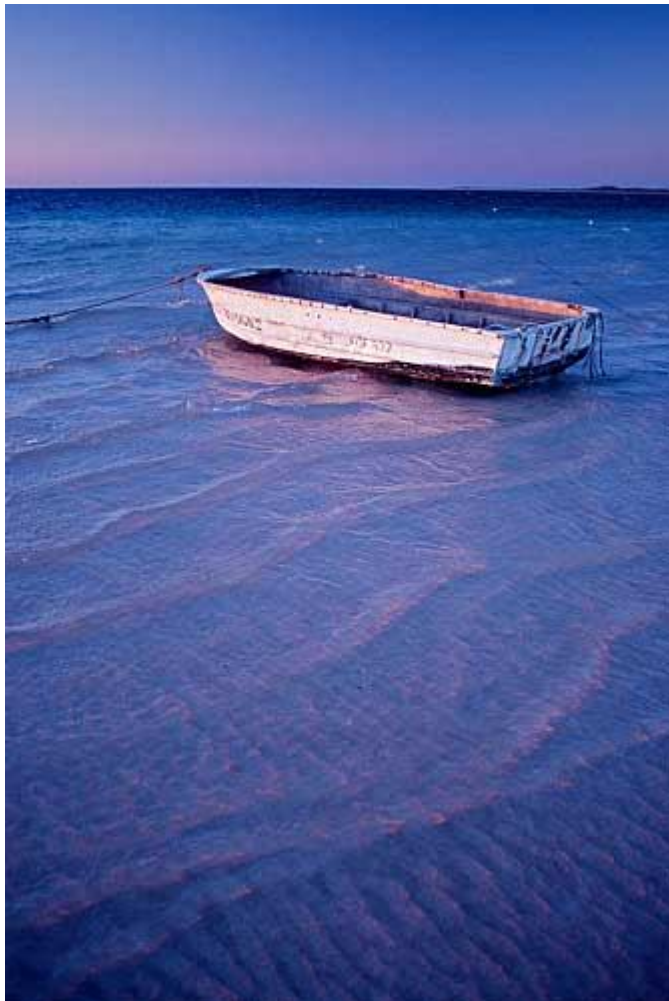
Vào ngày quang đãng, sau khi mặt trời lặn, bầu trời phía Tây thường có màu hồng, người ta gọi hiện tượng này là ráng chiều. Màu của ánh ráng chiều có thể rất hồng, chiếu xuống các bề mặt phản xạ tốt như: bức tường trắng, cát hay nước. Tuy nhiên, ánh sáng hồng này lại quá nhạt để có thể gây ảnh hưởng tới các bề mặt tối hơn như giữa các tán lá, do vậy mặt đất thường rất tối vào thời điểm này trong ngày

Tuy nhiên, không phải lúc nào ánh sáng ráng chiều cũng xuất hiện khi trời chạng vạng tối. Có những lúc bầu trời phía Tây chỉ màu xanh. Khi mặt trời hắt ánh nắng từ sau đường chân trời thường xuất hiện những ánh màu vàng hay da cam. Sau khi mặt trời lặn, tuy ánh sáng bầu trời phía Tây chỉ duy trì trong thời gian ngắn và thay đổi nhanh nhưng ánh sáng phát ra từ mặt trời vẫn có thể tồn tại khoảng 1 giờ sau đó. Một điểm đáng chú ý là bầu trời phía Tây ngoài màu hồng còn có thể là vàng, da cam và đỏ.

Nhìn từ phía trong nhà, bầu trời có chiều sâu và một màu xanh mạnh, đặc biệt nó tương phản với ánh sáng da cam của sợi dây tóc bóng điện bên trong nhà. Trong các ngày u ám, nhiều mây, ánh sáng mặt trời thường màu xanh (màu hồng trong những ngày quang mây) và nhìn chung trời tối rất nhanh.



Trong ảnh này ta có thể nhìn thấy bầu trời phía Tây rất hồng. Có thể bạn không thường thường xuyên để ý nhưng nó là màu quen thuộc trên bầu trời mỗi khi mặt trời lặn. Bạn cũng có thể nhận ra các bề mặt không có khả năng phản xạ như các tán cây (có màu tối đen). Trong khi đó, các bề mặt có khả năng phản xạ tốt như những căn trọc còn rất sáng.

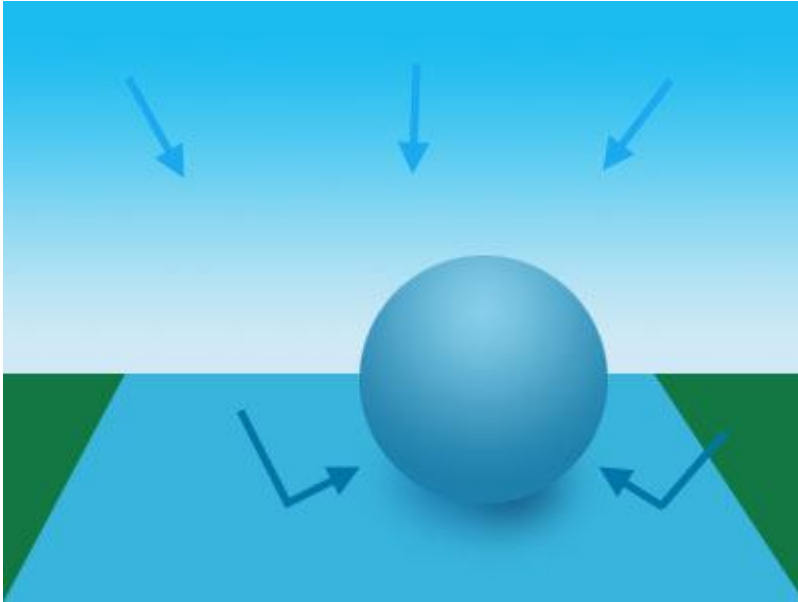


Ánh sáng lúc trời nhá nhem tối đang hắt ánh hồng và xanh lên mặt nước và chiếc thuyền.



Ánh sáng vào ngày u ám có màu xanh đậm

Bóng mờ - Open Shade



Trong vùng bóng mở, bầu trời là nguồn chiếu sáng chính và ánh sáng có màu xanh mạnh. Ánh sáng khuếch tán và bóng đổ yếu. Nếu bạn đứng trong vùng bóng đậm của ánh trắng, có thể vùng bóng này sẽ có màu tối đen.

Ánh sáng trong vùng bóng mở cũng có thể bị phản xạ từ môi trường (như gần các bức tường). Tán lá cây và các bề mặt khác cũng có thể phản xạ ánh sáng xuống vùng bóng đổ, ảnh hưởng tới màu của ánh sáng. Nếu bạn ở trong khu rừng rậm với bầu trời hoàn toàn bị che khuất, những chiếc lá vẫn phản xạ lại ánh sáng và ánh sáng sẽ có màu xanh. Hiệu ứng tương tự có thể thấy giữa các cây với nhau.



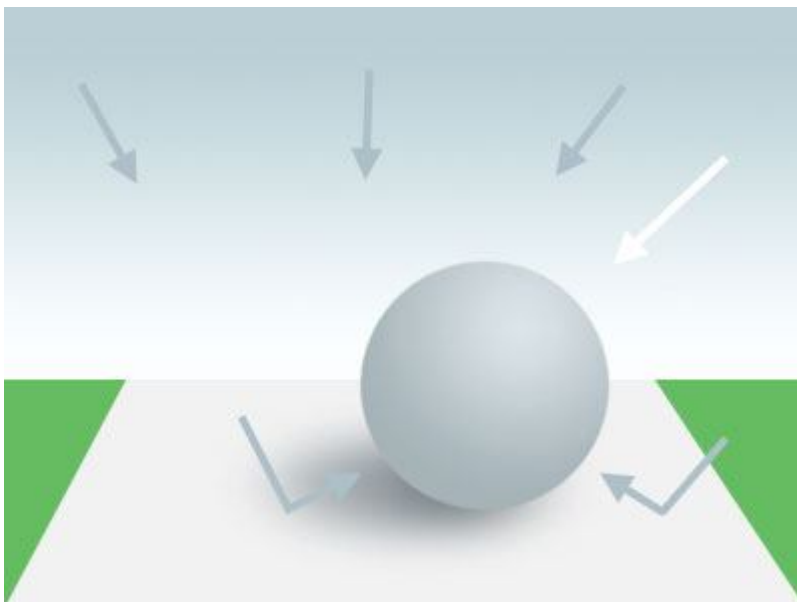
Bằng mắt thường ta có thể nhìn thấy rõ màu bóng đổ xanh khá đậm lên các bậc thang. Trong thực tế, ánh sáng bị tán xạ nhưng chúng ta vẫn nhận ra hướng ánh sáng chiếu rất rõ

từ trên xuống và những hướng khác bị khuất sau các bức tường.



Trong vùng bóng mờ với ánh sáng khuếch tán màu xanh, ta có thể nhìn thấy rất rõ cây trên.

Overcast



Ánh sáng vào những ngày u ám phụ thuộc vào độ dày của mây và khoảng thời gian trong

ngày. Trái ngược hoàn toàn với những quan điểm phổ biến về loại ánh sáng này, ánh sáng vào những ngày u ám cũng có vẻ đẹp riêng. Khi cả bầu trời đóng vai trò làm nguồn sáng duy nhất, ánh sáng nhẹ, tán xạ và có bóng đổ rất mềm. Sự tương phản thấp và độ bão hoà màu cao.

Màu của ánh sáng phụ thuộc nhiều vào thời gian trong ngày. Tôi đã từng nhìn 1 biểu đồ ghi nhiệt độ màu sắc và nó nói rằng ánh sáng khi trời u ám có màu xanh, mây càng dày, ánh sáng xanh càng đậm. Tuy nhiên, những gì tôi phát hiện ra lại hoàn toàn khác. Nếu mặt trời lên cao, ánh sáng sẽ có màu trắng hoặc xám, mây càng dày thì ánh sáng lại càng trắng. Khi mặt trời xuống thấp, ánh sáng màu xanh tăng lên và mặt trời càng xuống thấp thì màu xanh càng rõ.

Ánh sáng lúc trời u ám thường bị coi là tẻ nhạt nhưng nó cũng có vẻ đẹp riêng. Do ánh sáng này nhẹ nên có thể trải rộng và nó có thể tạo những hiệu ứng làm nổi rõ màu sắc của bức hình. Bản thân phản xạ từ bầu trời cũng yếu và có sức lan rộng, nó giúp cho các bề mặt phản xạ hiện rõ trong khung cảnh. Chúng ta thường thấy trong môi trường nước, đôi khi tại các bề mặt khác như vỏ xe ô tô.



Ánh sáng lúc trời u ám có độ tương phản thấp và khá trung lập, nó làm cho màu sắc ánh sáng có thể hiện lên rất rõ, hoàn toàn bão hoà. Chúng ta hãy để ý đến bóng sáng nhẹ trên những chiếc lá đỏ, chúng được tạo ra do phản xạ của bầu trời. Vào ngày nắng, những bóng sáng này có thể trông nhỏ và chói hơn.

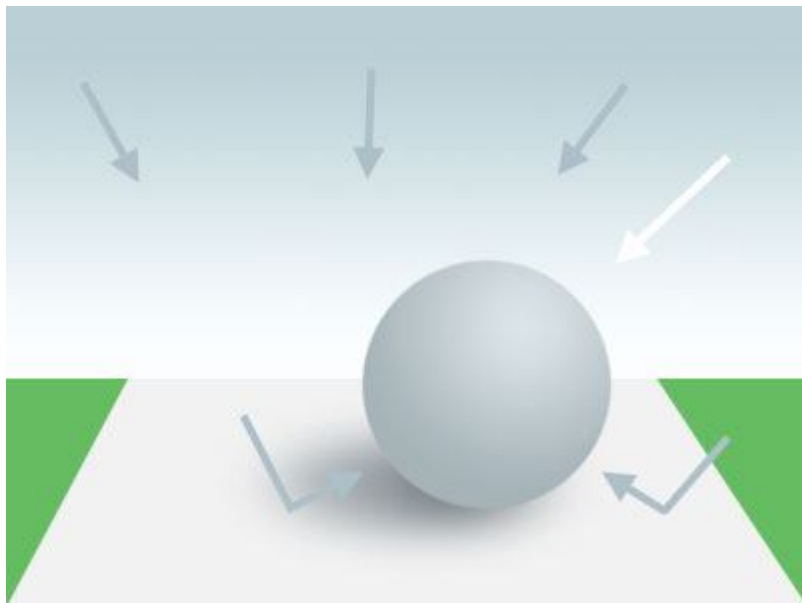


Ánh sáng khuếch tán làm lộ rõ hình dáng của từng quả nho. Nhờ độ tương phản nhẹ của ánh sáng, toàn chùm nho hầu như không bị ảnh hưởng của vùng bóng đổ. Một lần nữa chúng ta nhận thấy các màu ở đây đều bão hoà.



Bầu trời ngày u ám tạo ánh sáng phản xạ bạc rất đẹp trên bề mặt nước. Một trong những bí mật tạo nên các bức ảnh tuyệt vời vào ngày không nắng ráo đó là đừng để cho bầu trời xuất hiện trong bức hình của bạn.

Ánh sáng ngày nhiều mây



Vào những ngày có nhiều mây, mặt đất rất hiếm khi nhận được ánh sáng mặt trời trực tiếp. Ánh sáng lúc này có thể tạo vùng bóng đổ mạnh hơn những ngày u ám, nhưng cứ khi nào mây che mặt trời là vùng bóng đổ lại yếu theo. Những ngày này trời sáng sủa hơn so với ngày u ám, nó là cái bắt tay khá lý tưởng giữa sự tương phản mạnh của ánh sáng mặt trời với vẻ u ám của tầng mây dày che phủ.

Ảnh chụp vào những ngày nhiều mây có thể nhiều màu sắc (dù ta chỉ đơn thuần thấy độ màu trắng hay xám). Độ dày mỏng hay khoảng cách giữa các tầng mây cũng có thể tô màu cho bầu trời với các gam màu xanh, màu vàng phản xạ lên bề mặt các đám mây. Khi tầng mây ùn càng dày, màu sắc càng phong phú, bầu trời thường nổi bật ở vùng mây thưa hay phân tán. Một nhân tố ảnh hưởng đến màu mây đó là khoảng cách giữa các đám mây. Do tán xạ, ánh sáng có thể màu vàng, thậm chí màu da cam (ngay cả vào lúc lúc giữa trưa).

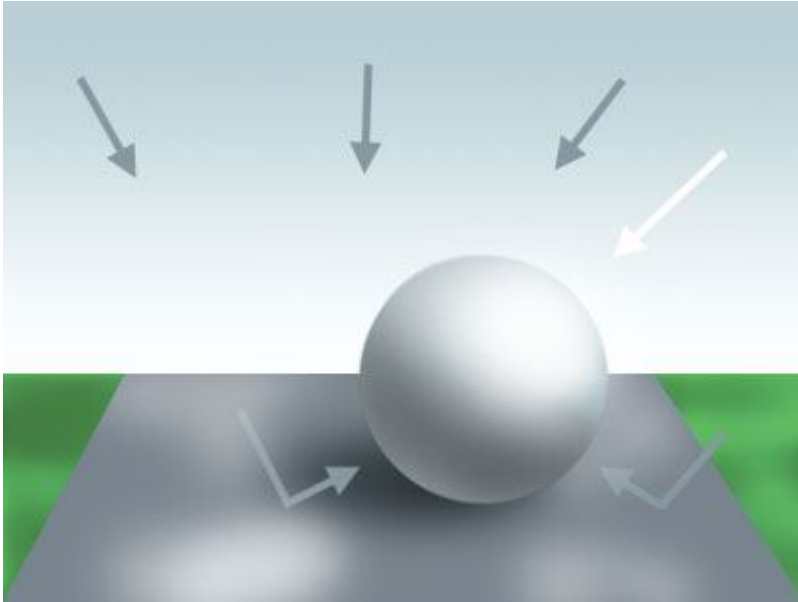


Ánh sáng vào ngày nhiều mây có chiều hướng mạnh hơn so với ánh sáng khuếch tán từ đám mây dày phủ trực tiếp phía trên. Tuy nhiên, bóng đổ vẫn bị ảnh hưởng bởi đám mây xung quanh.



Trong bức hình này, ánh sáng mạnh hơn đến từ bầu trời đủ sáng để làm hiện lên hình dáng con vật. Tuy nhiên, bóng đổ dưới nó vẫn mờ do ánh sáng mặt trời bị tán xạ bởi mây. Chúng ta hãy để ý, trong bóng đổ không có màu xanh (vì bầu trời xanh đã bị mây che khuất)

Ánh sáng vào lúc mây tan (giông bão) và khi mây quầng.



Chúng ta thường xuyên gặp nhiều loại ánh sáng và bóng đổ của nó trong môi trường tự nhiên. Tôi đã nhóm chúng lại theo từng loại cho dù chúng có khá nhiều nét khác nhau.

Khi mây trôi (tan), bạn thấy lúc thì có ánh sáng mặt trời, lúc thì lại âm u (do ánh sáng xanh từ bầu trời vẫn bị che khuất bởi mây, và mỗi khi giữa các đám mây trôi có khoảng cách, ánh sáng mặt trời lại có dịp rọi xuống mặt đất). Các đám mây đổ bóng lên toàn cảnh, chen giữa những mảng bóng dâm đều có ánh sáng mặt trời. Độ tương phản lúc này cao và bầu trời xám như một phong nền đầy kịch tính. Sự đối lập, đan xen giữa nắng và và bầu trời âm u tạo cảnh khá thú vị.

Bầu trời lúc này rất sặc sỡ, nhiều yếu tố ảnh hưởng đến màu sắc: thời gian trong ngày, độ dày mỏng của mây, khoảng cách giữa các đám mây,... Màu sắc có thể tạo nên những bóng đổ màu xanh, vàng, da cam hay xám. Ánh sáng chuyển đổi rất nhanh, nhanh như tốc độ mây trôi trên bầu trời, ánh sáng mặt trời cũng ẩn hiện nhanh không kém.

Ánh sáng lúc mây quàng (như dưới các tán lá cây) là loại ánh sáng tổng hợp và tạo nên bóng đổ phổ biến trong tự nhiên. Độ tương phản ánh sáng mạnh, ánh sáng mặt trời lúc này có thể rất sáng, tương phản hoàn toàn với bóng đổ quanh nó. Hầu hết các máy ảnh đều không có khả năng ghi lại được độ tương phản này (Với mắt thường bạn lại có thể nhận ra).



Các bóng sáng rất rõ, hầu như chuyển hoàn toàn sang một màu trắng đơn thuần.

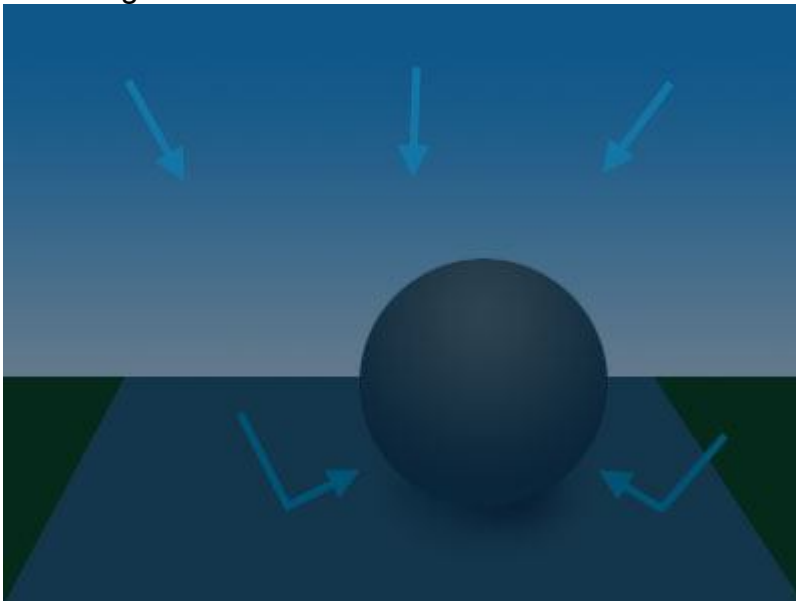


Máy ảnh chỉ đủ ghi lại phần nào sự tương phản cao của ánh sáng.



Ánh sáng mặt trời tương phản với vùng bóng khuất tối phía sau nhìn rất kịch tính.

Ánh sáng ban đêm



Vào ban đêm, mặc dù mặt trời đã khuất hẳn nhưng trên bầu trời vẫn còn ánh sáng. Ánh sáng này có thể do ánh sáng mặt trời vẫn còn phát tán trong bầu khí quyển hay từ mặt trăng. Các ngôi sao thì quá mờ nhạt để có thể chiếu thành ánh sáng rõ ràng, Điểm đang chú ý trong chiếu sáng phong cảnh thời gian này là bầu trời luôn phải sáng hơn so với mặt đất (trừ trường hợp mặt đất được ánh sáng nhân tạo chiếu). Chúng ta hãy nhìn hai ảnh dưới đây, bên trái là ảnh chuẩn, bên phải không thể có vì ta không thể hiểu được ánh sáng đến từ nguồn nào.



Khi trăng bị che khuất, chúng ta hãy nhớ ánh sáng của mặt trăng suy cho cùng cũng chỉ do mặt trời cung cấp và nó không thể tránh khỏi các nguyên tắc chiếu sáng như với cách chiếu sáng của mặt trời. Khi mặt trăng ở vị trí gần đường chân trời, nó có màu đỏ hay vàng. Nhưng khi càng lên cao, nó càng trắng. Bề mặt của mặt trăng thực tế không màu, chỉ có sắc sạm. Nếu bạn nhìn một bức hình chụp ảnh các phi hành gia đáp xuống mặt trăng, lúc đầu bạn chỉ nhìn thấy màu đen và trắng, dần dần mới có thể nhìn thấy hình các phi hành gia.

Vào ban đêm, ánh sáng bầu trời khuếch tán và yếu nhưng ánh trăng lại chiếu sắc nét như ánh sáng mặt trời, có khác thì chỉ trong cường độ sáng: rõ ràng ánh sáng của mặt trăng không thể mạnh bằng ánh sáng mặt trời. Do vậy, tỉ lệ giữa ánh sáng mặt trăng và ánh sáng bầu trời cũng sẽ khác nếu ta so sánh với tỉ lệ giữa ánh sáng mặt trời và ánh sáng bầu trời vào ban ngày. Một vấn đề khác bạn cần cân nhắc đó là khi nhìn bằng mắt thường, mặt trăng thường trông khá nhỏ bé (trong thực tế thì nó lớn hơn nhiều).

Trong bóng tối, mắt thường của chúng ta hầu như không có khả năng cảm nhận màu sắc. Tuy nhiên, máy ảnh vẫn có khả năng ghi lại màu sắc trong bóng tối. Trong thực tế, nếu bạn để mắt quang mở lâu, bạn có thể chụp 1 bức hình vào ban đêm và trông hệt như chụp ban ngày. Thậm chí, những bức hình này còn rất nhiều màu sắc (hơn hẳn những gì mắt thường nhìn được).

Trong làm phim, cách quay truyền thống tạo cảnh ban đêm là quay cảnh ban ngày nhưng chỉ quay non, sau đó sử dụng bộ lọc xanh của thấu kính máy quay để tạo ảo giác về ánh sáng.

Một nhân tố khác ảnh hưởng phong cảnh ban đêm đó là ảo giác ánh sáng. Tại Anh, cho dù bạn ở đâu (thậm chí xa hàng dặm so với thành phố), bạn vẫn có thể thấy ánh sáng hắt lên bầu trời hay phản xạ lên các đám mây màu da cam. Nếu không muốn nhìn cảnh này, bạn phải đi thật xa, đến những miền xa xôi, cách ly hoàn toàn thế giới hiện đại.



Phông cảnh, nơi không chịu ảnh hưởng của ánh sáng nhân tạo, có màu rất tối (so với bầu trời). Chúng ta hãy nhìn những mái nhà khá nổi bật vẫn đang phản xạ lại ánh sáng bầu trời (dù màn đêm rất tối).



Để ý ánh sáng và màu sắc trên bầu trời, nếu nhìn bằng mắt thường chúng ta sẽ không có khả năng thấy rõ như vậy.



Đây là mặt trăng với bóng đỏ nâu và chút đỏ. Hiện tượng này do khi chụp bức hình, mặt trăng chưa lên cao. Nếu mặt trăng đã lên tới đỉnh, nó sẽ có màu trắng và xám.

Màu sắc trên bầu trời.

Bầu trời thường khá đa dạng về màu sắc, nếu bạn quan sát hàng ngày, bạn sẽ thấy nhiều

dải màu hỗn hợp khác nhau. Khi bạn nhìn bầu trời hay những đám mây, có rất nhiều nhân tố ảnh hưởng: thời gian trong ngày, mây che, độ dày của các đám mây cũng như khoảng cách giữa các đám mây. Nếu mây không dày hoặc khoảng cách giữa các đám mây đan xen nhau nhỏ, bạn sẽ nhìn thấy màu sắc và chất lượng ánh sáng rất khác nhau. Nó có thể tạo ra những gam màu không thể đoán nổi.

Ánh sáng tự nhiên nói chung và trên bầu trời nói riêng thường có một số màu (thậm chí vào những ngày lạnh lẽo nhất). Bầu trời là nguồn sáng khuếch tán bất biến trong ngày, không chịu ảnh hưởng mặt trời lúc sáng lúc yếu.



Tôi cũng chưa hiểu cái gì làm cho bầu trời mưa phía xa có màu hồng, có thể do mặt trời che khuất phía sau. Bầu trời luôn thay đổi và không thể dự đoán trước được điều gì.

Sương mù.

Ánh sáng cũng tương tác với môi trường nếu có bất kì hạt sáng nào nếu trong môi trường có những hạt phản xạ lại ánh sáng. Các hạt này có thể là những hạt bụi, nước hay những hạt ô nhiễm trong không khí. Đây là những hạt có khả năng bắt sáng và tạo cảm giác khối như khói hay sương mù.

Sương mờ thường thấy trong không khí, nó giúp chúng ta có thể cảm nhận cảnh phía xa. Sương che khuất làm các vật thể mờ nhạt, có phần xanh hơn và độ tương phản thấp (do môi trường sương mù không có khả năng khuếch tán mạnh ánh sáng phản xạ).

Sương mù giống hạt sương nhưng dày hơn. Nó khuếch tán ánh sáng mạnh và nếu bạn đang đứng trong đám sương mù dày đặc, bạn sẽ nhận thấy ánh sáng phát tán ra mọi hướng. Khi chụp một bức hình trong màu sương mù dày đặc, dụng cụ đo của máy ảnh có thể cho chúng ta số liệu chính xác (dù bạn có đang chếch máy lên, xuống hay quay sang hướng nào khác)

Sương thường có màu trắng hoặc ánh xanh, tùy thuộc theo thời tiết: Màu xanh nếu có ánh sáng mặt trời (vì chịu ảnh hưởng của bầu trời) và màu trắng nếu chịu ảnh hưởng của mây che. Sương mù có màu trắng như mây nhưng nó vẫn có màu sắc (nhận ánh sáng chiếu từ

bầu trời hoặc mặt trời). Do vậy, trong thực tế, sương mù có thể màu xanh, thậm chí vàng hay da cam.



Các tia nắng xuyên qua những đám mây đã bị những hạt trong không khí giữ lại..

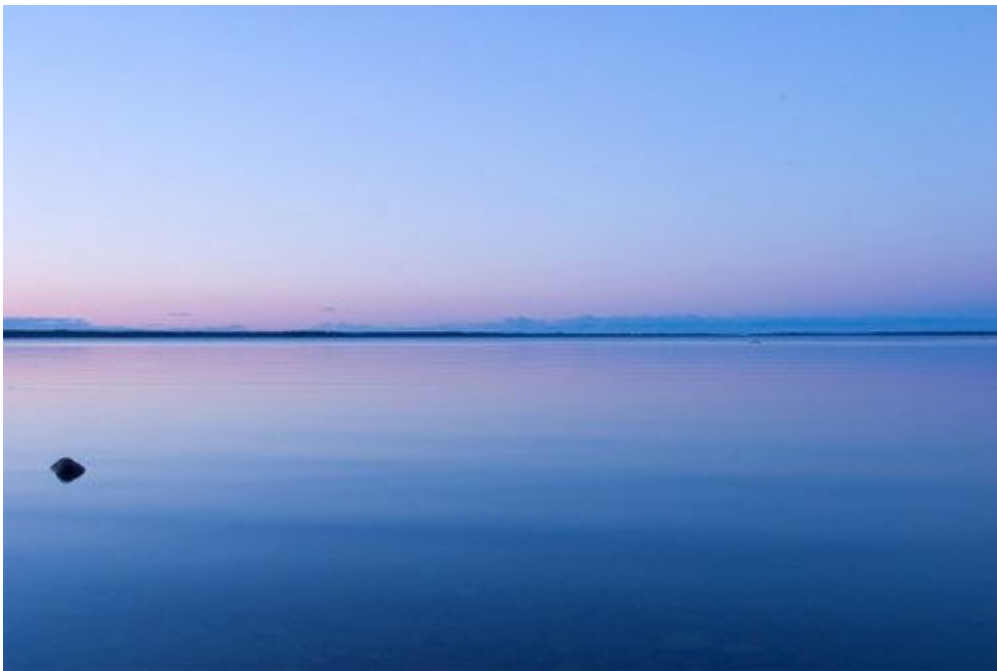


Sương mù che phủ có màu xanh (do phản xạ ánh sáng từ bầu trời). Nhưng phía xa, khi không chịu ảnh hưởng bóng đổ của cây, sương mù lại có màu vàng hay da cam (lúc này chịu ảnh hưởng trực tiếp ánh sáng mặt trời)..



Cảnh tuyết trắng bao phủ bởi lớp sương mù dày đặc, ánh sáng khuếch tán mạnh và không hề có bóng đổ dưới bất kỳ gốc cây nào.

Nước



Nước ảnh hưởng lớn đến cách tương tác của ánh sáng tự nhiên với thế giới quanh ta. Nó trở thành đặc điểm chung của phong cảnh mỗi khi trời mưa, sương hay trên mặt hồ, sông và biển.

Nước làm thay đổi bản chất các bề mặt vì không như hầu hết các vật thể trong tự nhiên, mặt

nước có tính phản xạ cao và gây nên bóng sáng trực tiếp khá mạnh. Sương đọng trong cỏ có thể tạo nên hàng nghìn bóng sáng li ti (nó giữ lại những ánh nắng ban mai), mỗi hạt sương là 1 thấu kính con. Trong tự nhiên, những phản xạ long lanh thường khó thấy (trừ khi các bề mặt có nước bao phủ). Nước có thể giống các hạt trong bầu không khí.

Một ảnh hưởng lớn khác của nước lên ánh sáng đó là nó phản xạ ngược lại phong cảnh. Nếu bạn đang đứng cạnh bờ biển, bạn sẽ nhận thấy có rất nhiều ánh sáng phản xạ từ dưới bề mặt nước biển lên.

Cuối cùng, nước cũng gây nên một số hiệu ứng trong không khí: từ hiện tượng 7 sắc cầu vồng đến các quang sáng.



Những hạt sương nhỏ tạo nên hàng nghìn bóng sáng lung linh, thậm chí bóng đổ cũng tạo cho chúng ta cảm giác đó. Hãy nhìn những giọt sương mai, chúng đang phản xạ bầu trời trong trẻo.



Bề mặt đọng nước của hè phố trông như 1 tấm gương lớn, phản xạ mọi vật..



Nhựa dính trên những quả mọng này làm lớp vỏ ngoài sáng bóng, nổi bật về ngoài của vỏ. Chúng ta biết được vỏ quả mọng bị ướt vì trong tự nhiên, phản xạ kiểu này không dễ thấy.

Đôi dòng suy nghĩ sau cùng.

Ánh sáng tự nhiên là một thể hỗn hợp và thay đổi liên tục. Tuy cũng tuân theo một vài khuôn mẫu, nguyên tắc của thể giới vật lý tự nhiên nhưng loại ánh sáng này vẫn quá phức tạp để có thể cắt nghĩa được toàn bộ vấn đề trong một bài viết như thế này. Tôi chỉ hi vọng có thể cung cấp cho các bạn hướng đi, giúp các bạn giải quyết các trường hợp chiếu sáng khác nhau. Hi vọng những gì tôi cung cấp sẽ khơi dậy trí tò mò trong bạn, giúp bạn tự nghiên cứu, tìm tòi theo cách quan sát của riêng để có thể áp dụng vào công việc của mỗi người. Các bạn sẽ không những nhận ra những điểm yếu trong tác phẩm của mình mà còn nhận ra những gì trước đây quá lý thuyết sáo rỗng với bản thân. Thực tế chỉ là điểm khởi đầu và luôn cần sự tìm tòi thêm.

Có một vấn đề tôi vẫn phải cẩn thận là đôi khi những gì thuộc về nguyên tắc của trường hợp này lại có thể sai lầm khi áp dụng vào trường hợp khác! Ví dụ như ánh nắng ấm sẽ đổ màu lạnh. Có thể điều này đúng với ánh sáng tự nhiên: ánh sáng mặt trời màu vàng và bóng đổ màu xanh. Nhưng đây chỉ là một nguyên tắc của tự nhiên và chúng ta không nên làm theo một cách mù quáng, trong các trường hợp khác nó có thể không đúng (như với trường hợp mây tan).

Cũng tương tự như lý thuyết, màu bóng đổ theo màu của ánh sáng chính. Đây có thể là nguyên lý ăn sâu vào trí óc của chúng ta nhưng trên thực tế, lại không hoàn toàn như vậy (máy ảnh có thể tạo dễ dàng). Điều đáng nói ở đây là ý tưởng của bạn, ý đồ của bạn trong tác phẩm, bạn muốn một hiệu ứng riêng cho mình, không theo một nguyên tắc nào cả. Danh họa giỏi nhất bạn nên học tập đó là Claude Monet, ông có kiến thức sâu sắc về ánh sáng tự nhiên và hầu hết các tác phẩm của ông đều xử lý ánh sáng rất tuyệt (mặc dù phong cách vẽ của ông khá thô và không hề tuân theo nguyên tắc chính xác nào của ánh sáng). Ông đã vẽ những bức tranh có sự thay đổi, biến tấu ánh sáng rất tuyệt như: loạt tác phẩm về Haystacks hay các bức họa về nhà thờ Rouen Cathedral.

19) PHẦN 4: ÁNH SÁNG NHÂN TẠO VÀ ÁNH SÁNG TRONG NHÀ

Phần 4 của lý thuyết ánh sáng: Ánh sáng nhân tạo và ánh sáng trong nhà

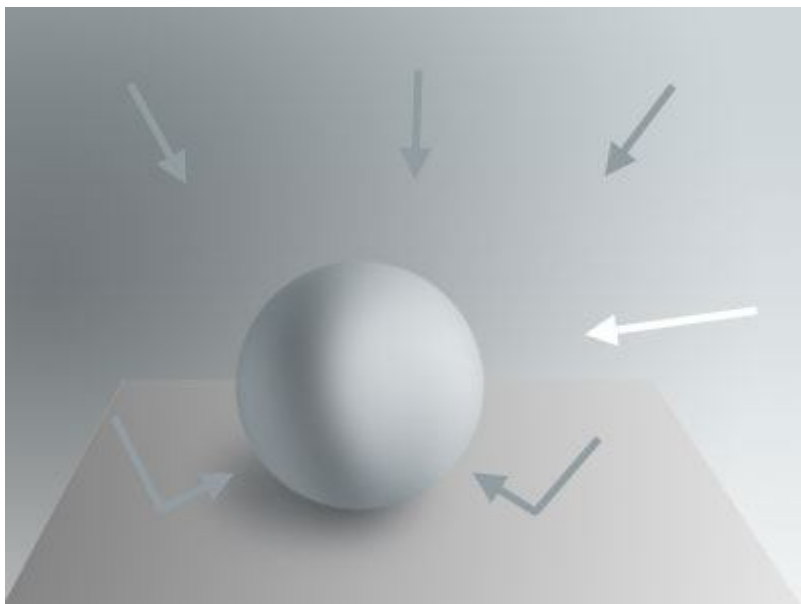
Ánh sáng trong nhà rất khác với ánh sáng ngoài môi trường (do ít chịu ảnh hưởng trực tiếp của ánh sáng mặt trời). Con người điều khiển ánh sáng thường với một mục đích riêng nào đó. Ví dụ: các thiết bị chiếu sáng trong nhà thiết kế đa phần cho ra ánh sáng khuếch tán. Trong khi đó, ở các văn phòng người ta lại quan tâm đến cách chiếu sáng đa chức năng mà lại tiết kiệm, hiệu quả hơn. Đó cũng chính là lý do tại sao nhưng nhân viên văn phòng thường làm việc trong vùng sáng xanh lá cây.

Hầu hết ánh sáng nhân tạo trong nhà đều có tính chất khuếch tán nhằm làm dịu ánh sáng và bóng đổ của đèn (trừ trường hợp ánh sáng rọi khá cứng). Tuy nhiên, những nhà thiết kế ánh sáng sẽ cùng cho ra kiểu sáng rọi đa luồng, không chỉ là một luồng sáng rọi mà còn vài luồng khác, tất cả cùng chiếu sáng có thể làm mềm các vùng bóng đổ khác (trong khi đó vẫn có thể tạo ra vô số các bóng sáng).

Ánh sáng mặt trời khi chiếu vào nhà thường bị khuếch tán (do bật nảy từ các bức tường, sàn nhà và trần nhà). Trên lý thuyết nó có thể xuyên trực tiếp qua cửa sổ, vào tận trong nhà. Tuy nhiên, thực tế lại khác, ánh sáng mặt trời thường bị cửa sổ và tường chắn lại. Do vậy, hiếm khi chúng ta thấy ánh sáng mặt trời rọi trực tiếp vào nhà mà không bị phản xạ bởi một

bề mặt nào đó.

Ánh sáng mặt trời qua ô cửa sổ



Ánh sáng rọi từ cửa sổ vào thường xuất hiện trong phạm vi chiếu sáng trong nhà. Nếu ta coi bản thân cửa sổ cũng là một nguồn sáng hiệu quả thì ánh sáng hoàn toàn nhẹ (nguồn sáng từ cửa sổ rộng). Ánh sáng loại này khá hấp dẫn và rất ăn ảnh. Nếu chúng ta chỉ có 1 cửa sổ và dù nguồn sáng nhẹ đến mấy thì độ tương phản ánh sáng sẽ vẫn cao. Ngược lại, càng nhiều cửa sổ thì độ tương phản càng thấp và điều này đồng nghĩa căn phòng sẽ nhận nhiều ánh sáng hơn.

Màu của ánh sáng phụ thuộc nhiều yếu tố: đầu tiên là thời tiết, nó sẽ ảnh hưởng đến ánh sáng khung cửa sổ. Vào ngày âm u, ánh sáng sẽ trắng, màu xám hoặc xanh. Vào ngày nắng, nó lại có màu xanh của ánh sáng bầu trời hoặc màu trắng, vàng hay màu đỏ của ánh sáng mặt trời (tùy theo khoảng thời gian trong ngày). Khi ánh sáng đi qua cửa sổ, nó sẽ chịu ảnh hưởng 1 số bề mặt phản xạ từ trong nhà ra. Tường, sàn nhà và màu sắc đồ đạc trong nhà sẽ ảnh hưởng đến ánh sáng, ánh sáng phản xạ khắp nhà.

Rõ ràng, để tạo ra ánh sáng cửa sổ thuyết phục bạn phải cân nhắc cẩn thận các yếu tố trên, đồng thời có sự tính toán trong cường độ, màu sắc và độ tương phản ánh sáng. Cách thử nghiệm đơn giản nhất, vào ngày âm u, bạn cho ánh sáng đi qua một cửa sổ lớn vào 1 căn phòng màu trắng. Tiếp theo bạn có thể quan sát những thay đổi qua mô hình đơn giản như tôi đã dùng. Nó sẽ là điểm khởi đầu cho tất cả.

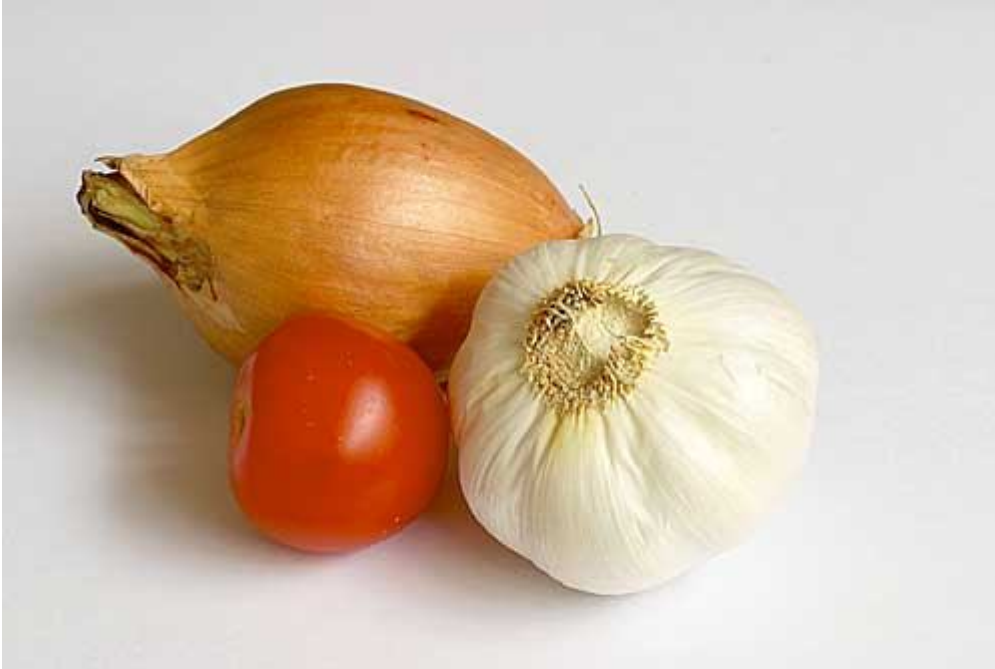
Một kiểu ánh sáng cửa sổ rất nổi tiếng đó là North Light (ánh sáng vào qua khung cửa mở đối diện hướng Bắc). Trước đây, các họa sĩ khó đạt được thành công trong ánh sáng nhân tạo, với cửa sổ luôn hướng về phía Bắc, ánh sáng hầu như không có sự thay đổi trong ngày. Nguyên nhân căn phòng chỉ nhận được ánh sáng từ bầu trời luôn ở hướng Nam (tối thiểu ở phần bán cầu Nam) ánh sáng yếu, không có hướng hay bóng đổ được ánh sáng khuếch tán từ bầu trời rõ rệt. Với những căn hộ có cửa sổ hướng về phía Bắc, chất lượng ánh sáng trong nhà cũng chẳng khác gì nhiều so với chất lượng ánh sáng đến từ các khung cửa sổ không nhận ánh sáng mặt trời trực tiếp. Tuy những căn phòng này có tối hơn (do không thiếu ánh sáng mặt trời) nhưng ánh sáng rất dịu.



Mặc dù căn phòng cũng có ánh sáng mặt trời nhưng chỉ ảnh hưởng một vùng nhỏ. Hầu hết ánh sáng trên các bức tường và đồ đạc trong phòng đều nhờ vào ánh sáng phản xạ của mặt trời hay ánh sáng khuếch tán từ chính cửa sổ. Để ý màu đỏ trên bức tường phía xa, có thể nó bị phản xạ bởi các bức rèm. Chúng ta cũng nhận thấy độ tương phản cao của ánh sáng mặt trời tạo vùng sáng rất rõ nét.

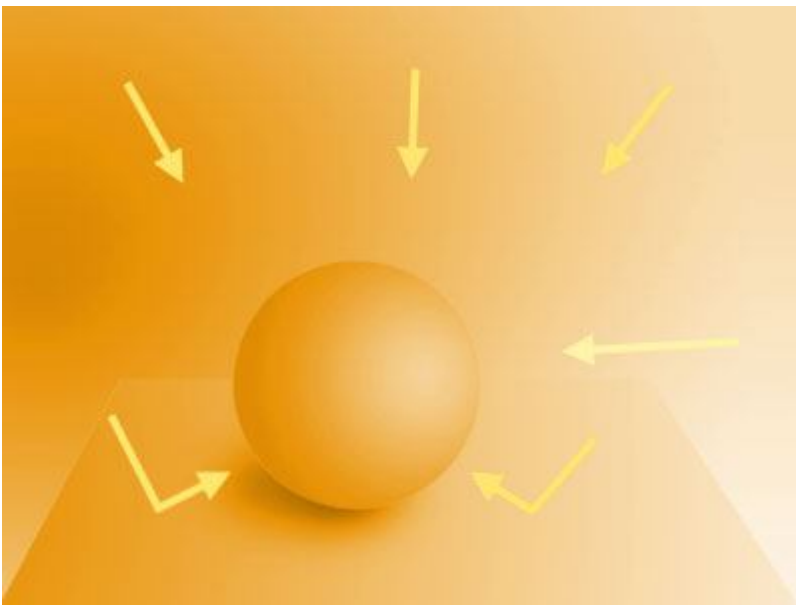


Đây là ảnh minh họa cho kiểu ánh sáng nhẹ chiếu qua khung cửa sổ. Bức hình chụp vào ngày âm u, cửa sổ đóng vai trò như một chiếc hộp khổng lồ chiếu sáng nhẹ nhàng cho hình ảnh em bé. Vật thể càng gần cửa sổ, ánh sáng càng mềm (tôi sẽ giải thích thêm trong phần 5). Chúng ta hãy để ý các cạnh bóng đổ, rất mờ, đôi khi nhìn không kỹ sẽ khó phát hiện ra. Sự chuyển đổi giữa ánh sáng và vùng bóng tối hầu như không nhận thấy.



Qua nhiều thế kỷ, kiểu ánh sáng nhẹ, đến từ một khung cửa sổ lớn này được nhiều họa sĩ ưa chuộng (và ngày nay, nó vẫn được các nhiếp ảnh gia tận dụng do vẻ đẹp và độ tin cậy có thể biết chắc chắn hiệu quả trước của nó)..

Ánh sáng bóng đèn điện gia đình



Đây là thứ ánh sáng chúng ta gặp phổ biến nhất trong cuộc sống thường nhật. Nó đến từ nhiều kiểu đèn: loại bóng tròn chiếu từ phía trên, chiếu xiên. Đặc tính chung là chúng đều dùng loại bóng đèn sáng nóng.

Dây tóc bóng đèn thật ra có màu vàng/ da cam mạnh (tôi đã đề cập phần 1). Tuy nhiên, khi chúng ta nhìn vào lại thành ra màu trắng (hiện tượng này do bộ não của chúng ta đã lọc màu vàng được màu trắng của dây tóc bóng đèn khi nhìn trực tiếp. Thường nếu bạn đang chụp ảnh hay vẽ bức hình một chiếc bóng đèn phát sáng trong phòng, sẽ thật hơn nếu bạn để dây tóc bóng đèn màu trắng. Nếu bạn để dây tóc bóng đèn màu da cam sáng (như trên thực tế), trông sẽ kém thuyết phục hơn nhiều.

Nhưng bù lại, độ sáng của dây tóc bóng đèn khá đa dạng và khó đoán trước. Với các đồ vật thông thường, hầu hết ánh sáng bị khúc xạ do hình dáng từng loại đèn, tạo nên nguồn sáng lớn và chiếu sáng mềm hơn.

Tùy thuộc vào không gian của mỗi căn phòng mà nhận được độ chiếu sáng khác nhau. Một số nhà tiêu biểu như phòng thay đồ hay Gara để xe thường chỉ lắp đèn bóng trần, không có trao đèn, khiến ánh sáng cứng và không hề hấp dẫn chút nào. Chúng ta có thể chấp nhận cho cách bày trí này vì dù sao cũng chẳng ai nán lại lâu, do vậy, người ta cũng chỉ cần quan tâm tới chất lượng chiếu sáng chứ không để ý mấy tới tính thẩm mỹ của không gian chiếu sáng.

Trong những gian phòng thời gian ở lại của mọi người lâu, người ta bắt đầu quan tâm tới chất lượng chiếu sáng, ánh sáng cần nhẹ nhàng và có sức hấp dẫn, phong phú hơn. Ví dụ như phòng khách (phòng chính trong nhà), bạn có thể thấy rất nhiều loại đèn kết hợp, tạo không gian thoải mái cho căn phòng. Tuy nhiên, chức năng chiếu sáng cũng rất quan trọng tại những căn phòng kiểu thế này. Ví dụ trong phòng ngủ, bên cạnh ánh sáng dịu cho giấc ngủ, đôi khi bạn cũng cần ánh sáng vừa đủ để nằm đọc sách hay đang đêm thức dậy có việc cần. Trong nhà bếp, ánh sáng rọi được bài trí làm sáng toàn bộ khu vực nấu nướng. Phòng tắm và các tấm gương cũng có thể tham gia vào chiếu sáng với một mục đích, chức năng nào đó.

Nhìn chung, ánh sáng dùng trong gia đình là sự kết hợp của cả tính thẩm mỹ lẫn chức năng sử dụng. Bóng đèn thường đi kèm với trao đèn đa dạng về kiểu dáng. Những trao đèn này đều được thiết kế nhằm làm dịu ánh sáng, chúng giúp che đi hình dáng thô trần của bóng đèn và làm mềm bóng đổ cứng đơn thuần của các bóng đèn nói chung.

Nhân tố quan trọng tiếp theo chúng ta cần xem xét đó là trong đặt nguồn sáng, nó sẽ làm mềm ánh sáng và bóng đổ. Ánh sáng hiếm khi có gian từ các phòng khác nhau sẽ lan tràn sang không gian gần kề nó phòng nào chỉ đơn thuần chịu ảnh hưởng một loại sáng. Một ví dụ tiêu biểu: Nếu bạn đang ngồi trong phòng khách với 4 hay 5 ánh sáng khác nhau, những ánh sáng này sẽ tạo nhiều vùng sáng nhỏ, hấp dẫn. Với nhà bếp thiết kế hiện đại, người ta cũng thường đặt nhiều hàng bóng rọi trên trần nhà.

Đặt nhiều nguồn sáng bóng đèn đồng nghĩa với nhiều loại bóng đổ --> ánh sáng rất thú vị với độ cứng mềm khác nhau. Kết quả thể hiện rõ nhất trên các bề mặt phản xạ với hàng loạt bóng sáng. Có thể ánh sáng sẽ khác nhau về màu sắc, cường độ vì bản thân các bóng đèn càng già, độ chiếu sáng càng yếu dần và đỏ hơn.

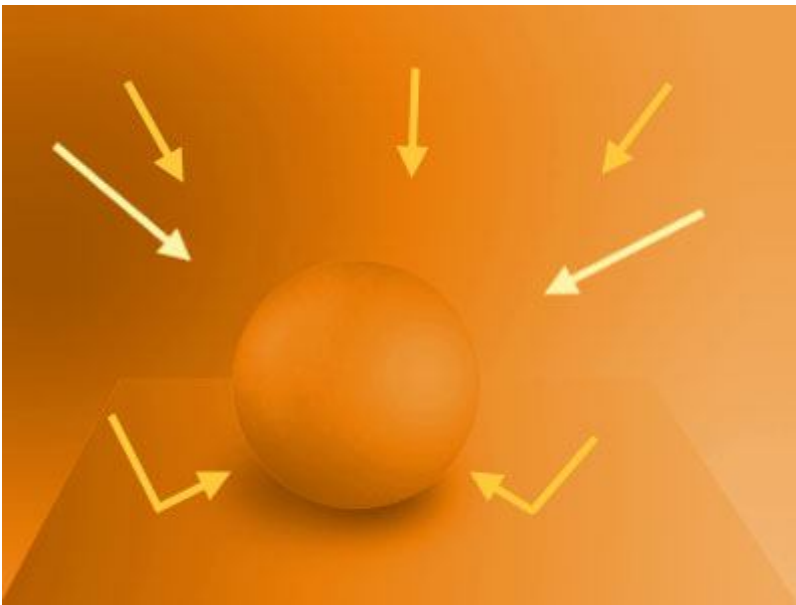
Cuối cùng chúng ta cũng nên chú ý tới các thiết bị có khả năng phát sáng trong gia đình như: máy tính, TV hay lò vi sóng, bếp và rất nhiều những vật dụng khác.

Lời khuyên duy nhất tôi có thể đưa ra đó là bạn hãy thực hành bằng cách tự đặt số lượng đèn trong phòng, theo tưởng tượng từng người và bạn sẽ phát hiện ra hàng loạt điều thú vị..



Một cảnh nội thất tiêu biểu với vài nguồn sáng nhẹ nhàng. Bạn có thể thấy các trao đèn sử dụng làm mềm ánh sáng và hắt hướng lên tường để không tạo bóng đổ sắc. Trong ảnh này, tôi đã tăng thêm độ trắng cho đèn, giảm cảm giác màu cam toàn cảnh (trong thực tế thì ánh sáng dây tóc bóng đèn không như vậy). Tuy nhiên, làm dịu bớt màu cam lại làm cho bức ảnh trông thuyết phục hơn, truyền tải đúng màu sắc mà mắt con người cảm nhận được.

Ánh sáng đặt trong các nhà hàng, cửa hiệu và trang trí nội thất mang tính chất thương mại.



Giống như với ánh sáng sử dụng trong gia đình, ánh sáng dùng với mục đích thương mại rất đa dạng, chủ yếu nhằm gây cảm xúc, đánh trực tiếp vào mắt người xem. Trong hầu hết các

trường hợp, những nhà thiết kế đều cài đặt ánh sáng, đem lại cho những khách hàng cảm giác “muốn mua hàng”. Do vậy, phải rất cẩn thận nếu bạn có ý định thay đổi lại hệ thống đèn.

Ánh sáng trong các nhà hàng nhìn chung để dưới thấp, nhẹ. Nó có thể là sự tổng hợp của nhiều ánh sáng rọi khác nhau, làm nổi rõ từng cánh hoa hồng hay ngọn nến lung linh trên bàn. Rõ ràng không một nhà hàng nào là không muốn có điểm riêng so với các nhà hàng khác. Việc quan sát ánh sáng tại các nhà hàng là một cách tiếp cận rất hay nhằm tìm hiểu vấn đề chiếu sáng nội thất ảnh hưởng thế nào đến tạo cảm giác và không khí cho khung cảnh.

Một chi tiết quan trọng cần nói đến: Khi muốn thay đổi hệ thống chiếu sáng trong gia đình, bạn có thể tham khảo tại những nhà hàng hay quán bar, bạn sẽ thấy họ sử dụng số lượng lớn các bóng đèn để tạo bóng sáng phản xạ. Cách bài trí này làm lộ toàn bộ bề mặt phản xạ, từ từng con dao, cái đĩa. Cũng như với chiếu sáng trong gia đình, các nguồn sáng khác nhau sẽ cho nhiều màu sắc, cường độ ánh sáng, tạo những vùng sáng khắp nhà.

Các cửa hiệu khác nhau cần ánh sáng khác nhau nhưng chung quy vẫn cần tạo không khí cho căn phòng, làm nổi rõ mặt hàng bày bán. Hầu hết các cửa hàng ở phố chính dùng đèn tuýp thấp sáng tạo cảm giác sáng sủa, thoáng mát. Với mặt hàng trưng bày đặc biệt có lắp thêm đèn phụ

Nếu bạn đang định thay đổi lại không gian cho căn phòng, bạn nên cân nhắc tới chức năng của căn phòng là gì trước khi quyết định đặt ánh sáng cho nó.

Rõ ràng vấn đề quá rộng để có thể đề cập toàn bộ trong bài viết. Các bạn nên tự quan sát và chụp vài tấm hình với các góc độ cài đặt ánh sáng khác nhau để tham khảo.



Một nhà hàng tiêu biểu cho tạo ấn tượng không gian bằng cách sử dụng nhiều nguồn sáng, màu sắc phong phú, cảm giác thú vị lan tỏa khắp căn phòng.

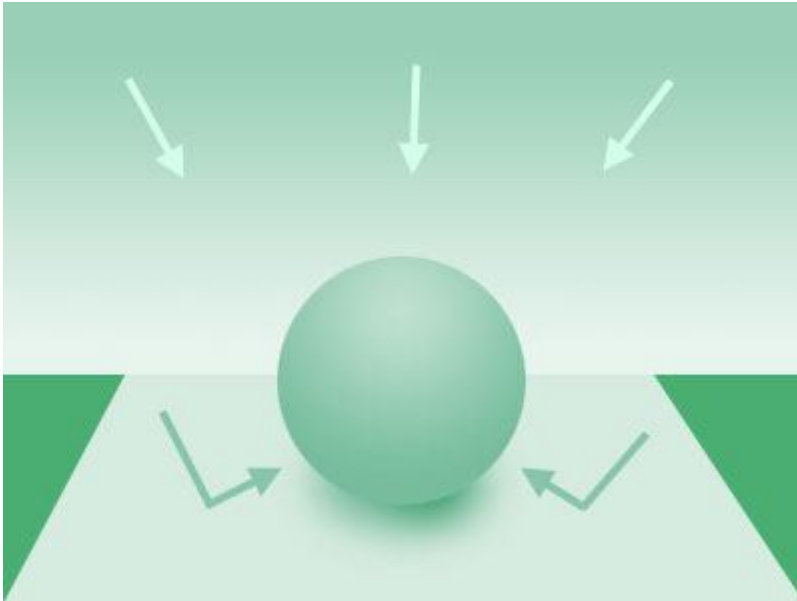


Quan sát gần hơn, chúng ta hãy để ý có rất nhiều bóng sáng trên những chiếc ly, đây chính là phản xạ của đủ thứ ánh sáng trong phòng.



Ánh sáng trung trong cửa hàng, tôi đã chỉnh lại màu sắc cho bức hình nhưng vẫn còn ánh sáng xanh. Bóng đổ của ghế đến từ nhiều nguồn sáng.

Ánh sáng huỳnh quang



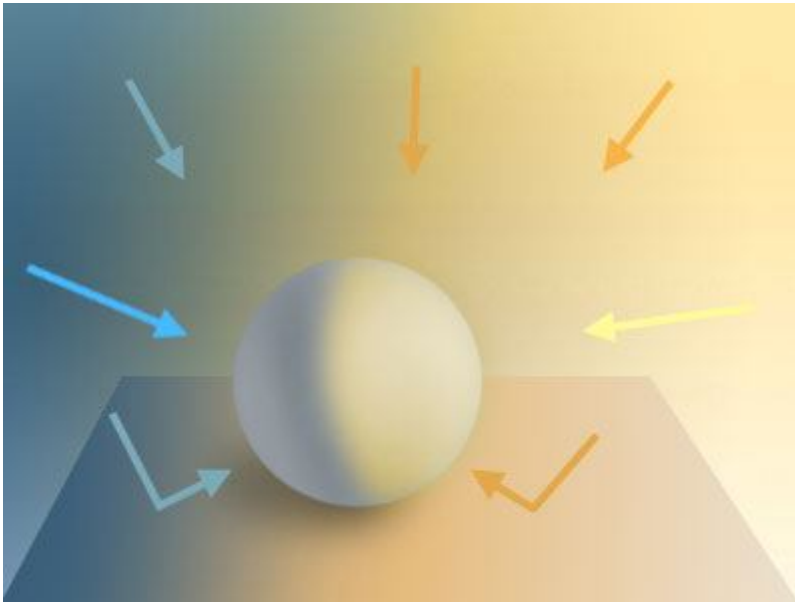
Ánh sáng huỳnh quang thường được dùng trong những tình huống cần số lượng bóng lớn, màu sắc ánh sáng thường xanh lục. Nhưng khi nhìn như đã biết, trí não con người thường có xu hướng cân bằng màu trắng bằng mắt thường, bạn sẽ cảm thấy nó thật kinh khủng. Chúng ta thường bắt gặp ánh sáng này tại công sở, nhà ga, những toà nhà công cộng và bất cứ nơi nào cần giảm chi phí hoạt động của bóng đèn.

Ánh sáng huỳnh quang gắn liền với không nhiều bóng đèn chòong chéo và bóng sáng đồ hình chữ nhật. àgian rộng, nhiều đèn Mật độ ánh sáng quy định độ sáng: các cửa hiệu dùng nhiều đèn để tạo không gian thoáng đãng, những nơi không mấy chú trọng tới ánh sáng như nhà dừng đỗ xe có thể để tối hơn.



Bức ảnh chụp ban ngày dưới ánh sáng huỳnh quang, bạn có thể nhận thấy bóng đổ màu xanh rất rõ.

Chiếu sáng hỗn hợp

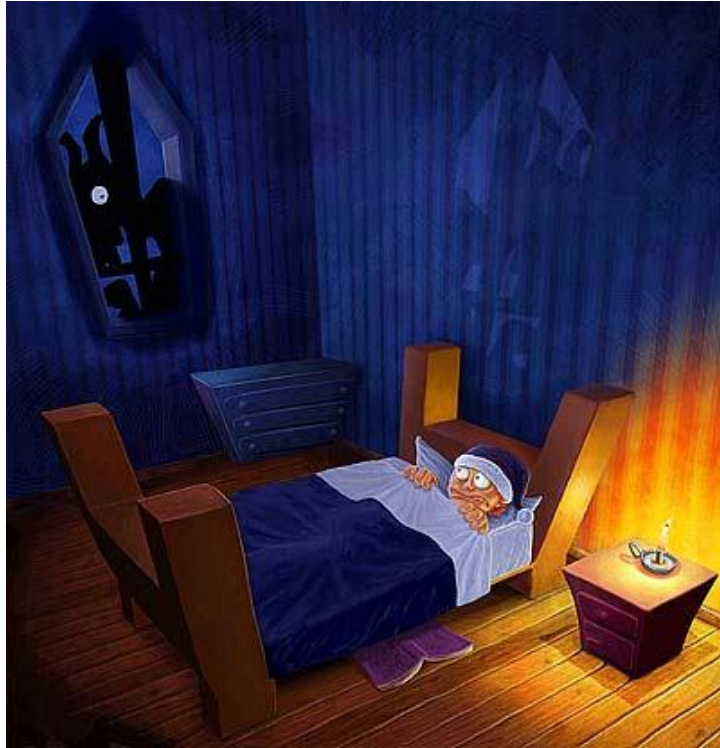


Ánh sáng tổng hợp tự nhiên và nhân tạo thường xuyên xuất hiện không chỉ trong nhà mà còn bên ngoài môi trường tự nhiên, đặc biệt khi trời nhá nhem tối hoặc vào ban đêm. Ánh sáng hỗn hợp cho chúng ta những bức ảnh với màu sắc, cường độ ánh sáng rất thú vị, nhất là khi ánh sáng tự nhiên và dây tóc bóng đèn có màu xanh, da cam.

Vào buổi tối hay ban đêm, nếu bạn đặt 1 vật thể gần cửa sổ (không để rèm cửa che khuất), bạn có thể dễ dàng nhận thấy rất nhiều loại ánh sáng: nhân tạo có, tự nhiên có, tác động lên vật thể. Không chỉ trong nhà mà ngay cả ra bên ngoài, bạn cũng thường xuyên bắt gặp thứ ánh sáng này (trên đường phố). Ánh sáng chiếu xuống các toà nhà cũng rất thú vị, tạo sự tương phản ấn tượng với ánh sáng tự nhiên từ bầu trời.

Bản thân tôi cũng thường xuyên dùng loại ánh sáng tổng hợp cho các tác phẩm của mình bởi hiệu quả truyền cảm tuyệt vời mà nó mang lại.

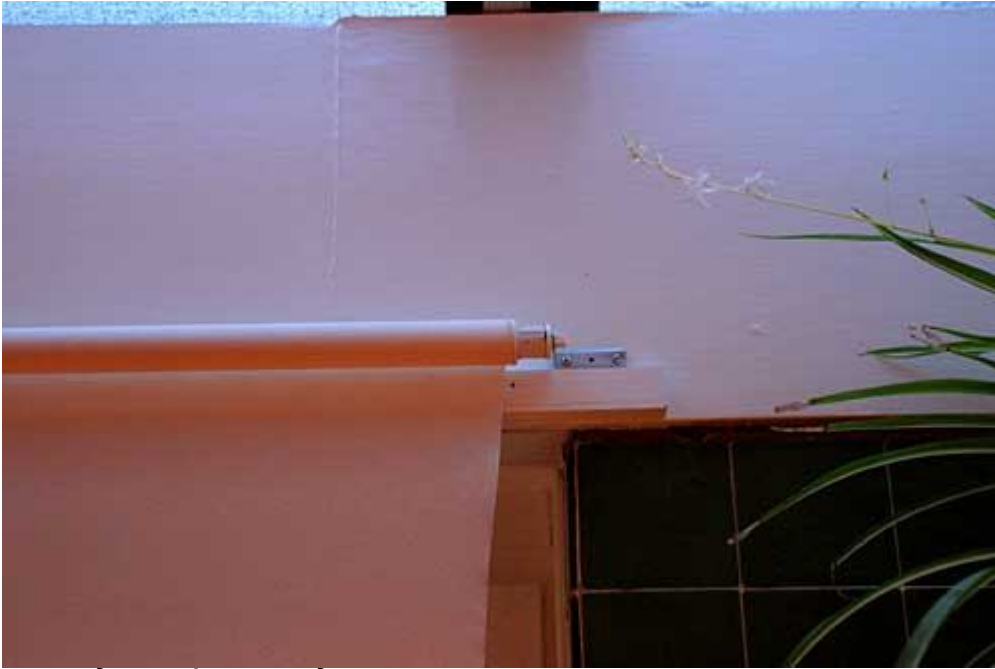




Đây là hai bức hình mẫu tôi tự làm, kết hợp nhiều loại ánh sáng, tạo không khí và phối màu rất ngộ.

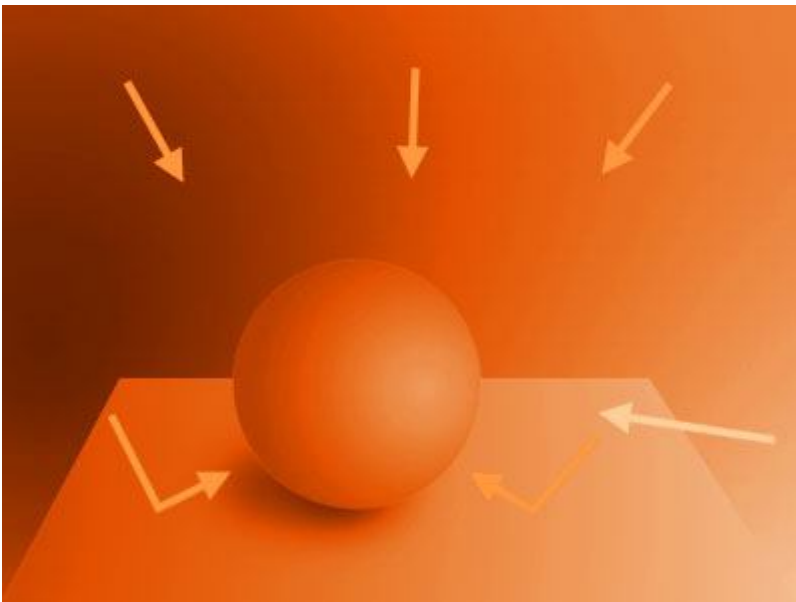


Màu ánh sáng ấm từ nhà quốc hội thiết kế rất hợp với ánh sáng tự nhiên buổi tối



Vật thể đặt gần cửa sổ chịu tác động ánh sáng cả trong lẫn ngoài môi trường.

Ánh sáng từ lửa, nến



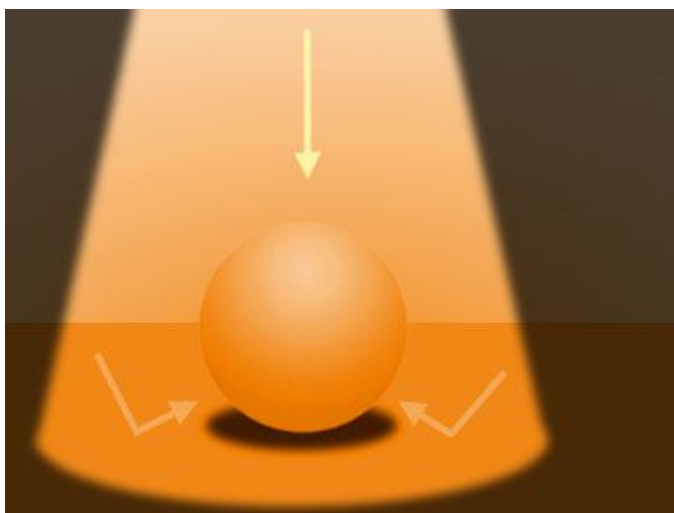
Ánh sáng từ lửa ta nhìn thấy hàng ngày thậm chí còn đỏ hơn so với ánh sáng từ bóng đèn (mặc dù trong thực tế nhiệt độ màu của nó thấp hơn so với bóng đèn). Tuy nhiên não bộ con người không thể phân ta thường thấy ánh vàng hay đỏ. à biệt được

Một nhân tố khá quan trọng khác chúng ta cần xem xét đó là nguồn sáng của loại ánh sáng này, chúng thường đặt thấp hơn hẳn so với các nguồn sáng khác: Lửa dưới sàn (bếp lò, lò sưởi,...) hay nến đặt trên bàn..., trong khi đó đèn điện treo tít trên cao. Rõ ràng, nó sẽ gây ảnh hưởng lên nhiều thứ: từ bề mặt bóng đổ đến các bóng sáng. Cuối cùng chúng ta cũng cần biết: Nguồn sáng này thường xuyên di động (do ánh lửa luôn bập bùng).



Ánh sáng từ nến rất đỏ. Trong bức hình này tôi đã giảm nhiệt độ màu thực tế để giúp bức hình thật hơn (Bộ não của con người không có khả năng nhận biết những ánh sáng quá mạnh vì vậy chúng ta chỉ cảm thấy nó ấm áp).

Ánh sáng trên đường phố.



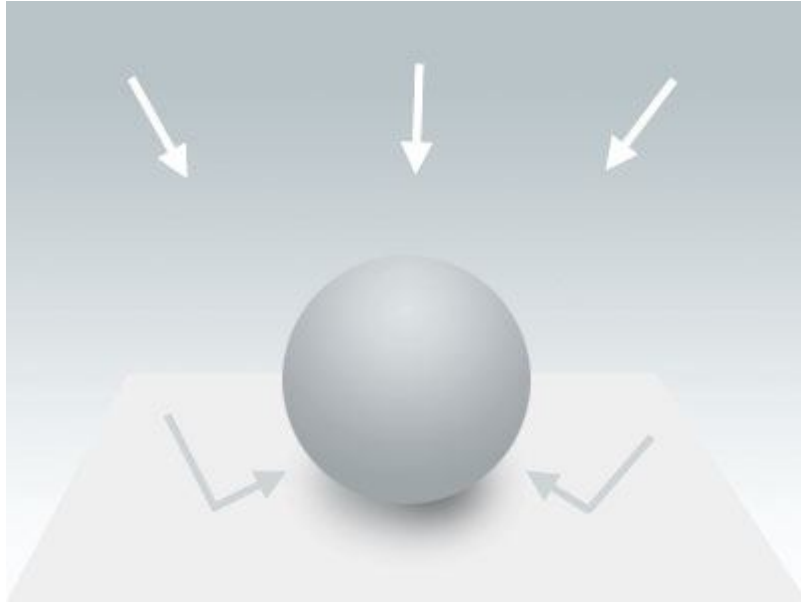
Ánh sáng trên đường phố có màu cam đậm (tối thiểu tại Anh nơi tôi đang sống), quang phổ hẹp đồng nghĩa với màu cam chủ mọi thứ chịu tác động thứ ánh sáng này là đỏ, không có cơ hội cho các màu khác đều có màu cam đơn sắc.

Giữa hai vật thể chịu tác động ánh sáng loại này sẽ có rất nhiều bóng đổ. Các vùng sáng nhỏ và chuyển màu tối rất nhanh, làm đường phố vào đêm có độ tương phản rất cao.



Đây là một trong những ví dụ điển hình cho chiếu sáng đường phố! Bạn có thể nhận thấy những dải màu hẹp, mọi thứ trừ cỏ ra đều có màu da cam. Bóng đổ đa dạng, độ tương phản cao. Bầu trời sau những tán cây cũng màu cam do ảnh hưởng ánh sáng hắt lên từ thành phố.

Ánh sáng nhiếp ảnh



Ánh sáng trong nhiếp ảnh thật ra chả liên quan gì đến vấn đề chúng ta đang bàn nhưng tôi vẫn muốn nói qua. Có rất nhiều ánh sáng sử dụng trong nghệ thuật nhiếp ảnh nhưng chung nhất vẫn là ánh sáng nhẹ Flash dùng chụp ảnh chân dung chân dung hay những bức hình khác. Loại ánh sáng này thường dễ nhận ra vì nó không có bóng đổ.



Bóng sáng rộng và bóng đổ nhẹ rất hay được sử dụng trong quảng cáo. Nó tạo cảm giác

nhẹ nhàng, tập chung vào kích cỡ của vật thể. Vật thể lúc này đóng vai trò như những nguồn sáng khuếch tán.

Các loại ánh sáng khác và những trường hợp đặc biệt

Hi vọng là tôi đã đảo qua hầu hết các loại chiếu sáng. Tuy nhiên, tôi không có ý định hướng dẫn các bạn tất cả các tình huống chiếu sáng, thay vào đó, tôi khuyến khích các bạn nên quan sát thật nhiều và tự tích lũy kiến thức cho mình. Trong thực tế, với lần đầu quan sát đối với bạn rất khó khăn, nhưng vạn sự khởi đầu nan, đầu có xuôi thì đuôi mới lọt, vượt qua ngưỡng đầu sẽ giúp bạn có bước tiến tiếp theo.

Vì vậy hi vọng những gì trong bài viết này giúp bạn bổ sung một phần kiến thức nhỏ, xác định cách chiếu sáng trong những tình huống đặc biệt khác, những tình huống tôi không đề cập trong bài viết này. Ví dụ như khi bạn muốn diễn tả ánh sáng dưới biển, trong lớp đá ngầm ở vùng nhiệt đới

Ánh sáng sẽ từ đâu--> Ánh sáng sẽ phản xạ lại thế nào--> Màu sắc--> Độ khuếch tán--> Bóng đổ-->...

Hi vọng những thông tin này sẽ là giúp ích cho các bạn trong quá trình tích lũy kinh nghiệm thực tế. Học vẹt theo những kiến thông sáo rỗng thật chả có gì khó khăn (như tôi đã đề cập trong phần 3), không những thế còn quá lãng phí thời gian và công sức bởi khi bạn đã có chút thông tin có giá về ánh sáng, toàn bộ những khuôn mẫu định hình cũ này sẽ nhanh chóng bay biến đi hết.

Hãy tự mình quan sát, tự mình trải nghiệm! Đó mới thực sự là mục đích của bài viết này.

20) Ánh sáng nâng cao: Radiosity:Phần 1

Radiosity là một giải thuật tính toán cường độ phản xạ/tán xạ của mọi bề mặt có trong khung cảnh bằng cách chia tập hợp các bề mặt thành nhiều nhóm bề mặt nhỏ hơn(Divide and Conquer). Ta có thể thay đổi kích cỡ của những thành phần này; kích cỡ càng nhỏ, kết quả cho ra càng chính xác


Ánh sáng nâng cao: Radiosity

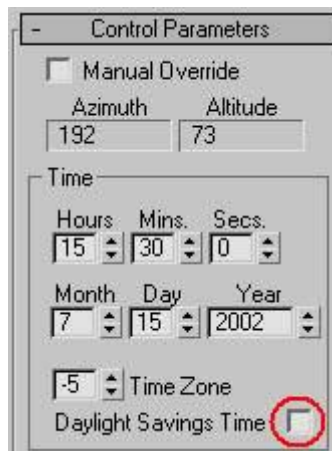
I - Khái Niệm Radiosity

Radiosity là một giải thuật tính toán cường độ phản xạ/tán xạ của mọi bề mặt có trong khung cảnh bằng cách chia tập hợp các bề mặt thành nhiều nhóm bề mặt nhỏ hơn(Divide and Conquer). Ta có thể thay đổi kích cỡ của những thành phần này; kích cỡ càng nhỏ, kết quả cho ra càng chính xác. Radiosity engine sẽ tiếp tục tính toán lượng ánh sáng phân bổ từ thành phần này sang thành phần khác. Kết quả cuối cùng sẽ lưu cho mỗi thành phần trong Mesh. giả pháp này rất tốt và chính xác khi tính toán có lượng phản xạ lớn và ánh sáng thấp. Nó có thể được xem trước khá chính xác trong khung nhìn. Giải pháp này hay được sử dụng cho light-map của các game engine. Engine ánh sáng này phù hợp nhất cho những cảnh tĩnh và sẽ rất chậm khi tính toán những cảnh động. Tuy nhiên, bạn có thể loại bỏ đối tượng động ra khỏi tính toán Radiosity để giảm bớt gánh nặng cho CPU.

Hộp thoại Radiosity cung cấp phần Light Painting cho phép bạn retouch ánh sáng của khung cảnh bằng cách vẽ lên những vùng mà bạn cần tăng hay giảm độ sáng.

II - Sử dụng Radiosity

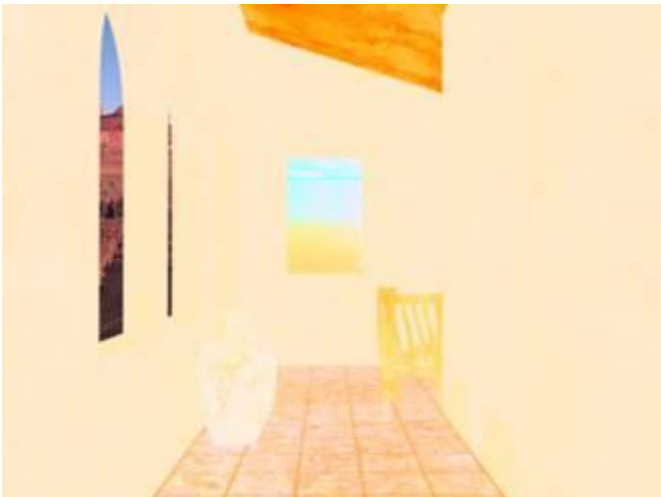
- 1 Khởi tạo **3ds max**. Chọn File => Open. Mở file [spanish01.rar](#). Đây là cảnh của một ngôi nhà Tây ban nha. Bạn sẽ kết hợp giữa Daylight System và Radiosity Engine để chiếu sáng khung cảnh.
- 2  Trong bảng Create chọn Systems rồi chọn Daylight.
- 3 Trong khung nhìn Top, nhấn và kéo một điểm giữa camera và đích của nó rồi di chuyển chuột một chút lên phía trên. Đặt biểu tượng của nguồn sáng tại vị trí mà bạn thấy thích hợp. (Nguồn sáng daylight sẽ tạo ra nguồn song song không phụ thuộc vào vị trí đặt nguồn)
- 4 Từ bảng Modify, Trong bảng tham số Daylight Parameter, chọn Setup.
- 5 Với tham số Time đặt thời gian là 15:30 (3:30 PM) và ngày về July 15th để có ánh sáng rực rỡ của buổi chiều mùa hè. Nhớ tắt Daylight Savings Time.



- 6 Nhấn Get Location. Do kiến trúc Tây Ban Nha của ngôi nhà, bạn nên đặt vị trí của ngôi nhà tại Madrid (hay Barca nếu bạn không phải Fan ruột của Real :D).
- 7 Trong menu MAP thả xuống, chọn Europe và bật chọn Nearest Big City.
- 8 Chọn trung tâm của bản đồ Tây Ban Nha. Chọn Madrid (hay Barcelona- tùy bạn)



- 9 Render khung nhìn Camera. Nhận thấy rằng khung cảnh quá sáng. Bạn sẽ điều chỉnh độ sáng bằng cách tính toán Radiosity.



Chú ý: Chúng ta chưa hề sử dụng Radiosity. Hệ thống Daylight sử dụng cả Sunlight , cung cấp sự chiếu sáng trực tiếp (giống như một nguồn sáng trực tiếp) và skylight, sẽ cung cấp ánh sáng xung quanh cho những khu vực bị bóng đổ. Lúc này: cường độ của hệ thống Daylight bị đặt quá cao.

- 10 Trong bảng Rendering, chọn Advanced Lighting.
- 11 Chọn tiếp Radiosity.
- 12 Giữ giá trị Initial Quality tại 85%. Đây là trị số chính xác của tính toán Radiosity. Giá trị 85% là phù hợp cho mọi khung cảnh.
- 13 Trong vùng Interactive Tools, bật tùy chọn “Display Radiosity in Viewport” để xem kết quả trực tiếp trong khung nhìn.
- 14 Mở rộng bảng tham số Radiosity Meshing Parameters, kích hoạt tùy chọn “Enabled” và

đặt cỡ Meshing Size là 20. Việc này sẽ chia nhỏ khung cảnh thành những bề mặt để tiện cho việc tính toán Radiosity.

- 15 Nhấn Start để bắt đầu tính toán. Khi đã xong, render khung nhìn Camera để xem kết quả. .

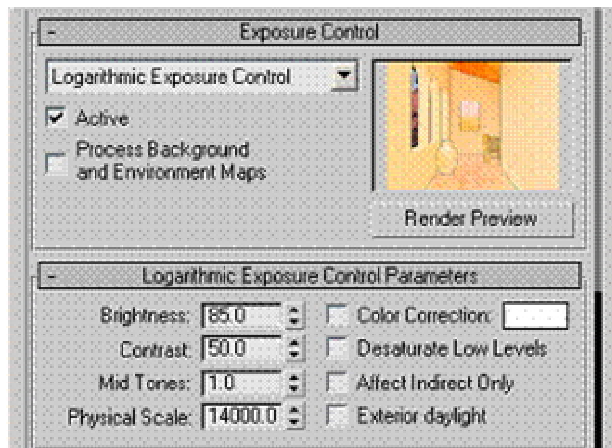


Chú ý: để xem trước kết quả mà không cần render toàn cảnh, bạn có thể xem kết quả radiosity ngay trong khung nhìn nhưng tất nhiên, xem kiểu này không đầy đủ chi tiết. Chúng ta sẽ sử dụng một tùy chọn khác mang lại kết quả sát thực hơn dưới đây.

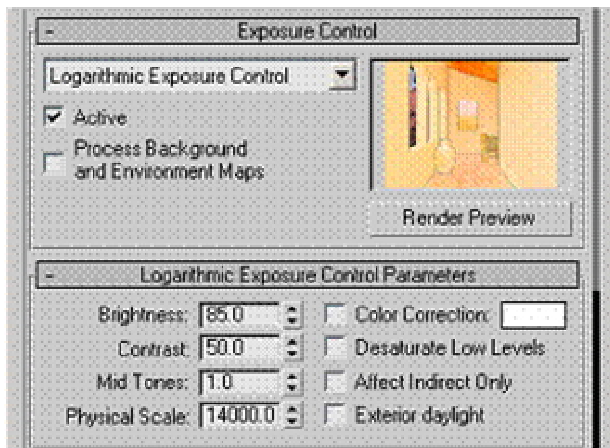
- 16 Chọn Setup trong vùng Interactive Tools. hộp thoại Environment sẽ được mở, cho phép bạn điều chỉnh tham số Exposure Control .

Trợ giúp: Bạn có thể chọn loại thông số Exposure Control từ một menu kéo xuống, tất cả có thể được xem trước ở dạng thumbnail. Nhớ rằng chỉ số Logarithmic Exposure là sát nhất với thông số của mắt người.

- 17 Chọn Render Preview để xem trong thumbnail.

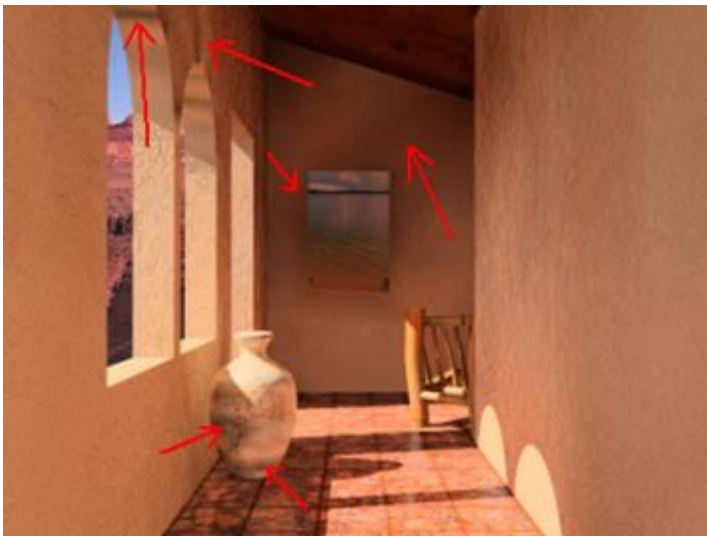


- 18 Bật tùy chọn Exterior Daylight. Quan sát thay đổi trong ảnh thumbnail.



Chú ý : Mỗi khi bạn tính toán ánh sáng radiosity cho một cảnh ngoài trời, bạn nên bật tùy chọn Exterior để giảm bớt the cường độ của hệ thống Daylight.

19 Render khung nhìn Camera và quan sát một lần nữa.



Chú ý: Khung cảnh trông đã khá hơn tuy nhiên vẫn cần chỉnh sửa. Nhất là những vật trên đỉnh cửa vòm và những hoa văn lồi trên chiếc bình và trên tường. tăng tham số Filtering và Interactive Tools sẽ giải quyết tốt những thiếu sót này.

20 Quay lại hộp thoại Advanced Lighting. Trong bảng Interactive Tools, đặt giá trị Filtering là 4. Nó sẽ giảm thiểu lượng nhiễu bằng cách trung hoà lượng ánh sáng trong những khu vực kề cận. Giá trị 3 hay 4 là vừa đủ cho hầu hết mọi cảnh.

21 Render lại khung cảnh. chú ý trên đỉnh cửa vòm.



Chú ý: Cảnh trên vẫn có thể chỉnh sửa đẹp hơn nữa. VD: Màu đỏ hơi quá lấn át. Bạn có thể điều chỉnh mức năng lượng phản xạ ra khỏi bề mặt và lượng màu "chảy" từ bề mặt này sang bề mặt khác. Một cách khác là sử dụng kỹ thuật Vật liệu "Advanced Lighting Override".

21) Ánh sáng nâng cao: Phần 2

Phần 2 theo của seri Ánh sáng nâng cao

I - Sử dụng Advance Lighting Override

1 Mở file [spanish02.rar](#).

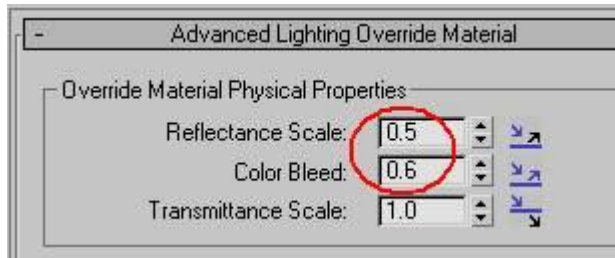
2 Nhấn M để mở Material Editor. Chọn vật liệu đầu tiên(Walls).

3 Chọn Standard rồi chọn Advanced Lighting Override từ Material/Map Browser.

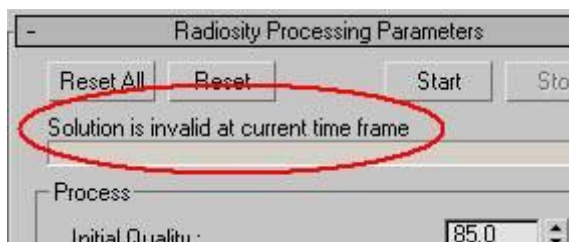


4 Chọn "Keep the old material as a sub-material" khi được hỏi.

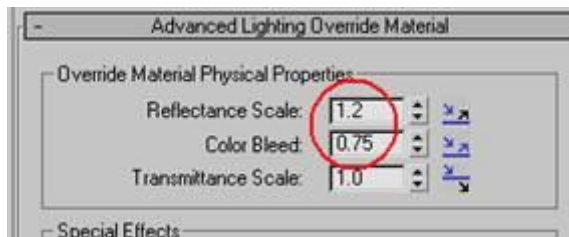
- 5 Đặt tham số Reflectance Scale là 0.5. thông số này sẽ giảm chỉ số phản xạ đi một nửa.
- 6 Đặt giá trị Color Bleed về 0.6. nó sẽ làm giảm lượng năng lượng chuyển giữa các thành phần của tính toán Radiosity.



- 7 Mở hộp thoại Advanced Lighting. Chú ý rằng kết quả chưa có và cần được tính lại. Nhưng trước hết, bạn cần chỉnh sửa một số vật liệu



- 8 Trong Material Editor, chọn vật liệu Floor. lặp lại quá trình trên để đặt một vật liệu Advanced Lighting Override vào vật liệu Floor . Đặt các tham số như sau:



- 9 Trong hộp thoại Advanced Lighting, chọn Reset All. Một hộp thoại sẽ xuất hiện. Bạn chọn Yes để tính toán Radiosity lại.



- 10 Nhấn Start để tính lại thông số Rad. Sau đó Render khung cảnh và xem lượng ánh sáng đã giảm xuống(lưu lượng ánh sáng truyền lan đã giảm một nửa) và màu nắng cũng đã giảm nhiều.



II - Sử dụng Light Painting

- 1 Tiếp tục hoặc mở file *spanish03.max*.
- 2 Trong khung nhìn Camera, chọn bức tường có treo bức tranh (Box01).
- 3 Mở hộp thoại Advanced Lighting.
- 4 mở rộng bảng Light Painting.
- 5 Đặt giá trị Intensity là 1000.0 và giá trị Pressure là 25%.



- 6 Chọn bút vẽ thứ hai (Subtract Illumination from a Surface) và vẽ một vài đường lên phía trên bức tường.



7 Render và xem kết quả trên bức tường



22) Ánh sáng nâng cao: Light Tracer: Phần 3

Phần 3 của seri Ánh sáng nâng cao: Light Tracer

Ánh sáng nâng cao: Light Tracer

I - Khái niệm Light Tracer

Engine Light Tracer cũng là một plugin dò tia nhưng kém chính xác hơn phương thức Radiosity. Tuy vậy, nó đưa ra một giải pháp nhanh chóng và đơn giản cung cấp một ánh sáng bao trùm cho một khung cảnh động không quá cần độ chính xác cao về mặt vật lý. Light Tracer phù hợp với những cảnh có lượng mesh lớn nhưng có nguồn sáng yếu hoặc không có quá nhiều nguồn sáng.

II - Sử dụng Light Tracer

1 Khởi tạo 3ds max. Chọn File => Open. Mở file [light_tracer.rar](#). Đây là mô hình một chiếc máy bay.

- 2 Render khung nhìn Camera. Thấy rằng khung cảnh sử dụng một nguồn sáng đơn (một nguồn sáng trực tiếp), do đó đỉnh của máy bay được chiếu sáng nhưng mặt dưới hoàn toàn không có ánh sáng



- 3 Trong menu kéo xuống của Rendering, chọn Advanced Lighting.
- 4 Trong hộp thoại, chọn Light Tracer.
- 5 Đặt giá trị Rays/Sample là 50.

Đây chính là số tia chiếu qua mỗi mẫu (hay pixel). Số này càng lớn thì ảnh càng mịn nhưng thời gian render càng lâu.

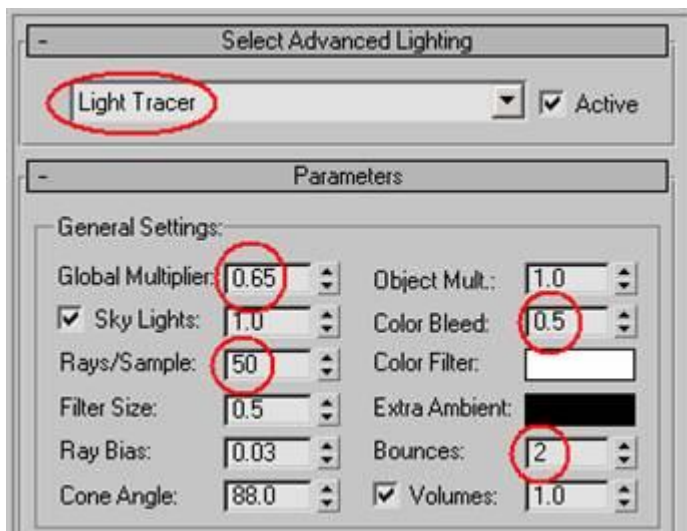
- 6 Đặt giá trị Bounces về 2.

Tham số này điều khiển lượng tối đa lần phản chiếu giữa các đối tượng. Số này bé thì sẽ cho kết quả nhanh chóng nhưng kém chính xác (thường tạo ra ảnh tối hơn). Số này càng lớn có nghĩa là lượng ánh sáng lưu chuyển trong khung cảnh càng nhiều và do đó, tốn thời gian render hơn.

- 7 Render khung nhìn Camera một lần nữa. Nhận thấy có nhiều màu xanh phản chiếu từ dưới lên.



- 8 Giảm giá trị Global Multiplier về khoảng 0.65. nó sẽ giảm cường độ ánh sáng phản hồi..
- 9 Giảm giá trị Color Bleed về 0.5. Nó sẽ giảm màu xanh phản chiếu từ dưới lên.



- 10 Render khung cảnh và quan sát kết quả.



23) Quy luật kiểu dáng

Logo của một nhãn hiệu nên được thiết kế cho vừa mắt, vừa cả hai mắt. Một logo là sự kết hợp giữa biểu tượng trực quan của nhãn hiệu (tức là dấu hiệu thương mại – trademark với cái tên của nhãn hiệu được sắp đặt theo một kiểu rõ ràng.

Logo có đủ mọi kiểu dáng: tròn, vuông, bầu dục, nằm ngang, thẳng đứng. Nhưng những kiểu dáng đó không có tác dụng như nhau đối với mắt của người tiêu dùng. Bởi vì hai mắt nằm cạnh nhau theo chiều ngang, cho nên kiểu dáng lý tưởng nhất cho một logo là nằm ngang, nói chung tốt nhất nên cho kích thước cao 1 đơn vị và ngang $2\frac{1}{4}$ đơn vị.

Hình dạng nằm ngang sẽ tạo ra tác dụng tối đa cho logo. Điều này luôn đúng, dù logo đó được sử dụng ở bất kỳ nơi nào: trên các tòa nhà, trên các tờ rơi, giấy tiêu đề, các mẫu quảng cáo, hay thẻ điện thoại.

Quan điểm về chiều ngang này rất quan trọng khi một logo được sử dụng tại một điểm bán lẻ. Trong một rừng đèn neon (đèn huỳnh quang) nhấp nháy, logo hình thẳng đứng sẽ gặp bất lợi rất nhiều. Logo mũ cao bồi Arby's sản xuất là một ví dụ rất rõ ràng.

Một điều cũng quan trọng đối với kiểu dáng của logo là tính chất dễ đọc, dễ nhìn rõ. Các nhà thiết kế logo thường quá nhiệt tình đi tìm một kiểu chữ để diễn tả tính chất của nhãn hiệu hơn là nhắm vào tính chất dễ đọc, dễ nhìn rõ của nó. Có hàng nghìn kiểu chữ, nhưng khách hàng chỉ ý thức một cách mơ hồ về sự khác biệt của chúng. Như lời của người sáng lập ra công ty quảng cáo Ogilvy – David Ogilvy, có phụ nữ nào nói thế này chưa: “Bột giặt Karnack phải in kiểu chữ đậm trên bao bì thì tôi mới mua?”.

Rolex đã dùng kiểu chữ gì cho logo của họ? Còn Ralph Lauren? Và Rolls-Royce? Kiểu chữ có chân hay chữ không có chân?

Sự thật là, các chữ (Rolex, Ralph Lauren, Rolls-Royce) này chính là cái truyền đạt sức mạnh của nhãn hiệu. Kiểu chữ được dùng trong logo có thể hỗ trợ hoặc cản trở quá trình truyền

đạt đó, nhưng chỉ một chút thôi.

Trái lại, nếu kiểu chữ thực sự khó đọc, thì logo đó có ít ý nghĩa hoặc trở nên vô nghĩa trong tâm thức khách hàng. Không phải vì kiểu chữ gì đã được dùng, mà là vì khách hàng tiềm năng không đọc nổi các chữ đó. Sự dễ đọc, nhìn rõ là điều quan trọng nhất cần xem xét khi lựa chọn một kiểu chữ dùng trong logo. Tất nhiên, người ta có những nhận thức khác nhau

về những cảm giác mà các kiểu chữ đó truyền đạt: kiểu chữ không có chân có vẻ hiện đại, kiểu chữ có chân có vẻ lỗi thời, kiểu chữ đậm có vẻ nam tính, kiểu chữ mảnh có vẻ nữ tính.



Nhưng những khác biệt đó chỉ trở nên rõ ràng khi người ta phóng đại chúng lên. Anh có thực sự muốn tên nhãn hiệu có kiểu chữ gô-tíc màu đen không (kiểu chữ trong logo của tờ báo *New York Time*), để cho nhãn hiệu của anh trông có vẻ đã được thiết lập lâu đời không? Chúng tôi nghĩ là không. Mặc dù kiểu

chữ này tạo được ấn tượng về thị giác, rất ít khách hàng tiềm năng có thể đọc được (và từ đó nhớ được) tên nhãn hiệu đó.

Đó là một vòng luẩn quẩn. Để các khách hàng tiềm năng có thể chú ý đến “sắc thái” của logo, ta cần phóng đại các tính chất của logo. Và khi làm thế, tính dễ đọc dễ nhìn của logo không còn. Sự đánh đổi này là không đáng.

Cái yếu tố khác của logo, tức là dấu hiệu thương mại hay biểu tượng trực quan, cũng được xem trọng. Ý nghĩa nằm ở từ ngữ, chứ không ở biểu tượng trực quan. Chính cái tên Nike có ý nghĩa cho biểu tượng Swoosh, biểu tượng Swoosh chẳng tạo ra nhiều ý nghĩa cho nhãn hiệu Nike. Sau khi một biểu tượng gắn với một cái tên suốt một thời gian dài, thì biểu tượng đó có thể đại diện cho cái tên đó, thông qua một thứ hiệu quả giống như “câu đố bằng hình ảnh” (rebus). Nhưng nó vẫn là cái tên truyền đạt sức mạnh của nhãn hiệu, chẳng hạn biểu tượng Swoosh đại diện cho Nike.

Nhưng những thuận lợi của việc sử dụng riêng biểu tượng thì ít và chỉ xuất hiện trong những tình huống nhất định nào đó thôi. Đó là khi ta có thể thấy biểu tượng đó từ xa trong khi nếu chỉ có mỗi cái tên thì khó đọc nổi. Khi ta có thể dùng biểu tượng đó trên sản phẩm hay trên các mặt hàng trang phục mà trên đó những cái tên đó trông sẽ hơi có vẻ “quảng cáo” quá. Có lẽ sau khi chỉ ra trên 100 triệu đô la mỗi năm trong suốt mười mấy năm để liên kết biểu tượng Swoosh với Nike, có thể chỉ cần sử dụng biểu tượng đó trong các quảng cáo là đủ. Nhưng làm thế thì có lợi gì?

Hãy so sánh Shell với Mobil. Shell dùng biểu tượng hình vỏ sò của mình tại các trạm đổ xăng mà không dùng từ “Shell” kèm theo. Mobil dùng logo với các mẫu tự màu xanh, riêng mẫu tự O thì màu đỏ.

Phương thức của Shell có ưu việt hơn phương thức của Mobil không? Chúng tôi nghĩ rằng không. Điều hay nhất có thể nói đến là phương thức của Shell tiến triển tốt nhờ vào cái tên đơn giản và một hình ảnh trực quan dễ hiểu. Nhưng những thuận lợi của phương thức của Shell là gì?

Thuận lợi rất ít, nhưng bất lợi thì có nhiều. Khi người ta trưởng thành và các khách hàng tiềm năng mới ra chợ, làm thế nào họ sẽ biết được cái nhìn vỏ sò màu vàng là tượng trưng cho Shell? Nhất là khi khách hàng tiềm năng đó không biết rằng Shell là một nhãn hiệu xăng dầu.

Rất nhiều nỗ lực và công sức đã được đầu tư để tạo ra những biểu tượng công phu dùng làm logo. Các cơ sở thiết kế logo của Mỹ sản xuất ào ạt các tiêu ngữ trên huy hiệu, những hình khiên trên gia huy, các huy hiệu. Nói chung các nỗ lực đó là lãng phí. Sức mạnh của tên nhãn hiệu nằm ở ý nghĩa của cụm từ ngữ đó trong tâm thức mọi người. Đối với hầu hết các nhãn hiệu, một biểu tượng gần như hoặc hoàn toàn không có liên quan gì đến việc hình thành một ý nghĩa như vậy trong tâm thức mọi người.

Chỉ có một số ít các biểu tượng đơn giản tạo nên những dấu hiệu thương mại hay nhãn hiệu đăng ký (trademark) hiệu quả (Ví dụ Mercedes có biểu tượng ngôi sao ba cánh nhọn).

Vào thời điểm đã hơi muộn màng này, nếu lịch sử đã không để lại cho công ty anh một trong những biểu tượng giản dị, thì có lẽ đã quá muộn để tạo được một biểu tượng đơn giản cho mình.

24) Xây dựng website và những lưu ý khi chuẩn bị làm web

Để làm web site cho mình, doanh nghiệp cần theo các bước sau:

- Xác định mục đích làm web site, đối tượng người xem.
- Xác định sơ bộ cách thức hoạt động của website, các chức năng chính và các phần nội dung cần có
- Tham khảo một số website tương tự để lấy ý tưởng, học hỏi, so sánh điểm mạnh, điểm yếu của chúng.
- Mua tên miền (domain): cần mua tên miền sớm để đảm bảo tên miền không bị người khác mua mất trong tương lai
- Tìm một công ty dịch vụ Thương mại điện tử để được tư vấn thêm chi tiết và nhờ họ thiết kế xây dựng website sao cho có hiệu quả kinh tế cao nhất.
- Chuẩn bị thông tin, hình ảnh... để đăng tải trên các trang web.
- Giải pháp duy trì website (hosting).

Sau khi website được xây dựng xong và đưa vào hoạt động, doanh nghiệp cần phải marketing, cập nhật thông tin, thêm thông tin, thay đổi nhỏ... để tránh nhàm chán và thu hút người xem.

Các bước xây dựng website:

- Xác định tên miền và mua tên miền

Chi phí mua tên miền quốc tế và tên miền Việt Nam tham khảo [tại đây](#).

- Xác định sitemap: như mục lục một quyển sách, gồm các phần 1., 1.1., 1.1.1., Ví dụ

```

Trang chủ
  Giới thiệu Công ty
  Sản phẩm
    Dòng sản phẩm 1
    Dòng sản phẩm 2
    ...
  Dịch vụ
  Chính sách bán hàng
  Liên hệ
    
```

- Xác định cấu trúc kỹ thuật của từng phần trong sitemap, ví dụ trang giới thiệu thông tin là trang web tĩnh (static page), trang giới thiệu sản phẩm là cơ sở dữ liệu (database), trang chủ bố trí như thế nào, các hiệu ứng hình ảnh trên trang chủ... Chọn các kỹ thuật, ngôn ngữ để xây dựng website.
- Thiết kế đồ họa
- Lập trình những phần cần lập trình
- Nhập liệu vào cơ sở dữ liệu, làm các trang web tĩnh
- Chọn host (lưu trữ) cho website. Host phải hỗ trợ các ngôn ngữ dùng để xây dựng website.
- Tải toàn bộ nội dung website lên host
- Kiểm tra toàn bộ website trước khi chính thức đưa vào hoạt động.

Những lưu ý khi chuẩn bị xây dựng website:

- Website không nên có quá nhiều hình ảnh động, hiệu ứng hình ảnh, nội dung quá nhiều trên một trang vì sẽ làm người xem bị rối và trang web sẽ nặng, hiển thị chậm làm người xem mất kiên nhẫn.
- Website không nên có quá nhiều nội dung trên một trang vì sẽ làm người xem lúng túng không biết phải làm thế nào để tìm được thông tin họ cần.
- Website phải được thiết kế đồng nhất về thẩm mỹ, dùng thống nhất vài gam màu nhất định, font chữ, cỡ chữ thống nhất trên các trang.
- Tên miền không nên quá dài hay có ký tự gạch nối (-). Tên miền nên gợi nhớ được mục đích của website.
- Website nên có công cụ cập nhật thông tin sao cho người không hiểu biết về thiết kế lập trình web cũng có thể dễ dàng nhập liệu cho website.
- Chất lượng host phải tốt để hạn chế khả năng website bị “chết” (ngưng hoạt động) hoặc bị hacker đánh phá.

25) Tám Điều Nên & Không Nên Khi Thiết Kế Website (Phần 1)

Trước hết chúng ta cần xem xét một số đặc điểm chung của những website thành công và khám phá những gì bạn có thể áp dụng cho website của bạn

1. Tổ chức website chặt chẽ và dễ sử dụng.

Website của bạn cần có cấu trúc càng rõ ràng để hiểu càng tốt. Điều quan trọng ở đây là phải làm sao để khách hàng thấy được ngay các thông tin mà họ hi vọng có thể thu được từ website của bạn.

Nếu website của bạn có quá nhiều thông tin, bạn có thể làm cho trang chủ đơn giản bằng cách thiết kế bằng nội dung, bằng này cũng nên hết sức đơn giản và dễ sử dụng. Đồng thời sử dụng những từ và đoạn ngắn gọn để hiểu để thu hút người đọc.

2. Sử dụng từ ngữ dễ hiểu.

Một ai đó sẽ không thể theo dõi được quảng cáo bán hàng của bạn cũng như mua những mặt hàng mà bạn đang cung cấp nếu như họ không thể hiểu được những gì bạn đang nói. Sử dụng những lời lẽ hoa mỹ để tán dương những sản phẩm bạn cung cấp thì rất dễ nhưng bạn sẽ không thể biết được có bao nhiêu người tới website và dự định của họ như thế nào?

Có thể bạn cung cấp những sản phẩm dịch vụ chất lượng tốt nhưng sẽ không ai mua nếu như họ không biết bạn đang chào bán những gì, hay không thể hiểu được lợi ích mà sản phẩm dịch vụ của bạn mang đến cho khách hàng. Hãy nhớ rằng khi một người đến thăm website của bạn, có thể anh ta chưa biết bạn là ai?. bạn đang chào bán sản phẩm gì?. Bạn phải giúp khách hàng hiểu rõ những vấn đề này trong thời gian ngắn nhất. Hãy dùng các câu ngắn gọn, cô đọng và giữ kiểu thiết kế cố định đối với tất cả các trang con.

3. Dễ dàng khám phá các đường link.

Bạn hãy tạo các đường link bằng chữ hay biểu tượng ở tất cả các trang con để mọi người có thể xem lại hoặc xem tiếp mà không phải sử dụng đến nút "Back" hay "Forward" của trình duyệt. Bạn cũng cần nhớ là phải có những chữ thay thế tất cả các đồ họa và đường liên kết trong trang của bạn. Đây là những từ sẽ xuất hiện thay thế đồ họa khi tùy chọn đồ họa trong trình duyệt bị tắt hoặc khi người ta nhấn nút "Stop" trước khi trang được tải về đầy đủ.

4. Thời gian tải về nhanh.

Bạn đừng nghĩ rằng tất cả mọi người đều sử dụng một đường truyền Internet có tốc độ cao. Liệu bạn có muốn mình phải đợi 10 phút để tải một trang về trước khi xem trang đó không?. Chắc chắn là không, vì thế bạn đừng hy vọng khách hàng sẽ đợi. Bạn cũng nên nhớ rằng 30 giây trước màn hình giống như 10 phút vậy.

Sử dụng đồ họa để trang trí là rất tốt nhưng đừng lạm dụng. Nếu bạn cần nhiều hình ảnh và

đồ họa lớn thì nên có một biểu tượng nhỏ sẽ liên kết với hình ảnh đồng thời nhắc nhở người xem cần phải đợi. Sử dụng video và audio trong trang như một công cụ để bán hàng là ý tưởng khá hay, tuy nhiên bạn không nên sử dụng bởi hiện tại trừ các tỉnh thành lớn có đường truyền tốc độ cao ADSL hay cáp quang, vẫn còn đa số người vẫn đang sử dụng đường truyền Dial-Up với modem 28.8, 33.6 và 56.6.

Nhân tố thời gian là vô cùng quan trọng vì mọi người thường không kiên nhẫn khi vào mạng. Nếu trang của bạn phải mất thời gian quá lâu để tải về thì khách hàng có thể nhấn chuột và bỏ đi. Đừng để mất khách hàng chỉ vì trang web của bạn tải về quá chậm.

Hãy tăng tốc độ truyền của các trang web lên bằng cách:

- Giảm kích cỡ đồ họa trong trang web của bạn. Nhiều file đồ họa không nhất thiết phải có kích cỡ như trên các trang web thông thường. Bạn chỉ cần 72 dpi cho độ phân giải của màn hình và đồ họa cũng chỉ cần 256 màu. Một đồ họa kích cỡ nhỏ 4" - 2" không nên lớn hơn 10K. Thu nhỏ kích cỡ đồ họa, độ sâu của màu. Hãy để chế độ phân giải đồ họa và hình ảnh nền ở mức 256 màu. Nếu bạn rất cần một đồ họa lớn thì bạn có thể cung cấp cho người xem một hình ảnh nhỏ với nút "phóng to" để xem tiếp một hình ảnh lớn hơn.
- Quy định cụ thể kích cỡ file đồ họa trong mã HTML. Nếu bạn quy định cụ thể kích cỡ các file đồ họa trong mã HTML, trình duyệt web sẽ rút ngắn kích cỡ của trang nếu cần thiết và nơi hình ảnh sẽ xuất hiện, hiển thị văn bản và để một khoảng trống cho file đồ họa tải về.
- Giảm số file trong trang web của bạn (cả file đồ họa và HTML kết hợp với nhau). Mọi người luôn xem nhẹ thủ thuật quản lý trang: giảm số file chứa trong website của bạn. Mọi người thường có tối đa bốn kết nối (socket) trong trình duyệt web của họ. Mỗi một socket sẽ cho phép chuyển một file về máy tính của bạn, vì thế nếu bạn có 4 socket thì bạn có thể tải cùng lúc 4 file về. Nếu bạn có 6 ảnh trong trang chủ và một file HTML thì tất cả là có 7 file cần phải tải về. Trình duyệt sẽ tải 4 file về trước, sau khi tải xong một file socket sẽ tải tiếp file còn lại. Nói cách khác file thứ 5 sẽ chỉ được tải về khi file thứ nhất được tải xong. Và file thứ 6 sẽ chưa được tải về cho đến khi quá trình tải file thứ hai hoàn thành... quá trình tải về có thể kéo dài nếu có quá nhiều file đặc biệt khi những file này rất lớn. Theo như nguyên tắc, (giả sử đồ họa của bạn có kích cỡ khiêm tốn 5-12K) bạn hãy cố gắng có dưới 5 file mỗi trang.

26) Tám Điều Nên & Không Nên Khi Thiết Kế Website (Phần 2)

Nếu bạn có một nội dung vô giá trong trang web, hãy làm cho nó dễ đọc. Hãy chia thành những đoạn quan trọng, gạch chân hoặc bôi đậm những câu quan trọng trong từng đoạn và bạn đừng ngại trang trí với một số màu.

5. Nội dung không có hình ảnh.

Nhiều người sử dụng ảnh "GIFS" và JavaScripts để tạo các logo và ký tự chạy ngang màn hình hay những gì tương tự. Điều này không chỉ làm tăng thời gian tải về mà còn làm người xem xao lãng nội dung bán hàng của bạn. Những người trên Internet là những con người của thông tin vì vậy bạn hãy chắc chắn rằng mình đang dành thời gian cho những thông tin

có chất lượng chứ không phải là những hình ảnh vô bổ.

Nếu bạn có một nội dung vô giá trong trang web, hãy làm cho nó dễ đọc. Hãy chia thành những đoạn quan trọng, gạch chân hoặc bôi đậm những câu quan trọng trong từng đoạn và bạn đừng ngại trang trí với một số màu.

Tô màu văn bản thay thế file đồ họa nếu có thể. Nói cách khác thay vì sử dụng một file đồ họa để gây sự chú ý, bạn có thể sử dụng văn bản có màu sắc khác nhau.

Có thể bạn muốn cung cấp thông tin miễn phí dưới dạng bài báo hay bài phóng sự, và sau đó cố gắng bán hàng. Nếu bạn muốn cung cấp cho người sử dụng những thông tin bổ ích (với mục đích thu hút khách hàng), hãy thêm những nội dung có chất lượng chứ không phải là những hình ảnh bên ngoài. Trong trường hợp đó một chữ đáng giá hàng nghìn hình ảnh.

Thậm chí bạn muốn trang của mình sinh động hơn một chút (có những biểu tượng biến hình, các dòng chữ bôi đậm...) nhằm thu hút mọi người tiếp tục quan tâm tới sản phẩm và dịch vụ của bạn. Công việc của bạn chính là kiểm tra những kết quả mà khách hàng xem đem lại.

Tất cả sẽ phụ thuộc vào những sản phẩm và dịch vụ bạn đang bán cũng như đối tượng khách hàng bạn cần tiếp thị hay thị trường mục tiêu của bạn. Nếu bạn đang tiếp thị cho lớp trẻ thì sự sinh động của website sẽ làm tăng doanh số bán hàng. Nhưng nếu đối tượng khách hàng của bạn chủ yếu là những nhà kinh doanh có trình độ thì yếu tố sinh động đó có thể làm bạn giống như một họa sĩ nửa mùa. Đối với đối tượng khách hàng này bạn cần thu hút họ bằng những sự kiện, con số, sự trung thực và những lợi ích rõ ràng.

6. Dễ theo dõi "quá trình bán hàng".

Bạn phải tạo điều kiện để khách hàng hiểu rõ những lợi ích của sản phẩm và dịch vụ của bạn đem lại cũng như cung cấp cho khách hàng phương thức đặt hàng thuận tiện nhất. Liệu bạn đã xây dựng được uy tín đối với khách hàng trước khi bạn yêu cầu họ đặt hàng chưa? Bạn đã tạo cho khách hàng sự yêu thích và hứng thú trước khi bạn mời họ đặt hàng chưa?. Bạn đã cung cấp cho khách hàng một số cách đặt hàng thuận tiện cả trên mạng và ngoài mạng chưa?. Và liệu bạn đã hướng dẫn khách xem tất cả từng bước một chưa?.

7. Tương thích với đa số trình duyệt web.

Nếu bạn sử dụng bảng biểu hãy xem xét cẩn thận việc nó sẽ hiển thị như thế nào ở các trình duyệt khác nhau (ví dụ Internet Explorer, Netscape) và ở tất cả các cấp độ phân giải (ví dụ 800 x 600, 1024 x 768, 1280 x 1024, 1400 x 1050).

8. Một số vấn đề quan trọng khác khi thiết kế website.

- Đọc và kiểm tra cẩn thận tất cả các nội dung. Nếu bạn không quan tâm tới việc kiểm tra lỗi chính tả, người sử dụng sẽ nghi vấn làm sao họ có thể giao tiền của mình cho một công ty không thể tự sửa lỗi chính tả cho trang web của mình?. Hãy nhờ một người bạn hoặc đồng nghiệp đọc và sửa giúp bạn bởi họ có thể tìm thấy những lỗi mà bạn không bao giờ phát hiện ra được.

- Trước khi đưa mọi việc vào hoạt động bạn cần có một đợt kiểm tra toàn bộ website (các đường liên kết, thời gian tải, form bán hàng...) và cố gắng kiểm tra bằng nhiều phương pháp.
- Một điều hết sức quan trọng là bạn không nên nói ngay cho người xem biết bạn đang cố gắng bán hàng cho họ. Bất kể bạn đang có sản phẩm gì, cho dù sản phẩm của bạn có tốt như thế nào đi nữa thì hầu hết mọi người sẽ không ở lại trang của bạn nếu họ biết họ đang bị dụ dỗ mua hàng. Bạn cần để họ đọc, nhận ra được những lợi ích bạn sẽ đem lại cho họ và sau đó chỉ nên để họ biết rằng sản phẩm đó đang có bán. Nếu bạn thực hiện được điều này thì có nghĩa là khách hàng sẽ tự tìm thấy và mua sản phẩm bạn cung cấp.
- Một yếu tố thành công khác trong marketing trực tuyến là bạn phải có khả năng chấp nhận được các giao dịch buôn bán trực tuyến. Khi bạn cung cấp sản phẩm thông tin thì bạn nên chào bán dưới dạng điện tử thông qua email.
- Nếu trang web của bạn lớn hơn 50K thì bạn hãy đặt một ghi chú nhỏ trên cùng của trang để thuyết phục khách hàng nên kiên nhẫn trong khi chờ đợi được tải về (câu này sẽ hiện lên khi trang web của bạn tải về). Thậm chí ngay cả khi tại các trang web thử nghiệm mà bạn thấy không mất nhiều thời gian để tải về nhưng bạn cũng cần nhớ rằng khách hàng cũng có thể có đường kết nối chậm do đó làm tăng thời gian tải. Bạn không nên để khách hàng ra đi chỉ vì thời gian tải quá lâu mà bạn không thông báo về việc họ phải đợi.

Có lẽ bạn đang đau đầu vì có quá nhiều thông tin: những điều nên và không nên làm, và bạn đang chuẩn bị một loạt các câu hỏi để cố gắng lựa chọn một nhà thiết kế website - công cuộc kinh doanh mới của bạn? Cách đơn giản nhất là liên hệ với [chúng tôi](#), đội ngũ kỹ thuật chuyên nghiệp của chúng tôi sẽ giúp đỡ bạn giải quyết mọi vấn đề.

27) 10 thủ thuật hỗ trợ thiết kế website

Hiện nay, việc thiết kế Website ngày càng trở nên dễ dàng và thuận tiện. Bài viết dưới đây sẽ giới thiệu tới bạn đọc 10 thủ thuật nhỏ trong thiết kế website nhằm làm tăng sự hữu ích của các trang web:

- Đặt Tên và Logo của bạn trên mỗi trang và tạo cho Logo một link tới trang chủ (ngoại trừ trên bản thân trang chủ, nơi mà Logo không nên là một link liên kết. Bên cạnh đó, bạn cũng không nên có một link lại chỉ ngay tới trang hiện tại).
- Cung cấp tính năng Search nếu trang web có hơn 100 trang.
- Viết các tiêu đề trang và tiêu đề bài đơn giản và dễ hiểu, giải thích rõ ràng trang đó nói về cái gì và điều đó sẽ trở nên có ý nghĩa khi đọc ngoài ngữ cảnh trong một danh mục kết quả của search engine.
- Xây dựng cơ cấu trang web để tạo điều kiện thuận lợi cho việc đọc và giúp người truy cập dễ dàng có thể nắm bắt thông tin một cách nhanh chóng.
- Sử dụng hypertext. Thay vì nhồi nhét mọi thứ về một sản phẩm hay một chủ đề vào một trang đơn, dài vô tận, bạn hãy sử dụng hypertext để xây dựng hệ thống không gian nội dung thành một trang ban đầu cung cấp một cái nhìn bao quát và nhiều trang cấp hai mà mỗi

trang đó chỉ tập trung vào một chủ đề cụ thể.

Mục đích của việc xây dựng này là để cho phép người truy cập tránh được việc lãng phí thời gian vào những chủ đề phụ, những chủ đề mà không liên quan đến họ.

- Sử dụng các tranh ảnh về sản phẩm. Bạn chỉ nên có một bức ảnh nhỏ trên mỗi một trang sản phẩm riêng và link bức ảnh tới một hoặc nhiều bức ảnh lớn hơn mà chúng biểu diễn chi tiết như mong muốn của người truy cập. Sự thay đổi này phụ thuộc vào loại sản phẩm. Một số sản phẩm thậm chí đòi hỏi những bức ảnh có thể phóng to, thu nhỏ hay xoay được nhưng để dự trữ tất cả các bài viết trước cho các trang cấp 2. Trang sản phẩm ban đầu phải nhanh và nên được giới hạn đến một bức ảnh thumbnail.
- Sử dụng việc thu nhỏ hình ảnh làm nổi bật tính liên quan khi chuẩn bị các bức ảnh và hình ảnh nhỏ: thay vì sửa lại kích thước ảnh gốc một cách đơn giản thành một thumbnail nhỏ và không thể đọc được thì hãy phóng to theo khía cạnh thích hợp nhất và sử dụng sự kết hợp của việc cắt xén và hiệu chỉnh lại kích thước.
- Sử dụng các tiêu đề link để giúp cho người truy cập xem trước được nơi mà mỗi cái link sẽ đưa họ đến trước khi họ click vào đó.
- Đảm bảo rằng tất cả những trang quan trọng đều có thể dễ dàng truy cập đối với người sử dụng bị mất khả năng, đặc biệt là những người khiếm thị.
- Hãy làm giống như bất kỳ người nào khác: nếu hầu hết các trang web lớn đều làm một cái gì đó theo một cách cố định, hãy làm theo họ bởi vì người truy cập cũng sẽ mong muốn làm như vậy trên trang web của bạn. Hãy ghi nhớ Luật về Kinh nghiệm người truy cập Web của Jakob: Người truy cập sử dụng hầu hết thời gian của họ vào các trang web khác, vì vậy đó là nơi họ định hình mong muốn được biết một trang Web hoạt động như thế nào.

Chúc bạn thành công!

28) Thiết kế Brochure thế nào để đạt hiệu quả cao?

Marketing không chỉ là sử dụng một phương tiện truyền đạt mà là thu hút giữ chân khách hàng. Marketing bằng phương tiện thông tin đại chúng cũng có thể giúp bạn điều đó, nhưng chỉ có kết quả nếu phối hợp được với sách lược khác. Đó là lý do vì sao các công ty kể cả những công ty kinh doanh trên mạng Internet, đều phải có các brochure và các loại ấn phẩm để phát tận tay khách hàng

Một loại doanh nghiệp cần một ấn phẩm tự giới thiệu vì hai lý do:

1. Độ tin cậy

Khách hàng mong mỗi một công ty thực thụ phải có ấn phẩm về công ty. Bỏ tiền in ấn danh thiếp và letterhead... để được gọi là công ty chẳng khó gì. Nhưng nếu một doanh nghiệp đã lăn lộn trên thương trường thì nhất định phải có brochure.

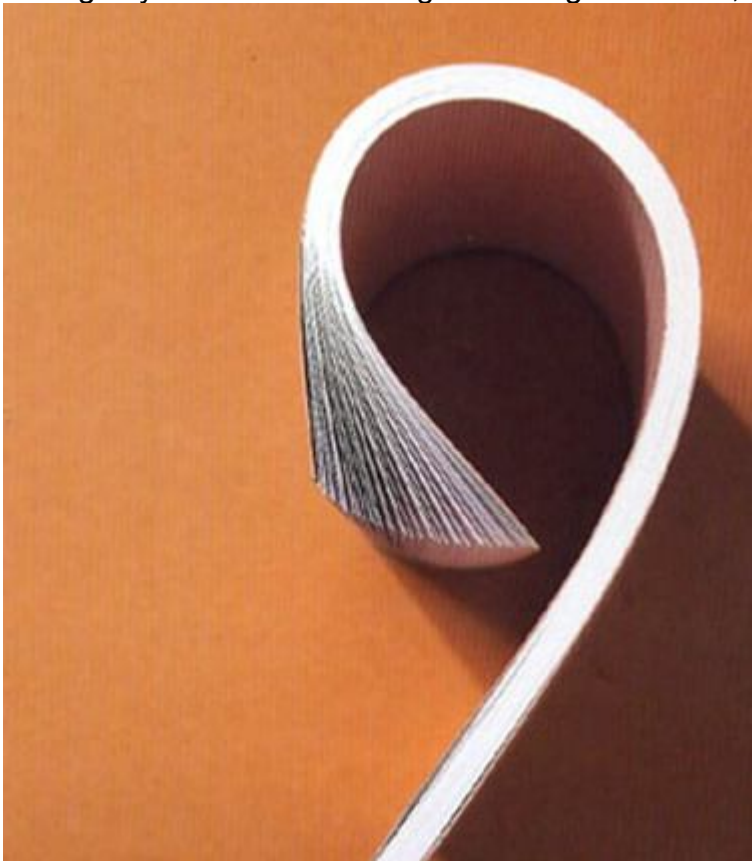
2. Tiết kiệm thời gian:

Khách hàng muốn đem những ấn phẩm được biếu về nhà đọc trong thời gian rảnh. Dù bạn

có thể hướng dẫn họ truy cập vào trang web của mình, nhưng một brochure hỗ trợ rất nhiều trong việc giới thiệu cho khách hàng sản phẩm dịch vụ mà họ có thể được hưởng, hoặc chỉ ra lý do vì sao họ nên mua sản phẩm từ doanh nghiệp bạn. Brochure cũng hỗ trợ cho việc quảng bá hình ảnh và cũng có thể sử dụng như một công cụ hỗ trợ cho việc kinh doanh thông qua nhà phân phối. Tóm lại, một cuốn brochure tốt sẽ đem lại cơ hội kinh doanh. Đây là 12 mẹo nhỏ để thực hiện một quyển brochure hỗ trợ tích cực cho công tác marketing và tăng doanh số bán hàng.

- Biết người đọc muốn gì

Một Brochure phải được viết theo quan điểm của người đọc. Điều đó có nghĩa là thông tin phải được trình bày đúng trình tự. Hãy phân tích cho người đọc muốn biết gì. Cách đơn giản để thực hiện là ấn định trình tự cho các câu hỏi của người đọc. Ví dụ bạn sở hữu một trung tâm trị liệu có các dịch vụ chăm sóc sắc đẹp và muốn khuyến khích người đọc gặp gỡ để được tư vấn và trị liệu. Sau khi biết thông tin về doanh nghiệp bạn, người đọc sẽ nảy ra một loạt thông tin để giải đáp trước khi đặt một cuộc hẹn. Brochure của bạn phải giải đáp được các câu hỏi đó theo một trình tự logic. Cách hiệu quả để tổ chức lại các điểm chính là viết ra những câu hỏi mà khách hàng tiềm năng có thể hỏi, và chuẩn bị giải đáp in trong brochure.



- Thu hút sự chú ý của người đọc

Trang đầu tiên của brochure là tờ bìa. Đừng phạm phải sai lầm thông thường là sử dụng từ chuyên môn để diễn tả dịch vụ của doanh nghiệp bạn. Hãy nghĩ về lợi ích của khách hàng và thể hiện nó bằng câu chữ khiến người ta phải tò mò mở ra xem. Thêm vào đó có thể là một thư mời, một bảng báo cáo hay một bảng giảm giá đặc biệt... Chỉ đặt biểu tượng công ty hay tên sản phẩm trên trang đầu thì ít mang lại tác dụng thiết thực.

- Trang mục lục

Trong một quyển Brochure dày từ tám trang trở lên thì nên có mục lục. In mục lục với cách trình bày tách biệt với nội dung còn lại của brochure. Chọn ra những vấn đề quan trọng nhất để đưa vào mục lục.

- Miêu tả sản phẩm

Để miêu tả sản phẩm, hãy liệt kê các đặc trưng về sản phẩm và giải thích lợi ích của mỗi điểm. Ví dụ : Bánh được làm từ công thức gia truyền, có nghĩa là sẽ thơm ngon hơn ». Cần lưu ý rằng người mua sản phẩm không phải lúc nào cũng là người sử dụng nó, vì vậy nên giới thiệu đầy đủ các lợi ích tương ứng với mỗi đặc điểm của sản phẩm.

- Cung cấp thông tin bổ ích

Một Brochure chứa đựng nhiều thông tin bổ ích sẽ khiến người đọc cất giữ lại và chia sẻ thông tin với người khác. Nếu bạn cung cấp sơn nước thì việc cung cấp những thông tin về phối màu, hướng dẫn cách sơn, những mẹo nhỏ của các chuyên gia ...sẽ rất hữu ích. Nếu bạn kinh doanh sản phẩm chăm sóc da, bạn nên chỉ ra các mẹo nhỏ về trị mụn, trị khô da và những vết nhăn.

- Thiết kế một cách sáng tạo

Ai bắt buộc Brochure phải có khổ chữ nhật A4 ? Bạn bán xe hơi ư ? Hãy thử thiết kế một brochure hình chiếc xe hơi. Còn bán dụng cụ thể thao thì thiết kế brochure theo hình trái bóng hay cây vợt chắng hạn. Vận dụng sức tưởng tượng khi thực hiện brochure có thể thu hút hiệu quả cao hơn. Hãy thử đủ kích cỡ , mỏng, dày, cao, ngắn hay hình dạng vuông tròn xem sao. Chỉ có một giới hạn duy nhất là chi phí in brochure có quá tốn không thôi.

- Tạo phong cách riêng

Một diễn giả từng trải khi nói chuyện trước đám đông sẽ chọn ra gương mặt trong đám đông đó để hỏi chuyện. Mối liên hệ giữa một người cụ thể đó giúp cho diễn giả thể hiện cuộc nói chuyện của mình sống động và có tính chất cụ thể hơn so với cách luôn nhắm tới một rừng khuôn mặt. Tương tự như vậy, các từ ngữ dùng trong brochure nên nhằm vào một đối tượng tương tượng. Vì sao ? Vì nên biểu lộ rằng « Tôi đang nói chuyện với một mình anh thôi » để đạt được hưởng ứng.



- Thêm chút màu sắc

Đừng để quyển brochure của bạn xa rời thực tế. Hãy để người đọc chia sẻ cảm xúc. Không có lý do gì một tập brochure về máy tắm nước nóng cứ phải bàn tới bàn lui về cách vận hành máy. Hãy nói về những đêm mưa lạnh tê tái và những buổi làm việc căng thẳng. Hãy gây cảm xúc cho khách hàng để họ không cảm được lòng và chấp nhận mua ngay sản phẩm.

- Mục đích của bạn là để bán hàng

Hãy nhớ không phải ai cũng muốn được chỉ giáo về mọi khía cạnh của sản phẩm hay dịch vụ của bạn cả, nói gì tới các chi tiết về quá trình sản xuất. Đừng phí thời gian liệt kê những điều không mong đợi của khách hàng.

- Hãy nói về nhu cầu của người đọc

Đừng sa đà vào mối quan tâm của chính bạn, mà phải hướng về người đọc. Đây là vài dòng trong quyển brochure của công ty bảo hiểm : « Bảo hiểm là ngành kinh doanh phức tạp. Công ty chúng tôi ra đời năm 1975 để giúp khách hàng tìm ra giải pháp bảo hiểm phù hợp với nhu cầu. Trong 20 năm qua chúng tôi đã bán bảo hiểm cho khối lượng khách hàng đủ mọi thành phần... Thay vì nói rằng công ty có thể làm gì được cho khách hàng mà chỉ toàn nói về mình thôi thì liệu có tác dụng gì đáng kể ?

- Định hướng

Mỗi quyển brochure có thể sắp xếp sao cho người đọc có thể tìm ngay ra thông tin họ cần. Đặt các tiêu đề hay mục hướng dẫn rõ ràng trong cả quyển brochure sao cho chúng đều nói được rằng : « Ờ, hãy chú ý đến tôi ».

- Kêu gọi hành động

Bất kể bạn sắp xếp brochure của mình như thế nào, chỉ có một cách duy nhất ép nó lại là kêu gọi hành động. Nếu muốn được người đọc hồi âm, hãy để lại thông tin liên lạc. Để tăng cường tác động kinh doanh của brochure, bạn nên đề cập đến lời chào hàng và một phương thức hồi âm trên mỗi trang brochure.

29) 5 nguyên tắc chính khi thiết kế logo

Logo xuất hiện ở khắp nơi, từ letterhead cho tới website của bạn, rơi vào tầm ngắm của khách hàng, nhà cung cấp và báo chí. Nói cách khác, logo được bất cứ ai có mối quan hệ với công ty bạn chú ý tới và là ấn tượng đầu tiên của họ về công ty. Chính vì sự ảnh hưởng ngấm này, logo của bạn buộc phải thiết kế sao cho tạo được ấn tượng tốt về công ty. Giới thiệu công ty một cách rõ ràng và năng động, bạn sẽ được nhắc đến như một nhà chuyên nghiệp.

Logo nên phản ánh công ty theo cách trung thực nhất

Ấn tượng rõ ràng nhưng bạn thường ngạc nhiên khi biết có bao nhiêu chủ doanh nghiệp muốn “giống như” đối thủ cạnh tranh. Nếu logo của bạn chứa một biểu tượng, nó nên gắn với ngành mà bạn đang kinh doanh, gắn với tên của công ty bạn, đặc tính xác định về công ty hay lợi thế cạnh tranh mà bạn có.

Điều gì quan trọng hơn bất cứ đặc tính nào khác mà bạn muốn người khác ghi nhớ về công ty của bạn? Nếu như là sự giao hàng nhanh chóng, hãy chọn biểu tượng gọi tốc độ, như cánh chim hay chiếc đồng hồ. Chọn một biểu tượng trừu tượng để truyền đạt cách tiếp cận tiên tiến-sự trừu tượng là lựa chọn số một cho các công ty công nghệ cao. Hoặc có thể đơn giản bạn chỉ chọn một vật thể biểu hiện cho sản phẩm hoặc dịch vụ mà bạn đang kinh doanh.

Tránh quá chi tiết

Những logo đơn giản được nhận ra nhanh hơn những logo phức tạp. Những đường kẻ và chữ đậm biểu hiện tốt hơn các chi tiết mờ nhạt và tất nhiên gây ấn tượng mạnh hơn.

Tuy vậy, bạn không nên thiết kế một logo giản dị thái quá. Một logo tốt phải thể hiện điều gì đó bất ngờ hoặc duy nhất mà không cần phải phóng đại. Hãy thử tham khảo biểu tượng của một nhà chuyên nghiệp: McDonald's, Nike, Prudential. Hãy chú ý tìm hiểu logo của họ đơn giản mà hấp dẫn đến thế nào. Bất cứ ai trên đường với cơn đói cồn cào cũng đều hiểu được sức mạnh của những biểu tượng logo hết sức rành mạch này.

Logo vẫn đẹp khi được in bằng màu đen trắng.

Nếu logo không sắc nét khi in màu đen trắng, nó cũng sẽ rất khó thuyết phục nếu được in bằng bất cứ màu nào khác. Và in màu thường đắt hơn in đen trắng.

Đảm bảo để logo có thể phóng to, thu nhỏ tùy thích

Logo phải thỏa mãn tối ưu về mặt thẩm mỹ ở bất kỳ kích cỡ nào, to, nhỏ hay trung bình.

Logo nên được thiết kế sao cho cân bằng

Nói một cách dễ hiểu nhất là logo của bạn phải “vừa mắt” người nhìn, phần này không lấn át phần kia. Màu sắc và chi tiết không tách khỏi nhau để không tạo nên một logo không cân xứng. Màu sắc, đường nét, hình khối là ba yếu tố quyết định đến tính cân bằng của một logo.

Thành công khi thiết kế logo còn được đánh giá qua tuổi thọ của logo (từ 10-15 năm). Tiêu chí này rất khó đạt được nếu như bạn còn ít kinh nghiệm trong việc thiết kế. Ngoài ra bạn cần lưu ý 3 dạng của logo: EPS để in ấn, JPG và GIF để hiển thị trên website.

Đừng bao giờ thiết kế hay thay đổi lại logo của bạn. Nếu bạn muốn làm cho nó sinh động hơn trên website cũng có thể chấp nhận được nhưng không nên làm mất đi cái cốt lõi của logo. Khi nào bạn bắt đầu cảm thấy nhàm chán với logo của chính mình, lúc đấy có thể là thời điểm để tạo ấn tượng mới đối với khách hàng.

30) Nguyên tắc thiết kế website

Trước hết chúng ta cần xem xét một số đặc điểm chung của những website thành công và khám phá những gì bạn có thể áp dụng cho website của bạn và một số điều nên và không nên khi thiết kế website.

1 . Tổ chức website chặt chẽ và dễ sử dụng.

Website của bạn cần có cấu trúc càng rõ ràng dễ hiểu càng tốt. Điều quan trọng ở đây là

phải làm sao để khách hàng thấy được ngay các thông tin mà họ hi vọng có thể thu được từ website của bạn. Nếu website của bạn có quá nhiều thông tin, bạn có thể làm cho trang chủ đơn giản bằng cách thiết kế bảng nội dung, bảng này cũng nên hết sức đơn giản và dễ sử dụng. Đồng thời sử dụng những từ và đoạn ngắn gọn để hiểu để thu hút người đọc.

2 . Sử dụng từ ngữ dễ hiểu.

Một ai đó sẽ không thể theo dõi được quảng cáo bán hàng của bạn cũng như mua những mặt hàng mà bạn đang cung cấp nếu như họ không thể hiểu được những gì bạn đang nói. Sử dụng những lời lẽ hoa mỹ để tán dương những sản phẩm bạn cung cấp thì rất dễ nhưng bạn sẽ không thể biết được có bao nhiêu người tới website và dự định của họ như thế nào? Có thể bạn cung cấp những sản phẩm dịch vụ chất lượng tốt nhưng sẽ không ai mua nếu như họ không biết bạn đang chào bán những gì, hay không thể hiểu được lợi ích mà sản phẩm dịch vụ của bạn mang đến cho khách hàng. Hãy nhớ rằng khi một người đến thăm website của bạn, có thể anh ta chưa biết bạn là ai?. bạn đang chào bán sản phẩm gì?. Bạn phải giúp khách hàng hiểu rõ những vấn đề này trong thời gian ngắn nhất. Hãy dùng các câu ngắn gọn, cô đọng và giữ kiểu thiết kế cố định đối với tất cả các trang con.

3. Dễ dàng khám phá các đường link.

Bạn hãy tạo các đường link bằng chữ hay biểu tượng ở tất cả các trang con để mọi người có thể xem lại hoặc xem tiếp mà không phải sử dụng đến nút "Back" hay "Forward" của trình duyệt. Bạn cũng cần nhớ là phải có những chữ thay thế tất cả các đồ họa và đường liên kết trong trang của bạn. Đây là những từ sẽ xuất hiện thay thế đồ họa khi tùy chọn đồ họa trong trình duyệt bị tắt hoặc khi người ta nhấn nút "Stop" trước khi trang được tải về đầy đủ.

4. Thời gian tải về nhanh.

Bạn đừng nghĩ rằng tất cả mọi người đều sử dụng một đường truyền Internet có tốc độ cao. Liệu bạn có muốn mình phải đợi 10 phút để tải một trang về trước khi xem trang đó không?. Chắc chắn là không, vì thế bạn đừng hy vọng khách hàng sẽ đợi. Bạn cũng nên nhớ rằng 30 giây trước màn hình giống như 10 phút vậy.

Sử dụng đồ họa để trang trí là rất tốt nhưng đừng lạm dụng. Nếu bạn cần nhiều hình ảnh và đồ họa lớn thì nên có một biểu tượng nhỏ sẽ liên kết với hình ảnh đồng thời nhắc nhở người xem cần phải đợi. Sử dụng video và audio trong trang như một công cụ để bán hàng là ý tưởng khá hay, tuy nhiên bạn không nên sử dụng bởi hiện tại trừ các tỉnh thành lớn có đường truyền tốc độ cao ADSL hay cáp quang, vẫn còn đa số người vẫn đang sử dụng đường truyền Dial-Up với modem 28.8, 33.6 và 56.6.

Nhân tố thời gian là vô cùng quan trọng vì mọi người thường không kiên nhẫn khi vào mạng. Nếu trang của bạn phải mất thời gian quá lâu để tải về thì khách hàng có thể nhấn chuột và bỏ đi. Đừng để mất khách hàng chỉ vì trang web của bạn tải về quá chậm.

Hãy tăng tốc độ truyền của các trang web lên bằng cách:

Giảm kích cỡ đồ họa trong trang web của bạn. Nhiều file đồ họa không nhất thiết phải có kích cỡ như trên các trang web thông thường. Bạn chỉ cần 72 dpi cho độ phân giải của màn hình và đồ họa cũng chỉ cần 256 màu. Một đồ họa kích cỡ nhỏ 4" - 2" không nên lớn hơn 10K. Thu nhỏ kích cỡ đồ họa, độ sâu của màu. Hãy để chế độ phân giải đồ họa và hình ảnh nền ở mức 256 màu. Nếu bạn rất cần một đồ họa lớn thì bạn có thể cung cấp cho người xem một hình ảnh nhỏ với nút "phóng to" để xem tiếp một hình ảnh lớn hơn.

Quy định cụ thể kích cỡ file đồ họa trong mã HTML. Nếu bạn quy định cụ thể kích cỡ các file đồ họa trong mã HTML, trình duyệt web sẽ rút ngắn kích cỡ của trang nếu cần thiết và nơi hình ảnh sẽ xuất hiện, hiển thị văn bản và để một khoảng trống cho file đồ họa tải về.

Giảm số file trong trang web của bạn (cả file đồ họa và HTML kết hợp với nhau). Mọi người luôn xem nhẹ thủ thuật quản lý trang: giảm số file chứa trong website của bạn. Mọi người thường có tối đa bốn kết nối (socket) trong trình duyệt web của họ. Mỗi một socket sẽ cho phép chuyển một file về máy tính của bạn, vì thế nếu bạn có 4 socket thì bạn có thể tải cùng lúc 4 file về. Nếu bạn có 6 ảnh trong trang chủ và một file HTML thì tất cả là có 7 file cần phải tải về. Trình duyệt sẽ tải 4 file về trước, sau khi tải xong một file socket sẽ tải tiếp file còn lại. Nói cách khác file thứ 5 sẽ chỉ được tải về khi file thứ nhất được tải xong. Và file thứ 6 sẽ chưa được tải về cho đến khi quá trình tải file thứ hai hoàn thành... quá trình tải về có thể kéo dài nếu có quá nhiều file đặc biệt khi những file này rất lớn. Theo như nguyên tắc, (giả sử đồ họa của bạn có kích cỡ khiêm tốn 5-12K) bạn hãy cố gắng có dưới 5 file mỗi trang.

5. Nội dung không có hình ảnh.

Nhiều người sử dụng ảnh "GIFS" và JavaScripts để tạo các logo và ký tự chạy ngang màn hình hay những gì tương tự. Điều này không chỉ làm tăng thời gian tải về mà còn làm người xem xao lãng nội dung bán hàng của bạn. Những người trên Internet là những con người của thông tin vì vậy bạn hãy chắc chắn rằng mình đang dành thời gian cho những thông tin có chất lượng chứ không phải là những hình ảnh vô bổ.

Nếu bạn có một nội dung vô giá trong trang web, hãy làm cho nó dễ đọc. Hãy chia thành những đoạn quan trọng, gạch chân hoặc bôi đậm những câu quan trọng trong từng đoạn và bạn đừng ngại trang trí với một số màu.

Tô màu văn bản thay thế file đồ họa nếu có thể. Nói cách khác thay vì sử dụng một file đồ họa để gây sự chú ý, bạn có thể sử dụng văn bản có màu sắc khác nhau.

Có thể bạn muốn cung cấp thông tin miễn phí dưới dạng bài báo hay bài phóng sự, và sau đó cố gắng bán hàng. Nếu bạn muốn cung cấp cho người sử dụng những thông tin bổ ích (với mục đích thu hút khách hàng), hãy thêm những nội dung có chất lượng chứ không phải là những hình ảnh bên ngoài. Trong trường hợp đó một chữ đáng giá hàng nghìn hình ảnh.

Thậm chí bạn muốn trang của mình sinh động hơn một chút (có những biểu tượng biến hình, các dòng chữ bôi đậm...) nhằm thu hút mọi người tiếp tục quan tâm tới sản phẩm và dịch vụ của bạn. Công việc của bạn chính là kiểm tra những kết quả mà khách hàng xem đem lại.

Tất cả sẽ phụ thuộc vào những sản phẩm và dịch vụ bạn đang bán cũng như đối tượng khách hàng bạn cần tiếp thị hay thị trường mục tiêu của bạn. Nếu bạn đang tiếp thị cho lớp trẻ thì sự sinh động của website sẽ làm tăng doanh số bán hàng. Nhưng nếu đối tượng khách hàng của bạn chủ yếu là những nhà kinh doanh có trình độ thì yếu tố sinh động đó có thể làm bạn giống như một họa sĩ nửa mùa. Đối với đối tượng khách hàng này bạn cần thu hút họ bằng những sự kiện, con số, sự trung thực và những lợi ích rõ ràng.

6. Để theo dõi "quá trình bán hàng"

Bạn phải tạo điều kiện để khách hàng hiểu rõ những lợi ích của sản phẩm và dịch vụ của bạn đem lại cũng như cung cấp cho khách hàng phương thức đặt hàng thuận tiện nhất. Liệu bạn đã xây dựng được uy tín đối với khách hàng trước khi bạn yêu cầu họ đặt hàng chưa? Bạn đã tạo cho khách hàng sự yêu thích và hứng thú trước khi bạn mời họ đặt hàng chưa? Bạn đã cung cấp cho khách hàng một số cách đặt hàng thuận tiện cả trên mạng và ngoài mạng chưa?. Và liệu bạn đã hướng dẫn khách xem tất cả từng bước một chưa?.

7. Tương thích với đa số trình duyệt web.

Nếu bạn sử dụng bảng biểu hãy xem xét cẩn thận việc nó sẽ hiển thị như thế nào ở các trình duyệt khác nhau (ví dụ Internet Explorer, Netscape) và ở tất cả các cấp độ phân giải (ví dụ 800 x 600, 1024 x 768, 1280 x 1024, 1400 x 1050).

8. Một số vấn đề quan trọng khác khi thiết kế website.

Đọc và kiểm tra cẩn thận tất cả các nội dung. Nếu bạn không quan tâm tới việc kiểm tra lỗi chính tả, người sử dụng sẽ nghi vấn làm sao họ có thể giao tiền của mình cho một công ty không thể tự sửa lỗi chính tả cho trang web của mình?. Hãy nhờ một người bạn hoặc đồng nghiệp đọc và sửa giúp bạn bởi họ có thể tìm thấy những lỗi mà bạn không bao giờ phát hiện ra được.

Trước khi đưa mọi việc vào hoạt động bạn cần có một đợt kiểm tra toàn bộ website (các đường liên kết, thời gian tải, form bán hàng...) và cố gắng kiểm tra bằng nhiều phương pháp.

Một điều hết sức quan trọng là bạn không nên nói ngay cho người xem biết bạn đang cố gắng bán hàng cho họ. Bất kể bạn đang có sản phẩm gì, cho dù sản phẩm của bạn có tốt như thế nào đi nữa thì hầu hết mọi người sẽ không ở lại trang của bạn nếu họ biết họ đang bị dụ dỗ mua hàng. Bạn cần để họ đọc, nhận ra được những lợi ích bạn sẽ đem lại cho họ và sau đó chỉ nên để họ biết rằng sản phẩm đó đang có bán. Nếu bạn thực hiện được điều này thì có nghĩa là khách hàng sẽ tự tìm thấy và mua sản phẩm bạn cung cấp.

Một yếu tố thành công khác trong marketing trực tuyến là bạn phải có khả năng chấp nhận được các giao dịch buôn bán trực tuyến. Khi bạn cung cấp sản phẩm thông tin thì bạn nên chào bán dưới dạng điện tử thông qua email.

Nếu trang web của bạn lớn hơn 50K thì bạn hãy đặt một ghi chú nhỏ trên cùng của trang để thuyết phục khách hàng nên kiên nhẫn trong khi chờ đợi được tải về (câu này sẽ hiện lên khi trang web của bạn tải về). Thậm chí ngay cả khi tại các trang web thử nghiệm mà bạn thấy không mất nhiều thời gian để tải về nhưng bạn cũng cần nhớ rằng khách hàng cũng có thể có đường kết nối chậm do đó làm tăng thời gian tải. Bạn không nên để khách hàng ra đi chỉ vì thời gian tải quá lâu mà bạn không thông báo về việc họ phải đợi.

31) 24 Điều cần biết khi thiết kế một trang Web

Khi tự tạo cho mình một trang web riêng, ngoài năng lực thiết kế web của chính mình, bạn cũng nên xem qua 24 điều cần biết đã được những người đi trước đúc kết lại nhằm làm cho trang Web của mình có sức hấp dẫn, lôi cuốn người khác đến xem nhiều hơn.

THIẾT KẾ TRANG WEB

1. Tạo một khuôn mẫu thống nhất cho trang Web và thiết kế làm sao tất cả đều có màu sắc, phông chữ, layout theo một mẫu nhất định.
2. Nên có mục giới thiệu về mình trên trang Web (About us).
3. Nên có mục CopyRight ở cuối mỗi trang Web.
4. Thiết kế làm sao cho trang Web mở dưới 10 giây (nghĩa là kích thước mỗi trang nhỏ hơn 50KB, bao gồm luôn cả hình ảnh).
5. Dùng tên thông dụng cho các đề mục chính của trang như: Trang chủ (Home), Giới thiệu (About us), Giúp đỡ (Help), Liên hệ (Contact us)... và tránh dùng những từ ngữ khiến người khác phải suy nghĩ hay chạy theo mốt...
6. Nên làm một link (liên kết) tới các chủ đề chính trên trang Web, nếu như trang Web của bạn khá dài.
7. Nên làm đường dẫn từ trang chủ tới các trang Web thứ cấp, đường dẫn này nên nằm trên trang Web thứ cấp để có thể di chuyển sang các trang và mục khác dễ dàng hơn. Ví dụ: Home > Section > Sub-Section > Page.

BỐ TRÍ VÀ SẮP ĐẶT NỘI DUNG CỦA TRANG WEB

8. Những nội dung quan trọng trên trang Web nên được đặt phía trên những nội dung khác ít quan trọng hơn.
9. Sử dụng Table (bảng) khi thiết kế Web vì nó giúp định vị và không làm cho nội dung bị lộn xộn.
10. Tạo độ tương phản trong trang Web. Ví dụ chữ đen trên nền trắng hay chữ trắng trên nền đen...
11. Không nên sử dụng nhiều loại phông và kích cỡ phông chữ trên cùng một trang Web.
12. Cần kiểm tra sự hiển thị của trang Web ở nhiều trình duyệt Web khác nhau và ở các độ phân giải khác nhau.

NỘI DUNG TRÊN TRANG WEB

13. Sử dụng từ ngữ dễ hiểu để mọi người có thể đọc được. Trừ khi bạn thiết kế Web cho một lĩnh vực khoa học kỹ thuật nào đó thì mới dùng từ chuyên môn.
14. Nếu trang quá dài, nên cắt nó ra thành các trang nhỏ hơn, đồng thời tạo các liên kết giữa chúng với nhau.
15. Không dùng phông chữ có kích thước nhỏ hơn 10pt và tốt nhất thiết lập theo tỷ lệ phần trăm thay cho pixels, giúp người đọc có thể tự thay đổi kích cỡ phông chữ trên trình

duyệt của họ.

TÌM HIỂU NGƯỜI XEM

16. Thiết lập một trang phản hồi và đặt nó trong trang About us.
17. Làm một trang thông báo về những tin tức mới cập nhật trong phần Home Page.
18. Nên đặt các câu hỏi thăm dò để người xem phản hồi lại thông tin cho bạn.

LIÊN KẾT (Web links)

19. Nên tạo chú thích cho liên kết giúp người đọc biết được trang cần tới.
20. Nên dùng một màu thống nhất cho tất cả các liên kết.
21. Khi link không chỉ tới trang html mà tới một tài liệu như Word, Excel, PDF... thì bạn nên tạo biểu tượng của nó bên cạnh link.
22. Đừng tạo link tới trang đang xây dựng.

SỬ DỤNG HÌNH ẢNH TRÊN TRANG WEB

23. Tối ưu hoá dung lượng hình ảnh trên trang Web theo chiều hướng nhỏ đi và chỉ nên dùng hình ảnh dạng .jpg, .gif.
24. Dùng chức năng thumbnails đối với các hình lớn, đồng thời bảo đảm nó có thể phóng to nếu muốn.

32) Điều hướng truy cập Website thành công

Điều hướng truy cập trang web được định nghĩa như khoa học và kỹ năng được ứng dụng cho một trang web nhằm giúp cho những người truy cập chuyển được từ trang này sang trang khác.

Một hệ thống điều hướng truy cập trang web tốt là sự bắt buộc đối với thiết kế một trang web có khả năng truy cập và thành công. Một đường dẫn điều hướng truy cập Web lý tưởng phải có cấu trúc hợp lý, dễ sử dụng và bắt mắt. Một đường dẫn điều hướng truy cập kém có thể làm rối mắt người đọc và không thu hút được người truy cập. Điều hướng truy cập là một công cụ tuyệt đối cần thiết cho việc tạo ra những trang web có thể truy cập và tiện lợi. Nó không nên được che khuất hoặc trá hình dưới bất cứ hình thức nào, mà phải rất rõ ràng đến mức những người sử dụng có thể dễ dàng sử dụng nó mà không mất sự nỗ lực nào.

Các điểm chính

Nhờ có công cụ tìm kiếm, đánh dấu trang và các liên kết được đặt trên các Website khác, mọi người có thể truy cập trực tiếp từ trang chủ vào bất cứ những phần nào của Website. Như vậy, nơi đó nên là một đường dẫn điều hướng truy cập tốt để dẫn đường cho chúng từ mọi điểm truy cập. Người sử dụng phải có khả năng điều hướng được thông qua trang Web đó một cách dễ dàng. Từ bất cứ trang Web nào được đưa ra thì họ cũng có thể tìm tới được trang chủ và những phần quan trọng khác của trang Web đó.

Một đường dẫn điều hướng tốt phải cung cấp được những điều mà mọi người mong đợi từ trang Web đó. Mọi liên kết, hạng mục nên được phân loại thành những thanh điều hướng truy cập cốt yếu và thứ yếu nhằm giúp người sử dụng duyệt Web dễ dàng hơn.

Khái niệm 'Minimal clicks' (tối thiểu hoá nhấp chuột) phải luôn được nhớ trong khi thiết kế Web. Người truy cập phải có đủ khả năng truy cập vào trang đó theo sự lựa chọn của họ với điều hướng truy cập ít nhất có thể. Bản năng của họ phải được trao đổi bằng những phản ứng tức thì qua trang Web.

Điều hướng người sử dụng thân thiện

Những người thiết kế Website luôn phải nhớ sở thích của người sử dụng trong khi phát triển đường dẫn điều hướng truy cập. Sự thân thiện trong thiết kế của họ sẽ không phải là lý do đủ cho tất cả mọi người sử dụng được thoải mái. Một trang website cụ thể nên có những liên kết tới trang chủ cũng như những trang quan trọng khác. Thêm vào đó là một bản đồ vị trí mà nó sẽ giúp cho những người xem tìm thấy chính xác vị trí và điều hướng truy cập trên vài trang khác.

Điều hướng truy cập website cốt yếu

Loại hình phổ biến nhất của điều hướng truy cập là điều hướng truy cập website bên trái. Nhà thiết kế phải đảm bảo rằng những điều hướng truy cập quan trọng nhất được nhìn thấy đầy đủ ở tại trang đầu tiên của website với độ phân giải: 800X600 và nó sẽ không được cuộn nắp bên dưới màn hình. Chiều rộng nên được giới hạn nhỏ hơn 300px, đến mức có đủ khoảng trống cho đề mục. Đường dẫn điều hướng truy cập bên trái được đồng bộ với thói

quen của người sử dụng cũng như họ bắt đầu đọc từ trái sang phải.

Một kiểu điều hướng truy cập quan trọng khác là điều hướng truy cập đỉnh nơi thanh điều hướng truy cập được đặt tại phía trên cùng của trang, vậy nên nó dành được nhiều khoảng trống hơn cho nội dung và thông tin khác. Nhưng nó phải được đảm bảo rằng ở đó không có đồ họa làm xao nhãng người xem.

Các trang Website tiếng Anh phải phù hợp với thanh điều hướng truy cập được đặt hướng về bên trái như những người đọc thường đọc từ trái sang phải, cho nên phải chú ý tới thanh lệnh đơn đầu tiên!

Điều hướng truy cập thứ yếu

Nó bao gồm những liên kết như: liên hệ với chúng tôi, thông tin về chúng tôi, chính sách, điều khoản sử dụng, bản đồ website, các liên kết, v.v..... Những liên này nên xuất hiện ít hơn vì vậy chúng xem như khác biệt so với những điều hướng truy cập cốt yếu. Vị trí có thể ở dưới thanh công cụ điều hướng truy cập cốt yếu. Trong trường hợp thanh công cụ điều hướng truy cập đỉnh, thì các liên kết thứ yếu có thể được đặt phía bên phải của trang.

Các lệnh đơn

Các lệnh đơn có thể được sử dụng như phương thức điều hướng truy cập phụ thêm. Các lệnh đơn thường được đặt ở cuối trang do nếu lệnh đơn dài và thể hiện được hết nội dung dòng lệnh thì lệnh đơn chính bị khuất khỏi tầm nhìn. Thế nên các lệnh đơn này phải ở cuối trang và hoạt động như một điều hướng truy cập liên tục thay đổi để duyệt trở lại.

Liên kết trong

Liên kết trong giữa các trang không chỉ trợ giúp người sử dụng nhanh chóng tìm được thông tin liên quan mà còn trợ giúp các hướng công cụ tìm kiếm truy cập tới từng trang một của Website. Một tập hợp các liên kết nhỏ tới những nguồn và trang có liên quan có thể được đặt dưới vùng văn bản tới các trang liên kết nội bộ cho cùng chủ đề đó.

Tránh những công cụ điều hướng truy cập phức tạp

Các nhà thiết kế web nên cố gắng và tránh sử dụng điều hướng truy cập hiện đại và nhất thời thái quá chỉ vì cảm hứng trực quan. Người sử dụng quan tâm tới khôi phục thông tin nhiều hơn là kiểm soát những phức tạp của điều hướng truy cập. Vì vậy thanh điều hướng truy cập nên dành ưu tiên cho tính đơn giản và thân thiện người dùng.

Danh sách kiểm tra

- Các nhà thiết kế Web nên giữ cho các tiêu đề của thanh điều hướng truy cập ngắn gọn và đầy đủ nhằm giúp cho người dùng dễ hiểu hơn.
- Thanh điều hướng truy cập cốt yếu nên không nhiều hơn 6-7 liên kết chính. Tất cả những liên kết khác nên đặt vào điều hướng truy cập thứ yếu.
- Thanh điều hướng truy cập cốt yếu nên nổi bật trên trang Web.
- Một thay đổi về văn bản nên được sử dụng trong cả trường hợp đồ họa hoặc những liên kết với JavaScript, bởi vì nếu người sử dụng có tắt đồ họa của họ thì họ vẫn truy cập được đến thông tin riêng đó.
- Mỗi một trang nên có một số liên kết hợp lý. Những liên kết tương tự nên được nhóm vào cùng với nhau để người truy cập duyệt thông tin dễ hơn.
- Tại bất cứ thời điểm nào, những người truy cập nên có đủ khả năng nhận biết được vị trí của họ. Một bản đồ vị trí hoặc một tập hợp lệnh đơn nên thể hiện đặc tính của trang đó để cho phép chúng theo vết được đường dẫn.
- Một liên kết vừa được nhấp chuột nên chuyển sang một màu khác sao cho người truy cập biết được trạng thái của nó.

Kiểm tra

Cách tốt nhất để kiểm tra công cụ điều hướng truy cập trang web vừa mới được thiết kế là nhờ vào những người sử dụng thiếu kinh nghiệm điều hướng trên trang web đó. Nếu họ có thể duyệt thành công trang web đó thì thiết kế có thể được xem là sự thành công trong điều hướng truy cập!

33) Làm thế nào tạo được tương tác thiết kế web

Tầm quan trọng của thiết kế trang web hiệu quả có thể không bao giờ bị mất đi. Bởi quyền lợi từ việc có tiềm năng để thu hút được các khách hàng mới tới việc bán hàng được nhiều hơn chính là một thiết kế web hấp dẫn và chất lượng tốt, đây cũng có thể chính là điều có ý nghĩa khác biệt giữa việc không bán hàng và mua sắm thực sự!

Thiết kế rõ ràng

Một trong những lỗi lớn mà hầu hết mọi người đều mắc phải đó là để những hình ảnh và nội dung không cần thiết làm xáo trộn trang web của họ. Điều này không chỉ làm cho người sử dụng bị rối trí mà thực sự có thể chính bạn đang ngăn cản người sử dụng nhận thấy được những khía cạnh quan trọng trên trang web của bạn. Chẳng hạn như bạn có thể nghĩ rằng có một trang giới thiệu Flash sẽ giúp thu hút được nhiều khách hàng hơn. Nhưng thực tế là những công cụ hỗ trợ tìm kiếm thậm chí không nhận ra được những trang như vậy! Hãy tưởng tượng trang chủ của bạn thậm chí còn không được các công cụ hỗ trợ tìm kiếm lướt qua! Một ý tưởng chẳng vui vẻ chút nào, đúng không? Thế nên, bất kỳ nhà thiết kế website chất lượng tốt nào cũng sẽ khuyên bạn tránh có ngay một trang web giới thiệu Flash như vậy.

Tính tương tác là quan trọng

Khi chúng ta nói về tính tương tác thì chúng ta không chỉ nói tới những mẫu biểu phản hồi hay văn bản đầu vào! Điều này còn nhiều và quan trọng hơn thế nhiều. Toàn bộ khái niệm Web 2.0 đang nhanh chóng trở nên phổ biến như những dịch vụ thiết kế web đi cùng với nó. Ngay cả nhiều nhà cung cấp dịch vụ cũng chỉ chuyên về các phương pháp của Web 2.0 nhằm trợ giúp nâng cao tiềm năng toàn diện của thiết kế Website.

Bố trí tập trung

Đặc tính quan trọng nhất của Web 2.0 cũng như việc thiết kế trang Web chuyên nghiệp đi cùng nó chính là cách sử dụng bố trí tập trung. Điều này thường đưa ra ấn tượng rằng trang web của bạn thật rõ nét mà lại chân thực. Và đó chính là những đặc điểm mà người sử dụng luôn để ý tới một thương hiệu cũng như việc đưa ra những tín hiệu như vậy luôn là một dấu hiệu khả quan.

Ít cột hơn

Hồi đầu, thông thường tiêu chuẩn thiết kế web tùy biến sử dụng tới 4 cột, trong khi 3 cột trên một trang web đã trở nên phổ biến. Tuy nhiên, cùng với sự tiến tới của công nghệ Web 2.0 thì tiêu chuẩn này hiện nay chỉ còn có 2 cột trên một trang và tối đa là 3 cột nếu bạn có thể

cần tới mà thôi.

Phân ranh giới các phần

Thật cần thiết để người sử dụng biết những phần nào trên trang Web của bạn đáng được ưu tiên. Một trong những cách tốt nhất để làm việc này đó là sử dụng những màu sắc đậm ở những chỗ mà bạn muốn người dùng nhìn thấy trước tiên. Ví dụ, nếu bạn muốn nhấn mạnh một sự giảm giá của một sản phẩm mới, hãy đảm bảo sử dụng các hiệu quả và màu sắc cuốn hút tại đó. Bởi rốt cuộc điều đó sẽ quyết định việc bán hàng! Một nhà thiết kế web hay quen thuộc với các hướng thiết kế Web 2.0 sẽ đảm bảo cho trang web của bạn được phân biệt hợp lý. Ví dụ, việc phân biệt đầu trang web so với những phần còn lại trên trang đó sẽ khiến bạn thấy hay hơn.

34) 10 thủ thuật hoạch định một website thành công (Phần I)

Khi thấy nản chí với việc lên kế hoạch thiết kế trang web của mình hay làm thế nào để viết được bản mô phỏng lại thì đây chính là một vài những thủ thuật sẽ giúp bạn hoàn thành nhiệm vụ dễ dàng hơn.

1. Người khách thân thiện

Phải luôn nhớ rằng điều quan trọng là website của bạn cần được trở thành người khách thân thiện. Điều này có nghĩa rằng khách hàng của bạn phải có đủ khả năng tìm thấy điều mà họ đang tìm kiếm được nhanh chóng và dễ dàng, đồng nghĩa là hệ thống điều hướng truy cập phải tốt. Hầu hết các website hiển thị thanh điều hướng truy cập hoặc bên trái hoặc trên đỉnh. Từ đó hầu hết mọi người được sử dụng kiểu điều hướng truy cập này, và đó cũng là cách tốt nhất để gắn kết được với trang web. Nó cũng trợ giúp cho việc đặt thanh điều hướng truy cập website của bạn ở phía cuối mỗi trang nhằm giúp cho những người truy cập của bạn không phải quay lại lên trên.

2. Công cụ hỗ trợ tìm kiếm thân thiện

Những công cụ hỗ trợ tìm kiếm đều cố gắng liệt kê ra các trang web có nội dung hay, vì vậy bạn cần những từ khoá và những cụm từ cho các trang của mình nhằm mô tả tốt nhất các sản phẩm và dịch vụ của bạn. Ví dụ, nếu bạn là một người bán hoa thì bạn có thể sử dụng những từ như: người bán hoa, bán hoa trực tuyến, bán hoa ảo, bán hoa cưới, bán hoa ở

Sydney, hoa tươi, cây cỏ, bó hoa, cắm hoa nghệ thuật, vv... nhiều tới mức có thể đảm bảo việc xếp hạng công cụ hỗ trợ tìm kiếm hiệu quả hơn. Bạn có thể vào trang: inventory.overture.com www.wordtracker.com để tìm ra những từ khoá mà khách hàng của bạn đang cần.

Một khi bạn quyết định được các từ khoá thì hãy sử dụng chúng trong: (a) tên miền website của bạn, (b) tiêu đề trang – điều này được xuất hiện trong thanh công cụ phía trên cửa sổ trình duyệt của bạn, (c) đầu đề trang chủ, (d) đoạn văn đầu tiên của trang chủ, (e) thẻ siêu dữ liệu: từ khoá, tiêu đề trang, mô tả, (f) những tiêu đề đồ hoạ.

Việc sử dụng các từ khoá càng nhiều càng tốt là rất quan trọng, nhưng không kém phần quan trọng nếu những từ khoá đó có liên quan và không gây phiền hà. Nếu bạn gửi các từ khoá tương tự đến hàng loạt các địa chỉ khác nhau thì có thể bạn bị phạt hoặc thậm chí bị một vài công cụ tìm kiếm chặn lại.

3. Truyền tin khác với lưu trữ trực tuyến

Một trong những quyết định đầu tiên mà bạn cần làm là bạn có kiểu website nào. Nó sẽ chỉ là truyền tin hay nó sẽ là lưu trữ trực tuyến hoặc là một sự kết hợp cả hai? Một website thông tin thì giống như có một cuốn sách quảng cáo trực tuyến. Nó không bán các sản phẩm trực tiếp tới những khách hàng, nhưng lại cung cấp các chi tiết về hoạt động kinh doanh của bạn, các sản phẩm, dịch vụ và đôi khi cả các đặc tính của chúng dưới dạng một mẫu đơn đặt hàng có thể in ra được.

Một kiểu website khác là lưu trữ trực tuyến. Nó là một người bán hàng ảo, người luôn có tiềm năng cung cấp thông tin trước bán hàng theo mọi tình huống của bạn và sau đó thì bán được sản phẩm cho khách hàng.

4. Tạo một bản thiết kế

Trước khi bắt đầu nghĩ về điều cần phải viết trên mỗi trang web của mình, bạn cần tạo ra một bản thiết kế nhằm liệt kê tất cả các trang mà bạn muốn có. Dưới đây là danh sách của những trang được sử dụng thông thường nhất:

- a. Trang chủ

- b. Các sản phẩm/dịch vụ
- c. Liên hệ
- d. Giá cả
- e. Chứng thực/ Giới thiệu sản phẩm/ Trước và Sau bán hàng
- f. Những câu hỏi thường gặp
- g. Mẫu phản hồi hoặc mẫu câu hỏi
- h. Tạp chí trực tuyến hoặc thư báo
- i. Nguồn/ Bài báo
- j. Thông tin
- k. Bảo hành
- l. Khảo sát
- m. Lịch sự kiện
- n. Tìm kiếm đặc tính website
- o. Chính sách trao đổi
- p. Chính sách ưu đãi
- q. Bản đồ website
- r. Thông tin bản quyền
- s. Liên kết
- t. Truyền thông
- u. Tin tức
- v. Lưu trữ trực tuyến

35) 10 thủ thuật hoạch định một website thành công (Phần II)

Việc cố gắng để “thúc đẩy hoạt động kinh doanh của bạn”, hãy để các khách hàng của bạn biết được làm thế nào các sản phẩm/dịch vụ sẽ mang lại lợi ích cho họ

5. Bán hàng chéo/bán hàng nâng cao như một phần nội dung của bạn

Nếu một khách hàng đang tìm kiếm một sản phẩm cụ thể, hãy đưa ra cho họ các chi tiết của những sản phẩm liên quan. Nhờ việc giới thiệu những sản phẩm khác, các khách hàng của bạn sẽ biết những sản phẩm khác nữa đang có sẵn và trong nhiều trường hợp thì nó sẽ giúp bạn bán thêm nhiều sản phẩm hơn.

Amazon - www.amazon.com là một công ty làm việc này khá tốt. Chỉ cần tìm một cuốn sách cụ thể thì bạn sẽ thấy được thông tin về những người khác cũng đã mua cuốn sách đó.

Hãy làm cho nó dễ dàng hơn để các khách hàng hoàn tất được một đơn đặt hàng bằng việc cung cấp các chỉ dẫn rõ ràng. Đảm bảo những chi phí giao nhận được được ra trước khi một khách hàng tiến hành quá trình đặt hàng.

6. Tập trung vào khách hàng và những nhu cầu của họ

Việc cố gắng để “thúc đẩy hoạt động kinh doanh của bạn”, hãy để các khách hàng của bạn biết được làm thế nào các sản phẩm/dịch vụ sẽ mang lại lợi ích cho họ. Vì vậy, hãy nhấn mạnh các lợi ích và giải quyết những vấn đề đó. Hãy thể hiện tiêu điểm này trong mọi nội dung bạn viết trên mỗi trang web của mình. Đừng cố gắng bán các sản phẩm hoặc dịch vụ cho các khách hàng của bạn, mà hãy giúp họ.

7. Khách hàng có thể duyệt cả nội dung trong khi in

Hãy chỉ cho những người khách của bạn biết rằng họ có thể in ra nội dung và có thể duyệt khắp website ngay cả trong lúc nó đang in đó.

8. Sử dụng những tiêu đề và những tiêu đề để thu hút sự chú ý của khách hàng

9. Ghi rõ giá trị khuyến mại

Đưa ra những phần thưởng, các trải nghiệm tự do, các giảm giá và những giải thưởng. Liệt kê giá trị tiền mặt bên cạnh mỗi phần thưởng. Mọi người sẽ cảm thấy họ đang có một cái giá tốt nhất và nó sẽ làm tăng giá trị sản phẩm của bạn.

10. Kiểm tra chính tả và ngữ pháp nội dung website

Đảm bảo không có những sai sót nào về chính tả hoặc ngữ pháp. Kiểm tra tất cả các liên kết đang hoạt động và những hình ảnh hiển thị chính xác.

Nếu bạn vẫn còn chưa biết bắt đầu từ đâu thì hãy vào xem những trang web của các nhà cung cấp hoặc những đối thủ của bạn. Hãy thận trọng nếu bạn có sử dụng bản sao từ trang web đó cho dù bạn không vi phạm luật bản quyền. Còn nếu nghi ngờ thì liên lạc với tác giả

hoặc người sở hữu bản quyền và xin phép.

Mục tiêu cuối cùng của bạn là để hướng một người vào xem trở thành một khách hàng. Trên website của bạn, điều này được thực hiện bằng việc đưa ra nội dung giải thưởng. Mỗi trang nên có bản đồ thu nhỏ của nó. Và như vậy bạn không cần phải kiểm soát xem một người truy cập vào trang web của bạn như thế nào, điều này rất quan trọng vì có khả năng thực hiện một cách dễ dàng với nội dung hoạt động kinh doanh của bạn đưa ra và điều hướng truy cập tới những trang khác trong phạm vi website của bạn.

36) Làm thế nào để tạo được những website tiện ích

Một website tiện ích sẽ giúp cho những người sử dụng đạt được một mục đích cũng như luôn tìm thấy được những thông tin, bài viết đầy ý nghĩa. Hãy tạo ra những trang web dễ dàng cho người sử dụng đạt được mục đích đó; hãy tạo cho nó có thể đạt được mục đích đó một cách nhanh chóng; hãy tạo cho nó giúp cho người sử dụng thu được những kinh nghiệm bổ ích.

Nội dung hay là cốt yếu: Một website có nội dung hay, cho dù không bạn tâm tới chủ đề của nó, là một trang web tự hào về những sản phẩm hoặc thông tin mà nó cung cấp đầy hữu ích hoặc có lợi cho những người sử dụng. Tùy vào giá cả mà một trang web tiện ích sẽ hiển thị những thông tin hoặc nội dung sẵn có rõ ràng hay không. Một trang web tiện ích tốt nên định nghĩa hết sức rõ ràng cho tất cả những gói thuê bao được mời chào.

Truy cập thông tin dễ dàng: Tất cả những điều như: điều hướng truy cập tốt, các chỉ báo vị trí chính xác, điều hướng truy cập thứ yếu, bản văn được liên kết rõ ràng và một bố cục hài hoà đều góp phần giúp cho việc tìm kiếm thông tin dễ dàng cho một phạm vi những người sử dụng khác nhau. Nghĩa là bạn phải nhớ rằng có nhiều người sử dụng còn thiếu kinh nghiệm nên vẫn cần phải có những lời giải thích cho những điều bạn còn chưa hiểu rõ. Ví dụ, một người sử dụng thiếu kinh nghiệm có thể cần một lời giải thích về việc làm thế nào để sử dụng được một thực đơn trải xuống (drop down menu). Vậy hãy nhớ làm cho trang web của bạn trở nên dễ dàng nhất có thể để mọi người tiện sử dụng nó.

Truy cập thông tin nhanh: Đây là mục tiêu của đa số những người sử dụng web, và nó có thể được chia ra làm hai phần quan trọng, đó là: tốc độ tải trang và tốc độ truy cập nội dung.

* **Tốc độ tải trang** - Thực tế, điều này cần sự chú ý tới những hình ảnh để đảm bảo chúng được tối ưu hợp lý và không làm trễ quá thời gian tải. Như vậy, nó cũng có thể điều chỉnh được những bài báo dài cũng như đảm bảo được rằng nội dung quan trọng luôn ở đầu trang

chỗ sẽ được tải trước tiên.

* **Tốc độ truy cập nội dung** - Đây là nơi áp dụng được nguyên tắc click chuột 3 lần – nghĩa là nội dung không quan trọng thì sẽ được click chuột nhiều hơn 3 lần trên trang chủ. Thậm chí một số tiêu chuẩn còn cho phép không cần phải click chuột hơn hai lần. Một cách hữu ích để đẩy nhanh tốc độ truy cập nội dung đó là hãy cân nhắc từng kiểu người sử dụng, lựa chọn nội dung mà họ thích quan tâm nhất cũng như tạo các liên kết từ trang chủ tới một phần nội dung cho từng nhóm. Điều này sẽ giúp cho những người sử dụng nhanh chóng tìm thấy được những nội dung họ cần.

Các trang được thiết kế sạch đẹp: Các trang được thiết kế sạch đẹp trông sẽ bắt mắt và dễ đọc. Điều này hầu như không thể có được đối với một trang web có một nền trải ra quá đẹp bởi nó khiến cho người sử dụng khó tập trung và bị rối mắt. Thế nên, không cần tới những kỹ năng thiết kế cao siêu mới tạo ra được những trang web sạch đẹp, mà chỉ cần thể hiện được tư duy và bám sát được nguyên tắc khi thiết kế đó là ít nhưng lại nhiều.

Trạng thái tải: Hầu hết các trang web hội viên phải thanh toán bị hạn chế truy cập trực tuyến cũng như thông tin được tải về hơn là việc bán các sản phẩm. Những chỉ dẫn tải về nên được cung cấp rõ ràng tại những trang web đó. Trang web của bạn cũng nên nói rõ dung lượng file theo ki-lô byte cũng như thời gian ước tính tải về cho một người sử dụng có một cái Modem 56K, DSL, cáp và v.v...

Các vấn đề về tiện ích: Trong khi những trang web thương mại lớn mới được đầu tư vào những nghiên cứu tiện ích có tính qui mô đầy đủ có thể là thiết yếu thì vẫn có những trang web nhỏ có thể có đủ khả năng thực hiện những điều xa xỉ đó. Tuy nhiên, việc xác định những vấn đề tiện ích cho trang web của bạn không cần làm phức tạp lên mà chỉ cần nhờ một vài người bạn (chân thực) của mình thử sử dụng trang web đó và nếu có thể thì hãy thăm quan sát họ làm việc này.

Việc quan sát những người sử dụng thử tìm kiếm thông tin trên trang web của bạn có thể cho bạn thấy được cả về quá trình thao tác cũng như những sai sót của trang web. Vì vậy, hãy nhớ rằng nếu tại bất kỳ phạm vi hoạt động nào bạn cảm thấy thực sự phải giải thích và can thiệp thì khi đó bạn mới xác định được một vấn đề tiện ích.

1. Trang web không phải giải thích rõ ràng về mục đích sử dụng các Java applet, các hình ảnh lớn, các quảng cáo trên banner hoặc những thành phần hiệu ứng flash tải chậm. Trung bình cứ 10 giây là khoảng thời gian cho phép để tải 1 trang.
2. Trang web thường đòi hỏi sử dụng phần mềm chuyên dụng. Thực sự, bạn đã từng thay đổi các trình duyệt hoặc tải về một loại phần mềm nào mà chỉ để xem một trang web chưa?
3. Không thể điều hướng được với điều hướng truy cập kém, quá ít, quá nhiều hay không phổ dụng.
4. Thiết kế tồi làm cho việc đọc kém đi.
5. Thiếu tiện dụng do thiết kế xấu hoặc thiết kế không phù hợp. Bởi hầu như người thiết kế đã đánh giá quá cao các kỹ năng của mình.
6. Nội dung không phù hợp - Ví dụ: trang web về kinh doanh lại đưa ra ảnh và tiểu sử của các thành viên hội đồng quản trị. Niềm vui của hội đồng quản trị = sự buồn tẻ của những người truy cập website!
7. Sự phức tạp hoặc thiết kế quá độc đáo thường đòi hỏi những người sử dụng phải học cách làm thế nào để sử dụng được nó đúng trình tự.
8. Khả năng không thể truy cập được bởi vì trang web không thể sử dụng được bằng những trình duyệt dành riêng cho người khuyết tật.

Điểm cốt yếu: Thông thường, một trang web tiện ích nếu:

1. Thông tin hay và phù hợp.
2. Dễ tìm thấy nội dung.
3. Nhanh chóng tìm thấy nội dung.
4. Trang được thiết kế sạch đẹp và ưa nhìn.

37) 5 lý do lớn nhất làm hỏng thiết kế website

Đây là 5 lý do lớn nhất có thể mang lại lợi ích cho bạn nhưng cũng có thể khiến cho thiết kế trang web của bạn bị hỏng.

1. Sử dụng các trang splash. Đây là những trang đầu tiên bạn nhìn thấy khi ghé thăm một website. Thông thường chúng có một hình ảnh rất đẹp với những từ ngữ như “ Hoan nghênh” hoặc “ nhấp chuột vào đây để truy nhập”. Bạn đừng để những người khách truy cập

của mình có một lý do nhấp chuột vào nút “trở lại”! Vì thế, bạn hãy cho họ thấy trước giá trị của trang web mà không cần dùng tới trang splash.

2. Sử dụng quá nhiều các banner quảng cáo sẽ khiến những người truy cập không còn mấy để tâm tới chúng nữa, vì thế bạn sẽ đang lãng phí những diện tích thể hiện nội dung có giá trị trên website. Thay vì thế, hãy cung cấp nội dung giá trị hơn và các liên kết có liên quan với nội dung cũng như hãy để cho những người truy cập của bạn thấy rằng họ muốn mua hơn là “bị mua”.

3. Không có một điều hướng truy cập rõ ràng và đơn giản. Bạn phải cung cấp một thực đơn điều hướng rất cụ thể và đơn giản đến nỗi mà một đứa trẻ cũng sẽ biết sử dụng nó như thế nào. Tránh flash phức tạp dựa trên các thực đơn hoặc những thực đơn multi-tiered dropdown, bởi vì những người truy cập sẽ rời bỏ trang web của bạn nếu họ không biết điều hướng như thế nào.

4. Nên dùng một site map rõ ràng để giúp cho người sử dụng xác định được vị trí của họ trên trang web của bạn khi truy cập. Và bằng cách đó thì họ sẽ có khả năng duyệt được thông tin liên quan hoặc điều hướng tới bất kỳ phần nào trên trang web của bạn một cách dễ dàng. Đừng làm cho những người truy cập bị rối mắt bởi điều đó có nghĩa là “tự bỏ khả năng”.

5. Sử dụng audio trên trang web của bạn. Nếu người truy cập dừng lại trên trang web của bạn lâu hơn để đọc nội dung thì bạn luôn muốn đảm bảo rằng họ không bị quấy rầy bởi một vài âm thanh lặp đi lặp lại trên trang web đó. Nếu bạn vẫn muốn kèm theo âm thanh cho trang web thì phải đảm bảo rằng người truy cập có quyền kiểm soát được nó bằng cách điều chỉnh âm lượng hoặc chặn tiếng để họ có thể tập trung hơn vào trang web.

38) Làm thế nào để tạo một Website: Bản phác thảo cho những mục tiêu của bạn

Thực hiện theo những bước dưới đây sẽ giúp bạn tạo ra một website chất lượng cao, cùng với nội dung hay và rõ ràng cũng như thu hút được nhiều độc giả. Bạn sẽ không chỉ học được làm thế nào để tạo một website mà còn tạo ra sự thành công về mặt tài chính trong khi cung cấp nội dung giá trị và đổi mới tới các khách hàng của bạn.

Nếu như bạn chỉ bắt đầu tạo website riêng của mình, bạn có thể tự hỏi liệu thủ tục đó có quá

khó để thực hiện không. Rất nhiều các doanh nghiệp lớn không bao giờ đạt được điều này bởi nó đòi hỏi nhiều công sức. Nhưng bạn có thể nhìn nhận toàn bộ vấn đề theo một cách khác và tách công việc lớn hơn thành những phần việc nhỏ hơn khiến cho việc thực hiện trở nên đơn giản hơn rất nhiều. Hãy bắt đầu bằng những nguyên nhân cốt yếu nhất nếu như chúng còn chưa rõ ràng thì bạn có thể quyết định xem cái nào khác mà bạn thực sự muốn hoặc cần làm để có được một trang web theo ý mình. Như vậy, ít nhất bạn sẽ có được những yêu cầu cơ bản không liên quan tới cách thức và một số tiêu chuẩn nhằm phục vụ cho công việc của mình.

Bước 1: Nội dung trang web của bạn là gì? Bạn có thể nghĩ về câu hỏi này quá nhiều tới mức bạn có thể có được câu trả lời rất rõ ràng. Nhưng chức năng và cảm nhận về trang web phải phù hợp với nội dung. Bố cục và chức năng của trang web để thực hiện hơn khi bạn hiểu tường tận về nội dung trang web của mình.

Bước 2: Hãy chú trọng vào bố cục và tính thiết thực của trang web. Hãy ưu tiên thanh toán cho bất kỳ những gói hosting hoặc các chiến dịch quảng cáo, cũng như có một cái nhìn tổng thể về nội dung trang web sẽ là gì và được thể hiện như thế nào. Điều gì sẽ là ý tưởng chính trên trang web của bạn? Nó sẽ được thảo luận như thế nào? Bạn có thể chọn bổ sung cho chủ đề của mình qua những bài báo, các blog, hoạt ảnh, hình ảnh hoặc là sự kết hợp của tất cả những cái này. Nó có phải là định dạng phù hợp mà bạn muốn sử dụng cho nội dung trang web không? Bạn có thể tạo một website như thế nào để sẽ thu hút được độc giả theo mong đợi của mình?

Bước 3: Hãy tìm một dịch vụ hosting có thể cung cấp tất cả tính năng mà bạn cần. Từ những điều đã nói ở trên, bạn nên có một danh sách đầy đủ các chức năng bạn cần như: mẫu thư điện tử, khảo sát và bình chọn, thư viện ảnh, thông tin phải đăng nhập, các blog và cả những tính năng khác. Hãy nghiên cứu kỹ các gói hosting và tìm lấy một gói chào hàng cho mọi thứ bạn cần. Nếu bạn không chắc chắn làm thế nào để tạo một website thì hãy tìm kiếm một máy chủ có hệ thống hỗ trợ vững chắc, hoặc nhờ hỗ trợ kỹ thuật chính thức hoặc các diễn đàn tích cực.

Bước 4: Đừng để bất cứ ai truy cập vào trang web của bạn khi nó chưa thực sự sẵn sàng. Mọi người ghét điều hướng truy cập tới một trang xuất hiện banner “đang triển khai”. Thông

thường, một trang đang triển khai thì không bao giờ hoàn tất và nó gần như bị bỏ quên. Bởi hầu hết mọi người không trở lại nhìn khi các trang “đang triển khai” đó nữa dù nó đã được hoàn tất.

Bước 5: Hãy đảm bảo trang web của bạn được truy cập nhiều khi nó thực sự sẵn sàng. Bạn không chỉ cần nghĩ xem làm thế nào để tạo được một website, mà còn làm thế nào để tiếp thị được một website tới độc giả theo mong đợi của mình. Hãy hoạch định làm thế nào bạn sẽ sử dụng những cơ hội tiếp thị miễn phí chẳng hạn như các diễn đàn, các liên kết tương hỗ cũng như có được các blogger đến với trang web của bạn. Hãy tạo thêm một kế hoạch nữa cho các chương trình quảng cáo được thanh toán mà chính chúng sẽ giúp duy trì ngân quỹ của bạn.

39) Viết phần mềm trong 15 phút

Việc thiết kế và phát triển một phần mềm tiêu tốn rất nhiều tài nguyên, nhưng sau đó thường không sử dụng lại được. Ví dụ, khi viết chương trình quản lý kho, bạn phải xử lý SQL, tạo form, tạo report, kiểm tra bảo mật... Sau đó, có khách hàng yêu cầu viết chương trình kế toán thì bạn phải viết lại những chức năng tương tự.

Bạn nghĩ sao nếu như thiết kế một phần mềm mới cũng đơn giản như lắp một cái tivi? Chẳng hạn như bạn chỉ việc gắn bộ nguồn, mạch bắt sóng, mạch điều khiển, gắn đèn hình vào là xong. Bạn không cần phải đi thiết kế lại từng phần chi tiết tỉ mỉ làm gì cả. Giả sử bạn xoay sang lắp máy tính xách tay thì cũng thế, chỉ việc gắn bộ nguồn, đèn hình, mạch điều khiển. Điểm hay là ở chỗ một con transistor trong laptop hay tivi thì cũng y như nhau.

Quay lại ví dụ viết chương trình quản lý kho, giả sử ta có một máy tính siêu thông minh thì chỉ việc bảo nó: gắn "cục" Security A101, cục Data 2.0, cục Web GUI 8.1 rồi dán nhãn My Big Soft vào đó rồi nó tự động làm hết mọi chuyện cho ta. Rất tiếc, đây chỉ là ước mơ, còn thực tế thì lập trình viên vẫn phải còng lưng viết code đến mờ mắt, viết đi viết lại, viết tới viết lui như một điệp khúc bất tận.

May thay, thành phần phần mềm (component) có thể giải quyết vấn đề. Nếu bạn là dân Java, hãy nghĩ đến Java Beans. Nếu bạn là dân .NET, hãy nghĩ đến Application Block, đến Web-parts. Hay đơn giản hơn, ai cũng đã gặp nhiều lần: UI control (button, label, listbox, checkbox,...)

Một component không phải là một lớp (class), và lập trình thành phần (component-centric) cũng không phải là lập trình hướng đối tượng (OOP - Object Oriented Programming). Class đơn thuần chỉ là gom nhiều code có cùng mục đích vào chung một chỗ. OOP là xem vấn đề như một hoặc nhiều đối tượng (có thuộc tính, có method) để phân loại mối quan hệ của chúng. Còn component-centric có nghĩa là lập trình để mỗi phần mang tính độc lập, có thể thay thế, có thể sử dụng lại cho những vấn đề khác nhau.

Giả sử bây giờ bạn phải viết trò chơi Snake (người dùng điều khiển con rắn chạy ăn mồi, mỗi khi ăn được cục mồi thì con rắn dài thêm một đoạn).

1/ Class: bạn chỉ cần 1, cùng lắm là 2 class để viết trò chơi tí hon này.

2/ OOP: bạn sẽ viết các class Snake, Food, Player.

3/ Component-centric: Bạn sẽ ngồi phân tích xem đâu là điểm chung, đâu là điểm riêng, đâu là phần chi tiết chỉ áp dụng riêng cho trò chơi này, đâu là phần bạn có thể abstract nó. Có lẽ bạn sẽ thiết kế ra các component sau: Game Engine, Graphic Engine, Rule Engine, Resources Manager, User Controller, v.v...

Như vậy sau khi thiết kế xong, trò Snake chỉ là sản phẩm phụ mà thôi. Với những component sẵn có, bạn dư sức viết DOOM 2006.

Phát triển thành phần phần mềm đang được đầu tư và phát triển rất nhiều. Nếu bạn có hứng thú, hãy tham khảo thêm các tài liệu sau: Microsoft Application Block; Enterprise Java Bean; Java Frameworks and Components: Accelerate Your Web Application Development – Michael Nash...

Lớp

Nếu như component là từng bộ phận nhỏ, đóng vai trò như một hộp đen "black-box", ta chỉ quan tâm tới chức năng của nó là chính, thì lớp (Layer) lại giống như một bản mạch in gồm nhiều component đã được thiết kế sẵn. Lấy ví dụ như card màn hình, mở các máy PC ra bạn sẽ thấy ngay card này. Điểm thú vị là bạn không phải "se duyên" với cái card ấy mãi mãi. Khi nào túi tiền rủng rỉnh, bạn có thể mua card khác mới hơn, nhanh hơn, xịn hơn để gắn vào và quên bống đi cái card cũ. Có khi nào bạn suy nghĩ lại và ngạc nhiên tại sao cái máy tính cũ kỹ đời 1998 của mình lại có khả năng chấp nhận card 3D đời 2006 không? Thật là một điều kỳ diệu, nhỉ!

Phần mềm cũng thế, nếu thiết kế chia một phần mềm ra thành nhiều layer thì sẽ tăng tính tái sử dụng, và quan trọng nhất là: chịu được sự thay đổi trong tương lai. Bạn hãy nghĩ thế này nhé: nếu Windows mà được thiết kế tốt hơn thì bạn đã có thể chơi game của Windows, chạy web server của Linux, và chạy chương trình đồ họa của Macintosh ngay trong hệ điều hành Windows.

Ở đây tôi giới thiệu 3 layer cơ bản nhất mà đa số chương trình từ bé đến khổng lồ, từ bài tập của sinh viên đến game online kinh phí hàng trăm triệu đô đều cần phải có.

Data Access Layer (DAL)

Nếu bạn biết "Select * from Products Where CustID = @ID" nghĩa là gì nhưng không cần phải dùng mỗi ngày thì bạn may mắn quá, bạn có thể bỏ qua phần này.

Nếu bạn không những biết mà còn thuộc nằm lòng đến 80% T-SQL 92, hoặc bạn nằm mơ cũng nghĩ đến SQL, đến Stored Procedure, đến Triggers, thì bạn rất cần phải dùng đến DAL. Có lẽ 90% dân lập trình, nhất là ở Việt Nam trong thời điểm hiện tại, rơi vào trường hợp này.

Trước hết, hãy nói Data Access Object là gì đã. Khi lập trình cơ sở dữ liệu, bạn phải lập đi

lặp lại thao tác sau:

- Create connection
- Create SQL command
- Execute SQL
- Process results

Chán quá, lỗi nhiều quá. CSDL bạn dùng là quan hệ (relational), mọi thứ đều trong table, table, table. Trong khi đó, bạn lại thích lập trình OOP cơ. Thế là bằng cách này hay cách khác, cho dù bạn biết hay không biết, bạn sẽ quay sang làm theo kiểu sau: định nghĩa class chuyên nói chuyện với CSDL. Lấy ví dụ như class sau:

Class ProductDAO

```
{ Connection GetConnection();  
  
bool Insert(int ID, string Name);  
  
DataSet GetAllProducts();  
  
DataSet GetProductByName(string Name);  
  
Bool Delete(int ID);  
  
}
```

Phương pháp bạn vừa làm chính là Data Access Object. Bạn có thể viết tay, bạn cũng có thể dùng các công cụ như CodeSmith để làm giúp bạn. Xin chúc mừng! Bạn đã đỡ khổ hơn trước nhiều rồi đấy.

Nhưng mà, cũng xin... chia buồn với bạn luôn. Bạn nghĩ sao nếu CSDL bên dưới thay đổi? Bạn sẽ dùng CodeSmith để tạo lại ư? Thế mấy cái "business logic" (luận lý nghiệp vụ) đi tong hết thì sao? Lỡ năm sau CodeSmith đẹp tiệm thì sao, bạn phải sửa lại bằng tay à? Hoặc là CSDL không phải của bạn, mà bạn phải tích hợp vào CSDL "bự xự" có sẵn của khách hàng? Chưa đấy bạn ạ. Chưa kể là dùng Data Access Object làm tăng số lượng class lên rất nhiều (cứ mỗi table trong CSDL cần ít nhất 1 class, thậm chí có thể là 3, 4 class). Mỗi class cần ít nhất 4 method (Create, Read, Update, Delete). Chưa kể là mỗi kiểu select khác nhau lại phải viết method mới. Điều này đồng nghĩa với việc kiểm thử (testing) cũng tăng lên đến chóng mặt.

Bạn nghĩ sao nếu bạn chỉ cần định nghĩa một class thế này:

Class Product

```
{ Int ID;
```

```
String Name;  
String Description;  
}
```

Xong, chỉ có thể thôi! Nếu cần thêm sản phẩm mới vào database thì làm như sau:

```
Product p = new Product();  
p.Name = " Some product";  
Database.AddNew(p);
```

Nếu cần truy vấn một sản phẩm thì chỉ cần thế này:

```
Product p = Database.Get(typeof(Product), Name = "ProductA");
```

Rất đơn giản, phải không bạn? Cái hay là ở chỗ nếu có thêm nhiều table nữa thì cũng thế, bạn chả phải viết thêm nhiều method chi cho mệt, chỉ định nghĩa class của bạn ở mức đơn giản nhất. Và "đã" nhất là bạn không cần phải viết thêm một mớ test để kiểm tra việc truy xuất class đó.

Đây chính là chức năng chính của Data Access Layer.

Nếu thích, bạn có thể tham khảo các tài liệu sau: Data Access Layer trong Microsoft Application Block; O/R Mapping (Object-to-Relational Mapping): Wilson O/R for .NET, ORM.Net, Object Space; Java Persistence for Relational Databases, Richard Sperko (Apress 2003- ISBN:1590590716).

Lưu ý: Persistence Layer về cơ bản có cùng tính năng như DAL. Tuy nhiên, Persistence Layer có khái niệm và cách thức thực hiện khác với DAL một ít, mỗi loại có cái hay và cái dở riêng.

Business Object Layer (BOL)

Business Object (đối tượng nghiệp vụ) rất thú vị ở chỗ chương trình nào cũng cần có nó, nhưng lại chẳng có framework hay chuẩn nào cho bạn cả. Đơn giản là vì business object thay đổi luôn tùy yêu cầu cụ thể của từng nghiệp vụ (business) khác nhau.

Trong đa số trường hợp, Business Object sẽ được thiết kế gần giống với Data Object (chỉ chứa dữ liệu hoặc nói chuyện với CSDL), chỉ khác ở chỗ thêm vào đó một ít quy tắc kiểm tra nghiệp vụ (ví dụ: nếu tài khoản chỉ có 1000 thì không cho phép rút 1 triệu đồng).

Tuy nhiên, có những vấn đề lặp đi lặp lại mà nghiệp vụ nào cũng gặp, chẳng hạn: transaction (giao tác), distribution (phân phối), validation (kiểm tra). Khi thiết kế Business Object, người thiết kế bao giờ cũng đau đầu với những câu hỏi như: nên tạo stored

procedure hay không? Nên validate ở đâu (trong DBMS, trong server, hay trong client)? Object như thế có thể mở rộng không, có đáp ứng nhanh không? Vân vân và v.v...

BOL là một lớp abstraction cho phép giải quyết những vấn đề thường gặp khi thiết kế business logic. Với một framework tốt, BOL đóng vai trò rất quan trọng vì nó là "sợi chỉ đỏ xuyên suốt các layer".

Vì nhiệm vụ của Business Object rất đa dạng và cũng có nhiều khó khăn khác nhau nên BOL thường được đóng gói với tên gọi Application Frameworks. Lập trình viên bình thường và những dự án vừa và nhỏ ít có cơ hội tiếp xúc. Những framework thương mại chủ yếu dành cho các dự án lớn và đòi hỏi phải học chuyên sâu. Tuy nhiên, nếu đơn giản hóa vấn đề thì bạn cũng có thể tự viết một BOL cho riêng mình để tăng năng suất lập trình.

Tham khảo: C# Expert Business Object (cuốn này hơi khó kiếm, nhưng nên có)

Presentation Layer

Hồi lúc trước, mình là tín đồ của nàng Athena xinh đẹp (nói cách khác là dân ghieen Delphi). Khi chuyển sang C#, mình đã thất vọng tràn trề. Lẽ ra trong Delphi thiết kế một form có master/detail view chỉ mất 1 phút thì trong C#, phải mất 2 trang code (hồi mới học thì mất cả tuần vì không hiểu làm sao để sử dụng cái datagrid). Sau đó, chuyển sang ASP.NET thì càng đau khổ hơn nữa.

Tại sao ta lại phải khổ thế nhỉ? Viết form cực kỳ "chua" (hỏi mấy người lập trình Java với AWT thì biết). Với các ngôn ngữ hiện đại, ta có designer làm sẵn cho, chỉ việc kéo thả là xong. Các bộ "control" (thành phần điều khiển) thương mại hiện có rất nhiều, mỗi người một vẻ. Với những bộ lớn như của ComponentOne, Janus System, họ gắn luôn mác Presentation Layer vào sản phẩm. Có lý phần nào vì đó là những component phục vụ cho việc trình bày thông tin.

Nhưng vẫn còn nhiều vấn đề:

1/ Lệ thuộc vào control nhất định. Hãy quên chuyện thay thế grid của Winform bằng grid của Developer Express mà không cần phải sửa lại code đi nhé.

2/ Không có chuẩn. Mỗi bộ control là một framework mới cần phải học và không tương thích gì với nhau cả. Đừng mơ có chuyện viết code năm nay, 2 năm sau quay lại thay giao diện "cái rết".

3/ Logic code và UI code quện lẫn, vào nhau. Visual Studio 2005 cố gắng giúp (lừa) bạn tránh chuyện này bằng partial class, chia code thành 2 file: aspx, code-behind (bắt chước asp.net).

4/ Visual rất luộm thuộm. Bạn nghĩ sao nếu bạn viết chương trình đồng hồ analog (có kim giờ, phút, giây quay vòng vòng), nhưng ngày mai bạn thích đồng hồ Digital (chỉ hiển thị số). Bạn có thể nào giữ nguyên logic code, chỉ cần thay thành phần màn hình trong 5 giây không?

5/ Data-binding: Rất phiền. Những control sẵn có khiến cho bạn trở thành "gà công nghiệp" và lệ thuộc vào nó. Điều đáng buồn là khi bạn cần nối kết dữ liệu hơi phức tạp thì vẫn cứ phải "chân lấm tay bùn", quay trở lại viết code từng dòng một, xử lý event từng chỗ một.

Những năm gần đây xu hướng Declarative Programming gây được nhiều sự chú ý. Lấy ví dụ như thay vì viết code tạo form như sau:

```
Button b = new Button();  
b.SetBounds(100,100,50,25);  
b.Text = "Click me";  
b.Click += new EventHandler(b_OnClick);
```

Thì ta có thể tạo một file XML như sau:

```
<Button Location="100,100" Size="50,25">Click me</Button>
```

Sao giống lập trình web quá vậy? Vâng, web chính là thuở ban đầu của declarative programming. Bạn thử tưởng tượng cũng một file XML đó, bạn có thể dùng làm Windows application, bạn có thể dùng làm webform, có thể dùng cho Flash, có thể dùng cho Macintosh thì sao? Có mà nằm mơ!

Vâng, rất tiếc rằng ở thời điểm hiện tại chưa có Presentation Layer nào thực hiện được mơ ước "viết một lần, hiển thị trên mọi hệ thống". Tuy nhiên, ít ra thì bạn không còn phải viết code từng dòng bằng tay nữa, bạn có thể nhờ Presentation Layer để tự kiểm tra đầu vào, tự sinh các form, tự dàn trang, v.v... Bạn hãy tìm hiểu thêm các chủ đề sau: Avalon, MyXaml, XAML, XAMLon, Flex, XUL...

Mẫu thiết kế

Mẫu thiết kế (Design Pattern) nôm na ra là cách thức giải quyết cho những vấn đề thường gặp. Điều đáng buồn là các sách về design pattern "khô như ngói, nhạt như nước ốc". Nhưng tin vui: design pattern là công cụ sẽ giúp bạn tăng lương lên gấp đôi (hoặc hơn). Đơn giản vì design pattern chính là kinh nghiệm xương máu của những người đi trước đúc kết được. Khi học design pattern, bạn sẽ có những kinh nghiệm vượt trước năng lực của mình.

Tài liệu để đọc về design pattern hiện có rất nhiều. Mình chỉ mạn phép góp ý với các bạn một câu khi học về lĩnh vực này: "hãy nắm lấy ý tưởng, đừng chú trọng vào code". Nếu bạn chỉ nhìn vào code ví dụ, bạn sẽ dễ bị "tẩu hỏa nhập ma", sẽ bị lệ thuộc vào code, nhìn thấy cái nào cũng na ná nhau, và tệ hại nhất là chẳng biết áp dụng cho cái gì khác ngoài ví dụ ra.

Hy vọng bài viết này sẽ giúp các bạn có được một số gợi ý để đào sâu nghiên cứu thêm. Chúc các bạn luôn "cháy bỏng" niềm đam mê lập trình.

40) Tăng tốc độ hiển thị Web

Bài viết này nêu ra những vấn đề liên quan khi muốn tăng tốc độ hiển thị Web

- Tại server: Giảm thiểu những tính toán trên server, tối ưu CSDL, tạo bộ đệm, tối ưu chương trình...
- Đường truyền: Giảm thiểu dữ liệu truyền trên mạng bằng cách giảm kích thước các file hình, giảm yêu cầu trao đổi dữ liệu giữa server và client...
- Tại máy client: tối ưu mã html để trình duyệt hiển thị nhanh.

Với chiến lược trên, dưới đây là 10 thủ thuật có thể giúp tăng tốc độ hiển thị trang web.

1. Dùng CSS định nghĩa thuộc tính của các đối tượng trong trang web

Việc dùng CSS sẽ giúp cải thiện tốc độ tải trang web đáng kể. Trình duyệt sẽ chỉ tải file CSS về máy client một lần, những lần sau các trang web sử dụng file CSS này sẽ lấy ngay tại client. Việc tập trung toàn bộ định nghĩa thuộc tính vào file CSS giúp cho đoạn mã HTML trở nên ngắn gọn, rõ ràng đồng thời giúp giảm kích thước của trang web.

Một điểm tiện lợi nữa khi dùng file CSS là bạn có thể thay đổi màu sắc, giao diện của những trang web một cách nhanh chóng thông qua việc chỉnh sửa những thuộc tính trong file CSS.

2. Viết Javascript trên một trang và dùng cho nhiều trang

Điều này tương tự như kỹ thuật dùng file CSS cho mọi trang web. Ví dụ đoạn mã Javascript hiển thị quảng cáo dùng cho nhiều trang, nếu bạn viết toàn bộ mã Javascript trong một file rồi khai báo dùng nó ở các trang như sau:

```
< script type="text/javascript" src="quangcao.js">< /script>
```

Giống như file CSS, trình duyệt chỉ tải về file này một lần.

3. Dùng AJAX

AJAX là chữ viết tắt của Asynchronous JavaScript And XML, đây là kỹ thuật dùng Javascript và XML để tối ưu việc trao đổi dữ liệu giữa client và server. Giả sử trang web của bạn chứa rất nhiều thông tin, trong đó có một phần chứa 2 combobox: Quốc Gia và Thành Phố. Khi bạn chọn một quốc gia trên combobox 1, thì trong combobox 2 các thành phố tương ứng sẽ hiện ra. Theo cách thông thường, khi chọn một quốc gia, thông số của nó sẽ được gửi về server. Tại đây nội dung của trang web được tính toán lại rồi được gửi trả cho client với combobox2 chứa các thành phố của quốc gia được chọn. Như vậy chỉ một phần nhỏ trong trang web thay đổi mà phải tải về toàn bộ trang web và vẽ lại. Với AJAX, sau khi xử lý, server chỉ gửi trả kết quả cho client danh sách các thành phố chứ không phải toàn bộ trang web. Điều này cải thiện rất nhiều tốc độ đáp ứng của trang web.

4. Mạnh dạn bỏ những gì không cần thiết

Bỏ file flash, audio nếu chúng không thực sự cần thiết. Ngoài ra, đối với người lập trình web, việc sử dụng control của HTML thay cho server control của ASP/JSP... cũng giúp giảm được thời gian biên dịch (từ ASP/JSP... sang HTML).

5. Tránh dùng table lồng trong table

Khi bạn viết table lồng trong table, trình duyệt sẽ mất nhiều thời gian hơn để hiển thị trang web. Đây là điều ít người để ý nhất nhưng lại là một kỹ thuật cải thiện tốc độ hiển thị trang web đáng kể nhất. Khi bạn đặt một table bên trong một table, sẽ mất một khoảng thời gian khá dài để trình duyệt web duyệt qua toàn bộ mã lệnh bên trong mỗi table rồi mới làm đến việc trình bày lên màn hình cho người dùng xem. Nếu có thể, bạn hãy sử dụng CSS để tạo ra những dòng và cột cho trang web.

6. Không dùng table bao toàn bộ nội dung trang web

Nếu bạn dùng một table lớn để tạo layout cho trang web như sau:

```
<body>
<table width="100%" border="0">
  <tr>
    <td colspan="3">Top</td>
  </tr>
  <tr>
    <td>Left Menu</td>
    <td>Content</td>
    <td>Right Menu</td>
  </tr>
  <tr>
    <td colspan="3">Footer</td>
  </tr>
</table>
</body>
```

Trình duyệt sẽ phải tải toàn bộ thông tin của các thành phần trong bảng gồm: Top, LeftMenu, Content... về máy client, rồi xử lý tính toán toàn bộ control, khoảng trắng, hình ảnh... bên trong table. Khi mọi việc đã thực sự hoàn tất, trình duyệt web lúc đó mới hiển thị toàn bộ nội dung bên trong table lên màn hình cùng lúc.

Nếu không dùng table bao toàn bộ nội dung trang web, thì ngoài việc giảm được dung lượng trang web, thời gian xử lý hiển thị tại máy client, nó còn cho phép trình duyệt web hiển thị dần từng phần đã xử lý xong, cho người dùng có một vài thông tin để đọc trước, trong khi chờ những phần khác tiếp tục hiển thị, điều này tạo cho người dùng cảm giác trang web của bạn có tốc độ hiển thị nhanh.

7. Phân trang web thành các trang nhỏ hơn

Thay vì hiển thị toàn bộ thông tin trên 1 trang web, bạn hãy phân trang web thành nhiều mục nhỏ và hiển thị trên nhiều trang khác nhau. Giống như Yahoo Mail, tại mỗi thời điểm, các bạn

chỉ có thể xem được tiêu đề của 50 email lên màn hình, để xem danh sách các email khác bạn phải nhấn liên kết next/previous...

Điều này không chỉ giúp tăng tốc độ hiển thị trang web mà trên thực tế, phần lớn người dùng thật sự không thích phải ngồi chờ vài phút để rồi xem một trang web có nội dung khá dài, phải dùng đến scroll bar mới xem được hết toàn bộ nội dung.

8. Xóa các khoảng trắng không cần thiết

Cố gắng xóa tất cả những khoảng trắng không cần thiết trong đoạn mã html. Hãy nhớ là một lần ấn phím space sẽ làm tăng kích thước trang web của bạn lên 1 byte. Việc loại bỏ khoảng trắng này có thể làm bằng tay hoặc dùng công cụ hỗ trợ như HTML code Cleaner (có thể tìm với Google).

9. Dọn dẹp mã chương trình cho sáng sủa

Hãy loại bỏ toàn bộ những thẻ trống như `div>`

hay `.` Điều này không những giúp cải thiện dung lượng trang web, tăng tốc độ hiển thị mà còn giúp cho mã lệnh của bạn trở nên rõ ràng, giúp dễ dàng hiệu chỉnh hoặc nâng cấp.

10. Tối ưu hình ảnh

Hạn chế dùng hình ảnh: Hình ảnh giúp cho trang web của bạn trở nên sống động và lôi cuốn, tuy nhiên hình ảnh cũng chính là một trong những nguyên nhân làm chậm tốc độ hiển thị trang web.

Chỉ định rõ kích thước của hình ảnh: Khi trình duyệt hiển thị hình ảnh của trang web, nó phải biết kích thước của tấm ảnh để có thể chừa khoảng trống trên màn hình cho việc hiển thị tấm ảnh này, và việc hiển thị sẽ theo trình tự từ trên xuống. Nếu bạn không định rõ kích thước của tấm ảnh (ví dụ: `<WIDTH="125" height="50">`), trình duyệt phải tải tấm ảnh trước để xác định kích thước rồi mới xử lý hiển thị nội dung. Điều này cũng tương tự như việc sử dụng table bao toàn bộ nội dung. Vì vậy nếu được, bạn nên sử dụng khai báo "width", "height" để chỉ định trước kích cỡ của hình ảnh.

Giảm kích thước hình ảnh: Hãy giảm tối đa kích thước hình ảnh. Đôi khi bạn không cần phải trưng lên trang web những hình ảnh có chất lượng thật cao mà có thể dùng thumbnail thay thế. Định dạng GIF/JPG là lựa chọn hàng đầu cho trang web vì kích thước nhỏ.

41) Những lỗi thường gặp trong thiết kế website

Chỉ khi bạn nghĩ là bạn có bản thiết kế trang web không phù hợp nhất trong mạng lưới toàn cầu (World Wide Web), bạn mới hiểu rõ rằng mọi điều đã không đúng ngay từ đầu. Bạn không có xếp hạng tốt trong các công cụ hỗ trợ tìm kiếm và bạn không định hướng được đúng nhóm người truy cập vào thị trường mục tiêu của mình. Đơn giản hãy coi như các sản phẩm và dịch vụ của bạn chưa có ích và bạn chưa thể thu được lợi nhuận như mong muốn.

5 lỗi hàng đầu trong thiết kế website mà mọi người thường gặp phải.

Nó không có nghĩa rằng bạn thực sự giỏi trong nghệ thuật và thiết kế nhưng bạn sẵn sàng như một người có khả năng trong thiết kế website. Vì thế, nếu bạn muốn đảm bảo rằng bạn có thể đạt được mục tiêu thì bạn hãy nhớ những lỗi sau trong khi thiết kế website:

1. Trang web không tương thích với nhiều trình duyệt website. Một trong những lý do đầu tiên tại sao thiết kế trang web của bạn không hề được nhấp chuột là vì nó không hiện lên được với đa số các trình duyệt internet. Hãy nhớ rằng người truy cập internet có thể sử dụng rất nhiều kiểu trình duyệt web kinh điển như: Mozilla Firefox, Internet Explorer, Opera, và Crazy Browser. Như vậy, điều đó chỉ có nghĩa rằng nếu bạn muốn đảm bảo mình có thể giành được nhiều khách hàng tiềm năng có thể thì trang web của bạn nên được hiện trên tất cả các kiểu trình duyệt. Trước khi đẩy trang web lên thì hãy tiến hành một số kiểm thử cơ bản như thế thì bạn có thể hiệu chỉnh được các vấn đề có thể xảy ra.

2. Sử dụng quá nhiều Flash. Khi vào các trang web thì dường như đó là một sự lưu ý sai lầm bởi rất nhiều nhà thiết kế website ngày nay tin rằng một trong những cách tốt nhất để thu hút được mọi người đến với thị trường mục tiêu của họ là kết hợp nhiều Flash và các hoạt ảnh khác trong trang web của mình. Mặc dù họ không bao giờ thất bại trong việc thu hút được sự ham thích ban đầu của bất cứ người nào, song những phương pháp kỹ thuật này lại có những hạn chế riêng. Thứ nhất, chúng có thể làm chậm lại thời gian tải trang web và thật không may nó có thể khiến những người sử dụng internet mất kiên nhẫn. Thứ hai, các spider hỗ trợ tìm kiếm chỉ đọc các chữ chứ không phải hình ảnh. Do đó khi bạn sử dụng nhiều Flash thì sẽ làm trang web của bạn sẽ khó đánh chỉ mục hơn.

3. Cỡ chữ không thân thiện với những người sử dụng internet. Ngoài bản thiết kế tổng thể cho các trang của website thì cũng phải lưu tâm đến cỡ chữ mà bạn định sử dụng. Lỗi thông thường trong khi thiết kế website là sử dụng rất nhiều cỡ chữ lớn, điều này khiến các nhà sử dụng internet đọc nội dung rất bất tiện. Đôi khi chúng cản trở bạn trong việc điều chỉnh cỡ chữ. Nhờ việc bổ sung màu nền thì cỡ chữ dễ đọc hơn. Theo các nghiên cứu thì việc sử dụng chữ màu vàng trên nền tối là sự phối màu tốt nhất.

4. Nội dung không phù hợp với chủ đề của website. Thật ngạc nhiên, có những nhà thiết kế website đang làm cho nội dung website trở thành kém ưu thế trong bản thiết kế

của mình như: đọc lướt rất khó, nội dung quá dài cùng với sự không thích hợp trong những khoảng trống trắng, các trang bố cục gượng gạo. Rốt cuộc là khiến cho những người dùng internet sử dụng quá khó khăn để có được thông tin mà họ cần thực sự.

5. Các trang web không phải là công cụ hỗ trợ tìm kiếm thân thiện. Nếu bạn không quan tâm tới các cờ nhãn tiêu đề, không bổ sung các thẻ siêu dữ liệu (Meta tags) trong mỗi trang trên website hoặc nếu bạn nhồi nhét quá nhiều các từ khoá trên trang web của mình thì bạn chắc chắn sẽ không dành được sự thiên vị của các công cụ hỗ trợ tìm kiếm.

42) Thiết kế website tốt

Ngày nay, mọi tổ chức dù lớn dù nhỏ thì đều sở hữu một website. Nhưng chỉ có một vài website là thu được lợi nhuận từ đầu tư cao hơn hoặc có được lượng người truy cập hàng ngày nhiều hơn. Đó là bởi vì họ có được một trang web hấp dẫn được thiết kế tốt. Việc xuất hiện của trang web chính là yếu tố tiên quyết mà người ta quan tâm trong khi đang duyệt web. Hơn nữa, nó còn trở thành một đặc quyền trong khi thiết kế

Nhưng trước khi thiết kế website thì điều trọng yếu là phải xác định được kiểu website mà bạn sẽ tạo. Những kiểu website khác nhau tức là động hay tĩnh thì có những tham số thiết kế khác nhau. Dựa vào yêu cầu đưa ra mà bạn có thể thiết kế được một trang web phù hợp và lôi cuốn.

Đặc điểm của một website tốt

Mỗi trang web đều có những tham số thiết kế khác nhau. Nhưng chúng cũng những đặc điểm hoặc tham số giống nhau để tạo được một trang web tốt. Đó là:

- **Phối màu:** Việc lựa chọn phối màu phù hợp là rất quan trọng đối với website. Nếu trang web của bạn có liên quan tới trẻ em, thì lúc đó bạn lựa chọn những màu sáng như màu đỏ, da cam, xanh lục, vv... để thu hút sự chú ý của trẻ. Trong khi thiết kế một trang web chuyên nghiệp thì việc lựa chọn phối màu rất quan trọng để làm sao có được sự đồng bộ về màu sắc với tổ chức. Màu sắc cũng nên thể hiện được toàn bộ chủ đề và các loại hình dịch vụ/ sản phẩm được chào bán trên website đó.
- **Điều hướng truy cập:** Điều hướng truy cập đưa ra được một cách thực hiện trực giác cho những người truy cập. Điều hướng truy cập tốt giúp cho người truy cập dễ dàng duyệt toàn bộ website hơn. Bạn nên có những biện pháp sơ bộ cho điều hướng

truy cập dưới cùng và phía trái của toàn bộ website.

- **Bố cục:** Bố cục định rõ cấu trúc của website. Ngày nay, diện tích trang web của website có độ phân giải là 1024 x 768; diện tích trang web là nơi mà ở đó website được thể hiện so với toàn bộ màn hình. Cỡ chữ nên là 11 hoặc 12 pixels sẽ giúp chữ dễ đọc hơn. Nên chọn một kiểu chữ chuyên nghiệp hơn là những kiểu chữ theo sở thích.
- **Tải nhanh:** Website nên có các đồ họa để làm cho nó hấp dẫn hơn, nhưng tránh việc tải các hình ảnh hoặc đoạn chữ vì nó sẽ làm mất thời gian tải trang. Nếu các website tải chậm khiến người truy cập cảm thấy bị phiền hà và họ sẽ rời bỏ để duyệt qua website khác.

Tổng thể website nên có một giao diện bố cục chuyên nghiệp và thân thiện với người sử dụng để thu hút nhiều người truy cập hơn.

Trình xây dựng Website WebSmartz Flash

Trình xây dựng website flash là một trình cho phép bạn triển khai flash website design chỉ trong một vài bước đơn giản, ngay cả khi bạn không biết bất cứ các công cụ thiết kế đồ họa nào. Weismartz là một phần mềm thiết kế website như thế. Phần mềm này tốt nhất trong việc tạo ra những mẫu website flash thức thời. Chỉ trong vài phút, bạn có thể xây dựng những website trình thiết kế flash, những giới thiệu website flash và HTML hoặc những mẫu Flash. Xin ghé thăm trang www.websmartz.com để biết thêm thông tin.

43) SEO và thiết kế Web

Tối ưu hoá công cụ hỗ trợ tìm kiếm là một phương pháp cho phép những công cụ hỗ trợ tìm kiếm truy cập vào trang web bằng việc thâm nhập vào các thẻ siêu dữ liệu (Meta tags). Bởi thế, bạn phải đảm bảo rằng các thẻ của bạn phải được viết và đặt một cách hợp lý, nghĩa là việc sử dụng một số đặc tính cụ thể cho những tiêu đề, từ khoá và nội dung, trên mỗi trang web của bạn điều này sẽ hoàn toàn làm tăng được lưu lượng truy cập.

Nhưng trước tiên, bạn phải hiểu rằng thiết kế web là khía cạnh quan trọng đối với SEO. Bởi thế, vì thế mà bạn cần thiết kế website theo cách để mà nó thu hút được nhiều người truy cập hơn những trang khác. Tóm lại các thiết kế website tốt chỉ ít cũng thu hút người truy cập vào xem toàn bộ trang web.

Vậy nên, đây là vài thủ thuật thiết kế web khiến trang web của bạn thu hút hơn.

- Bạn phải lựa chọn cẩn thận, một sự phối màu chuyên nghiệp cho trang web của bạn để nó thể hiện được hình ảnh công ty của bạn. Hãy kết hợp thêm hai hoặc ba màu bổ sung.
- Hãy cố gắng sử dụng những hình ảnh và đồ họa trong trang web của bạn. Điều này sẽ mang lại lợi ích tốt cho bạn trong trường hợp người truy cập không được tự do đọc thông tin ngoài ra bạn có thể thu hút họ bằng những hình ảnh, và sau đó là bạn có thể truyền đạt thông điệp quan trọng của mình một cách rõ ràng. Điều này cũng sẽ giúp việc thu hút sự chú ý của người truy cập và lôi kéo họ quay trở lại xem trang web thường xuyên. Nhưng hãy nhớ rằng đừng quá lạm dụng Flash và những công cụ hoạt ảnh khác bởi điều này làm thời gian tải trang chậm và nhìn không chuyên nghiệp nữa.
- Hãy cố gắng sử dụng những ký hiệu và đánh số khiến nội dung của bạn thêm phần mềm mại và dễ hiểu. Người truy cập của bạn không thể đọc hết mọi câu trong nội dung nhưng có thể đọc những thông tin đặc biệt một cách dễ dàng.
- Bạn phải đảm bảo rằng những người truy cập của bạn có thể đọc chữ trên nền nghĩa là nếu nền màu tối thì luôn sử dụng màu sáng và ngược lại.
- Bạn không cần phủ đầy màn hình đầy chữ và đồ họa mà thay vào đó hãy sử dụng những khoảng trắng một cách hiệu quả của cũng như làm cho bố cục thoáng hơn.
- Hãy cố gắng tạo một lô gô đơn giản đồng nhất với trang web của bạn. Và chính lô gô này giải thích mọi điều về công việc kinh doanh của bạn. Hơn nữa, bạn phải rất quan tâm để không sử dụng nhiều hơn ba màu và không làm kích thước của nó quá lớn. Bạn cũng nên có một đường danh giới để phân cách giữa các tiêu đề, cũng như hãy viết một trang About Us nhằm mô tả được tính độc đáo cho trang web của mình. Những điều này sẽ để lại ấn tượng cho những người truy cập nhớ tới website của bạn.
- Bạn phải cung cấp một đường back tới trang chủ trên mỗi trang và đưa ra cho khách hàng của bạn thông tin mà họ sẽ tìm kiếm cũng như giúp cho họ tìm thấy nó dễ dàng và nhanh chóng.
- Bạn phải làm cho điều hướng truy cập website của mình được nhất quán . Bạn làm thế nào trên một trang thì cũng nên làm thế đó trên những trang còn lại. Hãy giữ cho màu sắc được nhất quán thì sẽ tốt hơn.

- Bạn phải đảm bảo rằng trang web tải nhanh hơn. Nếu những người xem phải mất thời gian chờ tải thì họ sẽ chuyển sang những nơi khác. Người ta ước tính rằng nếu một trang web tải mất 8 giây thì bạn sẽ mất 1/3 lượng người truy cập .

44) Những thủ thuật thiết kế chung

Việc biên tập ảnh hoặc hình minh họa có thể được làm cho vui nhưng không ai có thể làm “nhà thiết kế” mà không biết gì về các quy tắc thiết kế đồ họa. Nhiều người nghĩ rằng việc phá cách để có sự độc đáo là điều tốt nhưng thực sự không phải như vậy nếu không tuân theo các nguyên tắc ... thậm chí ngay cả những mục quảng cáo lạ mắt hoặc những quảng cáo khôi hài nhất cũng phải có các nguyên tắc

Bạn phải biết rằng những màu mà được sử dụng trong một bức vẽ luôn mang đến cảm xúc tới người xem. Các màu sắc được liên tưởng tới những cảm xúc, tâm trạng, nhiệt độ, khái niệm, chúng là những biểu tượng thực sự. Ví dụ, bạn có thể nhận thấy điều này khi xem những đoạn quảng cáo hoặc chương trình quảng cáo mà màu trắng và màu xanh nhạt kia được liên tưởng tới các sản phẩm có hàm ý hợp vệ sinh hoặc màu đỏ được sử dụng để cảnh báo nguy hiểm hay là màu tím được thể hiện về thịnh vượng hay sự xa hoa. Chỉ vì những màu này có một ý nghĩa thực trong tâm trí của mọi người.

Khi thiết kế bạn phải nhớ rằng đừng làm theo ý mình mà làm vì khách hàng và bạn đừng thiết kế bức vẽ đó cho cảm xúc riêng mình mà hãy là một thông điệp.

Mặt khác, khi thiết kế một bức vẽ mang tính nghệ thuật thì bạn phải diễn tả được những cảm xúc của riêng mình, dấu cho chúng có thể là gì đi chăng nữa nhưng trong hai hoàn cảnh khác nhau này thì màu sắc chính là những công cụ mà bạn phải làm chủ được. Vì thế, bạn nên luôn nhớ rằng con mắt của những người xem có thể dễ nhận ra hơn, chính xác hơn và nhạy cảm hơn bạn.

Hình mẫu

Dù bạn làm việc trên phương diện nhiếp ảnh hay thiết kế một trang web hoặc một logo, bạn nên cần hiểu được những hình mẫu chính tạo nên nó. Bạn có thể sẽ dùng các hình mẫu là kiểu hình vuông, hình tròn và hình tam giác hoặc được cấu thành từ bất kể đường nét hay các điểm chấm nào.

-Hình vuông thể hiện hoặc trình bày một cấu trúc, một khung.

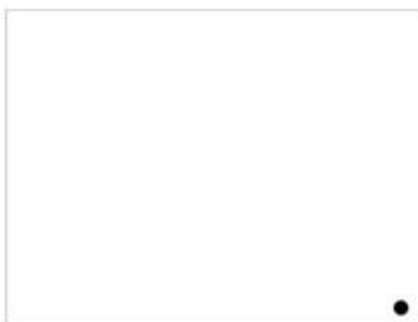
-Hình tròn có hai đặc tính: Nó là một mục tiêu để mắt tập trung vào và nó cũng được xem như một yếu tố hữu cơ hoặc cấu trúc trừu tượng (như phân tử, hành tinh và bong bóng).

-Hình tam giác là một kiểu hình ổn định và được cân bằng một cách hoàn hảo thể hiện năng lực tiềm tàng. Nó cũng có thể cho thấy một hướng khi kích thước các cạnh của nó bị thay đổi.



Tính đơn giản

Ở đây tôi muốn chứng minh bằng cách có thể thực hiện đơn giản nhất để làm một bức ảnh “bắt mắt” : Chương trình quảng cáo của 20 năm gần đây liên tục cố gắng để tìm ra những cách để gây chú ý nhất cho khách hàng với những màu sắc sặc sỡ, các bức ảnh đầy kỹ xảo, họ dần sử dụng càng ngày càng nhiều thứ trong phong cảnh mà họ đã tạo ra cho tới khi nó trở nên quá nhiều và vô nghĩa. Đây là bức tranh ẩn tượng nhất mà bạn từng nhìn thấy:



Dấu chấm đơn giản trên một hình chữ nhật màu trắng là kết cấu được sử dụng trong hầu hết các bức ảnh, áp phích quảng cáo, trang web thương mại, vì thói quen sử dụng bằng chữ cái la tinh nên chúng ta thường đọc được từ góc trái trên cùng xuống góc phải dưới cùng của một trang. Ở bức tranh này, khung hình chữ nhật màu xám là khung mà khi nhìn vào thì chấm nhỏ màu đen thu hút sự tập trung của mắt và sức mạnh của nó được nhân lên nhờ sự tương phản cao nhất có thể. Nếu dấu chấm là một màu xám nhạt khiến mắt sẽ phải tìm kiếm và tập trung vào nó nhiều hơn và đem lại những ý nghĩ nghi ngờ cho người xem; nếu dấu chấm đó là màu đỏ thì nhìn nó như một sự cảnh báo.

Mặc dù tất cả điều này có thể nghe quá đơn giản hoặc không thực tế nhưng chúng lại là những khái niệm cơ bản trong việc thiết kế cũng như việc tạo ra một bức tranh. Mỗi nhà quản lý nghệ thuật đều hiểu rõ về tầm quan trọng của chúng.

Bởi vậy, bằng sự thử phân tích bố cục cho các bức tranh, bức vẽ, quảng cáo, trang web và bìa sách mà bạn nhìn thấy ở xung quanh Nó sẽ giúp bạn hiểu điều này và áp dụng những nguyên tắc đó sao cho hiệu quả. Tuyệt nhiên không phải lời giải thích này có thể là hoàn hảo mà nó chỉ có nghĩa khiến cho bạn luôn nhớ rằng “ càng đơn giản càng tốt”. Bạn hãy luôn tự hỏi các câu hỏi này trước khi quyết định kết thúc công việc của mình.

-Đối tượng nổi bật có thực sự cần một nền không?

Khi tôi nhìn ảnh thì mắt của tôi sẽ tập trung vào cái gì?

Các màu có cần được tương phản và đậm thêm hay nhạt bớt hơn nữa không?

-Thời gian trung bình để người xem hiểu được bức tranh đó?

- Tôi có thích bức tranh này do người khác làm mà không phải là tôi không?

Những câu hỏi này áp dụng cho những nhà thiết kế và cho cả những họa sĩ, bởi vậy hãy luôn giữ những bản thiết kế trong file PSD như thế bạn có thể tránh được những điều mà bạn không mong muốn.

45) 5 điều cần xem xét khi thiết kế website

Nếu bạn nghĩ rằng triển khai thiết kế trang web dễ dàng thì bạn có thể đã sai. Quy trình thiết kế website thực sự đòi hỏi rất nhiều sự phối màu hoàn hảo, sử dụng hoạt ảnh animation và Flash cũng như các cấu trúc đẹp cho các trang trên website.

Bạn nên nhớ điều gì khi thiết kế website?

Nếu bạn đang kinh doanh trực tuyến hoặc nếu bạn đang cố gắng để quảng bá các sản phẩm và dịch vụ của bạn thông qua World Wide Web, thì bạn phải biết rằng trang web của bạn sẽ là phương thức kết nối tới những người dùng Internet. Vì thế thiết kế trang web đang được triển khai sẽ quyết định được bạn sẽ thành công hay không.

Bạn hãy cân nhắc những điều sau khi thiết kế website:

1. Hãy hiểu rõ mục đích website của bạn, bạn không thể xây dựng một website chỉ để cho có, nếu không thì bạn sẽ không tận dụng hết vốn đầu tư của mình. Cho nên bạn cần biết lý do đằng sau sự sáng tạo của nó, bạn cũng có thể quyết định sử dụng một loại thiết kế website nào đó. Ví dụ, nếu bạn chỉ đơn giản cung cấp thông tin cho thị trường mục tiêu của bạn thì bạn có thể muốn đảm bảo cho các bài viết được đọc một cách dễ dàng. Nếu bạn đang bán những sản phẩm hoặc chào bán các dịch vụ thì bạn nên có những hình ảnh và sự mô tả trong trang dành riêng cho những sản phẩm và các dịch vụ đó để việc hiểu về chúng được thuận tiện hơn.

2. Hãy đảm bảo rằng mọi đường link có thể được nhấp chuột. Các đường link không hoạt động hoặc những đường link dẫn các người dùng và những spider của công cụ tìm kiếm đến các trang bị gỡ bỏ hoặc không thể truy cập được sẽ làm cho cả những người dùng internet và các công cụ tìm kiếm không dễ chịu gì. Về cơ bản, các khách hàng mục tiêu của bạn sẽ không muốn mất thời gian cho những đường link chết đó. Trang web của bạn cũng sẽ có các trang bổ sung và các trang này có thể cản trở cho những cơ hội có được những xếp hạng tốt. Vì thế, khi bạn triển khai thiết kế web thì hãy kiểm tra các đường link đầu tiên trước khi tải các trang. Các link này dẫn bạn tới được trang có nội dung phù hợp.

3. Hãy cân bằng các yếu tố khác nhau trên trang web của bạn. Dẫn cho tính tiện ích và tính có thể truy cập sẽ là 2 sự quan tâm đầu tiên trong việc tạo một website thì bạn cũng nên đảm bảo cho các trang nhìn được chuyên nghiệp. Những người dùng internet vẫn thường

vào các website có nội dung được bố cục hợp lý, màu sắc được sử dụng phù hợp cũng như có một số các hình ảnh hoặc video được đi cùng với những thông tin đó.

4. Website nên điều hướng truy cập dễ dàng. Chỉ có vài người triển khai được kỹ thuật nút Home tĩnh. Đó chính là khi nút home xuất hiện ở mọi trang trên website của bạn. Thông thường, khi có quá nhiều trang thì những người dùng có thể làm mất nó trong lúc đang duyệt. Nút home này có thể giúp họ bắt đầu lại từ đầu.

5. Hãy quan tâm tới các site map và thẻ tiêu đề hợp lý. Một trong những mục tiêu của thiết kế web là làm cho tất cả các trang trên website của bạn được lập chỉ mục dễ dàng. Vì thế, bạn cần bổ sung một site map, bởi vì nó sẽ thuận tiện hơn cho các spider công cụ tìm kiếm để index cho các trang. Các thẻ tiêu đề cũng sẽ khiến bạn tìm kiếm trong Google, Yahoo và MSN được thuận tiện hơn.

46) Các phương pháp thể hiện của logo

Thường kết hợp các hướng chủ yếu như: Trình bày nguyên dạng tên chữ của biểu tượng, giản ước tên chữ thành một tổ hợp chữ cái và sử dụng hình ảnh sản phẩm, dùng một hình ảnh và một dấu hiệu.

1. Sử dụng hình thức nguyên dạng tên chữ:

Thường tạo cho mẫu chữ một dáng vẻ đặc biệt gợi những liên tưởng sâu xa về tính chất công ty, đơn vị mà nó đại diện.

Ví dụ: Bằng mấy nét nhấn ở đầu N trong hàng chữ SANYO giúp tiềm ẩn một nguồn năng lượng nội, lại liên tưởng tốt đẹp về đồ điện.

2. Hình thức tổ hợp các chữ cái hoặc dùng chữ cái đầu của tên công ty, tổ chức.

Bản thân đã mang tính giản ước rõ rệt.

Bố cục thường để đạt hiệu quả.

Hình ảnh phải được cách điệu cao.

Tái tạo lại một hình ảnh mới của sản phẩm tránh sự nhàm chán.

Ví dụ: Pepsi Cola + Hình dáng chiếc nắp chai được cách điệu thành một hình tròn đỏ - xanh với sọc trắng hình làn sóng nằm giữa, liên tưởng đến sự ngọt ngào, cảm giác thỏa mái, thú vị tận hưởng.

3. Mượn một ẩn dụ và một ký hiệu nào đó?

Nói lên bản chất của đối tượng Đòi hỏi:

- Trí tưởng tượng.

- Kiến thức rộng.

- Những suy nghĩ tiềm tàng.

- Những liên tưởng sắc sảo.

Ví dụ: Logo của hãng dầu Shell, hình con sò ẩn dụ về nguồn năng lượng thiên nhiên cổ xưa và vĩnh cửu (nguồn gốc dầu mỏ là do động, thực vật sau những biến động của trái đất bị vùi sâu dưới các tầng địa chất, bị phân hủy bởi các khuẩn môi trường yếm khí mà ra sự liên tưởng về các lớp trầm tích của vỏ đất, nơi khai thác ra dầu mỏ).

Các yếu tố thành phần (hình tượng).

- Thường được vẽ cùng với tên công ty và tổ chức Logo đó.

- Tên gọi của logo, xuất xứ tác phẩm, phân biệt sản phẩm của công ty này, hình ảnh nào khác.
- Có khi được thiết kế bằng chính tên gọi của logo mà không cần sử dụng hình ảnh nào khác.
- Phải được tạo hình một cách thật đặc biệt, không lẫn lộn với MARK, sản phẩm khác của công ty.
- Mang đầy đủ tính chất thông tin, bản chất hoạt động của công ty, các mục tiêu thương mại.
- Bao gồm những mẫu thích hợp thể hiện ý đồ thông điệp một cách hợp lý và minh bạch.

1. Kiểu chữ:

- Mang ý nghĩa về tạo hình, tính chất thông tin.
- Được quan niệm như một hình tượng như bất cứ hình tượng nào khác.
- Mỗi kiểu chữ không chỉ đơn thuần mang những từ ngữ của thông điệp mà nó nâng cao còn hỗ trợ cho hình ảnh sản phẩm nó đại diện.
- Chữ cái có thể lấy từ các kiểu chữ Roman, San Serif hay Script
- Có thể chuyển hóa sang dạng trừu tượng, tạo ấn tượng thể hiện.
- Tạo được sự hấp dẫn bằng cách pha màu, tạo hạt Tram bằng máy vi tính, tạo dáng, tạo kiểu.
- Các nhà thiết kế phải nắm được các kiểu chữ, khảo sát các phong cách chữ khác nhau trước khi đi đến quyết định cuối cùng.

Những yếu tố quan trọng.

- + Tính dễ đọc.
- + Khoảng cách chữ.
- + Sự thích ứng, ngữ nghĩa phải phù hợp với hình thức của bản thân chữ nhằm mục đích đạt được ý đồ sáng tạo ý nghĩa trong cách trình bày chữ.

Bảo đảm trong việc chọn kiểu chữ, phong cách chữ:

- + Hình thức của chữ nằm trong sự phối hợp hài hòa giữa các nét bản, nét phụ, nét trang trí của từng loại chữ, kiểu chữ.
- + Kích cỡ, bề dày không quá nặng nề.
- + Không quá vô nghĩa
- + Rõ ràng và không hỗn độn.
- Ngoài các kiểu chữ thông thường, các kiểu chữ hoa văn, uốn lượn, kiểu chữ viết tay đều có thể sử dụng được (có thể mang tính trừu tượng), đưa vào hình ảnh đồ họa tạo nên một logo, ký hiệu trừu tượng, cuốn hút.

Ví dụ: Logo của công ty Kim Hoàn sử dụng kiểu chữ nhỏ nét và trang trí phản ánh vẻ đẹp của đồ trang sức.

Logo một công ty xây dựng sử dụng nét chữ cứng và to hơn.

Các công ty, đơn vị không có tính chất sắc nét như vậy, tìm một kiểu chữ giống với tính chất và sắc điệu của sản phẩm.

Chữ:

- + Có thể chỉ là những con số.
- + Là một chữ.
- + Một sự tập hợp của hai, ba hoặc bốn chữ cái.
- + Của cả một tên chữ.
- + Đòi hỏi:

+ Phải có sự cách điệu trên bản thân hình chữ làm cho khác đi với các dạng kiểu chữ trong các Mark sản phẩm khác.

+ Tạo cho bản thân chữ (yếu tố quan trọng) trở thành có nghĩa.

Ví dụ: Logo AQUEDCT của trường đua ngựa với dáng chữ A rất đẹp nó là sự vững chãi của dáng chữ SANS SERIF kết hợp với sự năng động khấn trương của chữ nghiêng, đầu chữ kéo dài thêm, ấn tượng lôi cuốn người xem vào cuộc đua ngựa hào hứng, tộc độ, mạnh mẽ.

2. Tên gọi: Một công ty thường có tên:

- Thương mại: là tên mà một công ty mang để kinh doanh.

- Tên giao dịch: là tên công ty sử dụng khi giao dịch với các công ty và tổ chức khác thường được thiết kế, sử dụng làm tên gọi của logo bởi tính chất:

+ Đơn giản.

+ Quốc tế hóa.

+ Tạo sự phân biệt cao.

+ Thuận lợi trong kinh doanh, in ấn, quảng cáo.

Những yêu cầu cơ bản nhất để tạo nên một tên gọi thật hiệu quả cho logo.

Quốc tế hóa.

- Một tên gọi nếu không được quốc tế hóa thì sản phẩm khó tiêu thụ được trên thị trường thế giới.

Ví dụ: Người nước ngoài sẽ khó nhớ hoặc đọc một cách trôi chảy tên công ty sữa Việt Nam, nên quốc gia hóa thành VINAMILK, ngắn gọn, dễ hiểu.

- Một cái tên tuy đã mang tính quốc tế hóa nhưng tên gọi vẫn quá dài thường rút ngắn lại bằng cách tổ hợp các chữ cái đầu.

Ví dụ: COKE, Coca Cola...

- Khi tổ hợp một tên gọi tạo hình cho chính bản thân chữ để mang những sắc thái mới, những dáng vẻ mới mang đầy đủ ý nghĩa của tên gọi mà nó tổ hợp lại.

Âm thanh.

- Tên gọi trong logo về âm thanh lúc đọc không gây sự nhầm lẫn và trùng lặp với mặt ngữ nghĩa. Phải dễ nghe lần khi đọc tên. Ví dụ: Giày Biti;s với giày Biti's

- Khi phát âm thường nên quá bốn âm, hai ba âm là tốt nhất, mỗi âm đọc lên phải dễ dàng. Tạo một sự liên tưởng tích cực.

- Không được đồng âm với những từ địa phương khi phát âm mang một nghĩa xấu.

Ý nghĩa.

- Tên gọi không bao hàm nghĩa xấu khi ở trong nước và ra nước ngoài. Phải tránh không bị "chơi chữ" thành một nghĩa xấu, không bị gây khó chịu ở nước ngoài.

47) Giúp bạn thực hiện đồ họa trên các trang web

Đồ họa có thể làm gia tăng sự hấp dẫn cho web site của bạn và có thể thúc đẩy tính tương tác giữa các hình ảnh. Bạn có thể dễ dàng đưa các file đồ họa trên các trang web. Bạn cũng có thể đưa vào các phần chuyển động bằng cách sử dụng các file hình ảnh, phim, plug in phức tạp. Phần này sẽ kiểm tra các loại file đồ họa khác nhau và giải thích cho bạn biết cách thức bật nó lên trên các trang web.

Các loại file đồ họa

File đồ họa có thể được phân loại dưới dạng ảnh bitmap hoặc dưới dạng ảnh vector. Ảnh bitmap thỉnh thoảng còn được gọi là ảnh raster, được tạo ra bởi nhiều chấm màu hoặc

chấm xám nhỏ. Khi được xem tổng thể, nó trông giống như một bức ảnh. File bitmap, .bmp là một ví dụ của loại ảnh raster này. Ảnh vector cũng có tên gọi khác là ảnh đối tượng bởi các phương trình toán học vốn giao tiếp để biết cách thức vẽ nên các đường thẳng và hình dạng giúp tạo ra hình ảnh của phần mềm. Các file raster dễ nhập vào hơn từ trình ứng dụng phần mềm sang một trình ứng dụng khác so với các ảnh vector khác, bởi vì các file raster rất dễ hiển thị.

Ảnh đồ hoạ đan chéo vào nhau được tải xuống từ các trang web trong các lớp, vì vậy lớp đầu tiên sẽ vẽ ảnh đồ hoạ từ trên xuống dưới dạng mờ. Từng lớp sẽ làm cho ảnh xuất hiện sắc nét và rõ ràng hơn. Các ảnh đồ hoạ được tải xuống theo cách này dễ dàng chấp nhận hơn vì nhiều người, dựa vào cách thức tải ảnh, có thể xác định được loại hình của ảnh mà không cần phải chờ đợi quá lâu. Các ảnh không đan chéo vào nhau chỉ được vẽ qua một lần, từ trên xuống dưới, và người dùng phải chờ cho đến khi toàn bộ ảnh tải xuống để có thể xem được toàn bộ hình ảnh.

Tạo nền trang web

Kết cấu của phần nền có thể làm gia tăng tính hấp dẫn vào trang web và cải tiến cách nhìn cũng như cảm giác của người xem. Giá trị bề rộng và bề cao được cho trước dưới dạng pixel. Một pixel là một đơn vị nhỏ nhất của khoảng trống trên màn hình máy tính vốn có thể được điều khiển bằng phần mềm. Độ phân giải của của màn hình máy tính được đo dưới dạng pixel. Paint Shop Pro là một bộ phần mềm đồ hoạ và ảnh động, cho phép bạn điều chỉnh hình ảnh đồ hoạ và sử dụng ảnh đồ hoạ này để tạo nên chuyển động. Công ty sản xuất phần mềm Paint Shop Pro đã hỗ trợ phiên bản cho người dùng sử dụng thử trong 30 ngày và bạn có thể tải xuống từ địa chỉ www.jacs.com

Những vấn đề cần lưu ý khi tối ưu hoá thời gian tải các trang

Tuy nhiên, bạn nên lưu ý nhằm tìm những cách tối ưu để giảm thời gian tải một trang về mức thấp nhất. Có thể một số gợi ý sau sẽ giúp được bạn:

- Nếu bạn phân phối các file có kích thước lớn dưới dạng PDF, bạn nên nghĩ đến việc cắt nó thành nhiều file nhỏ hơn để dễ dàng tải hơn.
- Nên sử dụng các file GIF cho ảnh đồ hoạ và file JPEG cho ảnh chụp.
- Bất cứ lúc nào có thể bạn nên sử dụng các file đồ hoạ cũng như các file audio nén.
- Nếu có sự chọn lựa, bạn nên sử dụng màu nền đồng nhất thay vì sử dụng màu nền kết cấu cho ảnh đồ hoạ của bạn để nó có kích thước file nhỏ hơn..
- Chỉ sử dụng một vài màu. Bạn có thể chọn số lượng màu để hiển thị ra ảnh của mình và nếu bạn tạo một ảnh, có thể chọn để sử dụng palette nhỏ hơn.
- Chọn kích thước nhỏ nhưng thực tế. Tốt hơn là nên hiển thị ảnh nhỏ để người xem của bạn tải nó về mà không phải ngồi chờ quá lâu mới có thể xem được một ảnh lớn.
- Đừng lưu ảnh theo theo những kiểu định dạng khác nhau. Làm như vậy có thể làm cho chất lượng file giảm xuống so với kích thước file.

48) Một vài thủ thuật giúp trang web của bạn tải nhanh hơn

Tại sao mọi người không click tiếp đến những phần khác nữa trên website trong khi trang web của bạn có nội dung hay, thiết kế đẹp? Theo nhiều trường hợp thì vấn đề là thời gian

tải. Mọi người đang rời bỏ website của bạn vì một lý do đơn giản rằng nó đã làm mất quá nhiều thời gian để tải thông tin.

Thời gian tải nhanh là vô cùng quan trọng, các nghiên cứu về tiện ích web cho biết rằng người dùng internet đánh giá đó là một trong những vấn đề quan trọng nhất đối với một website. Những người sử dụng thích truy cập vào một trang web có tốc độ tải nhanh với chất lượng trang ở mức trung bình vẫn hơn là một website đẹp nhưng tải chậm. Điều này là không nghi ngờ gì nữa.

Vậy tối đa là bao nhiêu? Theo các nghiên cứu là 10 giây. Những nghiên cứu cũng cho biết rằng 1/3 người dùng sẽ rời bỏ một website nếu không nằm trong giới hạn này. Bạn có thể nghĩ rằng trong thời đại băng thông rộng này thì tốc độ tải không có ý nghĩa mấy. Nhưng bạn hãy nhớ rằng ở Mỹ có hơn một nửa số người sử dụng internet vẫn đang dùng kết nối dial-up chậm chạp, nếu bạn cũng ở trong số những người đó thì bạn đã có sự đồng cảm với tôi). Các quốc gia khác hầu hết đã rời bỏ kết nối dial-up nhưng băng thông rộng thì chắc chắn còn lâu mới phổ biến.

Cho nên, bạn cần lưu ý tới kích thước và tốc độ tải cho trang web của mình. 10 giây đó trên kết nối dial-up 56K tương đương với tốc độ tải 70KB dung lượng của trang web. Điều đó có nghĩa rằng ngôn ngữ đánh dấu siêu văn bản (HTML) và đồ họa của bạn sẽ bổ sung thêm tới 70KB để có được một giới hạn tuyệt đối. Đó là yêu cầu khá khắt khe và bạn phải tính toán đến từng byte dung lượng.

Hãy giảm thiểu đồ họa

Giảm số lượng đồ họa ở mức tối thiểu là điều đầu tiên bạn cần làm. Đừng có những đồ họa cho những vị trí mà text hoặc CSS sẽ chiếm giữ hoặc ở nơi chúng không làm nổi bật đáng kể được những thông tin và thiết kế của bạn. Bạn nên cân nhắc sao cho trang web như là một phương tiện truyền đạt text và hài hòa được các đồ họa.

Hãy nén đồ họa

Ngay khi bạn đã bỏ đi các đồ họa không cần thiết thì bạn nên nghĩ đến việc nén phần còn lại. Hãy thử tăng độ nén ảnh JPEG, hoặc giảm số lượng màu sắc. Nếu những đồ họa đó thực sự không có nhiều màu sắc khác nhau, bạn có thể thử sử dụng ảnh GIF.

Nếu bạn không thể nén dung lượng của bất cứ đồ họa nào được nhỏ hơn, thì bạn có thể điều chỉnh kích thước những đồ họa đó nhỏ hơn.

Hãy thu gọn HTML của bạn

Bạn sẽ ngạc nhiên vì mã HTML bị phình to để chứa những thẻ tag không cần thiết, đặc biệt nếu bạn sử dụng một trình biên tập WYSIWYG hoặc thiết kế trang web của bạn sử dụng các bảng. Hãy thiết kế cho trang web của bạn sử dụng CSS nhiều nhất có thể, sử dụng một HTML ngắn gọn (hoặc chương trình làm gọn HTML khác) để thu gọn cho HTML của bạn. Bạn đừng bỏ qua lượng băng thông rộng được chiếm giữ bởi CSS, và hãy cố gắng giữ kích cỡ của nó nhỏ nhất nếu có thể.

Trong rất nhiều trường hợp thì một tiến trình thu gọn đơn giản có thể giảm thiểu kích cỡ tải xuống còn một nửa. Điều đó đặc biệt có hiệu quả cho các trang chứa những bài báo dài bởi vì số lượng của các thẻ không cần thiết mà nhiều các trình biên tập chèn vào phần đầu của những đoạn văn bản mới.

Hãy chuyển đổi dịch vụ lưu trữ web (Host Web)

Đôi khi dù bạn nỗ lực nhưng trang web vẫn tải chậm. Trong những trường hợp này thì host web của bạn có thể là nguyên nhân. Hãy kiểm tra từ một số những kết nối và máy tính khác nhau. Hãy cố gắng kiểm tra tốc độ bằng việc đặt lên một trang hoàn toàn khác nhau. Nếu nó vẫn liên tục chậm thì đó có thể là lúc di chuyển các host. Đầu tiên, hãy gửi email đến nhà cung cấp dịch vụ host của bạn về vấn đề này và để cho họ khoảng 1 tuần để khắc phục vì cũng có thể họ đang gặp những vấn đề mang tính tạm thời.

Khi bạn đang chuyển đổi các Host để có được tốc độ, hãy cân nhắc cho các website đã có tốc độ truy cập nhanh. Tìm ra người nào họ đã host cho họ và làm một nghiên cứu về họ (thông qua tên của nhà cung cấp dịch vụ host). Sau đó, bạn có thể kiểm tra vài website đã được host bởi nhà cung cấp dịch vụ host đó để kiểm tra tốc độ.

49) Điều gì khiến website thành công?

Điều gì khiến cho mọi website thành công? Điều gì làm tăng được số lượng khách truy cập và khiến họ luôn trở lại? Câu trả lời thật đơn giản- chắc chắn đó là các đồ họa web trên website của bạn! Nếu bạn có một bản thiết kế web chuyên nghiệp bạn có thể có được một nửa cuộc chiến trên thương trường! Các đồ họa hiệu quả và tươi sáng trên các trang của website sẽ bắt mắt, giúp thúc đẩy công việc kinh doanh của bạn, chúng như tấm danh thiếp của bạn và thường là ấn tượng đầu tiên về công việc kinh doanh và người sở hữu nó. Các yếu tố đồ họa trên website phải được tải đồng thời cùng với trang và được thể hiện trong bộ trình duyệt web.

Tất cả các yếu tố đồ họa nên được đặt trong cùng thư mục có tên là IMG hoặc các hình ảnh. Sau đó thư mục IMG được copy trong hàng loạt các trang html. Lúc này người có liên quan trong thiết kế web chuyên nghiệp và phát triển web có thể nghĩ tới làm thế nào để bổ sung hình ảnh trong các trang web. Chúng tôi sử dụng thuộc tính SRC để xác định vị trí nguồn ảnh. SRC viết tắt của "source" (nguồn). Giá trị của thuộc tính SRC là đường dẫn URL của hình ảnh bạn muốn hiển thị trên trang. Nói một cách khác, thuộc tính SRC cho thấy vị trí của file. Đây là cách mà cú pháp của một ảnh được xác định có dạng: nơi URL viết tắt cho vị trí ảnh (ví dụ: nơi mà hình ảnh được lưu trữ). Tuy nhiên, bên cạnh thuộc tính này, còn có các thuộc tính khác thể hiện cho các tính năng bổ sung khác nhau có liên quan đến vị trí hình ảnh trên các trang web.

Thuộc tính ALIGN (căn chỉnh thẳng hàng) phục vụ căn chỉnh các đồ họa trên trang web của bạn. Thuộc tính này bao gồm căn trái và căn phải. Giá trị LEFT (căn trái) khiến bộ duyệt web đặt ảnh về phía trái của text cũng như giá trị Right (căn phải) cho phép vị trí ảnh về phía phải của text. Bạn nên lưu ý rằng nếu thuộc tính ALIGN đã được sử dụng để căn chỉnh text cân xứng với các đồ họa trên trang đã được xác định thì bạn sẽ không được phép đặt các tham số của text bao quanh hình ảnh. Thuộc tính ALIGN này cho phép đặt text giữa hai ảnh đồ họa. Trong trường hợp này các thẻ tag mô tả hình ảnh sẽ được đặt trên đoạn text mà được

đính kèm giữa chúng.

Thuộc tính ALT giúp để bổ sung thêm những lời chú dẫn nếu bộ duyệt web không thể tải được các đồ họa trên trang web của bạn. Thuộc tính cao và rộng (WIDTH & HEIGHT) giúp để ấn định bề rộng và chiều cao của hình ảnh đang đưa vào. Tuy nhiên, những thuộc tính này không được khuyến nghị sử dụng các hình ảnh trong định dạng jpg vì ấn định giá trị không đúng có thể dẫn đến sự tổn hại về chất lượng đồ họa.

Bởi vậy trước khi chèn bất cứ đồ họa nào vào các trang trên website, bạn nên hiệu chỉnh các thông số của nó bằng bất cứ trình biên tập đồ họa nào. Nếu khi nền trang không được như mong muốn thì bạn có thể đặt bất cứ nền đồ họa nào trên trang web của bạn bằng cách đưa ra thuộc tính nền (BACKGROUND) của thẻ tag <BODY>. Vì bộ duyệt web tự động đặt các ảnh được copy lấp đầy trang cho nên hình ảnh mà bạn sử dụng cho nền nên có cỡ nhỏ.

Hãy luôn nhớ rằng trong lúc tạo nền đồ họa, bạn nên sử dụng nhiều các ảnh mang ấn tượng thu hút thị giác sao cho không ảnh hưởng tới việc đọc tin của khách hàng. Ví dụ, việc đặt một đoạn text trên trang có nền con hổ sẽ dẫn đến mất đi sự tập trung vào nội dung của bạn bởi khi đó việc đọc tin sẽ hoàn toàn bị sao nhãng. Một ảnh đẹp nên được lặp lại nhiều lần sao cho trông chúng liền thành một khối mà không có sự phân cách hay đường gờ giữa các ảnh với nhau.

Bạn đừng quên chú ý tới màu sắc và cỡ, phong chữ, nếu bạn muốn tạo được nền đồ họa thuận lợi nhất cho việc đọc tin. Thuộc tính BORDER (đường viền) giúp những người thiết kế ấn định kích thước của khung xung quanh ảnh đồ họa. Những người thiết kế đồ họa web có kinh nghiệm khuyên dùng định dạng gif cho các nhân tố đồ họa trên website như các trình đơn (menu) và các banner còn đối với các ảnh nhiều màu sắc thì có định dạng jpg. Dù thế nào chăng nữa, bất kể bạn làm điều gì bạn hãy nhớ một thực tế rằng bạn đang tạo một thiết kế web chuyên nghiệp cho các khách hàng tiềm năng của bạn thì trang web đó nên được dễ dàng sử dụng ngay từ lúc thiết kế đồ họa và phát triển web.

50) Tiêu chuẩn để trở thành nhà thiết kế giỏi là gì ?

Nghệ thuật là từ một người nghệ sĩ ... Tiêu chuẩn để trở thành một nhà thiết kế giỏi là gì? Bạn tự hỏi rằng một nhà thiết kế nên là một họa sĩ hay một họa sĩ giỏi có thể là một nhà thiết kế web chuyên nghiệp tạo ra bản thiết kế web chuyên nghiệp, phát triển hoạt ảnh flash vv..? Đây là một câu hỏi được nhiều nhà tuyển dụng muốn biết khi tìm kiếm nhân viên. Có một ý kiến rằng một nhà thiết kế tốt mà sử dụng các đồ họa trên trang web có thể chưa hẳn là một họa sĩ giỏi.

Nhóm chuyên thiết kế đồ họa web của chúng tôi đã không theo ý kiến này. Họ đều kết hợp thành công được cả hai tài năng: Khiếu nghệ thuật và kỹ năng thiết kế đồ họa web. Nếu bạn có một số kỹ năng và có thể vẽ được thì cũng không có nghĩa rằng bạn là một họa sĩ . Nếu bạn đã học một vài chương trình như Photoshop và Corel Draw thì điều đó cũng không có nghĩa rằng bạn có thể tạo ra được bản thiết kế web chuyên nghiệp. Kể cả một ai đó có một chiếc camera thì họ cũng chẳng thể là một nhiếp ảnh gia chuyên nghiệp.

Ngày nay, nhiều người có thể sử dụng các công nghệ đồ họa nhưng chỉ một số người có thể ứng dụng được công nghệ này tốt. Vậy điều gì là sự khác biệt giữa một nhà thiết kế đồ họa

web và một nhà thiết kế giỏi? Một nhà thiết kế giỏi là một họa sĩ trong chính tâm hồn mình. Họ hiểu về công việc của họ như là một nghệ thuật với ước vọng sâu xa trong tâm hồn mình giống như Michelangelo thời hiện đại tạo ra tượng “David” (kiệt tác điêu khắc trong thời kỳ phục hưng) trên trang web của mình.

Một trong những nhà thiết kế đồ họa web của chúng tôi đã nói: “Khi tôi nhận được một đơn đặt hàng, điều đầu tiên tôi nghĩ tới là - Tôi muốn tạo được những điều sẽ thực sự thu hút khách hàng của mình, khiến họ luôn trở lại và ngắm tác phẩm của tôi giống như họ xem những bức tranh đẹp trong phòng trưng bày nghệ thuật”. Dĩ nhiên, một sự đền đáp giá trị chính là một động cơ thúc đẩy tốt không chỉ cho những người hiểu về vấn đề mỹ thuật mà cho cả những người thiết kế đồ họa web để kiếm tiền.

Đó là nguyên tắc chính trong xưởng thiết kế của chúng tôi - Chúng tôi mong muốn tạo được tượng “David” hoặc Venus de milo (tượng thần vệ nữ) cho các khách hàng của mình mà không phải chỉ làm cho xong đơn đặt hàng của họ.

Bất cứ điều gì có niềm đam mê đều có thể trở thành một nghệ thuật thực sự, cho dù một bức tranh do một nghệ sĩ vẽ nên hay một cái bánh biscuit được làm từ bếp trưởng cừ khôi trong nghệ thuật nấu ăn. Sự khác biệt chính giữa một công việc đơn thuần và một công việc nghệ thuật thì trước tiên bạn phải hoàn tất các yêu cầu rồi sau đó mới sáng tạo. Khi bạn để tâm một phần hay cả tâm hồn vào từng chi tiết, thì bạn đã mang đến một phần khả năng sáng tạo và năng khiếu của mình. Bạn càng hào phóng hơn thì bạn càng tạo ra cho thế giới này những điều thú vị hơn. Hào phóng để đưa thế giới nội tâm của mình tới mọi người khác không sợ bị từ chối hay hiểu lầm đó chính là sự can đảm sẽ mang đến thành công.

Hãy tưởng tượng rằng nếu bạn phải thiết kế nội thất một căn phòng trẻ thơ. Bạn đã được đưa ý tưởng chung, màu sắc được gợi ý, đồ đạc và những chi tiết khác đã được thảo luận, rồi gập gờ và tìm hiểu những đứa trẻ sống trong căn phòng đó và biết được rằng các kiểu hình vẽ thành thị không phải những gì chúng mong muốn mà chúng lại thích những bức tường được trang trí sặc sỡ theo phong cách châu Phi với các khu rừng và cuộc đi săn hoang dã.

Những gì bạn có thể làm là tuân theo đơn đặt hàng gốc dù điều này sẽ không cho phép bạn tạo ra một tác phẩm thực thụ. Cho nên bạn hiểu rằng những gì bạn làm sắp tới sẽ không làm khách hàng hài lòng. Song bạn có thể thay đổi bằng cách tạo một căn phòng trẻ thơ kỳ lạ với những con hươu cao cổ, hà mã, sư tử và cây cao lớn với những kỹ xảo mang về châu Phi. Tất nhiên, đó không phải là yêu cầu ban đầu của khách hàng. Nhưng mục tiêu cuối cùng của họ là tạo được một căn phòng thoải mái cho con cái của họ và làm chúng thích thú. Giới thiệu cho họ xem bản phác thảo về căn phòng có phong cách châu Phi của bạn thay vì phong cách New-York nhằm chán có thể sẽ là sự rủi ro nhưng nó cũng sẽ là sự thể hiện cho tính táo bạo của bạn để thấy rằng bạn là một nghệ sĩ đặc biệt và sự thực hiện hoàn hảo sẽ chứng tỏ rằng bạn cũng là một trong những người tạo được bản thiết kế chuyên nghiệp.

Là một nhà thiết kế giỏi không chỉ thể hiện trình độ nghề nghiệp mà còn sáng tạo và mang lại cho khách hàng một cảm giác được sở hữu một cái gì đó có giá trị cao, độc đáo và quý báu.

51) 3 chiến lược hàng đầu để bạn có một trang web vượt trội

Khi thiết kế một trang web mới cho công ty, dù website đó lớn hay nhỏ thì điều quan trọng là khiến mọi người luôn trở lại với trang web của bạn. Quan điểm của mỗi người về một website hiệu quả có sự khác nhau. Một số người có thể quan trọng về giao diện trong khi những người khác lại quan tâm đến sự tiện ích nhiều hơn. Nếu bạn có thể đáp ứng được những tiêu chí này thì trang web của bạn thật tuyệt.

1. Giao Diện

Không ai muốn nhìn một website có giao diện kém thu hút nhưng nếu nó quá sặc sỡ thì cũng khiến khách truy cập rời bỏ. Việc tìm thấy một sự hài hòa tốt giữa chúng là chìa khóa để có bản thiết kế web hiệu quả. Màu sắc có thể được sử dụng để thể hiện cảm xúc tình cảm của con người cũng như có thể khuyến khích họ mua hàng. Các nhà thiết kế web chuyên nghiệp đã sử dụng tâm lý màu nhằm truyền tải những lời thông điệp khác nhau tới người dùng. Một bản thiết kế đừng nên quá phức tạp hay khó hiểu và cũng nên phù hợp với loại hình kinh doanh cũng như sản phẩm hoặc dịch vụ mà bạn mời chào.

2. Mục đích trang web

Trước khi phát triển một trang web bạn cần phải đặt ra các mục tiêu và hãy tự hỏi bản thân rằng bạn muốn mọi người có được lợi ích như thế nào từ trang web của bạn. Nội dung của website nên luôn được cập nhật. Rất dễ nhận thấy khi website chưa được cập nhật. Điều này có phản ánh không hay về công ty bởi vì trang chủ như là bản tóm tắt chung nội dung website. Bạn cũng cần có một nội dung website phản ánh được mục tiêu chính và những gì bạn đang cố gắng làm cho thế giới này.

3. Tính tiện ích

Vì Internet cung cấp vô vàn thông tin nên khó giành được sự chú ý của mọi người cũng như giữ họ trên trang web của bạn. Một trong những điều khiến người truy cập hay rời bỏ nhất là tiện ích nghèo nàn. Một trang web cần được đơn giản và dễ sử dụng. Điều hướng nên dễ dàng truy cập tới được mọi trang trên website. Khách truy cập sẽ không bao giờ phải kích chuột nhiều hơn 4 lần để vào một trang cụ thể. Một quy tắc chung của hầu hết các chuyên gia thiết kế web là không nên để khách truy cập nhấp chuột quá 2 lần khi truy cập tới bất kỳ trang nào trên website. Cấu trúc điều hướng phức tạp sẽ nhanh chóng làm mất khách truy cập và họ sẽ rời bỏ nếu họ không thể tìm thấy những điều mà họ đang tìm kiếm. Bạn hãy nhớ đến một điều nữa là các nhà cung cấp dịch vụ của bạn. Thời gian vận hành máy chủ của bạn nên là (99,9% trở lên) cùng tốc độ truyền nhanh nhất.

Bất cứ điều gì bạn đang cố gắng để tiến hành một website, cho dù nếu là quảng cáo cho công ty hay bán sản phẩm thì mục tiêu chính vẫn là giành được lưu lượng truy cập. Ba chiến lược trên là những cách chứng minh cho công ty của bạn có một trang web vượt trội.

52) Nhà thiết kế web giỏi và một nhà phát triển website nên biết!

Điều gì thực sự nhận biết được một website hiệu quả từ trang web có thiết kế xấu? Chủ đề có thể được tranh luận rộng rãi giống như Windows trên Linux song chung qui lại chỉ là: Phát triển và thiết kế web! Một nhà thiết kế web giỏi cung cấp các dịch vụ thiết kế website phải biết được sự khác nhau giữa hai điều đó.

Phát triển web thường chỉ có liên quan tới mặt kỹ thuật để xây dựng một website nhưng lại là một phạm vi chung với bất kỳ các quá trình có liên quan nào tới website, ứng dụng web, phát triển thương mại điện tử, phát triển nội dung web, phía khách hàng/ mã server, các giải pháp web và hệ thống cơ sở dữ liệu website.

Mặt khác, thiết kế web được hiểu như một phần nghệ thuật để tạo ra một trang web đòi hỏi sự thu hút thị giác, liên kết bố cục, sử dụng màu sắc và tất cả các yếu tố khác có ý nghĩa với giao diện chung và chức năng của một website.

Vì vậy, chúng tôi có thể kết luận rằng phát triển web tương đương với một lập trình viên thành thạo logic, trong khi thiết kế web lại như một sản phẩm ý tưởng sáng tạo và sự tưởng tượng của người nghệ sĩ. Nếu điều này đúng thì tôi chắc rằng hầu hết các hãng thiết kế web và các nhà thiết kế web cá nhân ở Philippines sẽ đồng ý rằng một website hiệu quả phải có sự kết hợp cả về mỹ quan và logic chương trình.

Dù đa số các nhà thiết kế web không đạt được 2 điều quan trọng này. Điều không mong muốn nhất là hầu hết các nhà phát triển web không nhận ra được những tiêu chuẩn chuyên môn đó. Tôi luôn khuyến khích cá nhân mạnh dạn và tài năng có sự am hiểu về phát triển và thiết kế web song họ nên có thêm kiến thức cơ bản về khái niệm html và biên tập hình ảnh phù hợp với trang web thương mại.

Chúng ta phải nhớ rằng trang web là công việc kinh doanh chúng ta cũng như trực tuyến cá nhân. Nó là tất cả những gì mà chúng ta đang có và là điều thực sự quan tâm để truyền tải tới các khách hàng và khách hàng tiềm năng. Thế nên, website là tiền tuyến của chúng ta trong thời đại thông tin, bởi vậy nên được bố trí hợp lý và thiết kế phù hợp để phục vụ mục tiêu của nó.

Tuy hiện có rất nhiều cung cấp ứng dụng về “tạo nhanh trang web riêng” và mẫu website có sẵn” khác. Chúng đã cản trở những ý tưởng này của tôi bởi vì nó mâu thuẫn ngay tới điều tôi vừa mới thảo luận ở trên. Việc lựa chọn để xuất bản một website từ một web mẫu giống như việc mua một hộp bìa cát tông trắng trong một cửa hàng bách hoá và dán lên nó tên sản phẩm không thương hiệu, không hình ảnh và không xác nhận! Điều đó giống như nhãn hiệu “nước mắm cá” thông thường mà bạn nhìn thấy trên khắp thị trường buồn tẻ.

Như tôi đã đề cập, phát triển web và thiết kế web là 2 lĩnh vực quan trọng trong vấn đề này. Phát triển web là khóa học mà có thể được học ở trường.

Song, thiết kế là phạm vi thực sự khác biệt trong lĩnh vực thiết kế website, như ngụ ý rằng nó là công việc triển khai cùng những ý tưởng sáng tạo được đan dệt chu toàn bởi một

nghệ sĩ - một nhà thiết kế tài tình trong việc kết hợp biểu tượng, màu sắc, kích cỡ và vị trí cho mọi yếu tố trên một website.

Vì vậy, để nói rằng, nếu bạn có website kinh doanh uy tín được làm từ các mẫu có sẵn, có thể bạn sẽ có một rủi ro là trang web của bạn sẽ giống một website nào đó trên internet mà chỉ với sự khác biệt rất nhỏ như biểu tượng và nội dung text, nhưng chúng lại chỉ là một “bản sao thị giác” của nhau thôi.

53) Wix – thuật riêng trong thiết kế web

Tạo một website thật nhiều thú vị, chỉ ít với người có thâm niên 8 năm trong nghề thiết kế web như tôi. Phải thừa nhận rằng công việc đó đã đưa tôi trở về năm 2000 để hiểu về trình biên tập HTML và các phần mềm đồ họa hoạt động ra sao.

Vì Internet và thiết kế web đã phát triển quá nhanh nên các site flash miễn phí hiện nay được xem là “phương pháp cũ” hoặc thậm chí lỗi thời, do đó, để giữ được kiểu mẫu đẹp, tôi phải mất vài tháng để tìm hiểu chương trình Adobe Flash.

Một tháng trước đây, cô con gái 14 tuổi của tôi đã khiến tôi rất ngạc nhiên khi tôi được xem flash cá nhân của nó trên trang Wix.com. Flash đó đã được tạo với trình xây dựng web trực tuyến vì nó đã sử dụng một [premium account](#) để thực hiện toàn bộ quá trình tạo flash này.

Dẫu sao tôi cũng phải nghiên cứu hàng giờ về dịch vụ mới này và thấy những điều sau:

Khả năng tiếp cận: 9/10 Để thử công cụ trực tuyến này bạn phải đăng ký, nhưng toàn bộ quá trình rất dễ làm việc bằng...email, nickname và mật khẩu của bạn và bạn có thể thiết đặt tất cả.

Tính tiện ích: 10/10 – Hãy tạo một website flash miễn phí để bạn cần biết thao tác kéo và thả (drag & drop) như thế nào.

Công cụ, trình quản lý (Add-ons) và chương trình chạy các ứng dụng JavaScript(widgets): 10/10 – Sự đa dạng thú vị của những tính năng tạo nên toàn bộ tiến trình trình xây dựng web.

Kế hoạch xuất bản và lưu trữ: 9/10 miễn phí 0.5 GB băng thông và lưu trữ 200 MB. Thế nhưng con gái tôi đã nâng cấp tài khoản của nó và gán domain hiện thời cho dự án Wix của nó.

Người sử dụng lý tưởng: Bất cứ ai có ý tưởng sở hữu một site flash hoặc bố cục độc đáo của MySpace thì sẽ có nhiều lý do hơn để học hỏi những kỹ xảo.

Kết luận: Nhờ bản thiết kế web Wix.com , việc lưu trữ và duy trì site flash không còn quá khó khăn nữa. Tôi hoàn toàn tin tưởng vào dự án này sẽ phát triển từ một nền trình xây dựng site trực tuyến hùng mạnh thành một mạng xã hội phổ biến cho những nhà thiết kế web. Ý tưởng này đang tiếp cận tới kinh nghiệm trực tuyến nhằm tác động tích cực đến xu

hướng thiết kế web.

Và tin thú vị là WiX đang hoạch định khai trương một thị trường thiết kế, nhờ đó tôi sẽ có thể bán một số sản phẩm giống như các bản thiết kế web chuyên nghiệp khác. Tôi đảm bảo rằng mình sẽ giám sát vào dự án này cũng như trên [forum](#) của nó.

54) Làm thế nào để thiết kế lại trang web của bạn

Việc thiết kế lại một website có thể dễ hay khó hoặc cũng giống như tạo lập một trang web. Hãy xem những điều sau để hiểu thêm về tiến trình của nó.

Hãy lựa chọn một công ty thiết kế web có danh tiếng

Để giành được kết quả tốt nhất, bạn hãy chọn một công ty thiết kế có danh tiếng. Điều đó quan trọng không chỉ trong khía cạnh thiết kế mà còn đảm bảo cho cả sự phù hợp về nhu cầu cũng như sự liên quan đến những gì mà bạn đang tìm kiếm. Vì nó quyết định sự thành công của bạn.

Hãy phát triển một website đặc thù

Một trong những quan tâm chính nhất là giao diện tổng thể của website. Ngoài những gì mà bạn đã lựa chọn để triển khai, tính đặc thù của web cũng rất quan trọng vì nó xác định các yếu tố khác như: Kiểu chữ và đồ họa trên website.

Hãy quan tâm đến nội dung website

Nội dung là khía cạnh then chốt. Hãy đảm bảo cho nguồn thông tin trên web hợp pháp, tin cậy, dễ đọc và dễ hiểu.

Hãy tạo một website dồi dào từ khóa

Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO) tốt cũng rất quan trọng không chỉ trong thiết kế mà trong cả triển khai. Hãy nghiên cứu về các từ khóa của bạn sao cho hiệu quả.

Hãy so sánh các trang web với những công cụ tìm kiếm

Như đã đề cập, tối ưu hóa công cụ tìm kiếm tốt (SEO) rất quan trọng. Nếu bạn không biết dùng những từ khóa nào thì hãy dùng những công cụ tìm kiếm từ khóa như: [Wordtracker](#). Khi bạn có những từ khóa này, hãy so sánh với các website chứa những từ khóa có vị trí hiệu quả trong tìm kiếm.

Hãy giữ cho website luôn được cập nhật

Hãy giữ nội dung trên trang web của bạn luôn được cập nhật. Để làm điều này, cần một chiến lược theo dõi nội dung trên các website khác. Điều này sẽ giúp trang web của bạn luôn mới mẻ. Điều quan trọng hơn là theo dõi được các xu hướng để biết có những điều gì mới đang diễn ra.

Hãy để điều hướng truy cập thật dễ dàng

Điều hướng truy cập đơn giản và rõ ràng là một trong những then chốt. Hãy đảm bảo điều hướng truy cập thật dễ dàng. Nếu quá phức tạp. Nó sẽ phủ nhận lợi ích của bạn vì các khách hàng tiềm năng không thể ghé thăm một trang web mà họ phải mất nhiều thời gian mới tìm thấy được thông tin.

Hãy đảm bảo cho website nhìn “ bắt mắt ”

Một trong những điều quan trọng nhất mà bất cứ website nào cũng cần là giành được sự thu hút. Bạn có thể thiết kế lại trang web của mình khi chưa có được điều này. Hãy cân nhắc kỹ những thông điệp của bạn rồi tiếp tục tìm tòi/sáng tạo một bố cục phù hợp sao cho thu hút người xem.

Hãy mang lại sự tin cậy

Hãy mang lại sự tin cậy bằng cách như: cung cấp thông tin về công ty của bạn nhiều nhất có thể; bổ sung một diễn đàn thảo luận ở nơi mà tất cả các khách hàng có thể nhận xét về các dịch vụ của bạn và chia sẻ những kinh nghiệm mà họ đã có từ các dịch vụ này.

55) Qui ước trong thiết kế web

Qui ước khiến công việc của người thiết kế dễ dàng hơn. Nghĩa là, chúng ta không phải tìm kiếm giải pháp cho những vấn đề thông thường mà tập trung hơn vào chi tiết.

Qui ước thiết kế là những nguyên tắc “bất thành văn” đã được thừa nhận và đi vào tiềm thức trong văn hóa trực quan qua thời gian . Chúng giúp làm giảm lượng giải đoán cho người dùng.

Qui ước khiến công việc của người thiết kế dễ dàng hơn. Nghĩa là, chúng ta không phải tìm kiếm giải pháp cho những vấn đề thông thường mà tập trung hơn vào chi tiết.

Một trong những kỹ năng quan trọng để thiết kế hiệu quả là hiểu rõ và ứng dụng được những qui ước này với lợi ích tối đa.

Qui ước thiết kế là gì?

Qui ước thiết kế có thể là màu sắc, hình dạng, kiểu mẫu, bố cục, phông chữ và chúng đều bao hàm những ẩn ý muốn truyền tải.

Thật vậy, có hàng trăm qui ước thiết kế web mà bạn muốn hiểu thông qua những ví dụ đơn giản sau:

Ở nhiều nơi trên thế giới đều biết, hình tam giác màu vàng trong tín hiệu giao thông mang ý nghĩa “ cảnh báo”. Điều này đã trở thành một qui ước trong phần mềm.

Khi nhấp chuột vào vùng màn hình, chẳng hạn như nút bấm (hình chữ nhật được nổi cùng với hình xiên) sẽ thực hiện thao tác như theo qui ước. Nút này như những nút bấm trên các thiết bị như đài, ti vi và máy tính. Nhờ việc điều khiển một nút bấm, người dùng có thể kết hợp và thực hiện các thao tác.

Các trình duyệt web đầu tiên đã dùng màu xanh nhạt và định dạng gạch chân cho các text hyperlink. Qui ước này đã “ phải chịu đựng” suốt một thập kỷ qua, dù nó chưa phải là dễ đọc nhất.

Nếu bạn muốn tới trang chủ của một website, trước tiên bạn sẽ nhìn về phía trái trên cùng

của màn hình để nhìn thấy lô gô hoặc nút bấm có từ “ trang chủ”. Dù không ai nói với bạn điều này nhưng bạn biết được từ kinh nghiệm.

Nếu bạn nhìn thấy một tập hợp của: Các từ khóa | được ngăn kết bởi | các đường nhỏ thẳng đứng tại phía cuối của trang web, bạn thừa nhận rằng chúng là một tập hợp của các đường liên kết chung trong phạm vi của trang web. Điều này cũng là một qui ước mà bạn đã biết được từ những website khác.

Cách qui ước hoạt động

Vì sao qui ước lại giá trị đến thế: Bởi chúng là những biểu tượng tắt, có khả năng tổ hợp truyền tải thông tin trực quan đơn giản nhất. Một vòng tròn đỏ quanh dấu chấm than có tác động đến tư duy hơn từ “ cảnh báo”. Thật thú vị, vì chúng mang lại cho bạn sự hiệu quả và tiết kiệm thời gian.

Vậy thì có nên thường xuyên sử dụng qui ước hay không? Có lẽ bạn chỉ nên sử dụng khi cần thiết.

Chúng là những nguyên tắc và như những qui ước tốt nhất, chúng có thể bị phá vỡ hoặc “ phải tuân thủ”. Bí quyết của những nhà thiết kế web là phải biết được khi nào qui ước bất lợi với chức năng thiết kế và khi nào nên sử dụng nó. Cũng như bất cứ hệ thống nguyên tắc nào khác, bạn phải hiểu chúng để lựa chọn cách theo . Điều đó cũng rất quan trọng vì có thể tránh được một bản thiết kế với qui ước không phù hợp.

Hãy xem những ví dụ sau:

Tại một website sử dụng một tam giác cảnh báo màu vàng khi đưa ra cho người dùng vài thông tin. Nhưng thực tế, nó chỉ là một tập tin chứ không có nội dung cảnh báo, bạn đã biết kiểu cảnh báo. Vậy đây là cách dùng sai qui ước.

Ở giao diện trên trang web khác đang được thiết kế lại thì dùng những nút bấm động trên thanh công cụ có hiển thị ngay. Để duy trì sự nhất quán, người thiết kế đã đặt lịch trên vùng động. Dù rõ ràng nó chỉ là lịch, song mọi người cố gắng nhấp chuột vào, vì nó nói, "hãy bấm vào tôi> hãy nhấp chuột> điều gì đó xảy ra". Tôi khuyến nghị rằng hãy bỏ lịch đó đi và hãy để thanh công cụ chỉ dành cho các đường liên kết.

Nếu đoạn text màu xanh được sử dụng tại bất cứ nơi nào trên website thì ai đó sẽ thử nhấp chuột vào. Nếu nó không là đường siêu liên kết thì sẽ không cần thiết và hoàn toàn làm đảo lộn.

Ở phương tây, biểu tượng mô tả website thường đặt tại phía bên trái trên cùng mỗi trang. Vị trí này là nơi mọi người có thể biết được họ đang ở đâu và điều hướng về phía trên.

Nếu biểu tượng được đặt tại bất cứ vị trí nào khác sẽ mang lại sự thuận lợi cho người thiết kế và người dùng nhiều hơn.

56) NHỮNG ĐIỀU LUẬT CƠ BẢN KHI THIẾT KẾ WEB

Những điều tưởng chừng giản đơn, ai ai cũng biết, nhưng Granny's Mettle sẽ cho chúng ta thấy rằng không phải ai cũng ý thức được những điều đã biết ấy thật là quan trọng. Cơ bản và cần thiết đó là những gì bài viết này muốn gửi tới những người thiết kế Web.

I. Điều luật cơ bản:

1. Người đọc không muốn phải kéo thanh cuộn ngang

Theo kinh nghiệm của bản thân, tôi cảm thấy rất khó chịu khi phải kéo thanh cuộn ngang để đọc nội dung của trang đó. Cho nên bạn phải không được thiết kế trang web khiến người đọc phải kéo thanh cuộn ngang, nếu không hậu quả sẽ rất lớn.

Theo kinh nghiệm của nhiều người thì bạn nên thiết kế web ở chế độ 800 x 600 Px vì hiện tại chỉ có 5% số người dùng màn hình 640 x 480 Px thôi. Với số lượng đó thì nghiêng về đa số vẫn hơn.

2. Thông tin quá dài ở một trang

Kéo chuột sang ngang để đọc đã là rất khó chịu rồi, nhưng kéo mãi kéo mãi xuống dưới để đọc thì cũng chẳng dễ chịu chút nào với người lướt web. Hơn thế nữa trong một nghiên cứu chỉ ra rằng đến 75% người lướt web chỉ "đọc lướt" thay vì "đọc từng chữ". Do đó một bài quá dài dễ làm người ta nản. Tuy nhiên nếu bài đó có nhiều thông tin, thì bạn nên chia ra làm 2, 3 trang cho nó cũng là một cách khắc phục.

Luật chung: Một trang web không nên để người đọc phải kéo 3 lần màn hình để đọc hết nội dung. Nếu bạn đang có vấn đề này thì hãy sửa chữa ngay đi. Tuy nhiên trừ trường hợp đặc biệt nếu đó là một chương sách thì không nói tới vì nếu người đọc đã biết nó là một chương sách và nội dung phù hợp với cái họ cần thì họ sẽ không ngại kéo đến cả chục trang đâu. Nhưng thường thì là nên như thế.

3. Dung lượng của một trang bất kỳ không nên nặng quá 50K

Nếu tất cả chúng ta đều tuân theo quy luật như $1+1=2$ thì tốt quá! nhưng bạn cũng nên biết rằng chẳng có cái gì là tuyệt đối, bao giờ cũng có những chỗ "sunsilk". Tuy nhiên một trang web load dưới 5 giây sẽ để lại ấn tượng rất tốt cho người đọc.

Trong thực tế, có đôi lần bạn thực sự phải để nhiều hình đồ họa trên một trang ví dụ như trang về hình ảnh. Nếu bạn có một thư viện hình ảnh thì việc upload những hình bự chà bá lên mạng là không thể tránh khỏi, vì bạn muốn hình đó đủ to, đẹp để mà thu hút người xem chứ. Nhưng trong trường hợp này thì người xem đã xác định trước nên không thành vấn đề. Chung quy lại một trang load nhanh bao giờ cũng được đánh giá cao hơn một trang phải mất cả thế kỷ mới load xong.

p/s: Tuy nhiên phụ thuộc vào từng thời kỳ mạng, nếu đa số người dùng sử dụng ADSL thì dung lượng trang web của bạn có thể được nâng lên.

4. Đừng bắt buộc người đọc phải download plug-ins

Một điều khó chịu không kém là khi vào một trang nào đó bạn bị bắt buộc phải download một cái plug-in dở hơi nào đó để phải xem một cái gì đó mà bạn thậm chí còn chưa biết nó tốt hay dở nữa.

Thực tế plug-in có thể tạo một ấn tượng mạnh cho phần giao diện của trang web. Nhưng bạn nên nhớ rằng không phải ai cũng có plug-in đó mặc dù chúng ta đang sống trong kỷ nguyên CNTT. Để làm cho tất cả mọi người đến trang của bạn đều có thể xem được, bạn nên nghĩ đến một cách hoàn thiện hơn như là dùng HTML để thay thế.

II. Những quy định chung:

- Mẫu thiết kế sử dụng kích thước thật của màn hình với khung hình chuẩn của web theo chiều ngang là 778px. Phần lớn người xem vẫn xem ở mode màn hình 800x600, ngoại trừ một số trường hợp đặc biệt có thiết kế riêng.
 - Sử dụng Mode màu RGB vì web chỉ hiển thị trên màn hình.
 - Nếu dùng Photoshop để dựng layout, yêu cầu bắt buộc phải dùng Folder Set để quản lý layer, vì mỗi website khi thiết kế hoàn chỉnh, có hàng trăm layer.
 - Việc dùng Flash cũng cần phải cân nhắc với những website thông tin vì nó chỉ thu hút người xem vào những lần truy cập đầu, sau đó sẽ chỉ làm cho website nặng lên không cần thiết. Khi làm file flash lớn, cần phải có phần loading.
 - Khi thiết kế, cần đưa tương đối đầy đủ nội dung với màu sắc, font chữ đúng với website sau này. Khi đặt nội dung, nên để font chữ ở chế độ Smooth là none, ko nên để là Crisp vì khi ra kết quả cuối cùng (web page) sẽ khác với thiết kế.
 - Không sử dụng các font chữ không chuẩn cho nội dung website, vì nếu máy người xem không có font đó thì sẽ hư toàn bộ layout. Nếu website sử dụng tiếng Việt, nên sử dụng các font Unicode chuẩn như Arial, Verdana, Tahoma, Times News Roman.
 - Các website thương mại nên hạn chế sử dụng các đường cong, hình ảnh lớn, background lớn chiếm diện tích thông tin của website trừ khi có thể quản lý chúng. Việc sử dụng đường cong hay background sẽ gây rất nhiều trở ngại khi chuyển qua HTML.
 - Cần nghĩ qua về việc làm sao chuyển chúng thành HTML trước khi thiết kế một thành phần nào.
 - Thiết kế web cần tính toán làm sao để tương thích với cấu trúc HTML của website, nếu không, khi phân tích ra thành các trang web HTML sẽ trở nên rất khó khăn cho việc xây dựng nội dung cũng như lập trình.
 - Trước khi thiết kế, cần có sitemap cụ thể, để việc trình bày thông tin trở nên rõ ràng, dễ thuyết phục người duyệt mẫu. - Nên xem mẫu thiết kế trên các loại màn hình khác nhau, tốt nhất trên màn hình CRT bình thường, vì đây là màn hình của người sử dụng. Tránh việc duyệt mẫu, xem mẫu bằng giấy in láng (hoặc rửa hình), hoặc màn hình laptop, LCD. - Màu sắc website cần nhẹ nhàng, phù hợp với mục đích của website, thông tin rõ ràng.
 - Cần có một mẫu GUI Logic trước khi bắt tay vào thiết kế, GUI Logic này cần được duyệt qua bởi Người đối tác. GUI Logic là bản thiết kế thô, bao gồm các vị trí của các thành phần trên website, người thiết kế sẽ dựa trên đó để làm graphic. Bản GUI Logic này được tính toán trước về mặt thẩm mỹ và quan trọng là usabilities.
- ### Chuyển trang web thành HTML
- Sau quá trình thiết kế web là quá trình phân tích, chuyển đổi mẫu thiết kế thành trang web HTML, cần theo các yêu cầu cụ thể sau:
 - Chương trình dựng trang web, chương trình thích hợp nhất là Macromedia Dreamweaver, vì đây là chương trình do rất nhiều lập trình viên đang sử dụng để code trực tiếp, tuyệt đối không dùng Frontpage. Frontpage có thể giúp đơn giản cho người sử dụng nhưng việc sinh mã HTML rất phức tạp, đặc biệt là sinh ra những mã HTML ko cần thiết và gây rối cho người lập trình.
 - Cắt web html cần có độ tỉ mỉ cao, nếu thiết kế mẫu layout, mất từ 4->8h (không tính thời gian sáng tạo), thì việc cắt web mất từ 2->4h một trang
 - Khâu thiết kế và khâu cắt web có vai trò rất quan trọng, vì sẽ tiết kiệm được thời gian cho các lập trình viên, tester sau này. Một trang web được cắt tốt không chứa các thành phần không cần thiết như mã HTML dư, hay các lỗi về cấu trúc HTML. Vì khi người lập trình làm

việc, họ gần như chỉ làm việc trên code chứ không làm việc trên phần design.

- Cần tính toán rõ ràng, cụ thể việc áp dụng Template trong website. Template giúp cho 1 website với những trang có thành phần giống nhau được quản lý một cách thống nhất, nếu cần thay đổi những phần này, chỉ việc chỉnh sửa file Template này.

- Phối hợp chặt chẽ với bộ phận phụ trách nội dung website để bố cục, cấu trúc website rõ ràng hơn.

- Khi cắt web, cần đưa các style css ở file riêng, không đưa định dạng font trực tiếp trong website, việc đặt tên các CSS cần sự nghiêm túc, có sự thống nhất. Hạn chế việc định dạng font chữ bằng tag < font >. Nếu có các link, việc đặt các css: link, active, visited, hover là cần thiết. Nên định font chuẩn cho toàn website bằng cách định nghĩa lại tag < td >.

- Sử dụng file spacer.gif để trang web có thêm các tùy biến thay vì định kích thước ngang dọc cho các < table > hay < td >

- . File spacer.gif là 1 file gif trong suốt có kích thước 1x1. Khi cần định chiều cao cho 1 td thì nên chèn file này vào td đó và định chiều cao cho file spacer.gif.

- Tránh việc Merge các Table lại với nhau quá nhiều, tối đa 1 cái. Việc này rất quan trọng, vì nó sẽ gây khó khăn và mất thời gian cho các lập trình viên khi làm việc.

- Cần xem kỹ lại cấu trúc, yêu cầu của bên thiết kế web, để có thể cho phép website co giãn theo kích thước màn hình hoặc cố định (nhỏ tối đa 800px). Nếu là các co giãn theo kích thước màn hình, cần tính toán thiết kế sao cho khi giãn ra không có những khoảng trống hình ảnh.

- **NẾU LÀ 1 WEBSITE ĐỘNG HAY CẬP NHẬT THƯỜNG XUYÊN, TUYỆT ĐỐI KHÔNG DÙNG CHỨC NĂNG SLICE CỦA PHOTOSHOP HAY IMAGEREADY.** Chức năng này chỉ thích hợp cho các website tĩnh vì HTML sinh ra rất phức tạp và có rối dẫn tới việc các lập trình viên không thể đọc hiểu hay chỉnh sửa được.

III. Những quy tắc khi sử dụng font chữ

1. Font phải dễ đọc

Nhiều người đồng ý rằng font chữ từ 12- 14 là font tiêu chuẩn được dùng trên web. Nếu to hơn hoặc nhỏ hơn cỡ đó là bạn đã đặt mình vào "vùng nguy hiểm" rồi. Màu của font chữ cũng nên phù hợp với nền, đừng chọn nền và chữ một màu gần giống nhau hay quá tương phản dạng nền màu trắng chữ màu ghi. Font chữ màu nhạt trên nền tối rất khó đọc

2. Dùng font phù hợp.

Font chữ không nên quá rắc rối mà có thể làm người đọc mất tập trung, mà font chữ nên phù hợp với nội dung của website. Ví dụ website cho trẻ em thì nên dùng font ngộ nghĩnh và nhiều màu sắc, nhưng website cho người lớn thì nên dùng font ngay ngắn và rõ ràng.

3. Nên dùng một loại font

Bạn nên sử dụng cùng một loại font cho toàn bộ trang web của mình, kể cả kích thước của font nữa. Hãy hình dung một trang web mỗi trang là một loại font thì nó sẽ nhìn ra như thế nào?

4. Chỉ nên dùng những font tiêu chuẩn

Bạn có biết rằng hiện nay có bao nhiêu font chữ tồn tại không? và hầu như ngày nào người ta cũng tạo ra một loại font mới. Nếu bạn may mắn kiếm được một font đẹp, thì hãy giữ cho riêng mình, đừng nên dùng trên trang web của bạn. Bởi vì chưa chắc gì người đọc của bạn lại may mắn giống bạn để có font đó. Cho nên lời khuyên của tôi là nên dùng font tiêu chuẩn như: Arial, Times New Roman, Tahoma, Corier New ... những font có sẵn trong Window vì bạn có thể chắc rằng ai cũng đọc được.

Nếu máy của người đọc không có font bạn chọn, nó sẽ tự động chọn một font mặc định

để thay thế.

1. Font phải dễ đọc

Nhiều người đồng ý rằng font chữ từ 12- 14 là font tiêu chuẩn được dùng trên web. Nếu to hơn hoặc nhỏ hơn cỡ đó là bạn đã đặt mình vào "vùng nguy hiểm" rồi. Màu của font chữ cũng nên phù hợp với nền, đừng chọn nền và chữ một màu gần giống nhau hay quá tương phản dạng nền màu trắng chữ màu ghi. Font chữ màu nhạt trên nền tối rất khó đọc

Và
Ví dụ về lỗi màu sắc khi sử dụng font chữ:

1. Font phải dễ đọc

Nhiều người đồng ý rằng font chữ từ 12- 14 là font tiêu chuẩn được dùng trên web. Nếu to hơn hoặc nhỏ hơn cỡ đó là bạn đã đặt mình vào "vùng nguy hiểm" rồi. Màu của font chữ cũng nên phù hợp với nền, đừng chọn nền và chữ một màu gần giống nhau hay quá tương phản dạng nền màu trắng chữ màu ghi. Font chữ màu nhạt trên nền tối rất khó đọc

5. Trang web có rất nhiều font miễn phí

Bạn có thể vào trang web sau có rất nhiều font miễn phí và rất đẹp: www.dafont.com.

IV. 7 điều cần tránh khi thiết kế web:

1. Nội dung sơ sài và kém hấp dẫn

Bạn nên nhớ rằng khi người lướt web họ tìm các trang web trong công cụ tìm kiếm là họ muốn tìm thông tin để dùng cho mục đích của riêng mình. Ví dụ trang web của bạn được họ tìm thấy, nhưng sau một lúc ngó dọc ngó xuôi, họ chẳng thấy có chút gì hấp dẫn họ về mặt nội dung cả. Và tất nhiên họ sẽ bỏ đi sang trang khác và sẽ không quay lại nữa.

Vậy nên bạn hãy tạo ra trang web với nội dung thật hấp dẫn, sao cho người ta phải Add favourite ngay lần đầu đến thăm.

2. Tốc độ load chậm

Một điều hết sức khó chịu là trang web của bạn có tốc độ load chậm. Người ta không kiên nhẫn quá 5 giây để ngồi chờ trang của bạn load đâu.

3. Giao diện nghèo nàn:

Bạn luôn phải nghĩ rằng những người lướt web đến thăm trang của bạn, họ không phải là những nhà thiết kế web chuyên nghiệp. Thậm chí họ chỉ mới biết đến Internet. Do vậy bạn phải làm sao cho trang của mình thật dễ sử dụng, người ta chỉ cần nhấn chuột 3 lần là đã tìm ra cái họ cần.

Thanh di chuyển nên chọn loại tiêu chuẩn là nằm ngang dưới banner hoặc bên tay trái. Đừng nên dùng những thanh di chuyển quá phức tạp.

Đừng nên dùng hiệu ứng Javascript cho con trỏ chuột

Màu chữ và cỡ chữ không nên quá to, hoặc quá chói. Tốt nhất là bạn nên chọn font chữ từ 12-14 Px và màu là màu đen. Người ta chứng minh được rằng, mắt người thấy dễ chịu nhất ở những trang có nền trắng chữ màu đen.

4. Kết hợp màu sắc quá tòi

Có đôi khi tôi vào một vài trang web về Photoshop Tutorial. Thật sự thì tôi cũng thích nội

dung trang web đó, nhưng màu sắc thì ... ôi thôi ... không thể tha thứ được. Nền màu đỏ, chữ màu xanh lá cây, viền vàng, chữ xám ... nhìn như một bát màu chứ không phải một trang web nữa. Ở những lúc như thế, tôi chỉ muốn thoát ngay ra mà không muốn chịu đựng thêm một giây nào nữa.

5. Có quá nhiều hình ảnh động và flash

Banner hoặc logo mà là dạng hình động chạy ra chạy dzô, ẩn hiện lập loè, xoay vòng vòng như chong chóng là những thứ mà các web designer nên tránh như tránh tà.

Một banner bằng flash giống như một bé mới tập làm web và khoe hết người này người nọ về tác phẩm mà cậu ta mới làm xong.

Một trang web chuyên nghiệp thì logo và banner nên là dạng hình tĩnh hoặc đơn giản chỉ bằng chữ. Có nhiều nghiên cứu chỉ ra rằng banner và logo động dạng flash không mạng lại tính chuyên nghiệp cho trang web của bạn, mà sự thực nó làm điều ngược lại.

6. Bộ đếm số người truy cập – Hit Counter

Đoạn mã này chỉ được dùng bởi những tay mơ, mới bắt tay vào làm web. Bạn đừng bao giờ dùng đến nó. Bởi vì một host có cấu hình tốt sẽ giúp bạn kiểm tra được thông tin về số người truy cập là bao nhiêu, họ từ đâu tới, dùng trình duyệt gì, làm sao họ biết đến bạn nhờ công cụ tìm kiếm nào ...vân ...vân ... mà một bộ đếm truy cập thông thường chẳng bao giờ làm được như thế. Đó là chưa kể nó lại còn không chính xác nữa bởi vì mỗi lần có người refresh là nó lại nhảy lên một đơn vị.

Y tưởng dùng công cụ Hit Counter này xuất hiện đã 8 năm về trước rồi. Thế giới đã đổi thay, bạn cũng nên vậy.

7. Viết theo văn phong dễ hiểu

Bạn luôn phải nghĩ trong đầu rằng không phải ai lướt web cũng giỏi văn như Nguyễn Tuân, Tố Hữu ... mà trình độ của họ chỉ là trung học hoặc hơn chút. Do vậy bạn nên viết sao cho dễ hiểu, vào thẳng vấn đề và đừng nên vòng vo tam quốc, traу trуốt câu văn bóng bẩy làm gì.

Văn phong bạn viết trên Internet nên ngắn gọn, súc tích và dễ hiểu vì người đọc rất lười đọc trên mạng. Họ chỉ đọc lướt qua thôi chứ không đọc từng câu từng chữ đâu.

V. Những điều không nên khi thiết kế web:

1. Nên giữ cấu trúc trang web của bạn thật mạch lạc:

Có một vài webmaster muốn thay đổi cách nhìn của trang web vì họ muốn tránh sự nhàm chán bằng cách thay đổi cấu trúc của trang web ở những trang khác nhau. Ví dụ ở trang chủ thì thanh menu nằm dọc, sang đến những trang sau thì lại nằm ngang, hoặc vài trang khác lại là dạng menu trượt ...

Người lướt web thích sự mạch lạc, do vậy trang web của bạn cũng nên như vậy. Hãy thử xem các bản Window đều hao hao giống nhau về cấu trúc mặc dù tính năng thì khác nhau một trời một vực.

2. Đừng nên dùng Pop up

Pop up có lẽ là một dạng mã làm cho người lướt web cảm thấy khó chịu nhất. Bởi vì người ta bị ép buộc phải đọc cái mà người ta không muốn đọc. Giống như bạn đang đi đường bị ai đó ném một tờ giấy vào mặt bắt bạn phải đọc.

Có một vài lần tôi có dạo qua một vài forum thấy có một bảng pop up hiện ra với lời lẽ khá lịch sự là yêu cầu tôi đăng ký làm thành viên. Bảng pop up đó cứ lẻo đẹo theo tôi, khi tôi kéo chuột xuống dưới nó cũng xuống theo, kéo lên trên nó cũng lên theo mà không sao tắt nó đi được.

Vấn đề đặt ra là nếu nội dung của trang đó hấp dẫn tôi, thì không cần phải nhắc tôi tự

khắc sẽ đăng ký thành viên. Còn nội dung nghèo nàn thì cho dù admin của trang đó đăng ký nick cho tôi, chỉ cho tôi password và thậm chí login vào giúp tôi. Tôi chỉ việc post bài thôi cũng chưa chắc tôi đã tham gia chứ huống gì tôi phải đăng ký thành viên vì cái pop up đó.

Do vậy bạn hãy thật thận trọng khi dung pop up.

3. Nên dùng hệ thống thanh di chuyển tiêu chuẩn

Có nhiều webmaster muốn cho trang web của mình sinh động nên nghĩ ra nhiều loại thanh di chuyển (navigation). Có người cho nó xoay vòng vòng quanh một quả cầu, có người cho nó chạy loanh quanh, có người cho nó trượt lên trượt xuống ... những kiểu này chỉ làm người xem nhức mắt và nhầm lẫn.

Những trang web lớn họ đều dung navigation rất đơn giản là nằm ngang phía trên hoặc phần trên bên tay trái.

4. Nên để trang web của bạn phù hợp với màn hình 800 x 600 Px

Hiện nay màn hình 800 x 600 không còn chiếm đa số nhưng không hẳn là nó đã biến mất và vẫn chiếm khoảng 40% tổng số những người online. Cho nên khi bạn thiết kế, bạn hãy để tâm đến 40% này. Việc kéo thanh trượt lên hoặc xuống không thành vấn đề vì việc đó khá dễ dàng với con chuột hỗ trợ con lăn. Nhưng việc kéo thanh trượt sang ngang là cả một vấn đề lớn và vô cùng khó chịu với người lướt web.

5. Đừng tự động tái định hướng người dung sang một trang khác:

Đôi khi có những webmaster muốn người xem chú ý đến một trang đặc biệt nào đó nên đã đặt đoạn mã tái định hướng mỗi khi ai click vào một trang cụ thể. Việc này có thể làm người dùng thấy khó chịu và không an tâm. Nếu bạn thực sự phải chuyển người dung đến một trang nào đó, hãy để một đường link thay vì tự động chuyển họ.

Vấn đề then chốt ở đây là chúng ta tránh áp đặt những gì mình nghĩ cho người dùng, nên cho họ sự lựa chọn.

6. Nên giữ dung lượng của trang chủ không vượt quá 60Kb:

Trang web có thể bao gồm chữ, hình ảnh và những định dạng khác như Flash và hình động. Nhưng khi bạn cộng tất cả các thành phần đó lại, thì dung lượng của nó không nên vượt quá 60 K.

Bởi theo các nghiên cứu được tiến hành, nếu trang web của bạn mất hơn 4 giây để load thì bạn đã mất một nửa số người đến thăm, còn nếu hơn 5 giây thì bạn mất trắng. Bạn thử tự hỏi mình bạn có thực sự kiên nhẫn khi phải chờ một trang nào đó ở kết quả tìm kiếm của Google khi nó load chưa?

7. Đừng canh giữa tất cả mọi thứ

Canh giữa tất cả chữ vào giữa giống thể thơ lục bát rất khó đọc, hãy tưởng tượng khi bạn đọc một cuốn sách mà tất cả chữ nghĩa đều được căn giữa.

Quy luật in trên giấy đã xuất hiện từ rất sớm và ai cũng phải công nhận rằng căn lề trái là cách dễ đọc nhất. Vậy trước khi bạn nên làm gì, hãy nhớ đến những gì ngành in ấn đang làm.

8. Đừng dùng Javascript cho con trỏ chuột

Tôi cũng có nhiều lần được chiêm ngưỡng những Javascript cho con trỏ chuột như đồng hồ chạy theo chuột, ánh sao lấp lánh, mũi tên, thanh gươm ... nói chung nhìn nó đẹp và vui nhộn nhưng nó chỉ thích hợp với những trang cho trẻ con dưới 5 tuổi. Với những người như tôi, tôi chẳng thấy thích một cái đồng hồ hoặc một loạt ngôi sao cứ bám như đĩa lầy con chuột của tôi.

Do vậy hãy loại bỏ những thứ đó và chỉ nên dùng khi thực sự cần thiết.

9. Tham khảo những “ông lớn” trên net

“Ông lớn” ở đây tôi muốn đề cập đến là các trang web lớn với hàng triệu người truy cập một ngày như Yahoo, Google, MSN ... bạn nên tham khảo cách thiết kế, trình bày, font chữ, màu sắc, hiệu ứng của họ.

Vì họ là công ty lớn, làm ăn lâu dài và họ đầu tư cả tấn tiền vào nghiên cứu rồi cho nên những gì họ dung là kết quả của cả một quá trình đúc rút kinh nghiệm từ những sai lầm. Cho nên hãy tham khảo cách họ làm và học hỏi ở họ.

57) Làm thế nào để tăng khả năng truy cập cho website của bạn?

Thực tế thì khả năng truy cập có thể giảm được chi phí và mang lại lợi nhuận. Vậy tại sao không tìm ra các cách để khả năng truy cập cho trang web của bạn được tốt hơn?

8 thủ thuật tạo khả năng truy cập cho website của bạn

Ngày nay, các nhà quản trị và chuyên gia web đều biết rằng khả năng truy cập là yếu tố chính làm tăng lưu lượng truy cập, đồng thời điều đó cũng là một vấn đề mà bất cứ ai cũng cần phải quan tâm. Hãy lưu ý rằng khả năng truy cập khác với tính tiện ích! Tiện ích thể hiện sự tương tác dễ dàng trên giao diện và nội dung dễ đọc thì khả năng truy cập lại liên quan nhiều đến lưu lượng khách ghé thăm.

Tại sao khả năng truy cập lại quan trọng đến vậy?

Nói chung, mọi trang web cần phải đáp ứng được thị hiếu và nhu cầu. Ngoài những nhóm người thông thường dùng internet thì cũng cần website phù hợp với:

Nhóm người có thị lực kém

Nhóm người dùng máy tính có cấu hình thấp

Nhóm người sử dụng các trình duyệt khác nhau

Theo dữ liệu thống kê thì trên thế giới có khoảng 20% người thuộc các nhóm trên.

Thêm nữa, nội dung cũng nên luôn sẵn sàng cho mọi người dùng mà không bị quá phụ thuộc vào cách truy cập của họ (trình duyệt bằng máy tính, điện thoại hoặc trình duyệt giọng nói) hay từ các tác nhân bên ngoài của môi trường (quá nhiều ánh sáng hoặc tạp

nhiều). Một lý do nữa tại sao khả năng truy cập lại đáng để xem xét là tốc độ tìm kiếm thông tin mà mọi người quan tâm.

Ngôn ngữ là một vấn đề cần được quan tâm. Bởi không phải mọi khách truy cập đều có thể hiểu đầy đủ được ngôn ngữ trên trang web của bạn.

Song, thực tế thì khả năng truy cập có thể giảm được chi phí và mang lại lợi nhuận. Vậy tại sao không tìm ra các cách để khả năng truy cập cho trang web của bạn được tốt hơn?

8 thủ thuật tạo khả năng truy cập

Hãy “tối ưu” HTML

Việc sử dụng HTML là một trong những tính năng quan trọng nhất để làm tăng khả năng truy cập cho website. Song, vấn đề không chỉ đơn giản. Cần phải tính tới các loại trình duyệt khác nhau, cả những phiên bản cũ lẫn phiên bản mới, đưa ra những cách “tối ưu” HTML. Để đảm bảo cho text HTML của bạn chính xác, bạn có thể sử dụng các chương trình chuyên biệt như: [W3C HTML Validator](#) or [WDG HTML Validator](#) để cho phép bạn hiệu chỉnh các lỗi chính tả có thể mắc phải mà bạn không nhận ra. Hãy thận trọng với nhiều chương trình khác khẳng định có thể tối ưu được HTML.-->**Hãy thu hút “tối ưu” HTML.**

Mặt khác, bạn sử dụng HTML không chỉ để cho đẹp mà còn nhấn mạnh cho cấu trúc và nội dung trên web thay vì chỉ thể hiện vẻ ngoài. (Ví dụ, bạn thường sử dụng tính năng chữ đậm không chỉ để thu hút mắt mà còn để đánh dấu một tuyên bố, một ý tưởng, một vấn đề. Bạn có thể sử dụng các yếu tố EM hoặc STRONG để thể hiện sự nhấn mạnh.

Dùng thẻ ALT dưới dạng text

Liên quan tới các hình ảnh, khi sử dụng IMG và AREA bạn cũng nên cung cấp thẻ ALT để lựa chọn; mục đích của nó là thực hiện chức năng hơn là chỉ để mô tả. Tuy nhiên, nếu bạn muốn một ảnh trang trí và sử dụng ALT ="" để biết không có nội dung ảnh.

Đừng thay thế text bằng các hình ảnh

Lựa chọn các hình ảnh thay thế text thường làm giảm khả năng truy cập của bản thiết kế web. Nhìn chung, text linh hoạt hơn trong việc cung cấp khả năng lựa chọn phông chữ cho người dùng. Kết quả là nếu không làm như vậy sẽ dẫn đến chất lượng hình ảnh nghèo nàn đối với một số cấu hình phần cứng máy tính.

Các gợi ý màu

1. Đừng quên chỉ rõ các thuộc tính của tất cả các màu vì chúng có ảnh hưởng tới khả năng truy cập cho một website. Việc xác định một hệ thống số có cơ sở là 16 (hexadecimal) dưới các dạng `<#rrggbb>` hoặc `<#RRGGBB>` hầu như có tầm quan trọng sống còn vì cũng có những trình duyệt cũ hơn không hỗ trợ các tên màu sắc.

2. Bạn nên nhạy cảm khi lựa chọn màu của text sao cho thật dễ đọc và cần có tương

phản rõ với màu nền.

3. Người ta khuyến nghị rằng: không nên dùng cùng màu cho các đường link đã được nhấp chuột với các đường link chưa được nhấp chuột vì dễ gây nhầm lẫn cho người dùng. Hãy hiểu vấn đề này hơn nữa tại: [Choosing the Right Colors for Your Web Site](#)

58) Làm thế nào để tăng khả năng truy cập cho website của bạn?

Hãy luôn nhớ rằng một website tiện lợi là trước hết phải dễ truy cập. Khả năng truy cập chỉ là chi tiết nhỏ trong việc thiết lập một trang web nhưng nó mang một giá trị không tính hết được đối với website.

Hãy sử dụng những cỡ Font chữ phù hợp

Font chữ là một yếu tố khá quan trọng khi nói đến HTML bởi nó làm tăng thêm khả năng truy cập cho website. Hãy đảm bảo rằng website của bạn cho phép người sử dụng có thể thay đổi cỡ font phù hợp. Và bạn không chỉ cố gắng tập trung vào FONT mà còn phải chú ý đến nội dung.

Đừng quá “ phụ thuộc vào “ JAVA scrip

Một số trình duyệt không hỗ trợ Java scripts, nên đôi khi sẽ tốt hơn nếu bạn không sử dụng nó. Dù Java scripts thường được coi là những nhân tố làm tăng khả năng truy cập và mang lại cho người dùng những mạch nước hữu ích.

Vì vậy, điều cần lưu ý là:

1. Hãy đảm bảo Java scripts có khả năng truy cập
2. Hãy sẵn sàng với một trình duyệt không hỗ trợ Java script.

Tổ chức website của bạn

Hãy đảm bảo cho trang web của bạn có một cấu trúc nội dung rõ ràng và hợp lý.

Hãy tổ chức các đường link sao cho logic và hiệu quả, khiến người dùng truy cập được dễ hơn tới những đường link mà họ muốn.

CSS có thể là một quan niệm tin cậy để nhấn mạnh các đường link dạng text và khiến người dùng nhìn được rõ hơn.

Sơ đồ trang, box tìm kiếm hay lô gõ cũng là những nhân tố thể hiện một website có khả năng truy cập.

Kiểm tra lượng người dùng thực trên trang web là một cách tốt để phân tích khả năng truy cập và dự đoán số lưu lượng truy cập vào site.

Nên để phần cuối trang có nội dung đơn giản, rõ ràng và dễ đọc.

Kết luận

Hãy luôn nhớ rằng một website tiện lợi là trước hết phải dễ truy cập. Khả năng truy cập chỉ là chi tiết nhỏ trong việc thiết lập một trang web nhưng nó mang một giá trị không tính hết được đối với website.

Vậy nên, hãy quan tâm đến những lợi ích sau:

- Lưu lượng truy cập
- Tìm thấy thông tin dễ dàng
- Tốc độ tìm kiếm nhanh
- Xếp hạng trên kết quả tìm kiếm cao hơn
- Ngăn chặn được tính rủi ro pháp lý
- Triển khai dịch vụ tốt hơn
- Tiếp cận website tốt hơn.
- Thời gian tải nhanh hơn
- Tăng xếp hạng trang
- Tránh hiện tượng tắc nghẽn băng thông

Để có được những ưu thế này, hãy lưu ý đến:

- Tối ưu HTML
- Thu hút bằng ý tưởng chứ không phải bằng giao diện (bố cục)
- Cung cấp thẻ ALT dưới dạng text
- Sử dụng màu tương phản
- Tránh đặt text trong các bức ảnh.
- Sử dụng font chữ phù hợp
- Hãy sẵn sàng với một trình duyệt không hỗ trợ javascript.
- Nội dung đơn giản, rõ ràng và dễ đọc

59) Trang web của bạn có cần thiết kế lại không?

Nếu website của bạn gặp phải bất cứ vấn đề nào về SEO như ở trên thì bạn cần triển khai thiết kế lại; Điều đó mang lại doanh thu tiềm năng cho bạn.

Có thể bạn có một website đẹp với sự thiết kế thành công, song lại chưa tính đến những nguyên tắc về tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO) hoặc một website cũ, hoạt động tốt, nói cho mọi người biết về công ty của bạn, nhưng tải chậm và nội dung ít cập nhật. Trong những trường hợp này bạn cần thiết kế lại website của mình.

Cả 2 website trên sẽ “vật lộn” để dành được lưu lượng truy cập. Trang web thiết kế tốt có thể dành được lưu lượng truy cập, đặc biệt là những người truy cập trực tiếp trang đó, nhưng đối với những người sử dụng từ khóa tìm kiếm sản phẩm và dịch vụ của bạn thì lại không thể tìm ra nó.

Một website cũ hơn với nội dung lạc hậu cũng sẽ thất bại bởi các công cụ tìm kiếm cho rằng nó không tồn tại hoặc đã ngừng hoạt động (vì thiếu tin tức mới). Cả 2 website này đều có lưu lượng truy cập lớn và tăng khả năng sinh lời trong kinh doanh, nhưng nếu thiếu SEO thì sẽ làm giảm một phần doanh thu có thể.

Cần thiết kế lại yếu tố nào trên một website?

Tất cả Flash

Mặc dù có những tiến bộ đáng kể trong công nghệ Search Engine và chúng bắt đầu đọc một số dạng flash, một site chứa toàn flash có thể không được Search Engines lập chỉ mục. Các website này rất đẹp nhưng các công cụ tìm kiếm sẽ không đánh giá chúng cao bởi vì nội dung này không thể đọc được. Vậy các công ty lớn có xếp hạng cao mà có các site toàn chứa flash thì sao? Những website này có một mức độ liên kết cao nên nội dung chứa flash của chúng có lẽ không gây ra vấn đề gì, nếu bạn không phải một công ty lớn, một website chứa toàn flash sẽ không tốt.

Frames

Các frame trên website sẽ khiến các công cụ tìm kiếm gặp khó khăn khi lập chỉ mục cho website đó. Hơn nữa những người khách truy cập cũng thường không mấy ưa chuộng các frame này bởi chúng khiến họ khó đọc và không ấn tượng với trang web của bạn. Một số trình duyệt còn không hỗ trợ các frame khiến các khách hàng tiềm năng hoàn toàn không đọc được trang web của bạn.

Các Splash page

Các nhà thiết kế dùng splash pages để tạo tác động trực quan tới khách thăm. Hãy tưởng tượng rằng toàn bộ webpage giống như trang hoạt ảnh sinh động. Thật ấn tượng. Nhưng đáng tiếc, theo góc nhìn của SEO thì chúng thật khủng khiếp. Nói chung, các splash page chứa rất ít hoặc không có nội dung text và cũng không có cả các đường link nhưng lại chứa nhiều các flash page và phần mềm khác. Điều này khiến các Search Engine vẫn khó xếp

hạng cho website của bạn. Vì vậy, bạn có thể ấn tượng với các splash page của mình nhưng chính chúng lại làm rất nhiều các khách hàng tiềm năng “chối bỏ” trang web của bạn .

Tải chậm

Thường thì một trang web tải chậm gây cản trở cho cả các khách truy cập và search engine. Bởi các khách thăm không đủ kiên nhẫn để chờ tải các trang và hầu hết các search engine luôn xếp hạng cho các trang tải nhanh hơn là một trang tải chậm. Vì vậy, bạn cần sự thay thế nếu các trang trên website của bạn tải chậm.

Nội dung lỗi thời

Trước hết, các search engine sẽ hoàn toàn không để ý loại trang web này nếu nó không còn tồn tại. Có thể trước đây nó vẫn được chấp nhận cả khi không cập nhật nội dung hàng tháng, nhưng lúc này nó sẽ bị bỏ qua nếu nội dung không cập nhật thường xuyên. Bởi nội dung cũ kỹ sẽ không thu hút khách truy cập của bạn.

Nếu website của bạn gặp phải bất cứ vấn đề nào về SEO như ở trên thì bạn cần triển khai thiết kế lại; Điều đó mang lại doanh thu tiềm năng cho bạn.

60) Các bước đơn giản khi thiết kế web

Ngày nay, liên kết thế giới hầu hết được gọi là thế giới trực tuyến. Thật tốt hơn khi bạn có được một bản thiết kế website tốt nhất cho trang web của mình để kết nối với thế giới trực tuyến.

Dưới đây là những bước trong thiết kế web:

Hãy cố gắng và tìm hiểu điểm trọng tâm trên website là gì

Bạn cần những tính năng chính nào trên website của mình

Hãy mô tả các phần bạn muốn có trên website

Hãy hoàn thành nội dung của website

Hãy tìm kiểu web nào phù hợp với các tiêu chuẩn công nghệ

Hãy xây dựng website

Hãy đánh giá và triển khai những tùy chỉnh cần thiết

Hãy đăng ký tên miền, tìm kiếm máy chủ và tải cho website.

Tiêu điểm của web:

Đây là bước đầu tiên quan trọng cần lưu ý để quyết định phát triển mục đích chính của

website, và cũng là điều cần để bạn quyết định những ý tưởng tập trung triển khai.

Bạn hãy luôn nhớ rằng: cần phải đưa ra điểm chính của website vì nó tác động tới toàn bộ dự án. Đồng thời, bạn cũng cần lựa chọn lưu trữ web, thông tin khách hàng đang cần, cũng như chọn thương hiệu website của bạn ra sao.

Các tính năng của web:

Những tính năng của website sẽ được lựa chọn ngay từ bước đầu tiên, song ở bước này bạn cần lựa chọn các tính năng web cụ thể như tính năng “ giỏ hàng - shopping cart “ đối với cửa hàng trực tuyến và cả mã bảo vệ của web.

Hãy mô tả những phần chính của website:

Cần chú ý rằng khi đã hoàn thành 2 bước đầu tiên thì bạn gần như đã thực hiện được một nửa phần thiết kế web, vì vậy ở bước này bạn cần chỉ rõ các mục khác nhau, để hiệu quả hơn bạn nên lựa chọn chúng theo dạng hình vẽ bởi vì đây là một công cụ hữu ích. Biểu đồ có thể giúp bạn dễ dàng nhận ra được thứ tự cây thư mục và cả mối liên quan giữa các danh mục khác nhau website.

Phác thảo nội dung:

Hãy lưu ý rằng, nội dung cuối cùng của web phải phù hợp với bản thiết kế web. Vì thế, nó rất quan trọng trong việc giúp bạn không phải suy tính lại về bản thiết kế web sau đó. Đồng thời nội dung còn mang lại giá trị và thành công cho website.

Hãy tìm kiếm một mẫu web phù hợp:

Sau khi đã hoàn thành phần nội dung bạn cần quan tâm tới giao diện của website. Để việc tạo và trình bày giao diện của website hiệu quả hơn bạn có thể nhờ tới sự giúp đỡ của một nhà thiết kế web.

Phát triển website:

Đây là giai đoạn bạn bắt đầu để kết thúc việc xây dựng website của mình.

Đánh giá website:

Sau khi website đã được hoàn thiện thì đây là lúc bạn cần đánh giá cũng như chỉnh sửa các nội dung trên website của mình.

Cuối cùng bạn cần tạo và đăng ký một tên miền cho website của mình, sau đó hãy tiến hành tối ưu hóa website trên phương tiện tìm kiếm.

61) 12 thủ thuật thiết kế cho website thương mại nhỏ

Thiết kế web có thể là một công việc không mấy dễ dàng, vậy bạn sẽ cần những kỹ năng nào? Có thể tự thiết kế nó không? Và khi nào cần đến một website?

Thiết kế web có thể là một công việc không mấy dễ dàng, vậy bạn sẽ cần những kỹ năng nào? Có thể tự thiết kế nó không? Và khi nào cần đến một website? Sau khi thành lập và vận hành công ty hay là khi việc kinh doanh của bạn được tiến hành trên trang web.

Dù có vài câu hỏi khiến bạn băn khoăn song chỉ có một câu hỏi mà bạn phải cố gắng tìm ra câu trả lời, và sẽ chỉ có được những câu trả lời phù hợp nhờ sự trợ giúp của người tư vấn hoặc công ty thiết kế web.

Dưới đây là những điều bạn nên xem xét khi lên kế hoạch, thiết kế và xây dựng website, sao cho có một trang web có nội dung thu hút khách truy cập và dành được thứ hạng trên công cụ tìm kiếm.

1. Hãy có một logo đẹp. Bởi nó là thương hiệu và là điều khiến mọi người nhớ tới website của bạn. Logo thường được đặt ở phía trên cùng của website vì khách thăm sẽ dễ nhìn thấy vị trí này trước tiên khi tới trang web của bạn. Logo/ thương hiệu có thể “phản ánh” rất nhiều điều vì thế nó rất quan trọng.
2. Bài text trên mỗi trang cần được liên quan tới nhau và có tối thiểu 250 từ, thật tốt nếu những bài text này có chứa các từ khóa về sản phẩm và dịch vụ của bạn. Song cũng có thể sử dụng các bài copy của chuyên gia về viết text cho website.
3. Hình ảnh cũng rất quan trọng, hình ảnh đẹp về sản phẩm có thể thay muôn lời, còn hình ảnh không mấy “thuyết phục” có thể ảnh hưởng tới giao diện của website. Song bạn cũng không nên tải lên quá nhiều hình ảnh.
4. Mỗi trang nên có: Thẻ meta keywords, meta descriptions và tiêu đề trang riêng vì chúng là một phần rất quan trọng trong xây dựng website.
5. Hãy thử dùng CSS (định kiểu trình bày trang HTML) để thuận tiện hơn cho các công cụ tìm kiếm cũng như giúp những thay đổi về màu sắc, phông hay cỡ chữ được thực hiện dễ dàng hơn.
6. Nên sử dụng các thẻ H1-H6 để làm nổi bật tiêu đề chính trên trang text vì điều này có liên quan tới tiêu đề website của bạn và các thẻ H2 sẽ phù hợp cho các tiêu đề của các đoạn văn tiếp theo. Nên sử dụng chữ in đậm để làm nổi bật các từ khóa trong đoạn văn, nhưng cũng không nên dùng nó quá nhiều.
7. Nếu bạn sử dụng điều hướng text thì các công cụ tìm kiếm sẽ lập chỉ mục cho website của bạn hiệu quả hơn.
8. Hãy đảm bảo cho người sử dụng cuối cùng dễ dàng mua hoặc tìm kiếm được các sản phẩm và dịch vụ của bạn, nên tiến hành nâng cấp để hướng tới sự đổi mới và mang lại doanh thu.
9. Những đường dẫn từ các trang tới trang bên trong khác cũng phải tốt, hãy quảng cáo các

sản phẩm hoặc dịch vụ khác, hãy sử dụng chúng để người dùng tìm thấy những yếu tố khác trên website của bạn dễ dàng hơn nhưng cũng không nên quá lạm dụng chúng.

10. Hãy xây dựng một sơ đồ web để các phương tiện tìm kiếm lập chỉ mục dễ dàng hơn, bạn có thể tải một sơ đồ web XML từ các công cụ webmaster trên Google vì điều đó khiến việc lập chỉ mục cho mọi trang trên website của bạn thuận tiện hơn.

11. Nếu đang thu thập bất kỳ thông tin nào từ website qua mẫu khai báo thì bạn nên có một chính sách riêng.

12. Cuối cùng hãy cài đặt Google Analytics, điều này rất quan trọng, vì chúng cung cấp những dữ liệu vô giá về khách truy cập của bạn.

Trên đây chỉ là vài điểm cần chú ý, song chúng lại rất cần thiết khi bạn bắt đầu thiết kế và xây dựng một website cho mình. Bạn hãy nên tìm đến một công ty thiết kế web để có thể thiết kế và xây dựng một website như ý cũng như chuyên nghiệp hơn trong công cuộc “chiến thắng” khách hàng mục tiêu.

62) Thiết kế web vì lợi nhuận đầu tư

Biến những người duyệt web thành người mua hàng và biến trang web thành tiềm năng thúc đẩy hành động của khách hàng như bạn muốn.

Liệu bạn có tin rằng chỉ thay đổi một nút bấm trên web mà có thể làm tăng được 10% - 50% doanh thu hoặc tiềm năng thúc đẩy hành động của khách hàng? Việc tạo ra những thay đổi thiết kế đơn giản, nhỏ gọn cho một website có thể tăng lợi nhuận đáng kể như tựa đề một cuốn sách mới: **Thiết kế Web vì lợi nhuận đầu tư – *Biến những người duyệt web thành người mua hàng và biến trang web thành tiềm năng thúc đẩy hành động của khách hàng như bạn muốn.***

Các tổ chức cần phải coi website của mình như vốn đầu tư nếu họ muốn có được lợi nhuận và lợi thế cạnh tranh.

Hãy kiểm soát những ưu thế của mình

Lance Loveday và Sandra Niehaus cùng các cựu chuyên gia web (những người đã giúp Hewlett-Packard và WebEx có được sự thay đổi diện mạo trên mạng internet) nói rằng: Việc thiết kế các website vì lợi nhuận đầu tư không như khoa học tên lửa mà chỉ là vấn đề đơn giản từ những thực tiễn đã được chứng minh như sau để tăng thêm lợi ích cho bạn. Loveday cho biết “Thời gian và tiền bạc để thiết kế một website tệ hay hiệu quả là như nhau. Song kết quả lợi nhuận thực có thể ảnh hưởng tới kết quả công việc kinh doanh của bạn”.

Nhiều tổ chức chỉ tập trung thu hút khách truy cập mà không nghĩ tới điều gì xảy ra sau sự ghé thăm của họ. Sandra Niehaus chỉ ra rằng: “Liệu có hiệu quả không khi có hàng ngàn, triệu khách truy cập mà không ai mua hàng hay liên lạc gì? Vậy tốt hơn là hãy xây dựng một trang web trước hết phải có thành quả rồi sau đó mới quan tâm tới cách thu hút lưu lượng

truy cập”.

Thiết kế website vì lợi nhuận đầu tư thách thức các tổ chức nhìn trang web của mình theo một quan niệm mới. Loveday nói rằng “Đây là thời điểm cần quan tâm tới website hơn. Hãy thiết kế web vì lợi nhuận đầu tư và cách thức làm tăng lợi nhuận cũng như lợi thế cạnh tranh tốt hơn”.

Hãy xem xét 5 chỉ dẫn dưới đây để có một website thành công:

- 1. Hãy coi trang web của bạn như một công việc kinh doanh:** Các doanh nghiệp thành công đều có một chiến lược web. Hãy kết hợp sự đầu tư thời gian nỗ lực cho hoạch định kinh doanh cũng như khả năng tiềm tàng cho kế hoạch trang web. Các công ty lớn thường có các nhà thiết kế, kỹ sư và các nhà tiếp thị tạo ra những website khuyến khích được sự hành động của khách truy cập.
- 2. Hãy hiểu rõ điều bạn muốn:** Hãy chỉ rõ điều bạn đang cố gắng hoàn tất cụ thể cho trang web của mình. Bạn có muốn gia tăng doanh thu, tiềm năng thúc đẩy hành động của khách hàng và sự tin cậy không?
- 3. Hãy thiết kế một trang web vì người xem:** Cần hiểu ai là khán giả mục tiêu của bạn. Tại sao họ lại đến với website của bạn? Họ mong đợi điều gì? Bạn có thể làm như thế nào để trang web của mình sử dụng thân thiện và điều hướng dễ dàng?
- 4. Đo lường các thông số thích hợp:** Lưu lượng truy cập site và số lượt người truy cập vào website chưa nói hết cho bạn mọi điều; thông số này cần kết hợp với các chỉ số kinh doanh, thống kê site và thông tin phản hồi của người sử dụng.
- 5. Sự lặp lại, học hỏi và kiểm thử:** Thử nghiệm, học hỏi, làm đi làm lại, website của bạn như chưa bao giờ được "tiến hành". Hãy dành thời gian và thường xuyên xem xét site của bạn, thực hiện những thử nghiệm cho người dùng, và kiểm tra đối thủ cạnh tranh. Hãy sử dụng kiến thức đó để nâng cao website của bạn hơn nữa để đảm bảo truyền tải được chính xác những gì bạn muốn.

63) Những chỉ dẫn quan trọng về điều hướng website

Mục đích của điều hướng website nhằm hỗ trợ người dùng có được những thông tin họ cần. Đối với những website có nhiều mục và nhiều trang (như các website tin tức) thì kế hoạch điều hướng cần được nghiên cứu và thiết kế phù hợp.

Mục đích của điều hướng website nhằm hỗ trợ người dùng có được những thông tin họ cần. Đối với những website có nhiều mục và nhiều trang (như các website tin tức) thì kế hoạch điều hướng cần được nghiên cứu và thiết kế phù hợp.

Bạn cũng nên quan tâm tới các loại khách truy cập khác nhau và nghiên cứu các bước thông thường nhất họ phải thực hiện để tìm được thông tin cần thiết trên website của bạn, đây là lúc kế hoạch điều hướng website cần được tối ưu hóa. Ví dụ như, các bước để tìm kiếm catalog của các hạng mục sản phẩm, lựa chọn sản phẩm từ catalog đó, đưa chúng

vào giỏ mua hàng, tiến hành thanh toán và nhập những chi tiết thanh toán là một chuỗi các hoạt động sẽ được thuận tiện hóa nhờ hệ thống điều hướng.

Nếu chuỗi hoạt động này rắc rối có thể dẫn đến sự phiền toái cho người truy cập hoặc họ sẽ bị lỡ một bước quan trọng nào đó và kết quả là doanh thu của bạn sẽ giảm sút. Để đi đúng hướng thì người dùng cần được biết 2 điều sau: - Họ đang ở đâu và - Làm thế nào để đi đến những nơi khác trên website. Tuy nhiên điều hướng không thể hoạt động độc lập bởi vì tổ chức website tốt là điều kiện tiên quyết để có được một hệ thống điều hướng chặt chẽ.

Một hệ thống điều hướng được chia thành 2 phần chính: Những chỉ dẫn vị trí và Những điều khiển điều hướng.

Những chỉ dẫn vị trí giúp người sử dụng biết nơi họ đang ở trên website. Nên nhớ rằng những người sử dụng bên ngoài sẽ truy cập vào bất kỳ trang nào trên website của bạn chứ không nhất thiết là trang chủ. Vì vậy họ cần nhanh chóng tự định hướng được trên website.

Cũng tương tự như vậy thì việc điều hướng người dùng quanh website cũng cần giúp họ nhận biết chính xác được cả mục đang truy cập và sự liên quan của nó tới nội dung khác. Nên để các thông tin về vị trí xuất hiện cùng kiểu định dạng, cùng nơi trên mọi trang của website.

Những chỉ dẫn vị trí nên cho người sử dụng biết chính xác vị trí của họ trên website và sự định vị này cần chính xác ngay cả khi người dùng truy cập vào website từ một trang bên trong của website đó. Những chỉ dẫn vị trí này cũng cần phải dễ nhận biết và phù hợp với ngữ cảnh của điều hướng khác.

Với những website đơn giản thì banner trang bằng văn bản hay đồ họa để đặt tên cho website là đủ. Để cách này hiệu quả thì tên trang cũng nên xuất hiện trong điều hướng chính nhằm tạo sự liên quan trong toàn bộ cấu trúc website.

Màu sắc cũng có thể được dùng. Ví dụ như màu nền khác nhau, màu tương phản hoặc thanh bên cạnh trên mỗi phần của website. Song để hiệu quả thì sự thay đổi về màu sắc này nên được thể hiện trong điều hướng.

Sử dụng “breadcrumbs” (thanh hiển thị trên đầu mỗi bài viết) trên mọi trang của website cũng là một cách hiệu quả trong điều hướng. Các thanh Breadcrumb sẽ thể hiện một chuỗi các đường dẫn có thứ bậc, bạn đã sử dụng để di chuyển giữa các trang trên một mục của website. Sử dụng các thanh Breadcrumb giống như việc để lại một quãng đường mà bạn đã đi qua. Các thanh này nằm dưới mẫu điều hướng chính và trên đầu mục nội dung.

Từng phần của thanh Breadcrumb là một đường dẫn tới mục lớn và tiểu mục đó. Điều này giúp bạn tránh việc sử dụng hàng loạt các nút ấn đen để chỉ dẫn người dùng trực tiếp quay lại mục lớn hay một tiểu mục khác. Quan trọng hơn là, nó luôn thể hiện được ngữ cảnh trang và sự liên quan của nó tới một mục lớn hay tiểu mục.

Những điều khiển điều hướng là các đường dẫn điều hướng chính chỉ dẫn người dùng di

chuyển quanh website. Cho dù các đường dẫn này là các hình ảnh hay văn bản thì đều cần có cùng kiểu định dạng và được đặt cùng một vị trí trên mỗi trang của website.

Điều này nhằm giúp những người sử dụng di chuyển quanh website, cho họ biết về thông tin có sẵn trong đường dẫn; kết hợp với những chỉ dẫn vị trí để định hướng khách truy cập; một điều khiển điều hướng tốt trông sẽ giống như điều hướng chính của website; giúp chỉ dẫn tới nội dung rõ ràng – khiến khách truy cập sẽ thú vị với điều họ tìm thấy sau cú click chuột, và giúp điều khiển điều hướng nhất quán với những điều khiển điều hướng khác cũng như hỗ trợ người dùng nhận biết chính xác được kiểu dạng và vị trí của điều khiển điều hướng trên website.

Không có bất kỳ phép lạ nào để có được sự tiện lợi. Bởi điều đó liên quan tới việc tạo một website, điều quan trọng với hầu hết mọi người truy cập là dễ dàng sử dụng và di chuyển trên website cũng như khả năng mang lại lợi ích của website đó. Bạn có thể sở hữu một website đáp ứng những tiêu chuẩn quan trọng nhất về sự tiện lợi bằng cách lên kế hoạch tốt cho nó và luôn lưu ý tới người sử dụng cuối cùng của mình. Hãy nhớ rằng website không được thiết kế riêng cho chủ sở hữu mà cho những người sử dụng nó.

Những vấn đề về sự tiện lợi của website có thể được phản ánh từ 2 nguồn chính: Bản thân website và người sử dụng website đó. Thực tế thì website sẽ luôn mắc lỗi nếu một khách truy cập (dù nhiều kinh nghiệm hoặc thiếu kinh nghiệm) gặp phải những vấn đề về điều hướng, lấy thông tin trên website cũng như việc hiểu được website đó.

Do số lượng người mới truy cập mạng internet tăng lên từng ngày nên khi các website càng trở nên phức tạp hơn thì những người sử dụng càng có ít kinh nghiệm hơn. Sẽ thật sai lầm nếu nghĩ rằng những người sử dụng chính của website sẽ là những người hiểu biết về website hay máy tính và họ sẽ hiểu được một website phức tạp. Vì vậy hãy xây dựng một website dễ sử dụng nhất cho tất cả các khách truy cập.

Nguyên tắc thiết kế website cho doanh nghiệp



Trước hết chúng ta cần xem xét một số đặc điểm chung của những website thành công và khám phá những gì bạn có thể áp dụng cho website của bạn và một số điều nên và không nên khi thiết kế website.

1 . Tổ chức website chặt chẽ và dễ sử dụng.

Website của bạn cần có cấu trúc càng rõ ràng dễ hiểu càng tốt. Điều quan trọng ở đây là phải làm sao để khách hàng thấy được ngay các thông tin mà họ hi vọng có thể thu được từ website của bạn.

Nếu website của bạn có quá nhiều thông tin, bạn có thể làm cho trang chủ đơn giản bằng cách thiết kế bảng nội dung, bảng này cũng nên hết sức đơn giản và dễ sử dụng. Đồng thời sử dụng những từ và đoạn ngắn gọn dễ hiểu để thu hút người đọc.

2 .Sử dụng từ ngữ dễ hiểu.

Một ai đó sẽ không thể theo dõi được quảng cáo bán hàng của bạn cũng như mua những mặt hàng mà bạn đang cung cấp nếu như họ không thể hiểu được những gì bạn đang nói. Sử dụng những lời lẽ hoa mỹ để tán dương những sản phẩm bạn cung cấp thì rất dễ nhưng bạn sẽ không thể biết được có bao nhiêu người tới website và dự định của họ như thế nào?

Có thể bạn cung cấp những sản phẩm dịch vụ chất lượng tốt nhưng sẽ không ai mua nếu như họ không biết bạn đang chào bán những gì, hay không thể hiểu được lợi ích mà sản phẩm dịch vụ của bạn mang đến cho khách hàng. Hãy nhớ rằng khi một người đến thăm website của bạn, có thể anh ta chưa biết bạn là ai?. bạn đang chào bán sản phẩm gì?. Bạn phải giúp khách hàng hiểu rõ những vấn đề này trong thời gian ngắn nhất. Hãy dùng các câu ngắn gọn, cô đọng và giữ kiểu thiết kế cố định đối với tất cả các trang con.

3. Dễ dàng khám phá các đường link.

Bạn hãy tạo các đường link bằng chữ hay biểu tượng ở tất cả các trang con để mọi người có thể xem lại hoặc xem tiếp mà không phải sử dụng đến nút "Back" hay "Forward" của trình duyệt. Bạn cũng cần nhớ là phải có những chữ thay thế tất cả các đồ họa và đường liên kết trong trang của bạn. Đây là những từ sẽ xuất hiện thay thế đồ họa khi tùy chọn đồ họa trong trình duyệt bị tắt hoặc khi người ta nhấn nút "Stop" trước khi trang được tải về đầy đủ.

4. Thời gian tải về nhanh.

Bạn đừng nghĩ rằng tất cả mọi người đều sử dụng một đường truyền Internet có tốc độ cao. Liệu bạn có muốn mình phải đợi 10 phút để tải một trang về trước khi xem trang đó không?. Chắc chắn là không, vì thế bạn đừng hy vọng khách hàng sẽ đợi. Bạn cũng nên nhớ rằng 30 giây trước màn hình giống như 10 phút vậy.

Sử dụng đồ họa để trang trí là rất tốt nhưng đừng lạm dụng. Nếu bạn cần nhiều hình ảnh và đồ họa lớn thì nên có một biểu tượng nhỏ sẽ liên kết với hình ảnh đồng thời nhắc nhở người xem cần phải đợi. Sử dụng video và audio trong trang như một công cụ để bán hàng là ý tưởng khá hay, tuy nhiên bạn không nên sử dụng bởi hiện tại trừ các tỉnh thành lớn có đường truyền tốc độ cao ADSL hay cáp quang, vẫn còn đa số người vẫn đang sử dụng đường truyền Dial-Up với modem 28.8, 33.6 và 56.6.

Nhân tố thời gian là vô cùng quan trọng vì mọi người thường không kiên nhẫn khi vào mạng. Nếu trang của bạn phải mất thời gian quá lâu để tải về thì khách hàng có thể nhấn chuột và bỏ đi. Đừng để mất khách hàng chỉ vì trang web của bạn tải về quá chậm.

Hãy tăng tốc độ truyền của các trang web lên bằng cách:

Giảm kích cỡ đồ họa trong trang web của bạn. Nhiều file đồ họa không nhất thiết phải có kích cỡ như trên các trang web thông thường. Bạn chỉ cần 72 dpi cho độ phân giải của màn hình và đồ họa cũng chỉ cần 256 màu. Một đồ họa kích cỡ nhỏ 4" - 2" không nên lớn hơn 10K. Thu nhỏ kích cỡ đồ họa, độ sâu của màu. Hãy để chế độ phân giải đồ họa và hình ảnh nền ở mức 256 màu. Nếu bạn rất cần một đồ họa lớn thì bạn có thể cung cấp cho người xem một hình ảnh nhỏ với nút "phóng to" để xem tiếp một hình ảnh lớn hơn.

Quy định cụ thể kích cỡ file đồ họa trong mã HTML. Nếu bạn quy định cụ thể kích cỡ các file đồ họa trong mã HTML, trình duyệt web sẽ rút ngắn kích cỡ của trang nếu cần thiết và nơi hình ảnh sẽ xuất hiện, hiển thị văn bản và để một khoảng trống cho file đồ họa tải về.

Giảm số file trong trang web của bạn (cả file đồ họa và HTML kết hợp với nhau). Mọi người luôn xem nhẹ thủ thuật quản lý trang: giảm số file chứa trong website của bạn. Mọi người thường có tối đa bốn kết nối (socket) trong trình duyệt web của họ. Mỗi một socket sẽ cho phép chuyển một file về máy tính của bạn, vì thế nếu bạn có 4 socket thì bạn có thể tải cùng lúc 4 file về. Nếu bạn có 6 ảnh trong trang chủ và một file HTML thì tất cả là có 7 file cần phải tải về.

Trình duyệt sẽ tải 4 file về trước , sau khi tải xong một file socket sẽ tải tiếp file còn lại. Nói cách khác file thứ 5 sẽ chỉ được tải về khi file thứ nhất được tải xong. Và file thứ 6 sẽ chưa được tải về cho đến khi quá trình tải file thứ hai hoàn thành... quá trình tải về có thể kéo dài nếu có quá nhiều file đặc biệt khi những file này rất lớn. Theo như nguyên tắc, (giả sử đồ họa của bạn có kích cỡ khiêm tốn 5-12K) bạn hãy cố gắng có dưới 5 file mỗi trang.

5. Nội dung không có hình ảnh.

Nhiều người sử dụng ảnh "GIFS" và JavaScripts để tạo các logo và ký tự chạy ngang màn hình hay những gì tương tự. Điều này không chỉ làm tăng thời gian tải về mà còn làm người xem xao lãng nội dung bán hàng của bạn. Những người trên Internet là những con người của thông tin vì vậy bạn hãy chắc chắn rằng mình đang dành thời gian cho những thông tin có chất lượng chứ không phải là những hình ảnh vô bổ.

Nếu bạn có một nội dung vô giá trong trang web, hãy làm cho nó dễ đọc. Hãy chia thành những đoạn quan trọng, gạch chân hoặc bôi đậm những câu quan trọng trong từng đoạn và bạn đừng ngại trang trí với một số màu.

Tô màu văn bản thay thế file đồ họa nếu có thể. Nói cách khác thay vì sử dụng một file đồ họa để gây sự chú ý, bạn có thể sử dụng văn bản có màu sắc khác nhau.

Có thể bạn muốn cung cấp thông tin miễn phí dưới dạng bài báo hay bài phóng sự, và sau đó cố gắng bán hàng. Nếu bạn muốn cung cấp cho người sử dụng những thông tin bổ ích (với mục đích thu hút khách hàng), hãy thêm những nội dung có chất lượng chứ không phải là những hình ảnh bên ngoài. Trong trường hợp đó một chữ đáng giá hàng nghìn hình ảnh.

Thậm chí bạn muốn trang của mình sinh động hơn một chút (có những biểu tượng biến hình, các dòng chữ bôi đậm...) nhằm thu hút mọi người tiếp tục quan tâm tới sản phẩm và dịch vụ của bạn. Công việc của bạn chính là kiểm tra những kết quả mà khách hàng xem đem lại.

Tất cả sẽ phụ thuộc vào những sản phẩm và dịch vụ bạn đang bán cũng như đối tượng khách hàng bạn cần tiếp thị hay thị trường mục tiêu của bạn. Nếu bạn đang tiếp thị cho lớp trẻ thì sự sinh động của website sẽ làm tăng doanh số bán hàng. Nhưng nếu đối tượng khách hàng của bạn chủ yếu là những nhà kinh doanh có trình độ thì yếu tố sinh động đó có thể làm bạn giống như một họa sĩ nửa mùa.

Đối với đối tượng khách hàng này bạn cần thu hút họ bằng những sự kiện, con số, sự trung thực và những lợi ích rõ ràng.

6. Để theo dõi "quá trình bán hàng".

Bạn phải tạo điều kiện để khách hàng hiểu rõ những lợi ích của sản phẩm và dịch vụ của bạn đem lại cũng như cung cấp cho khách hàng phương thức đặt hàng thuận tiện nhất. Liệu bạn đã xây dựng được uy tín đối với khách hàng trước khi bạn yêu cầu họ đặt hàng chưa? Bạn đã tạo cho khách hàng sự yêu thích và hứng thú trước khi bạn mời họ đặt hàng chưa?. Bạn đã cung cấp cho khách hàng một số cách đặt hàng thuận tiện cả trên mạng và ngoài mạng chưa?. Và liệu bạn đã hướng dẫn khách xem tất cả từng bước một chưa?.

7. Tương thích với đa số trình duyệt web.

Nếu bạn sử dụng bảng biểu hãy xem xét cẩn thận việc nó sẽ hiển thị như thế nào ở các trình duyệt khác nhau (ví dụ Internet Explorer, Netscape) và ở tất cả các cấp độ phân giải (ví dụ 800 x 600, 1024 x 768, 1280 x 1024, 1400 x 1050).

8. Một số vấn đề quan trọng khác khi thiết kế website.

Đọc và kiểm tra cẩn thận tất cả các nội dung. Nếu bạn không quan tâm tới việc kiểm tra lỗi chính tả, người sử dụng sẽ nghi vấn làm sao họ có thể giao tiền của mình cho một công ty không thể tự sửa lỗi chính tả cho trang web của mình?. Hãy nhờ một người bạn hoặc đồng nghiệp đọc và sửa giúp bạn bởi họ có thể tìm thấy những lỗi mà bạn không bao giờ phát hiện ra được.

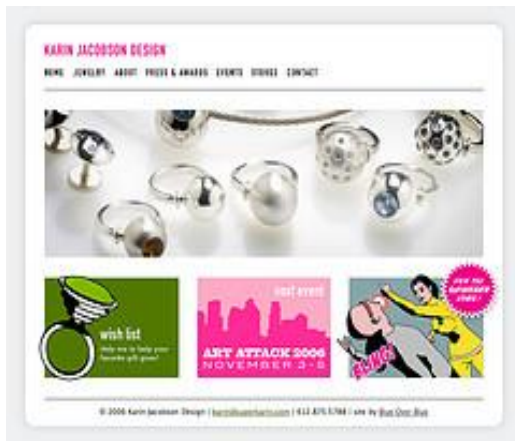
□ Trước khi đưa mọi việc vào hoạt động bạn cần có một đợt kiểm tra toàn bộ website (các đường liên kết, thời gian tải, form bán hàng...) và cố gắng kiểm tra bằng nhiều phương pháp.

□ Một điều hết sức quan trọng là bạn không nên nói ngay cho người xem biết bạn đang cố gắng bán hàng cho họ. Bất kể bạn đang có sản phẩm gì, cho dù sản phẩm của bạn có tốt như thế nào đi nữa thì hầu hết mọi người sẽ không ở lại trang của bạn nếu họ biết họ đang bị dụ dỗ mua hàng. Bạn cần để họ đọc, nhận ra được những lợi ích bạn sẽ đem lại cho họ và sau đó chỉ nên để họ biết rằng sản phẩm đó đang có bán. Nếu bạn thực hiện được điều này thì có nghĩa là khách hàng sẽ tự tìm thấy và mua sản phẩm bạn cung cấp.

□ Một yếu tố thành công khác trong marketing trực tuyến là bạn phải có khả năng chấp nhận được các giao dịch buôn bán trực tuyến. Khi bạn cung cấp sản phẩm thông tin thì bạn nên chào bán dưới dạng điện tử thông qua email.

□ Nếu trang web của bạn lớn hơn 50K thì bạn hãy đặt một ghi chú nhỏ trên cùng của trang để thuyết phục khách hàng nên kiên nhẫn trong khi chờ đợi được tải về (câu này sẽ hiện lên khi trang web của bạn tải về). Thậm chí ngay cả khi tại các trang web thử nghiệm mà bạn thấy không mất nhiều thời gian để tải về nhưng bạn cũng cần nhớ rằng khách hàng cũng có thể có đường kết nối chậm do đó làm tăng thời gian tải. Bạn không nên để khách hàng ra đi chỉ vì thời gian tải quá lâu mà bạn không thông báo về việc họ phải đợi.

Nguyên tắc trong thiết kế website chuyên nghiệp



Khi kinh doanh trực tuyến việc xây dựng một website là điều tất yếu song để phát triển một website thành công thì không phải là điều dễ dàng...

Trước hết chúng ta cần xem xét một số đặc điểm chung của những website thành công và khám phá những gì bạn có thể áp dụng cho website của bạn và một số điều nên và không nên khi thiết kế website.

- Tổ chức website chặt chẽ và dễ sử dụng.
- Sử dụng từ ngữ dễ hiểu.
- Dễ dàng khám phá các đường link.

- Thời gian tải về nhanh.
- Nội dung không có hình ảnh.
- Dễ theo dõi "quá trình bán hàng".
- Tương thích với đa số trình duyệt web.

Một số vấn đề quan trọng khác khi thiết kế website:

1. Tổ chức website chặt chẽ và dễ sử dụng.

Website của bạn cần có cấu trúc càng rõ ràng dễ hiểu càng tốt. Điều quan trọng ở đây là phải làm sao để khách hàng thấy được ngay các thông tin mà họ hi vọng có thể thu được từ website của bạn.

Nếu website của bạn có quá nhiều thông tin, bạn có thể làm cho trang chủ đơn giản bằng cách thiết kế bảng nội dung, bảng này cũng nên hết sức đơn giản và dễ sử dụng. Đồng thời sử dụng những từ và đoạn ngắn gọn dễ hiểu để thu hút người đọc.

2. Sử dụng từ ngữ dễ hiểu.

Một ai đó sẽ không thể theo dõi được quảng cáo bán hàng của bạn cũng như mua những mặt hàng mà bạn đang cung cấp nếu như họ không thể hiểu được những gì bạn đang nói. Sử dụng những lời lẽ hoa mỹ để tán dương những sản phẩm bạn cung cấp thì rất dễ nhưng bạn sẽ không thể biết được có bao nhiêu người tới website và dự định của họ như thế nào?

Có thể bạn cung cấp những sản phẩm dịch vụ chất lượng tốt nhưng sẽ không ai mua nếu như họ không biết bạn đang chào bán những gì, hay không thể hiểu được lợi ích mà sản phẩm dịch vụ của bạn mang đến cho khách hàng.

Hãy nhớ rằng khi một người đến thăm website của bạn, có thể anh ta chưa biết bạn là ai?. bạn đang chào bán sản phẩm gì?. Bạn phải giúp khách hàng hiểu rõ những vấn đề này trong thời gian ngắn nhất. Hãy dùng các câu ngắn gọn, cô đọng và giữ kiểu thiết kế cố định đối với tất cả các trang con.

3. Dễ dàng khám phá các đường link.

Bạn hãy tạo các đường link bằng chữ hay biểu tượng ở tất cả các trang con để mọi người có thể xem lại hoặc xem tiếp mà không phải sử dụng đến nút "Back" hay "Forward" của trình duyệt.

Bạn cũng cần nhớ là phải có những chữ thay thế tất cả các đồ họa và đường liên kết trong trang của bạn. Đây là những từ sẽ xuất hiện thay thế đồ họa khi tùy chọn đồ họa trong trình duyệt bị tắt hoặc khi người ta nhấn nút "Stop" trước khi trang được tải về đầy đủ.

4. Thời gian tải về nhanh.

Bạn đừng nghĩ rằng tất cả mọi người đều sử dụng một đường truyền Internet có tốc độ cao. Liệu bạn có muốn mình phải đợi 10 phút để tải một trang về trước khi xem trang đó không?. Chắc chắn là không, vì thế bạn đừng hy vọng khách hàng sẽ đợi. Bạn cũng nên nhớ rằng 30 giây trước màn hình giống như 10 phút vậy.

Sử dụng đồ họa để trang trí là rất tốt nhưng đừng lạm dụng. Nếu bạn cần nhiều hình ảnh và đồ họa lớn thì nên có một biểu tượng nhỏ sẽ liên kết với hình ảnh đồng thời nhắc nhở người xem cần phải đợi.

Sử dụng video và audio trong trang như một công cụ để bán hàng là ý tưởng khá hay, tuy nhiên bạn không nên sử dụng bởi hiện tại trừ các tỉnh thành lớn có đường truyền tốc độ cao ADSL hay cáp quang, vẫn còn đa số người vẫn đang sử dụng đường truyền Dial-Up với modem 28.8, 33.6 và 56.6.

Nhân tố thời gian là vô cùng quan trọng vì mọi người thường không kiên nhẫn khi vào mạng. Nếu trang của bạn phải mất thời gian quá lâu để tải về thì khách hàng có thể nhấn chuột và bỏ đi. Đừng để mất khách hàng chỉ vì trang web của bạn tải về quá chậm.

Hãy tăng tốc độ truyền của các trang web lên bằng cách: Giảm kích cỡ đồ họa trong trang web của bạn. Nhiều file đồ họa không nhất thiết phải có kích cỡ như trên các trang web thông thường. Bạn chỉ cần 72 dpi cho độ phân giải của màn hình và đồ họa cũng chỉ cần 256 màu.

Một đồ họa kích cỡ nhỏ 4" - 2" không nên lớn hơn 10K. Thu nhỏ kích cỡ đồ họa, độ sâu của màu. Hãy để chế độ phân giải đồ họa và hình ảnh nền ở mức 256 màu. Nếu bạn rất cần một đồ họa lớn thì bạn có thể cung cấp cho người xem một hình ảnh nhỏ với nút "phóng to" để xem tiếp một hình ảnh lớn hơn.

Quy định cụ thể kích cỡ file đồ họa trong mã HTML. Nếu bạn quy định cụ thể kích cỡ các file đồ họa trong mã HTML, trình duyệt web sẽ rút ngắn kích cỡ của trang nếu cần thiết và nơi hình ảnh sẽ xuất hiện, hiển thị văn bản và để một khoảng trống cho file đồ họa tải về.

Giảm số file trong trang web của bạn (cả file đồ họa và HTML kết hợp với nhau). Mọi người luôn xem nhẹ thủ thuật quản lý trang: giảm số file chứa trong website của bạn. Mọi người thường có tối đa bốn kết nối (socket) trong trình duyệt web của họ. Mỗi một socket sẽ cho phép chuyển một file về máy tính của bạn, vì thế nếu bạn có 4 socket thì bạn có thể tải cùng lúc 4 file về.

Nếu bạn có 6 ảnh trong trang chủ và một file HTML thì tất cả là có 7 file cần phải tải về. Trình duyệt sẽ tải 4 file về trước, sau khi tải xong một file socket sẽ tải tiếp file còn lại. Nói cách khác file thứ 5 sẽ chỉ được tải về khi file thứ nhất được tải xong.

Và file thứ 6 sẽ chưa được tải về cho đến khi quá trình tải file thứ hai hoàn thành... quá trình tải về có thể kéo dài nếu có quá nhiều file đặc biệt khi những file này rất lớn. Theo như nguyên tắc, (giả sử đồ họa của bạn có kích cỡ khiêm tốn 5-12K) bạn hãy cố gắng có dưới 5 file mỗi trang.

5. Nội dung không có hình ảnh.

Nhiều người sử dụng ảnh "GIF" và JavaScripts để tạo các logo và ký tự chạy ngang màn hình hay những gì tương tự. Điều này không chỉ làm tăng thời gian tải về mà còn làm người xem xao lãng nội dung bán hàng của bạn.

Những người trên Internet là những con người của thông tin vì vậy bạn hãy chắc chắn rằng mình đang dành thời gian cho những thông tin có chất lượng chứ không phải là những hình ảnh vô bổ. Nếu bạn có một nội dung vô giá trong trang web, hãy làm cho nó dễ đọc. Hãy chia thành những đoạn quan trọng, gạch chân hoặc bôi đậm những câu quan trọng trong từng đoạn và bạn đừng ngại trang trí với một số màu.

Tô màu văn bản thay thế file đồ họa nếu có thể. Nói cách khác thay vì sử dụng một file đồ họa để gây sự chú ý, bạn có thể sử dụng văn bản có màu sắc khác nhau.

Có thể bạn muốn cung cấp thông tin miễn phí dưới dạng bài báo hay bài phóng sự, và sau đó cố gắng bán hàng. Nếu bạn muốn cung cấp cho người sử dụng những thông tin bổ ích (với mục đích thu hút khách hàng), hãy thêm những nội dung có chất lượng chứ không phải là những hình ảnh bên ngoài. Trong trường hợp đó một chữ đáng giá hàng nghìn hình ảnh.

Thậm chí bạn muốn trang của mình sinh động hơn một chút (có những biểu tượng biến hình, các dòng chữ bôi đậm...) nhằm thu hút mọi người tiếp tục quan tâm tới sản phẩm và dịch vụ của bạn. Công việc của bạn chính là kiểm tra những kết quả mà khách hàng xem đem lại.

Tất cả sẽ phụ thuộc vào những sản phẩm và dịch vụ bạn đang bán cũng như đối tượng khách hàng bạn cần tiếp thị hay thị trường mục tiêu của bạn. Nếu bạn đang tiếp thị cho lớp trẻ thì sự sinh động của website sẽ làm tăng doanh số bán hàng.

Nhưng nếu đối tượng khách hàng của bạn chủ yếu là những nhà kinh doanh có trình độ thì yếu tố sinh động đó có thể làm bạn giống như một họa sĩ nửa mùa. Đối với đối tượng khách hàng này bạn cần thu hút họ bằng những sự kiện, con số, sự trung thực và những lợi ích rõ ràng.

6. Dễ theo dõi "quá trình bán hàng".

Bạn phải tạo điều kiện để khách hàng hiểu rõ những lợi ích của sản phẩm và dịch vụ của bạn đem lại cũng như cung cấp cho khách hàng phương thức đặt hàng thuận tiện nhất. Liệu bạn đã xây dựng được uy tín đối với khách hàng trước khi bạn yêu cầu họ đặt hàng chưa?

Bạn đã tạo cho khách hàng sự yêu thích và hứng thú trước khi bạn mời họ đặt hàng chưa?. Bạn đã cung cấp cho khách hàng một số cách đặt hàng thuận tiện cả trên mạng và ngoài mạng

chưa?. Và liệu bạn đã hướng dẫn khách xem tất cả từng bước một chưa?.

7. Tương thích với đa số trình duyệt web.

Nếu bạn sử dụng bảng biểu hãy xem xét cẩn thận việc nó sẽ hiển thị như thế nào ở các trình duyệt khác nhau (ví dụ Internet Explorer, Netscape) và ở tất cả các cấp độ phân giải (ví dụ 800 x 600, 1024 x 768, 1280 x 1024, 1400 x 1050).

8. Một số vấn đề quan trọng khác khi thiết kế website.

Đọc và kiểm tra cẩn thận tất cả các nội dung. Nếu bạn không quan tâm tới việc kiểm tra lỗi chính tả, người sử dụng sẽ nghi vấn làm sao họ có thể giao tiền của mình cho một công ty không thể tự sửa lỗi chính tả cho trang web của mình?.

Hãy nhờ một người bạn hoặc đồng nghiệp đọc và sửa giúp bạn bởi họ có thể tìm thấy những lỗi mà bạn không bao giờ phát hiện ra được. Trước khi đưa mọi việc vào hoạt động bạn cần có một đợt kiểm tra toàn bộ website (các đường liên kết, thời gian tải, form bán hàng...) và cố gắng kiểm tra bằng nhiều phương pháp.

Một điều hết sức quan trọng là bạn không nên nói ngay cho người xem biết bạn đang cố gắng bán hàng cho họ. Bất kể bạn đang có sản phẩm gì, cho dù sản phẩm của bạn có tốt như thế nào đi nữa thì hầu hết mọi người sẽ không ở lại trang của bạn nếu họ biết họ đang bị dụ dỗ mua hàng.

Bạn cần để họ đọc, nhận ra được những lợi ích bạn sẽ đem lại cho họ và sau đó chỉ nên để họ biết rằng sản phẩm đó đang có bán. Nếu bạn thực hiện được điều này thì có nghĩa là khách hàng sẽ tự tìm thấy và mua sản phẩm bạn cung cấp.

Một yếu tố thành công khác trong marketing trực tuyến là bạn phải có khả năng chấp nhận được các giao dịch buôn bán trực tuyến. Khi bạn cung cấp sản phẩm thông tin thì bạn nên chào bán dưới dạng điện tử thông qua email.

Nếu trang web của bạn lớn hơn 50K thì bạn hãy đặt một ghi chú nhỏ trên cùng của trang để thuyết phục khách hàng nên kiên nhẫn trong khi chờ đợi được tải về (câu này sẽ hiện lên khi trang web của bạn tải về).

Thậm chí ngay cả khi tại các trang web thử nghiệm mà bạn thấy không mất nhiều thời gian để tải về nhưng bạn cũng cần nhớ rằng khách hàng cũng có thể có đường kết nối chậm do đó làm tăng thời gian tải. Bạn không nên để khách hàng ra đi chỉ vì thời gian tải quá lâu mà bạn không thông báo về việc họ phải đợi.

BẢY BƯỚC THIẾT KẾ TRANG WEB ẨM TƯỢNG VÀ HIỆU QUẢ

Mặc dù việc thiết kế trang web đòi hỏi phải có nhiều khả năng về mỹ thuật, tuy nhiên vẫn có thể đưa ra một quá trình thiết kế để có thể giúp bạn tăng khả năng tạo ra các trang web hiệu quả và ấn tượng. Có thể nhiều người sẽ cho rằng việc đưa ra các bước trong quá trình thiết kế sẽ làm mất đi quá trình sáng tạo, điều này có lẽ đúng đối với những nhà thiết kế giỏi, những người có quá trình thiết kế và sáng tạo của riêng họ. Nhưng với những người không được đào tạo bài bản và thực hành nhiều thì việc nghiên cứu xem người khác thiết kế và ứng dụng các bước đó như thế nào có thể sẽ giúp ích rất nhiều cho họ.

Bước 1 : Phân tích người dùng và tự đánh giá chính mình

Nếu bạn không biết người dùng dự định là ai, thì tất cả việc thiết kế, cho dù có được thực hiện kỹ lưỡng đến đâu cũng chỉ dẫn đến thất bại. Bạn cần phải biết các thông tin về người dùng như trình độ, sở thích, các lĩnh vực quan tâm, cấu hình trang thiết bị, phần mềm, ... để tránh đưa ra một trang web vô tích sự.

Bạn cũng cần phải phân tích các mối quan tâm và khả năng của chính bạn. Bạn có khả năng thiết kế các trang web có hiệu quả và ấn tượng không? Bạn có đủ trình độ chuyên môn để tạo ra được các trang có lượng thông tin phong phú dựa trên các tài nguyên sẵn có không?

Sau đây là một số kỹ thuật giúp cho bước này :

1. Mô tả mục tiêu: Hãy xác định chính xác mục tiêu của trang này một cách ngắn gọn. Mục tiêu cần được mô tả một cách súc tích, rõ ràng, không quá rườm rà, chi tiết.
2. Xác định vấn đề giải quyết: Từ mô tả mục tiêu ở bước trên, nêu ra các vấn đề cần giải quyết để đạt được mục tiêu, tóm tắt phương pháp giải quyết, ...
3. Xác định người dùng: Liệt kê các đặc điểm của khách hàng như tuổi tác, nghề nghiệp, giới tính, thu nhập, trình độ, vùng cư trú, cấu hình trang thiết bị, phần mềm, ... vào một danh sách để phân tích và xử lý sau này.
4. Liệt kê các nguồn tài nguyên: Bạn có sẵn những gì để hoàn thành công việc cả về mặt trang thiết bị, công cụ phần mềm, ... và cả về trình độ chuyên môn ? Bạn có thể làm được những gì, và bạn sẽ nhờ giúp đỡ những gì ?
5. Xây dựng bảng tiến độ thực hiện: Xác định thời gian cần để hoàn thành sản phẩm với các tài nguyên sẵn có, thời gian cần để thực hiện từng bước của quá trình, ...

Bước 2 : Thiết kế các chức năng và cấu trúc trang

Có thể lúc này bạn rất muốn ngồi ngay vào máy và bắt tay vào việc xây dựng trang web nhưng đừng vội! Hãy dành thời gian cho việc thiết kế các chức năng và cấu trúc của các trang chính, vì

đây là bước quan trọng nhất trong quá trình thiết kế. Sau đây là một số hướng dẫn để thực hiện bước này :

1. Chọn cách làm việc sao cho có thể phác thảo thiết kế một cách thoải mái: Bạn có thể dùng bút để vẽ sơ đồ trên giấy, hay có thể dùng các chương trình máy tính để phác thảo. Tuy nhiên việc sử dụng các chương trình máy tính có thể sẽ làm hạn chế năng suất làm việc vì các công cụ có sẵn thường bị giới hạn.
2. Việc thiết kế nên đi từ trừu tượng đến cụ thể: Việc đưa ra các chi tiết ngay từ đầu có thể sẽ làm mất đi tổng quan của vấn đề. Phải xác định khung của chức năng trước rồi sau đó mới lựa chọn nội dung để điền vào.

Bước 3 : Tìm cách trình bày ấn tượng và hiệu quả

Ngay cả một cấu trúc tốt nhất cũng sẽ thất bại nếu việc trình bày thông tin không trực quan và ấn tượng. Một cách trình bày có ấn tượng và hiệu quả được đánh giá không chỉ bằng cách trông nó như thế nào mà còn xem nó đóng góp như thế nào vào quá trình đạt mục tiêu ban đầu.

Sau đây là một số cách để tìm ra nguồn cung cấp cho các trình bày tốt:

1. Đưa ra càng nhiều cách trình bày từ khả năng của chính bạn. Luôn quan sát và sưu tập các trình bày tốt đã đoạt giải, đã được nhiều người công nhận, hay các trình bày mà bạn thích, ...
2. Luôn cập nhật các thay đổi về công nghệ web. Bạn nên luôn có các tài liệu mới nhất về HTML, cũng như các thông tin về các dạng tập tin và các thiết bị mới được hỗ trợ bởi các nhà sản xuất.
3. Luôn ghi nhớ: Đối tượng đánh giá cách trình bày là người dùng chứ không phải bạn.
4. Thử càng nhiều giải pháp càng tốt và hãy ghi nhận các nhận xét, phản hồi của những người cộng tác để hoàn chỉnh thiết kế.

Bước 4 : Xây dựng nội dung

Là một người thiết kế trang web, bạn có thể có hoặc không chịu trách nhiệm tạo nội dung (như văn bản, hình ảnh, âm thanh, video, ..). Vì việc tạo nội dung thường không thể đợi đến lúc thiết kế hình thành, bạn có thể tiến hành các bước sau để đảm bảo rằng nội dung và thiết kế của bạn là tương thích với nhau:

1. Sửa đổi, hiệu chỉnh các nội dung đã có hoặc các nội dung mà bạn có quyền sửa.
2. Xin hỗ trợ và cố vấn của những chuyên gia đối với các chủ đề ngoài lĩnh vực chuyên môn của bạn.
3. Thiết lập đường dây liên lạc giữa bạn (người thiết kế) và những người tạo nội dung. Đưa ra các qui ước, các đặc tả cho nội dung như môi trường hỗ trợ, định dạng tập tin, cách nén, qui ước đặt tên tập tin, ...

4. Đảm bảo càng nhiều thông tin càng tốt. Cần phải có sự kết hợp chặt chẽ giữa văn bản và đồ họa, hình ảnh, âm thanh trong nội dung.
5. Tạo một cấu trúc cây thư mục hợp lý cho nội dung và thường xuyên sao lưu để đảm bảo an toàn.

Bước 5 : Thiết kế và kiểm tra khung trang web

Trong khi đang tiến hành xây dựng nội dung, đây là lúc kiểm tra các chức năng và cấu trúc được xây dựng trong bước 2 xem nó hoạt động như thế nào. Đây là bước mà bạn chuyển các mô tả về chức năng, về thiết kế ban đầu sang một thể hiện là các trang web cụ thể. Sau đây là một số hướng dẫn để thực hiện bước này :

1. Liên lạc với người quản trị server để xem việc tổ chức các tập tin như thế nào và các đặc tả nào có sẵn. Cho người quản trị biết các loại tập tin nào mà bạn đang sử dụng chưa được hỗ trợ.
2. Sử dụng các liên kết trong các trang tới các cấu trúc thư mục tương tự như cấu trúc thư mục trên server.
3. Ghi nhận các ảnh thường được dùng trong việc truy xuất các trang thông thường để đưa vào cache. Bằng cách này bạn có thể tăng tốc độ truy xuất các trang.
4. Thử nghiệm trên server để kiểm tra xem nó hoạt động đúng như thiết kế hay không.

Bước 6 : Đưa nội dung vào

Trong trường hợp tốt nhất, các khung dành cho văn bản và đồ họa sẽ được điền vào bằng nội dung thực sự của nó một cách dễ dàng và ăn khớp. Tuy nhiên điều này hiếm khi xảy ra vì một lẽ, hình ảnh và văn bản đưa vào có thể không vừa với khung thiết kế dành cho nó như dự định ban đầu. Cần phải thêm một số thao tác nữa mới có thể thực hiện xong chuyện này.

Để việc đưa nội dung vào thật sự đơn giản, ăn khớp, cần phải giữ mối liên lạc tốt giữa các thành viên liên quan như người thiết kế, người minh họa, người viết nội dung, người biên tập, và người quản trị server, ... Sau đây là một số hướng dẫn cho việc thực hiện tốt bước này :

1. Trước tiên hãy cho các trang hoạt động cục bộ, riêng lẻ để dễ kiểm tra, hiệu chỉnh, đánh giá, ...
2. Làm việc theo module, nghĩa là cho nhóm các trang liên quan nhau hoạt động trôi chảy trước khi mở rộng ra.
3. Đừng ngại thay đổi một quyết định thiết kế trước đó. Có thể bạn đã giả định sai, hoặc là công nghệ đã thay đổi vào lúc đưa nội dung vào, ...

Bước 7 : Kiểm tra và đánh giá

Các trang hiệu quả nhất là kết quả của việc thiết kế và đánh giá cẩn thận. Một web site trị giá nửa triệu đô la có thể có đến 70% tổng chi phí dành cho việc thiết kế và đánh giá. Sau đây là một số bước để thực hiện việc này:

1. Kiểm tra hoạt động của các liên kết nội bộ và các nguồn tài nguyên.
2. Kiểm tra độ chính xác của các liên kết ngoại. Không có gì tệ hơn là các liên kết với các trang bên ngoài không còn tồn tại nữa, hoặc là được chuyển đến nơi khác, hoặc là không còn phù hợp nữa.
3. Thử các trang với nhiều trình duyệt khác nhau. Thực hiện điều này để kiểm tra tính tương thích của trang với các trình duyệt, xem thử thiết kế trang đã tận dụng hết các hỗ trợ của trình duyệt chưa, ...
4. Thử các trang bằng nhiều cách kết nối khác nhau. Thử xem việc hiển thị các trang có ảnh hưởng như thế nào nếu kết nối bằng mạng cục bộ, đường kết nối tốc độ cao, đường điện thoại, ...
5. Thử các trang ở tình trạng mức độ truy cập cao. Nếu server của bạn chạy tốt trong các giờ cao điểm thì những giờ khác có thể chấp nhận được.
6. Thử các trang với nhiều dạng người dùng khác nhau. Nếu trang của bạn đề cập về các mối quan tâm chung thì hãy tranh thủ thử trang web với những đồng sự, bạn bè, ... Hãy ghi chú và quan sát. Có thể bạn sẽ không cần thay đổi phiên bản của trang web nhưng bạn sẽ cần các thông tin vì trang liên tục được cập nhật hóa.

Trên đây là các bước để giúp bạn có thể tạo các trang web tốt. Chúc các bạn thành công.

Lê Đình Duy

ldduy@fit.hcmuns.edu.vn

LẬP TRÌNH WEB ASP VỚI TIẾNG VIỆT UNICODE

Lê Đình Duy

Khoa CNTT - ĐHKHTN Tp. HCM

ldduy@fit.hcmuns.edu.vn

08.2002

1. Một số khái niệm căn bản về biểu diễn kí tự bên trong máy tính

1.1. Khái niệm về điểm mã, đơn vị mã, bảng mã

Về mặt bản chất, máy tính chỉ làm việc với các con số, do đó để biểu diễn các kí tự trên máy tính cần phải có một qui ước nhất quán giữa các kí tự cần biểu diễn và các con số tương ứng mà máy tính xử lí. Qui ước này được thể hiện qua các bước sau:

- Chọn tập các kí tự cần mã hóa (character set).
- Gán cho mỗi kí tự cần mã hóa một giá trị nguyên không âm, gọi là điểm mã (code point).
- Chuyển các điểm mã thành dãy các đơn vị mã (code units) để phục vụ cho việc lưu trữ và mã hóa. Một đơn vị mã là một đơn vị của bộ nhớ, có thể là 8, 16, hay 32 bit. Các điểm mã không nhất thiết phải có cùng số đơn vị mã.

Tập hợp những điểm mã của một tập các kí tự được gọi là một trang mã (code page) hay còn gọi là bảng mã hay bộ mã. Như vậy khi nói về một bảng mã, chúng ta quan tâm đến hai điều chính, số lượng các kí tự được mã hóa, và cách mã hóa chúng thành các đơn vị mã.

Lấy ví dụ bảng mã ASCII, tập kí tự cần mã hóa có 128 kí tự bao gồm các kí tự tiếng Anh, kí tự số, kí tự tiền tệ Anh, Mỹ và các kí tự điều khiển hệ thống ngoại vi. Các điểm mã có giá trị nằm trong khoảng từ 0-127. Mỗi điểm mã được mã hóa bằng đúng một đơn vị mã 8 bit, có nghĩa là đúng một byte.

Việc quyết định chọn cách mã hóa như thế nào sẽ quyết định số lượng kí tự được mã hóa. Ví dụ, nếu chọn cách mã hóa các điểm mã bằng đúng một đơn vị mã 8-bit thì số lượng điểm mã của một bảng mã (tạm gọi là bảng mã 8 bit) chỉ có thể tối đa là 256.

Do bảng mã ASCII không đủ để biểu diễn các kí tự của các ngôn ngữ khác, ví dụ như tiếng Việt, nên Microsoft đã mở rộng bảng mã ASCII bằng cách sử dụng 128 điểm mã có giá trị từ 128-255 để mã hóa cho các kí tự ngoài ASCII này. Tuy nhiên do chỉ có 128 điểm mã, trong khi số lượng các kí tự của các ngôn ngữ khác nhiều hơn, nên Microsoft đã tạo ra nhiều bảng mã khác nhau cho từng loại ngôn ngữ [1]. Ví dụ:

code page	1250	1251	1252	1253	1254	1258	etc.,
upper 128	Eastern Europe	Cyrillic	West Euro ANSI	Greek	Turkish	Vietnamese	etc.,
lower 128	ASCII	ASCII	ASCII	ASCII	ASCII	ASCII	etc.,

Tuy nhiên trong từng bảng mã này, không phải tất cả các kí tự của một ngôn ngữ đều có trong bảng mã. Hay nói chính xác hơn là không phải tất cả các kí tự đều được biểu diễn bằng duy nhất một điểm mã. Lấy ví dụ tiếng Việt chúng ta có 134 kí tự tổ hợp từ 28 chữ cái và 5 dấu thanh. Do chỉ có 128 điểm mã nên bảng mã windows-1258 dành cho tiếng Việt biểu diễn một số kí tự thành hai điểm mã liên tiếp, một điểm mã dành cho kí tự cơ sở và một điểm mã dành cho dấu thanh. Ví dụ: kí tự “é” được biểu diễn bằng hai điểm mã

tương ứng với các kí tự ê và kí tự dấu sắc: ê = ê + ´. Cách biểu diễn như vậy được gọi là cách biểu diễn tách rời (decomposed) mà thuật ngữ chúng ta hay gọi là tổ hợp.

Bảng mã TCVN3-ABC dùng 134 điểm mã để biểu diễn hết các kí tự tiếng Việt, chính điều này đã dẫn đến phải sử dụng một số điểm mã của bảng mã ASCII. Đây chính là lí do mà các trang web sử dụng bảng mã này không hiển thị được kí tự ư trong các trình duyệt Internet Explorer 5.0 trở lên. Cách biểu diễn như vậy được gọi là cách biểu diễn kết hợp sẵn (precomposed) mà thuật ngữ chúng ta hay gọi là dựng sẵn.

1.2. Bảng mã Unicode

Về mặt bản chất các bảng mã trên của Windows là bảng mã 8-bit, nghĩa là mỗi điểm mã được mã hóa bằng đúng một đơn vị mã 8-bit. Chính điều này đã giới hạn số lượng các kí tự được mã chỉ là 256. Do đó trong một văn bản không thể cùng hiển thị nhiều kí tự của các ngôn ngữ khác nhau được.

Unicode ra đời nhằm thống nhất chung các kí tự của mọi ngôn ngữ trong một bảng mã duy nhất [2]. Hai vấn đề nên lưu ý khi đề cập đến thuật ngữ Unicode đó là:

- Tập kí tự mà Unicode biểu diễn: ở đây muốn nói đến tập kí tự và cách ánh xạ các kí tự bằng các điểm mã tương ứng.
- Cách mã hóa các điểm mã thành các đơn vị mã.

Unicode dùng 16 bit để biểu diễn các điểm mã, do đó nó có thể biểu diễn được đến 65,536 kí tự có điểm mã nằm trong khoảng từ 0-65,535. Do vậy với Unicode người ta có thể biểu diễn được hầu hết các kí tự của các ngôn ngữ.

Cách đơn giản nhất để mã hóa các kí tự Unicode là biểu diễn mỗi điểm mã bằng đúng một đơn vị mã 16-bit. Đây chính là cách mã hóa nguyên thủy của Unicode trong phiên bản 2.0 được ISO/IEC chuẩn hóa thành ISO/IEC 10646 hay còn gọi là UCS-2. Tuy nhiên, để tương thích với các hệ thống xử lí trước khi Unicode ra đời cũng như tối ưu hóa trong quá trình lưu trữ và truyền dữ liệu, người ta dùng các cách khác nhau để mã hóa các điểm mã thành các đơn vị mã. Mỗi cách mã hóa như vậy được gọi là một dạng biến đổi của Unicode (UTF – Unicode Transformation Format). Thông dụng nhất hiện nay là UTF-8 và UTF-16 dùng dãy các đơn vị mã có độ dài khác nhau để mã hóa các điểm mã. UTF-8 dùng 1 đến 4 đơn vị mã 8-bit trong khi UTF-16 dùng 1 đến 2 đơn vị mã 16-bit để mã hóa. Ví dụ sau minh họa cách mã hóa của UTF-8:

- 128 kí tự đầu tiên của Unicode từ điểm mã U+0000 đến U+007F, được mã hóa thành 1 byte.
- Từ điểm mã U+0080 đến U+07FF, được mã hóa thành 2 byte.
- Từ điểm mã U+0800 đến U+FFFF, được mã hóa thành 3 byte.
- Từ điểm mã U+0800 đến U+FFFF, được mã hóa thành 4 byte.

Như vậy khi đề cập đến Unicode trong lập trình, cần phải xác định rõ chúng ta dùng bảng mã Unicode theo dạng biến đổi nào: UCS-2, UTF-8, hay UTF-16, ... UCS-2 được dùng trong các hệ quản trị cơ sở dữ liệu như SQL Server 7.0/2000, Microsoft Access 2000, UTF-8 thường được dùng trong các ứng dụng web, trong khi UTF-16 lại được dùng trong các hệ thống như Windows 2000/XP, Java, ...

2. Lập trình web với tiếng Việt Unicode

2.1. Chỉ định bảng mã dùng trong trang web

Khi một trang web được server chuyển xuống cho client, trình duyệt sẽ dùng thông tin về bảng mã mà trang web đó sử dụng để chuyển dãy các byte trong tài liệu đó thành các kí tự tương ứng để hiển thị lên màn hình. Ngoài ra, một khi dữ liệu trong các FORM được gửi đi sau khi người dùng submit, trình duyệt cũng sẽ căn cứ vào bảng mã này để chuyển đổi dữ liệu khi truyền đi. Ví dụ, nếu trang web được chỉ định dùng bảng

mã windows-1252 thì khi FORM được submit, dữ liệu sẽ được mã hóa theo bảng mã này cho dù trước đó trong các hộp điều khiển của FORM, dữ liệu được gõ dưới dạng Unicode [3].

Việc chỉ định bảng mã có vai trò rất quan trọng trong việc hiển thị đúng nội dung mà người thiết kế mong muốn, bởi vì nếu không chỉ định bảng mã được dùng trong trang web hiện hành một cách rõ ràng, trình duyệt sẽ sử dụng bảng mã mặc định. Ví dụ, nếu dữ liệu chuyển đến cho trang web là E1 BB 81, nếu chỉ định bảng mã là UTF-8 thì 3 byte này chính là biểu diễn mã của kí tự “è” trong khi nếu hệ thống dùng bảng mã mặc định, ví dụ như windows-1252, thì 3 byte này lại được xem như là biểu diễn 3 kí tự khác nhau và sẽ được hiển thị là “á»□”.

Để chỉ định bảng mã mà trang web hiện hành sử dụng, ta dùng tag META với thuộc tính HTTP-EQUIV được gán là Content-Type, và chỉ định tên của bảng mã được dùng trong thuộc tính CONTENT (Thông tin về các bảng mã được dùng trên Windows có thể xem tại [4]). Trong ví dụ sau, tag META được dùng để chỉ định bảng mã windows-1252 cho một trang web:

```
<META HTTP-EQUIV="Content-Type" CONTENT="text/html; CHARSET=windows-1252">
```

Để yêu cầu trình duyệt sử dụng một bảng mã cho toàn bộ trang web, ta phải đặt tag META này trước tag BODY. Thông thường là đặt tag META này trong tag HEAD như ví dụ sau:

```
<HTML>
<HEAD>
<META HTTP-EQUIV="Content-Type" CONTENT="text/html; CHARSET=windows-1252">
<TITLE>New Page 1</TITLE>
</HEAD>
<BODY>
...
</BODY>
</HTML>
```

Trong trường hợp bảng mã được chỉ định không có khả năng biểu diễn được tất cả các kí tự của trang web, người ta phải dùng đến số tham chiếu của kí tự (NCRs - numerical character references). Số tham chiếu kí tự là điểm mã của kí tự Unicode tương ứng mà nó biểu diễn. Số tham chiếu kí tự có hai dạng thập phân và thập lục phân. Dạng thập phân có cú pháp là “&#D;”, với D là số thập phân. Dạng thập lục phân có cú pháp là “&#xH;”, với H là số thập lục phân. Ví dụ: å và å là các số tham chiếu của kí tự “a” trong bảng mã Unicode. Một khi gặp số tham chiếu của kí tự, trình duyệt sẽ tham chiếu trực tiếp đến kí tự có điểm mã tương ứng trong bảng mã Unicode mà không sử dụng đến bảng mã được chỉ định hiện hành [5].

Lấy ví dụ một trang web được mã hóa với bảng mã windows-1252, lúc đó để hiển thị đoạn văn bản: “Tiếng Việt”, dữ liệu cho trang web phải là “Tiếng Việt”, trong đó ế và ệ lần lượt là các số tham chiếu của các kí tự “é” và “ệ” trong bảng mã Unicode.

Điều này cho phép giải thích tại sao, các trang web không dùng bảng mã UTF-8, ví dụ như windows-1252, vẫn có thể hiển thị được các kí tự Unicode không thuộc bảng mã đó hay khi chuyển đổi từ bảng mã UTF-8 sang windows-1252, MS FrontPage 2000 lại tự động thêm vào các số tham chiếu kí tự theo cách trên.

2.2. Hoạt động của webserver

Khi trình duyệt yêu cầu một trang .asp, trình xử lí trang asp tại webserver sẽ thông dịch các mã lệnh ở trong trang web này và gửi kết quả về cho trình duyệt. Thông thường, lệnh Response.Write được dùng cho các kết xuất từ các hằng chuỗi hay từ các biến ra màn hình. Ví dụ như:


```

...
<%
    Response.Write "Chào mừng bạn đến với trang web này" 'in một hằng chuỗi
    Response.Write rs("TEN_NV") 'in dữ liệu của một biến, ví dụ như là một trường của recordset
%>
...

```

Để yêu cầu webserver mã hóa các dữ liệu trong các hằng chuỗi và biến theo bảng mã sẽ được dùng để hiển thị tại client, ta cần phải đặt thuộc tính CodePage về bảng mã tương ứng. Các lệnh trong ví dụ sau sẽ yêu cầu webserver mã hóa các chuỗi dữ liệu theo bảng mã UTF-8 (Thông tin về các codepage tương ứng với các bảng mã xem tại [\[4\]](#)):

```

<%Session.CodePage=65001%> // Dùng cho toàn bộ các trang trong Session hiện hành
<%@CodePage=65001%> // Dùng cho trang hiện hành

```

Lấy ví dụ trong trường hợp dùng cơ sở dữ liệu SQL Server 7.0, dữ liệu được trả về từ các câu truy vấn theo bảng mã UCS-2. Nếu ta chỉ định CodePage là 65001, webserver sẽ tự động chuyển dữ liệu từ UCS-2 sang UTF-8, ngược lại nếu không chỉ định thuộc tính CodePage, webserver sẽ chuyển dữ liệu đó đến client theo bảng mã mặc định (ví dụ như windows-1252). Điều này giải thích cho trường hợp một số trang web asp hiển thị không đúng dữ liệu Unicode được lưu trong các cơ sở dữ liệu như SQL Server 7.0/2000, MS Access 2000.

Ngoài ra, các trang asp có sử dụng đoạn mã lệnh thiết lập CodePage là 65001 phải được lưu theo định dạng tương ứng là UTF-8 [\[6\]](#).

Như vậy, việc thiết lập thuộc tính CodePage trong trang asp sẽ giúp cho webserver hiểu được các dữ liệu được lưu trong các cơ sở dữ liệu, hằng chuỗi kí tự, ... theo bảng mã nào để mã hóa (encode) nó trước khi chuyển đến cho trình duyệt. Việc chỉ định bảng mã dùng trong trang web bằng tag META sẽ giúp cho trình duyệt diễn dịch (decode) dữ liệu được chuyển đến từ webserver đúng nhất khi hiển thị [\[7\]](#).

2.3. Các bước cơ bản của lập trình web asp sử dụng tiếng Việt Unicode

- Soạn và lưu trữ tập tin .asp dưới dạng mã hóa UTF-8.
- Trong các tập tin asp, chèn các đoạn mã chỉ định cho web server và trình duyệt xử lí dữ liệu trong trang web như là UTF-8. Các đoạn mã này phải đặt ở đầu trang asp. Sử dụng ví dụ mẫu sau:

```

<%@CODEPAGE=65001%>
<%Session.Codepage=65001%>
<HTML>
<HEAD>
<META HTTP-EQUIV="Content-Type" CONTENT="text/html; CHARSET=UTF-8">
</HEAD>
<BODY>
</BODY>
</HTML>

```

- Sử dụng các hệ quản trị CSDL hỗ trợ Unicode như SQLServer 7.0/2000, MS Access 2000. Nếu dùng SQL Server thì phải khai báo kiểu dữ liệu cho các trường lưu dữ liệu Unicode là NCHAR, NVARCHAR, NTEXT, ... Các kiểu dữ liệu như TEXT, MEMO, HYPERLINK trong MS Access 2000 mặc định là hỗ trợ lưu dữ liệu Unicode.
- Truy xuất cơ sở dữ liệu thông qua JScript/VBScript/ODBC.
- Khi làm việc trên hệ quản trị CSDL SQL Server 7.0/2000, nếu dùng các hằng chuỗi trong các câu lệnh SQL, phải thêm tiếp đầu ngữ N (bắt buộc là chữ in hoa) vào [\[8\]](#). Nếu không sử dụng tiếp đầu

ngữ này, SQL Server sẽ tự động chuyển chuỗi dữ liệu sang bảng mã mặc định hiện hành trước khi sử dụng nó trong các thao tác cập nhật CSDL. Ví dụ, nếu bạn dùng câu lệnh sau: INSERT INTO SINHVIEN(TEN_SV) VALUES('Trần Nam Hải') thì hằng chuỗi dữ liệu 'Trần Nam Hải' sẽ được SQL Server xem như là chuỗi kí tự thường chứ không phải là chuỗi Unicode. Điều này sẽ dẫn đến hậu quả là dữ liệu sẽ được lưu trữ không chính xác. Ví dụ như dữ liệu của kí tự "à" trong chuỗi trên là E1 BA A7, sẽ được lưu thành 3 kí tự khác nhau. Trong khi đó nếu dùng câu lệnh INSERT INTO SINHVIEN(TEN_SV) VALUES(N'Trần Nam Hải') thì 3 byte E1 BA A7 sẽ được xem như là một kí tự khi lưu xuống [9].

3. Hỗ trợ Unicode của các phần mềm

3.1. Các phần mềm hỗ trợ soạn thảo trang web

- Visual Studio.NET, Notepad, MS FrontPage2002: Hỗ trợ lưu tập tin dưới dạng UTF-8
- Visual InterDev 6.0: Nếu trong trang asp ta sử dụng các hằng chuỗi được gõ vào dưới dạng Unicode, ví dụ như: Response.Write "Chào mừng bạn " thì lúc lưu tập tin, chương trình sẽ phát hiện ra trong trang asp này có xuất hiện kí tự Unicode và yêu cầu lưu xuống dưới dạng Unicode, nếu không các kí tự Unicode sẽ bị mất. Tuy nhiên, nếu chọn lưu dưới dạng Unicode thì chương trình sẽ lưu tập tin này dưới dạng mã hóa UCS-2. Hiện nay webserver IIS không thể xử lí được trang asp này [10]. Do đó không nên dùng Visual InterDev 6.0 để soạn thảo các trang asp trong các ứng dụng Unicode tiếng Việt.
- Các phần mềm thông dụng hỗ trợ gõ tiếng Việt Unicode: UniKey, VietKey.

3.2. Các phần mềm hệ thống khác

- SQL Server 7.0/2000 và MS Access 2000 hỗ trợ Unicode. Với mỗi kí tự Unicode, hệ thống sẽ sử dụng bảng mã UCS-2 để lưu trữ, nghĩa là dùng cố định 2 byte cho một kí tự. SQL 6.5 và MS Access 97 không hỗ trợ Unicode.
- IIS 5.0 không thể đọc được các tập tin lưu dưới dạng UCS-2 [10], không hỗ trợ CodePage của bảng mã UTF-16 là 1200 [11]. IIS 4.0 không hỗ trợ CodePage của bảng mã UTF-8 là 65001 [11].

Tóm lại

Unicode ra đời nhằm khắc phục hạn chế về số lượng kí tự được mã hóa của các bảng mã 8-bit trước đó, cho phép mọi ngôn ngữ có thể sử dụng chung một bảng mã duy nhất. Do vấn đề tương thích trong lưu trữ và truyền dữ liệu mà Unicode có các dạng mã hóa khác nhau như UCS-2, UTF-8, UTF-16. UTF-8 là dạng mã hóa Unicode thông dụng nhất trong các ứng dụng web hiện nay.

Để viết các ứng dụng web dùng tiếng Việt Unicode, cần chọn các phần mềm soạn thảo hỗ trợ lưu trữ tập tin dưới dạng mã hóa UTF-8 như Visual Studio.NET, MS FrontPage2000, NotePad, ... ; sử dụng các hệ quản trị CSDL hỗ trợ Unicode như SQL Server 7.0/2000, MS Access 2000, ...; đặt các đoạn mã chỉ định bảng mã mà webserver và trình duyệt dùng để mã hóa và giải mã dữ liệu.

Tài liệu trích dẫn

1. <http://www.microsoft.com/globaldev/articles/unicode.asp>
2. <http://www.unicode.org/unicode/standard/principles.html>
3. <http://support.microsoft.com/default.aspx?scid=kb;en-us;Q303612>
4. <http://msdn.microsoft.com/library/default.asp?url=/workshop/author/dhtml/reference/charsets/charset4.asp>
5. <http://www.w3.org/TR/html401/charset.html#code-position>

6. <http://support.microsoft.com/default.aspx?scid=KB;EN-US;Q295063&>
7. <http://msdn.microsoft.com/library/default.asp?url=/library/en-us/iisref/html/psdk/asp/vbob150l.asp>
8. <http://support.microsoft.com/default.aspx?scid=kb;en-us;Q239530>
9. <http://support.microsoft.com/default.aspx?scid=kb;en-us;q232580>
10. <http://support.microsoft.com/default.aspx?scid=kb;en-us;Q245000>
11. [http://support.microsoft.com/default.aspx?scid=kb;\[LN\];Q254313](http://support.microsoft.com/default.aspx?scid=kb;[LN];Q254313)

HẾT

KẾT XUẤT DỮ LIỆU RA DẠNG EXCEL TỪ TRANG ASP

Thông thường, các ứng dụng web kết xuất dữ liệu của các báo cáo ra dưới dạng bảng biểu. Sẽ rất cần thiết nếu người dùng cũng nhận được dữ liệu này dưới dạng Excel để có thể sử dụng cho các mục đích khác.

Kỹ thuật để đạt được mục đích này khá đơn giản. Ý tưởng chính của kỹ thuật này là sử dụng thuộc tính ContentType của đối tượng Response trong ASP và thực hiện theo các bước tuần tự sau:

Bước 1: Chỉ định dữ liệu sẽ được chuyển đi theo định dạng Excel

Đơn giản chỉ cần dùng câu lệnh: Response.ContentType = "application/vnd.ms-excel". Thông thường, cần phải đặt câu lệnh Response.Buffer = True và Response.Clear trước câu lệnh này để đảm bảo dữ liệu được chuyển xuống client chính xác.

Bước 2: Kết xuất dữ liệu dưới dạng bảng theo cách làm thông thường.

Dòng đầu tiên của bảng chứa tên của các cột sẽ được hiển thị trong tập tin excel.

Hãy xem ví dụ minh họa sau:

Data2Excel.asp

```
<%
    Response.Buffer = True
    Response.Clear
    ' thiết lập định dạng sẽ kết xuất là Excel
    Response.ContentType = "application/vnd.ms-excel"

    ' kết nối với CSDL
    strDSN = "DRIVER=Microsoft Access Driver (*.mdb);DBQ="
    ' đường dẫn tương đối đến tập tin CSDL
    strDSN = strDSN & Server.MapPath("myDB.mdb")
    set Conn = Server.CreateObject("ADODB.Connection")
    Conn.Open strDSN
    strSQL = "SELECT * FROM myTable"
    set rs = Conn.Execute(strSQL)
    rowstart = "<tr>"
    rowend = "</tr>"
    cellstart = "<td>"
    cellend = "</td>"
    Response.Write "<TABLE border=1>"
    ' dòng đầu tiên in tên các cột
    Response.Write rowstart
    For i = 0 to rs.Fields.Count -1
        Response.Write cellstart & "<b>" & rs.Fields(i).name & "</b>" & cellend
    Next
    Response.Write rowend
    ' in dữ liệu của từng dòng
    Do while not rs.EOF
        Response.Write rowstart
        For i = 0 to rs.Fields.Count -1
```

```

Response.Write cellstart & rs.Fields(i)& cellend
Next
Response.Write rowend
rs.MoveNext
Loop
rs.Close
set rs = Nothing
Conn.Close
set Conn = nothing
Response.Write "</TABLE>"
Response.End
%>

```

Bàn luận:

Ưu điểm của cách làm trên là cho phép bạn sử dụng các đoạn mã sẵn có lúc kết xuất dữ liệu ra dạng bảng theo cách thông thường để chuyển sang định dạng Excel. Tuy nhiên việc kết xuất dữ liệu theo định dạng Excel như trong ví dụ trên có thể chiếm tài nguyên của webserver đặc biệt khi dữ liệu lớn do đó chỉ nên dùng cách này nếu trang này không được sử dụng thường xuyên.

Nếu muốn kết xuất dữ liệu lớn và thực hiện thường xuyên, ta có thể kết xuất thông qua định dạng CSV (Comma-Separated Values) để tối ưu hơn. Các tập tin theo định dạng CSV là các tập tin văn bản mà dữ liệu trong các cột được ngăn cách với nhau bởi dấu phẩy “,” (comma), rất thường được dùng cho việc trao đổi dữ liệu giữa các hệ quản trị CSDL và các chương trình bảng tính như Excel. Ví dụ, nếu bạn mở một tập tin csv có nội dung như sau trong Excel, ta sẽ nhận được một bảng 3 dòng, 3 cột:

Doe,John,944-7077

Johnson,Mary,370-3920

Smith,Abigail,299-3958

Để chuyển dữ liệu sang định dạng CSV, vẫn với cách làm tương tự bằng cách thay đổi thuộc tính ContentType về dạng “application/csv” và thêm dòng lệnh sau để yêu cầu trình duyệt hiển thị hộp thoại tải tập tin về: Response.AddHeader "Content-Disposition", "filename=mydata.csv;". Sau đó, thay vì định dạng dữ liệu dưới dạng bảng, ta định dạng dữ liệu theo dạng dữ liệu các cột được phân cách với nhau bằng dấu phẩy “,”. Xem ví dụ minh họa sau:

```

Data2CSV.asp
<%
Response.Buffer = True
Response.Clear
' thiết lập định dạng sẽ kết xuất là Excel
Response.ContentType = "application/csv"
Response.AddHeader "Content-Disposition", "filename=mydata.csv;"

' kết nối với CSDL
strDSN = "DRIVER=Microsoft Access Driver (*.mdb);DBQ="

```

```

' đường dẫn tương đối đến tập tin CSDL
strDSN = strDSN & Server.MapPath("myDB.mdb")
set Conn = Server.CreateObject("ADODB.Connection")
Conn.Open strDSN
strSQL = "SELECT * FROM myTable"
set rs = Conn.Execute(strSQL)
' dòng đầu tiên in tên các cột
For i = 0 to rs.Fields.Count -1
    Response.Write rs.Fields(i).name & ", "
Next
Response.Write vbNewLine ' kết thúc một dòng dữ liệu
' in dữ liệu của từng dòng
Do while not rs.EOF
    For i = 0 to rs.Fields.Count -1
        Response.Write rs.Fields(i)& " , "
    Next
    Response.Write vbNewLine ' kết thúc một dòng dữ liệu
    rs.MoveNext
Loop
rs.Close
set rs = Nothing
Conn.Close
set Conn = nothing
Response.End
%>

```

Hạn chế của định dạng này là do dữ liệu chỉ là các kí tự ASCII nên sẽ không dùng được trong trường hợp dữ liệu sử dụng Unicode, ngoài ra cần phải có cách xử lí thích hợp trong trường hợp dữ liệu trong các cột có dấu phẩy “,”. Excel xử lí trường hợp này bằng cách thay đặt toàn bộ dữ liệu trong dấu “”’. Ví dụ nếu bạn có dữ liệu là **Abc, xyz** thì dữ liệu sẽ được đổi thành **“Abc, xyz”**

Tham khảo thêm tại:

http://www.web-savant.com/users/kathi/asp/samples/tut/Export_to_Excel.asp

http://gethelp.devx.com/techtips/asp_pro/10min/10min0699.asp

Lê Đình Duy – ldduy@fit.hcmuns.edu.vn

HIỂN THỊ HÌNH ẢNH TỪ CƠ SỞ DỮ LIỆU TRONG CÁC ỨNG DỤNG WEB

Lê Đình Duy

Khoa CNTT – ĐHKHTN Tp.HCM

ldduy@fit.hcmuns.edu.vn

12.2002

1. Giới thiệu

Việc lưu trữ và hiển thị hình ảnh từ CSDL trong các ứng dụng web là cần thiết. Ví dụ như các ứng dụng quản lí hồ sơ của nhân viên, ngoài thông tin bằng văn bản như Họ tên, địa chỉ, bằng cấp, ... sẽ rất cần thiết nếu có thêm dữ liệu về ảnh của nhân viên. Hay trong các ứng dụng bán hàng, bên cạnh thông tin về sản phẩm như Tên sản phẩm, phân loại sản phẩm, giá cả, ... hình ảnh trực quan về sản phẩm cũng rất cần thiết để giúp cho người dùng dễ dàng hơn khi chọn lựa, ...

Thông thường người ta dùng một trong hai cách để đạt được mục đích này. Cách thứ nhất là lưu trữ tập tin hình ảnh trên một thư mục riêng, trong CSDL ngoài dữ liệu văn bản chỉ lưu đường dẫn đến tập tin hình ảnh. Cách thứ hai là lưu trữ cả dữ liệu hình ảnh và văn bản trong cùng một bản ghi trong CSDL.

Cách tiếp cận thứ nhất thường được dùng hơn vì CSDL có kích thước nhỏ và thao tác hiển thị khá đơn giản thông qua tag IMG với thuộc tính SRC được gán bằng thông tin về đường dẫn đến tập tin hình ảnh đã có trong CSDL. Hạn chế của cách tiếp cận này là đòi hỏi dữ liệu ảnh phải được lưu trữ trên webserver hoặc ở một máy tính nào đó mà webserver có thể truy cập được. Trong các ứng dụng mà cơ sở dữ liệu có thể được sao lưu nhiều bản để phân tán, "rủi ro" sẽ xảy ra nếu các tập tin hình ảnh không được sao lưu theo đúng đường dẫn sẵn có.

Cách tiếp cận thứ hai do lưu trữ hình ảnh trong CSDL như là dữ liệu nhị phân nên sẽ dẫn đến hạn chế là làm cho kích thước của CSDL tăng lên đáng kể. Nhưng bù lại, dữ liệu hình ảnh và văn bản ở chung một nơi nên có thể dùng cho các CSDL được sao lưu nhiều nơi. Để lưu trữ dữ liệu hình ảnh trên các hệ quản trị CSDL ta phải dùng các kiểu dữ liệu dạng nhị phân cho nó. Ví dụ, trong MS SQL Server là kiểu dữ liệu image, trong MS Access là kiểu dữ liệu OLE Object.

2. Hiển thị hình ảnh có trong CSDL

Nếu dùng cách tiếp cận thứ nhất, ta sẽ tạo ra trong bảng dữ liệu một trường tên chẳng hạn là IMAGE_URL để lưu trữ đường dẫn đến tập tin hình ảnh, ví dụ như là: images/id1234.gif. Để hiển thị hình ảnh này trong trang web, đơn giản chỉ cần dùng tag IMG với thuộc tính SRC được gán bằng dữ liệu trong trường ImageURL như: `Response.Write("")`.

Nếu dùng cách tiếp cận thứ hai, ta sẽ tạo ra trong bảng dữ liệu một trường có tên chẳng hạn là APP_IMGDATA để lưu trữ dữ liệu hình ảnh dưới dạng nhị phân. Sau đó, để hiển thị hình ảnh này lên, ta thực hiện tuần tự các bước sau:

- Đọc dữ liệu hình ảnh lưu trong ImgData vào recordset.
- Gán thuộc tính ContentType của đối tượng Response tương ứng với định dạng ảnh lưu trữ. Nếu lưu tập tin dưới dạng .gif, ta đặt `Response.ContentType="image/gif"`.
- Sử dụng hàm `Response.BinaryWrite` để ghi nội dung dữ liệu của hình ảnh ra.

Giả sử ta dùng CSDL là MS Access với tập tin CSDL là DB_USERS được lưu trong thư mục APP_DB, bảng dữ liệu APP_USERS được dùng để lưu thông tin của người dùng và hình ảnh tương ứng. Đoạn mã sau của tập tin showimage.asp minh họa các bước trên:

```
showimage.asp
<%
    ' kết nối với CSDL
    strDSN = "DRIVER=Microsoft Access Driver (*.mdb);DBQ="
    ' đường dẫn tương đối đến tập tin CSDL
    strDSN = strDSN & Server.MapPath("app_db/db_users.mdb")
    set Conn = Server.CreateObject("ADODB.Connection")
    Conn.Open strDSN
    ' giả sử cần hiển thị hình ảnh lưu trong bản ghi
    ' có trường APP_USERID bằng vUserID
    strSQL = "SELECT * FROM APP_USERS WHERE "
    strSQL = strSQL & " APP_USERID = " & vUserID
    ' đọc dữ liệu hình ảnh vào recordset
    Set rs = Conn.Execute(strSQL)
    ' gán thuộc tính ContentType là image/gif
    Response.ContentType = "image/gif"
    ' ghi dữ liệu hình ảnh ra tập tin chuyển xuống client
    Response.BinaryWrite(rs("APP_IMGDATA"))
    rs.close
    set rs = nothing
    Conn.close
    set Conn = nothing
%>
```

Với đoạn mã trên do ta đã đặt nội dung chuyển xuống cho trình duyệt là image/gif nên không thể vừa cùng hiển thị dữ liệu văn bản vừa hiển thị hình ảnh được.

3. Tải tập tin ảnh lên CSDL

Để có thể tải các tập tin dữ liệu lên server, thông thường ta dùng các component đã được viết sẵn để hỗ trợ cho việc này. Một trong các component cung cấp miễn phí là [aspSmartUpload](http://www.aspsmart.com/aspSmartUpload/) (<http://www.aspsmart.com/aspSmartUpload/>). Hai vấn đề cần lưu ý khi sử dụng các component dạng này là form trong trang dành cho người dùng nhập phải được đặt thuộc tính ENCTYPE là multipart/form-data và trang xử lý upload phải dùng đối tượng Form của các component để lấy dữ liệu về thay cho Request.Form. Với aspSmartUpload ta có thể tải đồng thời nhiều tập tin lên server, thậm chí có thể hạn chế kích thước tập tin, kiểu tập tin, ... sẽ được dùng để tải. Ví dụ sau minh họa việc tải dữ liệu lên CSDL bằng cách dùng tập tin upload.htm cho phép người dùng chỉ định tập tin cần upload, tập tin upload.asp dùng để lưu dữ liệu tập tin cần upload vào một trường trong bảng CSDL hoặc lưu thành một tập tin trong thư mục nào đó:

```
upload.htm
<H1>aspSmartUpload : Sample </H1>
<HR>

<FORM method="POST" action="upload.asp" enctype="multipart/form-data">
    <input type="FILE" name="FILE1" ><br>
    <input type="submit" value="Upload">
</FORM>
```



```

upload.asp
<%
    ' tạo đối tượng aspSmartUpload
    Set mySmartUpload = Server.CreateObject("aspSmartUpload.SmartUpload")
    ' upload tập tin
    mySmartUpload.Upload
    ' kết nối với CSDL
    strDSN = "DRIVER=Microsoft Access Driver (*.mdb);DBQ="
    ' đường dẫn tương đối đến tập tin CSDL
    strDSN = strDSN & Server.MapPath("app_db/db_users.mdb")
    set Conn = Server.CreateObject("ADODB.Connection")
    Conn.Open strDSN

    set rs = Server.CreateObject("ADODB.Recordset")
    set rs.ActiveConnection = Conn
    rs.Source = "app_users"
    rs.LockType = 3
    rs.Open
    rs.close
    For each file In mySmartUpload.Files
        If NOT file.IsMissing then ' nếu tập tin tồn tại
            rs.AddNew
            ' lưu dưới dạng một field trong CSDL
            file.FileToField rs.Fields("APP_IMGDATA")
            ' lưu dưới dạng một tập tin trên thư mục của server
            ' với đường dẫn tuyệt đối
            file.SaveAs("c:\temp\" & file.FileName)
            ' lưu dưới dạng một tập tin trên thư mục của server
            ' với đường dẫn tương đối so với thư mục webroot
            file.SaveAs("dbimages/upload" & file.FileName)
            ...
            rs.Update
        End if
    Next
    rs.close
    set rs = nothing
    Conn.close
    set Conn = nothing
%>

```

4. Kết luận

Bài viết vừa trình bày các hai thao tác cơ bản cho việc quản lí hình ảnh trong cơ sở dữ liệu của các ứng dụng web. Thao tác thứ nhất liên quan đến việc chọn hình thức lưu trữ dữ liệu ảnh, thao tác thứ hai liên quan đến việc tải các hình ảnh lên server. Lưu trữ dữ liệu ảnh dưới dạng là một trường cơ sở dữ liệu sẽ làm cho kích thước cơ sở dữ liệu lớn, việc xử lí khá phức tạp nhưng có thuận lợi trong trường hợp ứng dụng được thiết kế cho việc sử dụng phân tán. Đơn giản và thường được dùng hơn cả là lưu trữ các tập tin hình ảnh trong một thư mục định trước trên server và lưu trữ đường dẫn đến tập tin này trong cơ sở dữ liệu.

BẮT ĐẦU HỌC LẬP TRÌNH ỨNG DỤNG WEB VỚI ASP

Lê Đình Duy
Khoa CNTT – ĐHKHTN Tp.HCM
ldduy@fit.hcmuns.edu.vn
07.2002

1. Giới thiệu ASP

Microsoft Active Server Pages (ASP) là môi trường lập trình ứng dụng phía server (server side scripting) hỗ trợ mạnh trong việc xây dựng các ứng dụng Web. Các ứng dụng ASP có thể làm việc với bất kỳ cơ sở dữ liệu nào tương thích với ODBC như SQL, Access, Oracle, Informix,... đồng thời rất dễ viết và sửa đổi. Hơn nữa nó có thể tích hợp các công nghệ sẵn có của Microsoft như COM, ... một cách dễ dàng.

Để có thể chạy được các trang web viết bằng ASP, cần phải có webserver hỗ trợ ASP. Microsoft IIS và Personal Web Server (PWS) trên Win95,98,NT hay Internet Information Server (IIS) trên Windows2000 là các webserver của Microsoft hỗ trợ ASP. Trong trường hợp webserver không phải của Microsoft, hay hệ điều hành không phải là Windows mà là Unix, Linux, cần phải cài đặt một thư viện hỗ trợ ASP. Thông dụng nhất là Sun Chili!Soft (<http://www.chillisoft.com>)

Để soạn thảo các trang ASP, ta có thể dùng bất cứ phần mềm soạn thảo văn bản nào, ví dụ như Notepad. Thông dụng và dễ dùng thường là Visual InterDev trong bộ Microsoft Studio.

Ngoài ra với ứng dụng có liên kết với cơ sở dữ liệu, cần phải cài đặt thêm các phần mềm cơ sở dữ liệu như Access, SQL, Oracle, ... Phần mềm cơ sở dữ liệu đơn giản nhất cho người mới bắt đầu là Access.

Để có thể viết ứng dụng web bằng ASP, cần phải biết các kiến thức cơ bản sau:

- Kiến thức về thiết kế web, HTML để giúp thiết kế các trang web.
- Kiến thức về các ngôn ngữ lập trình VB script, Java script. VB Script là ngôn ngữ lập trình thông dụng cho ASP.
- Thông thường các ứng dụng web có liên quan nhiều đến việc quản lí, truy xuất, cập nhật cơ sở dữ liệu nên cần phải nắm thêm kiến thức về cú pháp các câu truy vấn SQL, kiến thức về kết nối và lập trình cơ sở dữ liệu với ADO.

2. Một số kiến thức cơ bản về ASP

Một trang ASP thường có một số đặc điểm sau:

- Là một tập tin văn bản (text file) có phần mở rộng là **.asp**: Phần mở rộng này sẽ giúp webserver yêu cầu trình xử lí trang asp (ASP engine) trước khi trả về cho trình duyệt.
- Ngôn ngữ script thông dụng nhất dùng để viết các mã của ASP là VBScript. Ngoài ra, ta cũng có thể viết các mã bằng các ngôn ngữ như JScript, Perl, Python, ... nếu trên webserver có cài đặt các bộ xử lí ngôn ngữ này (script engine).
- Các đoạn mã viết trong trang ASP sẽ được các bộ xử lí ngôn ngữ trên webserver xử lí tuần tự từ trên xuống dưới. Kết quả của việc xử lí này là trả về trang HTML cho webserver và webserver sẽ gửi trang này về cho trình duyệt. Đó là lí do tại sao, tại trình duyệt ta không thể thấy được các đoạn mã chương trình đã được viết trong trang ASP.
- Một trang ASP thông thường gồm có 4 thành phần:
 - o Dữ liệu văn bản (text)

- Các tag HTML
- Các đoạn mã chương trình phía client đặt trong cặp tag <SCRIPT> và </SCRIPT>
- Mã chương trình ASP được đặt trong cặp tag <% và %>:

Ba thành phần ban đầu là cấu trúc của một trang HTML thông thường, do đó có thể xem một trang ASP là một trang HTML được nhúng thêm phần xử lý viết bằng mã ASP (VBScript, JScript, Perl, ...). Ví dụ sau minh họa một trang ASP, dữ liệu văn bản là "Welcome to my website. Today is:", các tag HTML là <P>, , ... và đoạn mã chương trình đặt giữa <% và %>

```
<HTML>
<BODY>
<P> <B>Welcome to my website</B>. Today is
<%
    Response.Write Date()
%>
</BODY>
</HTML>
```

3. Một số sách, website tham khảo

- Thiết kế và Lập trình ứng dụng web bằng ASP – Lê Đình Duy – NXB Thống kê, 2001
- Xây dựng trang web động với ASP – Nhóm tác giả ELICOM - 2001
- ASP Databases – Nhóm tác giả SAIGONBOOK - 2001
- Professional Active Server Pages 3.0 – Alex Homer et al - 1999
- MSDN – Active Server Pages Tutorial
- <http://www.learnasp.com>
- <http://www.4guysfromrolla.com>
- <http://www.15seconds.com>
- <http://asp.superexpert.com>
- <http://www.aspfaqs.com>

PHƯƠNG PHÁP HỖ TRỢ GIỚI HẠN TRUY CẬP TRANG WEB

Lê Đình Duy

Khoa CNTT – ĐHKHTN Tp.HCM

ldduy@fit.hcmuns.edu.vn

09.2002

1. Giới thiệu

Thông thường, trong các ứng dụng web, người thiết kế muốn giới hạn sự truy cập đến một số trang web thông qua việc chứng thực người dùng (authentication) nhằm mục đích cho phép những người có quyền thực sự mới được phép truy cập và thực hiện một số trang web nào đó. Ví dụ các trang web dùng cho việc cập nhật CSDL từ xa chỉ cho phép người quản trị thực hiện hay trong các ứng dụng như diễn đàn thảo luận, thông thường các trang gửi bài mới chỉ cho phép những người đã đăng kí thực hiện mà thôi, ...

Để đạt được mục đích này, có hai cách tiếp cận:

- Dùng chức năng bảo mật của hệ thống: Cách này giới hạn quyền truy cập đến các trang web cần bảo vệ bằng quyền trên hệ thống tập tin NTFS. Ví dụ, nếu muốn giới hạn quyền truy cập đến tập tin admin.asp, ta xác lập quyền cho một người dùng nào đó được quyền đọc, thi hành mà thôi. Cách này có hạn chế là người dùng trang web phải có tài khoản trên server. Điều này sẽ thực sự khó khăn khi đa số các ứng dụng web thường được hosting tại các server của các ISP.
- Dùng các đoạn mã chương trình tự viết: Cách này sử dụng cookies (thông qua biến kiểu Session) kết hợp với CSDL về người dùng để làm việc này! Cách làm này cho phép đáp ứng khá hoàn hảo nhu cầu bảo mật các trang web và tương thích dễ dàng trong trường hợp hosting ở các server khác nhau.

2. Bảo vệ bằng các đoạn mã chương trình tự viết

Ý tưởng chính của cách làm này là ta sẽ dùng một biến Session có kiểu là boolean để lưu thông tin về người dùng đã được chứng thực hay chưa. Giả sử ta đặt tên cho biến này là blLoginOK, giá trị True sẽ tương ứng với người dùng đã được chứng thực và ngược lại.

Việc chứng thực người dùng sẽ được thông qua một trang đăng nhập (ví dụ là trang login.htm). Trang này sẽ yêu cầu người dùng nhập thông tin về tên đăng nhập và mật khẩu. Sau đó một đoạn mã (trang login.asp) sẽ được dùng để kiểm tra thông tin người dùng vừa nhập có trùng khớp với dữ liệu được lưu trữ trên CSDL hay không. Nếu thông tin trùng khớp, giá trị của biến blLoginOK sẽ được chuyển thành True (lưu ý ta phải thiết lập biến blLoginOK có giá trị mặc định là False).

Trong các trang cần hạn chế truy cập, ta chỉ cần kiểm tra giá trị của biến này là True hay False. Nếu giá trị là True, người dùng sẽ được phép thực hiện tiếp các đoạn mã tiếp theo của trang, còn ngược lại, ta sẽ thông báo yêu cầu người dùng chứng thực thông qua một trang đăng nhập trước khi tiếp tục.

Các bước thực hiện tuần tự như sau:

Bước 1: Tạo cơ sở dữ liệu chứa thông tin về người dùng

Giả sử ta dùng MS Access để tạo cơ sở dữ liệu có tên là DB_USERS.MDB, trong đó ta tạo một bảng dữ liệu có tên là APP_USERS. Hai trường chính của bảng dữ liệu này là APP_USERNAME và APP_PASSWORD. Nếu đặt APP_USERNAME như là khóa chính thì một người dùng sẽ được xác định bằng một tên đăng nhập

duy nhất. Tất nhiên, ta có thể tạo thêm các trường khác để quản lí như Họ Tên, Địa chỉ Email (có thể sẽ cần để gửi email khi quên mật khẩu), Lần đăng nhập cuối cùng, Thời gian sử dụng hệ thống, ... Sau khi tạo xong, giả sử tập tin này được lưu tại thư mục APP_DB.

Bước 2: Tạo trang đăng nhập login.htm để yêu cầu người dùng nhập thông tin về tên đăng nhập và mật khẩu:

```
Login.htm
<FORM action="login.asp" method="POST">
Username: <input type="text" name="fmUserName" size="20"><br>
Password: <input type="password" name="fmPassword" size="20"><br>
<input type="submit" value="Submit" name="btnSubmit">
<input type="reset" value="Reset" name="btnReset">
</FORM>
```

Bước 3: Tạo trang login.asp để kiểm tra thông tin người dùng vừa nhập có trùng khớp với thông tin có sẵn trên CSDL hay không. Nếu trùng khớp, giá trị biến blLoginOK sẽ được chuyển thành True.

```
Login.asp
<%
    On Error Resume Next
    vUserName = Request.Form("fmUserName")
    ' Thay thế dấu nhảy đơn ' thành hai dấu nhảy đơn để tránh lỗi SQL injection
    vUserName = Replace(vUserName, "'", "''")
    vPassword = Request.Form("fmPassword")
    vPassword = Replace(vPassword, "'", "''")

    strDSN = "DRIVER=Microsoft Access Driver (*.mdb);DBQ="
    ' đường dẫn tương đối đến tập tin CSDL
    strDSN = strDSN & Server.MapPath("app_db/db_users.mdb")
    set Conn = Server.CreateObject("ADODB.Connection")
    Conn.Open strDSN

    strSQL = "SELECT * FROM APP_USERS WHERE "
    strSQL = strSQL & " APP_USERNAME = " & "'" & vUserName & "'"
    strSQL = strSQL & " AND " & "APP_PASSWORD = " & "'" & vPassword & "'"
    Set rs = Conn.Execute(strSQL)

    if rs.eof then ' người dùng không hợp lệ
        Response.Redirect("login.htm")
    else
        Session("blLoginOK") = True
    end if
    set rs = nothing
    set Conn = nothing
%>
```

Bước 4: Trong các trang web ví dụ như Admin.asp mà ta chỉ muốn những người đã được chứng thực mới được quyền sử dụng, đặt đoạn mã kiểm tra biến blLoginOK là True hay False ngay đầu trang:

```
Admin.asp
<%
    if (Session("blLoginOK") <> True) then
        Response.Redirect("login.htm")
    end if
%>
...
```

3. Kết luận

Nhu cầu hạn chế người dùng truy cập đến một số trang web nào đó trong ứng dụng là một nhu cầu thường xuyên khi xây dựng các ứng dụng. Bằng cách sử dụng biến Session và CSDL của người dùng cùng với các trang login.htm, login.asp, ta có thể đạt được mục đích trên một cách dễ dàng.

BẢO VỆ CƠ SỞ DỮ LIỆU ACCESS TRONG CÁC ỨNG DỤNG WEB

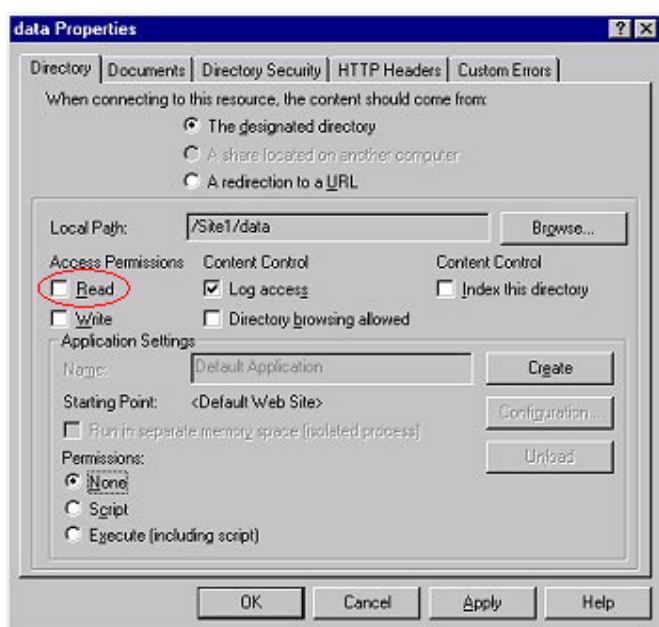
Các ứng dụng web sử dụng CSDL Access thường hay đặt tập tin CSDL .mdb vào một thư mục có thể truy cập được từ web, ví dụ như: D:\inetpub\wwwroot\myDB.mdb. Điều nguy hiểm nhất theo cách làm thông thường này là nếu người dùng biết được hay đoán được đường dẫn đến tập tin .mdb, họ có thể tải tập tin CSDL đó về và toàn bộ thông tin lưu trữ trên CSDL bị đánh cắp.

Để bảo vệ CSDL Access trong các ứng dụng web, nên kết hợp các phương án an toàn sau:

Phương án 1: Đặt tập tin CSDL .mdb vào thư mục được không được quyền truy cập từ Web.

Giả sử ta có website có thư mục webroot là D:\inetpub\wwwroot\. Thư mục chứa tập tin CSDL ví dụ là D:\inetpub\wwwroot\Site1\data\myDB.mdb. Mặc định nếu người dùng đoán được đường dẫn này: <http://www.yourserver.com/site1/data/myDB.mdb>, họ có thể tải được tập tin CSDL này về bởi vì thông thường các tập tin trong thư mục này được thiết lập quyền Read.

Để hạn chế không cho phép người dùng tải tập tin CSDL về, ta sẽ bỏ quyền Read được thiết lập trong thư mục này bằng cách dùng tiện ích Internet Service Manager.



Thao tác này không ảnh hưởng gì đến việc các đoạn mã ASP truy cập đến CSDL do thiết lập này được đặt ở mức webserver chứ không phải ở mức hệ thống tập tin NTFS. Nghĩa là các đoạn mã ASP vẫn hoạt động bình thường như trước. Điểm khác duy nhất là người dùng không thể tải được tập tin CSDL dù biết đường dẫn đến nó mà thôi.

Phương án 2: Đặt tập tin CSDL .mdb tại nơi mà chỉ truy cập được ở mức server-side

Ý tưởng chính của phương án này là đặt tập tin CSDL trong một thư mục có cấp cao hơn thư mục webroot của webserver. Ví dụ, nếu thư mục D:\inetpub\wwwroot\ là webroot của webserver, ta có thể tạo một thư mục private đặt tại D:\inetpub\private và đặt tập tin CSDL vào đây. Bằng cách này,

người dùng client không thể nào truy cập đến thư mục private này để tải CSDL về. Lúc này, đường dẫn đến tập tin CSDL trong chuỗi DSN sẽ được chỉnh lại như sau:

- Nếu dùng đường dẫn tuyệt đối: sFileName = "D:\inetpub\private"
- Nếu dùng đường dẫn tương đối:
 sFileName = Server.MapPath("/") ' trả về giá trị D:\inetpub\wwwroot
 sFileName = Replace(sFileName, "wwwroot", "private")
 sFileName = sFileName & "myDB.mdb"

Lê Đình Duy – ldduy@fit.hcmuns.edu.vn

BẢO VỆ ỨNG DỤNG WEB CHỐNG TẤN CÔNG KIỂU SQL INJECTION

Lê Đình Duy

Khoa CNTT – ĐHKHTN Tp.HCM

ldduy@fit.hcmuns.edu.vn

11.2002

1. SQL Injection là gì?

Việc thiết kế và đưa vào hoạt động một website luôn đòi hỏi các nhà phát triển phải quan tâm đến các vấn đề về an toàn, bảo mật nhằm giảm thiểu tối đa khả năng bị tấn công từ các tin tặc. Tuy nhiên, thông thường các nhà phát triển đa số tập trung vào các vấn đề an toàn trong việc chọn hệ điều hành, hệ quản trị CSDL, webserver sẽ chạy ứng dụng, ... Ví dụ, người ta thường quan tâm nhiều đến các lỗ hổng về an toàn trên IIS hơn là quan tâm đến các đoạn mã của ứng dụng có tiềm ẩn các lỗ hổng nghiêm trọng hay không. Một trong số các lỗ hổng này đó là SQL injection attack.

SQL injection là một kĩ thuật cho phép những kẻ tấn công thi hành các câu lệnh truy vấn SQL bất hợp pháp (không được người phát triển lường trước) bằng cách lợi dụng lỗ hổng trong việc kiểm tra dữ liệu nhập trong các ứng dụng web. Hậu quả của nó rất tai hại vì nó cho phép những kẻ tấn công có thể thực hiện các thao tác xóa, hiệu chỉnh, ... do có toàn quyền trên cơ sở dữ liệu của ứng dụng. Lỗi này thường xảy ra trên các ứng dụng web có dữ liệu được quản lí bằng các hệ quản trị CSDL như SQL Server, Oracle, DB2, Sysbase.

Xét một ví dụ điển hình, thông thường để cho phép người dùng truy cập vào các trang web được bảo mật, hệ thống thường xây dựng trang đăng nhập để yêu cầu người dùng nhập thông tin về tên đăng nhập và mật khẩu. Sau khi người dùng nhập thông tin vào, hệ thống sẽ kiểm tra tên đăng nhập và mật khẩu có hợp lệ hay không để quyết định cho phép hay từ chối thực hiện tiếp.

Trong trường hợp này, người ta có thể dùng 2 trang, một trang HTML để hiển thị form nhập liệu và một trang ASP dùng để xử lí thông tin nhập từ phía người dùng. Ví dụ:

Login.htm

```
<form action="ExecLogin.asp" method="post">
  Username: <input type="text" name="txtUsername"><br>
  Password: <input type="password" name="txtPassword"><br>
  <input type="submit">
</form>
```

ExecLogin.asp

```
<%
Dim p_strUsername, p_strPassword, objRS, strSQL

p_strUsername = Request.Form("txtUsername")
p_strPassword = Request.Form("txtPassword")

strSQL = "SELECT * FROM tblUsers " & _
        "WHERE Username=" & p_strUsername & _
        " and Password=" & p_strPassword & ""

Set objRS = Server.CreateObject("ADODB.Recordset")
objRS.Open strSQL, "DSN=..."

If (objRS.EOF) Then
  Response.Write "Invalid login."
Else
  Response.Write "You are logged in as " & objRS("Username")
```



```
End If
Set objRS = Nothing
%>
```

Thoạt nhìn, đoạn mã trong trang ExecLogin.asp dường như không chứa bất cứ một lỗ hổng về an toàn nào. Người dùng không thể đăng nhập mà không có tên đăng nhập và mật khẩu hợp lệ. Tuy nhiên, đoạn mã này thực sự không an toàn và là tiền đề cho một SQL injection attack. Đặc biệt, chỗ sơ hở nằm ở chỗ dữ liệu nhập vào từ người dùng được dùng để xây dựng trực tiếp câu lệnh truy vấn SQL. Chính điều này cho phép những kẻ tấn công có thể điều khiển câu truy vấn sẽ được thực hiện.

Ví dụ, nếu người dùng nhập chuỗi sau vào trong cả 2 ô nhập liệu username/password của trang Login.htm: **' or ' = ' .** Lúc này, câu truy vấn sẽ được gọi thực hiện là:

```
SELECT * FROM tblUsers WHERE Username=" or "=" and Password = " or "="
```

Câu truy vấn này là hợp lệ và sẽ trả về tất cả các bản ghi của tblUsers và đoạn mã tiếp theo xử lí người dùng đăng nhập bất hợp pháp này như là người dùng đăng nhập hợp lệ.

Một ví dụ khác của SQL injection attack nữa là khi các trang web sử dụng dữ liệu nhập vào theo dạng querystring (bằng cách gõ cặp tham số và giá trị trực tiếp trên thanh địa chỉ hoặc dùng form với thuộc tính ACTION là GET). Ví dụ sau minh họa một trang ASP nhận dữ liệu cho biến ID thông qua querystring và phát sinh nội dung của trang đó dựa trên ID:

```
<%
Dim p_IngID, objRS, strSQL
p_IngID = Request("ID")

strSQL = "SELECT * FROM tblArticles WHERE ID=" & p_IngID

Set objRS = Server.CreateObject("ADODB.Recordset")
objRS.Open strSQL, "DSN=..."

If (Not objRS.EOF) Then Response.Write objRS("ArticleContent")

Set objRS = Nothing
%>
```

Trong các tình huống thông thường, đoạn mã này hiển thị nội dung của article có ID trùng với ID được chuyển đến cho nó dưới dạng querystring. Ví dụ, trang này có thể được gọi như sau:

<http://www.example.com/Article.asp?ID=1055>, để hiển thị nội dung của article có ID là 1055.

Giống như ví dụ đăng nhập ở trước, đoạn mã này để lộ sơ hở cho một SQL injection attack. Kẻ tấn công có thể thay thế một ID hợp lệ bằng cách gán ID cho một giá trị khác, để thực hiện một lệnh SQL bất hợp pháp, ví dụ như: **0 or 1=1** (nghĩa là, <http://www.example.com/Article.asp?ID=0 or 1=1>).

Câu truy vấn SQL lúc này sẽ trả về tất cả các article từ bảng dữ liệu vì nó sẽ thực hiện câu lệnh:

```
SELECT * FROM tblArticles WHERE ID=0 or 1=1
```

Tất nhiên ví dụ này dường như không có gì nguy hiểm, nhưng hãy thử tưởng tượng kẻ tấn công có thể xóa toàn bộ CSDL bằng cách chèn vào các đoạn lệnh nguy hiểm như lệnh DELETE. Tất cả chỉ là đơn giản thay đổi chuỗi gán dữ liệu cho ID, ví dụ như:

<http://www.example.com/Article.asp?ID=1055>; DELETE FROM tblArticles.

2. Các tác hại và cách phòng tránh

Tác hại từ SQL Injection attack tùy thuộc vào môi trường và cách cấu hình hệ thống. Nếu ứng dụng sử dụng quyền dbo (quyền của người sở hữu CSDL - owner) khi thao tác dữ liệu, nó có thể xóa toàn bộ các bảng dữ liệu, tạo các bảng dữ liệu mới, ... Nếu ứng dụng sử dụng quyền sa (quyền quản trị hệ thống), nó có thể điều khiển toàn bộ hệ quản trị CSDL và với quyền hạn rộng lớn như vậy nó có thể tạo ra các tài khoản người dùng bất hợp pháp để điều khiển hệ thống của bạn.

Để phòng tránh các nguy cơ có thể xảy ra, hãy bảo vệ các câu truy vấn SQL là bằng cách kiểm soát chặt chẽ tất cả các dữ liệu nhập nhận được từ đối tượng Request (Request, Request.QueryString, Request.Form, Request.Cookies, and Request.ServerVariables).

- Trong trường hợp dữ liệu nhập vào là chuỗi, như trong ví dụ 1, lỗi xuất phát từ việc có dấu nháy đơn trong dữ liệu. Để tránh điều này, thay thế các dấu nháy đơn bằng hàm Replace để thay thế bằng 2 dấu nháy đơn:

```
p_strUsername = Replace(Request.Form("txtUsername"), "'", "''")  
p_strPassword = Replace(Request.Form("txtPassword"), "'", "''")
```

- Trong trường hợp dữ liệu nhập vào là số, như trong ví dụ 2, lỗi xuất phát từ việc thay thế một giá trị được tiên đoán là dữ liệu số bằng chuỗi chứa câu lệnh SQL bất hợp pháp. Để tránh điều này, đơn giản hãy kiểm tra dữ liệu có đúng kiểu hay không:

```
p_lngID = CLng(Request("ID"))
```

Như vậy, nếu người dùng truyền vào một chuỗi, hàm này sẽ trả về lỗi ngay lập tức.

Ngoài ra để tránh các nguy cơ từ SQL Injection attack, nên chú ý loại bỏ bất kì thông tin kĩ thuật nào chứa trong thông điệp chuyển xuống cho người dùng khi ứng dụng có lỗi. Các thông báo lỗi thông thường tiết lộ các chi tiết kĩ thuật có thể cho phép kẻ tấn công biết được điểm yếu của hệ thống.

Cuối cùng, để giới hạn mức độ của SQL Injection attack, nên kiểm soát chặt chẽ và giới hạn quyền xử lí dữ liệu đến tài khoản người dùng mà ứng dụng web đang sử dụng. Các ứng dụng thông thường nên tránh dùng đến các quyền như dbo hay sa. Quyền càng bị hạn chế, thiệt hại càng ít.

Các tài liệu tham khảo

SQL Injection FAQ: <http://www.sqlsecurity.com/DesktopDefault.aspx?tabindex=2&tabid=3>

Advanced SQL Injection : http://www.nextgenss.com/papers/advanced_sql_injection.pdf

Preventing SQL Injection: http://www.owasp.org/asac/input_validation/sql.shtml

Biên dịch từ: <http://www.4guysfromrolla.com/webtech/061902-1.shtml>



THIẾT KẾ WEB VỚI HTML



Tài liệu tham khảo

1. Tự học HTML và XHTML trong 24 giờ.
Lê Minh Phương
2. Những bài thực hành HTML
Đình Xuân Lâm
3. Thiết kế quảng cáo và tiếp thị trên web
HTML.
Ngọc Anh Thư Press
4. Thiết kế và xuất bản trang Web với
HTML.
NXB Thống Kê

Bài Mở Đầu



1. HTML là gì?

Hyper**T**ext **M**arkup **L**anguage (HTML) -
Ngôn ngữ đánh dấu siêu văn bản. Bao gồm
các đoạn mã chuẩn với các quy ước được
thiết kế để tạo các trang Web và được
hiển thị bởi các trình duyệt Web.



Web Page (Trang Web): Là tài liệu HTML.

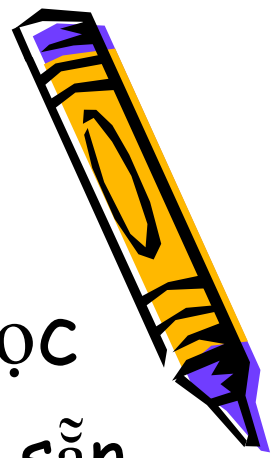
Web site: Là một số các trang Web liên kết với nhau.

World Wide Web (www): Là dịch vụ toàn cầu của Internet mà HTML là nền tảng.



2. Những ứng dụng của HTML

- HTML là nền tảng của World Wide Web, một dịch vụ toàn cầu của Internet.
- HTML để thiết kế Web trên mạng Internet, tạo tài liệu, gửi cáo thị... cho các công ty, cá nhân.



3. Trình soạn thảo trong quá trình học

- Sử dụng trình soạn thảo NotePad có sẵn trong Windows.

Start\Programs\Accessories\NotePad

- Hoặc một trình soạn thảo bất kỳ trong windows.
- FrontPage, DreamWare, Visual Studio...



4. Những vấn đề cần quan tâm khi thiết kế Web

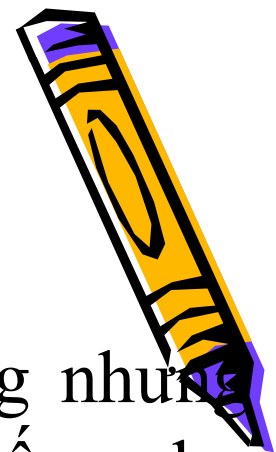
- Tổ chức tài liệu: tựa đề, tiêu đề, đoạn văn, đường kẻ ngang, danh sách, bảng.
- Thu ngắn văn bản.
- Bố trí hình ảnh nhỏ gọn, hợp lý.

5. Các quy tắc HTML cơ bản



- 1. Các thẻ HTML được đặt trong dấu ngoặc < > ví dụ: `<html>`
- 2. Mỗi thẻ đều phải có thẻ kết thúc `<html>nội dung</html>` (còn gọi là thẻ đóng và thẻ mở)
- 3. Các thẻ phải được sắp xếp theo đúng trật tự `<head><title>My Library Web Site</title> </head>` đầu tiên là thẻ bắt đầu, cuối cùng là thẻ kết thúc
- 4. HTML coi tất cả các khoảng trắng là một khoảng trống đơn

Các quy tắc HTML cơ bản



- 5. Các thẻ không phân biệt chữ hoa, chữ thường như thông thường chúng được viết bằng chữ thường giống như các ngôn ngữ lập trình khác
- 6. Hầu hết các thẻ đều có các thuộc tính tùy chọn với một số giá trị có thể để điều chỉnh hành vi của thẻ

Bên trong các thành phần của HTML (Thẻ)

attribute **value**

```
<body bgcolor="#FFFFFF" text="#000066"> ... </body>
```

6. Các thẻ HTML cơ bản



1. `<html>`

2. `<head>`

3. `<title></title>`

`</head>`

4. `<body>`

5. `<p> </p>`

`</body>`

`</html>`

Các thẻ HTML cơ bản



- Các thẻ HTML cơ bản (viết bằng Notepad hay Wordpad và lưu lại dưới dạng đuôi mở rộng .htm) Tạo một trang web hiển thị bên cạnh đoạn mã HTML.

```
Untitled - Notepad
File Edit Search Help
<HTML>
<HEAD>
  <TITLE>My Library</TITLE>
</HEAD>
<BODY>
<P>Content of My Library's Web Page</P>
</BODY>
</HTML>
```

web \





Bài 1

Tạo chương trình đầu tiên

1.1 Tạo một trang Web mới.

- Mở môi trường mà bạn muốn soạn thảo tài liệu HTML..
- Sử dụng chương trình soạn thảo NotePad: Start -> Program -> Accessories -> NotePad.

• *Chú ý:*

+ *Khi ghi tài liệu HTML vào ổ đĩa nhớ ghi đầy đủ phần mở rộng*

+ Nếu sử dụng môi trường soạn thảo là NotePad trên Windows thì ghi tài liệu HTML vào ổ đĩa phải chọn *Encoding là UTF-8 để hiện thị tiếng việt.*

1.2. Tag (thẻ) HTML là gì?



Khi một Web browser hiển thị một trang Web, Web Browser sẽ đọc từ một file văn bản đơn giản và tìm kiếm những đoạn mã đặc biệt hay những Tag được đánh dấu bởi ký hiệu `<` và `>`.

* Tag mang thông tin

`<tag_name>` String of text `</tag_name>`

Trong đó: `<tag_name>`: tag bắt đầu.
`</tag_name>`: tag kết thúc.

* Tag rỗng: `<tag_name>`



- Ví dụ:

`<h2>`Chúc mừng bạn đến với HTML`</h2>`

Tag

`<p>`

Tag

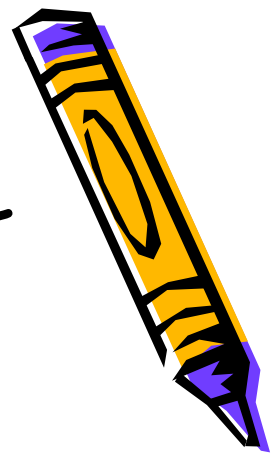
Chúc bạn học tốt!

Tag kết thúc



* Web browser

- Là trình duyệt Web, ví dụ: Microsoft Internet Explorer, FireFox, Opera, Netscape...



1.3. Cấu trúc cơ bản của một trang HTML

<html>

<head>

<title>tiêu đề trang</title>

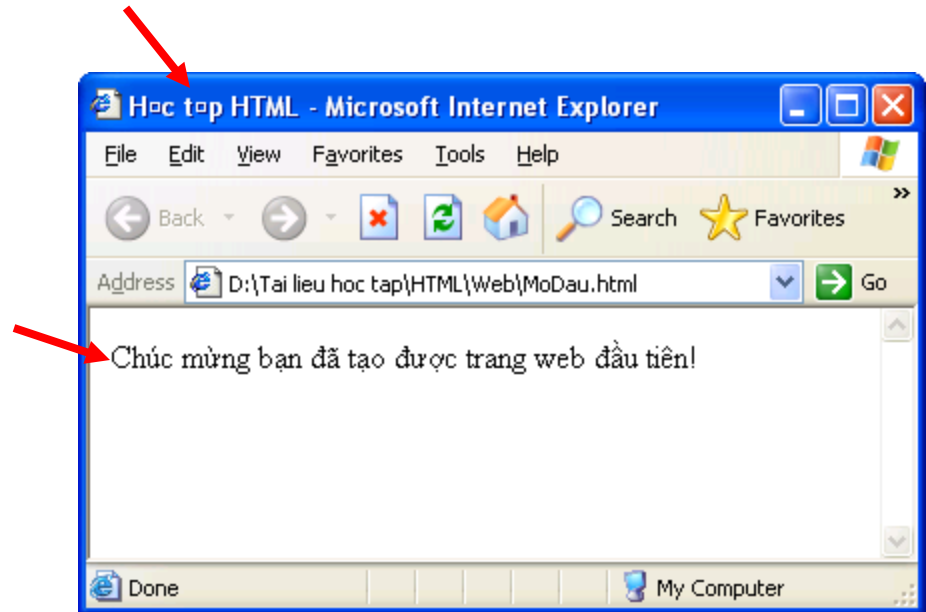
</head>

<body>

Văn bản hiển thị.

</body>

</html>





1.4. Tag chú thích.

<!--Nội dung chú thích -->.

- Thẻ **<!DOCTYPE>**

- Thẻ này dùng để ghi thông tin về version HTML áp dụng trong tài liệu web.
- Thường đây là dòng đầu tiên trong file HTML.
- Ví dụ:

```
<!DOCTYPE HTML PUBLIC "-//W3C//DTD HTML  
4.0 Transitional//EN">
```



1.5. Hiển thị tài liệu trong Web Browser

1.6. Tạo trang Web đầu tiên

- Mở chương trình soạn thảo NotePad.
- Sử dụng phông đánh tiếng việt: Unicode
- Soạn thảo đoạn mã sau:



```
<!--chương trình đầu tiên-->
```

```
<html>
```

```
  <head>
```

```
    <title> Học tập HTML</title>
```

```
  </head>
```

```
  <body>
```

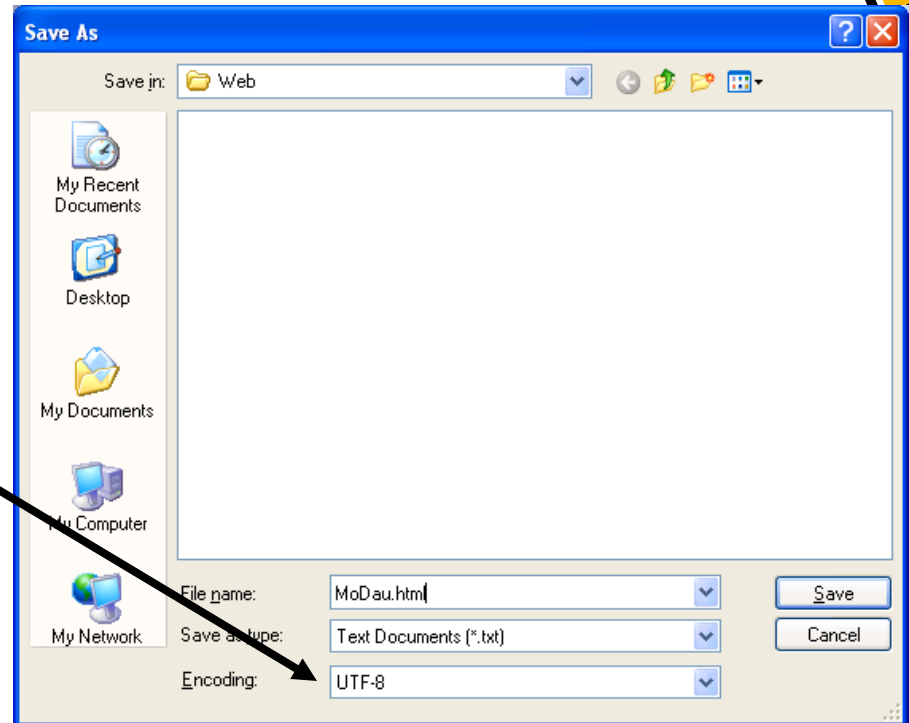
Chúc mừng bạn đã tạo được trang web đầu tiên!

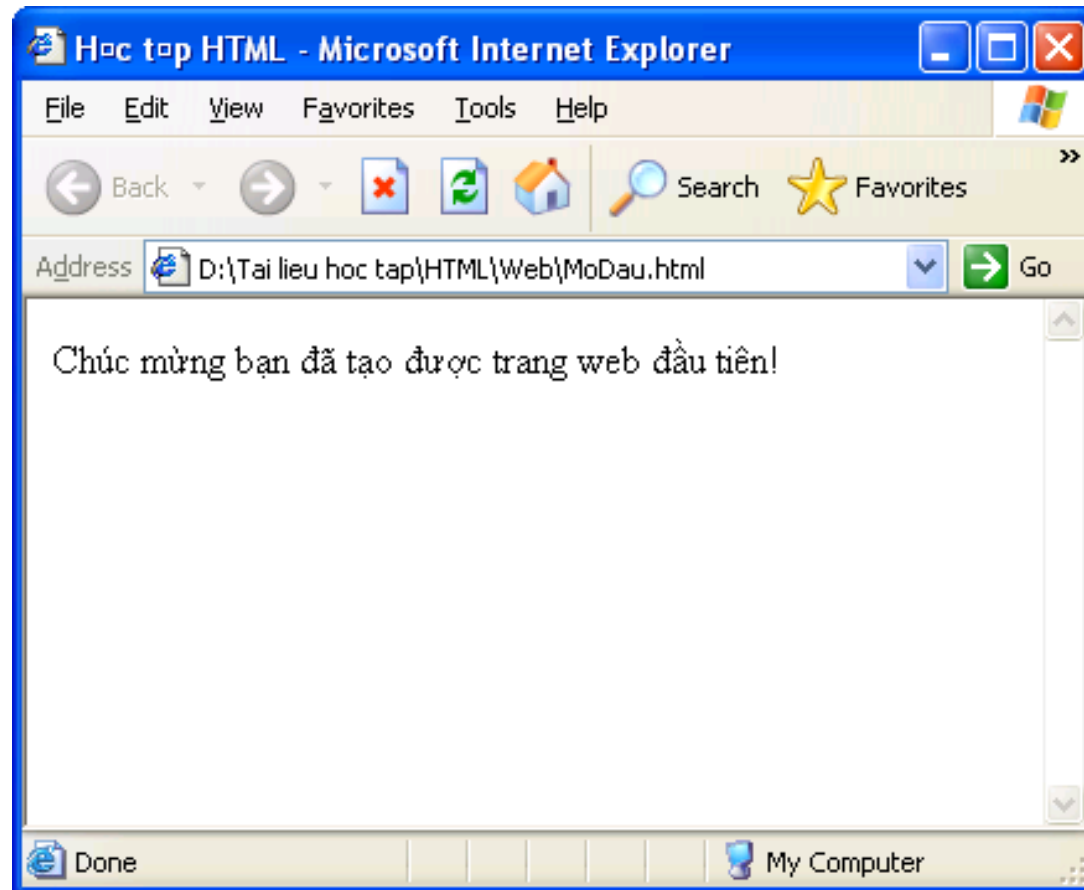
```
  </body>
```

```
</html>
```



- Lưu lại với tên "**MoDau.html**" (vào trong thư mục của mình), với phần **Encoding là UTF-8**.
- Lưu ý: phần mở rộng có thể là **html** hoặc **htm** đều được.
- Vào thư mục của mình chạy tệp HTML mà ta vừa tạo, xem kết quả nhận được.







6. Thực hành

Thiết kế một trang HTML giới thiệu về bản thân.



Chương 2

Điều chỉnh 1 tài liệu HTML

2.1. Nạp tài liệu trong Web browse

2.1.1. Tạo sự thay đổi trong tài liệu HTML

Vào thư mục làm việc, mở tệp html của mình.

Mở trình soạn thảo NotePad.

Từ thực đơn File, dùng Open để mở tệp mình đã làm.

Từ đó thêm, bớt, sửa đổi... văn bản trong đó.

Lưu trở lại.



2.1.2. Nạp lại tài liệu trong Web browser

- Trở lại thư mục làm việc, mở lại tệp đã sửa, quan sát, so sánh với trang Web đã mở lúc đầu về sự thay đổi.



2.1.3. Thực hành

Đều chỉnh lại tài liệu HTML của mình, tạo một một trang HTML giới thiệu về một vài thành viên của lớp.



2.2. 6 mức tiêu đề

2.2.1. Những tiêu đề của HTML

Tag tiêu đề:

`<h*>Nội dung hiển thị</h*>`

* là số nguyên từ 1 đến 6.

Ví dụ:

`<h3>Tiêu đề thứ 3</h3>`

`<h6> Tiêu đề nhỏ nhất</h6>`



- Để tiêu đề ở giữa:
`<h* align="center">Tiêu đề</h*>`
- Để tiêu đề bên phải:
`<h* align="right">Tiêu đề</h*>`
- Ví dụ



2.2.2. Đặt những tiêu đề vào tài liệu html

- Ví dụ đoạn mã sau vào trong phần thân
<body>...</body>

<h1>Tiêu đề lớn nhất</h1>

<h2>Tiêu đề lớn thứ hai</h2>

<h3>Tiêu đề thứ 3</h3>

<h4>Tiêu đề thứ 4</h4>

<h5>Tiêu đề thứ 5</h5>

<h6>Tiêu đề nhỏ nhất</h6>



- Lưu tài liệu lại với phần mở rộng là **htm**.
- Mở thư mục làm việc để mở trang html của mình mới làm. Xem sự hiển thị 6 mức tiêu đề.



2.2.3. Thực hành

Tạo một trang tài liệu html giới thiệu về bản thân, trong đó có dùng các tiêu đề để nhấn mạnh từng phần tài liệu.



2.3. Chia văn bản ra thành nhiều đoạn

2.3.1. Chia đoạn trong HTML

- Tag chia đoạn: `<p>`
- Khi gặp `<p>` Web browser sẽ chèn một dòng trống và bắt đầu một đoạn mới.
- Tag `<p>` không cần tag kết thúc (`</p>`).



- 2.3.1. Căn chỉnh đoạn
- Tag `<p align=align_type>`: `align=align_type` dùng chỉ định căn đoạn mới, `align_type` là `center` hoặc `right`.
- Ví dụ:
 - `<p align="center">Chữ ở giữa</p>`
 - `<p align="right">Chữ bên phải</p>`



2.3.2. Chèn các dấu chia đoạn

- Sử dụng tag `<p>` để tạo một trang HTML, trong đó có các đoạn văn bản riêng biệt.
- Dùng Web browser để kiểm tra công việc của mình.
- Ví dụ

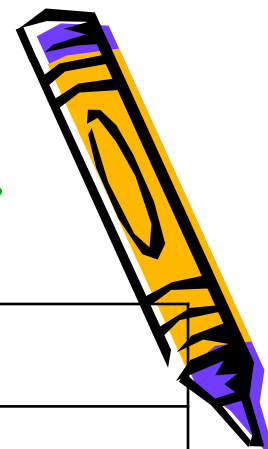


2.4. Đường kẻ ngang

2.4.1. Tạo đường kẻ ngang

- Tag hard rule **<hr>**: chèn một đường thẳng trong trang html.
- Tag **
**: đẩy văn bản xuống dòng, nhưng không chèn thêm dòng trống.
- Tag **<blockquote>** đoạn văn bản **</blockquote>**: Toàn bộ đoạn văn bản thụt vào ở đầu dòng.
- Ví dụ

2.4.2. Định dạng thuộc tính cho đường kẻ.



Thuộc tính	Mô tả
Size	Thiết lập độ dày của đường kẻ ngang
Width	Tạo độ rộng(pixel) hay tỷ lệ phần trăm của đường thẳng so với độ rộng của cửa sổ Browser
Align	Căn lề cho đường thẳng (Left, right, center)
Noshade	Thay đổi thể hiện của đường kẻ ngang không có bóng

Thêm thuộc tính vào đường thẳng <Br thuộc tính = giá trị>

Ví dụ



```
<html>
  <head>
    <title>size of hard ruler</title>
  </head>
  <body>
    <h2> tag style trong HTML</h2>
```

Không dùng width

```
<hr>
<p>
Width = 100, size = 12, color = #800000
<hr width = 100 size = 12 color = #800000>
<p>Width = 200, size = 20, color = #808080
<hr width = 200 size = 20 color = #808080>
<p>Width = 50%, size = 40, color = red
<hr width = 50% size = 40 color = red>
<p>Width = 50%, size = 40, color = blue
<hr width = 50% size = 40 color = blue>
<p>
<p>
<hr>
<h3>Chúc các bạn thành công!!!</h3>
  </body>
</html>
```



2.4.3. Thực hành

Tạo một trang tài liệu html giới thiệu về mình, các bạn trong lớp. Trong đó có dùng tiêu đề, các tag vừa học để phân mảng từng phần.

-
- Dùng "<" để viết ra ký tự "<".
 - Dùng ">" để viết ra ký tự ">".

2.5. Làm việc với các kiểu mẫu



2.5.1. Các Tag style của HTML

- Tag ``Chữ đậm``.
- Tag `<i>`Chữ nghiêng`</i>`.
- Tag `<u>`Chữ gạch chân`</u>`.
- Tag `<s>`Chữ gạch giữa`</s>`.
- Tag `<tt>`Chữ đánh máy`</tt>`.

Ví dụ



```
<!--chương trình de mo Style-->
<html>
  <head>
    <title> Sử dụng style </title>
  </head>
  <body>
    <h2><B>Chia đoạn trong HTML</B></h2>
    <tt>Vì một thế giới ngày mai. </tt>
    <p>
    <I> Vì tương lai của mỗi chúng ta <br>
      Hãy cố gắng học bạn ơi </I>
      Hà Nội, ngày 14/3/2007.
    <h3>Chúc các bạn thành công!!!</h3>
    </body>
  </html>
```

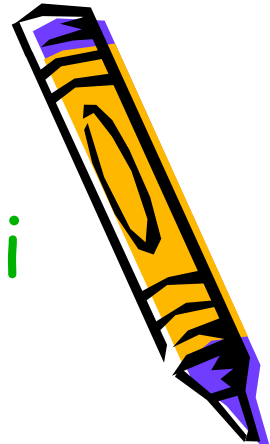


2.5.2. Tag định dạng logic

- Tag đậm logic type
`Dòng này đậm`
- Tag nghiêng logic type
`Dòng này nghiêng`
- Tag gạch ngang logic type
`<strike>Dòng này gạch giữa</strike>`



- Tag kiểu đánh máy logic type
`<samp>Chữ đánh máy</samp>`
- Tag chỉ số trên
`x^y` -----> x^y
- Tag chỉ số dưới
`x₂` -----> x_2
- Ví dụ



2.5.2. Áp dụng tag style vào trong tài liệu html

- Chúng ta có thể áp dụng linh hoạt các tag `...`, `<i>...</i>`, `<u>...</u>`, `<s>...</s>`, `<tt>...</tt>`,... để tạo các kiểu khác, như: ***đậm nghiêng***, *chữ đánh máy nghiêng*, **chữ đánh máy đậm**...



3.5.3. Thực hành

Tạo một trang tài liệu html giới thiệu về mình, các bạn trong lớp. Trong đó có dùng các **tag style** vừa học nhấn mạnh từng phần.

Web mẫu



2.6. Danh sách

2.6.1. Danh sách không có thứ tự

- Sử dụng tag `...`: cho một danh sách các mục với những ký hiệu được đánh dấu phía trước.
- Tag `` chỉ ra từng mục cho một danh sách.

``

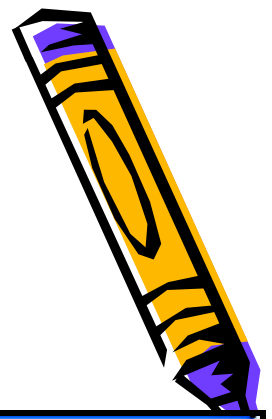
` Dòng 1`

` Dòng 2`

` Dòng 3`

.....

``



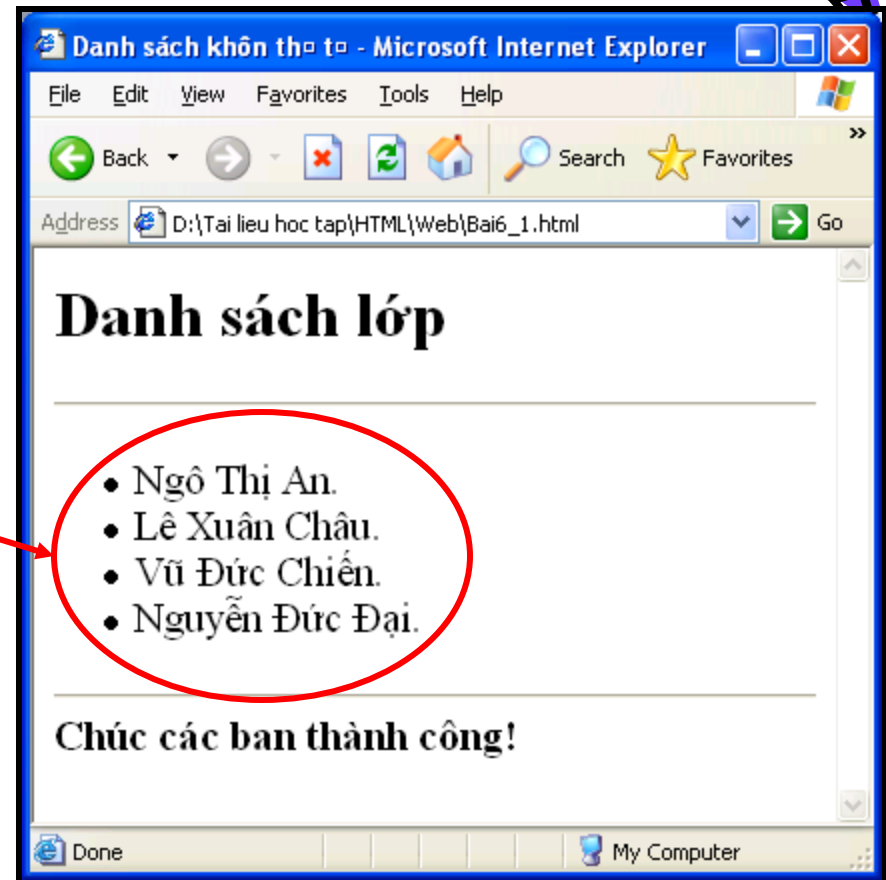
- Ví dụ, ta có đoạn mã sau:

Ngô Thị An.

Lê Xuân Châu.

Vũ Đức Chiến.

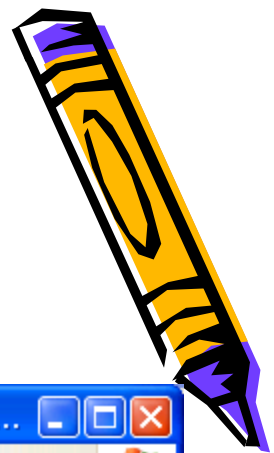
Nguyễn Đức Đại.



Ta thêm thuộc tính **type** = circle/square/disk vào trong tag ****:

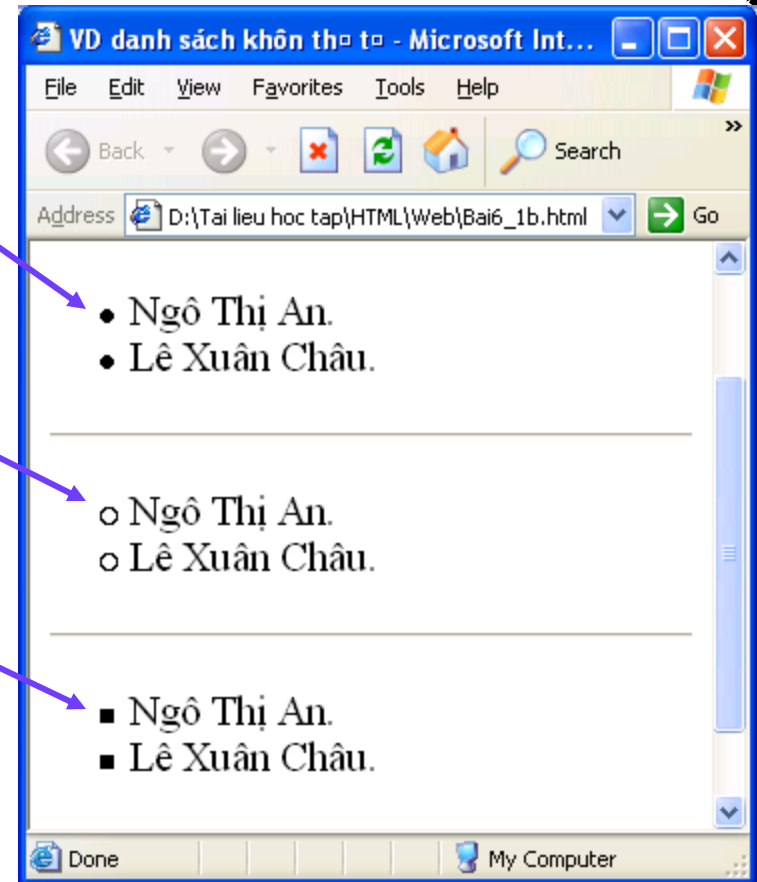


Thuộc tính	Mô tả
Type = disk	■ Dấu hình tròn
Type = square	▪ Dấu hình vuông
Type = circle	● Dấu hình tròn mở



Ví dụ:

- `<ul type=disk>`
 - ``Ngô Thị An.
 - ``Lê Xuân Châu.``
- `<ul type=circle>`
 - ``Ngô Thị An.
 - ``Lê Xuân Châu.``
- `<ul type=square>`
 - ``Ngô Thị An.
 - ``Lê Xuân Châu.``



2.6.2. Danh sách có thứ tự



- Là danh sách được Web browser đánh thứ tự từ 1 cho đến kết thúc danh sách.

- Dùng tag `...`

- `<ol start=N type = *>...`:

N là chỉ định số bắt đầu.

'*' có thể là: a, A, i, I.

``

`` Dòng 1

`` Dòng 2

`` Dòng 3

.....

``



- Ví dụ, ta có đoạn mã sau:

Ngô Thị An.

Lê Xuân Châu.

Vũ Đức Chiến.

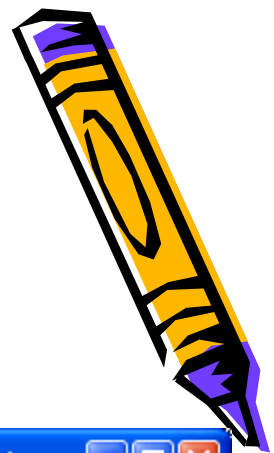
Nguyễn Đức Đại.





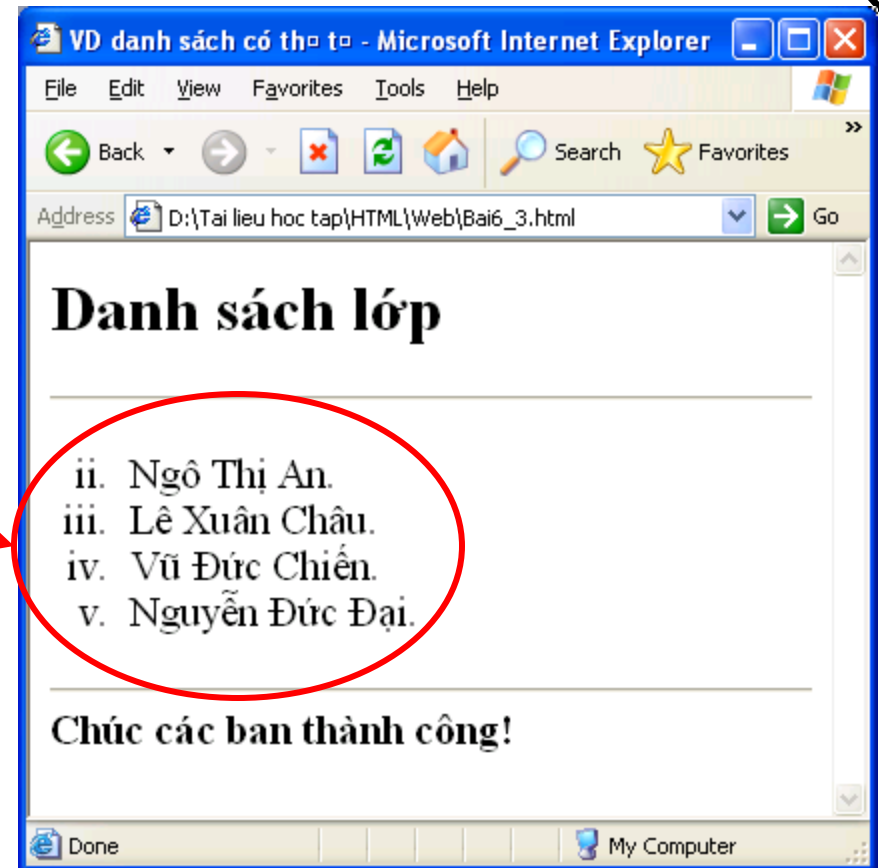
Đánh các dạng đánh số thứ tự

Thuộc tính	Mô tả
Type = A	Thiết lập ký tự chữ hoa.
Type = a	Thiết lập ký tự chữ thường
Type = I	Thiết lập chữ số La mã dạng chữ hoa
Type = i	Thiết lập chữ số La mã dạng chữ thường
Type = 1	Thiết lập kiểu số
Start = n	Tạo giá trị bắt đầu của danh sách là n



- Ví dụ, ta có đoạn mã sau:

```
<ol start=2 type=i>  
<li>Ngô Thị An.  
<li>Lê Xuân Châu.  
<li>Vũ Đức Chiến.  
<li>Nguyễn Đức Đại.  
</ol>
```





Tag dùng để định dạng danh sách có thứ tự:

``

`<li type = A start = n> Dòng 1`

`<li type = I > Dòng 2`

` Dòng 3`

``

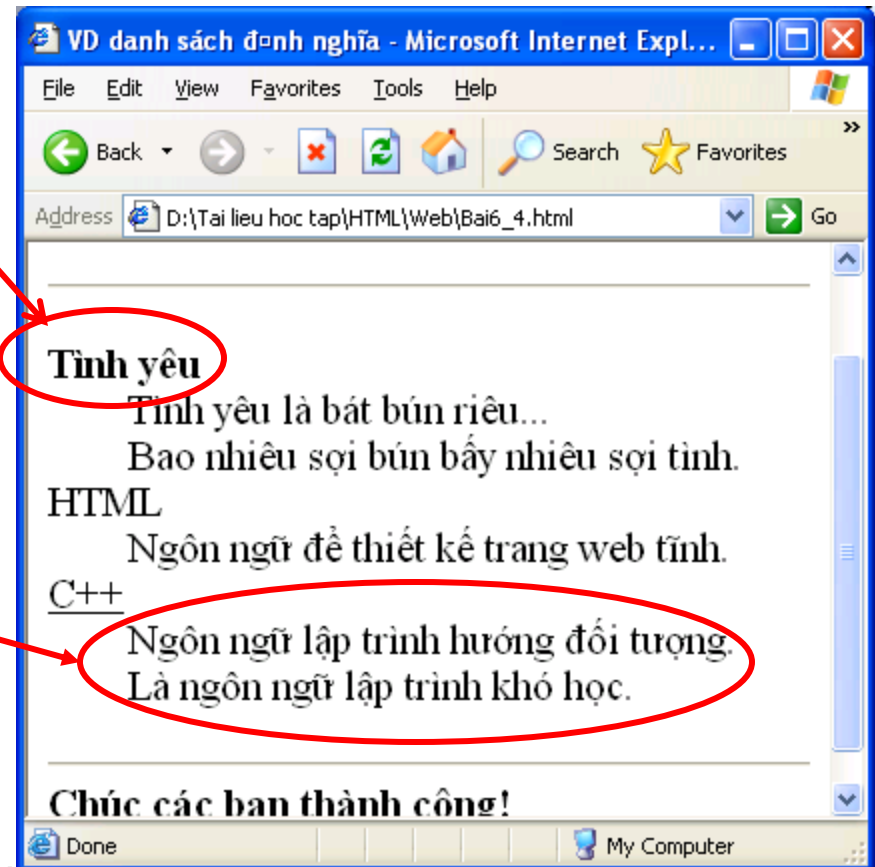
- Nếu không có **Start = n** thì giá trị bắt đầu của danh sách là 1 hoặc là số thứ tự đầu tiên.

- Muốn thay đổi giá trị của từng phần tử riêng biệt, dùng **Type = n** và thuộc tính **Value= giá trị** trong Tag `` thì phần còn lại của danh sách sẽ được định dạng và đánh số thứ tự từ phần tử này.



2.6.3. Danh sách các định nghĩa

- Nằm giữa các tag `<dl>...</dl>`.
- Dùng với `<dt>` để chỉ định mẫu cần định nghĩa.
- Dùng `<dd>` để chỉ định nghĩa cho mẫu xác định bởi `<dt>`.





Các Tag sử dụng để định nghĩa như sau:

<DL>

<DT> Thuật ngữ cần định nghĩa

<DD> Lời diễn giải

<DT> Thuật ngữ cần định nghĩa

<DD> Lời diễn giải

.....

</DL>

- *Thuật ngữ cần định nghĩa*: Cố định trên một dòng
- *Lời diễn giải*: Có thể là đoạn văn viết trên nhiều dòng
- Trong danh sách có thể có hoặc không lời diễn giải (tức là có hoặc không Tag DD sau Tag DT)



- Ví dụ, ta có đoạn mã sau:

<DL>

<dt>Tình yêu

<dd>Tình yêu là bát bún riêu...

<dd>Bao nhiêu sợi bún bấy nhiêu sợi tình.

<dt>HTML

<dd>Ngôn ngữ để thiết kế trang web tĩnh.

<dt><u>C++ </u>

<dd>Ngôn ngữ lập trình hướng đối tượng.

<dd>Là ngôn ngữ lập trình khó học.

</DL>



2.6.4. Danh sách lồng nhau

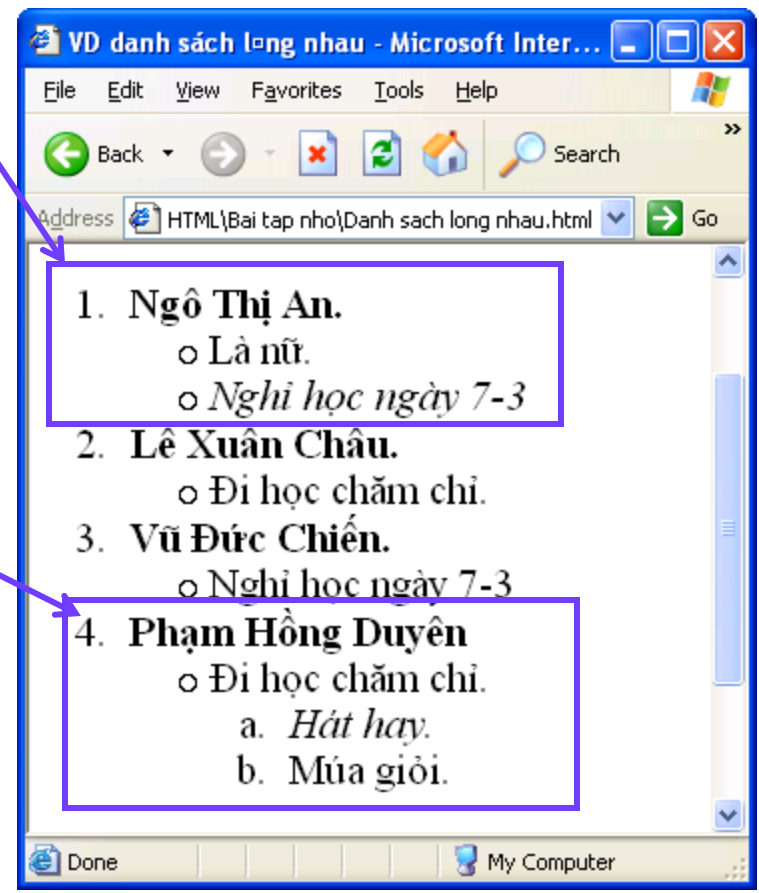
- Danh sách có thứ tự, không thứ tự và danh sách định nghĩa có thể lồng vào nhau theo nhiều mức độ khác nhau.
- Ngoài lồng các danh sách lại với nhau, ta còn có thể trộn lẫn các loại danh sách.

- Ví dụ, ta có đoạn mã sau:


```
<li><b>Ngô Thị An.</b>
<ul>
  <li>Là nữ.
  <li><i>Nghỉ học ngày 7-3</i>
</ul>
```

....

```
<li><b>Phạm Hồng Duyên</b>
<ul>
  <li>Đi học chăm chỉ.
  <ol type=a>
    <li><i>Hát hay.</i>
    <li>Múa giỏi.
  </ol>
</ul>
```



2.6.6. Thực hành

1. Tạo trang web chứa danh sách lớp.
2. Tạo một trang tài liệu html giới thiệu về trường, lớp, bạn bè... Trong đó có sử dụng các danh sách không thứ tự, danh sách có thứ tự, danh sách lồng nhau...



2.7. Chèn ký tự đặc biệt.

2.7.1. Ký tự đặc biệt

&xxxx;

Trong đó **xxxx** là tên mã (code name) cho kí tự đặc biệt đó.

Ví dụ:

é é **r** r

© © **Ù** Ù

® ®



2.7.2. Các dấu nhấn.

<; thay cho <

>; thay cho >

&; thay cho &

Ví dụ

Mã	Kết quả
a < b 	a < b
b > CSDL	b > CSDL
cô giáo & sinh viên	cô giáo & sinh viên



2.7.3. Những khoảng trống thêm vào

** **

Ví dụ:

A B C D E

<hr>

**A B C D
E **

Kết quả hiển thị:

A B C D E



Chương 3

Thêm hình ảnh vào trang Web

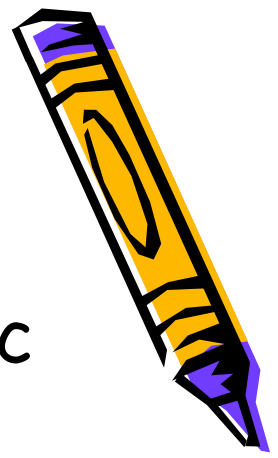
3.1. Các dạng hình ảnh của web

- Có nhiều dạng tệp tin hình ảnh: PICT, GIF, TIFF, BMP, JPEG, ...
- Dạng chuẩn có thể hiển thị trong một trang web là **Gif**.
- Dạng hình ảnh khác sử dụng trong web là **Jpeg**.



3.2 Vài điểm cần biết khi sử dụng đồ họa

- Kích thước hình ảnh càng nhỏ càng tốt, nên nhỏ hơn 100Kb.
- Các hình ảnh không nên rộng hơn 480 điểm và cao hơn 300 điểm.
- Hình ảnh là những thứ tạo thêm nghĩa cho tài liệu.
- Một hình ảnh nhỏ có thể xuất hiện nhiều lần trong một trang mà chỉ bị chậm rất ít thời gian.



3.3. Đưa hình ảnh vào trang web

- Nên để các hình ảnh vào một thư mục riêng (Ví dụ như thư mục *Image*).

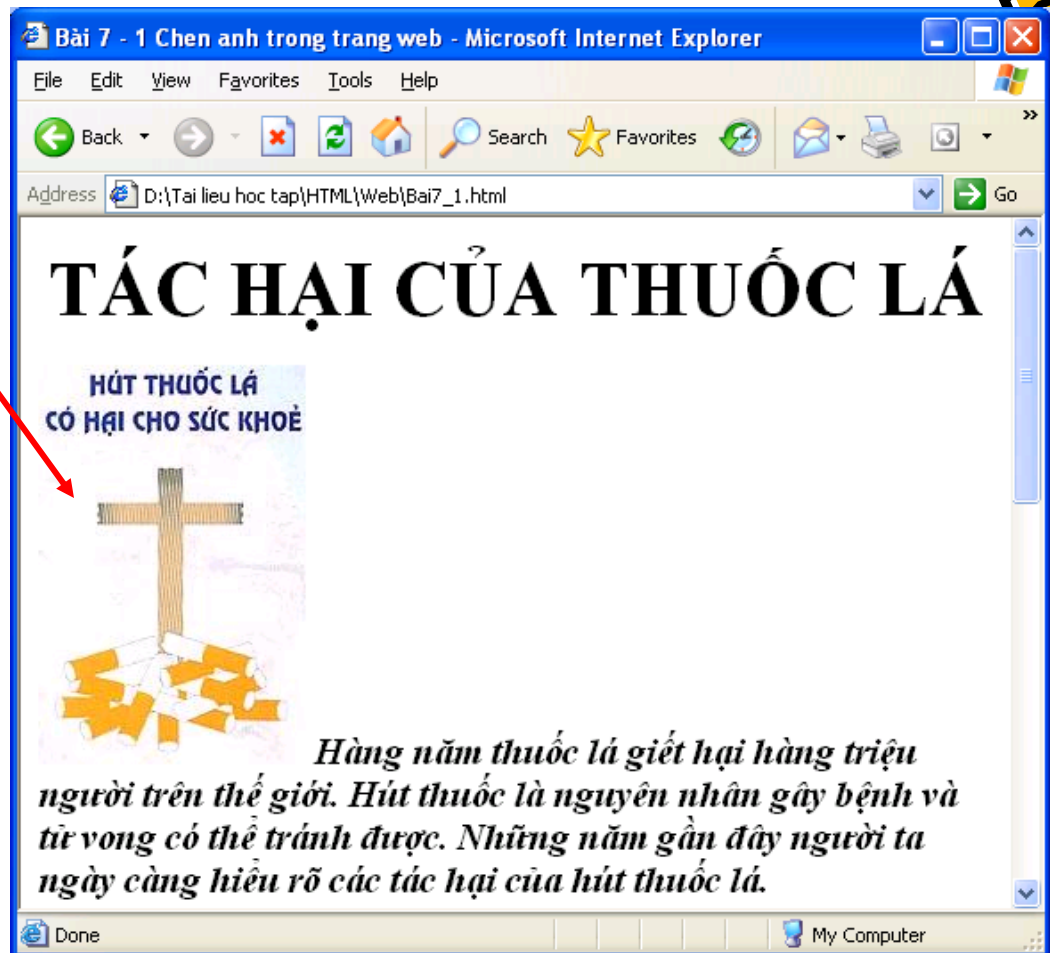
•Cú pháp:

``

Trong đó *FileName.gif* là tên một hình ảnh dạng gif hoặc jpg để ở cùng thư mục với tài liệu HTML

- Ví dụ:

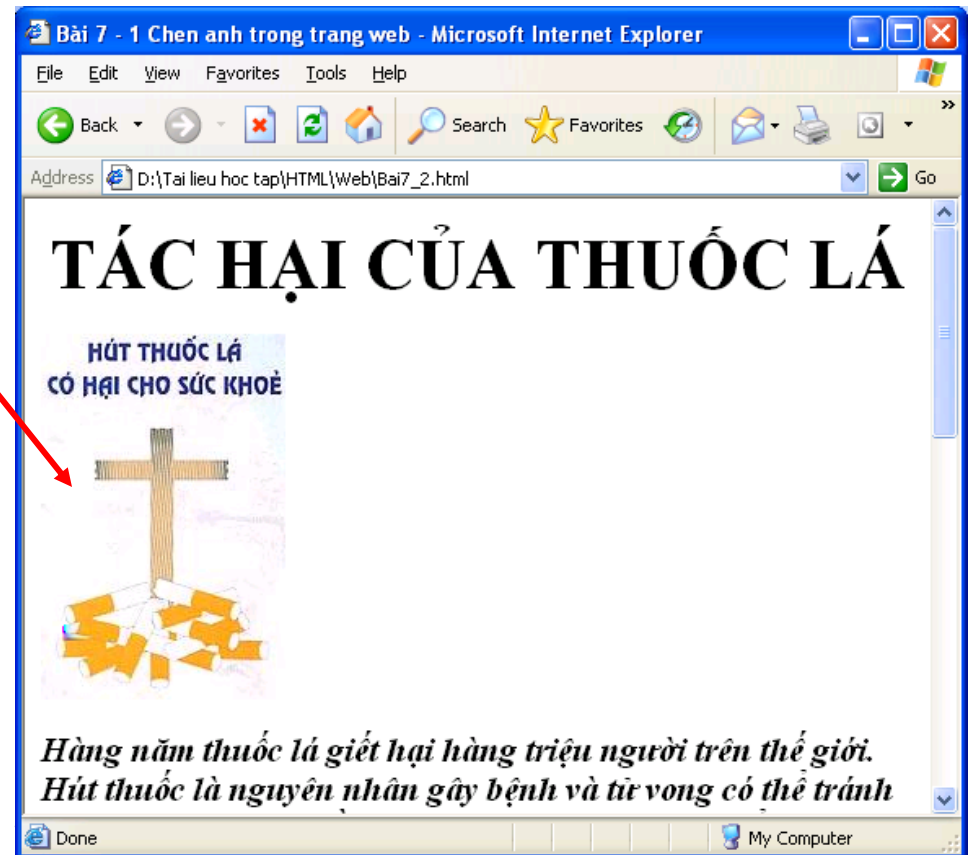
``



- Để hình ảnh xuất hiện riêng một dòng, ta chỉ cần thêm tag `<p>`.

- Ví dụ:

`<p><p>`



3.4. Định dạng hình ảnh

3.4.1. Chiều cao, chiều rộng của hình ảnh.

Tag:

```

```

Trong đó X là chiều rộng và Y là chiều cao của hình ảnh được tính bằng số điểm (pixel).

-Khi thêm hai thuộc tính **Width** và **height** giúp cho web hiển thị nhanh hơn.



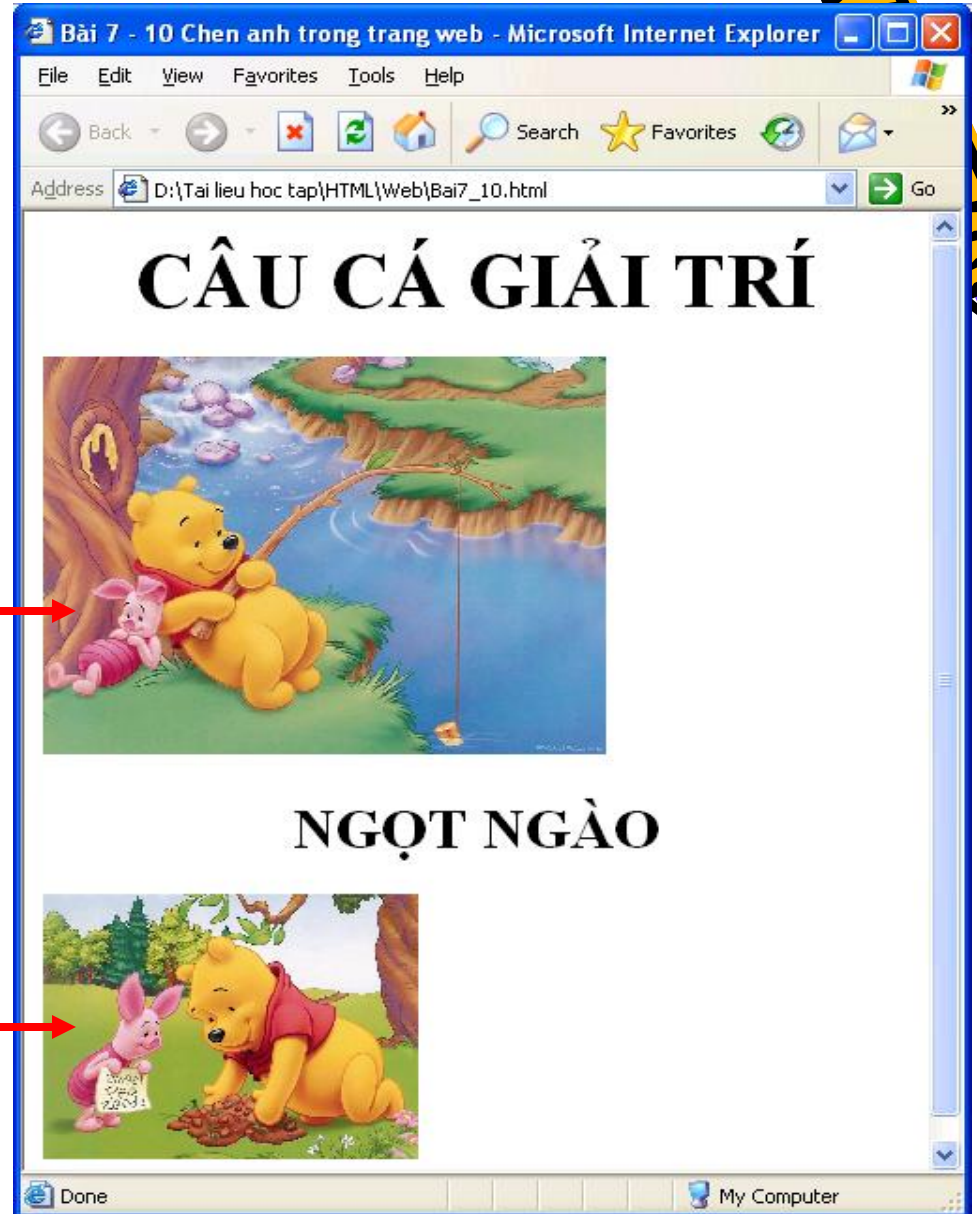
- Ví dụ:

```

```

```

```



3.4.2. Mô tả hình ảnh

Tag có dạng:

```

```



Người sử dụng Browser vẫn xem được hình ảnh thì khi đưa trỏ chuột đến hình ảnh sẽ xuất hiện “Dòng mô tả hình ảnh” .

Ví dụ:

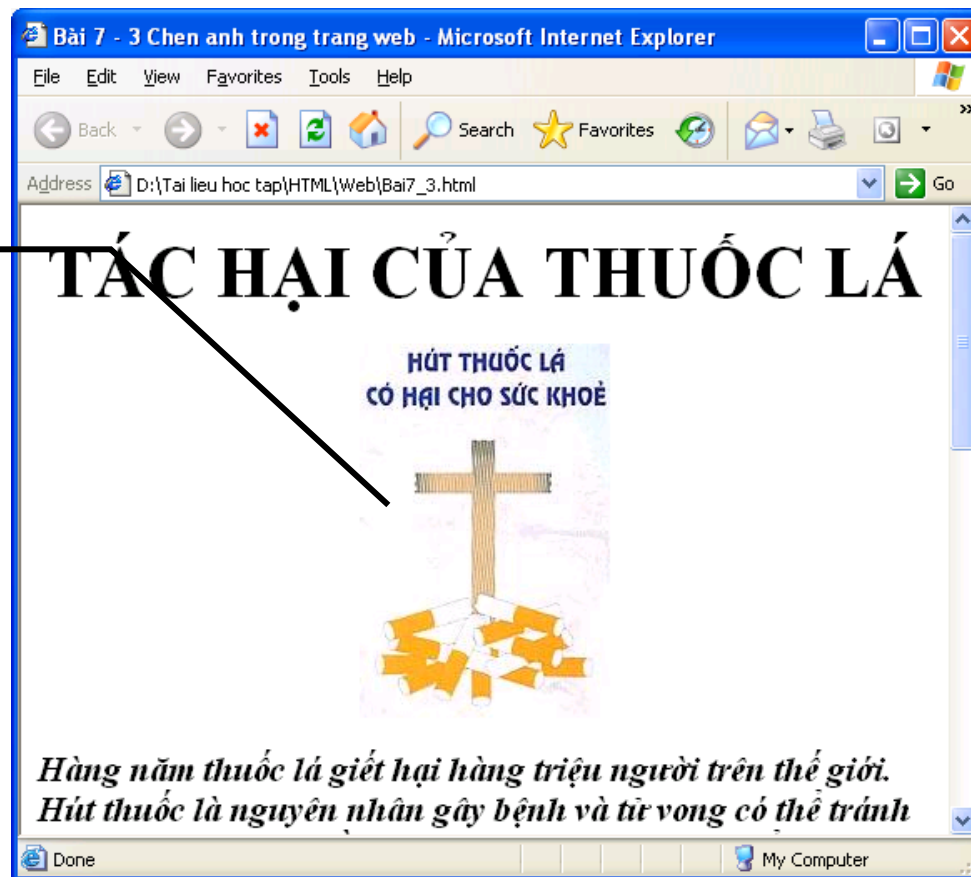
```

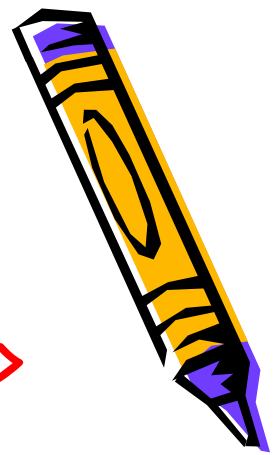
```

3.4.4. Sắp xếp hình ảnh so với văn bản bao quanh



Chèn ảnh
vào giữa thì
làm thế nào?





- Tag

<p align= kiểu sắp xếp> trước tag

Kiểu sắp xếp:

Left: hình ảnh chèn vào bên trái văn bản

Center: hình ảnh chèn vào giữa văn bản

Right: hình ảnh chèn vào bên phải văn bản



3.4.4. Sắp xếp trong hàng của văn bản và hình ảnh

``

Trong đó:

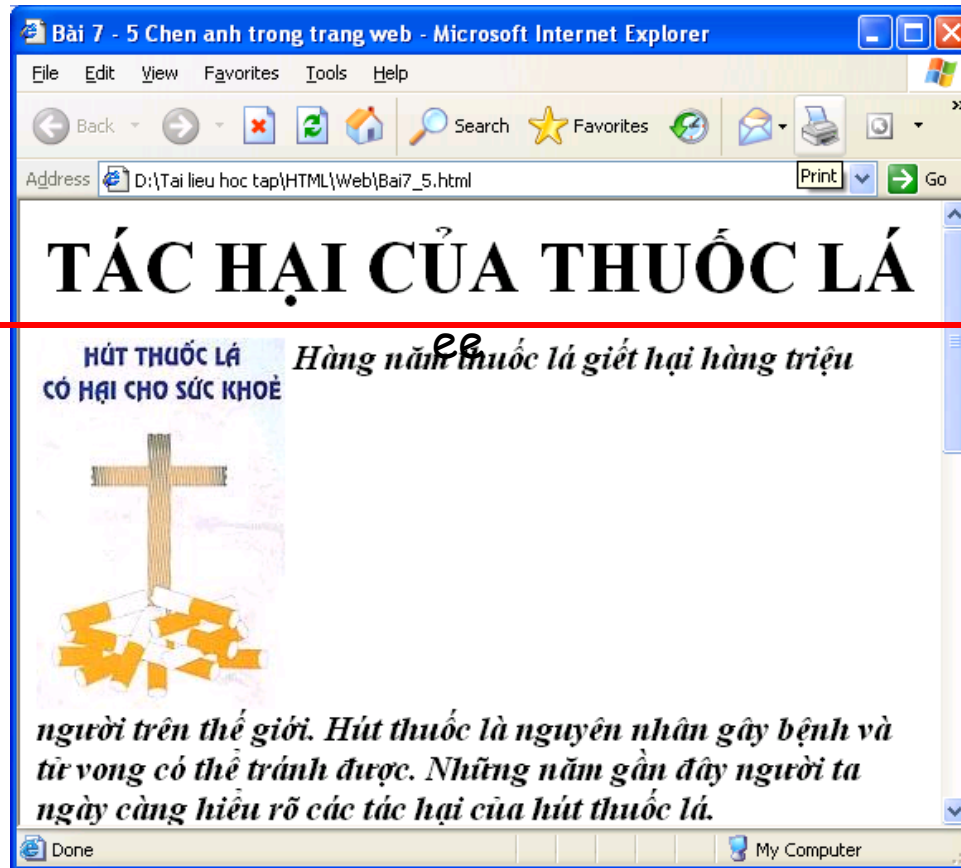
- **Value** có các giá trị sau:

- **Top**: Chính đáy của dòng văn bản ngang với đỉnh của ảnh.
- **Middle**: Chính đáy của dòng văn bản nằm khoảng giữa ảnh.
- **Bottom**: Chính đáy của dòng văn bản bằng với đáy của ảnh. (luôn mặc định)

- Ví dụ:

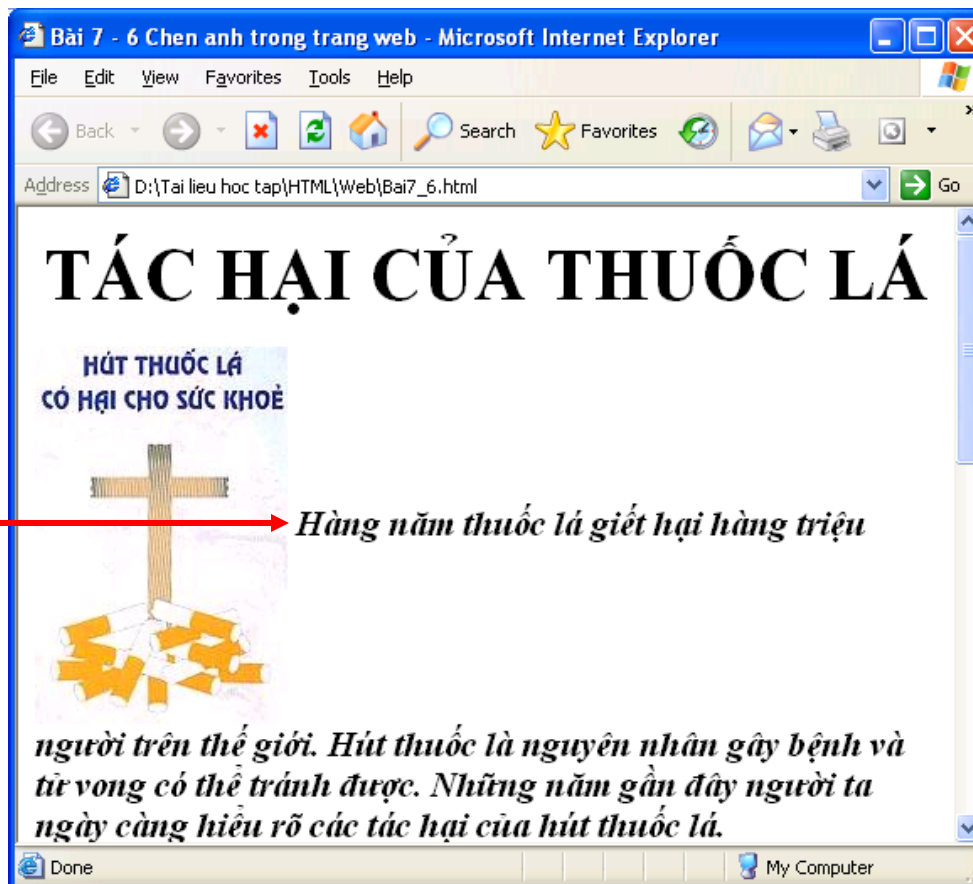
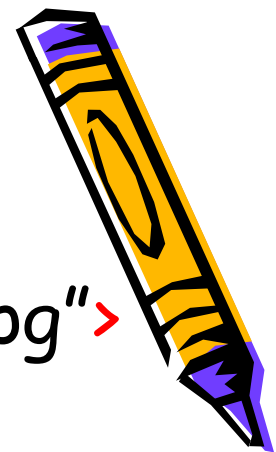
```

```



- Ví dụ:

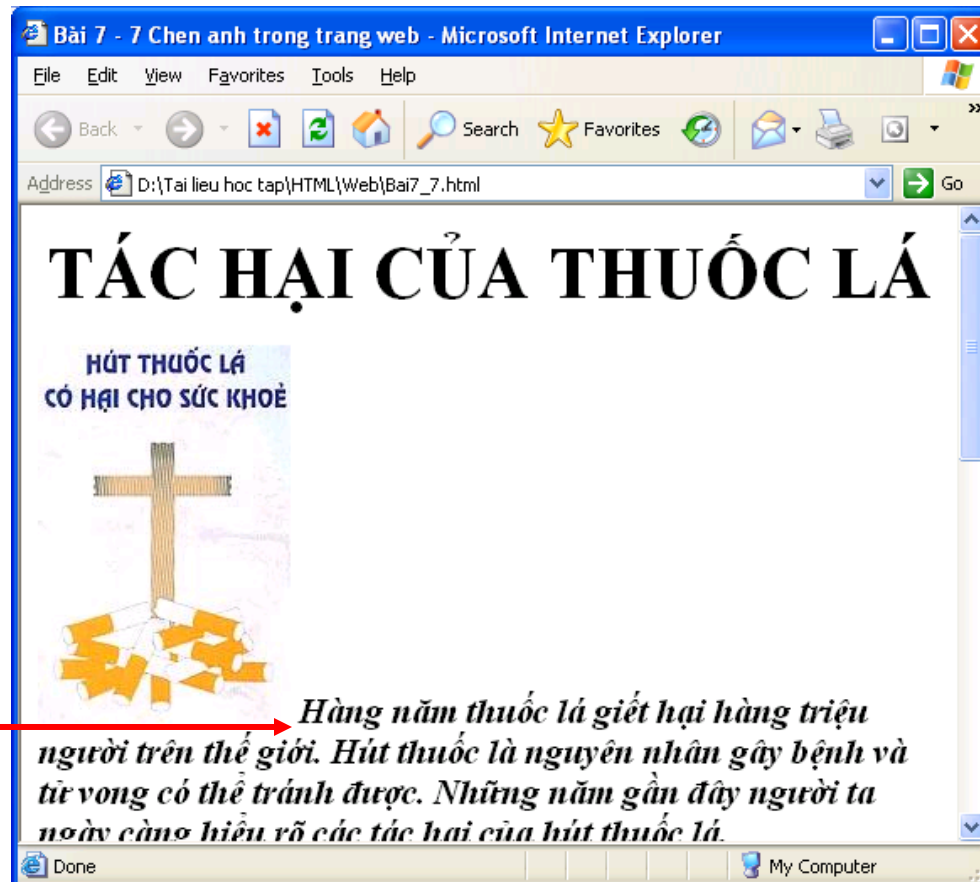
``





- Ví dụ:

``

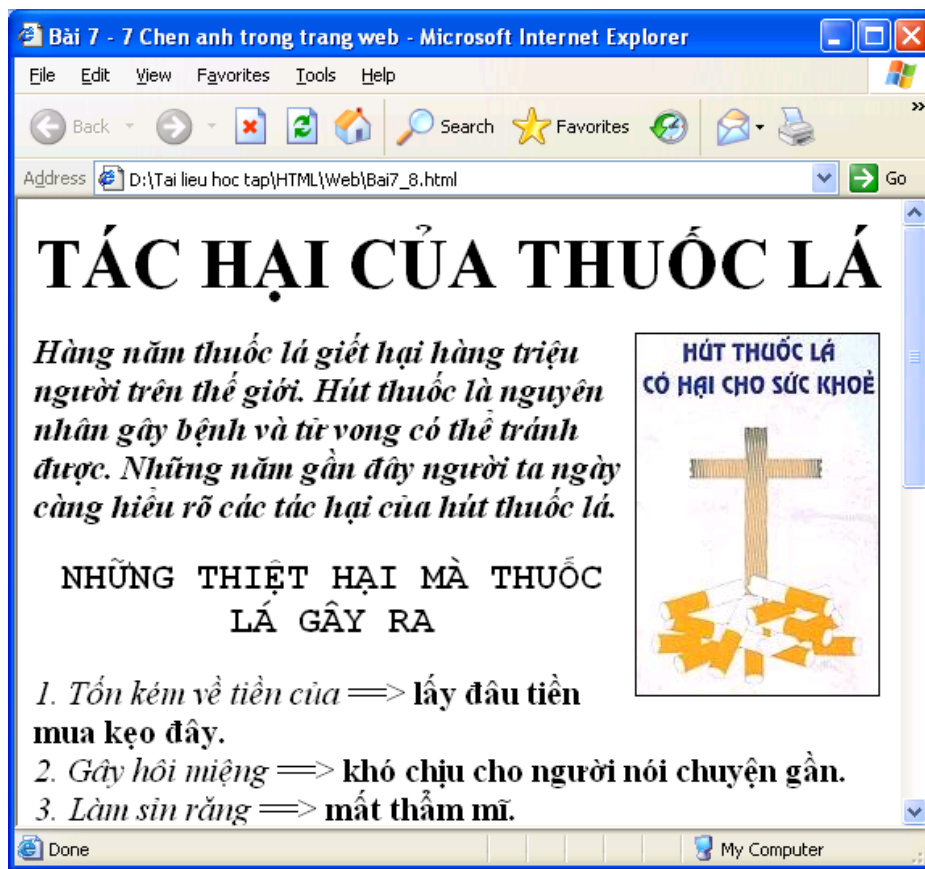
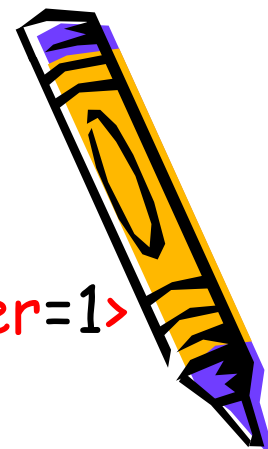




- Ngoài ra ta có thể thêm từ khóa **align=right/left** vào trong tag ****.
- Để có viền khung hoặc không, ta sử dụng khoá **Border=N** trong tag ****.
 - Trong đó **N** là số nguyên lớn hơn hoặc bằng 0, chỉ độ dày của viền khung.

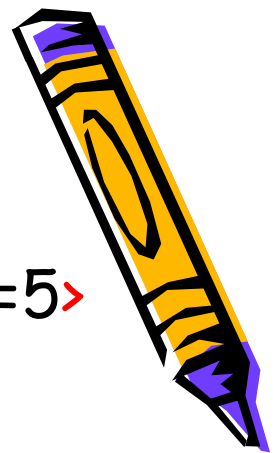
- Ví dụ

``



- Ví dụ

``



TÁC HẠI CỦA THUỐC LÁ

HÚT THUỐC LÁ CÓ HẠI CHO SỨC KHỎE

Hàng năm thuốc lá giết hại hàng triệu người trên thế giới. Hút thuốc là nguyên nhân gây bệnh và tử vong có thể tránh được. Những năm gần đây người ta ngày càng hiểu rõ các tác hại của hút thuốc lá.

NHỮNG THIỆT HẠI MÀ THUỐC LÁ GÂY RA

1. Tốn kém về tiền của \implies lấy đâu tiền mua kẹo đây.
2. Gây hôi miệng \implies khó chịu cho người nói chuyện gần.
3. Làm sần răng \implies mất thẩm mỹ.



7. Thực hành

Tạo một trang tài liệu html chứa các hình ảnh ngộ nghĩnh + các lời bình vui vẻ.

Chương 4

Liên kết và URL

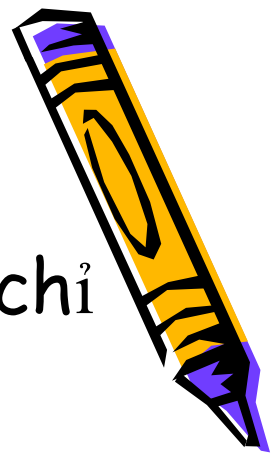


4.1. Hoạt động của các liên kết

- Các liên kết được biểu thị bởi chữ màu xanh có gạch dưới gọi là các anchor.
- Để tạo các liên kết: Tag `<a >.. (anchor).`
- Để chỉ địa chỉ liên kết đến ta dùng thuộc tính **HREF** =..... của Tag `<a>`

4.2. Thế nào là URL

- URL - **U**niform **R**esource **L**ocator - Địa chỉ tài nguyên thống nhất.
- URL là địa chỉ của trang web, khi kích chuột thường nó chuyển đến các tài liệu liên quan.



4.3. Cấu trúc của URL

- URL-Uniform Resource Locator-Địa chỉ tài nguyên thống nhất.
- URL là địa chỉ của trang web, khi kích chuột thường nó chuyển đến các tài liệu liên quan.
- URL bao gồm hai phần chính: giao thức (protocol) và đích truy cập (target).
- Giao thức chung trên web là **http://**, giao thức này nhận các tài liệu html.
- Ngoài ra còn các giao thức khác như: **Gopher://**, **ftp://** và **telnet://**.





- **URL tương đối:** là URL trỏ đến trang thuộc cùng side với trang hiện hành, chỉ khác nhau tên tập tin.
- **URL tuyệt đối:** là URL trỏ đến trang riêng biệt từ bất cứ đâu trên internet.



4.4. Các dạng liên kết

- Liên kết đến tập tin cục bộ

a) Liên kết đến tập tin cục bộ

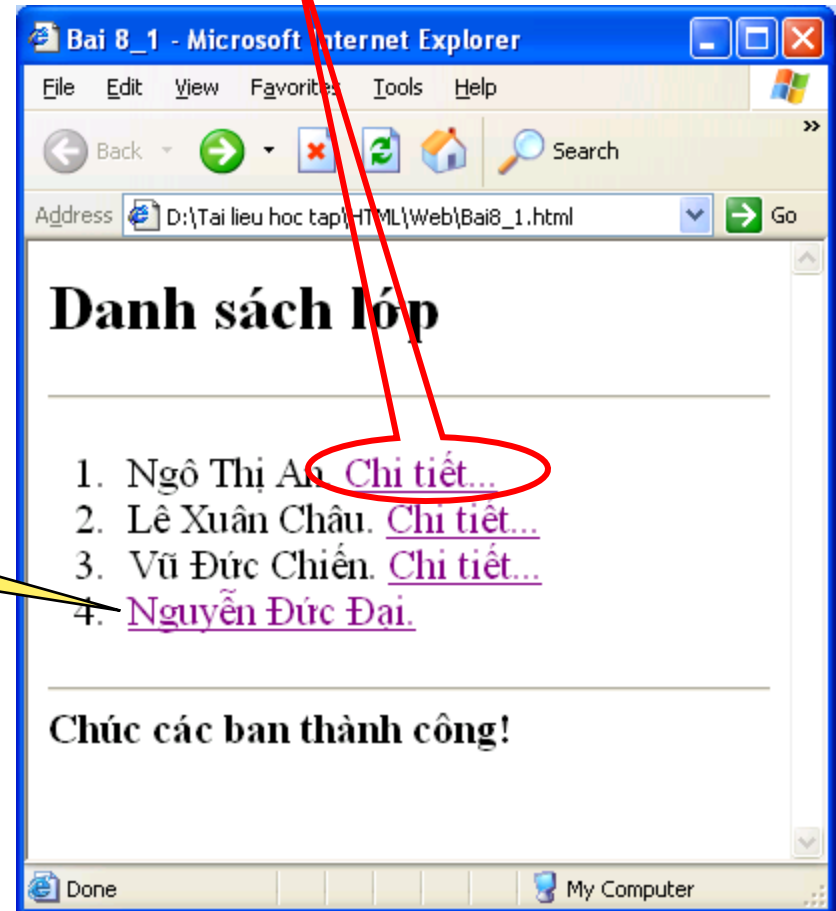
- Là liên kết đơn giản nhất để mở tập tin html trong cùng một thư mục. Có dạng:

```
<a href="đường_dẫn/tên_tệp.htm"> đoạn text link  
</a>
```

- Ví dụ: có đoạn mã
`Chi tiết...`



`
Nguyễn Đức Đại. `





b) Liên kết Anchor đến một hình ảnh

- Đoạn mã lệnh:

```
<a href="đường_dẫn/image.gif">text link</a>
```

- Web browser sẽ tự động gọi hình ảnh về.

- Ví dụ, đoạn mã lệnh sau:

`mất thẩm mỹ.`



The screenshot shows two browser windows. The left window, titled 'Bài 8 - 2 - Microsoft Internet Explorer', displays a document with a list of points. The right window, titled 'D:\Tai lieu hoc tap\HTML\Web\image2\sinrang.jpg', displays a photograph of a person's mouth with dental work. A yellow arrow points from the text 'mất thẩm mỹ' in the left window to the image in the right window.

1. Tôn kệm vệ tiêp của mua kẹo đây.

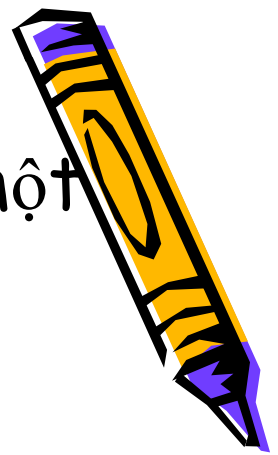
2. Gây hôi miệng => kh nói chuyện gần.

3. Làm sin răng => **mất thẩm mỹ**.

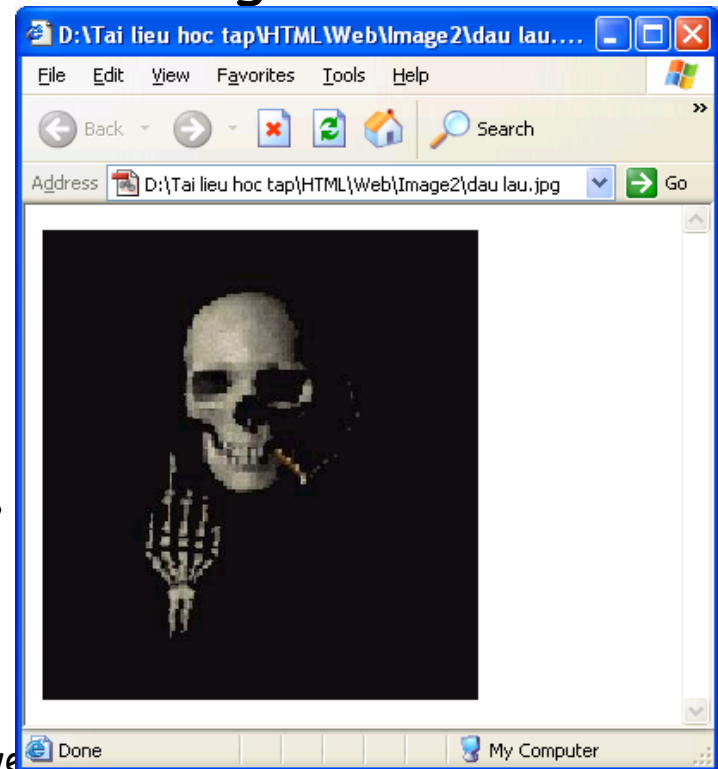
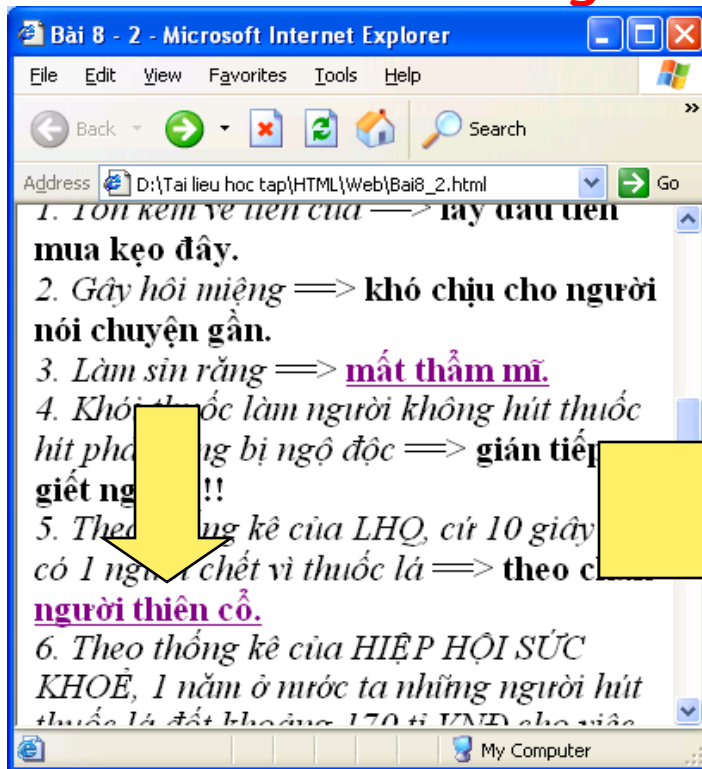
4. Khói thuốc làm người không hít phải cũng bị ngộ độc => giết người!!!

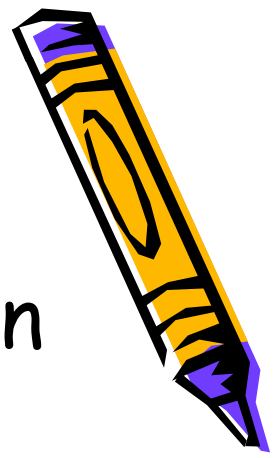
5. Theo thống kê của LHQ, cứ 1 có 1 người chết vì thuốc lá => **người thiên cổ**.

6. Theo thống kê của HIỆP HỘI KHOẺ, 1 năm ở nước ta những thuốc lá đắt khoảng 170 tỉ VNĐ.



- Để web browser mở văn bản, hình ảnh ở một trang web mới. Ta sử dụng từ khoá **target="_blank"** trong tag **<a>**.
- Ví dụ. ** người thiên cổ.**





3. Liên kết đến các side Internet bên ngoài

- Dạng đầy đủ:

`text link `

- Ví dụ có đoạn mã

`Tin tức VN`



4.4.3. Liên kết đến các phần của trang

a) Anchor được đặt tên

- Anchor được đặt tên là một dấu hiệu tham khảo ẩn cho một phần của tập tin html.
- Được sử dụng để tạo liên kết đến phần khác của một trang khi trang đó dài.

- Dạng html cho việc tạo anchor

`text to link `

- Ví dụ:

`I. Thành phần, độc tính của thuốc lá `

- b) Viết một liên kết đến một Anchor được đặt tên.

- Dạng html:

`text to hypertext `

- Ví dụ (tệp Bai8_3.html)

`Thành phần, độc tính của thuốc lá`

`Các nguy cơ gây bệnh của hút thuốc lá`





- Liên kết này thường dùng để xây dựng mục lục.

c) Thêm liên kết tới Anchor được đặt tên trong tài liệu khác

- Dạng mã:

```
<a href="FileName.html#Name">text link</a>
```

- Ví dụ: có đoạn mã

```
<a href="Bai8_3.html#II">Nguy cơ gây bệnh  
của thuốc lá</a>
```



4.4.4. Liên kết đến hình ảnh

a) Button siêu liên kết

-Ta cũng có thể gắn hình ảnh thay cho các text hyperlink.

-Để làm điều này, ta đặt tag hình ảnh vào trong phần siêu văn bản của tag Anchor.

-Ví dụ: trong đó có đoạn mã

```
<a href="Bai8_3.html" target="_blank">  </a>
```



4.4.5. Thực hành

- Tạo vài trang html để chúng liên kết với nhau, đưa vào các hình ảnh minh họa, các liên kết hình ảnh, tạo menu cho trang chính...
- Bắt đầu làm bài tập lớn được rồi.



4.5. Danh thiếp và địa chỉ liên kết đến Email

4.5.1. Dạng tag address

- Ở cuối một trang web thường cung cấp thông tin về tác giả và tài liệu. Và cũng có thể gửi Email cho tác giả.

Ta có thể sử dụng tag

`<address>`

Đánh địa chỉ ở đây.....

`</address>`



Các dòng text trong đoạn tag này là chữ có kiểu *ngghiêng*.

- **Chú ý:** trong tag này ta vẫn có thể sử dụng các tag khác, ví dụ như `......`

- Ví dụ ta có đoạn mã sau:

<address>

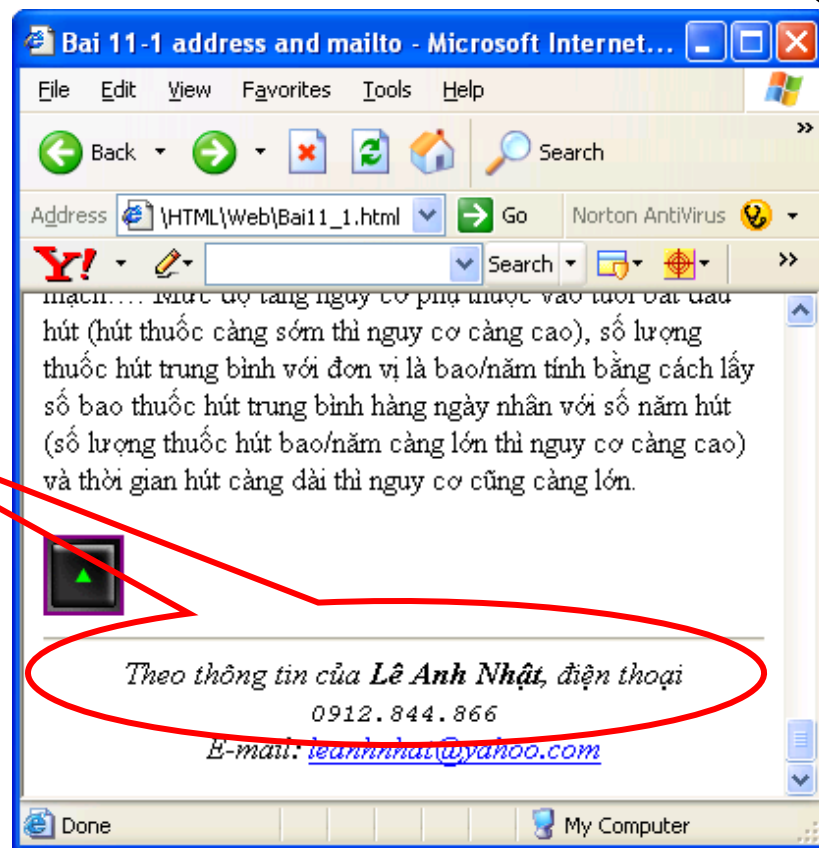
Theo thông tin của

Lê Anh Nhật,

điện thoại **<tt>**

0912.844.866 </tt>

</address>





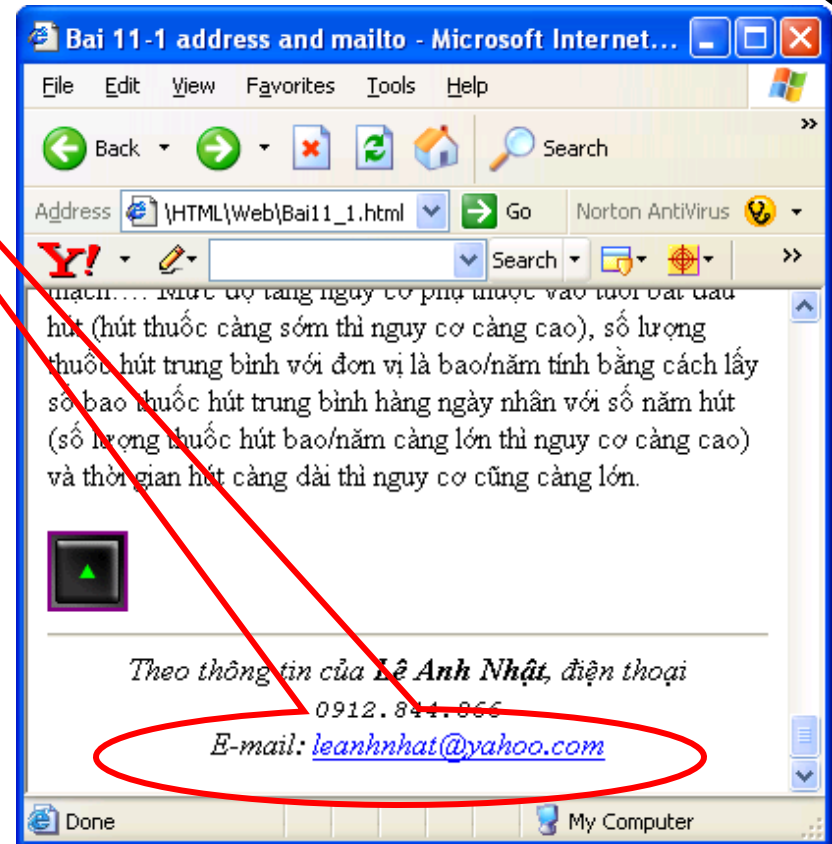
4.5.2. Liên kết đến Email

- Để người đọc có thể gửi Email cho tác giả, ta chỉ cần thêm liên kết siêu văn bản, trong đó có sử dụng từ khoá "mailto:".

```
<A Href = "mail to: địa chỉ email" >  
    Nội dung  
</A>
```

- Ví dụ: trong đó có đoạn mã:

E-mail: `
leanhnhat@yahoo.com `





4.5.3. Liên kết đến một FTP site

FTP site: dùng để sao chép tập tin giữa các máy tính với nhau. Những người sử dụng FTP truy cập vào một máy tính từ xa để lấy mọi thứ mà họ cần. Tạo liên kết:

```
<A Href = “địa chỉ FTP server” >
```

Nội dung

```
</A>
```

Ví dụ:

```
<A Href = “ftp://ftp.mycon.com”> FTP sever?
```

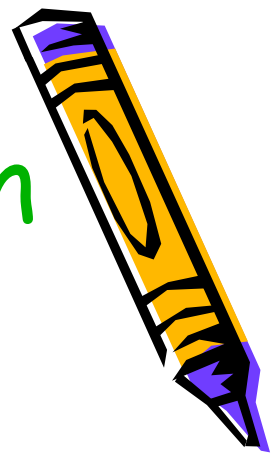
```
</A>
```



4.5.4. Thực hành

Thêm các địa chỉ và liên kết Email vào các tài liệu của mình đã làm ở các bài trước.

Chương 5. Trang trí cho văn bản



5.1. Màu sắc và cấu trúc nền

5.1.1. Cơ bản về màu sắc

- Trong một web browser, ta có thể sử dụng 256 màu của hệ thống để tạo màu cho chữ hoặc nền văn bản.
- Mỗi một màu được xác định dựa trên các giá trị RED-GREEN-BLUE (RGB) của nó.
- R,G,B lấy giá trị từ 0 đến 255.

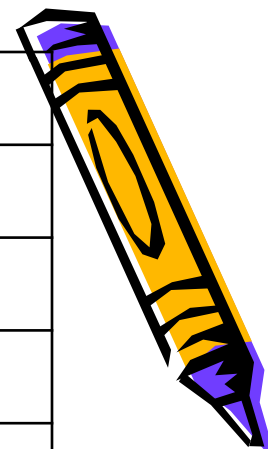


- Thay vì xác định màu theo dạng tương tự "123,211,143" thì mỗi số xác định theo kiểu thập phân sẽ được chuyển sang hệ 16.
- Chỉ còn số dạng: "xxyyzz", trong đó:
 - xx là trị của màu Red.
 - yy là trị của màu Green.
 - zz là trị của màu Blue.



- Ví dụ một số màu:
 - Màu có số 008000
 - Màu có số FFFF00
 - Màu có số FF0000
 - Màu có số 008080
 - Màu có số 800000
 - Màu có số 808080
 - Màu có số 00FFFF

MÀU	VGA trên Windows
Xanh dương sáng	Aqua
Xanh da trời	Blue
Xám	Gray
Xanh lá cây	Lime
Tím than	Navy
Tím đỏ	purple
Trắng	White
Đen	Black
Tím	fuchsia
Xanh	Green
Đỏ	red
Vàng	yellow





5.1.2. Màu nền cố định

- Ta điều chỉnh tag <body> như sau:
`<body bgcolor = #XXYYZZ>`
- trong đó `XXYYZZ` là dạng biểu diễn thập lục phân của màu được chỉ định.
- Ví dụ
`<body bgcolor = red>`

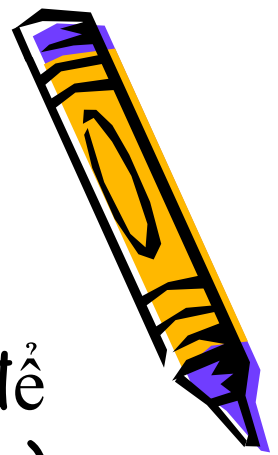


- Màu của chữ và những siêu văn bản:

Ta sử dụng dạng:

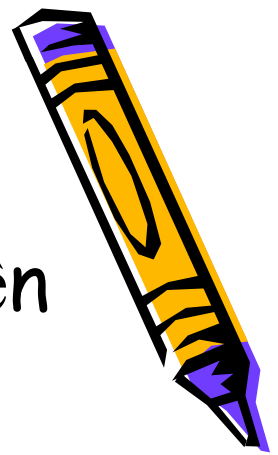
```
<body bgcolor=#xxyyzz TEXT=#xxyyzz  
LINK=#xxyyzz VLINK=#xxyyzz>
```

- Trong đó: **TEXT** là màu chữ, **LINK** là màu của mục liên kết siêu văn bản, **VLINK** là màu của mục liên kết siêu văn bản đã xem.
- **Chú ý**: thứ tự của các mục trong tag **<body>** không quan trọng.



5.1.3. Cấu trúc nền

- Ta có thể sử dụng tệp hình ảnh nhỏ để làm nền cho trang web. (dạng gif, jpg)
- Chú ý:
 - Kích cỡ tệp ảnh nền nhỏ.
 - Chọn màu chữ và màu nền tương phản.
- **Nhược điểm:** thời gian nạp trang web sẽ chậm hơn.



- Dạng HTML cho nền hình ảnh di chuyển theo khi cuộn trang web:

```
<body background = "tên.gif/jpg">
```

- Ví dụ

- Dạng sau cho một nền đứng yên:

```
<body background="filename.gif"  
    bgproperties = "fixed">
```



- Thực hành
 - Thêm màu nền, ảnh nền, màu chữ vào các trang web của bạn.



5.2. Trang trí cho văn bản

5.2.1. Kích cỡ phông chữ

- Tag:

`...`

- trong đó N là cỡ chữ có giá trị từ 1 đến 7.

* Giá trị Font chữ mặc định là 3



Một cách sử dụng khác của Tag Font là:

`Dòng văn bản` `Dòng văn bản`

Các giá trị +N hoặc -N cho biết **độ dịch chuyển** (offset) so với kích cỡ phông hiện tại.



- Ngoài ra còn có các tag:
 - `<big>...</big>` -----> Chữ to.
 - `<small>...</small>` -----> Chữ nhỏ.
(tag này ít dùng vì thiếu linh hoạt)
- Cách khác để sử dụng:
 - `...` ---> Dịch chuyển font hiện tại lên 1.
 - `...` ---> Dịch chuyển font hiện tại xuống 2.



- Font cơ sở:
 - `<basefont size=N>`
 - Tag `basefont` không có tag đóng, nó vẫn là cỡ phông cơ sở cho đến khi gặp một tag `<basefont>` khác xuất hiện.
- Ví dụ



5.2.2. Màu của phông chữ

- Ta có thể bổ sung thêm thuộc tính màu vào trong tag :

- Có thể thay #xxyyzz bằng tên một số màu cơ bản: red, aqua, blue, gray, lime,

Ví dụ

...

...



5.2.3. Dạng phông

` text...`

- **Chú ý:** nên sử dụng các dạng phông thông dụng của máy tính.



- Ví dụ:
 ...
- Thực hành:
 - Tạo trang web riêng của bạn.
 - Tạo trang web của nhóm.



5.3. Easy hard rulers

5.3.1. Độ dày của đường

- Ta đã học tag `<hr>` cho kết quả là một đường thẳng ngang màn hình.





- Ta có thể tăng độ dày của đường với tham số N:

`<hr size=N>`

trong đó N là một số chỉ độ dày.

- Ví dụ:

`<hr size=32>`



5.3.2. Độ rộng của đường

- Ta sử dụng tham số **width**
- Cú pháp:

<hr width = N>

hoặc **<hr width = Z%>**

trong đó N là số điểm của đường thẳng,
Z% là tỉ lệ phần trăm của trang hiện
hành.



Có thể thêm tham số `align="left"`, `align="right"`.
để căn chỉnh đường kẻ

* **Màu sắc của đường kẻ**

- Ta thêm tham số `color = #xxyyzz`.

* Đường kẻ không có bóng

- Ta thêm từ khoá `noshade` sau tag `hr`.

• Ví dụ:



- Thực hành

- Thêm vào trang web của bạn các đường thẳng `<hr>` vừa mới học.



5.4. Xét thêm về sự chỉnh lề

5.4.1. Sự chỉnh lề văn bản

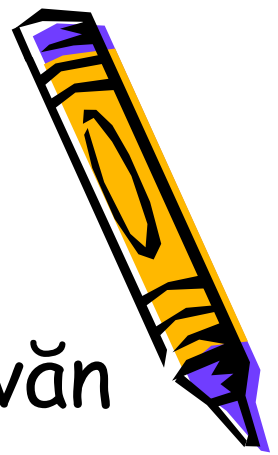
- ta có thể dùng tag:

`<center> text </center>`

vẫn có tác dụng là căn đoạn văn bản ở giữa.



- tag xoá đi sự sắp xếp:
 - `<br clear=left>`
 - `<br clear=right>`
 - `<br clear=all>`



5.4.2. Chính lề và sắp xếp văn bản

- Còn một tag nữa cũng để chỉnh lề văn bản:

```
<div align=left> text </div>
```

```
<div align=right> text </div>
```

```
<div align=center> text </div>
```

- Ví dụ



5.5. Nhạc nền - Chèn video

5.5.1. Nhạc nền <BgSound>: định nhạc nền cho trang tài liệu.

- Cú pháp:
`<bgsound src=url loop=n>`
- `url`: chỉ định tệp tin nhạc có định dạng wav, au, midi.
 - `n`: số lần lặp lại bài hát, `n=-1` sẽ lặp cho đến đóng trang web.



- Chú ý: tag `<gbSound>` được đặt sau phần `<Head>...</Head>` và trước tag `<body>`. Hoặc trong `<Head>...</Head>`.

- Ví dụ:

```
<HTML>
```

```
<TITLE>Background Sound</TITLE>
```

```
<HEAD> </HEAD>
```

```
<BGSOUND SRC="media/wmpaud7.wav" LOOP=-1>
```

```
<BODY> Enjoy my sound.
```

```
</BODY> </HTML>
```



5.5.2. Chèn Video

Ta có thể nhúng file video (*.avi, *.mpg, *.muv) vào tài liệu html, ta thêm thuộc tính `dynsrc="filename"` vào trong tag ``

- Ví dụ:

```

```



- ngữ pháp:

- `<img`

`dynsrc="*.avi" | "*.mpg"`

`width=n height=m`

`start=fileopen | mouseover`

`loop=infinite | -1 | n`

`align=left | right`

>

- Học viên tự tìm hiểu về các thuộc tính.

- Ví dụ

5.5.3. Tạo một dòng chữ chạy trên màn hình trang web



- Ngữ pháp:

`<marquee`

`width="n" height="m"`

`scrolldelay="k"`

`scrollamount="i"`

`behavior="alternate" | slide | scroll`

`direction="right" | "left"`

`bgcolor="#xyyzz"`

`loop=-1 | j`

`</marquee>`



- Học viên tự tìm hiểu ý nghĩa các thuộc tính của `<marquee>`.
- Ví dụ

Chương 6. Bảng (Table)



6.1. Những tag cơ bản của bảng

```
<table>          <--Tạo bảng-->
  <tr>           <--Đặc tả các dòng của bảng-->
    <td> text </td>
    <td>...</td> <--Đặc tả ô dữ liệu của bảng-->
  </tr>
  <tr>...</tr>
  <tr>
    <td> text </td>
    <td>...</td>
  </tr>
</table>        <--Giới hạn của bảng-->
```



- Ví dụ: tạo một bảng 2 hàng, 2 cột

```
<table border="1">
```

```
<tr>
```

```
<td> Hàng 1, cột 1 </td>
```

```
<td> Hàng 1, cột 2 </td>
```

```
</tr>
```

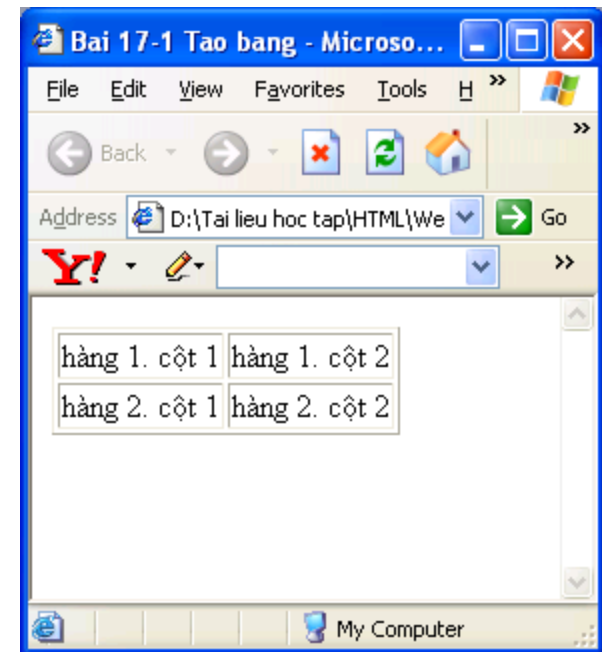
```
<tr>
```

```
<td> Hàng 2, cột 1 </td>
```

```
<td> Hàng 2, cột 2 </td>
```

```
</tr>
```

```
</table>
```

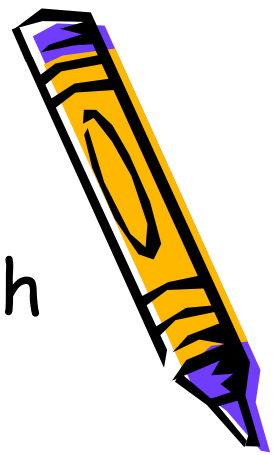




6.2. <TABLE>...<TABLE>

có những thuộc tính sau:

- **border = n**: tạo viền xung quanh bảng.
- **cellpadding = N**: cho biết có bao nhiêu khoảng trắng giữa khối bên trong phần tử và vách ngăn.
- **cellspacing = M**: Cho biết độ rộng của những đường bên trong bảng để chia các phần tử.



- **width = n | n%**, **height = m | m%** : định trước kích thước rộng/cao cho bảng.
- **align = left | right**: Cho phép bảng dóng lề trái hoặc phải.
- **valign = top | bottom**: để chỉnh lề trên hoặc giữa hoặc dưới.
- **bgcolor = #xyyzz**: thiết lập màu nền của bảng.



- **bordercolor = #xxyyzz**: thiết lập màu viền cho bảng.
- **bordercolorlight = #xxyyzz** : thiết lập màu nhạt hơn cho viền bảng 3 chiều.
- **bordercolordark = #xxyyzz** : thiết lập màu đậm hơn cho viền bảng 3 chiều.
- **background = "...image.gif|jpg"**: thiết lập nền cho các ô văn bản là hình ảnh với địa chỉ của nó.

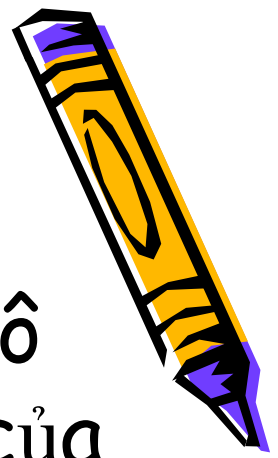


6.3. <TR>...</TR>

- Đặc tả dòng của bảng, số dòng của bảng bằng số phần tử <TR> trong cặp <table>...</table>.
- Một số thuộc tính:
 - **align = left | center | right**: để chỉnh lề trái/giữa/phải.
 - **valign = top | middle | bottom**: để chỉnh lề trên/giữa/dưới.



- **bgcolor**: đặc tả màu nền của hàng.
- **bordercolor**: đặc tả màu viền của bảng.
- **bordercolorlight**: thiết lập màu nhạt hơn cho màu viền 3 chiều.
- **bordercolordark**: thiết lập màu đậm hơn cho màu viền 3 chiều.



6.4. <TD>...</TD>

- Đại diện cho ô dữ liệu trong bảng, ô dữ liệu phải xuất hiện trong hàng của bảng.
 - **align = left | center | right**: để chỉnh lề trái/giữa/phải dữ liệu trong ô.
 - **valign = top | middle | bottom**: để chỉnh lề trên/giữa/dưới dữ liệu trong ô.
 - **width = n | n%**: đặc tả độ rộng của ô.
 - **height = n | n%**: đặc tả chiều cao của ô.



- **colspan = N**: Tạo một ô bằng N ô liền kề theo dòng.
- **rowspan = M**: Tạo một ô bằng M ô liền nhau theo cột.
- ngoài ra còn có các thuộc tính:
 - **bgcolor = #xxyyzz**.
 - **bordercolor = #xxyyzz**.
 - **bordercolorlight = #xxyyzz**.
 - **bordercolordark = #xxyyzz**.
 - **background = "...image..."**.

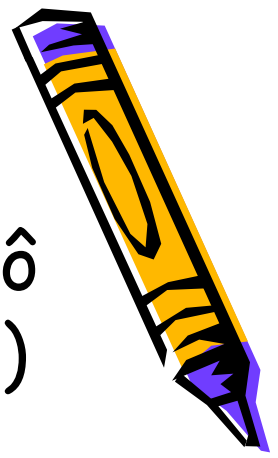


6.5. <TH>... </TH>

- cũng giống tag **<td>** nhưng thường dùng cho tiêu đề của bảng, dòng **text...** sẽ được viết chữ đậm và căn giữa ô.
- <TH> có những thuộc tính sau:
 - **align = left | center | right**: để chỉnh lề trái/giữa/phải dữ liệu trong ô.



- **valign = top | middle | bottom**: để chỉnh lề trên/giữa/dưới dữ liệu trong ô.
- **width = n | n%**: đặc tả độ rộng của ô.
- **height = n | n%**: đặc tả chiều cao của ô.
- **nowrap**: thiết lập cho những ô không muốn có dòng nào bị gãy để dữ liệu vừa khít với ô tiêu đề.
- **colspan = n**: đặc tả số cột của bảng mà ô này sẽ trộn lại thành 1. (mặc định = 1)



- **rowspan**: đặc tả số hàng của bảng mà ô này sẽ trộn lại thành một. (mặc định=1)
- **bgcolor = #xxyyzz.**
- **bordercolor = #xxyyzz.**
- **bordercolorlight = #xxyyzz.**
- **bordercolordark = #xxyyzz.**
- **background = "...image..."**.

- Ví dụ



6.6. Thực hành:

- Sử dụng bảng biểu để thiết kế giao diện cho trang chính của web.

Chương 7. Frame



7.1. Giới thiệu frame

Frame mở rộng khả năng hiển thị trang web bằng cách cho phép chia miền hiển thị thành nhiều vùng. Mỗi vùng như vậy được gọi là frame và có những đặc điểm sau:

- Nó có thể truy cập tới một URL một cách độc lập với các frame khác.
- Mỗi frame có thể đặt tên, dùng làm đích trong liên kết.
- Nó có thể tự thay đổi kích thước khung nhìn, hoặc có thể không thay đổi đối với người sử dụng.



Java™ 2 Platform
Std. Ed. v1.3

[All Classes](#)

Packages
[java.applet](#)

All Classes

- [AbstractAction](#)
- [AbstractBorder](#)
- [AbstractButton](#)
- [AbstractCellEditor](#)
- [AbstractCollection](#)
- [AbstractColorChoose](#)
- [AbstractDocument](#)
- [AbstractDocument.A](#)
- [AbstractDocument.C](#)
- [AbstractDocument.El](#)
- [AbstractLayoutCache](#)
- [AbstractLayoutCache](#)

Overview Package Class Use [Tree](#) [Deprecated](#) [Index](#) [Hel](#)

[PREV](#) [NEXT](#) [FRAMES](#) [NO FRAMES](#)

Java™ 2 Platform, Standard Edition, v 1.3 API Specification

This document is the API specification for the Java 2 Platform, Standard Edition, version 1.3.

See:
[Description](#)

Java 2 Platform Packages

java.applet	Provides the classes n create an applet and th applet uses to commu applet context.
-----------------------------	--



* Cú pháp Frame

- Cấu trúc cơ bản:

<HTML>

<HEAD>

</HEAD>

<FRAMESET>

<frame ...>

</FRAMESET>

</HTML>



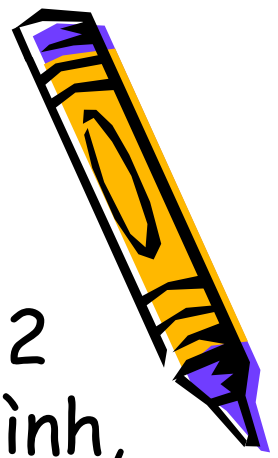
7.2. Thẻ Frameset

```
<Frameset rows = "n1, n2, ..."
           cols = "m1, m2, ..."
           border = "N"
           framespacing = "N"
           bordercolor = #xxyyzz
           frameborder = "yes/no">
```

- **rows**: chỉ chia hàng, tùy theo tham số.
- **cols**: chỉ chia cột, tùy theo tham số.
- **border**: độ dày đường viền.
- **framespacing**: khoảng cách các frame.



- $n_1, n_2, m_1, m_2, \dots$: là giá trị thuộc tính được tính bằng điểm hoặc phần trăm tương đối. Và có thể là dấu '*', frame tương ứng sẽ tự động điều chỉnh.
- N : là độ dày tương ứng với các thuộc tính.
- **frameborder**: thiết lập đường viền cho toàn bộ tập frame, có giá trị **yes** hoặc **no**.



- Ví dụ:

<frameset rows = "30%, *"> chia thành 2 hàng, hàng thứ nhất chiếm 30% màn hình, còn lại là hàng thứ 2.

<frameset cols = "*, 100, *"> chia 3 cột, cột thứ 2 có độ rộng 100 điểm, các cột còn lại sẽ tự động phân chia.

**<frameset rows = "30%, *" border=0
framespacing = 5 frameborder = 0>**: đặt đường viền, khoảng cách, ...



7.3. Thẻ frame

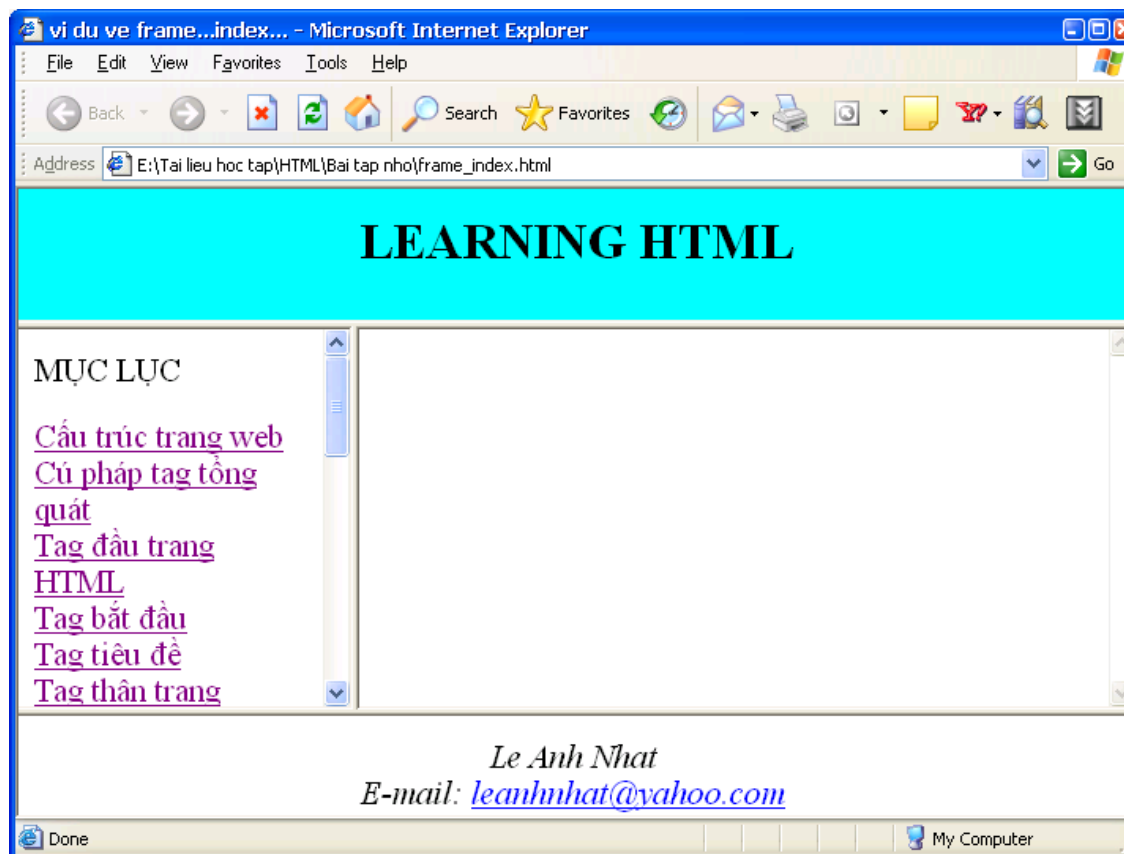
- Cú pháp:

```
<frame src="URL"  
       name="tên cửa sổ"  
       with = "N"  
       height = "M"  
       scrolling = "yes/no/auto"  
       frameborder = "yes/no"  
       framespacing = "N"  
       bordercolor = #xxyyzz  
       noresize >
```



- **noresize**: nếu có thuộc tính này thì người sử dụng không thể thay đổi kích thước hiển thị frame.
- **name**: gán một tên cho một frame, nó có thể làm đích cho các liên kết từ các tài liệu khác.
- **width**: chiều rộng frame.
- **height**: chiều cao frame.
- **scrolling**: đặt thuộc tính thanh cuộn.

Ví dụ: tạo trang web có 4 frame như sau:



Tệp "frame_index.html"



```
<html>
<head> <title>vi du ve frame...index...</title> </head>
<frameset rows="85,* ,65">
    <frame scrolling="no" name="frame_title" noresize="yes"
src="frame_title.html">
    <frameset cols="30%,70%">
        <frame scrolling="yes" name="frame_content"
src="frame_content.html">
        <frame scrolling="yes" name="frame_Main"
src="frame_Main.html">
    </frameset>
    <frame scrolling="no" name="frame_AboutMe"
noresize="yes" src="frame_AboutMe.html">
    <noframe>Xin lỗi, trình duyệt không trợ giúp
frame</noframe>
</frameset> </html>
```

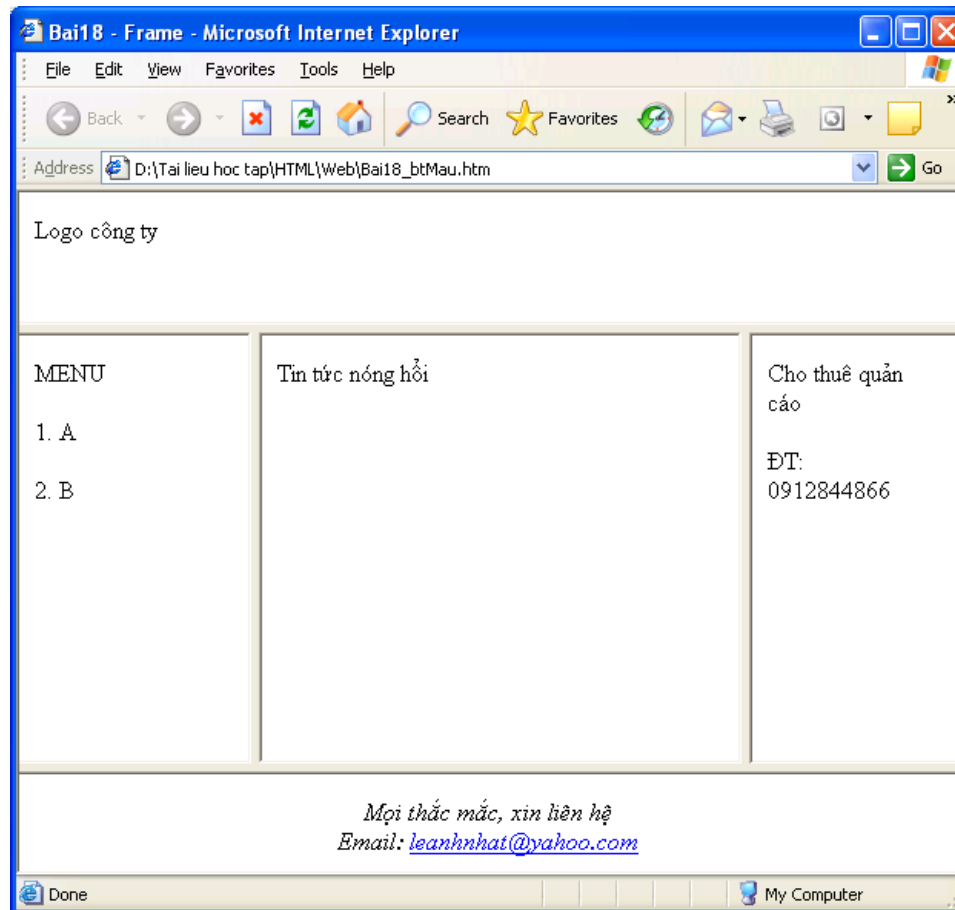


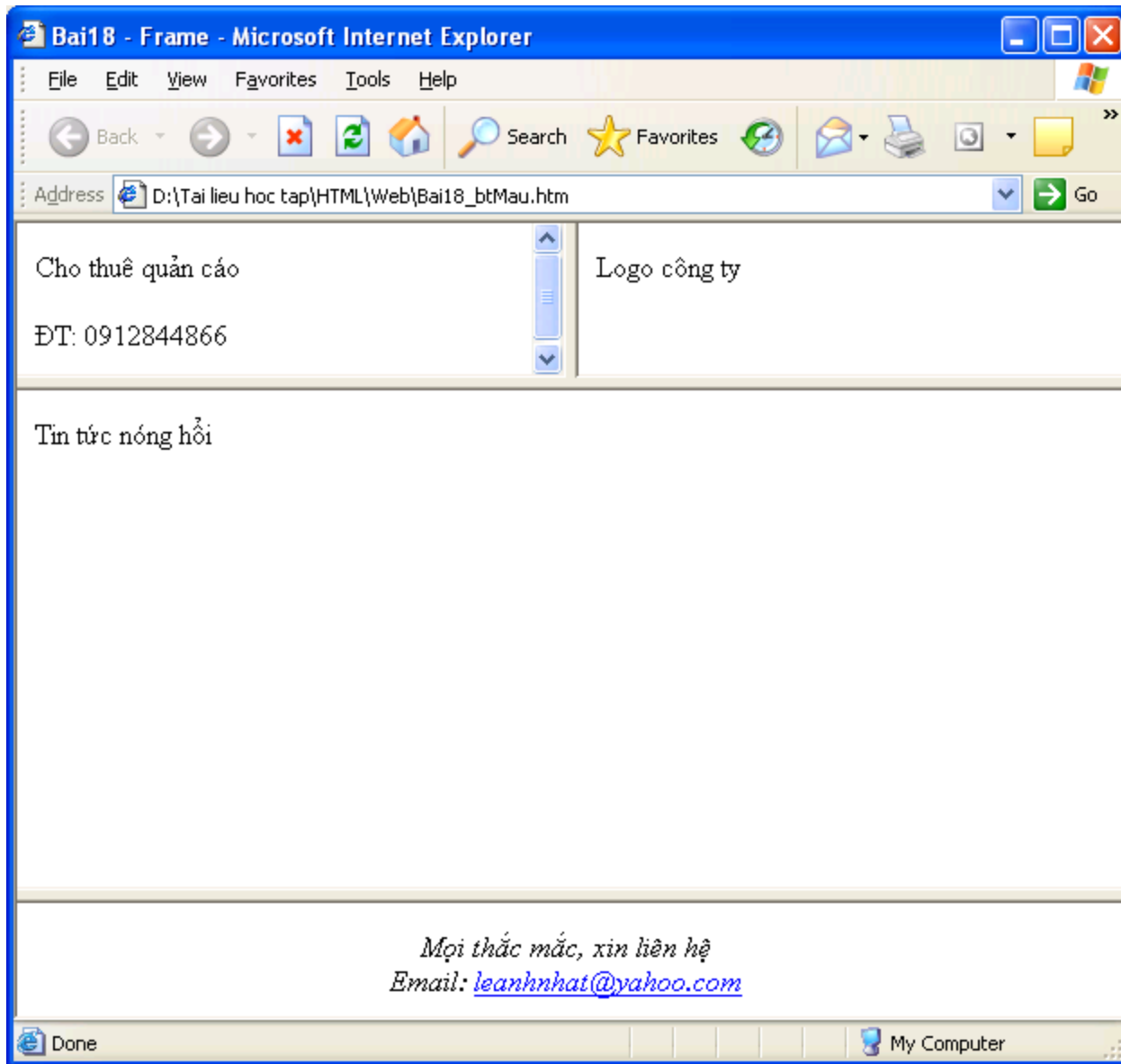
Tệp "frame_content.html"

```
<html>
<head>
<!-- khai báo hiển thị liên kết đến frame_Mail.html ở cửa sổ bên
phải -->
<base target="frame_Main">
<title>vi du ve frame...content...</title>
</head>
<body>
  MỤC LỤC
  <p><a
href="Frame_html.html#C&#7845;u_truc_trang_web">Cấu
trúc trang web
  </a>
</body>
</html>
```



7.4. Thực hành tự do





Chương 8. FORM



8.1. Form

Form cho phép bạn nhận thông tin hay phản hồi từ người dùng.

Tạo Form:

<form Method = <phương thức> Action = “URL”>

<input> yêu cầu thông tin bằng một trong nhiều cách khác nhau

</form>

<Phương thức>: nhận giá trị trị **Post** hoặc **Get**



8.2. Trường văn bản và các thuộc tính.

```
<TextArea Name = "name" Rows = number  
          Cols = number Wrap = <value>>  
    Text.....  
</TextArea>
```

Cho phép người dùng nhập nhiều dòng văn bản vào Form với số dòng và số cột cần hiển thị.

Text: Hướng dẫn người sử dụng nhập dữ liệu.

Value: OFF (giá trị mặc định) nếu không dùng Wrap.



8.3. Text Box.

```
<Input Type = Text Name = "Text_name"  
    Size =number MaxLength= number>
```

Cho phép người dùng nhập một đoạn văn bản có chiều dài Size và chiều dài tối đa cho đoạn văn bản là MaxLength (Size < MaxLength)



8.4. Password

```
<Input Type = Password Name = "name"  
      Size =number MaxLength= number>
```

Khi nhập dữ liệu vào thì các ký tự được dấu đi và thay vào đó là những ký tự "*" hay "x" tùy thuộc vào trình duyệt.

8.5. Check Box



```
<Input Type = CheckBox Name = "name"  
Value = "giá trị" > String
```

Tùy chọn này được dùng khi có nhiều giá trị cho một tùy chọn.

Muốn xác định trạng thái mặc định của `checkBox` là đánh dấu hoặc không đánh dấu thì thêm một trong hai giá trị: **Checked** hoặc **UnChecked**
String: Là xâu thông báo lựa chọn.



8.6. Radio Button

```
<Input Type = Radio Name = "name"  
Value = "giá trị" > String
```

Cho phép người dùng lựa chọn trong các tùy chọn được định trước.

Thuộc tính **Name** phải giống nhau và thuộc tính **Value** phải khác nhau

8.7. Trường Hidden.



```
<Input Type = Hidden Name = "name"  
Value = "giá trị" >
```

Được thiết kế để truyền (ngầm) giá trị đến Web Server và Script. Giá trị truyền thường là một từ khoá, giá trị kiểm tra hay một chuỗi bất kỳ



8.8. Submit Button.

<Input Type =Submit Value = "String">

Dùng để chuyển dữ liệu trên Form mà người sử dụng đã nhập sang một trang mới.

String: Là dòng chữ ghi trên nút, nếu không có Value thì mặc định là Submit ghi trên nút



8.9. Reset Button.

<Input Type = Reset Value = "String">

Dùng để xoá dữ liệu trên Form mà người sử dụng đã nhập, khởi động lại cho các phần tử trên Form.

String: Là dòng chữ ghi trên nút, nếu không có **Value** thì mặc định là **Reset** ghi trên nút

8.10. ComboBox và ListBox.



```
< Select Name = "name" Size = <giá trị>  
Multiple >  
    <Option Selected Value = "gia trị 1">  
String  
    <Option Value = "gia trị 2"> String  
    <Option Value = "gia trị 3"> String  
    .....  
< /Select >
```

-<Option>: Định nghĩa một phần tử trong danh sách.

-Multiple: Cho phép người dùng chọn cùng một lúc nhiều giá trị.

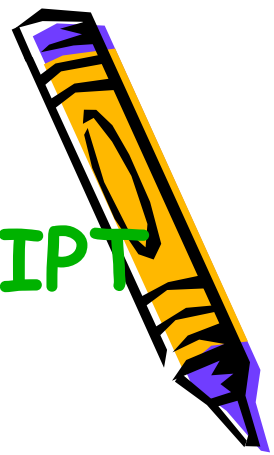


Bài tập thực hành

Nhập vào thông tin của một sinh viên, sau đó in ra thông tin của sinh viên đó.

Chương 9

LẬP TRÌNH SCRIPTING VỚI VBSCRIPT



9.1. Cơ bản về VBScript.

9.1.1. VBScript là gì?

Một Script trong tài liệu HTML nói chung có hai phần:

- + Phần <HEAD> của tài liệu sẽ có một Script Container đặc biệt chứa định nghĩa của các hàm được script dùng.
- + Lời gọi hàm làm nhiệm vụ truyền và nhận các giá trị.

9.1.2. Tại sao dùng VBScript.



- VBScript là tập con của Visual Basic
- Làm việc với *ActiveX*: Mặc dù Microsoft bắt đầu hỗ trợ javascript và các ngôn ngữ Script khác truy cập các *ActiveX Component*, VBScript vẫn là sự lựa chọn của Microsoft và hầu hết những người ủng hộ *ActiveX*.
- Dùng kỹ thuật *Dynamic HTML*.

9.1.3. Thêm VBScript vào trang.



Tag `<Script Language = "VBScript">`
`</Script>`

- Một vài Tag HTML chấp nhận ngôn ngữ Script bên trong chúng
- Tất cả các lệnh VBScript sẽ xuất hiện trong các Tag `<Script>`

Ví dụ:

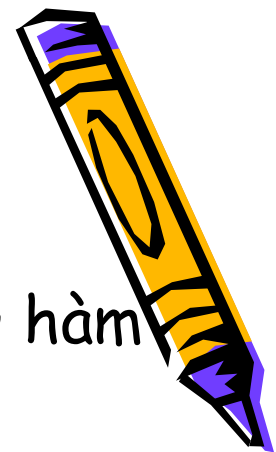


9.2. Các sự kiện trong VBScript

9.2.1. Quản lý sự kiện trong VBScript. Các sự kiện trên Form trong

Tên sự kiện	Chức năng
OnClick	Phản ứng khi người dùng Click chuột lên một thành phần của Form
OnFocus	Phản ứng khi người dùng đặt Focus vào thành phần nào đó
OnBlur	Phản ứng khi người dùng chuyển Focus ra khỏi thành phần nào đó.
OnChange	Phản ứng khi người dùng thay đổi dữ liệu hay thay đổi vùng chọn trong thành phần nào đó.
OnSelect	Phản ứng khi người dùng chọn nội dung của thành phần nào đó.

9.2.2. Tạo các trình quản lý sự kiện



- Trong VBScript, các sự kiện được quản lý bằng hàm **Sub** nằm ở phần đầu tài liệu.

- Lấy dữ liệu trong Form: **Document.<tên Form>**

- Để viết dữ liệu ta dùng **Document.Write “String”**

- Mở một cửa sổ mới:

Window.Open (“page.Html”, “Window Name”);

- Nối các chuỗi dùng ký tự **&**

- Chuyển từ chuỗi sang số: **Hàm Cdbl(value)**



9.2. Tóm tắt cú pháp VBscript

9.2.1. Khai báo biến, hằng

* Khai báo biến:

Biến của Asp có kiểu dữ liệu là **Variant** nên không cần sử dụng từ khoá **As** với kiểu dữ liệu khai báo.

Dim <biến 1>, <biến 2>,.....

Ví dụ:

```
<%
```

```
Dim so, xau
```

```
So = 10: xau = "Học thiết kế Web với Asp"
```

```
%>
```

Có thể sử dụng biến mà không cần khai báo.



* **Khai báo biến mảng:**

+ Mảng 1 chiều:

Dim <Tên biến mảng>(số phần tử)

Ví dụ: **Dim A(50)**

+ Mảng 2 chiều:

Dim <Tên biến mảng>(số dòng, số cột)

Ví dụ: **Dim B(10, 20)**

+ Khai báo mảng có phần tử cố định:

Dim <Tên biến mảng>(phần tử 1, phần tử 2,....)



+ Khai báo mảng động:

Dim <Tên biến mảng>()

Ví dụ: **Dim mang()**

+ Có thể khai báo lại mảng động:

ReDim <Tên biến mảng>(số phần tử)

Ví dụ: **ReDim mang(3)**



* Khai báo hằng:

Const <Tên_hằng> = <giá trị>

- Với <giá trị>:
 - Kiểu chuỗi ký tự: Để trong “...”
 - Kiểu ngày: Để trong #....#
 - Kiểu Logic: True hoặc False
 - Kiểu số:

1.3.2. Dòng chú thích

- ‘ Nội dung dòng chú thích



9.2.2. Dấu gạch dưới

Dấu gạch dưới “_” dùng để tiếp nối các câu lệnh quá dài.

- Có thể dùng phép toán “&” hay “+” để nối chuỗi.

Ví dụ:

```
SQL = Select Mahs, ho_ten, ngay_sinh, gioi_tinh “_”  
      & “From tbl_hoso”
```

hoặc

```
SQL = “ Select Mahs, ho_ten, ngay_sinh, gioi_tinh” _  
SQL = SQL & “From tbl_hoso”
```



9.2.3. Phát biểu điều khiển

a, IF ...THEN

<pre>IF <điều kiện> THEN <dãy lệnh></pre>	<pre>IF <điều kiện> THEN <dãy lệnh1> ELSE <dãy lệnh 2> END IF</pre>
---	---



b, SELECT CASE

```
SELECT CASE <biểu thức>  
  CASE <giá trị 1>  
    <dãy lệnh 1>  
  CASE <giá trị 2>  
    <dãy lệnh 2>  
  .....  
  [CASE ELSE  
    <dãy lệnh n>]  
END SELECT
```



9.2.4. Phát biểu vòng lặp

a, **FOR...NEXT**

FOR <biến đếm> = <giá trị đầu> **TO** <giá trị cuối> [**STEP** <bước nhảy>]
 <dãy lệnh 1>

[**EXIT FOR**]

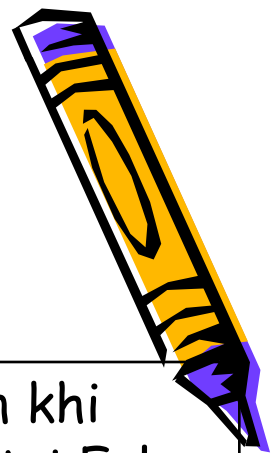
 <dãy lệnh 2>

NEXT <biến đếm>

b, **FOR EACH...NEXT**

FOR EACH <phần tử> **IN** <nhóm>
 <dãy lệnh>

NEXT <phần tử>



c, DO...LOOP

<p>Dạng 1: Vòng lặp thực hiện khi <biểu thức logic> nhận giá trị True</p>	<p>Dạng 2: Vòng lặp thực hiện khi <biểu thức logic> nhận giá trị False</p>
<p>DO WHILE <biểu thức logic> <dãy lệnh 1> [EXIT DO] <dãy lệnh 2> LOOP</p>	<p>DO UNTIL <biểu thức logic> <dãy lệnh 1> [EXIT DO] <dãy lệnh 2> LOOP</p>



9.2.5. Khai báo hàm và thủ tục

a, Thủ tục:

- Khai báo

SUB <tên thủ tục>(danh sách các tham số)

<thân thủ tục>

END SUB

- Gọi thủ tục:

CALL <tên thủ tục>



b, Hàm:

* Khai báo

FUNCTION <tên hàm>(danh sách các tham số)

<thân hàm>

END FUNCTION

* Gọi hàm

<Biến> = <Tên hàm>(danh sách tham số)



* Hàm có sẵn

- Các hàm chuyển đổi kiểu dữ liệu

Hàm	Ý nghĩa
Cdate	Chuyển sang kiểu ngày tháng
Cint	Chuyển sang kiểu Integer
Cstr	Chuyển sang kiểu string
Cbyte	Chuyển sang kiểu byte
Cdbl	Chuyển sang kiểu Double
Cbool	Chuyển sang kiểu Boolean



- Các hàm format

Cho phép định dạng dữ liệu

- Các hàm toán học

Int, Abs, Atn, Cos, Exp, Fix, Hex, Log, Oct, Rnd, Randomize,
Round, Sin, Sqr, Tan



- Các hàm thao tác với chuỗi

Tên hàm	Ý nghĩa
Len (string)	Lấy chiều dài chuỗi
Ucase(string)	Chuyển chuỗi thành chữ in hoa
Lcase(string)	Chuyển chuỗi thành chữ in thường
Ltrim(string)	Cắt bỏ các khoảng trống bên trái xâu
Rtrim(string)	Cắt bỏ các khoảng trống bên phải xâu
Trim	Cắt bỏ các khoảng trống cả hai bên xâu
Left(string, n)	Trích ra xâu con có n ký tự từ bên trái của xâu
Mid(string, n, m)	Trích ra xâu con có m ký tự từ vị trí n của xâu
Right(string, n)	Trích ra xâu con có n ký tự từ bên trái của xâu



- Các hàm ngày tháng

Tên hàm	Ý nghĩa
Date	Ngày hiện tại
Time	Giờ hiện tại
Now	Ngày và giờ hiện tại

- Các hàm kiểm tra

- * **Isdate**: Kiểm tra có phải đúng kiểu ngày tháng không?
- * **IsNumeric**: Kiểm tra có phải đúng kiểu số không?



Chương 10

LẬP TRÌNH SCRIPTING VỚI JAVASCRIPT

10.1. Tổng quan về JavaScript

10.1.1. Đặc tính của ngôn ngữ

JavaScript: là một ngôn ngữ thông dịch (interpreter), chương trình nguồn của nó được nhúng (embedded) hoặc tích hợp (integrated) vào tập tin HTML chuẩn

Đặc tính

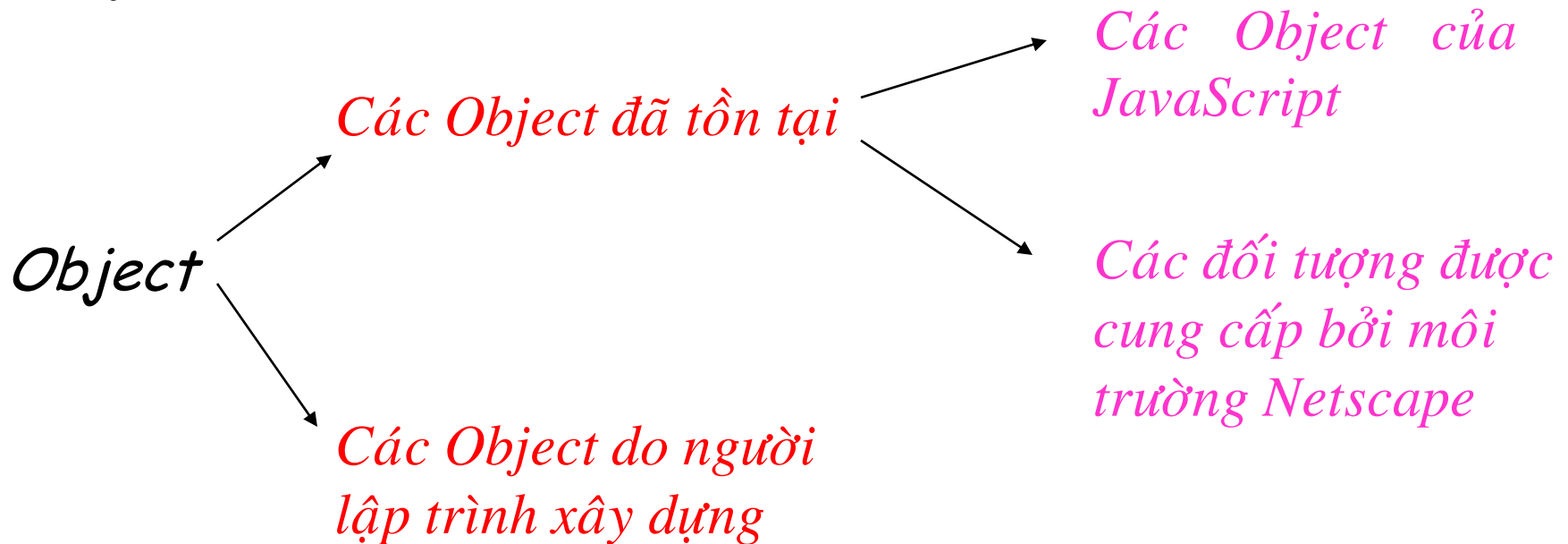
Đơn giản.

Động (Dynamic).

Hướng đối tượng (Object Oriented)

10.1.2. Ngôn ngữ JavaScript:

- Một trong những đặc tính quan trọng của ngôn ngữ JavaScript là khả năng tạo và sử dụng các đối tượng (Object)





10.2. Nhúng JavaScript vào file HTML

Sử dụng một trong các cách sau đây:

- *Sử dụng các câu lệnh và các hàm trong cặp thẻ **<SCRIPT>***
- *Sử dụng các file nguồn JavaScript*
- *Sử dụng một biểu thức JavaScript làm giá trị của một thuộc tính HTML*
- *Sử dụng thẻ sự kiện (event handlers) trong một thẻ HTML nào đó*

10.2.1. Sử dụng thẻ *SCRIPT*



Cú pháp:

```
<SCRIPT LANGUAGE="JavaScript">
```

```
<Các câu lệnh Javascript>
```

```
</SCRIPT>
```

- *Dòng chú thích:*

```
// Nội dung ghi chú
```

```
hay /* Nội dung ghi chú */
```



10.2.2. Sử dụng một file nguồn JavaScript

```
<SCRIPT SRC="file_name.js">
```

....

```
</SCRIPT>
```

Ví dụ:

```
<SCRIPT SRC=" http://cse.com.vn ">
```



10.3. Sử dụng Javascript

10.3.1. Cú pháp cơ bản của lệnh

JavaScript xây dựng các hàm, các phát biểu, các toán tử và các biểu thức trên cùng một dòng và kết thúc bằng ;

10.3.2. Các khối lệnh

Nhiều dòng lệnh có thể được liên kết với nhau và được bao bởi { }



Phụ lục

- Đăng ký web ở <http://www.freewebs.com/>



Freewebs.com - Free website, free hosting, free webpage, online photo album, free blog, more! - Microsoft Int...

File Edit View Favorites Tools Help

Address <http://members.freewebs.com/> Go

freewebsTM

Username

Password

[Lost Your Password?](#)

[New Accounts](#) [Our Services](#) [Directory](#) [Example Sites](#) [Testimonials](#) [Advertise](#) [FAQs](#) [About Freewebs](#) [Contact Us](#)

Tạo mới một Account

Sponsored Tools

[Free Web Stats and Counter!](#)

Create a Free Website Now!

Looking for a fast and easy way to create a [free website](#), online photo album, online journal. and more? Freewebs has spent the past 5 years developing the

(1 item remaining) Downloading picture <http://members15.freewebs.com/HomeBan...> Unknown Zone

File Edit View Favorites Tools Help

Address <http://newaccounts.freewebs.com/newAccounts.jsp> Go

Sign Up : Step 1- Account Information

Start your website by completing the form below and click "Next Step".

- Indicates required fields.

- Choose a Username: [? Check Availability](#)
- Choose a Password: Passwords must be at least 4 characters and contain only letters and numbers.
- Retype your Password:
- Your E-mail Address: [?](#)
- How did you find us?
- I have read, fully understand, and agree to all of the [Terms of Service](#).

Next Step

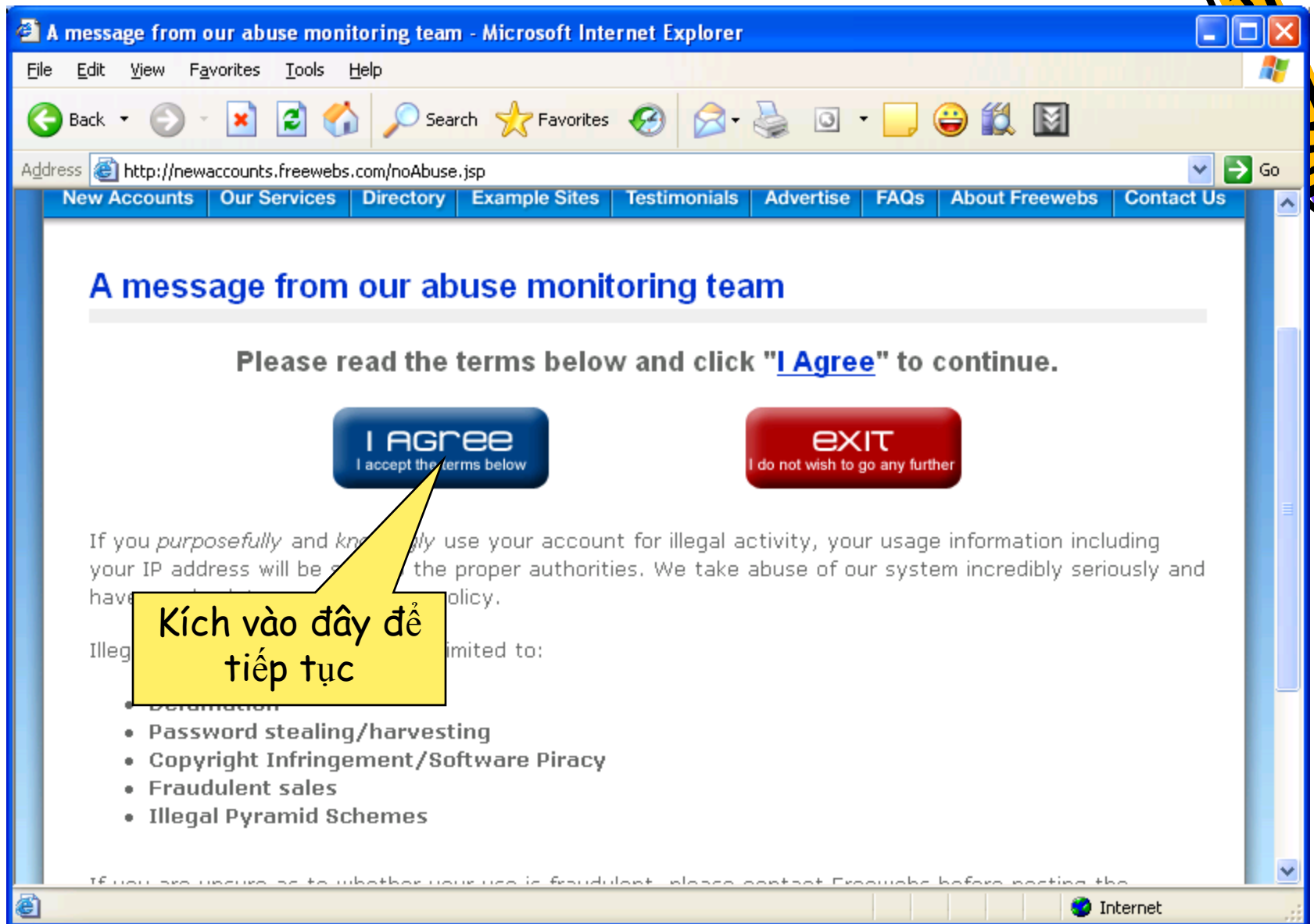
Step 3
Start Building Your Website

Nhập thông tin cá nhân

Ktra thông tin user

Next để tiếp tục

Internet



The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window with the title "Site Information - Microsoft Internet Explorer". The address bar contains the URL "http://newaccounts.freewebs.com/siteInformation.jsp". The page content is a registration form with two main steps:

- Step 1: Please Select Your Desired Account Mode:**
 - Easy Site Builder Mode: Pick a template, add text, pictures, and media, we do the rest. *No HTML req*
 - HTML Mode: I have already built my site and I need a place to upload, host, and conveniently edit it. I have good knowledge of HTML and/or HTML editors.
- Step 2: Please Complete the Following:**

All fields with an asterik (*) are required. The other fields are optional. Click the "Next Step" button once you have completed the fields.

 - *Your Full Name:** A text input field. Below it, a note says: "To better serve you, please enter your first and last name. FreeWebs respects your privacy."
 - *Site Category:** A dropdown menu currently showing "-- Please Select One --". Below it, a note says: "Please help us categorize your site by choosing the option"

At the bottom of the form is a blue button labeled "Next Step".

Yellow callout boxes with black text provide instructions in Vietnamese:

- "Chọn" (Choose) points to the "HTML Mode" radio button.
- "Điền họ tên đầy đủ" (Fill in full name) points to the "Your Full Name" input field.
- "Lựa chọn thể loại site" (Choose site category) points to the "Site Category" dropdown menu.
- "Tiếp tục" (Continue) points to the "Next Step" button.



Interesting offers - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Address <http://newaccounts.freewebs.com/coreg.jsp?fullName=LÃ%20Anh%20Nhá-t&email=leanhnhat@yahoo.com&next=%2> Go

Please take a moment to check out our interesting offers

Please enter your zip or postal code and select any offers that interest you.

Your Information

First Name:	<input type="text" value="Nhat"/>
Last Name:	<input type="text" value="Le Anh"/>
E-mail address:	<input type="text" value="leanhnhat@yahoo.com"/>
Old E-mail address:	<input type="text"/> (more info)
Zip Code:	<input type="text" value="84"/>

Start Each Day With Hope. Sign up for Peace of Mind newsletter. [\(more info\)](#)

FREE daily jokes, and other special offers. Check your e-mail [\(more info\)](#)

Become a mystery shopper and get paid to dine out and shop [\(more info\)](#)

FREE Daily Inspiration newsletter and special offers [\(more info\)](#)

Need a Degree? [\(more info\)](#)

Garfield cartoon by email FREE! [\(more info\)](#)

Sign up for the FREE HP Home & Home Office Store eNew

Handhelds

Internet

Nhập thông tin cá nhân

Tiếp tục để kết thúc

Nếu đăng ký thành công

Freewebs leanhnhat1 - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Search Favorites

Members10.freewebs.com/MembersA/page.jsp?token=f16d94550c83d0e310d34bcee38&page=MembersA-welcome

leanhnhat1
view my site

MEMBER TOOLS

- Member Home
- My Account
- My Messages
- My Profile (view)
- My Webs
- Site Manager
- Site Add-ons
- Site Promotion
- Earn Money
- Get Premium
- My Stats
- My Domains
- My Email
- Web Commerce
- Help!
- Logout

WELCOME TO FREEWEBS!

Congratulations! Your Freewebs account and website has been successfully created. This is a welcome screen that will walk you through a few basics before entering your account for the first time.

[Click here to enter your account for the first time!](#)

Browser Compatability

Freewebs is built for [Internet Explorer](#) version 5.5 or higher or [Mozilla Firefox](#). Both of these browsers are available for download free of charge.

Macintosh OS X Users: If you are visiting Freewebs on a Macintosh, please use [Mozilla Firefox](#). It's free! [Click the here to download!](#)

PC Windows Users: PC users can use either [Internet Explorer](#) or [Firefox](#).

01

Kích vào dòng này

Freewebs - leanhnhat1 - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Back Forward Stop Refresh Home Search Favorites Home Mail Print Send Message New Window New Tab

Address <http://members10.freewebs.com/MembersA/index.jsp?token=f16d94550c83d0e310d34bcee38> Go

freewebs™ | livefree

leanhnhat1
[view my site](#)

Welcome to Freewebs!

Your website address is:
<http://www.freewebs.com/leanhnhat1/>

build & edit **add more features**

get more visitors **connect with others**

Upgrade to Premium **Get "yourname.com"**

Use the old Freewebs Member Area

MEMBER TOOLS

- Member Home
- My Account
- My Messages
- My Profile (view)
- My Webs
- Site Manager
- Site Add-ons
- Site Promotion
- Earn Money
- Get Premium
- My Stats
- My Domains
- My Email
- Web Commerce
- Help!
- Logout

member news [news archive >](#)

Internet

Địa chỉ trang web của bạn

để vào thư mục và xây dựng trang web

Freewebs - leanhnhat1 - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Address: http://members10.freewebs.com/Members/fileManager.jsp?token=f16d94550c83d0e310d34bcee38

leanhnhat1
view my site

MEMBER TOOLS

- Member Home
- My Account
- My Messages
- My Profile (view)
- My Webs
- Site Manager
- Site Add-ons
- Site Promotion
- Earn Money
- Get Premium
- My Stats
- My Domains
- My Email
- Web Commerce
- Help!
- Logout

Tạo một trang mới

Tạo một thư mục mới

Upload 1 file

Upload nhiều file

add a page

add a folder

upload a file

multi uploader

all files | webpages | images | media | other | search

displaying 1-2 of 2 files per page: 25

SELECT: All - None - Delete Selected ACTION: Move to:

FILENAME	EDIT	RENAME	DELETE	SIZE
<input type="checkbox"/> index.htm				1.2 Kb

Internet



Trang:

- <http://www.125mb.com/>



- Trang: <http://www.netfirms.com>



Netfirms, Free Web Hosting, Domain Names for Small Business - Mozilla Firefox

File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.netfirms.com/

Includes:

- 2 FREE DOMAIN NAMES
- 20 GB Storage Space
- 750 GB Data Transfer
- Web Design Software
- E-commerce Enabled

BUY NOW!
\$9.95
/month

NEW!
**ALL PLANS
UPGRADED**
Same low prices!

DOMAIN NAMES
.com .net .org .info .

PRICE DROP!
Register your .com
Domain Name to
The **Lowest Price**

start here

Enter your desired FREE Domain Name:
www. .com

Welcome to Netfirms
Web Hosting solutions for growing businesses.

Get Started: [Build Your Website](#)
[E-commerce](#)
[Blogging](#)
[Web Hosting](#)
[Domain Names](#)

PERSONAL WEB HOSTING
Netfirms Plus
Share Photo Galleries
Web Design CD
Disk Space
300 GB Data Transfer
\$4.95/month

POWERFUL WEB HOSTING
Netfirms Big Business
5 FREE Domains
Google AdWords
40 GB Disk Space
1500 GB Data Transfer
\$14.95/month

SNAPPER TRADING

Snapper Trading
Netfirms AdWords
regional spots
[Visit Website](#)

ICANN Accredited Reseller
BBB ONLINE RELIABILITY PROGRAM

[Home](#) | [Web Hosting](#) | [Domain Names](#) | [Netfirms Rewards](#) | [Company](#) | [Careers](#) | [Contact Us](#) | [Agreements](#) | [Free Web Hosting](#) | [Visit Netfirms.ca](#)
Copyright © 1998 - 2006 Netfirms, Inc. All Rights Reserved.

Done

Đăng ký miễn phí



Netfirms, Free Web Hosting, Domain Names for Small Business - Mozilla Firefox

File Edit View Go Bookmarks Tools Help

http://www.netfirms.com/web-hosting-free

[Why Netfirms?](#)
[Compare Plans](#)
[Testimonials](#)
[Need help building your website?](#)
[Control Panel XL6](#)

- 1 GB Monthly Data Transfer
- 1 WebMail Account (with Domain Name)
- Optional Free Sub-domain (www.yourname.netfirms.com)
- Microsoft FrontPage Exts. & Perl (CGI-Bin)
- 24/7 FTP Access
- Technical Support via E-mail

[Basic Hosting Benefits](#)

PERSONAL Web Hosting
Netfirms |
Share Photos
Free Web Domain
6 GB Disk Space
300GB Data Transfer
\$4.95

Contact Sales:
[Live Online Chat](#)
[E-mail Request](#)
Toll-Free:
1-866-317-4678

Questions?
Chat with us live!
[CLICK HERE >>>](#)

Netfirms Basic Hosting:
Price: **\$0.00/mo** [SIGNUP NOW](#)

WEBHOST WebHostMagazine.com

Đăng ký miễn phí

Basic Plan Limitations:
Netfirms Basic Hosting automatically places banner advertising on the top of every page. This allows us to offer this service free of charge.
Java, JavaScript, ActiveX, and executable files are **not** supported with this hosting plan. Flash files **are** supported as long as they are published within an HTML page. Direct linking is not permitted.

Recommended By:

[Get Netfirms Plus Personal Hosting for only \\$4.95 / month.](#)
(Plus Hosting includes: 24/7 High Priority Technical Support, No Banners, Full Multimedia File Support, Starter CD with Unlocked NetObjects Fusion 7)

HTML 4 DOMINATES
Starting an Online Business

Done



2. Chọn tên miền

File Edit Bookmarks Tools Help

https://secure.netfirms.com/signup/us-en/sic

www. .netfirms.com **SEARCH**

(eg. myname.netfirms.com)

Select additional options if you already own the domain name, or you would like to use a free Netfirms subdomain name:

Additional Options:

- New Registration**
This is the default option for new domain name searches.
- Registrar Transfer**
Use this option to move an existing domain name (previously registered elsewhere) to Netfirms for everyday low prices.
- DNS Transfer**
Use this option to move an existing domain name (one that was registered elsewhere) with Netfirms.
- Netfirms Subdomain**
If you do not wish a professional ".com" domain we offer a "netfirms.com" subdomain free of charge.

Done secure.netfirms.com



Mozilla Firefox

File Edit View Go Bookmarks Tools Help

https://secure.netfirms.com/signup/us-en/sic

Select Domain Name

1. Check for Availability
2. Select Domain Name
3. Additional Options
4. Checkout

Congratulations, the domain name you use this domain name with your hosting

Review your domain name and click next:

Search Results:

leanhnhat.netfirms.com is available **SELECT**

Search again:

Enter a Domain Name:

www. .netfirms.com **SEARCH**
(eg. myname.netfirms.com)

Shopping Cart

Item Description	Price
Netfirms Subdomain	\$0.
New Registration - Free leanhnhat.netfirms.com	
Netfirms Basic Hosting 25MB, 1GB, 1 E-mail	\$0.
Sub Total	\$0.

Features

All domain names registered through Netfirms include:

- Full DNS Management
- Mail @ Your Domain
- Technical Support

Done secure.netfirms.com

1. tiếp tục

2a. tạo tên miền khác

2b. tiếp tục

Mozilla Firefox

File Edit View Go Bookmarks Tools Help

https://secure.netfirms.com/signup/us-en/sic

Enhance Your Hosting with Netfirms Plus
Only \$4.95 per month!

- 6,000 MB web storage space
- 10 e-mail accounts (POP & Webmail)
- 300 GB monthly data transfer
- 1 MySQL database
- No Banners!
- 24/7 technical support

Special Offer. Enhance Your Hosting with Netfirms Advantage
Only \$9.95 per month!

- 20,000 MB web storage space
- 100 e-mail accounts
- 750 GB monthly data transfer
- 30 MySQL databases
- No Banners!
- Google AdWords listings
- 24/7 technical support

Enhance Your Hosting with Netfirms Business
Only \$14.95 per month!

- 40,000 MB web storage space
- 200 e-mail accounts
- 1,500 GB monthly data transfer
- 60 MySQL databases
- No Banners!
- Google AdWords listings
- 24/7 technical support


Netfirms Recommends:

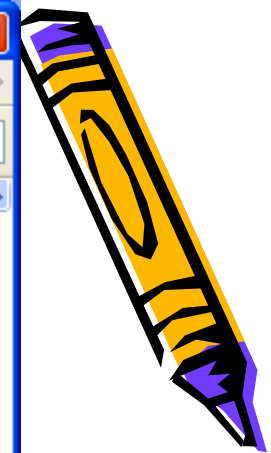
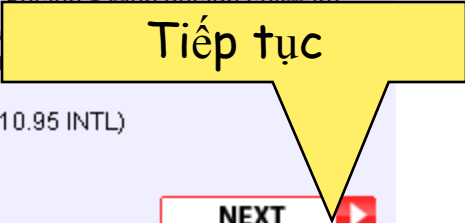

Add Netfirms Website Starter Kit (\$189.95 FREE!)

- FREE CD with NetObjects Fusion 8 Web design software
- FREE 40 Page Netfirms Website Building Guide

Build your own Website using Netfirms Website Builder - so easy!

(\$7.95 Shipping US/CAN, \$10.95 INTL)

NEXT 



Mozilla Firefox

File Edit View Go Bookmarks Tools Help

https://secure.netfirms.com/signup/us-en/sign

City: _____

State: Not Available

Country Code: United States

Zip Code: _____

Phone: _____

E-mail: _____

Enter validation (used to keep your contact information secure)

Security Information:

Password: _____

Confirm: _____

Question: What is your favorite pet's name

Answer: _____

Confirmation Key: 86z669

Retype Key: _____

I agree to the [Web Hosting](#) and [Domain Registration](#) Terms of Service

Enter credit card information to place your order:

Place Your Order:

Click Checkout to Complete Your Order

CHECKOUT



Báo thiết lập thành công

Signup Complete!

Dear Nhat,

Thank you for choosing Netfirms. This page will help you get started with your new Netfirms account and print it out for future reference. [PRINT NOW](#)

ACCOUNT DETAILS

Username:	leanhnhat
Domain Name:	leanhnhat.netfirms.com
Control Panel:	https://controlpanel.netfirms.com
FTP Access:	leanhnhat.netfirms.com
Home Directory:	/www/
Your Website:	http://leanhnhat.netfirms.com/

GETTING STARTED

The Netfirms Reference Guide is a great way to get familiar with a your Netfirms account, from websites to e-mail to domain names. You can download the reference guide here:

http://nfsupportdownloads.netfirms.com/downloads/netfirms_reference_guide.pdf

Another great resource is the Getting Started section of our online support knowledgebase, where you'll find step-by-step tutorials, demos and faqs. You can access the getting started section here:

<http://support.netfirms.com/category.php?id=004>

If you ordered NetObjects Fusion you can get started right away without waiting for the CD to arrive, by downloading it from the control panel. There is also an excellent chapter in the reference guide to help you get started with NetObjects.

Tên người sử dụng

địa chỉ để login điều khiển

địa chỉ để login = FTP

đ/c trang web

Payment Services

click to verify

29-Aug-08 07:43 GMT

Done

secure.netfirms.com

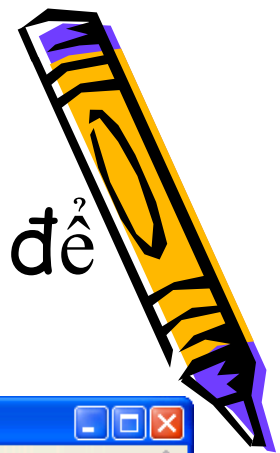


- Vào trang web

<https://controlpanel.netfirms.com>

để

đăng nhập vào điều khiển

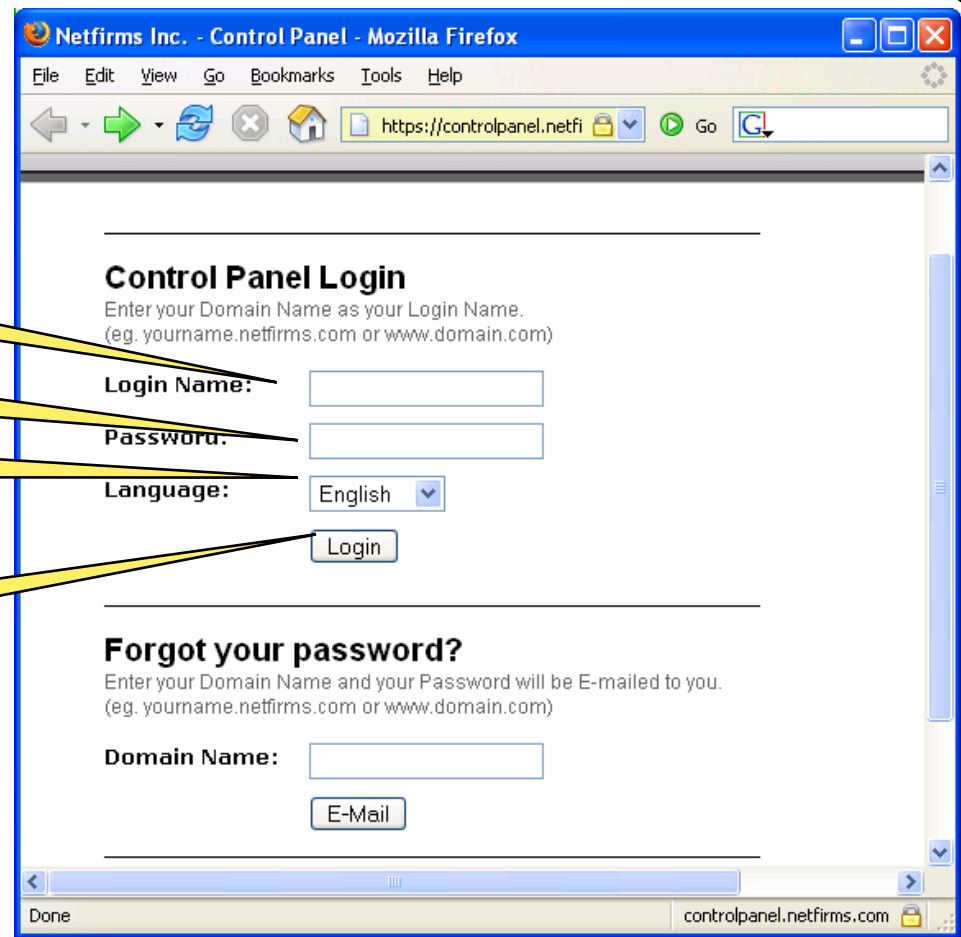


gõ tên người sử dụng

mật khẩu

lựa chọn ngôn ngữ

tiếp tục



Thông tin chính

Panel - Mozilla Firefox

marks Tools Help

https://controlpanel.netfirms.com/en-us/index?NF=20d1c7a563928e71b4d691af9c3eedce

You are logged in as leanhnhat [[Log Out](#) | [Customer Support](#)]

netfirms

Home Site Tools Domains E-mail Account

You are here: Home

Home

[Site Tools](#)
[Domains](#)
[E-mail](#)
[Account](#)

Netfirms Control Panel

Welcome to the Netfirms Control Panel. Use this tool to manage all aspects of your account, including your website, e-mail, domain and billing.

Account Overview

Hosting Plan: Netfirms Basic Hosting [[Upgrade](#)]
Expiry Date: 2007-08-29 [[Renew](#)]
Amount Due: 0.00 USD
Domain: leanhnhat.netfirms.com

Account Statistics

Disk Space:	0%	<input type="text"/>	100%	0.00 / 25 MB
Monthly Bandwidth:	0%	<input type="text"/>	100%	0 / 1024 MB
E-Mail Accounts:	0%	<input type="text"/>	100%	0 / 1 Accounts
MySQL Databases:	0%	<input type="text"/>	100%	0 / 0 Databases
PHPBB:	0%	<input type="text"/>	100%	0 / 0
CommercePro:	0%	<input type="text"/>	100%	0 / 0
PicturePro:	0%	<input type="text"/>	100%	0 / 0
WordPress:	0%	<input type="text"/>	100%	0 / 0
Joomla!:	0%	<input type="text"/>	100%	0 / 0

[[Click here](#)] to upgrade for more features.

Done controlpanel.netfirms.com

Công cụ của trang web

Quản lý các tệp

Control Panel - Mozilla Firefox

Bookmarks Tools Help

https://controlpanel.netfirms.com/en-us/?NF

Home Site Tools Domains E-mail

Site Tools

[File Manager](#)

Site Admin (Quick Links)

File Manager WebStats

Site Tools

File Manager
Create and edit your website files online.

Password Protect
Password protected folders.

Database Manager
Create and manage MySQL databases.

Applications

Joomla!
Build and manage a web portal.

Netfirms Comm
Add e-commerce

Connected to controlpanel.netfirms.com...

Quản lý các
tệp

Load các tệp
lên mạng

các file,
directory để
trong này

Netfirms Inc. - Control Panel - Mozilla Firefox

File Edit View Go Bookmarks Tools Help

https://controlpanel.netfirms.com/en-us/?NF

File Manager

The Netfirms File Manager allows you to create and manage files and directories on your web server. If you do not have an FTP client handy, or if you need a quick and easy way to manage your files, this is a useful location.

File Manager

Directory: /

up home reload :: copy move delete upload

File Create

<input type="checkbox"/>	Name ▲	Size	Type	Modified	Perm's	Actions
<input type="checkbox"/>	cgi-bin	512 Bytes	Directory	2006/08/29 03:54	drwxr-x---	
<input type="checkbox"/>	www	512 Bytes	Directory	2006/08/29 03:54	drwxr-x---	

2 Item(s) 1 KB

up home reload :: copy move delete upload

File Create

Done controlpanel.netfirms.com

lựa chọn
"file" hoặc
"Directory"
để tạo

Nhập tên

Kích tạo

Bài 12

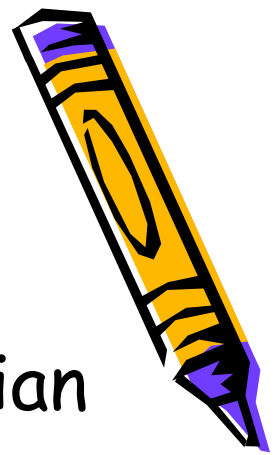
Gộp lại hay phân mảnh



1. Việc tổ chức thông tin trên trang web
 - Để tổ chức thông tin, ta có thể:
 - Gom chúng lại với nhau,
 - hoặc chia chúng thành nhiều phần riêng biệt.



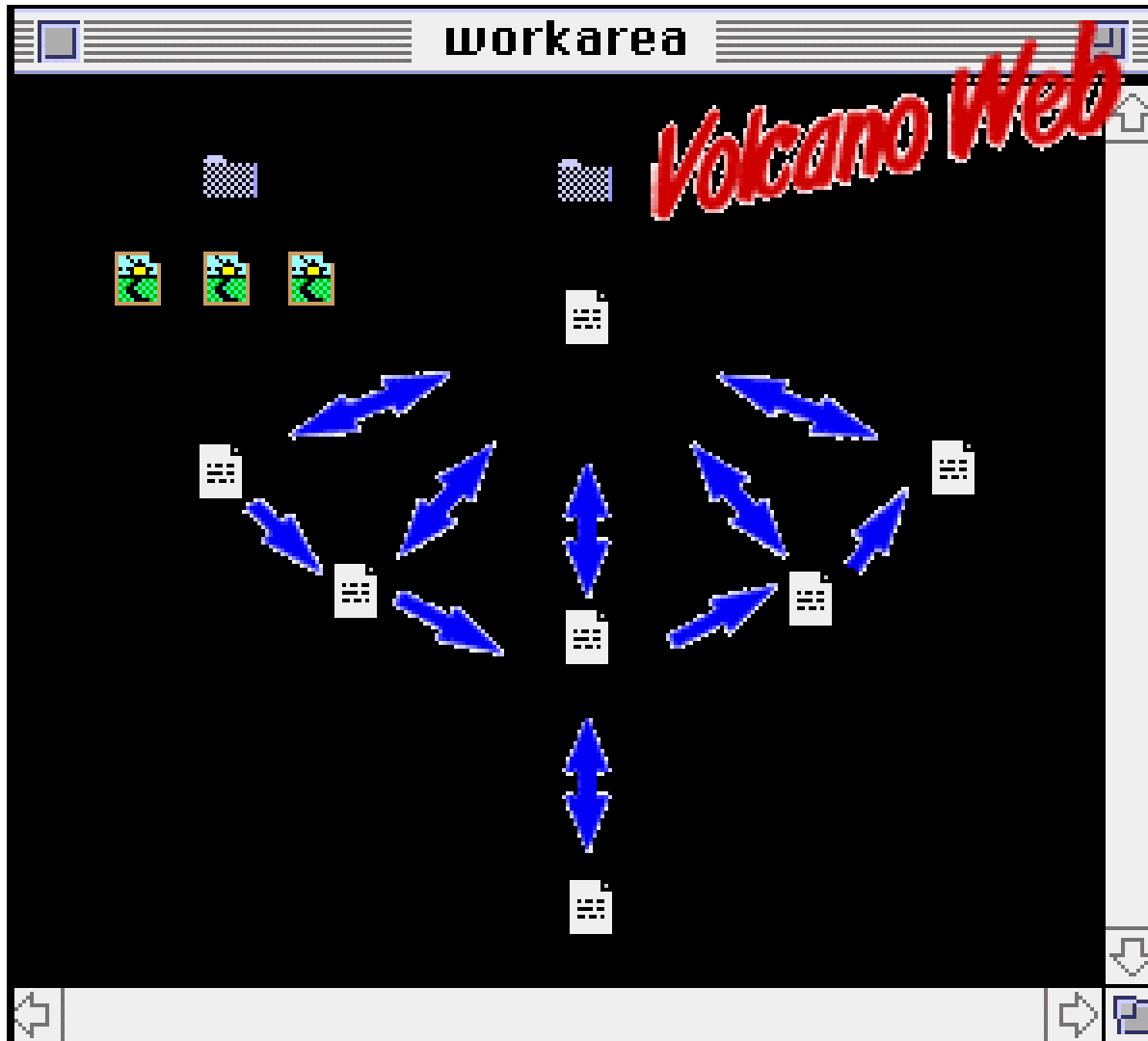
- Thiết kế web cho độc giả xem:
 - Độc giả rất ít khi đọc một tài liệu dài.
 - Việc lên xuống trong trang web thường làm họ nhàm chán.
 - Phần đa độc giả là tìm một mẫu tin, họ sẽ khó chịu khi phải rà soát trong một trang dài đầy chữ.



- Thiết kế trang web cho máy tính:
 - Một trang web dài sẽ cần nhiều thời gian để nạp từ mạng xuống.
 - Một đoạn thông tin ngắn, súc tích sẽ thích hợp hơn với màn hình máy tính.
- Tại sao ta không chia nhỏ một tài liệu dài và sử dụng các siêu liên kết hyperText?



- Chia nhỏ thông tin nên đảm bảo:
 - Không nên chia cắt quá nhỏ.
 - Từ một đến ba trang (in) là đủ cho một đoạn thông tin trên web.
 - Việc áp dụng chia thông tin phải linh động và nhất quán với ý thức chung.
 - Cách tốt nhất để chia và tổ chức thông tin thực hiện theo tổ chức của nội dung.





2. Thực hành: Xem lại các trang web mà bạn đã thiết kế:

- Nó có dài quá không?
- Hay ngắn cụt lửng?
- Hãy tạo một trang bìa và có các liên kết thích hợp đến các trang web của bạn.

12 thủ thuật thiết kế cho website thương mại nhỏ (Thứ Ba, 22/09/2009-2:38 PM)



Thiết kế web có thể là một công việc không mấy dễ dàng, vậy bạn sẽ cần những kỹ năng nào? Có thể tự thiết kế nó không? Và khi nào cần đến một website?

Thiết kế web có thể là một công việc không mấy dễ dàng, vậy bạn sẽ cần những kỹ năng nào? Có thể tự thiết kế nó không? Và khi nào cần đến một website? Sau khi thành lập và vận hành công ty hay là khi việc kinh doanh của bạn được tiến hành trên trang web.

Dù có vài câu hỏi khiến bạn băn khoăn song chỉ có một câu hỏi mà bạn phải cố gắng tìm ra câu trả lời, và sẽ chỉ có được những câu trả lời phù hợp nhờ sự trợ giúp của người tư vấn hoặc công ty thiết kế web.

Dưới đây là những điều bạn nên xem xét khi lên kế hoạch, thiết kế và xây dựng website, sao cho có một trang web có nội dung thu hút khách truy cập và dành được thứ hạng trên công cụ tìm kiếm.

1. Hãy có một logo đẹp. Bởi nó là thương hiệu và là điều khiến mọi người nhớ tới website của bạn. Logo thường được đặt ở phía trên cùng của website vì khách thăm sẽ dễ nhìn thấy vị trí này trước tiên khi tới trang web của bạn. Logo/ thương hiệu có thể “phản ánh” rất nhiều điều vì thế nó rất quan trọng.
2. Bài text trên mỗi trang cần được liên quan tới nhau và có tối thiểu 250 từ, thật tốt nếu những bài text này có chứa các từ khóa về sản phẩm và dịch vụ của bạn. Song cũng có thể sử dụng các bài copy của chuyên gia về viết text cho website.
3. Hình ảnh cũng rất quan trọng, hình ảnh đẹp về sản phẩm có thể thay muôn lời, còn hình ảnh không mấy “thuyết phục” có thể ảnh hưởng tới giao diện của website. Song bạn cũng không nên tải lên quá nhiều hình ảnh.
4. Mỗi trang nên có: Thẻ meta keywords, meta descriptions và tiêu đề trang riêng vì chúng là một phần rất quan trọng trong xây dựng website.
5. Hãy thử dùng CSS (định kiểu trình bày trang HTML) để thuận tiện hơn cho các công cụ tìm kiếm cũng như giúp những thay đổi về màu sắc, phông hay cỡ chữ được thực hiện dễ dàng hơn.
6. Nên sử dụng các thẻ H1-H6 để làm nổi bật tiêu đề chính trên trang text vì điều này có liên quan tới tiêu đề website của bạn và các thẻ H2 sẽ phù hợp cho các tiêu đề của các đoạn văn tiếp theo. Nên sử dụng chữ in đậm để làm nổi bật các từ khóa trong đoạn văn, nhưng cũng không nên dùng nó quá nhiều.
7. Nếu bạn sử dụng điều hướng text thì các công cụ tìm kiếm sẽ lập chỉ mục cho website của bạn hiệu quả hơn.

8. Hãy đảm bảo cho người sử dụng cuối cùng dễ dàng mua hoặc tìm kiếm được các sản phẩm và dịch vụ của bạn, nên tiến hành nâng cấp để hướng tới sự đổi mới và mang lại doanh thu.

9. Những đường dẫn từ các trang tới trang bên trong khác cũng phải tốt, hãy quảng cáo các sản phẩm hoặc dịch vụ khác, hãy sử dụng chúng để người dùng tìm thấy những yếu tố khác trên website của bạn để dễ dàng hơn nhưng cũng không nên quá lạm dụng chúng.

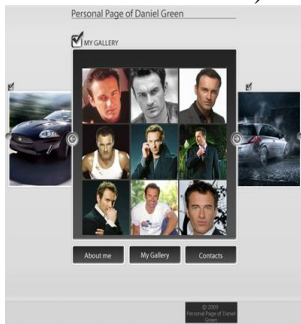
10. Hãy xây dựng một sơ đồ web để các phương tiện tìm kiếm lập chỉ mục dễ dàng hơn, bạn có thể tải một sơ đồ web XML từ các công cụ webmaster trên Google vì điều đó khiến việc lập chỉ mục cho mọi trang trên website của bạn thuận tiện hơn.

11. Nếu đang thu thập bất kỳ thông tin nào từ website qua mẫu khai báo thì bạn nên có một chính sách riêng.

12. Cuối cùng hãy cài đặt Google Analytics, điều này rất quan trọng, vì chúng cung cấp những dữ liệu vô giá về khách truy cập của bạn.

Trên đây chỉ là vài điểm cần chú ý, song chúng lại rất cần thiết khi bạn bắt đầu thiết kế và xây dựng một website cho mình. Bạn hãy nên tìm đến một công ty thiết kế web để có thể thiết kế và xây dựng một website như ý cũng như chuyên nghiệp hơn trong công cuộc “chiến thắng” khách hàng mục tiêu.

Làm thế nào để xây dựng một website cá nhân từ một mẫu website miễn phí (Thứ Ba, 02/02/2010-5:24 PM)



Ngày nay các trang và blog cá nhân đã trở nên rất phổ biến. Thật không mấy dễ thấy người nào không sở hữu trang web riêng cho mình. Vì nó là một trong những kết nối thuận tiện, thậm chí còn là nơi để “ cảm nhận” về cuộc sống hay tác phẩm nghệ thuật.

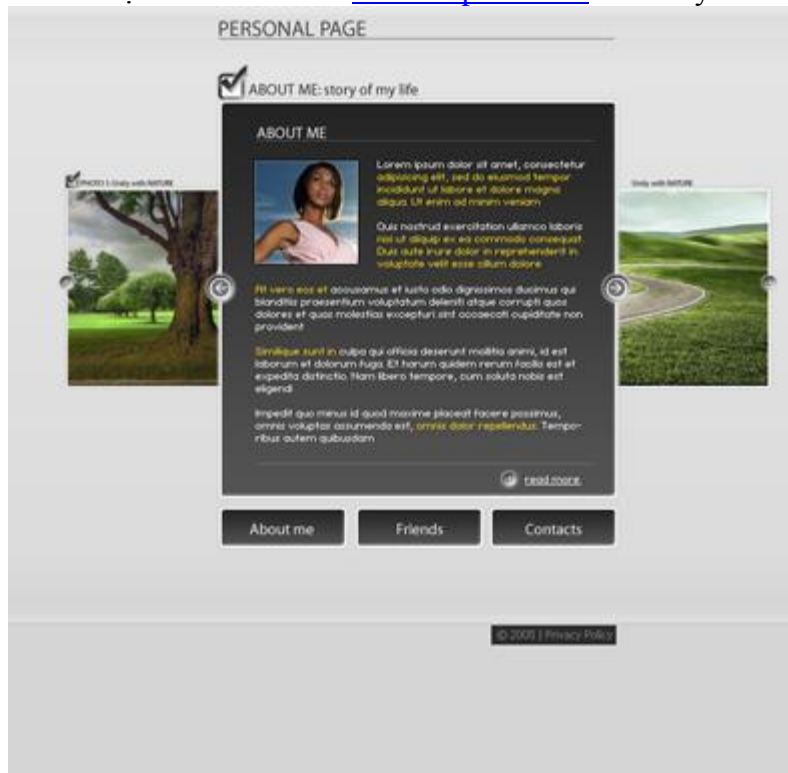
Ngày nay các trang và blog cá nhân đã trở nên rất phổ biến. Thật không mấy dễ thấy người nào không sở hữu trang web riêng cho mình. Vì nó là một trong những kết nối thuận tiện, thậm chí còn là nơi để “ cảm nhận” về cuộc sống hay tác phẩm nghệ thuật.

Trang cá nhân không chỉ là một cách thể hiện về bản thân tốt nhất mà còn là nơi sẽ chia những suy nghĩ, ý tưởng, cảm xúc, tình cảm cũng như mọi điều xảy ra xung quanh trong cuộc sống của bạn. Đó là tại sao mà chúng ta lại cố gắng tạo trang riêng dựa trên template web miễn phí. Với ngân quỹ thật ‘ thân thiện’ nên chỉ mất khoảng 2 giờ là bạn có thể dành cho mình 1 trang riêng.

Vậy nên, bài báo này sẽ chỉ cho bạn cách tạo một trang và tiến hành mọi tùy chỉnh cần thiết dựa trên web template. Sau đó bạn sẽ đọc thêm phần giới thiệu về các nhà cung cấp tên miền và máy chủ của chúng tôi.

Hãy chọn một mẫu thiết kế.

Nếu bạn không phải là nhà thiết kế web, thì cách nhanh và đơn giản nhất để có một website nhìn chuyên nghiệp là sử dụng các mẫu website được làm trước. Bạn có thể tìm kiếm các mẫu web miễn phí từ rất nhiều nguồn. Song Free Templates Online là nguồn khá tin cậy vì ở đó cung cấp các mẫu web chất lượng phù hợp với các tiêu chuẩn web. Tôi đã chọn cho mình mẫu [web template # 63](#) dưới đây:



Sau khi tải được mẫu web, hãy chọn thư mục fonts và files có dạng “.psd” và “.html”.

Tùy chỉnh mẫu web

Đây là lúc cần tùy chỉnh mẫu web. Nếu bạn không có thời gian hay am hiểu nhiều để triển khai toàn bộ quá trình này thì có thể sử dụng các dịch vụ chỉnh sửa mẫu web. Tại đây bạn có thể có mức giá dịch vụ rất phù hợp. Các nhà phát triển web của họ sẽ hoàn tất yêu cầu của bạn một cách chính xác, dễ dàng và chuyên nghiệp. Nhưng nếu bạn không ngại khó khăn thì cũng tự tùy chỉnh được và sẽ bắt đầu từ bản HTML.

Hãy dùng Adobe Photoshop CS+, Adobe Dreamweaver 8+ hoặc bất kỳ trình soạn thảo HTML nào khác để tiến hành mọi tùy chỉnh cần thiết. Trước khi bắt đầu bạn nên cài đặt các font chữ cần thiết (chúng thường được thay thế trong thư mục “các nguồn hoặc font”

– Vào [this tutorial](#) để có được chi tiết. Sau đó hãy mở file dạng “.psd” trong photoshop và học cách làm.

Trước hết, chúng ta sẽ tùy chỉnh phần đầu của mẫu web bằng công cụ horizontal Type, hãy nhập tên công ty và thay đổi tagline. Đừng lo lắng khi slice không đủ dài vì tiêu đề web của bạn có thể tự điều chỉnh được trong giới hạn của nó. Bạn cũng dễ dàng tùy chỉnh kích thước của slice bằng cách chọn Slice Select Tool và làm nổi logo (bằng kích chuột trái + CTRL). Hãy kích chuột trái để kéo các border slice.



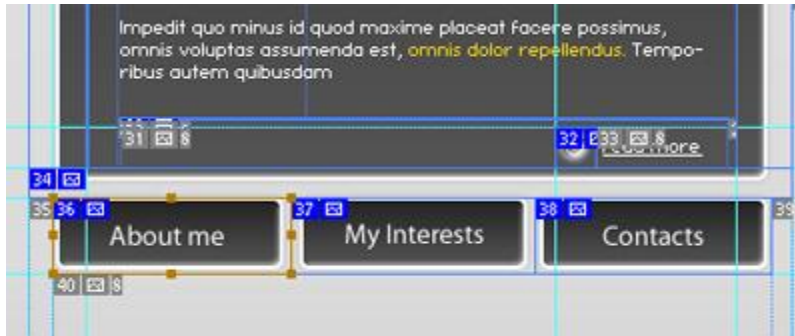
Sau khi xong những thay đổi này, hãy lưu lại logo đã chỉnh và thay logo đó vào. Khi slice vẫn được chọn, hãy vào “File” -> “save for Web and Devices”. Bạn không nên điều chỉnh thiết lập bởi coder đã hoàn tất công việc này. Hãy ấn nút Save vào save files tới Image directory và thay tên file dạng .jpg.

Tiếp đến là chỉnh sửa tiêu đề các text. Nếu bạn thấy tất cả các tiêu đề text trên mẫu web này hợp lý thì hãy lưu chúng lại.

Hãy lưu lại các nút menu. Bạn có thể sử dụng Horizontal Type Tool để sửa tên của các nút. Tôi đã sửa nút chính và đổi tên nó là “My Gallery”.



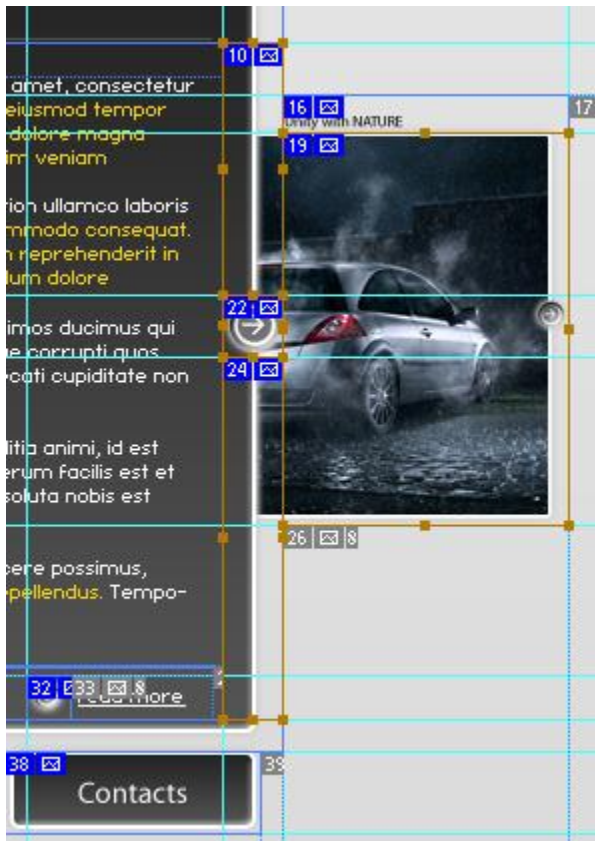
Hãy lưu các nút menu này để thay thế những nút cũ trên web và các thư mục hình ảnh (Images folder).



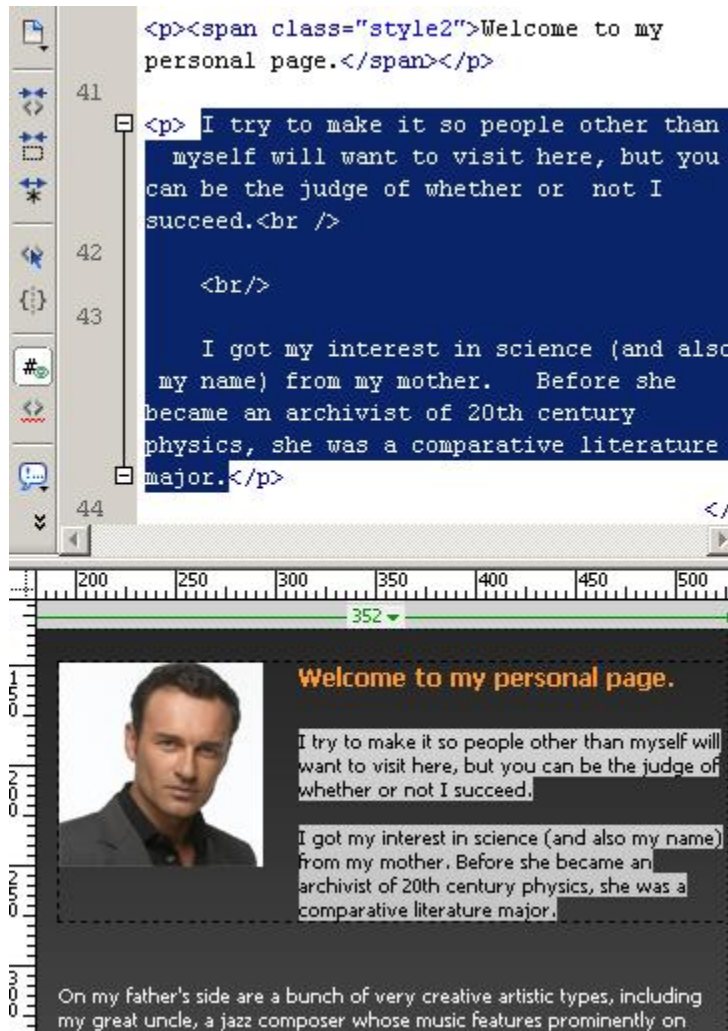
Sau đó, hãy đổi ảnh ở phần trung tâm của mẫu web. Lưu ý rằng kích thước của ảnh cần phù hợp với các mục riêng để tránh gây ảnh hưởng tới bố cục. Hãy lưu ảnh mới thay hình cũ trên folder hình ảnh.

Bây giờ hãy chỉnh các ảnh từ hai phía. Photoshop vẫn giúp bạn thực hiện điều đó. Trước tiên, hãy định rõ kích thước hình ảnh theo pixel. 188 x 187 px là kích thước ảnh phù hợp cho website. Sau đó, hãy tạo một layer mới dưới layer có những mục tên được có sẵn và paste ảnh mới lên nó. Bạn cũng có thể lặp lại bước này với hình ảnh thứ hai. Nếu bạn đã thực hiện đúng tất cả các bước thì các ảnh mới này sẽ được hiển thị cùng mũi tên ở trên chúng.

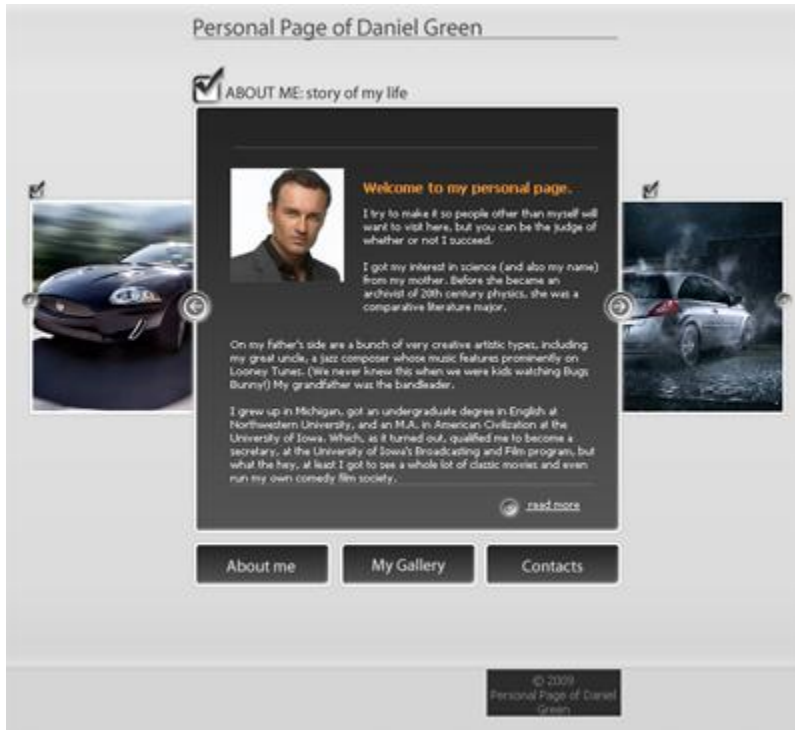
Mỗi ảnh được chia thành 4 slice (như đã hiển thị trên screenshot phía dưới). Điều này có nghĩa là bạn nên lưu riêng lại từng slice, thay các folder cũ bằng folder mới và lưu chúng vào từng folder một.



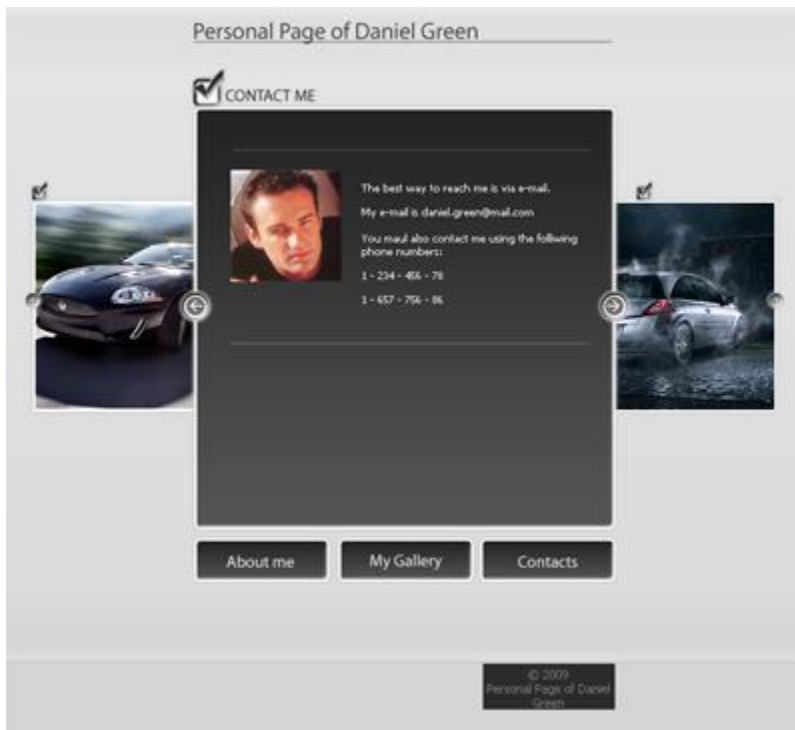
Tiếp đến, hãy mở file index.htm trong bộ trình biên tập HTML và bắt đầu chỉnh text. Hãy viết về chính mình, gia đình, bạn bè cũng như những sở thích của mình trên đó. Song đừng quên thay đổi phần cuối trang.



Trang đầu tiên của bản thiết kế đã hoàn chỉnh. Hãy nhìn xem:



Bạn phải nhớ rằng đặc trưng gói mẫu web miễn phí này không gồm các trang nhỏ. Song cũng đừng quá lo lắng. Bởi bạn có thể tạo ra nó dễ dàng bằng cách copy file index.htm và thay đổi tên thành index-1.htm – Đó là bản thiết kế của bạn dùng cho trang liên hệ (Contacts page). Hãy soạn thảo text trên trình soạn thảo HTML và đó là các text sử dụng trên website của bạn.



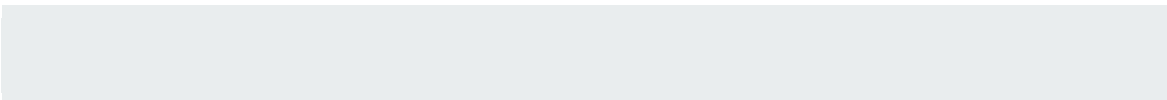
Trang hình ảnh

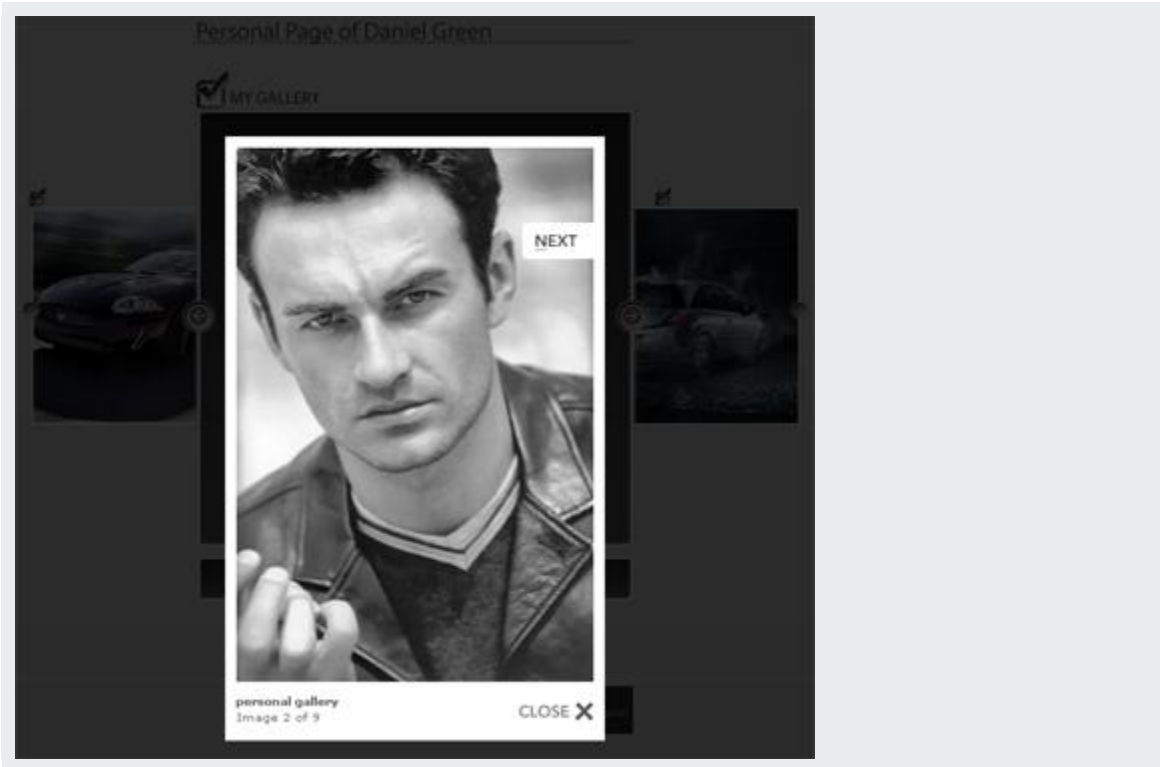
Và giờ là phần thú vị nhất của quá trình tùy chỉnh. Trang web cá nhân sẽ không đầy đủ nếu thiếu một trang ảnh. Hãy làm trang web của bạn rực rỡ hơn bằng cách bổ sung thêm những bức ảnh màu chất lượng. Tôi muốn giới thiệu với bạn một cách thuận lợi để quản lý và trình bày các ảnh của bạn và chia sẻ hoặc in trực tuyến chúng – Slimbox 2 – tập lệnh Javascript cho phép bạn che đi các ảnh trên trang hiện tại. Tập lệnh này phù hợp với tất cả các trình duyệt phổ biến. Bạn có thể tải nó về từ [official site](#) và giải nén thành mục template của bạn .

Hãy làm theo những chỉ dẫn tại [usage instructions](#) để tạo Slimbox 2. Sau khi tạo xong thư mục “photos” và đặt các ảnh vào 2 phần – cỡ ảnh gốc, ảnh sao cỡ nhỏ hơn, ví dụ như xem trước ảnh thu. Hãy copy index.htm và đổi tên thành “photos.htm” rồi đặt những ảnh nhỏ như dưới đây:



Sau đó bạn nên kích hoạt mục slimbox 2 bằng bổ sung mã rel = “lightbox-personal” vào các link của bạn như sau:





Hãy lặp lại bước này với tất cả các ảnh mà bạn có. Nếu thao tác đúng thì trang của bạn sẽ giống như sau:

Tất cả các ảnh sẽ mở trên splash window.

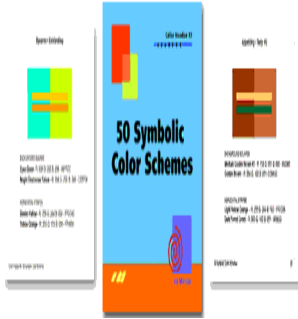
Hãy chọn một nhà cung cấp máy chủ

Trước hết bạn cần được tư vấn về chất lượng và giá cả trước khi lựa chọn dịch vụ hosting. webhostingbuzz.com sẽ giúp bạn điều đó.

Nếu bạn đã từng gặp phải khó khăn nào trong việc đăng ký tên miền hoặc thuê máy chủ bạn có thể liên hệ với các chuyên gia trên TemplateTuning.com.

Vậy đây! Giờ bạn có thể nhận thấy rằng chỉ với một chút thay đổi khiến mẫu web ban đầu đã trở nên thu hút và phong cách. Nhưng để làm được điều đó cần phải có tính bền bỉ, sự nhẫn nại và lòng khát khao. Chúc bạn thành công!

Hãy vào [sample website](#) để xem kết quả cuối cùng hoặc so sánh với mã của mình
50 cách phối màu tượng trưng (Thứ Tư, 03/02/2010-8:24 AM)



Bạn đang băn khoăn làm thế nào để thể hiện sự phối màu tượng trưng sao cho nhất quán với thông điệp và sản phẩm của mình? Cuốn sách này trình bày 50 cách phối màu tượng trưng sẽ truyền tải ý nghĩa phù hợp với những tượng trưng cụ thể như: sự năng động, xa hoa, chất lượng cao, sự thông minh, vui mừng, độc lập, tinh thần, ngày hội, sức khỏe vv...

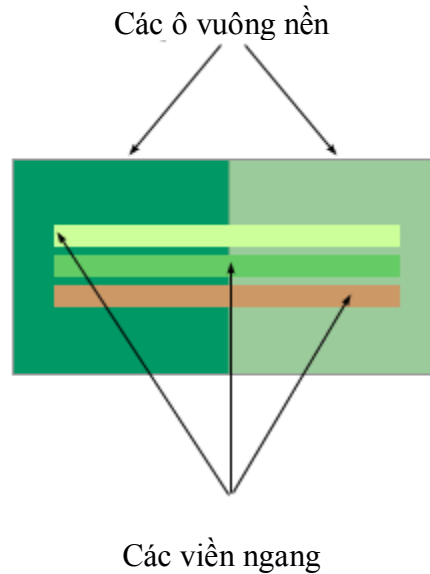
Bạn đang băn khoăn làm thế nào để thể hiện sự phối màu tượng trưng sao cho nhất quán với thông điệp và sản phẩm của mình? Cuốn sách này trình bày 50 cách phối màu tượng trưng sẽ truyền tải ý nghĩa phù hợp với những tượng trưng cụ thể như: sự năng động, xa hoa, chất lượng cao, sự thông minh, vui mừng, độc lập, tinh thần, ngày hội, sức khỏe vv... . Những kết hợp màu sắc được dựa trên tính hài hòa hơn là những thể hiện tức thời hay theo chỉ số cụ thể về sự so sánh tượng trưng trước mắt. Cuốn sách này cũng bao gồm cả những mô tả về sự hài hòa màu sắc, các màu trên máy tính, mẫu màu và những ứng dụng màu trên thiết kế. Với vốn kiến thức này bạn có thể tự tin sử dụng sự phối màu sao cho các thông điệp của bạn thật nổi bật.

Dưới đây là minh họa về 3 cách phối màu

Bạn có thể đoán được ý nghĩa tượng trưng của chúng không?



Mỗi sự phối màu thể hiện 2 mảng màu. Hãy dùng màu tại các ô vuông nền lớn cho những khu vực chính và sử dụng các sọc màu nhỏ nằm ngang cho những vùng nhỏ hay điểm nhấn trên bản thiết kế của bạn.



Mã RGB (trên máy tính) và mã chuẩn HEX sẽ đi kèm với mỗi màu. .

Ý kiến khách hàng:

Sau khi xem xong Color Voodoo #3 và Color Voodoo #5, tôi đã có được sự lựa chọn màu phù hợp cho website của mình. Lúc này trang web của tôi đã được cải thiện hoàn toàn. (MATT W

F.F. Currit-Dhaseleel - kỹ sư về giao diện và tiện ích web cho biết "Những cuốn sách Color Voodoo còn tốt hơn cả những gì tôi mong đợi. Các cách phối màu #3 và #5 - #3 đã giúp tôi lựa chọn được sự phối màu phù hợp cho các khách hàng của mình. #5 là sự phối hợp được tích hợp cả về màu sắc và bản thiết kế web - mà tôi từng biết vì vậy các kỹ sư của tôi đang ứng dụng nó làm cách phối màu cơ bản sử dụng thường xuyên.

Cuốn sách này giúp tôi rất nhiều khi thiết kế web. Tôi đã biết được 50 cách phối màu của bạn và đã sử dụng một số cách trên bản thiết kế web của mình. Các khách hàng của tôi cũng cho biết rằng sự phối màu đó rất chuyên nghiệp. Tôi cũng nhận thấy rằng các bản thiết kế web của tôi cũng được cải thiện đáng kể nhờ cách phối màu của bạn.

Nguồn: http://www.colorvoodoo.com/web_design.html

Top 10 vấn đề khó chịu nhất khi thiết kế web

Internet thực sự rất tuyệt vời, nhưng đây cũng là “miền đất hứa” cho rất nhiều thứ khó chịu. Dưới đây là 10 khó chịu trực tuyến và cách bạn có thể áp dụng để giải quyết chúng nhằm có được trải nghiệm duyệt web tốt hơn.

10. Quá nhiều quảng cáo

Hiện nhiên quảng cáo là một trong những điều gây bực mình nhất trên mạng (nhưng không phải là nhất). Nó không phải là điều tất yếu bởi chúng chỉ là quảng cáo, nhưng vì chúng có quá nhiều và thường xuyên xâm nhập bừa bãi. Dẫu vậy, việc chặn chúng cũng rất dễ dàng. Người dùng chỉ việc chọn một ứng dụng chặn quảng cáo cho Chrome, Firefox, Safari, và thậm chí cả Internet Explorer là được.



9. Quá nhiều Flash

Giống như quảng cáo, Flash sẽ không quá tệ nếu nó được sử dụng hợp lý. Hoặc nếu chúng không chiếm quá nhiều CPU của bạn. Nếu Flash khiến bạn bực mình, có một vài lựa chọn cho bạn. Nếu đang tìm kiếm các giải pháp cho một trình duyệt nào đó, người dùng có thể chọn FlashBlock dành cho Firefox, Chrome, Opera, hoặc Safari. Thêm vào đó, trên Mac OS X, bạn có thể sử dụng [FlashFrozen](#) như một giải pháp đối với plug-in Flash hoạt động quá nhiệt tình. Người dùng cũng có thể sử dụng [ClickToFlash](#) dành cho Safari trên Mac OS X để mỗi khi muốn xem một đoạn Flash nào trên trang web, bạn sẽ phải kích vào nó để chạy.

8. Các form và đăng nhập thiếu hấp dẫn

Trong khi hầu hết các trình duyệt đều lưu lại mật khẩu và giúp bạn điền các form trực tuyến, điều này chỉ thực sự tiện ích khi bạn sử dụng một trình duyệt web. Mặc dù người dùng có thể gắn bó với cùng một trình duyệt web trên tất cả các hệ thống, nhưng bạn không có được may mắn này khi sử dụng các thiết bị di động. Cũng sẽ rất rắc rối khi bạn quyết định đổi trình duyệt web. Sử dụng một dịch vụ mật khẩu hoạt động trên tất cả những thiết bị bạn đang sử dụng – trên máy tính bàn và trên điện thoại, phương tiện xách tay và máy tính bảng – loại bỏ những khó chịu này sang một bên. Mặc dù gần đây có những rắc rối nhỏ, nhưng chúng tôi vẫn khuyến cáo bạn nên sử dụng [LastPass](#). Tất nhiên, vẫn có một vài lựa chọn tuyệt vời khác mà bạn có thể thích chúng hơn, ví như [KeePass](#), [1Password](#),...

7. Đăng ký tài khoản mới

Đôi khi người dùng muốn thử một dịch vụ web mới mà không phải đi qua các bước đăng nhập trực tuyến dài dòng.



Đôi khi bạn chỉ muốn sử dụng một dịch vụ nhanh chóng và sẽ không sử dụng tài khoản đó sau này. Cho dù lý do là gì đi nữa, đăng nhập có nghĩa là bạn phải cung cấp thông tin cá nhân của mình – một điều mà không phải lúc nào chúng ta đều muốn. May mắn thay, có các cơ sở dữ liệu của tên người dùng và mật khẩu công cộng để bạn có thể mượn dùng tạm trong những trường hợp này. [BugMeNot](#) là lựa chọn tuyệt vời và nó cũng có dạng extension cho trình duyệt Chrome và Firefox. Thêm vào đó, bạn cũng có thể truy cập nó qua trang web chính thức, có cung cấp một bookmarklet cho gần như bất kì trình duyệt nào.

6. Các trang web xấu và rối

Không phải tất cả các trang web đều có giao diện người dùng trực quan và đơn giản, rất nhiều trang trông rất xấu. Nếu bạn muốn nâng cấp một trang nào đó, hãy thử sử dụng [Userstyles](#). Về cơ bản, chúng chỉ loại bỏ CSS để biến các trang trông khác hơn. Bên cạnh đó, chúng ta cũng có thể sử dụng các extension và add-on cho việc này. Ví dụ, bạn có thể thay đổi YouTube ([Firefox](#) và [Chrome](#)), Facebook ([hầu hết các trình duyệt](#)), Twitter (sử dụng [Greasemonkey](#)), và tất nhiên là cả Gmail ([Firefox](#) và [Chrome](#)).

5. Mạng xã hội

Mọi người (hoặc có thể là tất cả các công ty) đều sử dụng truyền thông xã hội. Mặt tốt là có rất nhiều ứng dụng web tuyệt vời. Mặt xấu là bạn sẽ gặp phải vấn đề khi quản lý tất cả các ứng dụng web này. Dầu vậy, bạn cũng không phải quá lo lắng. Có rất nhiều công cụ tiện ích có thể giúp bạn quản lý các tài khoản truyền thông xã hội. Đối với người mới dùng, hãy thử tìm [FellowUp](#), [Nutshell Mail](#),...

4. Kết quả tìm kiếm vô giá trị

Rất nhiều trang có kết quả tìm kiếm không hiệu quả. Hầu hết mọi người thậm chí còn cho rằng Google không phải là tiện ích nhất. Tất nhiên, bạn có thể học một số kỹ thuật giúp tạo từ khóa tìm kiếm trên Google tốt hơn. Bên cạnh đó, bạn còn có thể thử các công cụ tìm kiếm và phương pháp khác nếu muốn có được một giải pháp thay thế Google. Không phải lúc nào bạn cũng muốn tìm kiếm, nhưng học một vài thủ thuật và mở rộng lựa chọn có thể giúp ích rất nhiều.

The screenshot shows a Google search interface with the query 'moxie pest control'. The search results are displayed on a white background with a blue header. The search bar contains the text 'moxie pest control' and a 'Search' button. Below the search bar, the results are categorized into 'Web' and 'Sponsored Links'. The 'Web' section lists several search results, including 'Moxie Pest Control' with a green star icon, 'CONTACT MOXIE - Moxie Pest Control', 'Moxie Pest Control Complaints - Cheating customers', 'Moxie Pest Control Complaints', 'BBB Review of Moxie Pest Control in Raleigh, NC', 'Ripoff Report: Moxie Pest Control A Rip-off Scam San Diego, Los ...', and 'Moxie Pest Control in Irvine, CA 92604 - (949) 653-1025'. The 'Sponsored Links' section lists 'Senske Pest Control', 'Top 5 Pest Control nearby', and 'Moxie Pest Control'.

Web [Images](#) [Videos](#) [Maps](#) [News](#) [Shopping](#) [Small](#) [more](#) ▾

Google [Advanced Search](#)

Web [Show options...](#) Results 1 - 10 of about 14,700 for **moxie pest control** (0.10 seconds)

Moxie Pest Control ★
The mission of **Moxie Pest Control** is to increase the standard of living and the quality of life for clients, employees, and the community through safe, ...
www.moxiepestcontrol.com/ - [Cached](#) - [Similar](#)

CONTACT MOXIE - Moxie Pest Control
Moxie's Pest Protection Program guarantees your satisfaction between regular ...
www.moxiepestcontrol.com/contact-us.htm

Moxie Pest Control
With **Moxie's Pest Protection Program**, not only will we **control** your current ...
www.moxiepestcontrol.com/pest-control.htm

[More results from moxiepestcontrol.com »](#)

Moxie Pest Control Complaints - Cheating customers ★
Jul 21, 2008 ... I worked for **Moxie Pest Control**. I have no hard feelings, and have many ... In fact, **Moxie Pest Control** seems to display some of the more ...
www.complaintsboard.com/.../moxie-pest-control-c81993.html - [Cached](#) - [Similar](#)

Moxie Pest Control Complaints ★
Complete list of **Moxie Pest Control** complaints. Scam, unauthorized charges, rip off, defective product, poor service.
www.complaintsboard.com/.../moxie-pest-control-a45809.html - [Cached](#) - [Similar](#)

BBB Review of Moxie Pest Control in Raleigh, NC ★
BBB Business Reliability Report for **Moxie Pest Control** in Raleigh, NC. Business reviews, consumer complaints, and ratings for **Moxie Pest Control a Pest ...**
www.bbb.org/.../pest-control.../moxie-pest-control-in-raleigh-nc-90163761 - [Cached](#) - [Similar](#)

Ripoff Report: Moxie Pest Control A Rip-off Scam San Diego, Los ... ★
Moxie Pest Control is a door to door sales company that has young men pose as "managers" in your neighborhood. This summer I had a guy come knock on my door ...
www.ripoffreport.com/Pest-Control/Moxie-Pest-Control/moxie-pest-control-a-rip-off-s-53652.htm - [Cached](#) - [Similar](#)

Moxie Pest Control in Irvine, CA 92604 - (949) 653-1025 ★

Sponsored Links

Senske Pest Control ★
Protection From Ants and Spiders
Safe Pest Control Special \$89.95
www.Senske.com/Pest/Control

Top 5 Pest Control nearby ★
Leading **Pest Control** in your area.
Roach Ant Rat Termite Exterminators
www.HelloLocal.com

Moxie Pest Control ★
Licensed, Insured, & Background-Checked **Pest Control**. Get Free Bids
www.ServiceMagic.com

[See your ad here »](#)

3. Nhận xét trực tuyến giả

Khi đang mua sắm trực tuyến, các nhận xét có thể giúp ích khá nhiều khi muốn đưa ra một quyết định. Chúng cũng có thể là giả và làm lạc hướng. Làm thế nào để biết? Những người nói nhiều nhất là các nhận xét mà không có báo trước, tất cả đều được đăng tải ngắn gọn ngay đằng sau người khác, chỉ thực sự nói về các tính năng của sản phẩm mà không phải là các ưu điểm và khuyết điểm của nó, và tên người dùng của các người viết nhận xét đều rất giống nhau. Mặc dù chúng ta không có tiện ích mở rộng nào để có thể dễ dàng nhận diện nhận xét giả mạo, nhưng nếu nhìn kỹ một chút, bạn có thể phát hiện ra chúng rất dễ dàng.

2. Chờ download các file từ các dịch vụ chia sẻ file

Nếu đã từng truy cập trang MegaUpload hoặc RapidShare, bạn chắc chắn biết rằng download một file từ một trong 2 trang này đều yêu cầu tài khoản Premium. Khi không có tài khoản Premium này, người dùng sẽ gặp phải tốc độ download file chậm hơn và một chiếc đồng hồ đếm ngược bắt bạn phải chờ. Điều này cũng chỉ để gây khó chịu và dẫn đến việc người dùng trả phí. Mặc dù không thể khắc phục tốc độ download chậm, bạn vẫn có thể loại bỏ thời gian chờ với một tiện ích mở rộng rất thông minh dành cho Firefox là [SkipScreen](#). Được cho là Skipscreen hỗ trợ cả Chrome, nhưng hiện giờ vẫn chẳng thấy nó đâu cả. Một giải pháp khá tiện ích khác là [RapidShare Download Helper](#).

1. Trolls

Internet có thể là một nơi tuyệt vời để thảo luận, nhưng giờ đây điều này đã không còn đúng nữa khi có sự xuất hiện của troll – những kẻ hay phá rối các cuộc đàm thoại và hoạt động của người khác. Những người có ý

muốn phá hoại thường làm mọi người không vui, vậy nên chúng tôi đã tập hợp một hướng dẫn đầy đủ về [troll](#).



Tất nhiên, vẫn còn rất nhiều khó chịu khác ở trên web, ví như captcha. Điều gì khiến bạn bực mình nhất? Và bạn đang sở hữu một giải pháp tuyệt vời hơn cho những điều bực mình này? Hãy chia sẻ với mọi người ở mục comment.

màu sắc trong WED

Tổng hợp bởi Phạm Ngọc Hiếu , tin 4-K53, Cao Đẳng Bách khoa Hà Nội

Email: toiditimtoi992@yahoo.com

Nguồn từ : thegioiwed.vn

Mục Lục

1) Hãy chọn những màu sắc đẹp cho website của mình (Phần I).....	2
2) Lựa chọn màu như thế nào	4
3) Các quy tắc cơ bản về dàn trang và màu sắc.....	8
4) Màu sắc có ảnh hưởng tới khách truy cập không ?	10
5) Màu sắc có ảnh hưởng tới khách truy cập không?	11
6) Màu sắc có ảnh hưởng tới khách truy cập không?	13
7) Bài học về màu sắc	15
8) Dùng màu trong thiết kế đồ họa	17
9) Vẽ những “ bức tranh “ trên website.....	18
10) Vẽ những “ bức tranh “ trên website.....	20
11) 101 Lý thuyết màu sắc	21
12) 3 mẫu nghiên cứu về cách sử dụng màu sắc khi thiết lập bố cục	24
13) Tâm lý màu trong thiết kế web.....	28
14) Hãy hiểu về màu sắc của bạn	30
15) Những hướng dẫn về sử dụng màu sắc.....	32
16) Những hướng dẫn về sử dụng màu sắc.....	37
17) Lý thuyết màu sắc	42
18) Sử dụng màu trong tiếp thị phim và áp phích quảng cáo điện ảnh	44
19) 101 lý thuyết màu sắc.....	46
20) Ảnh hưởng tâm lý từ màu của website	48
21) Những thẻ tham khảo nhanh đến tâm lý màu sắc	50

22) Lý thuyết màu sắc- một vài nét sơ đẳng cơ bản.....	54
23. Hợp lý hoá điều chỉnh thiết kế bằng những màu giới hạn.....	56
24. Làm thế nào để sử dụng màu sắc hiệu quả	59
25. Màu sắc tôn vinh nhãn hiệu của bạn	60
26. Nghệ thuật về sắc độ và màu sắc	63
27. Tâm lý màu sắc trong tiếp thị Internet.....	67
28. Ý nghĩa của màu sắc	69
29. Hiệu quả của màu sắc trong thiết kế web	71
30. Dùng màu trong thiết kế website.....	73
31. Ý nghĩa của màu sắc và sự phối hợp	77
32. Màu sắc trong chiến lược quảng cáo.....	78
33. Căn bản về cách phối màu trong thiết kế	80
34. Làm thế nào để tạo ấn tượng khi thiết kế thương hiệu?	83
35. Thiết kế bao bì.....	85
36. Sáu luật cơ bản trong thiết kế.....	88
37. Vai trò của đồ họa và màu sắc trong thiết kế quảng cáo	90
38. Chọn màu phù hợp	93
39. Quy luật màu sắc.....	94

1) Hãy chọn những màu sắc đẹp cho website của mình (Phần I)

Khi thiết kế web, hầu hết mọi người thường quan tâm nhiều tới Thiết kế (đồ họa, logo) và nội dung web. Nhưng màu sắc cũng là một yếu tố không kém phần quan trọng trong khi thiết kế. Màu sắc rất quan trọng bởi chúng tác động tới cảm xúc và tâm trạng của khách truy cập cũng như sự phản ánh hình ảnh thương hiệu và tính đồng nhất của bạn.

Khi thiết kế web, hầu hết mọi người thường quan tâm nhiều tới Thiết kế (đồ họa, logo) và nội dung web. Nhưng màu sắc cũng là một yếu tố không kém phần quan trọng trong khi thiết kế. Màu sắc rất quan trọng bởi chúng tác động tới cảm xúc và tâm trạng của khách truy cập cũng như sự phản ánh hình ảnh thương hiệu và tính đồng nhất của bạn.

Màu sắc là sự tượng trưng. Người ta nói rằng màu xanh lá cây mang ý nghĩa về tính đố kỵ, ghen ghét, màu xanh dương thể hiện nỗi buồn và màu đỏ ám chỉ sự giận dữ.

Màu sắc tác động tới tâm lý chúng ta. Chúng có thể kích thích sự ngon miệng hoặc ngăn cản nó, cũng như mang sự vui vẻ, thích thú, giận dữ hoặc buồn tẻ.

Hãy xem những ý nghĩa về màu sắc dưới đây để tìm ra cách phối màu và cách sử dụng chúng.

Gam màu nóng

Màu đỏ- là một trong những màu thu hút sự chú ý và tác động mạnh nhất. Màu đỏ tượng trưng cho lửa và sức mạnh, tình yêu và sự đam mê; đã được chứng minh là nguyên nhân làm tăng huyết áp và đồ mồ hôi; thể hiện sinh lực, có khả năng thúc đẩy cá nhân hành động và cũng là biểu tượng của chiến tranh, bạo lực, máu và sự xâm lược. Song, màu hồng là phần nhẹ dịu hơn của màu đỏ lại là sự lãng mạn, êm đềm và dịu dàng.

Màu cam – ấm áp và sôi nổi, màu cam gắn với mùa thu, những trái bí ngô và ngày lễ Halloween. Nó mang nhiều nét tiêu biểu của màu đỏ, nhưng kém phần nồng nhiệt hơn. Màu cam tượng trưng cho sức khỏe và kích thích sự ngon miệng. Giống như màu vỏ trái quýt, nó cũng là biểu tượng của sức khỏe.

Màu vàng – hình tượng của ánh nắng và sự ấm áp. Nó mang ý nghĩa về niềm hi vọng, ánh sáng và sinh lực. Song, nó cũng là sự yếu đuối, bệnh tật hoặc nhút nhát.

Gam màu lạnh

Xanh lá cây – tượng trưng cho sức khỏe, sự phát triển (thực vật) và sự giàu có (tiền). Nó là biểu tượng của mùa xuân, sự tái sinh và khả năng sinh sản. Ngoài ra nó cũng mang ý nghĩa về tính đố kỵ và sự thiếu kinh nghiệm.

Xanh dương – là một trong những màu êm dịu nhất và được gắn với trời và biển. Nó còn được xem như là một màu an toàn, biểu hiện về trí óc, sự bảo đảm và tín nhiệm. Song, nó cũng biểu hiện sự kém ngon miệng, suy sụp và nỗi buồn.

Màu tím – là sự phối hợp giữa màu xanh dương và đỏ, nó là một trong những màu hấp dẫn nhất, tượng trưng cho tính sáng tạo, thần thánh và sự huyền bí. Màu tím đậm mang ý

nghĩa về sự giàu có và giới hoàng tộc, nhưng màu tím đỏ thì lại là sự lãng mạn và duyên tiếc.

Gam màu trung tính

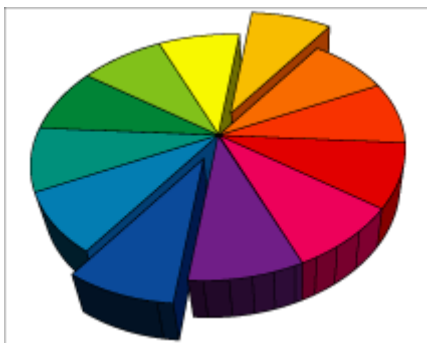
Màu đen – tượng trưng cho sức mạnh, sự thanh lịch và tinh tế, song nó cũng thể hiện chết chóc, thảm họa, nỗi buồn và sự giận dữ.

Màu trắng – thể hiện sự sạch đẹp, tinh khiết và sự duy linh. Với văn hóa phương Tây nó là biểu tượng của sự sống và hôn nhân, song với nền văn hóa phương Đông thì lại mang ý nghĩa về sự tang tóc .

Màu xám – là sự phối hợp của màu trắng và màu đen. Là một màu sắc trung tính có ý nghĩa về sự an toàn, tính chín chắn và tin cậy, song nó cũng là dấu hiệu của nỗi buồn và ảm đạm.

Màu nâu – được phân loại là gam màu “đặc biệt”. Bởi đôi khi nó có thể được sử dụng như một màu trung tính song có khi lại được dùng như một gam màu nóng. Dù được dùng theo cách nào thì màu nâu vẫn tượng trưng cho sự tin cậy, ổn định, sức khỏe, quê hương và trái đất.

2) Lựa chọn màu như thế nào



Là những nhà thiết kế, công việc của chúng tôi là làm cho mọi thứ trở nên đẹp hơn

Là những nhà thiết kế, công việc của chúng tôi là làm cho mọi thứ trở nên đẹp hơn, dù sản phẩm là một logo hay bản thiết kế giới thiệu sản phẩm ngũ cốc bữa sáng, dù dự án lớn hay nhỏ thì lý do duy nhất khiến chúng tôi làm là mang lại thành công hay tiếng tăm

cho các khách hàng của mình.

Các công ty dùng ngân sách của họ để quảng cáo và xúc tiến bán hàng để hi vọng cuối năm mang lại được doanh thu như dự tính. Vì công việc của chúng tôi có quyết định một phần thành công của các công ty nên cần phải nghiên cứu kỹ về cách dùng màu và phối chúng sao cho phù hợp.

Bài viết này tôi tập trung quan tâm tới các màu sắc. Bạn có thể đạt được nhiều lợi ích nếu bạn lựa chọn màu hợp lý, còn ngược lại thì bạn sẽ làm cho dự án thất bại. Hãy nhớ rằng màu sắc có một ảnh hưởng rất lớn trong cuộc sống của chúng ta. Bởi chúng có thể làm thay đổi tâm trạng của con người, thu hút ngay được sự chú ý dù chỉ thoáng qua, tuy nhiên màu sắc cũng có thể ngăn cản việc mua hàng nếu truyền tải thông điệp không phù hợp.

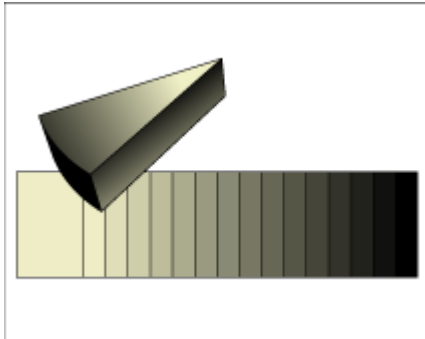
Dù bạn có thể tự biết điều này, nhưng chỉ tóm tắt và làm mới những ký ức của bạn, tôi muốn bạn tham khảo bài báo “Ý nghĩa các màu sắc” của tác giả Ian Roberts. Tuy là một bản tóm tắt nhưng nó rất có ý nghĩa trong việc giải thích về những cảm xúc và ý nghĩa của màu sắc.

Bài báo cho biết rõ hơn về những công ty và các sản phẩm nào nên sử dụng những màu sắc riêng và tại sao những màu này đã được lựa chọn độc đáo. Nếu bạn không có thời gian để đọc nó, tôi sẽ gợi ý ngắn gọn: Những màu sáng kích thích thị giác trong khi những màu tối thì mang nét huyền ảo và trầm tĩnh. Dù điều đó phức tạp hơn nhưng vì mục đích của chúng ta, tôi nghĩ đây là sự khởi đầu tốt đẹp.

Trước khi triển khai mỗi dự án, hãy hiểu rõ về công ty bạn đang làm việc. Cần hiểu mục đích, định hướng và cơ sở khách hàng của họ. Hãy biết đến họ đang bán gì và ai mua hàng của họ. Hãy tìm hiểu sở thích của người lựa chọn màu. Bởi vì dù chúng ta có thiết kế tốt và dùng màu đẹp thế nào thì quyết định cuối cùng luôn thuộc về khách hàng.

Lúc này, bạn đã có được ý tưởng về thị hiếu màu sắc chung của khách hàng cũng là lúc bạn có một sự phối màu phù hợp với mục đích và công việc kinh doanh của họ. Có 4 cách phối màu rất hiệu quả sau đây.

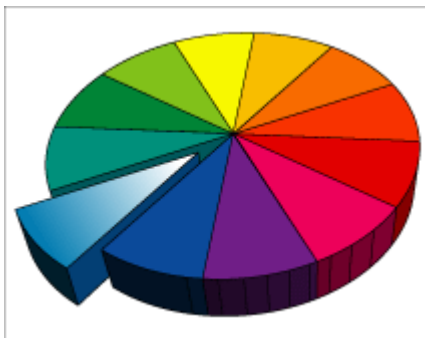
Cách phối màu đơn sắc đơn giản



Bằng từ “mono” mang nghĩa đơn lẻ, từ này đề cập tới một màu đơn và những độ bão hòa của nó. Hãy ví dụ bằng màu vàng, màu trắng (có độ bão hòa 0%), vàng nhạt (độ bão hòa 10-30%),... là những màu được bao gồm. Các màu này đem lại một giao diện nhất quán, và mang lại ấn tượng đẹp nếu được sử dụng nhiều độ bão hòa khác nhau một cách khéo léo.

Tương tự như cách phối màu đơn sắc, người ta không khuyến khích sử dụng một màu đơn trong quảng cáo. Rõ ràng là hiếm thấy có công ty nào chỉ sử dụng một màu, vậy nên bạn thường kết hợp cách phối màu này với màu đen đậm để giành được sự thu hút và có thể được sử dụng trên các logo, thư tín tức và tài liệu lưu của công ty.

Màu tương đồng:

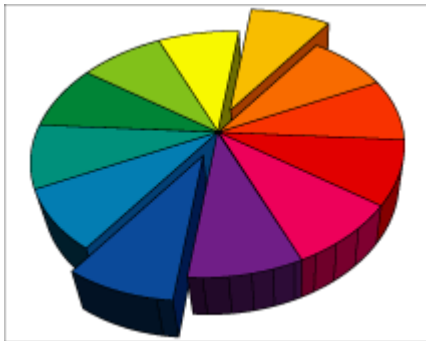


Hãy quan sát bánh xe màu cùng 12 mảng màu như hình bên cạnh. Những màu tương

đồng phần nào giống như ngôi nhà của bạn với nhà hàng xóm cùng nhà bên cạnh của họ. Tất cả các nhà này đều nằm trên cùng một mặt đường và thông thường bạn chỉ chung tường, điều này tạo nên ngôi nhà bạn có cùng điếm chung. Màu tương đồng liên quan đến màu sát cạnh nhau trên bánh xe màu và có cùng các sắc thái.

Thông thường, chọn 3 mảng màu cạnh nhau trên bánh xe màu sẽ khiến mắt hài hòa, gây ấn tượng và hấp dẫn người xem. Hầu hết người ta sử dụng những màu này trên tập quảng cáo, tuy nhiên cũng có thể bổ sung thêm màu đen và một màu tương phản để có chút “cách điệu”.

Màu bổ sung:



Một lần nữa, hãy tưởng tượng về màu tương đồng trên bánh xe màu. Những màu bổ sung là các màu đối ngược nhau. Nhờ sự hỗ trợ của bánh xe màu, bạn có thể nhanh chóng lựa được màu bổ sung và tương phản với màu gốc. Những màu như thế có thể sử dụng trong quảng cáo, vì chúng luôn phù hợp với banner, giới thiệu sản phẩm, biển quảng cáo, các mẫu quảng cáo hoặc cả những logo công ty.

Vì kết quả của sự phối màu này là thu hút sự chú ý và góp phần tạo tương phản cũng như sự hài hòa trong các cách thiết kế phong phú, song bạn cũng có thể tự cho mình những cơ hội khám khác cho mình bằng cách bổ sung thêm hai màu đen và trắng để giành được sản phẩm phối màu thật hài hòa và thu hút.

Đây chỉ là việc lựa chọn rất cơ bản về màu sắc với mục đích mang lại sự hài hòa cho bản

thiết kế của bạn. Tuy nhiên điều này phụ thuộc rất nhiều vào những hạn chế của sự sao chép, vấn đề ngân sách và hao phí thời gian triển khai các dịch vụ của bạn. Song lại rất khuyến khích nắm giữ các khách hàng phù hợp với mọi quyết định mà bạn nắm chắc để hợp tác những ước muốn và tầm nhìn trong dự án của bạn cũng như vị thế chiến thắng của mình.

3) Các quy tắc cơ bản về dàn trang và màu sắc



Để có khả năng nổi bật hơn so với phần còn lại, một trang cần phải vượt ra ngoài khuôn mẫu, phá bỏ các nguyên tắc cũng như ứng dụng một số thủ thuật mới khác với truyền thống. Tuy nhiên, bạn phải hiểu rõ căn bản và nền tảng của bất cứ nguyên tắc nào trước khi phá bỏ nó.

Trước tiên chúng ta hãy cùng bàn về vấn đề dàn trang trên trang web.

Quy tắc – Quá nhiều hộp khiến trang web của bạn mất thẩm mỹ

Một nhà thiết kế đã nói rằng trình độ thiết kế thể hiện ngay từ việc sử dụng các đường kẻ và hộp trên trang web. Bạn sẽ quyết định sử dụng một hoặc hai hộp hay đặt đường kẻ vào giữa các cột khi quan sát trang web và nhận thấy cần phải có một số thứ mang tính sáng tạo cũng như hấp dẫn hơn so với những thứ tẻ nhạt vừa mới được thực hiện – đó chính là thời điểm để bạn thể hiện sự sáng tạo của mình.

Tuy nhiên, hãy nhớ đừng quá lạm dụng trước khi sử dụng tất cả các hộp có trong phần mềm của bạn. Bởi bất cứ điều gì quá đều đều không tốt, cho dù chắc chắn rằng các đường kẻ và hộp là cách hay để nhấn mạnh vào thông tin quan trọng. Nhưng nếu bạn định dùng nó

trong tất cả các trang web hoặc đặt gần như mọi thứ vào trong hộp thì trang web của bạn sẽ trở nên rối rắm.

Quy tắc – Đùng chia trang web thành hai phần

Chia trang web thành ba phần là cách tốt nhất để truyền tải được sự hứng thú và đổi mới trong tài liệu. Sau đó, hãy đặt những đối tượng quan trọng nhất như tiêu đề, hình ảnh và các yếu tố hiển thị ở đầu hoặc cuối từng phần trên trang web.

Và giờ là màu sắc trên trang web.

Quy tắc – Các màu sắc tương phản giúp đọc trang web dễ hơn

Bất cứ nhà thiết kế nào cũng đều biết rằng sự tương phản hợp lý giữa chữ và nền sẽ giúp đọc chữ và tài liệu dễ hơn. Thông thường, chữ màu tối được viết trên nền sáng hoặc ngược lại.

Mặc dù cách dùng chữ màu sáng trên nền tối là dễ đọc, nhưng nên hạn chế dùng kỹ thuật này. Bởi thực tế đã chứng minh rằng mắt sẽ bị mỏi hơn khi đọc lượng chữ lớn trên nền tối so với các cách tạo sự tương phản khác.

Quy tắc – Sử dụng hạn chế màu sắc

Để gây ấn tượng, các nhà thiết kế thường chọn dùng nhiều màu trên bản thiết kế của mình. Tuy nhiên, ấn tượng đó sẽ không còn nếu màu sắc xuất hiện mọi nơi trên trang web. Vì vậy, nguyên tắc ngón tay cái ở đây chính là hãy dùng màu cho các tựa đề và các từ ngữ quan trọng nhất trong tựa đề để tạo được ấn tượng tối đa.

Quy tắc – Không dùng các màu bổ sung

Các màu đối diện nhau trên bánh xe màu được gọi là các màu bổ sung. Ví dụ, màu xanh đối diện với da cam trên bánh xe màu. Do đó, khi đặt chúng cạnh nhau có thể gây nhức mắt người xem vì rất khó nhìn cả hai màu này cùng lúc. Ngoài ra, những màu bổ sung có

thể trội nhau khi đứng cùng nhau.

Quy tắc – Không dùng màu che khuất hơn 40% chữ

Bất kỳ màu nào tối hơn màu chữ 40% đều khiến khó đọc chữ hơn. Tuy nhiên, bạn cũng có thể thay đổi quy tắc này bằng cách tính được độ tối của màu sẽ dùng. Ví dụ, màu xanh lục có thể tối hơn nên không làm nổi bật được chữ bằng màu xanh dương.

Vì vậy, muốn có kết quả tốt nhất, hãy xem cuốn Pantone dành cho những sắc thái màu khác nhau để thấy được mọi màu sắc đối với các màn hình khác nhau. Ngoài ra, cuốn Pantone cũng sẽ giúp bạn nhận biết màu nào là đọc được hay không đọc được với cả chữ xuôi lẫn chữ ngược trên màn hình.

4) Màu sắc có ảnh hưởng tới khách truy cập không ?

Một nhân tố quan trọng trong phát triển web là sử dụng nhiều loại màu cho các đường siêu liên kết để giúp khách truy cập phân biệt giữa các trang đã được ghé thăm và những trang chưa được nhấp chuột.

Ý nghĩa của màu sắc:

Màu đỏ có ý nghĩa của sinh lực, đam mê, kích động, sức mạnh và cũng mang ý nghĩa về sự nguy hiểm, xâm lược.

Màu xanh nhạt có ý nghĩa của hòa bình, kiên trì, lòng trung thành, sự tin cậy và cũng mang cả ý nghĩa về sự buồn chán và suy yếu.

Màu vàng có ý nghĩa trí tuệ, lạc quan, hạnh phúc, rục rờ và vui vẻ.

Màu xanh lục có ý nghĩa về cuộc sống, thiên nhiên, sự yên tĩnh, sức khỏe, sự dồi dào, và trong tình huống nào đó cũng có ý nghĩa về sự suy sụp và chất độc.

Màu cam có ý nghĩa thân thiện, ấm áp, gần gũi, sinh lực, sự khôi hài, và dũng khí.

Màu tím có ý nghĩa của sự từng trải, tinh tế và ca tụng.

Màu trắng mang ý nghĩa của hòa bình, sạch đẹp, trẻ trung, tươi mới và tinh khôi.

Màu đen mang ý nghĩa của quyền lực, thanh lịch, bí mật và kín đáo.

Màu xám có ý nghĩa cho sự an toàn, cẩn thận và sự tin cậy.

Màu hồng thể hiện sự yếu điệu và lãng mạn.

Màu nâu mang ý nghĩa an nhàn, sức khỏe, ổn định và đáng tin.

Dùng màu cho các yếu tố trên web

Sử dụng những màu khác nhau là cách tốt nhất để phân biệt các yếu tố trên website. Bạn có thể dùng các màu để xác nhận, tạo nhóm hoặc nhấn mạnh. Ví dụ, bằng vài cách phối màu đặc biệt có thể giúp khách truy cập dễ dàng xác định các nhóm trang web có liên quan và nhận ra vị trí của họ trên cấu trúc web của bạn.

Bạn cũng có thể dùng ý nghĩa màu sắc để nhấn mạnh thông tin nào đó cần thu hút khách truy cập. Điều này cải thiện việc nhìn và giảm thiểu gây mỏi mắt.

Một nhân tố quan trọng trong phát triển web là sử dụng nhiều loại màu cho các đường siêu liên kết để giúp khách truy cập phân biệt giữa các trang đã được ghé thăm và những trang chưa được nhấp chuột.

5) Màu sắc có ảnh hưởng tới khách truy cập không?



Vài năm trước đây, doanh nghiệp hay cá nhân có một trang web cho mình là rất thịnh vượng và có khả năng tài chính. Ngày nay, hầu hết mọi người đều có thể có nó. Nhờ những nhà phát triển web mà việc tạo ra một trang web không còn khó khăn nữa dù không phải lúc nào chúng được như những tác phẩm nghệ thuật.

Vấn đề quan trọng nhất là lựa chọn màu sao cho tốt. Vì để có được sự tương tác giữa màu nền và chữ quả thật không dễ. Lựa chọn màu tương phản không hợp lý sẽ làm ảnh hưởng đến việc đọc của trang. Giống như một tờ giấy, nền màu trắng thường được mặc định.

Màu sắc với khách truy cập web

Theo các nhà nghiên cứu thì màu sắc có tác động nhiều tới tâm lý con người. Nên chính cách phối màu trên website có thể khiến khách truy cập” bị ràng buộc” bởi các mục tiêu của bạn (như: mua hàng hay sử dụng các dịch vụ) hoặc rời bỏ ngay chỉ sau vài giây đầu tiên. Vì con người thường dễ bị tác động bởi “**ấn tượng ban đầu**”.

Dù khách truy cập chưa quan tâm nhiều tới điều đó, song chính cách dùng màu chưa hợp lý và những yếu tố khác lại tác động nhiều đến sự quyết định về việc truy cập tiếp hoặc rời bỏ website của bạn. Vì những tác nhân này mang lại cho họ những hiệu ứng về tâm lý.

Khi nhìn vào một website, mọi người sẽ thực sự thú vị hay buồn tẻ là phụ thuộc vào cách dùng màu của bạn. Hãy hiểu rằng khán giả chỉ hướng về những tiêu điểm và sự lựa chọn màu hợp lý. Màu sắc là một phương cách truyền thông hay nhất để phản ánh sự truyền tải những điều có ý nghĩa.

Những lời khuyên dành cho các nhà thiết kế web

Hãy quan tâm đến những lời khuyên sau:

Hãy sử dụng một bảng màu tự nhiên. Bảng màu này mang lại sự thú vị hơn bất cứ màu tương ứng nào. Hãy kết hợp chúng để có được hiệu ứng cảm xúc tốt mà bạn muốn dành từ khách truy cập của mình. Với những màu không tự nhiên như xanh lục, xanh dương sáng chói hay màu đỏ rực thường làm mất mệi mỗi và xua đuổi người xem.

Hãy tạo một sự tương phản mạnh giữa màu nền và chữ: Sự phối màu tốt nhất là chữ đen trên nền trắng, song cũng có những sự phối màu khác hiệu quả hơn nữa cho màu nền của website là màu xanh đen, xám và đen.

Hãy tránh những màu gây mệi mắt: Hãy tránh kết hợp màu xanh dương với đỏ hoặc vàng. Không nên lựa chọn chữ màu xanh lục trên nền đỏ hoặc chữ đỏ trên nền xanh lục/xanh dương. Hãy nên sử dụng nhất quán từ 5 đến 7 màu khác nhau trên toàn website

Hãy tránh những màu nhạt: Không nên dùng màu xanh dương quá nhạt cho những đoạn text và biểu đồ nhỏ cùng dòng kẻ mảnh.

Hãy thận trọng khi phân biệt màu: Có rất nhiều người quan tâm tới điều này, nên bạn phải cố gắng sao cho khách truy cập có thể cảm nhận đúng ý nghĩa của thông điệp được truyền tải. Ngoài các gam màu tối như đen, xám và những màu liền kề, thì màu cam có thể có những tác dụng làm nổi bật.

Khoảng trắng: Hãy dùng những khoảng trắng để cân bằng các màu khác trên website khiến nhìn dễ chịu hơn.

Hãy thử nghiệm: Hãy đảm bảo bạn có thể thực hiện được một thử nghiệm đọc cho trang web của mình. Hãy sử dụng những sắc thái khác nhau từ một màu cũng như hãy chú ý tới sự hài hòa với những màu khác nhau.

6) Màu sắc có ảnh hưởng tới khách truy cập không?



Để được thế giới công nhận những màu sắc sáng tạo là phụ thuộc vào bạn, song bạn sẽ phải làm việc tích cực đó.

Màu sắc và con người

Hãy nhớ rằng sự cảm nhận màu sắc thay đổi theo các yếu tố như: giới tính, tuổi tác hoặc nền văn hóa. Vì vậy bạn cần nghiên cứu kỹ về thị trường để trang web của mình thu hút mục tiêu.

Màu sắc theo độ tuổi

Sự cảm nhận màu phụ thuộc vào tuổi tác. Khi người ta ở độ tuổi nhất định thường thích các website có màu sắc nhã nhặn và giản dị. Trong khi đó, giới trẻ lại thú vị những màu sắc sỡ và rực rỡ hơn. Bởi vậy, hãy tạo nên sự khác biệt giữa họ bằng việc sử dụng những màu sắc phù hợp với mỗi độ tuổi.

Màu sắc theo giới tính

Sự thiên vị của con người cũng phụ thuộc vào giới tính. Vậy nên, nam giới thường thích màu xanh dương, da cam hơn màu đỏ và vàng, trong khi nữ giới lại thích màu đỏ, vàng hơn.

Màu sắc và Quốc gia

Nếu website của bạn chuyên vào khán giả hơn là xuất xứ quốc gia hoặc thu hút các tiềm năng từ một nước nào đó thì bạn cũng nên nghiên cứu ý nghĩa các màu đặc trưng. Ví dụ, trong khi văn hóa phương Tây quan niệm màu trắng là biểu tượng sự thuần khiết thì Trung Quốc, Nhật Bản và Ấn Độ lại quan niệm đó là sự thiếu may mắn và không vui vẻ. Dù ở Nhật màu hồng rất được ưa chuộng nhưng các nước Đông Âu và Ấn Độ lại cho rằng đó là màu yếu đuối.

Màu tím liên tưởng tới nền văn hóa Ả Rập với nạn mại dâm (tương tự như màu đỏ tại các nền văn hóa Châu Âu và Bắc Mỹ). Trên bình diện toàn cầu, nói chung nó có ý nghĩa về sự huyền bí và những niềm tin không nằm trong sự giáo huấn của đạo Hồi, đạo Do thái và Thiên Chúa Giáo. Nếu sử dụng màu xanh cho một website cơ quan tài chính Mỹ sẽ liên tưởng đến một thể chế làm việc với " đồng đô la xanh đầy quyền lực", nhưng lại không ý nghĩa mấy cho một quốc gia sử dụng những đồng tiền (tiền giấy) có màu sắc đa dạng.

Mặt khác, xanh dương hoàn toàn được thừa nhận là “ màu an toàn” và màu quốc tế vì có thể dùng được cho hầu hết bất cứ loại website nào cũng như với mọi người xem, nơi chốn hay mục tiêu. Bạn nên có sự lựa chọn về cách phối màu để tránh những vấn đề và cả chi phí cao.

Điều này có thể dẫn đến một sự thay đổi hoàn toàn về nghĩa. Nếu không được hạn chế hợp lý, ý nghĩa sẽ bị thay đổi và các hàm ý tiêu cực sẽ giảm thiểu rất ít, (Ví dụ: Màu đỏ sẽ nổi bật hơn khi kết hợp với màu trắng). Để được thế giới công nhận những màu sắc sáng tạo là phụ thuộc vào bạn, song bạn sẽ phải làm việc tích cực đó.

7) Bài học về màu sắc



Việc sẻ chia sự đam mê của bạn về thuật chụp ảnh đêm và những mách nước có ích cho người khác tạo nên nội dung hay. Song, để những người khách truy cập không bỏ qua đoạn nội dung trên website của bạn thì trước tiên các bức ảnh trong bản thiết kế phải khiến tôi ngắm nhìn. Nếu trang web của bạn không thu hút thì tôi cũng sẽ không muốn di chuyển tới mục nội dung.

Trong bài nhận xét của C.Taylor sau khi ghé thăm website” Thuật chụp ảnh đêm của David Bladwin” đã đưa ra một “ bài học về màu sắc” như sau:

Việc sẻ chia sự đam mê của bạn về thuật chụp ảnh đêm và những mách nước có ích cho người khác tạo nên nội dung hay. Song, để những người khách truy cập không bỏ qua đoạn nội dung trên website của bạn thì trước tiên các bức ảnh trong bản thiết kế phải khiến tôi ngắm nhìn. Nếu trang web của bạn không thu hút thì tôi cũng sẽ không muốn di chuyển tới mục nội dung.

Phần nội dung này thường hiện rõ tại phía cuối màn hình - và không cần nhiều đoạn text trên trang đầu vì mọi người thường không đọc trừ khi bạn làm chúng quá nổi bật. Nên dùng danh sách đánh dấu tiêu đề cho mỗi khoản mục với bốn điểm chính và sau đó cung cấp một đường liên kết để duy trì đọc các trang bên trong.

Vì đoạn text cũng quan trọng nên hầu hết người đọc đều thích chữ màu tối trên màu nền nhẹ hoặc trắng hơn. Cũng nên lưu ý rằng, dòng text dài luôn khó đọc cho dù bạn có sử dụng đến màu sắc nào. Việc giới hạn chiều ngang của mỗi dòng text sẽ khuyến khích mọi người đọc nhiều hơn. Một cách tiến hành là đặt đoạn text trong những cột có chiều rộng cố định. Hoặc căn lề rộng hơn.

Sơ đồ điều hướng truy cập của bạn về cơ bản hợp lý và đơn giản. Nhưng tôi rất quan tâm tới màu các đường liên kết. Don Peterson đã thành công trong việc tuân thủ qui tắc dùng màu bằng cách sử dụng các đường liên kết màu xanh nhẹ trên nền sáng. (Như ví dụ: www.newark1.com).

Hướng dẫn người đọc: Đừng nên đặt tên cho đường liên kết là "ghi chú", vì quá khó hiểu và không thu hút. Hãy liên kết tới mỗi chủ đề ngay từ trang đầu. Những người khách thường thích đọc chú thích dưới các hình ảnh .

Hãy chia sẻ với chúng tôi một câu chuyện phiếm như con chó đã rượt đuổi bạn trên một cánh đồng ra sao hoặc sao không bổ sung một bức ảnh về chính bạn nơi làm việc ? Tôi thừa nhận rằng những hình ảnh đó không để bán. Song giả định rằng có một ai đó muốn mua thì bạn cũng có thể giải quyết được vấn đề này trên *mục liên hệ* hoặc *thông tin về website*.

Màu sắc của đường liên kết: Bất cứ màu nào sử dụng cho đường link chính nên được cân nhắc và phải được phân biệt với các màu khác trên trang, ví dụ: Nên dùng màu trung tính hơn là màu xanh lục hoặc cam. Hãy hiệu chỉnh style sheet để đảm bảo các đường liên kết không bị thay đổi kích cỡ khi nhấp chuột. Nếu điều đó xảy ra thì sẽ gây ra sự khó chịu và mất đi sự cân đối của bản thiết kế.

Hiển thị ảnh: Với riêng tôi, tôi thích nhìn những bức ảnh có màu đen hoặc xám bao quanh. Nền đen

thuần nhất khiến tôi tập trung hơn vào các bức ảnh mà không bị xao nhãng. Tuy nhiên, không phải mọi người đều thích điều này. Có thể thử nghiệm một chút để tìm ra một thiết kế có thể dễ đọc được text cũng như một nền tối để đặt các bức ảnh.

Nhiều họa sĩ dùng nền đen đơn giản để gây ấn tượng cho tác phẩm của mình, nhưng chưa hẳn đã hay. Tại sao không thử một điều gì đó hơi khác biệt để tạo cho trang web của bạn nổi bật ? Đây là một ví dụ để gợi ý về màu sắc.

Thật thú vị, nội dung thu hút, rõ ràng cùng những hình ảnh đẹp có thể làm tăng thêm sự trải nghiệm cho người dùng .

8)Dùng màu trong thiết kế đồ họa



Màu sắc hiện hữu ở khắp nơi và luôn truyền tải thông điệp cho dù chúng ta không nhận thấy. Dẫu thông điệp này có thể thay đổi theo văn hóa song vẫn đáng để hiểu được màu sắc muốn “nói lên” điều gì theo riêng bạn cũng như màu nào có ý nghĩa với thị trường mục tiêu của bạn

Nếu bạn nghĩ rằng màu sắc chẳng có ý nghĩa gì thì hãy thử hoàn thành câu này, “ màu đỏ có nghĩa.....; màu xanh có nghĩaNgay cả một đứa trẻ cũng biết màu đỏ có nghĩa dừng lại và màu xanh được phép đi. Nếu những hình dung đơn giản như vậy đúng với nền văn hóa hoặc thị trường nhất định nào đó thì nó cũng có thể có ý nghĩa với việc thiết kế đồ họa cho website, tài liệu hướng dẫn hoặc sản phẩm.

Trước hết, hãy bắt đầu từ khái niệm cơ bản trên bánh xe màu . Ở đó cho thấy các phần màu cơ bản với những sắc thái khác nhau.

Màu hài hòa chính là sự phối màu hợp lý. Chúng sẽ là những màu nằm sát cạnh nhau trên bánh xe màu, ví dụ như màu xanh dương và xanh lục. Những màu đó thường phù hợp với trang phục.

Màu bổ sung là những màu bổ sung cho nhau nhằm để nổi bật và nằm đối diện trên bánh xe màu. Ví dụ như màu xanh dương và da cam.

Độ sâu màu là những màu có độ đậm, nhạt, sáng, tối khác nhau, ví dụ như màu xanh dương, đen, xanh lục đen, nâu và những màu khác như trắng, vàng, đỏ và da cam. Vì thế, bạn không nên đặt bất cứ đoạn text và hình ảnh nào trên nền da cam sáng chói.

Giờ đây, bạn đã có được những khái niệm cơ bản, hãy quan tâm hơn nữa. Vì việc kết hợp hoặc bổ sung màu sắc chưa phải đã đủ để bạn ứng dụng trong dự án của mình. Tôi đã đọc bài báo về ý nghĩa màu sắc và đây là một tổng quan về quan niệm màu sắc của văn hóa phương tây:

- **Màu đen** tượng trưng cho: sự sang trọng, không may mắn và tang tóc.
- **Màu xanh dương** là sự tượng trưng cho sự tin cậy và yêu chuộng màu sắc
- **Màu nâu** mang ý nghĩa về sự giản dị
- **Màu xanh lục** là sự tượng trưng của sự may mắn, sự ghê sợ.
- **Màu da cam** : ít ưa chuộng
- **Màu tím** là tượng trưng cho thái độ chững chạc và vẻ nghiêm trang.
- **Màu đỏ (cà chua)** tượng trưng cho sự ngon miệng, sự khơi gợi.
- **Màu trắng** có ý nghĩa thần thánh, tinh khôi và trinh bạch.
- **Màu vàng** mang ý nghĩa tượng trưng cho sự hạnh phúc.
- **Màu bạc** có ý nghĩa về công nghệ
- **Màu vàng** mang ý nghĩa xa xỉ.

Vậy nên, điều quan trọng khi bạn thiết kế là phải hiểu được ý nghĩa của màu sắc. Khi thị trường mục tiêu của bạn cho rằng màu đen có nghĩa tang tóc và màu xanh lục là sự suy yếu thì bạn có thể hiểu tại sao màu chữ xanh lục trên nền đen lại tối tệ, gần tới mức không thể chấp nhận đọc được. Tuy nhiên cũng có những ngoại lệ.

Vì màu sắc là một trong những khía cạnh có thể dễ bị bỏ qua nhất trong thiết kế. Nên hãy quan tâm đến sự nghiên cứu về ý nghĩa màu sắc với thị trường mục tiêu của bạn. Bởi có những màu hấp dẫn được sự chú ý của giới trẻ nhưng lại không thu hút nổi người già và ngược lại.

9) Vẽ những “ bức tranh “ trên website

Khi quyết định lựa chọn màu chủ đạo cho trang web của mình, bạn nên chọn thêm những màu có thể sử dụng khác nữa để tránh trang web nhìn đơn điệu và tẻ nhạt. Bạn có thể

chọn những màu tương tự như màu xanh lục, hoặc các màu bổ sung như màu đỏ và xanh lục. Hãy giữ cho các màu đó không làm người xem khó chịu.

Bạn có thể lựa chọn các màu đó qua các đường link sau đây. Một vài website này sẽ giúp bạn chọn được màu chủ đạo cho trang web của mình trong khi các trang web khác chỉ giới thiệu màu nào phù hợp với website thôi.

Visibone - Visibone.com ColorLab

MoreCrayons - Morecrayons.com

Color Scheme Generator 2 - Wellstyled.com

Color Schemer - Colorschemer.com

Defence Mechanism - Defencemechanism.com

Slayeroffice - Slayeroffice.com

YCOLN Design Services - Ycoln-design.com WebColorCharts

Color Blender - Meyerweb.com

Sau khi bạn đã lựa chọn được những màu phù hợp, tôi xin khuyến nghị rằng, bạn nên thử áp dụng cho một trang mẫu. Hiểu cách phối hợp chúng như thế nào. Nếu nhìn thấy hợp lý thì mới thêm vài đoạn text sao cho đọc nó thật dễ dàng.

Nếu cần bạn có thể đổi màu text. Tôi đã từng nhìn thấy các trang web sử dụng màu text khác nhau rất tuyệt với các màu như trắng, đỏ hoặc be. Nếu bạn định để các bức tranh hay tác phẩm nghệ thuật trên web, thì bạn cũng nên đặt thử trên trang mẫu đã.

Hãy đảm bảo sao cho các bức tranh đó trưng bày hợp lý và không bị lẫn với màu nền hoặc màu của tác phẩm nghệ thuật đó, không nên để website của bạn thiếu đi sự điều hợp màu sắc. Tôi cho rằng điều đó chính là sự hài hòa tinh tế giữa tầm nhìn từ website với thực tế. Hãy luôn giữ tính tiện ích như là một khía cạnh quan trọng khi thiết kế một

website. Nếu mọi người thấy website của bạn khó nhìn, khó đọc hoặc sử dụng không thân thiện, họ sẽ rời bỏ ngay và chẳng quay trở lại cũng như không thể giới thiệu trang web của bạn với bất kỳ ai khác. Thậm chí họ còn cho nó là một trong những website thật tệ. Và đương nhiên bạn sẽ không mong điều đó xảy ra rồi.

Vì thế, hãy cân nhắc kỹ về điều bạn cần và sử dụng cho các website mà tôi đã đề cập. Khi đó, bạn sẽ thấy rằng việc lựa chọn màu sắc cho trang web của mình thật là nhanh gọn và đơn giản và bạn sẽ có được hàng ngàn cảm xúc muốn chuyển tải tới người xem

10) Vẽ những “bức tranh” trên website

Có nhiều cách lựa chọn màu cho website hơn là chỉ kén chọn điều mà bạn cho rằng đẹp mắt. Bạn cũng nên quan tâm đến tâm lý màu sắc và màu nào dễ thu hút mắt người xem

Mới đây tôi đã ghé thăm một trang web có chữ màu tía đậm trên nền đen. Website này đã phối màu theo kiểu Gothie, nhưng bản sao của nó thì rất khó đọc nên tôi đã từ bỏ nó chỉ sau vài từ. Một website khác có nền phát ánh huỳnh quang màu da cam, quá sáng khiến tôi nhức mắt và rời bỏ ngay.

Trong khi đó thì những người tạo ra các trang web này có thể nghĩ rằng nhìn chúng rất tuyệt nhưng thực tế họ đã xua đuổi người xem.

Những người xem này cố gắng mọi điều để đạt tới mục đích nhưng họ đều không được như mong đợi. Nếu mọi người rời bỏ trang web của bạn trước khi họ có thể đọc bản copy, ngắm nhìn các sản phẩm hoặc các dịch vụ mà bạn bán thì trang web dù đẹp đến mấy cũng vô nghĩa.

Việc đầu tiên cần làm là quyết định tâm lý màu sắc nào sẽ phù hợp nhất với trang web của bạn. Sau đó bạn có thể dùng những màu nào hay sử dụng một nhà thiết kế web.

Trang web của Goth dùng màu đen, đỏ đậm và tía, trong khi đó website của những hội chợ cổ điển (Renaissance Faires) chỉ sử dụng màu đất và cũng như một người trồng hoa có thể yêu thích các màu như hồng, đỏ và tím.

Sau đây là sự cảm nhận về màu sắc:

Màu đen tượng trưng cho: sự nghiêm trang, bí mật, kín đáo, sức mạnh, thanh lịch, tang tóc, thảm họa và nghi thức. Màu xanh dương là sự tượng trưng cho sự tin cậy, thành công, nghiêm trang, yên tĩnh, sức mạnh, tài năng, sức khỏe, thanh bình, tri thức và sự liêm chính.

Màu nâu mang ý nghĩa về trái đất, tự nhiên, bộ lạc, cổ xưa, sự giản dị, bền vững và nam tính.

Màu xanh lục là sự tượng trưng của tiền bạc, tự nhiên, sinh vật, sức khỏe, sự sống, sự hòa hợp, tham vọng, ham danh lợi và lòng ghen tỵ.

Màu ghi xám tượng trưng cho sự trung lập, lãnh đạm và dè dặt.

Màu da cam tượng trưng cho sự tiện nghi, sáng tạo, kỷ niệm, vui vẻ, sôi nổi và sức lực.

Màu hồng mang ý nghĩa dịu dàng, ngọt ngào, ngây thơ, trẻ trung, mỏng manh, lãng mạn, yêu thương và tình hữu nghị.

Màu tím là tượng trưng cho hoàng tộc, công lý, sự mơ màng, không kiên định, xa hoa, khả năng tưởng tượng, mơ mộng và lãng mạn.

Màu đỏ tượng trưng cho tình yêu, sự đam mê, mãnh liệt, giận dữ, hân hoan, bản năng, nguy hiểm, cảnh báo, kích động, thực phẩm, bốc đồng, hành động và mạo hiểm.

Màu trắng có ý nghĩa trong trắng, thuần khiết, sạch đẹp, giản dị, tinh khôi và trinh bạch.

Màu vàng mang ý nghĩa tượng trưng cho sự tò mò, khôi hài, hân hoan, thích thú, thận trọng và niềm vui.

11) 101 Lý thuyết màu sắc

Khi thiết kế web, có thể bạn không nghĩ nhiều về màu sắc. Có thể bạn cho rằng “chỉ cần đẹp”. Nhưng khi nghĩ lại thì điều đó hoàn toàn là một tư duy thật khó hiểu hơn nhiều

Tôi muốn nói rằng: “Lý thuyết màu sắc là một trong những điều thật trừu tượng” và nó đúng như đã được biết tới từ hàng trăm năm qua. Điều đó cũng là quan điểm riêng cá nhân tôi. Như là một họa sĩ, chúng ta phải tin tưởng vào trực giác như chúng ta dựa trên lý thuyết và thực tiễn. Điều đó giống như một nhạc sĩ; bạn có thể dạy họ mọi lý thuyết âm nhạc mà bạn muốn nhưng lại không bao giờ có thể” huấn luyện” được khả năng nghe của họ. Bởi điều đó là năng khiếu riêng để khiến họ trở thành nghệ sĩ. Hãy nói về một vài ý tưởng thực sự đơn giản về màu sắc và sau đó đến những ý tưởng phức tạp hơn như tâm lý và thực hành. Tôi sẽ bắt đầu từ “sự tương đồng” trong lý thuyết màu sắc. Điều này có nghĩa là bạn có một chuỗi màu giống nhau, nhưng giữa chúng có độ đậm nhạt khác nhau. Hãy nhìn hình dưới đây:



Đây là một chuỗi màu nâu có sắc độ từ đậm đến nhạt. Bạn hãy cảm nhận về sự phối màu này và chúng tôi sẽ nói về điều đó sau. Điều muốn nói ở đây là một chuỗi màu tương đồng. Lúc này màu nâu không phải là ví dụ tốt nhất, vậy nên hãy nhìn màu xanh nhạt.

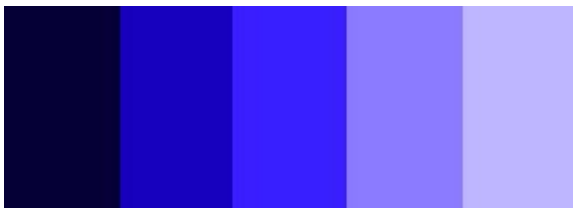


Ở đây chúng ta có chuỗi màu xanh tương tự. Lúc này những màu tương đồng có thể là bất cứ màu nào. Nếu bạn sử dụng tông màu xám thì chúng sẽ bắt đầu từ màu đen tới màu trắng qua một chuỗi màu xám. Về kỹ thuật, màu đen và màu trắng không phải là những màu thực nhưng bạn đã có được sự tương tự đúng phải không?

Vậy nên, lý do bạn quan tâm đến sự lựa chọn phối màu tương đồng là bởi nó rất có ích cho các yếu tố tổ chức của một bố cục trong việc in ấn, website hay bất cứ việc gì vô cùng quan trọng nào.

Bạn có thể sử dụng nó để gợi nên khả năng cấu trúc đơn giản và tinh tế. Điều đó cũng có ích như sự phối màu cơ bản cho những yếu tố nào có thể bổ sung cho nó. Chúng ta sẽ nói về màu bổ sung sau nhưng bạn thường nhìn thấy sự phối màu giữa màu xanh và vàng cam hoặc màu xanh dương và vàng như thế nào trên web. Những màu này bổ sung cho một màu tương tự.

Độ bão hòa của màu rất quan trọng trong việc bảo đảm những tác phẩm phối màu của bạn. Take a look at the image below. Hãy xem hình dưới đây.



Đây là hình ảnh màu xanh dương đã được bão hòa hoàn toàn. Tôi đã sử dụng màu và các lệnh bão hòa trong chương trình photoshop để tạo nên sự phối màu này. Hãy nhìn và cảm nhận sự khác biệt ra sao từ hình ảnh tiếp theo này.



Hình đầu tiên không phải là khái niệm về sự tinh tế. Đôi khi sự bão hòa hoàn toàn lại có ích cho mục đích hướng tới giới trẻ. Đặc biệt là đối với các website, những chất liệu in cần thể hiện sự êm dịu, kết cấu cũng như tính kỹ lưỡng trong việc sử dụng các màu nhạt.

Hãy làm cho các hình ảnh màu nâu trở nên sáng sủa hơn

Đây là hình ảnh về một màu sắc đã được bão hòa



Còn đây là hình ảnh của một màu sắc đã được làm nhạt bớt



12) 3 mẫu nghiên cứu về cách sử dụng màu sắc khi thiết lập bố cục

Một trong những khía cạnh của thiết kế web mà tôi đam mê nhất là màu sắc. Màu sắc là một công cụ rất hữu ích mà bạn có thể được sử dụng cùng ấn tượng mạnh cho một website. Nó đặc biệt hữu ích trong việc thiết lập các yếu tố một cách hiệu quả cũng như trong việc tạo ra các bố cục trang có thiết kế đẹp.

Vì các ví dụ luôn giúp làm cho những nguyên tắc chung rõ ràng hơn. Hãy quan sát 3 ví dụ khác nhau về việc sử dụng màu sắc ảnh hưởng tới tổ chức trang như thế nào:

1. WEBEX - (<http://www.webex.com>)



Hầu hết trang chủ Webex được sử dụng với vài loại màu. Trên thực tế, chỉ một phần bản thiết kế đó có nền màu trắng là phần đầu và phần cuối góc phải. Nói chung, khi mọi thứ có màu sắc thì khó mang lại hiệu quả cho các mục đích tổ chức. Nhưng Webex đã làm được một công việc khá tốt. Nếu ở quan điểm đồ họa thuần túy thì trang web này sử dụng màu có hiệu quả. Hãy xem lý do tại sao:

Thanh ngang màu xanh dương ở trên cùng phân biệt rõ logo và dòng tiêu đề (tagline) từ nội dung chính của trang. Bên cạnh việc cung cấp nền cho các nút điều hướng truy cập chính, những đường nét đẹp cân đối của thanh này cung cấp cho website một khung đẹp, màu sắc.

Ở giữa trang được phân chia thành 2 phần riêng bằng các màu nền. Nền xám đằng sau các liên kết phía phải xác định rõ vùng và các nhóm bố trí 5 đường link với nhau rất hợp lý.

Các nút màu xanh dương về phía dưới của bản thiết kế là màu xanh vừa. Vì các nút này sáng hơn những màu xám xung quanh nên các tiêu đề xanh dương này nổi bật tinh tế với các hộp màu xám ở thẳng phía dưới chúng. Những mô tả này có thể giúp khách truy cập hiểu được tổ chức của các trang trong nháy mắt.

Nhận thấy là Webex đang nỗ lực thu hút khách truy cập của mình bằng việc thử nghiệm dùng màu như thế nào. Vậy màu nào là nút “tham gia thử nghiệm”? – màu da cam -rất tươi sáng, màu sắc sẽ được thiết kế để thu hút sự chú ý. Trong thực tế, nó lại là điểm sáng nhất. Thật là thông minh!

Nhìn chung, Webex sử dụng màu trên trang chủ đã giúp họ xác định cụ thể các vùng của trang, cung cấp bố cục tổng thể và thu hút sự chú ý tới các mẫu thông tin chính.

Người ta có thể tranh luận liệu Webex.com có hiệu quả khi nhìn từ các góc độ khác không. Rốt cuộc, chỉ trong một vùng trên một trang được thiết kế tốt không có nghĩa rằng nó hiệu quả trong những vùng khác. Tuy nhiên, các nhà thiết kế của website này đã hiểu rõ được vai trò của màu sắc và họ có thể sử dụng nó trong việc trình bày trang một cách có hiệu quả.

2. HP - (<http://welcome.hp.com/country/us/en/prodserv/desktops.html>)

United States-English

Buy online or Call 800-BUY-MY-HP

Products & Services Support & Drivers Search

Desktop Computers & Workstations
HP is the World's #1 provider of PCs*

Windows®. Life without Walls™. HP recommends Windows 7.

Desktop deals & offers

Desktop computers for Home & Home Office

- » Everyday computing
Simple, reliable and powerful desktop computers for your everyday needs.
- » High performance
Premium performance
- » Slim & sleek desktops
Compact yet powerful desktop computers for all your computing needs.
- » TouchSmart All-in-One Computers
The #1 best selling Microsoft Windows all-in-one PC**

» Home & Home Office desktop deals

» Business desktop deals

Featured Products

For Home & Home Office:

» HP TouchSmart IQ800i customizable Desktop PC
From \$1,249.99* (after rebate)
Free standard shipping on this item

For Business:

» Business desktops
Secure, stable and easy-to-own desktop PCs for your business

» Workstation computers
Ultimate performance & expandability in workstation computers

Rating: ★★★★★

Một trang bên trong trên website của HP rất đơn giản xét từ khía cạnh phối màu. Bản thiết kế bao gồm hầu hết là màu xám chỉ kết hợp với một vài điểm chấm màu xanh lục. Nhưng chính sự giản đơn của trang web cho thấy màu sắc hữu ích như thế nào trong việc trình bày bố cục.

Màu xám trên trang rõ ràng không thu hút được sự chú ý. Chúng được sử dụng với màu sắc nhẹ. Tuy nhiên chúng lại đóng vai trò quan trọng. Dù là những màu xám nhạt nhẹ nhưng chúng giúp phân biệt các nội dung của trang. Các đường nét gọn đẹp và những màu nền giúp phân trang thành 4 vùng riêng biệt: tiêu đề, thanh bên trái và phải, cũng như cột giữa.

Mặc dù màu xám là màu thông thường, nhưng nó khiến trang hấp dẫn thị giác hơn là nếu nó có nền hoàn toàn trắng. Thực tế thì dùng màu hợp lý và viền trang không làm sao những nội dung chính sẽ mang lại hiệu quả khi bạn đang nỗ lực tập trung sự chú ý vào điều gì đó đặc biệt.

Toàn bộ phần màu nhạt của trang làm cho các đường kẻ màu xanh lục nổi bật một cách rõ ràng ở giữa. Đây là một trong những lợi thế của cách tiếp cận màu đơn giản.

Vì các thanh màu xanh lục là màu duy nhất trên trang web nên các khách truy cập có thể dễ dàng biết họ đang tìm kiếm hạng mục nào chỉ trong nháy mắt. Điều này tiết kiệm thời gian của khách truy cập trong việc tìm kiếm một sản phẩm cụ thể.

Sự đơn giản của trang sẽ không giành được bất cứ giải thưởng sáng tạo nào. Tuy nhiên, nó vẫn nắm giữ được một số bài học tầm quan trọng của màu sắc đối với việc sắp xếp bố cục.

3. LOWE'S - (<http://www.lowes.com>)



Website của Lowe cũng không làm tốt khi kết hợp màu sắc. Họ rải màu ở khắp mọi nơi trên trang chủ, cho nên không nổi bật đặc biệt. Điều này có nghĩa là màu sắc có thể không được sử dụng như một công cụ tổ chức có hiệu quả. Đó là hậu quả của việc sử dụng màu ngẫu nhiên.

Trang Web này sẽ tốt hơn nếu tránh việc nhấn mạnh mọi thứ bằng việc sử dụng màu sắc. Theo cách này, họ có thể tránh được “cuộc chiến giữa các màu sắc” hiện đang diễn ra trên trang chủ của mình. Thay vào đó, họ có thể khai thác màu sắc để giúp phân loại sự phong phú về thông tin có sẵn trên trang web của mình thành các chuyên mục có ý nghĩa.

13) Tâm lý màu trong thiết kế web

Bài báo này dành những điều đặc biệt cho những người gắn bó với thiết kế website! Bạn có biết rằng chúng ta có thể cải tiến được bản thiết kế web của mình hơn nữa nhờ việc

hiểu về những khái niệm cơ bản của tâm lý nhận thức xung quanh màu sắc và các màu mẫu !

Việc thiết kế một website không chỉ tập trung để tạo ra các trang trên một website thu hút và ấn tượng. Kỹ năng và sự tinh xảo này cũng phải được sử dụng để đảm bảo sao cho một trang web được thân thiện với người dùng cũng như phải giành được nhiều người sử dụng nhất.

Vậy nên tâm lý màu trong thiết kế web là gì? Điều đó ngụ ý đơn giản là bằng việc hiểu biết về những khả năng thị giác của con người mà chúng ta có thể đưa ra những bản thiết kế web thân thiện với người dùng hơn. Trở nên thân thiện với người dùng có nghĩa là bản thiết kế website của chúng ta sẽ không chỉ cung cấp cho những người dùng internet có thị lực bình thường mà còn cho những người có thị lực khiếm khuyết, thị giác yếu hoặc những người mù màu từ 8 đến 10% .

Nếu bạn chưa hiểu gì về khả năng thị giác, chứng mù màu và ảnh hưởng của chúng tới những bản thiết kế khác nhau thì bạn phải bắt đầu quan tâm ngay từ lúc này. Khả năng thị giác thông thường phụ thuộc vào sự khác nhau. Thậm chí kích cỡ của những yếu tố sẽ ảnh hưởng đến nhận thức cá nhân của người dùng về màu sắc. Màu sắc và sắc độ màu bóng mà bạn sử dụng trong thiết kế website sẽ được phân biệt không giống nhau bởi các cá nhân khác nhau ghé thăm trang web.

Sự mẫu thuẫn trong mẫu màu bị ảnh hưởng bởi những thay đổi trong mức độ ánh sáng xung quanh. Nó giống như là những thay đổi trên màu tóc của bạn phụ thuộc vào lượng ánh sáng chiếu vào. Thậm chí vài người còn nhìn thấy những màu xanh ở vài đồ vật ví dụ như trên trang phục nhưng một số người khác lại không nhận ra. Những người này chỉ ngẫu nhiên có nhiều tế bào nhạy cảm về màu xanh hơn trong võng mạc của họ (các tế bào nhạy cảm với ánh sáng chuyển đổi năng lượng sáng thành các xung thần kinh). Họ dường như nhìn thế giới này với chỉ toàn màu xanh. Là một nhà thiết kế web, bạn phải hiểu rằng những điều kiện này là lý do tại sao sự nhận thức của bạn về thiết kế web lại có thể không giống với người khác.

Khía cạnh then chốt để những người có thị lực bị suy kém dành được khả năng truy cập là bản thiết kế của bạn có thể được xử lý bằng công nghệ hỗ trợ. Bộ hỗ trợ đọc màn hình hiển thị hoặc kính lúp là những ví dụ. Chúng là phần mềm ứng dụng mà những người khiếm thị cần để hỗ trợ nâng cao trải nghiệm giao diện cho người dùng. Một vài người sử dụng web có thể chỉ đọc khi có sự phối hợp màu nhất định nào đó như chữ vàng trên nền đen.

Để những người khó khăn và suy yếu thị giác được thuận tiện trong việc đọc và xem dễ dàng thì sự tương phản mạnh có thể là một yếu tố chính trong bản thiết kế của bạn. Hãy kiểm tra tính hiệu quả này bằng việc xử lý các ảnh chụp (screenshot) từ bản thiết kế của mình trong chương trình như Adobe Photoshop. Hãy thử chuyển hình ảnh thành màu xám (greyscale) rồi sau đó tạo screenshot đơn sắc để sao cho có thể thấy được việc thay đổi mức độ nhận biết thị giác nhiều nhất - Hãy làm điều này bằng việc tăng thêm mức tương phản tới + 100. Đây là một ước tính đặc biệt hữu dụng cho những khó khăn mà người sử dụng mù màu có thể trải qua trong việc phân biệt một màu hay bóng màu với màu khác.

Lúc này, bạn có thể bắt đầu điều chỉnh áp dụng màu của mình và hãy luôn nhớ rằng các bản thiết kế của bạn sẽ không được đánh giá là ấn tượng nếu có quá ít người có thể cảm nhận được chúng.

14) *Hãy hiểu về màu sắc của bạn*

Bất cứ bản thiết kế trên một ứng dụng web nào cũng cần phải có nguồn phối màu hiệu quả để gây ấn tượng cho những người lướt web, và đương nhiên những bản thiết kế này mang đến một hình ảnh tin cậy hoặc sự đồng nhất liên kết với đặc tính của website mà nó thể hiện cũng như tăng thêm sự tác động tới các trang web. Tuy nhiên, rất ít website có được khả năng và kỹ năng trong việc phát triển cách phối màu hài hoà.

Thậm chí có cả những nhà lập trình web rất tài năng, người có thể phát triển bất kì loại ứng dụng nào, nhưng cho dù cố gắng họ cũng không hiểu gì về sự phối màu. Nếu bạn đã từng băn khoăn về nơi các nhà thiết kế có hầu hết các khả năng bí ẩn để bày tỏ liệu một

màu được sử dụng có hiệu quả hay không thì bài báo này là dành cho bạn. Nó cũng có thể giúp những người lướt web khác, những người say mê thiết kế web, người mới vào nghề cũng như những người thiết kế web chuyên nghiệp đều quan tâm đến việc đánh giá sự hiểu biết của họ về cách lựa chọn và phối màu để thiết kế web.

Trên thực tế thì không phải tất cả mọi người, đặc biệt là các họa sĩ làm việc với màu sắc mới có được tài năng phi thường hoặc khả năng tự nhiên trong việc hiểu biết về sự hài hoà của màu sắc. Bạn cũng có thể có được kỹ năng này từ sự am hiểu cơ bản về lý thuyết màu sắc.

Chúng tôi mong bạn hãy nghĩ giống như một họa sĩ sử dụng phương pháp màu trừ. Phương pháp này nằm trong sự tương phản tuyệt đối với phương pháp bổ sung thêm các màu nhạt trong chiếc máy tính thân yêu của bạn. Điều đó có nghĩa rằng, khi nhiều màu nhạt hơn của một loại màu được bổ sung vào, bạn dần có được màu sáng trắng. Theo cách như đã nói với bạn rằng hãy nghĩ giống như một họa sĩ, hãy nghĩ về những màu sắc khi có sự phối màu từ các màu đỏ, vàng và xanh dương, và hình dung rằng khi bạn đã bổ sung các màu đỏ thì bạn dần có được màu đen.

Một bánh xe màu đơn giản là công cụ quan trọng nhất mà bạn có thể sử dụng để pha màu và cuối cùng là có được cách tư duy của họa sĩ về màu và sự kết hợp màu sắc. Bạn cũng phải hiểu những nguyên tắc trong 3 bộ phối màu chính từ bánh xe màu là sự phối màu tương đồng, bổ sung và đơn sắc.

Phối màu tương đồng - những màu liền kề nhau trên bánh xe màu. Nếu bạn chọn bất kỳ phạm vi từ các màu giữa 2 điểm của hình tam giác trên bánh xe màu của chúng ta (ví dụ: từ màu vàng tới màu đỏ, màu cam tới màu tím, màu đỏ tới màu xanh, vv....), bạn sẽ có một cách phối màu tương đồng.

Phối màu bổ sung – bao gồm các màu có vị trí đối ngược nhau trên bánh xe màu, như là màu: xanh lục và đỏ; vàng và tím hoặc da cam và xanh dương. Nhưng bạn đừng bao giờ đặt sai vị trí cho những màu bổ sung ở trên một màu khác. Một vài màu cũng không trực tiếp là màu tương đồng mà cũng chẳng phải là màu bổ sung. Bạn hãy chú ý những màu như lục lam và đỏ.

Phối màu đơn sắc- là khi bạn tạo 1 bức ảnh và bạn chỉ sử dụng một màu cho các bóng mờ và đường chỉ.

Nhiều sự biến đổi trong 3 cách phối màu này đã được kết hợp từ đó và chúng là những nguyên tắc cơ bản. Nhưng để hiểu về màu sắc và có được sự phối màu hấp dẫn cho ứng dụng và thiết kế web, hãy giữ cho cách nhìn của bạn thật cởi mở và thân thiện với bánh xe màu!

15) Những hướng dẫn về sử dụng màu sắc

Màu sắc là một công cụ tốt nhất của người thiết kế. Có rất nhiều cách sử dụng nó để giúp truyền tải thông điệp. Màu sắc có thể mang ý nghĩa, diễn tả tính cách, sự phân biệt, cấu trúc và nội dung nổi bật.



guardian.co.uk cũng sử dụng quá nhiều nhân tố thu hút nổi bật. Nhiều các hộp màu đỏ rực làm rối mắt, và nhiều các hộp màu đậm hướng bạn ra khỏi phần nội dung có nét màu nhẹ nằm giữa trang.



Website của RNIB (Tổ chức người mù Anh quốc) cẩn thận bố trí các tông màu tương phản vừa đủ khiến tất cả các nhân tố hiển thị nổi bật hiệu quả cho những người khiếm thị vừa phải.

Bố cục và màu sắc chưa hợp lý khi xét ở một số khía cạnh.

Hệ thống màu lộn xộn: Khu vực logo bên trái phía trên bắt đầu kết hợp tốt các tông màu xanh lục. Phần còn lại của trang chủ yếu lại là màu đỏ. Màu này không hài hòa được với màu xanh.

Rồi màu vàng đậm trên thanh điều hướng đầu tiên bổ sung thêm một màu cơ bản. Vấn đề là các màu cơ bản này lại không dễ dàng ăn nhập với nhau.

Màu sắc tương phản và khó chịu nhất là màu nền của thanh điều hướng thứ hai. Điều này thu hút mắt trước tiên vào nhân tố ít có giá trị thậm chí trước cả logo của site hoặc bất cứ nội dung nào.

Tránh đặt màu sắc rất giống nhau liền kề với ảnh



Trang này dành cho sòng bạc của Harrah sử dụng màu tím mạnh gần kề với ảnh chụp. Sắc độ của màu tím không hợp với các màu tinh tế trong bức ảnh làm cho các màu dường như xám xịt và có vẻ gì đó hơi bần.

Tránh sử dụng quá nhiều màu sắc khác nhau

Nhiều màu có thể trông có vẻ lòe loẹt hoặc sặc sỡ thái quá.

Tất nhiên một số màu hài hòa với nhau, một số màu lại không ăn nhập với nhau, đặc biệt khi đặt liền kề nhau, tạo nên những hiệu quả rất xấu khi hiển thị.



Sự kết hợp của các màu xung đột nhau khiến chữ khó đọc, tồi tệ hơn nữa lại gồm font chữ nhỏ xíu.

Việc đặt các khu vực màu liền kề cạnh các khu vực màu xám hay ít sẫm màu có thể trông rất thông minh.

Các hệ thống màu theo tự nhiên

Luke Wroblewski cho rằng nhiều các website doanh nghiệp sử dụng hệ thống màu an toàn tương tự mà chúng trông giống nhau. Anh ta thấy nên sử dụng sáng tạo hơn về màu sắc trên những trang web.

anh ta nói rằng, nếu chúng ta chấp nhận các lợi ích làm việc với các quy ước bố cục và những hạn chế vốn có của nó, màu sắc sẽ trở thành một cách thu hút và hữu dụng hơn nhằm làm khác biệt các thiết kế.

Luke cũng đề xuất một cách rất hay trong việc tìm hệ thống màu sắc bổ sung: tận dụng



cảm hứng từ Tự Nhiên.

Website của các doanh nghiệp trông giống nhau

(HP, IBM, Dell, Microsoft)



Fig 2



Fig 4



Fig 3

Hệ thống màu phỏng theo thảm cỏ mẫu



Fig 7

Các hạn chế của màu sắc: Sự mù màu

Một số người (chủ yếu là đàn ông) không có khả năng phân biệt các màu riêng rẽ nhất định. Có vài loại mù màu, phổ biến nhất tác động đến màu đỏ và màu xanh lá cây (chúng dường như xuất hiện rất giống nhau)

Hàm ý của điều này là: Bạn không nên sử dụng màu sắc (đặc biệt màu đỏ và màu xanh lá cây) để đánh dấu các yếu tố khi một người sử dụng cần để phân biệt các màu sắc để sử dụng giao diện. Các hướng dẫn có thể bị ảnh hưởng của W3C tuyên bố ưu tiên số 1 như sau (ví dụ: bạn cần tuân theo những yêu cầu này để tuyên bố sự tuân thủ ANY W3CAG):

+ Đảm bảo rằng tất cả các thông tin được truyền đạt bằng màu sắc cũng có sẵn khi không có màu sắc, ví dụ từ ngữ cảnh hoặc sự đánh dấu.

+ Đảm bảo rằng sự kết hợp màu sắc nền phía sau và phía trước cung cấp sự tương phản hiệu quả khi được xem bởi ai đó không phân biệt được màu sắc hoặc khi được hiển thị trên một màn hình đen trắng.

16) Những hướng dẫn về sử dụng màu sắc

Màu sắc là một công cụ tốt nhất của người thiết kế. Có rất nhiều cách sử dụng nó để giúp truyền tải thông điệp. Màu sắc có thể mang ý nghĩa, diễn tả tính cách, sự phân biệt, cấu trúc và nội dung nổi bật.

Những hướng dẫn về việc sử dụng màu, ứng dụng cách phối màu

Về mặt thị giác các trang web đòi hỏi một cách phối màu nhất quán. Không có màu sắc, trang web thiếu đi nét riêng. Với cách phối màu cân xứng và nhất quán, trang web có thể có một nét hài hoà và kiên định. Nếu có quá nhiều màu hoặc lộn màu thì trang web đó mang tính gượng gạo.

Cách phối màu thường dựa vào hệ thống nhất quán từ sự phù hợp màu sắc. Nó có thể là cách lựa chọn sử dụng màu mà không cần phụ thuộc đến một nhóm màu.

Ví dụ, Apple.com sử dụng các màu khác nhau cho những bài mục khác nhau, nhưng các màu được sử dụng theo cách như nhau. Trong trường hợp này, sự nhất quán lấy từ sự nghiên cứu và ứng dụng.

Ví dụ về sự thiếu màu



Trang chủ của Starbucks đang thiếu sự phối màu.

Nền màu xám của trang chủ thiếu hấp dẫn. Nhãn hiệu này gợi nhiều đến phong cách vì kho hàng của Starbucks có những thiết kế sinh động. nhưng website hoàn toàn thiếu nét riêng.

Hãy sử dụng đủ màu

Việc sử dụng màu quá ít khiến cho giao diện trở nên nhàm chán hoặc tẻ nhạt. Màu sắc là một cách tin cậy cho việc nhận biết, tập hợp hoặc phân biệt các yếu tố. Nó ít tốn tiền hơn (đặc biệt khi được ứng dụng qua CSS – Cascading Style Sheets). Nếu bạn sử dụng quá ít màu thì bạn phải dùng những cách khác để thu hút mắt, để phân biệt và đưa ra ý nghĩa cho các yếu tố.

Hãy để lại khoảng trắng

Màu trắng là sắc thái tốt nhất cho việc đọc bản text tương phản. Người ta quy ước đặt nội dung trên nền màu trắng (hoặc màu rất nhẹ). Những vùng màu trắng làm nổi bật các vùng nội dung.

Hãy sử dụng nội dung chính trên nền màu sáng

Tôi sẽ đính đề mục của tôi ở đây và thấy rõ ràng; Màu trắng là màu tốt nhất để đặt nội dung chính. Vùng màu sáng nhất trên trang web của bạn sẽ là vùng nội dung, bởi vì đó là qui ước và là những điều người ta mong đợi.

Ví dụ

Hãy xem trang pixelgraphix.de. Với stylesheet mặc định thì đoạn text chính được hiển thị trong các hộp màu xám rất nhẹ tương phản với nền trắng. Hãy chú ý đến cách mắt của bạn không muốn tập trung vào các hộp màu xám - nó muốn nhìn vào màu trắng vì một số lý do.

Nguyên bản



Thay đổi

MT Tabs

Samstag, 07.08.04 um 07.23 Uhr. Hits

[MT Tabs](#) ist eine Browser-Sidebar, die Erklärung auf den jeweiligen Abschnitt i praktisch! Gefunden habe ich diese klei [Movalog](#).

Shortcuts: [MT Tabs](#) | [Movalog](#)

Redesign Tipps

Dienstag, 03.08.04 um 13.12 Uhr. Hits

The screenshot shows the HEAnet website interface. At the top left is the HEAnet logo with the tagline 'Ireland's Virtual Education & Research Network'. A navigation menu includes 'ABOUT HEANET', 'SERVICES', 'RESEARCH INITIATIVES', and 'NEWS & PUBLICATIONS'. A search bar is located at the top right. The main content area is titled 'Welcome to HEAnet' and contains introductory text about HEAnet's services and role in research. Below this, there are four columns of news items:

- HEANET MIRRORS OPERA DOWNLOAD SITE:** As of 11:00 this morning (13/2/03) We are an official Opera mirror
- HEANET LAUNCHES ITS NEW WEBSITE:** HEAnet launches its New Website
- HEANET CHOOSES NTL TO DELIVER CROSS BORDER NETWORK:** NTL Deliver state of the art Communications network.
- IRELAND 2004 - PRESIDENCY OF THE EUROPEAN UNION:** Official Publication of the Irish Presidency of the EU Released

At the bottom, there are links for 'Contact Information' and 'Site Map', the date '23 February 2004', and logos for 'NDP' (National Development Plan) and 'ISPai'.

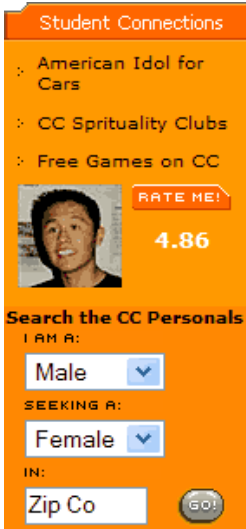
Trang chủ của nhà cung cấp dịch vụ dải tần rộng Ailen HEAnet sử dụng các vùng mặt màu trắng, nhưng không dùng cho vùng nội dung. Nội dung tương phản với màu nền xanh dương không đủ nhạt cho lắm. Điều này làm nó thực sự rất khó khăn để tập trung vào nội dung.

Hãy giữ các màu mạnh để thu hút mắt

Màu mạnh thu hút mắt và vùng này càng lớn thì càng thu hút nhiều sự chú ý. Quá nhiều màu mạnh sẽ phân tán sự tập trung của mắt và phương pháp kỹ thuật này làm mất đi hiệu quả tiềm năng của nó.



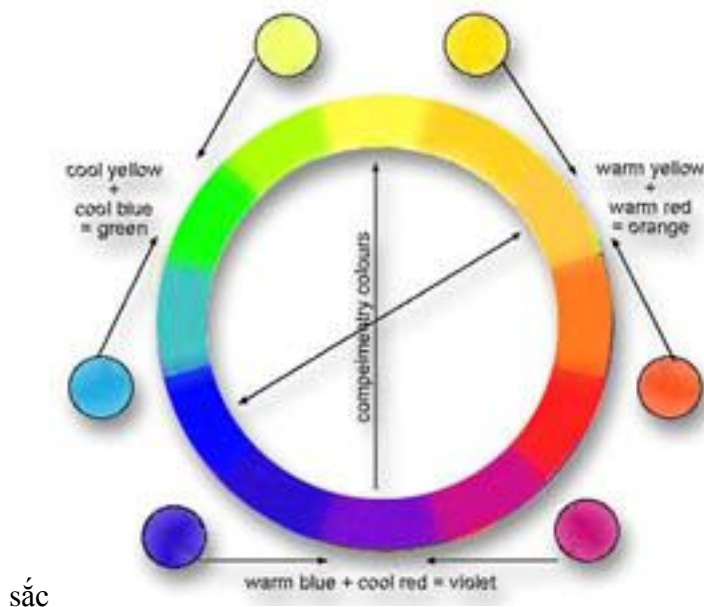
collegeclub.com sử dụng quá nhiều màu mạnh và sự tương phản nên gây ra mắt không tập trung.



Phạm vi vùng màu vàng cam mạnh ở giữa trang là yếu tố thu hút nhất nhưng không bao gồm nội dung có giá trị cao. Đây lại là một bản thiết kế lỗi.

17) Lý thuyết màu sắc

Một vài cuốn sách sẽ dựa vào những màu bổ sung cấp 3 như một sự hỗn hợp của 3 màu gốc và chỉ chia bánh xe màu thành 6 màu (những màu gốc và màu bổ sung cấp 2). Chúng ta tham khảo lý thuyết dựa trên 12 phần bánh xe màu của Johannes Itten, vì nó mang đến nhiều sự hiểu biết sâu sắc hơn về sự tác động của màu



12 phần màu đều nhau đặt ngang quanh theo đường tròn của bánh xe màu dưới đây được dựa trên 3 màu gốc (Màu đỏ, vàng và xanh dương) . Ở giữa 3 màu gốc là những màu bổ sung cấp hai (màu xanh lục, da cam và tím) và là sự hỗn hợp của 2 màu gốc xen kẽ nhau. Các màu bổ sung cấp thứ 3 là những màu ở giữa mỗi màu gốc và màu bổ sung cấp hai. Ví dụ: Giữa màu vàng và cam là màu vàng cam, giữa màu xanh dương và tím là màu xanh tím và vv...

Tất cả các màu quanh phía ngoài của bánh xe màu được gọi là những màu bão hoà. Chúng không bao gồm màu đen, màu trắng và không cả màu bổ sung hay màu đối lập. Một vài cuốn sách sẽ dựa vào những màu bổ sung cấp 3 như một sự hỗn hợp của 3 màu gốc và chỉ chia bánh xe màu thành 6 màu (những màu gốc và màu bổ sung cấp 2). Chúng ta tham khảo lý thuyết dựa trên 12 phần bánh xe màu của Johannes Itten, vì nó mang đến nhiều sự hiểu biết sâu sắc hơn về sự tác động của màu sắc.

Các màu ghép là những màu pha trộn của 3 màu gốc. Tất cả các như màu nâu, kaki và đất là màu ghép.

Sự hỗn hợp màu ghép giữa màu đỏ và xanh được chỉ ra trong sự minh họa dưới đây như là màu nhạt và màu đậm của bánh xe màu . Màu nhạt được làm bằng việc bổ sung màu trắng và bổ sung màu đen sẽ có được màu đậm.



Hãy tưởng tượng một bánh xe màu được phủ kín bằng tất cả sự pha trộn màu ghép giữa tất cả các màu bổ sung. Nếu bánh xe màu

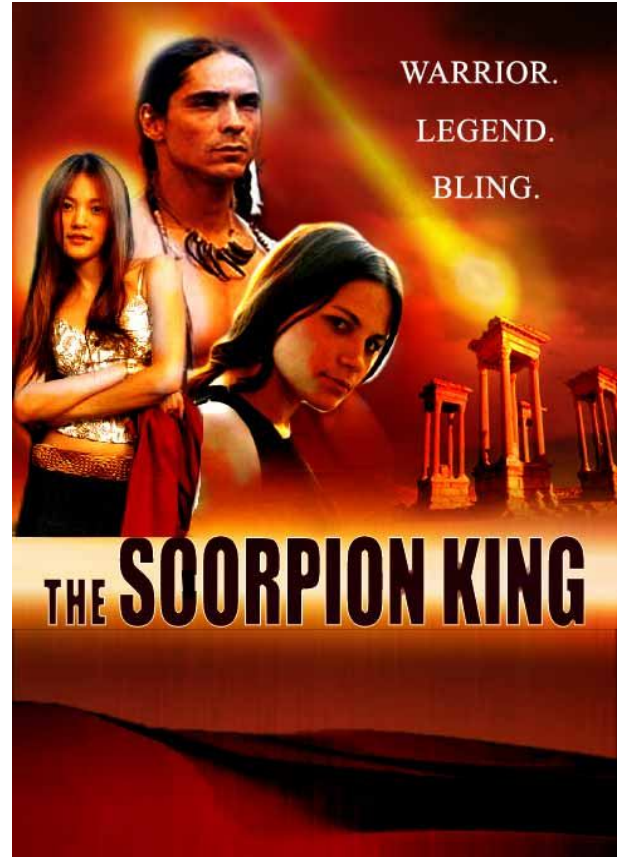
đó được đặt vào giữa một trục với những màu đậm dần lên của tất cả các màu sắc và những màu nhạt dần ở trên, thì trục đó sẽ chứa được mọi màu có thể!

18) Sử dụng màu trong tiếp thị phim và áp phích quảng cáo điện ảnh

Bạn nên có kiến thức như một nhà thiết kế để nhận ra một vài khuynh hướng khi giành thời gian chỉ để xem bộ sưu tập điện ảnh hay nghiên cứu toàn bộ tác phẩm nghệ thuật. Và bạn sẽ nhận thấy rằng có những thực tiễn mà đã được công nghệ thừa nhận chỉ là công việc đơn giản. Vì là một nhà thiết kế đồ họa nên bạn sẽ muốn sao lại những kỹ thuật này bằng cách riêng của mình và cuối cùng thì bạn đã có nguồn tài liệu với kết quả chất lượng giống nhau.

Một trong những vấn đề thông thường nhất trong thiết kế và tiếp thị phim ảnh là sử dụng màu sắc. Bạn thực sự cần bắt đầu hiểu được những điều này và tôi ở đây để giúp bạn làm điều đó, cho dù trong bất kỳ bản thiết kế khác lạ nào của riêng mình thì nghiêm túc mà nói đây chính là những cái sẽ giúp bạn trở thành một nhà thiết kế photoshop. Việc sử dụng cân xứng hoặc bố cục điều chỉnh màu sắc chiếm khoảng 40% thời gian trong quảng cáo điện ảnh.

Bạn biết rằng vấn đề tôi đang nói tới là chủ đề đó chính là cảm giác “Hollywood” đối với một áp phích quảng cáo bởi tông màu chủ đạo thường là đỏ - vàng hoặc xanh dương. Thông thường trong một áp phích quảng cáo đó, các nhà thiết kế sẽ sử dụng sự cân xứng và bố cục điều chỉnh màu sắc trong suốt thời gian thiết kế. Đây là một ví dụ để cho bạn hiểu được khái niệm này:



Điều này quá phổ biến tới mức một người mới như bạn có thể học được cách sử dụng nó và nhanh chóng có được những bản thiết kế chất lượng như mong muốn. Trong áp phích đầu tiên tôi có ba “diễn viên” trên một bố cục nền với bố cục điều chỉnh cân xứng màu sắc ở phía trên cùng với những trượt điều khiển được ngắt hướng xuống “các màu đỏ”. Trong áp phích thứ hai, chỉ có màu nền là gần như có bố cục điều chỉnh màu ở phía trên cũng như phía dưới cùng với một vài ánh sáng đậm hoặc sự dàn trải phủ đều lên các hình ảnh ở trên nó (như các tòa nhà, các dãy núi...).

Bạn cũng có thể dùng màu bằng việc tạo ra một bố cục đầy màu (như là màu xanh dương) hoặc bố cục điều chỉnh màu sắc và thay đổi các hình ảnh hỗn hợp (hoặc bằng kỹ thuật mới nhất) của bố cục màu nhằm “phủ đều” lên được các bố cục phía dưới. Kỹ thuật này cho bạn một sự dàn trải đều đẹp nếu bạn có nhiều bố cục nhẹ hơn ở dưới. Khi bạn nghĩ mình vừa có được điều gì đó tốt đẹp, lãng phí thời gian với những hình ảnh hỗn hợp và nó thường sẽ mang đến chất lượng tốt hơn hoặc ảnh hưởng “phong phú hơn” cho những điều mà bạn có.

Hãy lưu ý tới tông màu chủ đạo. Nếu bạn nghiên cứu các áp phích quảng cáo điện ảnh và cách thức giới thiệu, bạn sẽ lưu ý điều này rất nhiều (hầu hết trong sở thích thiết kế điện ảnh); đây là một điều mà bạn muốn sao chép và có thể thực hiện trong Photoshop. Thực sự đó không phải là điều khó làm, bởi thế tôi hi vọng bạn hài lòng rằng tôi đã mang đến cho bạn một trong những bí mật lớn nhất.

19) 101 lý thuyết màu sắc



Vậy là chúng ta đang bàn đúng về màu sắc đây? Quả là một thử thách lớn, và ai quan tâm tới điều này? Chắc là bạn rồi, nếu bạn muốn thể hiện đồ họa hiệu quả.

Bạn có cảm thấy gọi muốn không sau khi nhìn hình ảnh trên? Bạn cảm thấy vui hay buồn hay thế nào? Thực ra lúc này hầu như bạn chẳng cảm thấy gì. Hãy để tôi hỏi bạn điều này: lần cuối cùng bạn ăn những thứ có màu xanh dương mà không phải là quả việt quất là khi nào? Thế còn một quả trứng luộc quá lửa màu xanh dương thì sao? Dường như kinh khủng quá phải không? Hay về món mì ống màu xanh dương? Tuyệt quá à? Không, chẳng thể được.

Có những màu ảnh hưởng đến tâm lý chúng ta. Lý do tôi muốn so sánh hình ảnh về màu cam và màu vàng hơn là màu xanh dương bởi thường chúng ta bị cuốn hút với thực phẩm có màu cam và vàng hơn. Nói một cách khác, bạn có thể chấp nhận quan niệm thực phẩm là màu cam và màu vàng chứ không phải là màu xanh dương chứ gì? Tôi lại không nghĩ vậy.

Các công ty như: McDonald's, Burger King, Wendy's, v.v... đã nắm bắt được những hiệu quả tâm lý này, bởi thế bạn cũng nên giống như họ. Khi thiết kế, chí ít bạn nên xem xét hàm ý của những màu sắc mà mình sử dụng. Trước đây, nhiều lần bạn đã nghe thấy điều

này hoặc một vài lần bạn không có khái niệm gì. Nhưng tuần này tôi nói đến những điều không có khái niệm.

Hãy để tôi hỏi bạn rằng màu xanh lục khiến bạn cảm thấy thế nào. Còn màu trắng thì sao? Câu trả lời sẽ phụ thuộc vào nơi bạn đến trong thế giới. Ví dụ: ở Hợp Chúng Quốc có một bộ luật “văn hóa” định rõ nghĩa các màu sắc. Màu trắng là tinh khôi như trong các đám cưới. Màu đen là sự uy nghiêm như tại các đám tang. Những màu này được xem là những màu của tinh thần. Chúng ảnh hưởng tới việc chúng ta nghĩ như thế nào về điều chúng ta hướng đến. Hãy xem những biểu tượng dưới đây. Trên mỗi màu mang nghĩa phổ biến chung trong các thị sát ở Hợp Chúng Quốc.

Các miêu tả và những màu sắc này có tạo cảm giác cho bạn không? Chúng đều ảnh hưởng tới hầu hết mọi người. Thực tế, một số nghiên cứu vừa được thực hiện để tìm ra bằng chứng xác đáng rằng chúng có ảnh hưởng tới con người theo nhiều cách mà đôi khi chúng ta thậm chí không nhận thấy. Các phòng bệnh thường sử dụng màu vàng và xanh lục để giúp những bệnh nhân cảm thấy mình khỏe hơn. Martha Stewart sử dụng những màu xanh lục trong thương hiệu của cô để truyền đạt một cảm giác tự nhiên và quang cảnh đẹp. Hãy nhìn một lô gô của ngân hàng. Hầu hết lô gô đó sẽ là màu xanh nhạt để truyền tải một cảm giác về sự an toàn, sự êm đẹp cũng như sự mạnh mẽ. Và đương nhiên, tất cả các quán ăn nhanh yêu thích của bạn đều sử dụng màu vàng nhằm tạo cho bạn cảm thấy đói hơn.

Vì thế quan điểm của tôi đó là màu sắc quan trọng vô cùng. Thực tế, ngay cả một nhà thiết kế cũng không chọn những màu là sở thích của tôi hay không. Bởi có một lần, tôi đã lúng túng khi điền vào một bản khảo sát trực tuyến vì họ đã hỏi tôi rằng màu mà tôi yêu thích là gì?

Kể từ đó, tôi thực sự quan tâm hơn tới tầm quan trọng của màu sắc, tôi đã dành nhiều thời gian tìm hiểu cho bất cứ một màu sắc nào. Vậy nên tôi thích tất cả các màu sắc khi chúng được sử dụng hợp lý. Mà như vậy là không có nghĩa rằng bạn không thể phá vỡ được các quy tắc! Nhưng bạn phải nắm rõ được những quy tắc đó trước khi bạn có thể phá bỏ chúng sao cho phù hợp. Dù chỉ là màu trong thiết kế, nhưng nó lại quan trọng đối với chủ đề của

bạn. Hãy sử dụng màu sắc sao cho bản thiết kế thêm thân thiện hơn với người sử dụng và hài hoà hơn. Màu sắc nên là một sự phản ánh nội dung của trang web và thương hiệu của công ty. Tức là, chỉ từ một quan điểm nghệ thuật hoàn hảo, màu sắc có thể mang tới một sự phù hợp hoặc mâu thuẫn cho trang web đó.

20) Ảnh hưởng tâm lý từ màu của website

Một vài website được xếp hạng cao nhất bằng bản sao tiếp thị công khai, hoạt ảnh và các thái cực màu sắc. Trong khi nhiều nhà thiết kế website lại lựa chọn cách tiếp cận “tối ưu nhất” với màu sắc dịu nhẹ quá mức, cỡ chữ nhỏ

Tôi từng dành rất nhiều thời gian lướt internet theo cái nhìn phê bình về tác động tâm lý của các website tới người xem.

Tôi từng cố gắng để “cảm nhận” lời nói dài dòng và những lựa chọn màu sắc của bất kỳ website nào trong việc họ làm thế nào để người truy cập cảm thấy thật sự xúc động. Một vài website được xếp hạng cao nhất bằng bản sao tiếp thị công khai, hoạt ảnh và các thái cực màu sắc. Trong khi nhiều nhà thiết kế website lại lựa chọn cách tiếp cận “tối ưu nhất” với màu sắc dịu nhẹ quá mức, cỡ chữ nhỏ, hình ảnh không nhiều và càng ngày càng ít đi nhưng những từ ngữ diễn tả nhiều hơn.

Trong bản nghiên cứu riêng của mình, tôi nhận thấy rằng ấn tượng đầu tiên quan trọng nhất và yếu tố tâm lý tác động đến người truy cập website là màu sắc. Thật ra, internet là một phương tiện truyền đạt vô cùng tâm lý và rất trực quan. Tuy nhiên, trước khi đọc được từng từ của bản sao tiếp thị thì những người truy cập website thấy khó chịu với màu nền của website, màu tiêu đề, màu chữ, v.v... . Hãy nhớ rằng, màu sắc giống như từ ngữ, có thể được sử dụng như một ngôn ngữ diễn đạt tốt, đôi khi còn đạt được một mức độ cảm xúc cao hơn để tác động vào cảm giác của người xem.

Đây là một danh sách hướng dẫn đơn giản những màu sắc thông thường và các kiểu ấn tượng đầu tiên, cảm xúc tâm lý mà chúng có thể mang tới người xem trang web:

Màu đỏ mang đến những cảm xúc yêu thương, sự say đắm, sự đe dọa, sự ám áp, sự kích động, sự nuôi dưỡng, sự bốc đồng, hành động và sự phiêu lưu.

Màu xanh dương có thể mang đến những cảm xúc về sự tin cậy, thành công, tính thành thật, sự điềm tĩnh, sức mạnh và tính chuyên nghiệp.

Màu xanh lục có thể mang đến những cảm xúc về tiền bạc, tự nhiên, sinh vật, sức khoẻ, sự hàn gắn, sức sống và sự hài hoà.

Màu cam có thể mang đến những cảm xúc về sự sung túc, tính sáng tạo, dịp lễ kỷ niệm, vui vẻ, tuổi trẻ và khả năng.

Màu tím có thể mang đến những cảm xúc về hoàng gia, sự công bằng, sự mơ hồ, chắc chắn, xa xỉ, sự tương tượng và những giấc mơ.

Màu trắng có thể mang đến những cảm xúc về sự ngây thơ, trong trắng, sạch đẹp và sự mộc mạc.

Màu vàng có thể mang đến những cảm xúc của sự tò mò, tính khôi hài, sự hân hoan và sự giải trí.

Màu hồng có thể mang đến sự mềm mại, ngọt ngào, ngây thơ, trẻ trung và sự dịu dàng.

Màu nâu có thể mang đến những cảm xúc về tạo hoá, bộ lạc, nguyên thủy và sự giản dị.

Màu xám có thể mang đến những cảm xúc về tính trung lập, sự lãnh đạm.

Màu đen mang đến những cảm xúc về sự nghiêm trang, sự kín đáo, bí ẩn và bí mật.

Visibone.com. là một liên kết biểu đồ màu (color chart) toàn diện giúp cho bạn thành công trong việc phối màu.

Màu sắc trợ giúp bán các ý tưởng hoặc sản phẩm website của bạn. Màu sắc có thể làm sao nhãng thậm chí từ chối người truy cập website. Bởi thế bạn hãy lựa chọn màu sắc của mình một cách khôn ngoan. Đừng lựa chọn đơn giản quá, những màu mà bạn muốn hoặc

màu khác thường chỉ vì chúng khác lạ. Hãy nhớ rằng bạn đang cố gắng để thu hút được nhiều người tới xem trang web của mình, nên phải chắc chắn rằng các màu sắc trên trang web đó phải hấp dẫn với đa số người xem hơn là chỉ với một số người.

21) **Những thẻ tham khảo nhanh đến tâm lý màu sắc**



Nếu bạn định là một nhà chuyên nghiệp trong bất cứ lĩnh vực sáng tạo/ nghệ thuật nào thì bạn phải hiểu về màu sắc. Chúng tôi đã đề cập một chút về lý thuyết màu sắc trên trang web của mình, nhưng lúc này thì chúng tôi sẽ đi sâu vào vài điều tương đối quan trọng - tâm lý màu sắc.

Màu sắc tác động đến tâm trạng chúng ta. Phụ thuộc vào chúng ta sống nơi nào trên thế giới mà chúng ta cảm nhận về màu sắc theo văn hoá nơi đó. Thậm chí, chỉ trong phạm vi một đất nước thôi, " ý nghĩa" của màu sắc cũng còn thay đổi theo thời gian. Mặc dù vậy, ngày nay các nhà tâm thần học đều có khả năng xác định được một vài sự thật phổ biến về màu sắc và tác động của nó lên "tinh thần" của chúng ta (tâm lý tập quán gạt bỏ hoàn toàn ý tưởng rằng màu sắc có thể tác động tới tâm trạng của chúng ta).

Điều này tại sao quá quan trọng đến vậy? Đơn giản là, nếu bạn định tạo một trang web thể hiện những ý tưởng về tự nhiên thì bạn nên tránh màu tía. Bởi màu này ít xuất hiện trong thế giới tự nhiên và thường được xem như là màu "nhân tạo". Tuy nhiên, nếu trang web của bạn là về các đồ đạc trang bị nhà cửa và nội thất sang trọng thì những điểm nhấn màu tía lại là những ý tưởng thể hiện đầy đủ về hoàng gia, sự xa xỉ, sự giàu sang và cả sự tinh tế.

Hãy thực hiện nó khi bạn có ý tưởng.

Màu sắc trong quảng cáo

Tôi thực sự vừa đề cập đến ý tưởng rằng màu sắc có thể hoặc nên tác động vào bố cục của website. Thực tế, có nhiều qui tắc đơn giản trong việc lựa chọn sự phối màu hợp lý, và hầu hết chúng đều liên quan tới việc màu sắc ảnh hưởng tới cảm nhận của các cá nhân như thế nào.

Ví dụ, nếu bạn đang bán các sản phẩm trên trang web của mình, bạn nên hiểu vai trò cụ thể của tâm lý màu trong việc tiếp thị trực tuyến. Màu đỏ kích thích chúng ta hành động, tượng trưng tính công phá, sôi nổi còn khi được ghép với màu xám, nó tượng trưng cho tính bốc đồng. Màu xanh dương tượng trưng tính nhạy cảm trong cảm xúc và lòng trung thành. Trong một hoạt động kinh doanh trực tuyến, các sắc thái đỏ, xanh dương và nâu thể hiện cho sự "an toàn nhất". Trên một trang web thương mại, màu trắng luôn được xem như là "chuyên nghiệp" bởi nó là màu tạo ra ấn tượng đầu tiên.

Lịch sử của tâm lý màu sắc

Johann Wolfgang Goethe là một trong những người đầu tiên kết nối màu sắc và tâm lý thông qua cuốn sách có tựa đề " Lý thuyết màu sắc" của mình. Năm 1947, Max Luscher đã đưa những lý thuyết của Goeth lên một bước tiến xa hơn và thực sự đã tạo ra một cuộc trải nghiệm màu với mục đích sử dụng của các nhà tâm thần học, tâm lý học, bác sĩ và cả những người khác có liên quan đến "các đặc tính tiềm thức và vô thức cũng như động lực của những cái khác". Không nói đến sự dễ dàng có thể nhận thấy được trong cuộc trải nghiệm của Luscher thì nó được coi là một cuộc trải nghiệm tâm lý chuyên sâu mà có thể chỉ ra được vô số những điều có liên quan tới tính cách của con

người.

Ý nghĩa màu sắc

Về điểm này tôi thấy có nhiều điều ngộ nghĩnh. Thực ra, bạn có thể in ra các thẻ dưới đây và giữ lại chúng để tham khảo, tôi đảm bảo không chỉ sẽ khiến bạn “nhìn” chuyên nghiệp hơn cùng với một bộ sưu tập này mà bạn còn sẽ có khả năng thực hiện công việc của mình chuyên nghiệp hơn một cách dễ dàng và nhanh chóng.

Các thẻ tâm lý màu sắc


BLACK

Black is the color of authority and power. It is popular in fashion because it makes people appear thinner. It is also stylish and timeless. Black also implies submission. Priests wear black to signify submission to God. Some fashion experts say a woman wearing black implies submission to men. Black outfits can also be overpowering, or make the wearer seem aloof or evil. Villains, such as Dracula, often wear black.

In design, black creates an immediate sense of sophistication - both web design and graphics/art can benefit from the classic shades of black and white.

Some Ideas for Playing With Black:

- * Try desaturating your images (Image - Adjustments - Desaturate) for a different kind of impact.
- * Start out with a black canvas instead of white - you might be surprised at what you end up with.




WHITE

Brides wear white to symbolize innocence and purity. White reflects light and is considered a summer color. White is popular in decorating and in fashion because it is light, neutral, and goes with everything. However, white shows dirt and is therefore more difficult to keep clean than other colors. Doctors and nurses wear white to imply sterility.

In design, white is equated with corporations and, more generally, professionalism. Beyond the symbols above, white in art and design boosts the credibility factor immediately.

White in Cultures Around the World:

- * Japan: White carnation symbolizes death
- * Eastern: Funerals
- * Western: Brides, angels, good guys, hospitals, doctors, peace (white dove)



RED

The most emotionally intense color, red stimulates a faster heartbeat and breathing. It is also the color of love. Red clothing gets noticed and makes the wearer appear heavier. Since it is an extreme color, red clothing might not help people in negotiations or confrontations. Red cars are popular targets for thieves. In decorating, red is usually used as an accent. Decorators say that red furniture should be perfect since it will attract attention.

The most romantic color, pink, is more tranquilizing. Sports teams sometimes paint the locker rooms used by opposing teams bright pink so their opponents will lose energy.

Use red in art and design sparingly. It should make an impact as an accent - but shouldn't be used as a focal color. Matched with black, it will be vibrant and exciting. Matched with white, it will be more romantic.



BLUE

The color of the sky and the ocean, blue is one of the most popular colors. It causes the opposite reaction as red. Peaceful, tranquil blue causes the body to produce calming chemicals, so it is often used in bedrooms. Blue can also be cold and depressing. Fashion consultants recommend wearing blue to job interviews because it symbolizes loyalty. People are more productive in blue rooms. Studies show weightlifters are able to handle heavier weights in blue gyms.

Blue remains one of the most popular colors in art and design, as well. "Corporate Blue" is used by companies as successful as Microsoft - for a reason.

Cultural Meaning of Blue You Might Not Know:

The Cherokee tribe of Native American Indians used blue as a symbol of defeat, and trouble.



GREEN

Currently the most popular decorating color, green symbolizes nature. It is the easiest color on the eye and can improve vision. It is a calming, refreshing color. People waiting to appear on TV sit in "green rooms" to relax. Hospitals often use green because it relaxes patients. Brides in the Middle Ages wore green to symbolize fertility.

Dark green is masculine, conservative, and implies wealth. However, seamstresses often refuse to use green thread on the eve of a fashion show for fear it will bring bad luck.

Using green in art and design should be done in a way that keeps a close eye on the above symbols - green is a strong color, and will make an impact. Often, green is used as an accent that harmonizes with dark blues. Used as a focal point, it can scream "money" - which is why it's often used by banks.



YELLOW

Cheerful sunny yellow is an attention getter. While it is considered an optimistic color, people lose their tempers more often in yellow rooms, and babies will cry more. It is the most difficult color for the eye to take in, so it can be overpowering if overused. Yellow enhances concentration, hence its use for legal pads. It also speeds metabolism.

Limit your use of yellow in art and design to accents. You want to grab your viewer's attention - not stress their eyes or grate on their nerves.

Yellow in Cultures Around the World:

- * China: Nourishing
- * Egypt: Color of mourning
- * Japan: Courage
- * India: Merchants
- * Western: Hope, hazards, coward



PURPLE

The color of royalty, purple connotes luxury, wealth, and sophistication. It is also feminine and romantic. However, because it is rare in nature, purple can appear artificial.

In art and design, purple is highly useful for fashion and conveying a sense of artifice - whether you want to make a statement about the world, or just soften the look, pairing purple with other colors can be stunning.

Much as with red, purple can be overpowering on its own. Pair it with black for a bright, eye-opening look, or white for romanticism.

Purple in Cultures Around the World:

- * Thailand: Color of mourning (widows)
- * Western: Royalty



22) Lý thuyết màu sắc- một vài nét sơ đẳng cơ bản

Sự phối màu không sắc do màu đen và màu trắng cấu thành nên và những màu xám khác nhau mà chúng tạo ra. Bạn có thể tạo ra những không sắc khác nhau bằng cách thêm một chút màu khác.

Tính đơn sắc: Nếu bạn chỉ sử dụng một màu đơn cơ bản từ bánh xe màu cùng những bóng mờ và đường chỉ khác nhau của nó thì sự phối

màu đơn sắc luôn là một lời dự đoán an toàn cho sự hài hoà về màu sắc. Tuy nhiên, nó có thể thường là sự phối màu giảm dần cho nhà thiết kế và họa sĩ, những người sợ pha màu không đúng.



Sự tương đồng: Một sự tương đồng gồm 3 màu liền kề nhau trên bánh xe màu. Những màu này thường hài hoà và ưa nhìn.



Phối màu căn bản: Đây là những màu cơ bản mà đã từng được những họa sĩ như Mondrian sử dụng (ông hiếm khi sử dụng màu xanh lá cây trong tác phẩm của mình). Phối màu căn bản được hình thành từ một sự pha trộn của màu đỏ, màu xanh dương và màu vàng, và sự pha màu này mang lại sự sôi nổi và mạnh mẽ.

Phối màu bổ sung cấp thứ hai: Phối màu bổ sung cấp thứ hai được hình thành từ màu cam, màu xanh lục và màu tím. Sự phối màu này cũng có thể mang lại sự mạnh mẽ và tươi mát.

Phối màu bổ sung cấp thứ ba: Những màu được phối ở cấp này thì phức tạp hơn một chút và khó định được khái niệm. Nhưng về cơ bản thì vẫn có kiểu phối màu thuộc phối màu bổ sung cấp thứ ba. Những màu được phối ở cấp độ này thường có khoảng cách cách đều nhau trên bánh xe màu. Và như vậy, một sự phối màu bổ sung cấp ba chỉ xảy ra khi sử dụng pha màu từ ba màu cách đều nhau trên bánh xe màu.



Cảm ơn bạn đã dành thời gian đọc bài báo này và tôi hi vọng dù thế nào nó cũng giúp được bạn ít nhiều.

23. Hợp lý hoá điều chỉnh thiết kế bằng những màu giới hạn

Trước khi bắt đầu thiết kế, hãy chú ý đến sự phối màu nháp mà bạn muốn áp dụng cho trang web của mình. Thường có 3 kiểu mẫu phối màu nháp khác nhau cho những màu sắc được áp dụng cho các trang web: thứ nhất (mức độ thay đổi của chỉ một màu), thứ hai (mức độ thay đổi của màu đối lập) và thứ ba (3 màu gốc được sử dụng liên tục). Khi bạn nhớ được những màu gốc thì hãy thể hiện nó theo ý tưởng bố cục của mình.

Trước khi thiết kế, hãy tạo ra một bộ màu mẫu, điều đó sẽ làm cho trang web được sắc nét và hài hoà.



Mở bảng trình đơn bộ màu mẫu (Swatches Menu). Đến chỗ thay thế màu mẫu (Replace Swatches) và chọn những màu phù hợp cho web (Web Safe Colors).

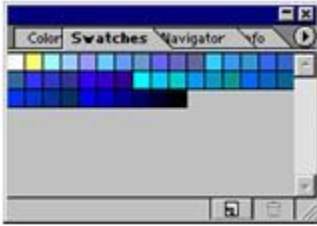


Hôm nay, tôi có tâm trạng không vui, vì vậy tôi muốn giới hạn bảng màu Palét của mình để thể hiện được điều đó. Thật ra bạn có thể chọn bất kỳ màu nào ... Như ví dụ này, tôi chỉ sử dụng màu xanh. Hơn nữa, tôi cũng định dùng thêm chỉ một màu vàng nữa cho bản thiết kế của mình....

Nhấp chuột phải để xoá những màu mẫu không phù hợp với tiêu chuẩn bạn đã thiết lập.



Một khi bạn có được một nhóm màu phù hợp với sự phối màu của mình thì hãy xem thêm những màu bạn chưa dùng đến.



Và bây giờ chúng ta sẽ loại trừ nhóm màu này cho đến khi chỉ còn khoảng 8-10 màu.



Lúc này, khi thiết kế trang web của mình, tự mình chắc rằng chỉ dùng trong những màu này thôi. Hãy lưu lại bộ màu mẫu đó để bạn có thể dùng lại nó sau này.



Hãy xem lại quy trình thiết kế. Nó có thể mất vài lần chạy thử nhưng thực tế việc thiết kế không chỉ có mỗi ký tự mà còn là cả một bố cục lớn về màu sắc.



24. Làm thế nào để sử dụng màu sắc hiệu quả

Màu sắc là sức mạnh và tạo ra những cảm xúc mạnh mẽ. Chúng cũng có thể làm cho trang web của bạn trông có vẻ chuyên nghiệp hoặc giống như một rạp xiếc. Dưới đây là một vài thủ thuật chính mà bạn nên dùng mỗi khi muốn tạo một trang web:

1 – Sử dụng những màu sắc tương phản

Nó thật sự là quan trọng để có được sự tương phản giữa chữ và màu nền làm cho nội dung trang web của bạn dễ đọc hơn. Nhiều trang web thành công sử dụng chữ màu tối trên một nền màu sáng (hoặc ngược lại).

Trong khi chữ màu sáng trên một nền màu tối có thể dễ đọc hơn đối với một số người, và nó thật sự quan trọng để sử dụng phương pháp này một cách hạn chế.

2 – Ít màu mà mang lại hiệu ứng tối đa

Bạn chỉ có thể dùng được 58 màu khác nhau trên trang web của mình nhưng không có nghĩa là bạn nên dùng cả. Nếu chỗ nào bạn cũng

dùng màu thì sẽ mất đi hiệu ứng của nó. Một quy tắc tốt đó là hãy tạo ra hiệu ứng tối đa, sử dụng một màu cho những tiêu đề và một màu bổ sung khác cho nội dung.

3 - Màu sắc bổ sung không đầy đủ

Những gam màu mà bạn nhìn thấy trên những hướng đối diện của bánh xe màu thì được gọi là những màu bổ sung. Ví dụ, màu cam là màu đối ngược với màu xanh dương trên bánh xe màu. Khi bạn sử dụng những màu bổ sung sát nhau thì chúng sẽ làm cho một trang web trở nên khó nhìn, do chúng làm cho mắt của bạn khó tập trung hơn. Các màu cũng có thể không điều hợp với nhau khi được quan sát cùng một lúc.

Website của bạn nhìn sẽ thú vị hơn và những người truy cập sẽ cảm ơn bạn bởi bạn đã luôn sử dụng những thủ thuật trên để chọn màu trong khi tạo ra một trang web của mình.

25. Màu sắc tôn vinh nhãn hiệu của bạn

Những nghiên cứu gần đây đã chỉ ra rằng yếu tố màu sắc thực sự góp phần nâng cao nhận thức nhãn hiệu và đóng vai trò lớn trong các lựa chọn mua sắm của khách hàng. Nó cũng gợi mở trí nhớ và kích lệ cảm xúc. Ngay cả khi màu sắc nhãn hiệu của bạn đã hợp lý, đừng dừng lại ở đó. Hãy chắc chắn rằng những màu sắc bạn lựa chọn đang truyền tải một thông điệp thích hợp tới các khách hàng.

Lấy ví dụ ở logo công ty bạn. Xét về mặt cốt lõi của hình ảnh nhãn hiệu, nó gửi đi một thông điệp then chốt về sản phẩm hay dịch vụ của công ty bạn, hoặc ở một góc độ nào đó, nó tạo ra sự khác biệt giữa nhãn hiệu công ty bạn với các nhãn hiệu cạnh tranh khác. Mỗi một màu sắc đều mang trong mình một thông điệp riêng biệt. Điều này có nghĩa là nếu logo của bạn sử dụng bốn màu sắc, bạn đang gửi đi bốn thông điệp khác nhau trong cùng một lần. Thậm chí nếu các thông điệp là bổ sung cho nhau, chỉ một vài khách hàng có thể nhớ và liên tưởng tới tất cả các ý tưởng trong nhãn hiệu của bạn.

Một ví dụ khác đó là ở tấm danh thiếp kinh doanh, phần đầu đề thư hay các sản phẩm văn phòng phẩm khác. Không kể đến những nỗ lực nhãn hiệu cổ kết, một tấm danh thiếp đa màu sắc có thể được xem là

một lựa chọn tốt, nhưng càng nhiều màu sắc bạn sử dụng, yếu tố khác biệt sẽ càng ít đi. Bạn đang sử dụng màu sắc để củng cố các đặc tính nhãn hiệu, hay bạn đang gửi đi các thông điệp xung đột lẫn nhau?

Một số công ty thành công có những cách thức sử dụng màu sắc nhãn hiệu của riêng mình. Trong tâm trí của người tiêu dùng, UPS là màu nâu. Trong thị trường nước giải khát, Coke là màu đỏ. Hơn nữa, màu xanh của IBM là khác hẳn so với màu xanh của Tiffany.

Mỗi một công ty hàng đầu trên thị trường thường lựa chọn một màu sắc cụ thể đóng vai trò là màu sắc chủ đạo cho logo và hình ảnh nhãn hiệu của mình. Một vài công ty lựa chọn sự phối kết hợp của hai màu sắc, như FedEx với màu tím và màu da cam, song hiếm khi bạn thấy được một nhãn hiệu lớn được xây dựng trên nền tảng quá hai màu sắc cơ bản. Ngoại lệ có thể là ở những công ty có sản phẩm hay dịch vụ khá đa dạng và có nội dung thiên về màu sắc, chẳng hạn như Skittles với bảy sắc cầu vồng của các hương vị hoa quả, hay các công ty in ấn.

Bài học thất bại của một số hãng bia mới ở châu Âu đã chứng tỏ cho tầm quan trọng của yếu tố đặc trưng trong màu sắc nhãn hiệu. Sau khi thành lập, nhiều hãng bia đã sử dụng màu xanh lá cây cho hình ảnh nhãn hiệu của mình. Đây là một lựa chọn sai lầm khi mà qua thời gian, nhãn hiệu của các công ty bia này không những không gây được ấn tượng mà có phần ngày một phai mờ hơn.

Nguyên nhân xuất phát ở chỗ tại châu Âu cũng như trên toàn thế giới, màu xanh lá cây đã quá in đậm trong tâm trí người tiêu dùng như là một màu đặc trưng của hãng nhãn hiệu bia Heineken. Họ không mấy quan tâm tới những màu sắc tương tự và do đó, những nhãn hiệu có màu xanh lá cây sẽ không gây được sự chú ý nào cả.

Rõ ràng, việc sử dụng màu sắc một cách riêng biệt sẽ là tốt nhất trong hình ảnh nhãn hiệu hay các dữ liệu tiếp thị. John Williams, chủ tịch kiêm sáng lập viên LogoYes.com, trang web đầu tiên và lớn nhất thế giới về logo và nhãn hiệu công ty, đề xuất về việc xây dựng một bảng màu sắc hai thành phần cho hình ảnh nhãn hiệu bao gồm những màu chủ đạo cho logo cùng các văn phòng phẩm khác và những màu bổ sung cùng hình ảnh đồ họa phụ trợ cho trang web và các dữ liệu in ấn phức tạp hơn.

Với 25 năm kinh nghiệm quảng cáo của mình, John đã xây dựng các chuẩn mực nhãn hiệu cho nhiều công ty trong danh sách Fortune 100 (100 công ty lớn nhất thế giới) như Mitsubishi, IBM, GM,... Ông

khuyến rằng trước khi lựa chọn một bảng màu sắc phù hợp cho việc xây dựng nhãn hiệu, bạn hãy quan tâm tới những vấn đề sau:

1) Các màu sắc có lôi cuốn những khách hàng mục tiêu của mình?

Theo John Williams, việc xây dựng màu sắc nhãn hiệu lôi cuốn còn là một phương thức tiếp thị hiệu quả. Tuy nhiên, nhiệm vụ này không mấy dễ dàng do có khá nhiều yếu tố khác nhau tác động. Cùng với thời gian, sản phẩm phải được khách hàng chấp nhận nên khi chọn màu biểu tượng cho sản phẩm đòi hỏi bạn phải có tầm nhìn sao cho màu sắc đó luôn mới mẻ, hiện đại trong con mắt khách hàng. Bạn hãy tính tới độ tuổi, giới tính, văn hoá và các yếu tố nhân khẩu học khác của các khách hàng mục tiêu.

2) Màu sắc chủ đạo của mình có riêng biệt?

Nó có nổi bật so với các nhãn hiệu cạnh tranh khác? Nếu nhãn hiệu của bạn nhỏ hơn, việc chia sẻ cùng màu sắc với những hãng dẫn đầu thị trường có thể là hợp lý lúc ban đầu. Song việc này rất dễ đẩy mạnh vị thế của các hãng dẫn đầu thị trường đó do sự nhầm lẫn của người tiêu dùng giữa nhãn hiệu của bạn với nhãn hiệu của hãng kia. Tốt nhất, hãy tạo dựng cho nhãn hiệu một màu sắc riêng biệt. Nhiều thập kỷ qua, màu đỏ luôn là đặc trưng của hãng bột ngọt Ajinomoto. Màu đỏ đó không hề thay đổi theo thời gian, thể hiện sự vững bền của công ty và của sản phẩm, đồng thời ăn sâu vào tâm trí của từ thế hệ khách hàng này đến thế hệ khách hàng khác.

3) Màu sắc mang ý nghĩa hay truyền tải thông điệp gì?

Ý nghĩa hay thông điệp của màu sắc cần thích hợp với nhãn hiệu của bạn. Mỗi sản phẩm đều có mối liên hệ nhất định với màu sắc nào đó. Nhất là những sản phẩm nổi tiếng thường được nhớ tới và nhận ra qua dấu hiệu chủ yếu là màu sắc.

4) Màu sắc chủ đạo có hợp thời hay đảm bảo sự bền vững nhất định?

Yếu tố thời trang hay xu hướng luôn thích hợp với các khách hàng trẻ tuổi, nhưng có thể không mấy dễ dàng với những khách hàng lớn tuổi hơn. Do vậy, tùy từng khách hàng mục tiêu, yếu tố màu sắc sẽ có thay đổi cho thích hợp. Một điều cần chú ý khác đó là màu sắc nhãn hiệu cần có sự bền vững, chứ không thể thay đổi liên tục được. Phụ thuộc vào mục tiêu kinh

doanh, bạn có thể lựa chọn cho mình những màu sắc nhất định và phù hợp. Song quan trọng ở chỗ bạn cần đảm bảo tính ổn định cho màu sắc đó. Hàng trăm năm qua, chúng ta luôn dễ dàng nhận thấy trên thị trường những biểu tượng màu sắc cố định như màu vàng của chè Lipton, màu đỏ của Coca Cola,...

5) Những màu sắc trực tuyến tương ứng sẽ là gì?

Sau khi xác định bảng phối màu sắc, thách thức tiếp theo của bạn sẽ là đảm bảo một sự mô phỏng tối ưu các màu sắc nhãn hiệu của bạn trên tất cả các phương tiện truyền thông khác nhau. Bạn cần giữ vững sự trung thành với các màu sắc nhãn hiệu đã lựa chọn trong các bản mô phỏng và nhớ rằng chính yếu tố xuyên suốt này đóng vai trò thiết yếu để lôi kéo người tiêu dùng. Một cách khá đơn giản, càng nhiều màu sắc không có nghĩa là càng lôi cuốn hơn. Màu sắc nên tách biệt với nhãn hiệu, và sẽ đóng vai trò kích lệ sự liên tưởng tới nhãn hiệu. Công ty nào lựa chọn cho mình những màu sắc nhãn hiệu một cách chiến lược và sử dụng chúng một cách xuyên suốt chắc chắn sẽ có những tương lai sáng lạn.

26. Nghệ thuật về sắc độ và màu sắc

Màu sắc luôn tác động đến cuộc sống của chúng ta.

Màu sắc là hiện tượng vật lý mà mắt chúng ta thấy được.

Màu sắc có ngôn ngữ riêng của nó mà chúng ta phải tự cảm nhận.

Màu sắc có sức mạnh làm tâm hồn chúng ta rung động.

Người ta có thể dùng nghệ thuật phối màu để nói lên ý tưởng của mình mà không cần đến lời nói hay câu văn.

Màu sắc ngoài cái đẹp trời cho còn có một chiều sâu kín đáo, chính cái điều kỳ diệu ấy làm rung động lòng người. Tất nhiên không phải lúc nào màu sắc cũng đẹp, không phải lúc nào màu sắc cũng hài hoà.

Vì vậy nghệ thuật phối màu sẽ bù đắp những khuyết điểm đó.

Tóm tắt những khái niệm

Màu dương tính:

Màu được tạo ra từ một nguồn sáng. Ví dụ: khi những màu cơ bản: Đỏ; Xanh lá cây và Xanh da trời phối hợp với nhau sẽ tạo ra màu trắng.

Màu âm tính:

Là màu được xác định bởi sự hấp thu ánh sáng. Ví dụ: khi màu Xanh lục, Đỏ cánh sen và Vàng được phối hợp chúng sẽ tạo ra màu nâu đen.

Nếu bạn phối những màu dương tính cơ bản bạn sẽ được những màu âm tính cơ bản và ngược lại.

Hiểu được mối quan hệ đối nghịch này trong màu sắc rất cần thiết khi phải xác định và chỉnh sửa những trục trặc về màu sắc.

Ví dụ: Nếu một hình ảnh quá xanh, bạn có 2 cách để tiếp cận vấn đề: Hoặc tăng thêm màu vàng vốn là màu đối nghịch với xanh da trời nhằm làm trung hoà màu xanh da trời. Hoặc giảm bớt màu xanh da trời trong hình ảnh. Cả 2 cách đều đi đến cùng một kết quả là giảm bớt được màu xanh.

Vòng tròn màu căn bản (the color wheel)

Vòng tròn màu căn bản có 12 cung chia đều theo hình nan quạt trên diện tích hình tròn, mỗi cung có 8 cấp độ màu đi dần vào tâm vòng tròn từ đậm đến nhạt. 12 cung x 8 cấp độ sẽ tạo ra 106 màu căn bản và được đánh số từ 1 đến 106 đó cũng là kí hiệu khi ta chọn màu. Ví dụ: Số 1 là màu đỏ sậm nhất (C:0 – M:100 – Y:100 – K:45) số 36 là màu vàng tươi (C:0 – M:0 – Y:100 – K:0) số 84 (C:80 – M:100 – Y:0 – K:0) là màu tím rượu nếp than (híc nghe mà...thèm) số 68 (C:100 – M:60 – Y:0 – K:0) là màu xanh nước biển...

Vòng tròn màu căn bản được tạo ra từ 3 màu: Đỏ - Vàng - Lục lam. Từ ba màu này, màu sắc được pha lẫn hai màu với nhau (ví dụ: Đỏ + Vàng = Da cam) rồi ba màu trộn lại với nhau, cứ thế ta sẽ có hơn 3.400 màu thông dụng nhất trong thiết kế đồ hoạ và nếu cứ pha, pha và pha trộn mãi bạn sẽ có hàng tỷ sắc màu cho...riêng bạn.

Cách dùng màu:

- Cấp thứ nhất (Primary)

Dùng 3 màu: Đỏ - Vàng - Lục lam để phối ra các sắc độ màu khác nhau.

- Cấp thứ hai (Secondary)

Nếu lấy màu đỏ chồng lên màu vàng sẽ được màu da cam, lấy màu đỏ chồng lên lục lam sẽ có màu tím, lấy màu vàng chồng lên màu lục lam sẽ được màu xanh lá cây...

Cách lấy 2 màu chồng lên nhau để tạo ra màu khác như trên được gọi là màu chồng đơn.

- Cấp thứ ba (Tertiary)

Từ 3 màu căn bản: Đỏ - Vàng - Lục lam chúng ta đã phối ra màu da cam – xanh lá – tím. Nếu chồng các màu ở cấp Primary và Secondary, ta sẽ được các màu ở cấp Tertiary là: Đỏ cam – Vàng cam – Vàng xanh – Xanh lơ – Xanh tím và Đỏ tím.

Không có “cái gọi là” màu đen, màu xám hay màu trắng vì màu trắng chỉ là sắc độ giảm tối đa của một trong 12 màu trên vòng tròn màu, màu xám và đen chính là sắc độ tăng tối đa của những màu trên (quá xá là đúng)

Trình tự phối màu:

- Bước 1: Xác định rõ hiệu ứng màu sắc bạn muốn đạt được.(Hiệu ứng màu sẽ nói ở các phần sau của bài này)
- Bước 2: Chọn 1 màu chính đặc trưng cho chủ đề muốn thể hiện.
- Bước 3: Chọn 1 màu hỗ trợ cho màu chính. Để có thể tìm được màu hỗ trợ một cách nhanh chóng, bạn dùng 2 màu đối diện nhau trong vòng tròn màu căn bản.

Ví dụ: Màu đỏ được chọn là màu chính thì màu hỗ trợ cho nó là màu xanh lá cây. Tương tự như vậy ta có các cặp màu chính và màu hỗ trợ như sau:

Màu Gạch cua – Xanh ve chai.

Da cam – Xanh dương.
Nghệ - Chàm.
Vàng – Tím.
Vàng xanh - Đỏ tím...

Màu chính và màu hỗ trợ có tính năng làm tăng nét rục rờ, linh động và giúp nhau nổi bật lên.

Ví dụ: Nếu ta đặt cánh hoa vàng trên phong nền tím, hoa vàng sẽ rục rờ hơn nhờ màu tím làm nền đậm. Nhưng nếu cũng với cách thức ấy, dùng nền màu trắng hay xanh lá thì cánh hoa vàng không nổi bật được.

Nếu đặt mảng màu đỏ tươi cạnh màu xanh lá cây thì cũng có hiệu ứng tương tự.

• Bước 4: Từ màu chính và màu phối hợp chọn ra màu thứ ba hài hoà với 2 màu trước.

07 SẮC CẦU VÒNG

Sắc độ hay tính chất của màu sắc gọi lên ít nhiều xúc động cho người xem. Người ta dùng nhiều từ khác nhau để mô tả đặc tính của màu sắc đơn và so sánh khi chúng phối hợp với nhau.

Tuy nhiên độ sáng và tối lại là điều cơ bản của việc tạo ra sắc độ. Nếu không có ánh sáng thì sẽ chẳng có màu sắc. Tất nhiên, ở trong bóng tối tất cả chỉ là màu đen. Ánh sáng mặt trời là chùm tia sáng có bước sóng khác nhau. Nếu ánh sáng mặt trời chiếu qua lăng kính thì sẽ tạo ra một dải màu. Trong thiên nhiên điều này được thể hiện qua cầu vồng 7 sắc.

Khi ánh sáng chiếu qua 1 vật, bề mặt của nó sẽ nhận bức xạ của bước sóng ánh sáng này và phản chiếu lại bức xạ của ánh sáng khác. Nếu mức hấp thụ bức xạ của các bước sóng đều nhau và mỗi thứ một chút thì chúng ta sẽ thấy vật ấy màu trắng. Ngược lại, nếu nó hấp thụ toàn bộ bức xạ thì chúng ta sẽ thấy vật ấy màu đen.

Vậy màu sắc thấy được trên một sự vật là sự tổng hợp bức xạ ánh sáng mà bề mặt của nó phản chiếu.

Cùng một vật thể, nếu chụp hình ở dưới ánh sáng tự nhiên sẽ có sắc màu khác khi chụp dưới ánh sáng nhân tạo. Cũng vậy, khi soi một tờ in màu dưới ánh sáng tự nhiên thì màu sắc của hình ảnh sẽ khác khi soi tờ in dưới ánh sáng nhân tạo.

Màu sắc được phân thành 8 loại:

- Màu nóng (Hot)
- Màu lạnh (Cold)
- Màu ấm (Warm)
- Màu mát (Cool)
- Màu sáng (Light)
- Màu sậm (dark)
- Màu nhạt (Pale)
- Màu tươi (Bright)

Như đã nói ở phần đầu do không có hình minh họa giống như trong sách, nên các hình ảnh TNDH minh họa dưới đây có thể sẽ không phản ánh chính xác nội dung của từng màu. Một số màu chưa tìm được hình, mong các bạn xem nội dung và tìm kiếm giúp.

Màu nóng: Màu nóng là màu đỏ bão hoà trên vòng tròn màu, đó là màu đỏ cờ được pha

bởi màu magenta và yellow.

Màu nóng tự nó phản chiếu và lôi cuốn sự chú ý. Vì vậy màu đỏ thường dùng trong thiết kế khi muốn gây sự chú ý.

Màu nóng có ảnh hưởng mạnh mẽ, làm tác động đến không gian chung quanh nó.

Màu lạnh: Màu lạnh là màu thuần xanh biển. Nó toả sáng và tươi sáng hẳn lên.

Màu lạnh làm chúng ta thấy mát như đang gần một tảng đá hay trên tuyết.

Màu lạnh làm người xem có cảm giác mát mẻ, nhẹ nhàng.

Màu lạnh có tính đối lập với màu nóng.

Khi chuyển dần từ màu nóng sang màu lạnh, chúng ta có cảm giác như đang đứng bên lò lửa được chuyển sang cạnh một tảng băng, thật dễ chịu (!)

Màu ấm: Trong màu ấm luôn có sự hiện diện của màu đỏ.

Màu ấm được tạo ra do sự phối hợp giữa màu đỏ và màu vàng.

Tùy theo mức độ pha giữa màu đỏ và màu vàng mà chúng ta có những dạng màu ấm khác nhau.

Ví dụ: màu đỏ cam; màu cam; màu vàng cam ... Màu ấm như thân thiện, đón chào người xem. Nhìn màu ấm giống như chúng ta đang ngắm cảnh đẹp của mặt trời bình minh hoặc hoàng hôn.

Màu mát: Màu mát được tạo ra trên nền màu xanh.

Nó không giống như màu lạnh bởi vì được phối với màu vàng.

Một số dạng màu mát như : vàng xanh; xanh lá cây; lục lam...

Dạng màu xanh ngọc và xanh lá cây luôn có trong tự nhiên.

Màu mát làm chúng ta thấy nhẹ nhàng như đang trong mùa đâm chồi nảy lộc của mùa xuân.

Màu mát luôn nhẹ nhàng, tươi mát và sâu lắng.

Màu mát giống như một thác nước làm dịu mắt người xem.

Màu sáng: Màu sáng là màu của thủy tinh, của cây tùng lam.

Màu sáng có tính nhẹ nhàng trong sáng.

Màu sáng được tạo ra từ màu đỏ pha với lục lam đi kèm với vàng nhạt.

Tuy nhiên sắc thái màu phải trong. Khi độ trong của màu tăng thì mức độ thay đổi sắc độ màu giảm.

Màu sáng làm chúng ta thấy tâm hồn trở nên thoải mái, thư thái và buông lỏng.

Màu sáng giống như màn cửa sổ hé ra để ánh nắng ban mai lùa vào phòng.

Màu sậm: Màu sậm là màu chứa màu đen trong khi phối màu.

Màu sậm làm khoảng không gian như thu nhỏ lại và làm vật thể như nhỏ hơn.

Màu sậm làm tăng tính nghiêm trang, đứng đắn.

Thật vậy màu sậm ảm khuất như khung cảnh của mùa thu và mùa đông ảm đạm.

Phối hợp giữa màu sáng và màu sậm sẽ gây nên một ấn tượng sâu sắc, mạnh mẽ. Nó tiêu biểu cho sự đối lập của tự nhiên, sự tương phản nhưng cần thiết giữa ngày và đêm.

Màu nhạt: Màu nhạt là màu tùng lam thật nhẹ.

Sắc màu nhạt nhạt, nó chứa ít nhất 65% màu trắng.

Màu nhạt tạo nên vẻ mềm mại, lãng mạn và lơ đãng.

Màu nhạt thường dùng như màu ngà, tùng lam sáng và hồng tối nhạt.

Màu nhạt tạo cho người xem một cảm giác như ngấm đám mây nhẹ trôi hoặc như nắng nhẹ ban mai hoặc êm đềm như một sáng mờ sương.

Vì màu nhạt là màu trang nhã nên thường được dùng trong trang trí nội thất.

Màu tươi: Màu tươi là tổng hợp tinh khiết của màu sắc.

Sự tươi thắm của màu sắc được tạo ra bằng cách bỏ qua thang xám và đen.

Trong màu tươi chứa các sắc màu xanh; đỏ; vàng và cam.

Màu tươi chói lọi và sắc sỡ, nó gây nên sự chú ý.

Một chiếc xe màu vàng tươi, một chùm bong bóng rực rỡ hoặc cái mũi tươi thắm của chú hề ... là những sắc màu không bao giờ bị quên lãng.

Màu sắc tươi tạo ra nét phấn khởi, vui tươi luôn được ngành thời trang và quảng cáo chú ý.

27. Tâm lý màu sắc trong tiếp thị Internet

Khi màu sắc được sử dụng hợp lý, nó có thể gửi đi một số thông điệp tới người đọc. Nó cũng có thể đánh dấu được những điểm quan trọng. Tuy nhiên, nếu không được sử dụng hợp lý thì màu sắc có thể nhanh chóng làm đảo lộn các độc giả và dẫn họ tới việc từ bỏ trang web của bạn

Có lẽ bạn từng nghe nói rằng thiết kế trang web hay thì phải bao gồm cả sự điều hướng truy cập dễ dàng. Những website hay được tối ưu hoá cao cho những công cụ hỗ trợ tìm kiếm và lôi cuốn được người đọc theo những thông điệp đang được truyền tải. Bằng việc biết được mắt con người thường lướt web như thế nào mà những nhà thiết kế website có thể tối ưu các trang web của mình cho những người truy cập. Tuy nhiên, bạn có từng cân nhắc về màu sắc khi thiết kế cho trang web của mình không? Tất nhiên lúc này bạn đã suy nghĩ hơn về màu sắc một chút, nhưng rất nhiều người vẫn chưa có sự cân nhắc đầy đủ về màu sắc mà họ dùng trên trang web của mình. Những gam màu mà bạn sử dụng có thể rất ảnh hưởng tới tâm trạng của người truy cập. Bằng sự hiểu biết về tâm lý màu sắc, bạn có thể dễ dàng cải tiến việc thiết kế trang web của bạn, tạo ra một thương hiệu dễ nhớ và gia tăng tỷ lệ chuyển biến của bạn.

Khi màu sắc được sử dụng hợp lý, nó có thể gửi đi một số thông điệp tới người đọc. Nó cũng có thể đánh dấu được những điểm quan trọng. Tuy nhiên, nếu không được sử dụng hợp lý thì màu sắc có thể nhanh chóng làm đảo lộn các độc giả và dẫn họ tới việc từ bỏ trang web của bạn.

Màu sắc tạo ra một sự đa dạng về những xúc cảm và ký ức. Thế nên việc thể hiện màu sắc

phụ thuộc vào tuổi tác, nghề nghiệp, quốc gia và cả sở thích cá nhân.

Để biết những gam màu nào sẽ hấp dẫn được các độc giả của mình, bạn phải hiểu họ rất rõ. Nghiên cứu thị trường là vô cùng quan trọng. Nếu bạn thật sự nghiêm túc trong việc tối đa hoá lợi nhuận, hãy nghiên cứu những phản ứng về màu sắc của thị trường đích của bạn. Điều này sẽ giúp bạn xây dựng được một trang web gắn liền với thị trường đích đó.

Nói chung, các màu đỏ, cam và vàng đều là những gam màu “nóng – gây kích thích”, trong khi những màu như tím, xanh dương và xanh lục là những gam màu “địu – làm điềm tĩnh”. Hãy luôn nhớ điều này khi bạn đang thiết kế trang web của mình. Bạn phải luôn tự hỏi rằng bạn muốn những độc giả của mình có phản hồi như thế nào về trang web của bạn? Và hãy nhớ rằng thiết kế trang web của bạn cũng như thông điệp bạn đang truyền tải không phải là những thực thể tách rời. Chúng là cả sự hoà quyện lẫn sức thuyết phục vô cùng đối với những người truy cập của bạn.

Thế nên không phải ngẫu nhiên mà hãng Mc Donalds sử dụng các màu đỏ và vàng. Họ đã nghiên cứu rất kỹ lưỡng trước khi xác định được những màu nào là những màu gây bắt mắt bởi hững màu sáng dương như cổ vũ cho thực khách tới ăn và rời đi nhanh hơn. Còn bây giờ, hãy để ý ngay khi bạn đang lái xe trên đường, bạn sẽ thấy có vô số các công ty kinh doanh đều sử dụng màu đỏ và vàng trong quảng cáo của họ.

Và mỗi quốc gia đều kết hợp những ý nghĩa và cảm xúc khác nhau với những màu sắc khác nhau. Dưới đây là một số tham khảo về màu sắc ở Châu Mỹ:

- **Màu đỏ:** kích thích, mạnh mẽ, giận dữ, tốc độ, táo bạo, quả quyết, khát khao và khuyến khích.
- **Màu vàng:** ấm cúng, hân hoan, hạnh phúc, sung túc, sinh lực.
- **Màu xanh dương:** hy vọng, tin cậy, sở hữu, trung thành, chuyên nghiệp (đây là một trong những gam màu phổ biến nhất, đặc biệt cho giới doanh nghiệp).
- **Màu da cam:** hài ước, ấm áp, rực rỡ, nhiệt tình, sáng tạo.
- **Màu xanh lục:** tự nhiên, tươi mát, mát mẻ, trưởng thành, thịnh vượng, hài hoà.
- **Màu hồng:** mềm mại, ngọt ngào, an toàn.

- **Màu tím: hoàng gia, tinh thần, phẩm cách, cao quý, xa hoa, thanh lịch.**
- **Màu trắng: thuần khiết, sạch sẽ, trẻ trung, vô tư, mộc mạc.**
- **Màu đen: tinh tế, trang trọng, quyền rũ, bí ẩn.**
- **Màu vàng: uy tín, xa xỉ, sang trọng.**
- **Màu bạc: uy tín, lạnh giá, khoa học.**

Các công ty chi tiêu hàng tỷ cho ngân quỹ nghiên cứu thị trường màu sắc. Các nhà tâm lý học mới đề xuất rằng ấn tượng màu sắc có thể ảnh hưởng tới 60% cho sự thành công hay thất bại của một sản phẩm hoặc một dịch vụ.

Còn như với một người quản trị website, màu sắc là một điều gì đó rất rạch ròi mà bạn sẽ muốn nghiên cứu và thử nghiệm trên trang web của mình. Điều đó cũng thể mang ý nghĩa về sự khác biệt giữa việc bán hàng thành công cũng như mất khách hàng.

28. Ý nghĩa của màu sắc

Cách phối màu trong web hết sức quan trọng. Để có màu tự nhiên, tươi tắn, sống động. Các bạn hãy tham khảo về ý nghĩa của sắc màu dưới đây:

Màu xanh lá cây

Xanh lá cây là màu của sự sống, sự vận động. Màu này không xuất hiện nhiều trong cuộc sống con người nhưng lại có mặt ở khắp mọi nơi trong tự nhiên. Trong thực tế không có nhiều người thích màu xanh lá cây. Đơn giản bởi vì khi nhìn vào nó con người ta không có được cảm giác nhẹ nhàng, bình yên. Nó luôn khiến con người ta phải vận động, suy nghĩ.

Đây là màu của tự nhiên, của môi trường - một màu tươi tắn, tượng trưng cho sức sống và niềm hi vọng. Màu xanh lá thể hiện ước mơ về một thế giới thật tươi, thật xanh và thật êm dịu !

Màu đỏ

Người ta vẫn nói màu đỏ tượng trưng cho sức mạnh và quyền lực. Màu đỏ xuất hiện khắp mọi nơi. Theo quan niệm của người phương Đông thì đây là màu tượng trưng cho hạnh phúc và đầy đủ. Trong các cung điện hay bất cứ đồ dùng nào của người phương Đông đều có sự hiện diện của màu đỏ. Những người thích màu đỏ thường là những người có cá tính, mạnh mẽ, quyết đoán và có một niềm đam mê quyền lực khá lớn. Màu đỏ không tượng trưng cho cái ác nhưng nó luôn đem lại cảm giác sợ sệt, chùn bước cho người xung quanh. Màu đỏ làm cho những người nhìn nó cảm thấy nóng hơn, khát khao hơn, nhưng cũng đề phòng hơn, cẩn thận hơn.

Màu vàng

Màu của thành công và sự giàu sang. Mới đầu, nhìn màu vàng người ta thường có cảm giác dễ chịu và nhẹ nhàng. Nhưng càng nhìn lại càng thấy nhức mắt. Thành công và sự giàu sang cũng vậy. Khi có được những thành công nhất định - những điều mà mình mong muốn - đó là niềm hạnh phúc. Nhưng đằng sau nó lại nảy sinh rất nhiều vấn đề.

Có người cho rằng, màu vàng là màu của sự phản bội. Cô dâu chủ rể khi chụp ảnh cũng thường tránh dùng những bó hoa màu vàng. Nhưng dù sao đi nữa, vẫn rất nhiều người thích màu này. Nếu như trong kiến trúc cổ của người phương Đông, màu đỏ là màu chủ đạo, thì với người phương Tây, màu vàng mới là màu mang lại sự may mắn và hạnh phúc.

Màu tím

Nếu màu vàng được coi là màu của sự phản bội, thì màu tím lại được coi là biểu tượng của lòng chung thủy. Nó là sự pha trộn, sự kết hợp hài hòa giữa mạnh mẽ và nhẹ nhàng, giữa lớn lao và bé nhỏ. Có thể nói đây là một màu khá "dễ dàng". Nó có thể phù hợp với mọi người, mọi lúc mọi nơi. Không làm người ta quá mệt mỏi cũng không mang lại cảm giác quá nhàm chán. Do đó trong cuộc sống có rất nhiều người thích màu tím.

Tuy nhiên, do tính chất của màu tím là sự kết hợp. Thế nên những người thích màu tím thường là những người không quá nổi bật, quyết tâm của họ thường không lớn. Nhưng họ có cuộc sống tương đối đầy đủ và tốt đẹp.

Xanh da trời

Biểu tượng của hòa bình, của những gì nhẹ nhàng nhất. Xanh da trời luôn đem lại cảm giác an toàn, yên bình cho mọi người xung quanh. Không phải ngẫu nhiên mà trong các lá cờ của các nước phương Tây đều có màu xanh da trời. Đó là biểu tượng của hòa bình và tình hữu nghị. Những người thích màu này thường là những người có tính cách ôn hòa, dễ chịu.

Tuy nhiên xanh da trời cũng dễ gây cho con người ta cảm giác chán mắt. Cũng như cuộc sống nếu yên bình quá, nhẹ nhàng quá sẽ rất nhàm chán và vô vị.

Màu trắng

Mọi vật đều bắt đầu từ màu trắng. Đó là sự khởi đầu, là những thứ đầu tiên nhất.

Cũng có lẽ vì thế màu trắng còn là biểu tượng của sự hồn nhiên, trong sáng, tinh khiết và giản dị. Dù ở bất cứ đâu màu trắng cũng gây cho người ta nhiều thiện cảm.

Nhưng cũng vì đây là một màu quá giản dị. Nên đôi lúc nó tạo cảm giác cô độc và thất bại. Trong những cuộc triển lãm cờ trắng có nghĩa là đầu hàng. Những người thích màu trắng là những người có nội tâm phong phú. Hay nói khác hơn là sống hướng nội. Cái thế giới tâm hồn ấy hồn nhiên, trong sáng và mỏng manh, nhưng lại rất khó xâm nhập vào.

Màu đen

Là một màu luôn mang lại sự huyền bí nhưng sang trọng. Trong cuộc sống màu đen luôn có một sức hấp dẫn, lôi cuốn và vô cùng bí ẩn. Nó có khả năng che lấp mọi cái xấu, mọi

cái không tốt của con người. Màu đen còn là biểu tượng của cái ác, của những thế lực xấu xa, đen tối. Nếu coi cuộc sống này là một bộ phim thì màu đen là những nhân vật phản diện. Khi ngắm nhìn màu đen con người ta vừa có cảm giác run sợ, vừa có cảm giác bị lôi cuốn kích thích trí tò mò.

Trong cuộc sống những người thực sự thích màu đen không nhiều. Nhưng những người thích sử dụng màu đen lại nhiều vô kể. Bởi trong quan niệm hiện đại, màu đen mới là biểu tượng của giàu sang và quyền lực.

Màu hồng

Màu của tình yêu và sự lãng mạn. Bất cứ thứ gì mang màu hồng đều rất đẹp. Trong cuộc sống hiện đại, khi con trai có thể sử dụng những màu vốn trước đây chỉ dành cho con gái như đỏ, vàng, da cam...thì màu hồng vẫn là một màu đặc biệt. Nó gần như là một màu danh riêng cho con gái, cho những gì nhẹ nhàng nhất. Màu hồng luôn mang lại sự bông bênh, huyền ảo, đẹp và không có thật.

Những người thích màu hồng là những người sống đầy lãng mạn. Họ coi cuộc sống như một cuốn tiểu thuyết, một bộ phim. Họ là những người mỏng manh, yếu đuối, dễ vấp ngã nhưng cũng dễ đứng lên. Bởi với họ cuộc sống luôn tốt đẹp, luôn mang một màu hồng. Và do đó, niềm tin vào cuộc sống của họ cũng lớn vô cùng.

Màu cam

- Màu cam kết hợp màu đỏ đầy năng lượng và màu vàng tươi vui, là màu của niềm vui, ánh nắng mặt trời, mùa thu và miền nhiệt đới. Màu cam thể hiện sự đam mê, phấn khởi, hạnh phúc, sáng tạo, quyết đoán, thành công, sự khuyến khích và kích thích, là biểu tượng của sức mạnh, sự bền bỉ.

- Với mắt, màu cam là màu nóng nhưng nhẹ hơn màu đỏ, vì thế nó gây cảm giác về sức nóng. Màu cam làm tăng lượng oxy cung cấp cho não, kích thích hoạt động thần kinh. Màu này cũng là màu của các thức ăn dinh dưỡng, kích thích tiêu hoá. Ta thường sử dụng màu đỏ để làm tăng sự chú ý đến các sản phẩm hay thiết kế.

- Cam tối: Mang ý nghĩa là sự lừa dối, không tin tưởng.

- Cam đỏ: Thể hiện sự đam mê, khoái lạc, sự thống trị, gây hấn.

- Màu của vàng: Kim loại vàng gợi lên cảm giác về sự tin nhiệm, thể hiện sự sáng suốt, khôn ngoan và giàu có. phúc, sáng tạo, quyết đoán, thành công, sự khuyến khích và kích thích, là biểu tượng của sức mạnh, sự bền bỉ.

29. Hiệu quả của màu sắc trong thiết kế web

Một website được xem là thiết kế tốt thì việc người dùng có thể duyệt web một cách tiện lợi, đơn giản nhất.

Website được coi là chuyên nghiệp nếu nó mang đủ các yếu tố như tối ưu hóa cho các engine tìm kiếm và có thể truyền tải cho người xem được hết những nội dung chính. Bằng việc hiểu được thói quen và tâm lý của người xem khi lướt một web, người thiết kế web (web design) có thể tối ưu hóa website cho khách ghé thăm. Khi sử dụng những ưu điểm của màu sắc, bạn có thể dễ dàng phát triển bản thiết kế của mình hay tạo dựng một tác phẩm để đời.

Khi màu sắc được sử dụng hợp lý thì website có thể truyền tải được thông điệp nhất định tới người xem. Nó có thể nhấn mạnh những điểm chính của website. Tuy nhiên việc sử dụng màu không hợp lý sẽ làm cho người xem rối mắt và dẫn họ đi lòng vòng trong web của bạn.

Màu sắc tạo ra hàng loạt các cảm xúc cũng như ký ức của bạn. Việc dùng màu sắc phải phù hợp với các yếu tố như tuổi tác, nghề nghiệp, phong tục và cả sở thích cá nhân.

Để biết được màu nào sẽ thu hút với người đọc, bạn phải là một người biết lắng nghe. Bởi vì vậy việc Nghiên cứu thị trường lúc này rất quan trọng. Nếu bạn thực sự muốn tăng tối đa lợi nhuận của bạn, hãy nghiên cứu kỹ xem khách hàng muốn gì. Nó sẽ giúp bạn thiết kế một website tốt làm khách hàng vừa lòng.

Thông thường, Màu Đỏ, Màu Da Cam, Màu Vàng là những màu nóng trong khi đó Màu Tím, Màu Xanh Nước Biển, Xanh Lá Cây lại là những màu lạnh. Hãy nhớ những điều này khi bạn đang thiết kế một website. Bạn thường tự hỏi mình làm thế nào để người xem có những phản ứng ngược trở lại tới bản thiết kế của bạn. Nên nhớ rằng, bản thiết kế website và những thông điệp mà website muốn truyền tải không phải là những thực thể độc lập với nhau. Cả 2 chúng luôn tồn tại đan xen lẫn nhau và ảnh hưởng trực tiếp đến người duyệt web.

Không phải tự nhiên mà Mc Donald dùng hai màu đỏ và vàng. Họ đã nghiên cứu kỹ lưỡng và nhận ra rằng 2 màu đó thu hút thị giác con người nhất. Những màu như vậy giúp kích thích vị giác của người ăn và giúp họ ăn ngon miệng hơn. Hãy làm một vòng ngoài phố, bạn sẽ không thể đếm hết nổi có bao nhiêu cửa hàng cửa hiệu dùng 2 màu đỏ và vàng.

Mỗi quốc gia đều có nhận thức về màu cũng như cảm xúc do màu sắc đem lại khác nhau. Đây là ý nghĩa một số màu tại Mỹ:

Đỏ: Phấn khích, mạnh mẽ, tốc độ, táo bạo, sự quyết tâm, sự thèm muốn, dũng khí.

Vàng: Âm áp, sự hân hoan, hạnh phúc, tiện nghi, sinh lực.

Xanh (da trời): sự thật, sự tin cậy, sự mong chờ, lòng trung thành, năng lực (Đó là lý do vì sao màu này rất được các công ty ưa dùng)

Màu cam: Sự khôi hài, âm áp, hứng thú, nhiệt tình, sáng tạo.

Xanh lá cây: Thiên nhiên, tươi mát, sự phát triển, giàu có trù phú, hoà hợp cân đối.

Hồng: Mềm mại, ngọt ngào, an toàn.

Tím: Quý phái, thần bí, nghiêm trang, xa xỉ, tao nhã.

Trắng: Tinh khiết, sạch sẽ, trẻ trung, trong sáng và đơn giản.

Đen: Sự phức tạp, nghiêm trang, quyền rũ, huyền bí.

Vàng (kim loại): Uy tín, đất đỏ, sang trọng.

Bạc: Uy tín, lạnh lẽo, tính công nghệ cao.

Các công ty đã tiêu tốn không biết bao nhiêu tiền bạc trong việc nghiên cứu màu sắc. Việc sử dụng hiệu quả của màu sắc chiếm tới 60% khả năng thành công hay thất bại của sản phẩm hoặc dịch vụ khi được tung ra thị trường.

Với vai trò là một người thiết kế web chắc chắn bạn sẽ muốn nghiên cứu và thử nghiệm hiệu quả của màu sắc trên website của bạn.

30. Dùng màu trong thiết kế website

Màu sắc là một công cụ tuyệt vời nhất cho người thiết kế. Có rất nhiều cách dùng màu sắc để truyền tải thông điệp của bạn đến với người xem. Màu sắc chứa đựng nhiều ý nghĩa, thể hiện cá tính, nét riêng biệt, bố cục cũng như giúp ta nhấn mạnh những điểm quan trọng.

Cách thức phối hợp màu sắc trong website

Một website có giao diện thu hút chắc chắn phải được phối màu một cách hợp lý. Nếu không có màu sắc, trang web sẽ mất đi cá tính riêng của nó. Với màu sắc được phối hợp lý và thống nhất ,trang web sẽ thể hiện được đúng tính chất của nó. Dùng quá nhiều màu hoặc màu sắc hỗn độn sẽ đem lại cảm giác khó chịu cho người xem.

Thường khi thiết kế một website thường có một tông màu chủ đạo.Tuy nhiên vẫn có những website sử dụng nhiều tông màu khác nhau.

Ví dụ: Trang Apple.com, mỗi trang con của nó đều có những tông màu khác nhau. Ở trường hợp này, sự thống nhất phụ thuộc vào cách xử lý khéo léo của người thiết kế.

Ví dụ về màu sắc chưa đủ độ trong một website

Trang chủ của Starbuck thiếu màu một cách trầm trọng.



Màu nền xám của website là một màu nhờ nhờ và không có điểm nhấn trên trang. Tuy nhiên tại thời điểm này thì trang của Starbucks đã sinh động và có màu sắc hơn rất nhiều phiên bản trước.

Dùng màu đủ độ

Dùng ít màu mạnh làm cho website trở nên buồn tẻ và nhạt nhòa. Màu sắc là một cách thức tốt để nhận dạng, nhóm lại hay phân chia riêng rẽ các thành phần của website với nhau. Nó làm cho website nhẹ hơn nhiều khi tải về (đặc biệt nếu sử dụng tối đa CSS-Cascading Style Sheets trong website). Nếu bạn dùng quá ít màu bạn cũng nên nghĩ một cách nào đấy để thu hút mắt quan sát vào các thành phần chính của website.

Để những khoảng trắng

Màu trắng là một màu tuyệt vời để có thể làm nền cho text bên trên. Người ta thường đặt nội dung bằng chữ đậm lên trên một nền trắng (hoặc một nền sáng màu). Mảng màu trắng (hay sáng màu) thường được dùng để đặt nội dung website.

Dùng nền sáng nhất cho phần nội dung chính

Hãy dùng màu nền sáng nhất cho phần nội dung chính của bạn. Lý do đơn giản là não bộ

của bạn có thể dễ dàng tìm thấy và thu hút vào phần nội dung trên nền sáng đó.

Ví dụ: Hãy ghé thăm trang pixelgraphix.de . Phần nội dung được hiển thị trên các ô vuông màu xám nhạt được đặt lên trên nền trắng. Bạn có thể thấy, đôi mắt của bạn không bao giờ muốn chú ý vào những khoảng xám mà cứ đi tìm kiếm những mảng màu trắng sáng hơn thế.

Trang chủ của đài tiếng nói Ireland dùng màu nền cho nội dung chính là một màu xanh nhạt với text đen. Nó làm phần nội dung chính rất khó nhìn.

Hãy dùng những màu mạnh để thu hút mắt nhìn

Những màu mạnh luôn luôn thu hút sự chú ý của mắt người xem. Mảng màu đỏ càng lớn càng gây được nhiều sự chú ý. Tuy nhiên nếu dùng quá nhiều màu mạnh sẽ làm cho mắt ta bị loạn lên và không biết sẽ phải nhìn vào đâu nữa, đừng để việc đó làm mất đi sự hiệu quả của việc dùng những màu mạnh.

guardian.co.uk dùng quá nhiều khu vực có màu sắc gây sự chú ý. Có quá nhiều các bảng màu đỏ làm cho mắt ta bị rối. Chưa kể còn rất nhiều bảng dùng màu nặng nề làm ta không còn dành sự chú ý cho nội dung chính của trang web.



Trong khi đó màu website của RNIB lại không đủ để tạo được sự tương phản. Màu sắc trong website không được phối hợp lý. Có lẽ không nên phối màu xanh của logo với màu

đỏ nhạt ,màu vàng và... hồng nhạt.

Nên đảm bảo sự tương phản tối đa giữa menu và màu nền. Hãy làm cho website của bạn rõ ràng và khiến cho người dùng có thể dễ dàng duyệt website. Đừng để mắt của bạn cứ hút vào những phần phụ của website mà bỏ qua đi Logo và nội dung chính của trang.

Tránh đặt các màu mạnh cạnh những bức ảnh

Website Harrah's Casino dùng màu tím đậm ngay cạnh một bức ảnh khu Casino. Màu tím và một số màu khác trên bức ảnh đặt cạnh nhau làm mọi thứ dường như rối rắm và nặng nề hơn.



Tránh sử dụng quá nhiều màu khác nhau

Sử dụng quá nhiều màu sẽ làm cho trang web bị rối mắt hoặc trở nên loè loẹt thái quá.

Chưa kể có những màu khi để cạnh nhau sẽ tạo ra những hiệu ứng rất tệ.

Sự kết hợp của 2 màu nâu và xanh nhạt này làm cho chữ thật khó đọc, chưa kể đó còn do dùng font chữ quá nhỏ.

Phối màu lấy cảm hứng từ thiên nhiên

Luke Wroblecki- một designer cho rằng các tập đoàn lớn thường sử dụng những tông màu an toàn và hầu hết các website của các cty đều có tông màu hao hao nhau. Anh ta cho rằng cần có sự sáng tạo hơn trong việc sử dụng màu sắc. Nếu tự bằng lòng với những bản thiết kế quen thuộc chúng ta sẽ không thể tự vượt ra khỏi giới hạn của chính bản thân mình.

Những website của các tập đoàn lớn thường hao hao nhau (HP, IBM, Dell, Microsoft)



Luke Wroblecki đã nghĩ ra một cách phối màu cũng khá thú vị : Lấy màu từ thiên nhiên.

31. Ý NGHĨA CỦA MÀU SẮC VÀ SỰ PHỐI HỢP

Màu sắc có ý nghĩa quan trọng trong đời sống con người, không những vậy nó còn là đề tài gây nhiều tranh cãi cho những nhà thiết kế mỹ thuật từ trước đến nay.

Cuộc sống của chúng ta luôn có sự tác động của màu sắc từ màu da, trang phục, đồ dùng, đến thương hiệu, biểu tượng văn hóa của một nước. Một điều mà dường như ai cũng đồng tình đó là màu sắc có sự ảnh hưởng nhất định đến tình cảm, suy nghĩ của mỗi con người.

Màu sắc đẹp khi được sự phối hợp hài hòa trong một bố cục nhất định. Màu nóng: tự

nó phản chiếu và gây sự chú ý, ảnh hưởng và tác động đến không gian chung quang nó. Sự loai cuốn của màu nóng ảnh hưởng đến sự chú ý của con người, nó làm tăng huyết áp và kích động hệ thống thần kinh. Màu lạnh: Là màu thuần xanh biển, nó tỏa sáng và tươi sáng hẳn lên. Màu lạnh làm chúng ta thấy mát mẻ, nhẹ nhàng. Màu lạnh có tính đối lập với màu nóng. Khi chuyển dần từ màu nóng sang màu lạnh, chúng ta cảm giác như đang đứng bên lò lửa được chuyển sang một tảng băng. Màu ấm: Trong màu ấm luôn có sự hiện diện của màu đỏ. Màu ấm được tạo ra do sự pha chộn giữa những màu đỏ, vàng, cam. Màu ấm cho người xem cảm thấy thân thiện, đón chào người xem. Màu sáng: là màu của thủy tinh, cả cây tùng lam. Màu sáng có tính nhẹ nhàng, trong sáng. Màu sáng được tạo ra từ màu đỏ pha với lục lam đi kèm với vàng nhạt. Màu sáng làm chúng ta cảm thấy tâm hồn thoải mái, thư thái và buông lỏng.

32. Màu sắc trong chiến lược quảng cáo

Trong thời kỳ công nghệ thông tin phát triển vượt bậc, những hình thức quảng cáo tiếp thị sẽ đến với người tiêu dùng một cách thường xuyên hơn cập nhật hơn. Để đạt được mục tiêu nhà sản xuất đề ra thì xây dựng những chiến lược quảng cáo, tiếp thị là điều cần thiết cho mỗi nhà sản xuất hoặc tổ chức xã hội. Các hình thức quảng cáo ra đời sao cho phù hợp, tiện dụng nhất với đặc điểm từng đối tượng cần được quảng cáo.

Tiếp thị là hình thức giới thiệu sản phẩm tới người tiêu dùng một cách trực tiếp nhất, ấn tượng nhất. Sự đồng bộ trong quảng cáo tiếp thị là điều cần thiết để tạo ra ấn tượng mạnh. Ngày nay đi trên đường chúng ta thường bắt gặp những nhân viên tiếp thị sản phẩm của nhiều hãng khác nhau. Tạo ra sự nổi bật bằng sử dụng đồng bộ màu sắc rực rỡ của đồng phục cùng sản phẩm sẽ gây được sự chú ý tốt. Những màu thường được sử dụng là màu đỏ, vàng cam, xanh...

Quảng cáo sản phẩm trên các phương tiện truyền thông sẽ đến được đại đa số quần chúng. Hoạt động này đã trở nên rất quen thuộc trong cuộc sống chúng ta, nó trở nên thông lệ trong việc tiếp nhận thông tin dù muốn dù không. Hình thức này thường lặp đi lặp lại khiến cho người xem nhớ được nội dung giới thiệu. Vì lượng thời gian ít nên nội dung quảng cáo phải cô đọng súc tích, hình ảnh đẹp gây ấn tượng cho người xem.

Tài trợ các cuộc thi, các chương trình truyền hình... cũng là những hình thức được các nhà sản xuất quan tâm đề cập tới. Ngoài việc xây dựng, thiết kế chương trình sao cho thu hút sự quan tâm của khán giả thì việc lồng ghép khéo léo những hình thức quảng cáo như: tặng thưởng, tờ rơi tờ gấp, băng rôn biểu ngữ quảng cáo... đòi hỏi những người thiết kế có sự quan tâm đặc biệt. Có những phương pháp thiết kế rất hay nhưng hiệu quả công việc quảng cáo lại không cao bởi nếu chỉ thoả mãn nhu cầu làm đẹp, thì thiết kế đó chỉ đạt được chức năng thẩm mỹ thị giác. Để đạt được hiệu quả cao trong quảng cáo thì thiết kế phải cùng lúc thoả mãn nhiều chức năng khác. Điều đó giúp các nhà thiết kế định

hướng một cách khách quan cho hình thức sản phẩm sao cho phù hợp nhất.

Các hình thức quảng cáo giới thiệu mở rộng trong mọi lĩnh vực của cuộc sống. Việc lựa chọn nội dung quảng cáo với hình thức sao cho phù hợp đạt được hiệu quả tốt nhất đòi hỏi nhà thiết kế có chiến lược phù hợp. Electrolux dựa trên uy tín của sản phẩm “giá mọi thứ đều bền như Electrolux” hoặc “Suzuki là sành điệu”... thì màu sắc cũng là mục tiêu cho chiến lược quảng cáo. “Một gam màu mới, một cách nhìn mới đó không chỉ là kiểu dáng thời trang hay hình tượng thể thao mà còn là sự trang trọng thanh lịch. Tất cả là sự kết hợp hoàn hảo để khởi đầu cho sự ra đời của một bút phá ngoạn mục về màu sắc. Bạn có thể đã biết, đã nghe và cảm nhận được, nhưng bạn chưa từng thấy bao giờ. Honda Future Titanium Metallic mang đến cho bạn nhiều ngạc nhiên phấn khích”. Đó là ý tưởng quảng cáo đầy sáng tạo lôi cuốn của hãng Honda. Con người sáng tạo ra những màu sắc hợp thị hiếu thẩm mỹ công chúng khiến nhìn nhận về màu sắc của con người thay đổi. Nó tạo nên những xu hướng một trong màu sắc.

Màu sắc trong sản phẩm không chỉ là hình thức bên ngoài thể hiện thị hiếu thẩm mỹ, mà còn là cái bên trong bộc lộ tính cách con người của bạn. Đó chính là gu, là “gam màu của bạn” mà Honda đã xây dựng. Bạn có quyền lựa chọn một màu đỏ rực rỡ, đam mê, một màu xanh tươi trẻ, một màu tím sang trọng và quý phái, một màu rêu thâm trầm mà sâu lắng... Sự biến tấu trong màu sắc thể hiện sự độc đáo trong màu sắc của sản phẩm, sẽ đem đến cho nhà sản xuất sự thành công với những sắc màu lôi cuốn cùng một hình thức quảng cáo mới lạ, ấn tượng.

Cùng quảng cáo sản phẩm trong một không gian rộng lớn là điều các nhà sản xuất quan tâm trong xã hội hiện đại. Hội trợ triển lãm là cơ hội để các doanh nghiệp tự giới thiệu mình trước công chúng. Đây thực sự là một cuộc trình diễn hoành tráng về sắc màu của quảng cáo đồ họa. Sự có mặt của rất nhiều các sản phẩm từ mọi miền hội tụ đã đem đến cho triển lãm một khuôn mặt của lễ hội, của màu sắc. Làm thế nào để thu hút khách hàng tới gian hàng của mình, làm thế nào để nổi bật, thật ấn tượng? Màu sắc trong quảng cáo hội trợ sẽ góp phần thành công trong triển lãm.

Bước chân vào trung tâm triển lãm, ngoài những âm thanh sôi động như thúc giục đôi chân rảo bước thì màu sắc xung quanh khiến không khí trở nên đông vui, sôi động hơn. Đó là những màu đỏ, vàng, cam, lam, tím... của băng rôn khẩu ngữ, của hàng cờ như reo vui, như vẫy chào. Trên cao hơn là những chùm bóng rực rỡ đầy màu sắc cùng dải băng xanh, đỏ nổi bật trên nền trời sáng. Hoà vào màu sắc tung bừng của lễ hội là những dòng người với đủ màu sắc của trang phục. Công chúng đến để vui chơi, giải trí, mua sắm hàng hoá. Các doanh nghiệp đến tìm cơ hội giới thiệu sản phẩm, tìm đối tác kinh doanh. Một bên cung cấp thông tin và một bên là nơi tiếp nhận thông tin. Hội trợ triển lãm là nơi các doanh nghiệp tự khẳng định mình trực tiếp trước quần chúng. Các nhà sản xuất thường mang đến đây những sản phẩm độc đáo nhất của mình. Sự đồng bộ từ trang phục đến cách bày trí sẽ gây được ấn tượng, tạo uy tín, thanh thế cho công ty. Màu sắc sống động, mới mẻ toát lên sự hài hoà bắt mắt gây sự tập trung của thị giác. Ta có thể bắt gặp muôn màu muôn sắc của cuộc sống trong triển lãm. Đó là những màu sang trọng, quý phái với các gam màu trầm như: nâu đỏ, trắng, ghi, xanh, xanh đen... của những sản phẩm thời trang. Một tông màu vàng rực rỡ đầy hương vị của sản phẩm thực phẩm. Những sắc màu

xanh lạnh, ghi tạo sự tin cậy của đồ điện tử gia dụng...

Tất cả như cạnh tranh nhau, tôn nhau, hoà vào nhau làm nên một bản đồng ca lớn về màu sắc trong quảng cáo. Vào hội trợ để làm đẹp hết mình, khoe hết mình, thể hiện hết mình. Những kết quả thu được là vô cùng lớn. Những công ty lớn tiếp tục khẳng định mình, những công ty mới thành lập thì giới thiệu về mình, khách hàng có cơ hội tìm kiếm sản phẩm phù hợp với mình...

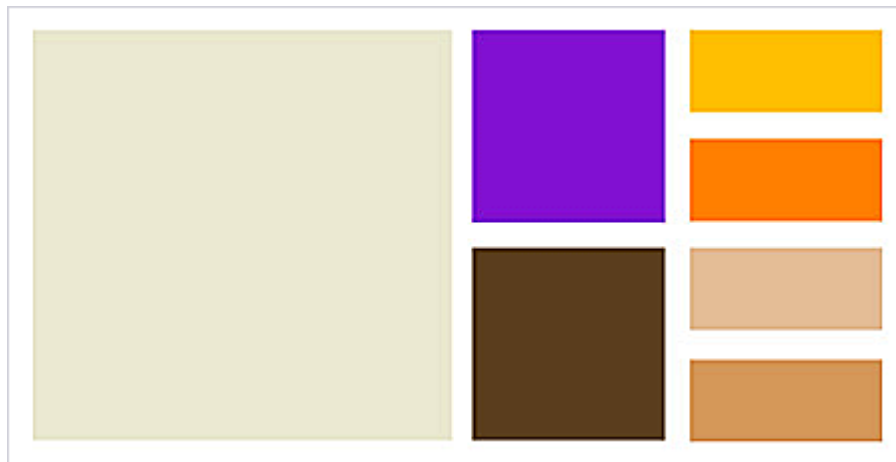
Nhu cầu và mục tiêu gặp nhau ở một điểm chung đó là cái đẹp. Mọi người tìm cái đẹp thông qua màu sắc, các nhà sản xuất đáp ứng thị hiếu đẹp thông qua màu sắc. Màu sắc chính là cầu nối giữa cái đẹp với con người, làm cho cuộc sống của con người ngày càng đẹp hơn.

33. Căn bản về cách phối màu trong thiết kế

Những màu sắc được lựa chọn từ bánh xe màu sẽ được phân ra nhiều cấp độ màu có thể kết hợp lại. Để lựa chọn được những màu sắc kết hợp tốt nhất cho thiết kế (gọi là tông xuyệt tông), tùy thuộc vào công việc bạn đang làm.

Liệu nó có truyền đạt những điều bạn muốn bày tỏ? Hoặc bạn sẽ chọn màu sắc vì bạn, hoặc khác hàng thích như vậy. Đó là một câu hỏi khó cho bất kỳ người thiết kế hoặc khách hàng nào. Họ cần đặt những sở thích cá nhân và những giao diện liên quan tới quyết định về màu sắc. Kinh nghiệm và hiểu biết sẽ giúp bạn tạo nên những màu kết hợp phù hợp với mục tiêu của dự án. Đây là những lý thuyết sẽ giúp bạn có những sản phẩm thiết kế đúng ý tưởng.

Tôi sẽ đi thể hiện những cách thể hiện khác nhau với vài kiểu kết hợp. Những trước khi tôi bắt đầu, sẽ không hữu ích nếu các bảng màu đã được các khách hàng tiềm năng đưa cho bạn hoặc trong các tài liệu thiết kế

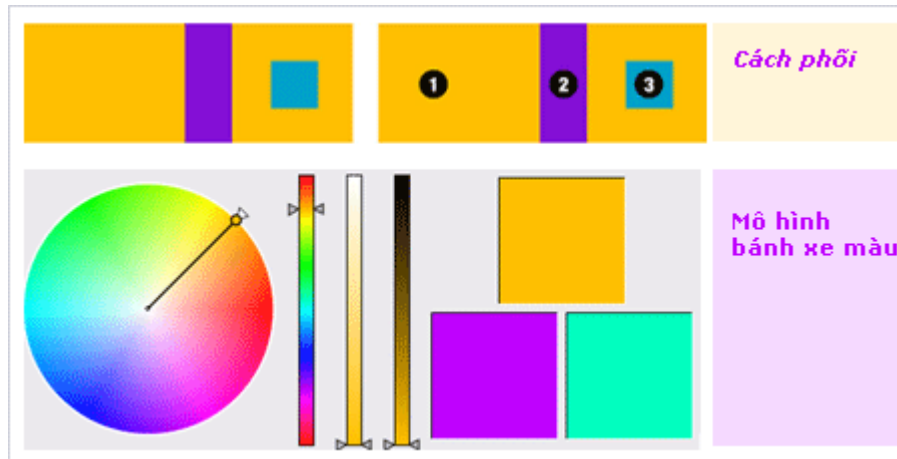


Tôi luôn thể hiện hai cách phối màu, theo hai cách khác nhau trong các màu sắc của bánh xe màu. Trên bảng màu bạn thấy, tôi đã phân chia các màu sắc liên quan nhau theo từng

cấp độ, từ trái qua phải. Cái này giống như bạn đang làm cây phả hệ cho màu sắc, màu này đặt màu kia vào bảng màu liên quan. Có nhiều cách để bạn thể hiện như hình vuông, hình tròn, các đường kẻ.

Tuỳ vào bạn, nhưng đây là một phương pháp quan trọng để thể hiện sự liên quan của các màu sắc.

Đây là các màu phù hợp với kiểu phối 3 màu. Đây không phải là kiểu mà bạn nghĩ về bánh xe màu, vì ở đây mình chỉ chọn ra ba màu phối hợp với các bước như sau



1. Màu phụ. Chúng có vẻ yếu, hoặc là màu phụ. Nó tương phản và làm nổi bật màu chính.

2. Màu chính, hoặc còn gọi là màu trội. Đó chính là màu chủ đạo của thiết kế. Đó là màu mà bạn cần dựa vào để lựa chọn các màu phù hợp và có ý nghĩa hỗ trợ cho thiết kế.

3. Màu nhấn mạnh hoặc là màu nổi bật. Màu nhấn mạnh sẽ có hai ý nghĩa

a. hoặc là hỗ trợ cho màu phụ hoặc cho màu chính.

b. Hoặc nó sẽ nhấn mạnh, thu hút sự chú ý của người xem, bởi vì nó là màu chỏi với màu chính. Nó sẽ độ tương phản của cách kết hợp.

Năng động/ gây ấn tượng



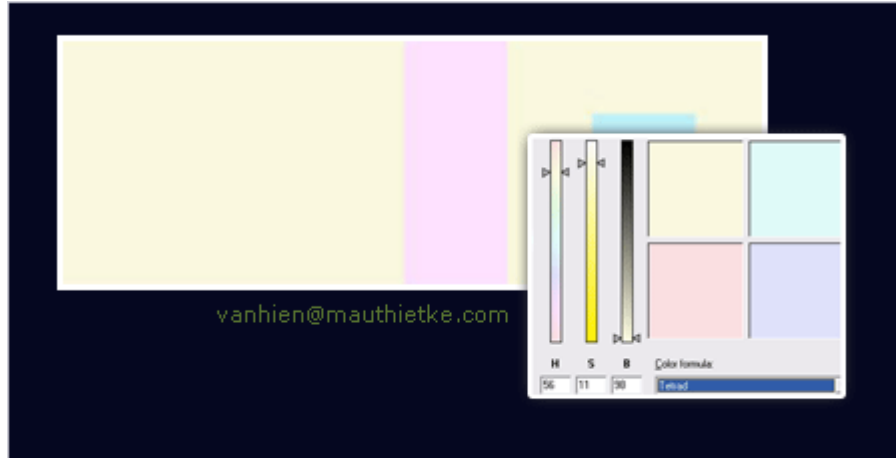
Cách kết hợp ấn tượng sẽ tạo cảm giác rất mạnh mẽ nồng nhiệt, sôi nổi, đầy nhiệt huyết và xúc cảm. Các màu thiên về sáng, thường kết hợp các màu sắc trên bánh xe màu, phù hợp với màu chính, màu phụ và màu phụ thứ 3. Với nhiều người, cách phối màu này sẽ thể hiện cảm giác ồn ào, sự chói lọi rực rỡ và sức lực. Đó là kiểu kết hợp trẻ trung. Rất nhiều sắc độ gọi là màu “natural” – màu thuần nhưng nó có nhiều sắc độ hơn với cùng một màu sắc, trước đó chúng ta sử dụng cho các du lịch, hoặc công nghiệp.

Cách phối màu nhã nhặn



Các tông màu nhã có rất nhiều màu trắng trong sắc độ màu.. Đây là ví dụ với màu xanh và kết hợp với màu hoa oải hương (lavender) làm màu chính. Kết quả của sự kết hợp này tạo nên sự cân bằng và nhã. Tông màu xanh, xanh lá cây và tím nhẹ trên bánh xe màu tạo nên vẻ yên bình. Sự nhấn mạnh luôn sử dụng các màu phối cùng tông và có sắc độ đậm hơn. Các sử dụng màu này thường gặp trong công nghiệp, tạo hiệu quả thị giác nhẹ nhàng sinh động cho phái nữ.

Màu nhẹ



Cách phối các màu nhẹ tương tự như màu nhã nhặn nhưng thường được sử dụng dựa trên các màu sắc có chứa hàm lượng lớn màu trắng – màu nhạt. Điểm khác nhau là các màu nhẹ này kết hợp giữa các màu ấm và mát. Cách kết hợp này sẽ phù hợp với tuổi trẻ, ngây thơ và sôi nổi.

34. Làm thế nào để tạo ấn tượng khi thiết kế thương hiệu?

Để một thương hiệu thành công và nổi tiếng trên thương trường, các doanh nghiệp cần phải triển khai rất nhiều kế hoạch cụ thể trong hiện tại cũng như tương lai. Việc đầu tư thích đáng cho công tác thiết kế thương hiệu sẽ mang lại sự tự tin, tạo ra được ấn tượng ban đầu tốt đẹp về sản phẩm/dịch vụ của họ trong tâm trí khách hàng.

Thiết kế thương hiệu chỉ là một trong số các bước ban đầu của quá trình xây dựng thương hiệu và có vai trò rất quan trọng, nó không chỉ đơn thuần là công việc của các họa sĩ mà là kết quả tổng hợp của các ý tưởng và sự sáng tạo.

Có phải bạn cũng giống như các chủ doanh nghiệp khác, bạn coi biểu tượng (logo) của thương hiệu là dấu hiệu quan trọng nhất? Nếu coi tên thương hiệu là trung tâm của thương hiệu, thì logo sẽ làm nổi bật thương hiệu thông qua thị giác, đặc biệt trong điều kiện khi mà người tiêu dùng có rất ít thời gian để đọc các thông tin về hàng hóa. Do đó, bạn nên tập trung đầu tư nhiều công sức và ý tưởng để có thể tự hào nói rằng mình có một logo đẹp và ấn tượng. Nhưng còn rất nhiều yếu tố khác thì sao? Logo chỉ là một bộ phận. Một logo đẹp, ấn tượng chưa đủ để thương hiệu của bạn thu hút và hấp dẫn khách hàng.

Vậy bạn phải làm gì nữa? Câu trả lời nằm trong một từ duy nhất: sự phối hợp. Tất cả các yếu tố cấu thành thương hiệu phải được kết hợp sinh động và hài hòa với nhau. Nó phải truyền tải cùng một thông điệp, thể hiện cùng một phong cách, và cùng gây một ấn tượng đối với khách hàng. Làm sao khi khách hàng nhìn thấy thương hiệu của bạn ở bất cứ đâu,

trên đường phố, trong các cửa hiệu, đồ dùng văn phòng hay sách và tạp chí... nó đều tạo cho họ một cảm giác quen thuộc.

Tất nhiên, điều này không có nghĩa là nhất thiết tất cả các yếu tố cấu thành thương hiệu đều phải hoàn toàn phù hợp với nhau, nhưng có một số yếu tố quan trọng phải đảm bảo được nguyên tắc này, đó là:

Về màu sắc: Màu sắc là một trong những yếu tố quan trọng nhất trong việc xác định thương hiệu, bởi vì nó có vai trò rất lớn trong việc gợi lại trí nhớ của khách hàng. Màu sắc phải đơn giản, dễ nhận biết cũng như ghi nhớ. Khá dễ dàng để nhớ nếu như bức tranh hay hình ảnh nào đó chỉ có hai màu sắc, còn nếu nó được pha trộn bởi đủ các màu xanh, đỏ, tím, vàng... thì chắc sẽ rất khó để khách hàng có thể hình dung lại.

Bởi vậy, để thể hiện hình ảnh của công ty bạn, tốt nhất chỉ nên sử dụng hai màu sắc. Màu sắc thứ nhất, bạn hãy chọn trong số các màu cơ bản mà bạn cho là nó thích hợp nhất với hình ảnh của công ty bạn (tốt nhất có thể tham khảo bảng màu sắc của hệ thống thích hợp Pantone – Pantone Matching System – PMS – hãy hỏi nhà thiết kế màu sắc trong công ty bạn về hệ thống này nếu bạn cần sự giúp đỡ).

Sau khi đã chọn được màu sắc thứ nhất, bạn hãy sử dụng nó như là một màu nổi trội nhất để thể hiện trên tất cả các yếu tố cấu thành thương hiệu. Còn màu sắc thứ hai, bạn phải chọn sao cho nó không lấn át màu sắc chủ đạo thứ nhất. Hãy chú ý, nơi thể hiện màu sắc rõ nét nhất, chính là trong logo của bạn.

Ngoài ra, bạn cũng cần quan tâm đến ý nghĩa của màu sắc khi lựa chọn màu chủ đạo. Ví dụ, bạn có thể liên tưởng đến đèn tín hiệu giao thông. Màu xanh lá cây có nghĩa là đi. Màu đỏ có nghĩa là dừng lại. Màu vàng có nghĩa là giảm tốc độ. Bạn cần phải nắm được một số quy tắc về màu sắc để tác động lên cảm xúc của khách hàng.

Các yếu tố tạo nên sự sinh động của thương hiệu:

Các yếu tố tiếp theo mà phải tạo ra được sự nhất quán trong quá trình thiết kế thương hiệu, đó chính là biểu tượng, hình dáng và đường viền trang trí. Ví dụ, một công ty công nghệ cao có thể mô tả biểu tượng bằng các hình ảnh đậm nét, có góc cạnh, trong khi một cửa hàng quần áo có thể sử dụng các hình dáng tròn trịa, mềm mại hơn.

Hãy chọn hình dáng đơn giản, không rườm rà, điều này sẽ khiến cho khách hàng dễ nhớ và dễ nhận biết hơn. Con người nhớ các biểu tượng, hình dáng của thương hiệu một cách tổng thể chứ không phải từng chi tiết riêng biệt. Do đó một thiết kế đơn giản, nhưng độc đáo sẽ hiệu quả nhất.

Tương tự như vậy, hãy chọn một hình ảnh hay một phong cách minh họa riêng biệt khi thiết kế thương hiệu. Và thường để rõ nét và tránh những thiết kế ẩu được ngay trang

bằng màu sắc, bạn nên thiết kế trước bằng hai màu đen và trắng. Sau đó mới chuyển tải các màu sắc vào sau.

Phông chữ: Sự ấn tượng của thương hiệu đối với khách hàng đôi khi chỉ là sự sắp xếp các chữ theo một trật tự sáng với một phông chữ thích hợp. Bạn chỉ nên sử dụng một vài loại phông chữ, và trong đó có ít nhất một phông chữ có chân và một phông chữ không có chân. (Phông chữ có chân, ví dụ như Time New Roman, thường có chân ở đuôi chữ; còn Helvetica là một ví dụ của kiểu chữ không chân).

Hai kiểu phông chữ này nên được kết hợp sử dụng thường xuyên. Kiểu chữ có chân rất dễ nhìn và đẹp khi thể hiện một nội dung tương đối dài, trong khi kiểu chữ không chân nên được sử dụng trong các tiêu đề, chữ số trong các biểu đồ, đoạn text ngắn hoặc những đoạn text không có màu sắc. Bạn nên tránh sử dụng nhiều hơn hai phông chữ trong cùng một tài liệu giống nhau.

Thông điệp: Những thông điệp hay khẩu hiệu về thương hiệu được bảo hộ bản quyền sẽ giúp bạn truyền tải hình ảnh công ty bạn đến khách hàng. Hãy sử dụng cùng một thông điệp và ngữ điệu trên tất cả các phương thức tiếp thị và quảng cáo khác nhau. Ví dụ, nếu muốn thương hiệu của bạn thân thuộc và gần gũi, hãy sử dụng ngôn ngữ giao tiếp thông thường. Nếu đó là thương hiệu đắt giá và độc quyền? Hãy sử dụng ngôn ngữ nghi lễ, chính thống.

Nếu muốn nhấn mạnh hơn một từ nào đó mà bạn cho là quan trọng trong thông điệp, bạn có thể làm nổi bật từ đó lên, hoặc để dễ nhớ và đi vào lòng khách hàng. Thông điệp của bạn nên ngắn gọn, xúc tích.

Cách sử dụng logo: Logo là hình ảnh sinh động, cơ bản nhất trong các yếu tố cấu thành thương hiệu. Bạn nên để thương hiệu xuất hiện trên tất cả các sản phẩm và trong quá trình làm việc của bạn ở bất cứ nơi nào, khi nào có thể. Và logo nên được xuất hiện dưới cùng một kích cỡ và vị trí trên một trang giấy. Việc mở rộng hay thu nhỏ kích cỡ logo có thể chấp nhận được, nhưng điều tối kỵ đối với logo là thiết kế lại và thay đổi nó. Việc hình ảnh logo được thể hiện kiên định, trước sau như một là rất quan trọng và cần thiết.

Bạn nên nhớ rằng, việc được thừa nhận và công nhận là chìa khóa để kinh doanh tăng trưởng. Hãy tạo ra sự thân thuộc, gần gũi trên mọi phương tiện quảng cáo và tiếp thị đối với khách hàng và người tiêu dùng. Làm được điều này, bạn sẽ thắng được đối thủ cạnh tranh và xây dựng lòng trung thành của khách hàng đối với thương hiệu của bạn.

35. Thiết kế bao bì

"Packaging design" là sự kết hợp giữa nguyên liệu, cấu trúc, cách trình bày, hình ảnh, màu sắc và những thành phần khác tạo ra sự thu hút thị giác cho mục đích truyền thông mục tiêu và chiến lược marketing của một thương hiệu hay sản phẩm.

Vai trò của bao bì ngày càng trở nên quan trọng hơn trong việc xây dựng một thương

hiệu mạnh và nhất quán. Bao bì không chỉ có tác dụng bảo vệ, mô tả và giới thiệu sản phẩm mà nó còn chứa đựng rất nhiều nhân tố tác động đến khách hàng và việc quyết định lựa chọn mua hàng của họ. Để luôn là lựa chọn số một của khách hàng trước những đối thủ cạnh tranh thì đâu là yếu tố chính trong việc xây dựng những yếu tố thành công trong việc thiết kế bao bì?

Dựa trên cơ sở những nhân tố tác động đến khách hàng khi lựa chọn và so sánh những sản phẩm cùng loại chúng ta hãy tham khảo 8 yếu tố cơ bản trong việc lựa chọn thiết kế một bao bì đẹp, đó là:

Sự phối hợp nhất quán

Đây là tiêu chuẩn cốt lõi của một bao bì thành công. Sự phối hợp nhất quán là phải thể hiện được một phong cách riêng của thương hiệu sản phẩm. Màu sắc, bố cục, phông nền là những yếu tố giúp cho việc nhận dạng hình ảnh thương hiệu nhanh hơn nhiều lần, và giúp cho khách hàng có thể nhớ được những đặc tính riêng của sản phẩm đó, mặc dù họ có thể mua hàng ở nhiều cửa hàng khác nhau. Một sản phẩm có thể thay đổi màu sắc bao bì theo từng giai đoạn để tạo sự hấp dẫn, nhưng nó phải tuân theo nguyên tắc nhất quán trong việc nhận diện thương hiệu sản phẩm đó.

Sự ấn tượng

Khi tặng quà cho một ai đó thì việc gói quà đã thể hiện sự tôn trọng đối với người nhận. Một món quà được gói đẹp và chăm chút trước hết đã gây được một ấn tượng ban đầu tốt đẹp đối với người nhận, cho dù chưa biết món quà bên trong như thế nào. Bao bì của sản phẩm cũng vậy, cách thiết kế và đóng gói bao bì cũng đã thể hiện được một phần của sản phẩm bên trong bao bì. Tính ấn tượng còn đặc biệt có ý nghĩa với những bao bì cao cấp dành cho những sản phẩm sang trọng. Việc thiết kế bao bì cho những mặt hàng đắt giá đòi hỏi phải có sự chọn lựa kỹ từ chất liệu cho đến màu sắc thiết kế, thông qua đó thể hiện được “đẳng cấp” của người mua.

Sự nổi bật

Trên một kệ trưng bày không chỉ có sản phẩm của chúng ta mà còn có thể có các sản phẩm khác cùng loại của đối thủ cạnh tranh. Vì vậy sự nổi bật là một yếu tố rất quan trọng để tạo ra sự khác biệt. Nhà thiết kế phải hiểu rằng sản phẩm sẽ được người tiêu dùng so sánh, nhận định với hàng loạt những sản phẩm khác với rất nhiều phong cách và màu sắc đa dạng. Và để có thể cạnh tranh được, nhà thiết kế phải làm cách nào để sản phẩm của mình sẽ là điểm nhấn giữa một loạt sản phẩm khác. Muốn làm được điều này đòi hỏi nhà sản xuất đã phải nghiên cứu kỹ thị trường từ bước định vị sản phẩm đầu tiên đến việc xây dựng một hệ thống nhận diện thương hiệu hiệu quả. Khả năng sáng tạo cao cũng sẽ giúp việc thiết kế bao bì tránh được những lối mòn quen thuộc đến nhàm chán của các bao bì ngoài thị trường.

Sự hấp dẫn

Trong một số ngành hàng, đặc biệt trong ngành mỹ phẩm, bao bì phải thể hiện được sự hấp dẫn, lôi cuốn, gây thiện cảm và nhấn mạnh các đặc tính của sản phẩm. Bao bì trong những ngành này có thể được xem như một phần của sản phẩm tạo ra những giá trị cộng thêm cho khách hàng. Sản phẩm được thiết kế dành cho nam giới bao bì phải thể hiện

được sự nam tính , khác hẳn với sản phẩm dành cho nữ giới với những đường nét mềm mại quyến rũ.

Sự đa dụng

Bao bì thông thường người ta chỉ nghĩ đến việc đựng sản phẩm và sử dụng xong rồi bỏ, rất lãng phí. Vì vậy trong cuộc cạnh tranh ngày nay người ta thường tìm cách thêm giá trị sử dụng cho bao bì. Những chi tiết tưởng chừng nhỏ nhất đôi khi sẽ là một lợi thế cạnh tranh lớn của sản phẩm so với các đối thủ khác. Bao bì sữa tắm ngày nay thường có thêm móc để treo trong phòng tắm thuận tiện , hình dáng thon để cầm nắm được dễ dàng. Nắp đậy của của những chai Comfort làm mềm vải có thêm chức năng làm mức đo lượng sử dụng. Hộp bánh kẹo bằng thiếc rất sang trọng và khi dùng hết có thể sử dụng làm hộp đựng linh tinh. Tất cả những điều này giúp cho sản phẩm trở nên thông dụng và phù hợp hơn trong đời sống hàng ngày của người tiêu dùng.

Chức năng bảo vệ

Đã là bao bì thì luôn phải có chức năng bảo vệ sản phẩm bên trong. Tuy nhiên không thiếu những bao bì đã không xem trọng chức năng này. Bao bì phải được thiết kế làm sao bảo vệ được sản phẩm bên trong một cách an toàn nhất. Người ta ưa thích dùng bao bì kín hoặc hút chân không để giúp cho sản phẩm để được lâu hơn. Bao bì dành cho thực phẩm và đồ uống phải đáp ứng được những tiêu chuẩn bắt buộc trong việc bảo đảm chất lượng sản phẩm.



Sự hoàn chỉnh

Yếu tố này giúp cho việc thiết kế kiểu dáng bao bì phù hợp với sản phẩm bên trong của nó và điều kiện sử dụng sản phẩm đó. Bao bì phải thích hợp với việc treo hoặc trưng bày trên kệ bán hàng, có thể dễ dàng để trong hộp carton. Bao bì dành cho thức ăn phải để được vào tủ lạnh vừa vặn và không tốn không gian.. Bút viết dành cho trẻ em phải khác với bút viết dành cho người lớn. Bút để kẹp trên áo khác với bút cất trong cặp. Rất nhiều yếu tố mà khách hàng quan tâm cần phải được nhà thiết kế xem xét một cách tỉ mỉ để tạo cho bao bì một sự hoàn thiện tránh mọi khuyết điểm không đáng có. Sẽ có sự lựa chọn nên nhấn mạnh điểm nào giữa sự tiện lợi, sự nổi bật hay sự đa dụng để tạo ra sự hoàn chỉnh cho sản phẩm.

Sự cảm nhận qua các giác quan

Một bao bì tốt phải thu hút được sự cảm nhận tốt của người tiêu dùng về sản phẩm thông qua việc nhìn ngắm, sờ mó và sờ mó vào sản phẩm. Chúng ta thường ít chú ý đến xúc giác của người tiêu dùng mà thường chỉ nhấn mạnh vào yếu tố bắt mắt. Nhưng xúc giác lại có vai trò quan trọng trong việc cảm nhận về kích cỡ, kết cấu sản phẩm, chất liệu bao bì và từ đó ảnh hưởng đến việc nhận xét chất lượng sản phẩm.

Chúng ta không thể bỏ qua một yếu tố nào trong những yếu tố trên vì nó sẽ làm mất đi một lợi thế không nhỏ so với đối thủ cạnh tranh. Việc áp dụng những yếu tố này còn đòi hỏi phải tìm hiểu kỹ nhu cầu và đối tượng khách hàng hướng đến. Xác định được đâu là nhu cầu và mong muốn của người tiêu dùng đối một sản phẩm và đối với bao bì sản phẩm sẽ giúp cho việc định hướng và thiết kế được nhanh hơn và hiệu quả hơn.

36. Sáu luật cơ bản trong thiết kế

Trong cuộc sống chúng ta gặp phải và chịu ảnh hưởng của rất nhiều điều luật. Luật lệ là do con người chúng ta đặt ra nhằm mục đích tạo 1 xã hội công bằng và văn minh. Trong thiết kế cũng vậy, cũng có những điều luật cơ bản chi phối diện mạo của 1 Layout. Chúng có thể không tương tác qua lại lẫn nhau và cũng có thể trùng lặp với nhau trong 1 số trường hợp

Vậy hãy cùng nhau phân tích những nguyên lý cơ bản của design, để mà chúng ta sẽ áp dụng chúng trong những mẫu thiết kế của mình.

The law of design bao gồm:

- Balance (cân bằng)
- Rhythm (nhịp điệu)
- Emphasis (nhấn mạnh)
- Unity (đồng nhất)
- Simplicity (đơn giản)
- Proportion (cân xứng)

The law of balance: luật cân bằng

Sự cân bằng phù hợp của các yếu tố là sự cần thiết đối với 1 mẫu design. Luật cân bằng có 2 loại đó là cân bằng đối xứng và cân bằng bất đối xứng.

Cân bằng đối xứng biểu thị tất cả các yếu tố như chiều cao, chiều rộng ... được sắp đặt 1 cách đối xứng trong trang. Cân bằng đối xứng đề cập đến tất cả những gì được sắp xếp trong 1 bố cục. Cân bằng đối xứng được chia ra làm nhiều loại như cân bằng đảo ngược, cân bằng 2 trục, cân bằng xuyên tâm...

Cân bằng bất đối xứng đạt được khi không có sự đối xứng. Khi tất cả các yếu tố được xếp đặt không có sự đối xứng với nhau, cân bằng bất đối xứng được thiết lập.

Luật cân bằng được áp dụng trong rất nhiều thiết kế mà tiêu biểu là thiết kế logo

The law of rhythm: luật nhịp điệu

Nhịp điệu dùng để tạo nên sự dịch chuyển và điều hướng của tầm nhìn. Nó xảy ra khi các yếu tố trong 1 bố cục được lặp lại. Nhịp điệu được tạo ra bằng cách tạo nên 1 dòng chảy êm đềm của tầm nhìn. Nhịp điệu được dùng như 1 đường dẫn mà do đó mắt chúng ta có thể đọc được những phần quan trọng của 1 thông tin. Nó còn được gọi là 1 mẫu thức của nghệ thuật. Nhịp điệu rất quan trọng vì nó đóng 1 vai trò sống còn trong cuộc sống vật chất của chúng ta. Nhịp điệu giúp chúng ta nhìn nhận ra trật tự của thế giới chung quanh.

Nhịp điệu có thể tạo nên bằng 3 cách đó là: sự lặp lại, dùng chuỗi và dùng sự liên tục. Người nghệ sĩ, thông thường sử dụng tất cả các hình thức của nhịp điệu trong 1 bố cục. Họ phát triển thành 1 sự liên kết của nhịp điệu trong xây dựng, vẽ, các sản phẩm thủ công... 1 cách nhuần nhuyễn và khéo léo để tạo nên 1 tổng thể tuyệt vời.

The law of emphasis: luật nhấn mạnh

Những yếu tố cần phải nổi bật thì sẽ cần được nhấn mạnh. Sự nhấn được tạo ra bởi sự sắp đặt các yếu tố 1 cách hợp lý. Hoặc đặt chúng ở vị trí đáng được chú ý bằng cách dùng sự tương phản, có nghĩa là làm chúng nổi bật lên bằng những nét đặc trưng như màu sắc, hình dạng, tỉ lệ. Sự nhấn mạnh hoặc tương phản mang lại sự muôn màu muôn vẻ cho 1 mẫu thiết kế. Một số loại tương phản phổ biến là: cong và thẳng, rộng và hẹp, hoa mỹ và xù xì ...Nhấn mạnh bằng tương phản xuất phát từ rất nhiều phương cách, nhưng cách phổ biến nhất có lẽ là dùng màu sắc. Sự tương phản về đường nét, hình dạng và kích thước làm nên ưu thế của 1 chi tiết so với tổng thể. Thí dụ như 1 đóa hoa được đặt trước 1 bức tường tĩnh lặng và đơn sắc thu được hiệu quả nhiều hơn trong 1 môi trường ồn ào náo nhiệt.

The law of unity: luật đồng nhất

Sự đồng nhất hoặc hài hòa tạo nên sự liên kết giữa các yếu tố trong 1 diện mạo. Nó là sự cân bằng phù hợp của tất cả các yếu tố để tạo nên 1 tổng thể dễ chịu. Sự đồng nhất được phản ánh trong tổng thể hài hòa. Sự đồng nhất ám chỉ đến sự hợp nhất của tất cả các yếu tố trong 1 layout, nơi mà mỗi phần khác nhau hỗ trợ những phần còn lại và tất cả sự kết hợp đó làm thành 1 khối nghệ thuật đồng nhất. Nó đạt được bằng cách sử dụng sự liên tục và sự hài hòa.

The law of simplicity: luật đơn giản

Sự đơn giản trong design dẫn đến sự nhận thức chủ đề 1 cách dễ dàng hơn. Sự đơn giản là thực sự cần thiết, đặc biệt trong layout, để tạo nên sự rõ ràng, sáng sủa.

The law of proportion: luật cân xứng

Luật cân xứng là mối quan hệ giữa hình dạng và kích thước. Nó giúp cho chúng ta đạt được sự cân bằng, đồng nhất cho 1 layout. Để có được 1 sự cân xứng tốt thì các yếu tố

phải được điều chỉnh. Sự điều chỉnh kích thước của các yếu tố với 1 sự cân xứng hoàn hảo tạo nên 1 mẫu design tốt. Đó chính là sự liên quan giữa kích thước của các yếu tố với nhau, và với sự cân xứng tổng thể. Sự cân xứng bao gồm những mối liên quan đó là liên quan về chiều cao, chiều rộng, chiều sâu và không gian chung quanh.

Khoảng không gian mở xung quanh 1 chủ đề tạo nên 1 yếu tố gọi là tỉ lệ. Chúng ta có thể thấy rằng tỉ lệ liên quan mật thiết đến cuộc sống hằng ngày của chúng ta. Chúng ta đi vào siêu thị để mua 1 cái đèn ngủ trang trí cho căn phòng và tìm được 1 cái ghế là phù hợp trong con mắt chúng ta lúc đó. Nhưng khi về nhà thì mới nhận thấy rằng nó quá to so với căn phòng. Chúng ta không thay đổi gì ở cái đèn, nhưng đối với không gian chung quanh đã có sự thay đổi về tỉ lệ. Đối với thiết kế cũng vậy. Bạn cứ ngỡ rằng nó rất phù hợp trên màn hình vi tính, nhưng khi in ra thì đó là cả 1 khoảng cách không thể không xem xét. Vì vậy tại sao người ta phải in những maquette đen trắng (ở những công ty nước ngoài người ta in đến hàng chục maquette như vậy) để tìm ra 1 layout phù hợp nhất.

Do đó có thể nói rằng tỉ lệ là 1 yếu tố quan trọng nhất trong design, mặc dù nó chỉ được xếp ở vị trí thứ 6 trong những yếu tố của design (các yếu tố kia là đường nét, phương hướng, hình dạng, màu sắc, chất liệu và độ sáng tối).

Tóm lại, những nguyên lý của design là những nguyên tắc cơ bản được ghi nhớ và áp dụng đi kèm với suy nghĩ và cảm xúc của người nghệ sĩ hoặc designer. Những nguyên lý đó được soạn thành luật lệ cho những phương pháp làm việc, mà người nghệ sĩ đã rút ra qua bao nhiêu thế kỉ trải nghiệm, thực hành cũng như có những sai sót thực tế. Vì vậy tất cả những gì của ngày nay chúng ta được học tập là những tinh hoa của hàng trăm năm lịch sử design nói chung và graphic design nói riêng. Cùng với sự sáng tạo của mình kết hợp với những law of design nói trên, chắc chắn các bạn sẽ đưa graphic design của VN phát triển lên tầm quốc tế.

37. Vai trò của đồ họa và màu sắc trong thiết kế quảng cáo

Có thể nói nền kinh tế hàng hoá nhiều thành phần cùng với sự mở cửa để hội nhập của Việt Nam ra ngoài thế giới đã tạo điều kiện thuận lợi cho ngành Đồ họa phát triển một cách mạnh mẽ. Các công ty nước ngoài ra đời với muôn ngàn sản phẩm mẫu mã phong phú thực sự đã tạo nên một cuộc cạnh tranh khốc liệt để chiếm lĩnh thị trường. Cùng đó là các sản phẩm ngoại nhập với mẫu mã phong phú cũng đang hiện diện ngày càng nhiều trên thị trường Việt Nam.

Một tất yếu sẽ xảy ra là hàng hoá nào với hình thức mẫu mã đẹp, chất lượng ốt sẽ chiếm được yêu thích từ phía người tiêu dùng.

Muốn xây dựng được những biểu tượng hàng hoá có uy tín trên thị trường thì việc quảng cáo là một giải pháp tối ưu trong chiến lược của các nhà quản lý kinh doanh trên thị trường. Nhiệm vụ đặt ra cho các họa sĩ thiết kế đồ họa là vô cùng to lớn. Làm thế nào để thông tin từ nhà sản xuất đến với người tiêu dùng một cách nhanh nhất, chính xác nhất và ấn tượng nhất. Một loạt câu hỏi được đặt ra, một loạt phương án được thực thi nhưng có lẽ đơn giản nhất và cũng là phức tạp nhất đó là màu sắc. Bởi màu sắc có sức thu hút rất lớn, con mắt chúng ta thường nhạy cảm với màu sắc hơn là với hình khối. Các hiện tượng

màu sắc thường có tác động mạnh đến tâm lý và cảm xúc của con người. Màu sắc là phương tiện hữu hiệu nhất giúp quảng cáo tiếp cận một cách nhanh nhất tới mục tiêu quảng cáo đó là con người.

Màu sắc là một yếu tố quan trọng trong công việc cũng như là thành công trong phần thiết kế quảng cáo của người họa sỹ. Vì vậy hiệu quả và vai trò của màu sắc trong thiết kế Đồ họa quảng cáo là vô cùng to lớn. Những nguyên lý cơ bản về màu sắc Màu tồn tại bởi ba yếu tố: ánh sáng, đối tượng quan sát và chủ thể quan sát. Các nhà vật lý đã chứng minh rằng ánh sáng trắng được hợp thành từ các bước sóng của các màu đỏ, lục và xanh.

Mắt người cảm nhận được màu khi các bước sóng này được đối tượng quan sát hấp thụ và phản xạ. Ba màu đỏ, lục và xanh là những màu nguyên thủy của ánh sáng. Khi ba màu này chồng lên nhau chúng tạo ra các màu thứ cấp: Cyan, Magenta và Yellow. Các màu nguyên thủy và màu thứ cấp là những thành phần màu bổ xung cho nhau. Những màu trong hợp là những màu hầu như không giống màu nào cả. Từ các màu nguyên thủy và các màu phát triển từ chúng là màu hữu sắc. Màu đen, trắng, xám là màu vô sắc.

Theo cảm giác về mặt tâm lý, màu đỏ, vàng, cam được liên tưởng tới mặt trời cho nên những màu đó và các sắc cùng tông được coi là màu nóng. Màu xanh, lục, tím liên tưởng tới bầu trời, mặt nước nên những màu đó và các sắc cùng tông được coi là lạnh. Những màu ở giữa nóng và lạnh là màu trung tính. Chính từ những thói quen tâm lý trên mà con người đưa ra những quan niệm về màu sắc hay nói cách khác đó chính là ngôn ngữ màu sắc. Màu sắc tự thân có khả năng gây cảm giác xa gần.

Thực tế cho thấy những màu nóng như đỏ, cam, vang và các sắc điệu của chúng thường cho cảm giác gần gũi mắt nhìn, những màu lạnh cho cảm giác lùi xa chạy về phía sau. Màu sáng đặt trên nền tối, màu rực rỡ đặt trên nền trầm đều làm tăng sự tương phản về khoảng cách xa gần. Màu sáng, màu nóng đặt trên nền tối, nền lạnh thường cho cảm giác lớn hơn diện tích thực của nó. Do đó gây cảm giác chiếm chỗ trong không gian nhiều hơn so với các màu sắc khác. Sự tương phản, ảnh hưởng của các màu được thể hiện rõ khi hai



màu đặt cạnh nhau hoặc bao quanh nhau.

Mỗi màu đều có sự biến đổi bởi màu này tác động lên màu kia. Tính chất của màu sắc và hình khối có một mối quan hệ tương hỗ nhất định. Màu sắc có khả năng hoàn thiện khối. Nó tạo cho hình khối sự đa dạng về biểu chất, làm phong phú bề mặt của khối. Khi cần

thiết nó có thể sử dụng nhiều quan hệ màu trên một bề mặt làm gia tăng hoặc giảm nhẹ sự chú ý của thị giác đối với từng bộ phận của hình khối. Khi hình khối bị phân thành nhiều nhóm, thành phần thì có thể dùng màu hợp nhất chúng lại thành hình khối có sự thống nhất và khái quát. Cùng trên một diện tích, hoặc một thể tích màu sáng có vẻ lớn hơn các màu tối. Màu vàng, lam nhạt gây cảm giác rộng hơn các màu khác. Tính chất nóng, lạnh của màu làm tăng tính động hoặc tĩnh. Làm nổi bật sự phát triển hoặc sự yên tĩnh của hình khối. Các hình khối động, hình khối phát triển khi mang màu đỏ, cam vàng, hoặc màu phát quang thì gây cảm giác va đập thị giác mạnh. Ngược lại những màu lạnh hoặc trầm lại có khả năng nhấn mạnh những hình khối có tính ổn định, lan toả, vững chãi. Tính chất này của màu sắc rất hữu ích trong việc thiết kế quảng cáo, gây sự tập trung chú ý của khách hàng.

Sắc màu là phương tiện hữu hiệu nhất để diễn tả đặc trưng của thế giới quan. Những màu vàng, các màu rực sáng gọi tiếng vang lớn. Gam tông màu nâu tạo sự tĩnh lặng gọi lại một ý tưởng xa xôi, tồn tại về lâu dài, màu nâu trông lịch sự trang nhã, những màu mát nhẹ gần với sự êm dịu ngân dài. Màu vàng chanh gợi cảm giác về vị chua, màu cam mang đến về sự ngọt ngào ngon miệng. Chính vì vậy màu cam và các sắc độ cùng tông hay được sử dụng rộng rãi trong nhà hàng, những ứng dụng cho đồ thực phẩm ăn uống. Màu đỏ, cam và các màu có độ mạnh chói được coi là các màu tích cực, kích thích hưng phấn. Những màu lạnh, màu đục tiêu biểu sự tĩnh lặng, nhã nhặn gắn liền với cảm giác về sự nhàn hạ, thanh lịch. Những tông màu tím nhạt, hồng phấn gợi cảm giác mơ mộng, lãng mạn hay được sử dụng trong đồ mỹ phẩm gợi cảm giác nhẹ nhàng, sự quyến rũ...

Phát triển cùng tư duy triết học cổ Trung Quốc, màu sắc được biết đến với những “Ngũ sắc - đỏ, vàng, trắng, đen” ứng với “Ngũ hành -Hoả, Thổ, Mộc, Kim, Thủy” là năm thành phần nguyên bản tạo nên thế giới. Màu sắc đã được con người đề cập tới từ rất sớm từ khi hình thành ý thức xã hội, là yếu tố cần khám phá phục vụ nhu cầu trong cuộc sống. Người Trung Quốc nói riêng và người phương Đông nói chung đều có quan niệm: -Màu đỏ là màu tượng trưng cho sự may mắn. Đỏ là màu sung sướng, nồng nhiệt, hạnh phúc, chỉ có sức mạnh, có danh vọng. Màu đỏ được dùng trong các ngày đại lễ - đám cưới, khánh thành nhà mới... hay trong dịp Tết. Sắc đỏ truyền thống đó hẳn trong mỗi người dân đất Việt ta đều không quên được câu đối ngày Tết “Thịt mỡ dưa hành câu đối đỏ”.

Chính vì vậy màu đỏ là màu rất được ưa chuộng ở phương Đông. -Màu vàng tượng trưng cho quyền uy, giàu sang, phú quý. Màu vàng được sử dụng nhiều ở chốn cung đình xưa. Vua chúa thường lấy màu vàng làm màu tượng trưng của mình được sử dụng trong trang phục, sắc phong, trang trí nhà cửa... - Màu đen tạo cảm giác sâu thẳm về bề mặt lẫn chiều sâu, tượng trưng cho sự huyền bí, u ám, đen tối gắn liền với lực lượng siêu nhiên bí hiểm mà con người chưa khám phá ra được. - Màu xanh còn liên tưởng tới rừng cây, thuộc gam màu lạnh, là màu tượng trưng cho mùa xuân, tốt tươi, thanh bình, hi vọng. - Quan niệm về màu sắc ở từng vùng, từng miền là khác nhau.

Phương Tây cho rằng màu trắng là tinh khiết, trong trắng, cô dâu trong ngày cưới thương mặc màu trắng. Còn phương Đông lại ngược lại, màu trắng thể hiện sự tang tóc, nên trong ma chay người ta hay dùng màu trắng. Những quan niệm đó không phải là bất biến, mà có sự thay đổi khi các nền văn hoá giao lưu ảnh hưởng lẫn nhau. Ngày nay màu trắng

được sử dụng rộng rãi ở nước ta cũng như một số nước phương Đông khác trong cuộc sống. Những liên tưởng này chủ yếu dựa vào kinh nghiệm mà con người cảm nhận được trong cuộc sống. Cuộc sống chứa đựng trong nó biết bao màu sắc. Với những biểu hiện có tính quy luật của màu sắc, con người đã thể hiện được những ý tưởng chủ quan của mình. Cùng những hiểu biết về màu sắc trong cuộc sống như quan niệm, thói quen tâm lý, tín ngưỡng ... sẽ giúp người họa sỹ thiết kế đạt được thành công trong thiết kế đạt được thành công trong thiết kế sản phẩm của mình phục vụ cuộc sống.

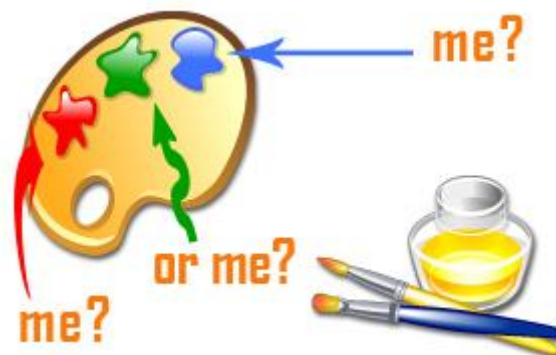
38. Chọn màu phù hợp

Bạn đừng nên đánh giá thấp quá trình lựa chọn màu sắc cho trang web của mình. Đừng chọn màu theo kiểu sai thì sửa. Dưới đây là những kinh nghiệm quý báu nhất liên quan đến việc chọn màu cho trang web. Đọc nó và hãy bắt đầu công việc thu hút sự chú ý của người đọc.

Cách sử dụng màu và pattern

Nếu có thể bạn cho phép người đọc trên trang web của bạn có thể lựa chọn màu sắc, skin tùy theo sở thích của họ. Tiếp đến là việc tạo độ tương phản cao giữa chữ và hình nền, tạo ra độ tương phản giữa chữ và hình nền là điều nên làm, tuy nhiên bạn đừng nên dùng pattern hay là texture background đằng sau chữ. Một màu đặc hoặc không có gì thường tốt hơn nhiều.

Bạn cũng đừng nên dựa quá nhiều vào ý nghĩa chỉ dẫn của màu sắc cho những đoạn thông tin quan trọng. Sử dụng màu sắc như là một cách để phân biệt những thành phần khác nhau trên một trang web có thể khá thú vị và vui mắt. Nhưng tránh lạm dụng màu sắc khi bạn phải dùng nhiều màu cùng một lúc. Nên mạch lạc và đặt giới hạn cho số lượng màu mà bạn sẽ dùng cho trang web.



Lựa chọn màu phù hợp

Màu an toàn nhất, dễ đọc hơn và chuyên nghiệp là sự kết hợp của chữ đen nền trắng. Theo khả năng trung bình của mắt người - màu đỏ và xanh lá cây sẽ rõ ràng nhất nếu được đặt ở giữa. Trắng, đen, vàng và xanh dương thì rõ ràng hơn khi được đặt ở vùng biên. Nếu muốn xác định hai nhóm nội dung, đừng nên sử dụng kết hợp hai màu đỏ và xanh lá, hãy luôn nhớ rằng hầu hết những người bị bệnh mù màu là mù với hai màu đỏ và xanh lá. Cũng tương tự như thế với hai màu Xanh dương và Vàng bởi vì có ít nhất 1-2% số người bị mù với hai màu Vàng và Xanh dương.

Với mục đích để thu hút sự chú ý của người đọc thì màu đỏ hoặc những màu sắc sỡ khác có thể giúp ích được cho mục đích của bạn. Những màu sáng khác cũng rất tốt cho chế độ hiển thị nội dung trên màn hình máy tính mà có thể được xem trong một thời gian dài. Những màu này cũng thích hợp với những người dùng lớn tuổi. Nếu bạn muốn màu sắc trên trang web phải khác biệt với nhau thì những màu xanh đậm, đỏ, màu tím, màu xám, vàng và da cam là những gam màu tốt.

Sử dụng màu để nói về công ty hay trang web của bạn

Những màu sáng như vàng để làm hình nền có thể được dùng để highlight cho những sản phẩm hạ giá. Những màu sắc phù hợp với thương mại là màu be, xanh dương, màu đỏ tím và màu xanh lá đậm ở trên hình nền trắng hoặc một màu thật nhẹ. Bạn đừng nên tạo thói quen cho mình khi sử dụng chữ màu xám, hoặc màu nhạt cho những đoạn văn quan trọng. Nó cũng không tốt khi bạn sử dụng nhiều tông màu Xanh cùng một lúc. Bạn đừng tạo cho người đọc cảm giác bạn còn là một amato khi sử dụng những màu sắc sỡ để highlight một cái gì.

Chọn màu dựa trên chế độ xem

Khi bạn trong điều kiện thiếu ánh sáng, sử dụng chữ nhẹ, mỏng với màu vàng nhạt hoặc đỏ với màu nền là màu xanh đậm, xanh lá hoặc đỏ. Nếu bạn làm việc trong môi trường đủ ánh sáng thì chữ đen, mảnh trên nền trắng là tốt nhất.

Những hướng dẫn ở trên là dựa trên kinh nghiệm của tôi ... tuy nhiên bạn phải cảm nhận được những phản ứng của người đọc trên trang của bạn để đưa ra kết luận cuối cùng. Nếu những hướng dẫn trên không phù hợp với bạn thì đó là lúc bạn phải tìm ra thông tin hoặc học từ kinh nghiệm của chính bạn để phản ứng lại với nó.

39. Quy luật màu sắc

Một nhãn hiệu nên dùng màu sắc trái ngược với màu sắc của nhãn hiệu cạnh tranh. Một cách khác để làm nổi bật nhãn hiệu là dùng màu sắc. Nhưng màu sắc không phải là thuộc tính để sử dụng.

Có hàng nghìn từ ngữ có thể sử dụng nhằm tạo ra một cái tên độc đáo, nhưng chỉ có một số màu sắc nhất định mà thôi.

Có 5 màu cơ bản (đỏ, da cam, vàng, xanh lá cây, xanh dương) bên cạnh các màu trung tính (đen, trắng, xám). Nên chọn một màu từ 5 màu chính đó thôi hơn là chọn một màu trung gian hoặc một màu pha trộn. Nhưng chọn màu nào?

Hãy nhớ rằng các màu không có tác động giống nhau đối với mắt người nhìn. Các màu thiên về cạnh đỏ của quang phổ thì hơi tập trung vào phía sau võng mạc. Do đó khi một người nhìn màu đỏ, nó có vẻ di chuyển về phía mắt của anh ta. Những màu ở phía màu xanh của quang phổ thì tập trung phía trước võng mạc. Do đó màu xanh dương có vẻ di chuyển xa người nhìn.

Vì các nguyên nhân có tính vật lý này, màu đỏ được coi là màu của năng lượng và gây kích thích. Màu đỏ là màu đập vào mắt người nhìn, đó là lý do tại sao 45% các quốc kỳ trên thế giới đều có màu đỏ (Xanh dương là màu nổi bật thứ nhì. Màu xanh dương có trên khoảng 20% các quốc kỳ trên thế giới).

Xanh dương là màu tương phản với đỏ. Xanh dương tạo cảm giác an bình, yên tĩnh. Màu của sự nhân từ, nhân nhá. Trong thế giới của nhãn hiệu, màu đỏ là màu có tính cách của điểm bán lẻ, thu hút sự chú ý. Màu xanh dương là màu có tính cách của công ty, tạo ra sự bình ổn. Ví dụ logo Coca-Cola màu đỏ, logo IBM xanh dương.

Các màu kia là màu giữa hai thái cực này. Màu cam gần đỏ hơn xanh dương. Xanh lá cây gần xanh dương hơn đỏ. Màu vàng là màu trung tính. Nhưng vì nó nằm giữa phạm vi các độ dài sóng mà mắt ta có thể phát hiện được, cho nên màu vàng cũng là màu sáng nhất. (Do đó mà màu vàng được dùng trong các điểm báo “hãy chú ý” như đèn giao thông màu vàng, các lần sơn màu vàng, các biển báo màu vàng).

Sau nhiều năm, một số màu đã đi cùng nhiều đặc trưng khác nhau như tính chất, dịp đặc biệt và các phong trào.

- Màu trắng thanh khiết (ví dụ áo cưới).
- Màu đen sang trọng (ví dụ nhãn chai rượu Johnnie Walker Back Label).
- Màu xanh dương là màu của sự lãnh đạo (ví dụ dải băng khen thưởng màu xanh dương khoác lên người chiến thắng trong cuộc đua ngựa).
- Màu đỏ tía là vương giả, quý tộc (như trong câu nói “xuất thân quý tộc” = “born to the purple”).
- Màu xanh lá cây là màu của môi trường và sức khỏe (ví dụ màu của các biểu tượng Greenpeace, Healthy Choice, và SnackWell’s).

Khi chọn màu cho một nhãn hiệu hoặc một logo, các nhà quản lý thường tập trung vào tâm trạng mà họ muốn tạo ra cho người nhìn, hơn là bản sắc độc đáo nào đó của nhãn hiệu. Và khi tâm trạng được xem là quan trọng, các yếu tố khác phải nhường chỗ.

Lãnh đạo công ty có quyền chọn lựa trước hết. Nói chung, màu tốt nhất để chọn là màu tượng trưng cho dòng sản phẩm nhiều nhất. John Deere là nhãn hiệu hàng đầu về máy cày. Anh có ngạc nhiên không khi John Deere dùng màu xanh lá cây – màu của cây cỏ

của ruộng đồng – làm màu tiêu biểu của nhãn hiệu? Một công ty máy cày ở Brazil đã yêu cầu chúng tôi nghĩ giùm một tên nhãn hiệu và màu sắc của nó.

Chúng tôi chọn cái tên Maxion làm tên nhãn hiệu vì nó có vẻ truyền đạt được “sức mạnh”, một đặc tính chủ yếu của máy cày. Nhưng màu cho cái nhãn hiệu máy cày mới toanh này nên là màu gì? Màu xanh dương có tốt cho máy cày không? Không, nhưng việc tạo ra một bản sắc nhãn hiệu khác biệt thì quan trọng hơn là việc sử dụng màu tượng trưng cho đúng.

Hertz, nhãn hiệu đầu tiên trong dịch vụ cho thuê ô tô, đã chọn màu vàng. Do đó Avis, một nhãn hiệu hạng nhì trong lĩnh vực dịch vụ này, đã chọn màu đỏ. Nhãn hiệu National dùng màu xanh lá cây. (Đã nhiều năm qua, National đã đưa ra nhãn hiệu S&H Green Stamps cho các khách hàng của dịch vụ thuê ô tô, đây là nước cờ marketing giúp liên kết cái tên National với màu xanh lá cây).

Người ta thường lý luận rất logic rằng cần phải chọn một màu trái ngược với màu mà các đối thủ cạnh tranh sừng sỏ của mình đã chọn. Khi phớt lờ quy luật về màu sắc, anh đã làm một việc dại dột.

Nước cola màu nâu đỏ. Cho nên màu hợp lý cho một nhãn hiệu cola là màu đỏ. Đó là một lý do tại sao hơn 100 năm qua Coca-Cola đã chọn màu cho nhãn hiệu là màu đỏ.



Pepsi-Cola thì chọn màu dỏ tẻ. Họ chọn màu đỏ và xanh dương làm màu nhãn hiệu. Màu đỏ tượng trưng cho màu nước cola, còn màu xanh dương để phân biệt với màu nhãn hiệu của Coca-Cola. Bao năm qua Pepsi đã vất vả đáp trả lại chiến lược màu sắc của Coca-Cola mà vẫn không được thành công lắm.

Hãy trung thực với mình. Trong tâm thức của anh, không phải là thế giới như ngập tràn các biểu tượng màu đỏ của Coca-Cola hay sao? Và để hình dung ra các biểu tượng của Pepsi-Cola chẳng phải là khó khăn hay sao? Pepsi có mặt ở đó, nhưng việc thiếu một màu sắc độc đáo tạo sự khác biệt đã khiến Pepsi chìm nghỉm trong đại dương màu đỏ của Coca-Cola.

Gần đây Pepsi-Cola đã nhìn ra được chân lý, hay đúng hơn là nhìn được màu hợp lý. Họ đang thực hiện cái mà lẽ ra họ đã phải thực hiện cách nay 50 năm. Đó là làm cho màu sắc

nhãn hiệu trái với màu sắc của các đối thủ cạnh tranh sùng sỏ của mình.

Pepsi-Cola đang “xanh hóa” mọi thứ của mình, họ thậm chí còn chơi sang, sơn màu xanh dương cho một chiếc máy bay phản lực siêu thanh Concorde để chuyển tải thông điệp màu xanh đi tới các nhà máy đóng chai nước giải khát này trên khắp thế giới.

Hãy làm cái gì đó đối lập. Kodak màu vàng thì Fuji màu xanh dương. Màu vàng (như trong Golden Arches) cũng là màu người ta hay coi là màu đặc trưng của McDonald’s, mặc dù logo của nó hầu như toàn màu đỏ. Nhưng Burger King thì màu gì?

Burger King đã sai lầm khi chọn màu của bánh hamburger thay vì chọn màu trái ngược với màu của các đối thủ cạnh tranh sùng sỏ của mình. Burger King đã kết hợp màu vàng của vỏ bánh hamburger với màu đỏ cam của thịt. Một logo gọn gàng, nhưng với màu sắc tệ hại.

Budweiser màu đỏ, vậy Miller nên chọn màu gì? Một trong các rắc rối mà Miller gặp phải là họ tung ra thị trường quá nhiều dòng sản phẩm đến nỗi chúng phá hủy bản sắc màu sắc để nhận dạng nhãn hiệu. Để phân biệt các dòng sản phẩm của mình, Miller đã dùng một dải các màu phối hợp. Do đó họ đã đánh mất cơ hội để tự phân biệt mình với Budweiser, đối thủ cạnh tranh lớn nhất của họ.

Hãy nghĩ đến thứ màu không thể nhầm lẫn trên vỏ hộp nữ trang Tiffany. Bằng cách chuẩn hóa một màu duy nhất và sử dụng đồng bộ trong nhiều năm, ta có thể tạo ra một sự hiện diện mạnh mẽ xét về phương diện thị giác trong cái thế giới rối tung này. Vào mùa giáng sinh, mỗi nhãn hiệu, mỗi cửa hàng đều dùng màu xanh lá cây và màu đỏ để trang hoàng, từ M&M’s đến Macy’s.

Tuy nhiên, Tiffany còn gây chú ý hơn khi trở thành món quà đặt dưới cây thông giáng sinh. Các bà vợ ôm hôn chồng ngay khi họ thấy cái hộp màu xanh giống vỏ trứng chim két. Chẳng cần mở ra họ cũng biết bên trong hộp có món quà tuyệt vời gì.

Có lẽ ta đã thấy nhiều lon bia Miller hơn hộp Tiffany. Nhưng ta biết rõ đó là Tiffany trong khi không chắc lắm có phải đó là Miller không.

Trong khi một màu đơn luôn luôn là chiến lược màu tốt nhất cho một nhãn hiệu, đôi khi có thể sử dụng nhiều màu một lúc.

Federal Express (Fedex), công ty giao nhận hàng qua đêm hàng đầu, đã muốn các kiện hàng nằm nổi bật trên bàn của người nhận. Do đó họ kết hợp hai màu gây sốc là cam và tía. Khi một kiện hàng do Fedex giao đến nơi, chỉ nhìn thì ai cũng biết kiện hàng đó do Fedex giao đến. Nó khác nào bộ đồ tắm biển màu cam và đỏ tía trong đại dương màu xanh dương của các công ty.

Dùng mãi một màu qua nhiều năm có thể giúp nhãn hiệu khắc sâu vào tâm thức mọi người. Hãy nhìn màu vàng của Caterpillar, màu nâu của United Parcel Service, màu đỏ của Coca-Cola, và màu xanh dương của IBM mà xem.

Cái mà màu xanh dương vĩ đại đã mang lại cho Big Blue cũng là cái mà một màu độc đáo sẽ mang lại cho nhãn hiệu của anh.

40. Vai trò của đồ họa và màu sắc trong thiết kế quảng cáo

Có thể nói nền kinh tế hàng hoá nhiều thành phần cùng với sự mở cửa để hội nhập của Việt Nam ra ngoài thế giới đã tạo điều kiện thuận lợi cho ngành Đồ hoạ phát triển một cách mạnh mẽ. Các công ty nước ngoài ra đời với muôn ngàn sản phẩm mẫu mã phong phú thực sự đã tạo nên một cuộc cạnh tranh khốc liệt để chiếm lĩnh thị trường.

Cùng đó là các sản phẩm ngoại nhập với mẫu mã phong phú cũng đang hiển hiện ngày càng nhiều trên thị trường Việt Nam. Một tất yếu sẽ xảy ra là hàng hoá nào với hình thức mẫu mã đẹp, chất lượng tốt sẽ chiếm được yêu thích từ phía người tiêu dùng. Muốn xây dựng được những biểu tượng hàng hoá có uy tín trên thị trường thì việc quảng cáo là một giải pháp tối ưu trong chiến lược của các nhà quản lý kinh doanh. Nhiệm vụ đặt ra cho các hoạ sỹ thiết kế đồ hoạ là vô cùng to lớn. Làm thế nào để thông tin từ nhà sản xuất đến với người tiêu dùng một cách nhanh nhất, chính xác nhất và ấn tượng nhất. Một loạt câu hỏi được đặt ra, một loạt phương án được thực thi nhưng có lẽ đơn giản nhất và cũng là phức tạp nhất đó là màu sắc bởi màu sắc có sức thu hút rất lớn, con mắt chúng ta thường nhạy cảm với màu sắc hơn là với hình khối. Các hiện tượng màu sắc thường có tác động mạnh đến tâm lý và cảm xúc của con người. Màu sắc là phương tiện hữu hiệu nhất giúp quảng cáo tiếp cận một cách nhanh nhất tới mục tiêu quảng cáo đó là con người.

Màu sắc là một yếu tố quan trọng trong công việc cũng như là thành công trong phần thiết kế quảng cáo của người hoạ sỹ. Vì vậy hiệu quả và vai trò của màu sắc trong thiết kế Đồ hoạ quảng cáo là vô cùng to lớn. Những nguyên lý cơ bản về màu sắc Màu tồn tại bởi ba yếu tố: ánh sáng, đối tượng quan sát và chủ thể quan sát. Các nhà vật lý đã chứng minh rằng ánh sáng trắng được hợp thành từ các bước sóng của các màu đỏ, lục và xanh.

Mắt người cảm nhận được màu khi các bước sóng này được đối tượng quan sát hấp thụ và phản xạ. Ba màu đỏ, lục và xanh là những màu nguyên thủy của ánh sáng. Khi ba màu này chồng lên nhau chúng tạo ra các màu thứ cấp: Cyan, Magenta và Yellow. Các màu nguyên thủy và màu thứ cấp là những thành phần màu bổ xung cho nhau. Những màu tương hợp là những màu hầu như không giống màu nào cả. Từ các màu nguyên thủy và các màu phát triển từ chúng là màu hữu sắc. Màu đen, trắng, xám là màu vô sắc.

Theo cảm giác về mặt tâm lý, màu đỏ, vàng, cam được liên tưởng tới mặt trời cho nên những màu đó và các sắc cùng tông được coi là màu nóng. Màu xanh, lục, tím liên tưởng tới bầu trời, mặt nước nên những màu đó và các sắc cùng tông được coi là lạnh. Những màu ở giữa nóng và lạnh là màu trung tính. Chính từ những thói quen tâm lý trên mà con người đưa ra những quan niệm về màu sắc hay nói cách khác đó chính là ngôn ngữ màu sắc. Màu sắc tự thân có khả năng gây cảm giác xa gần.

Thực tế cho thấy những màu nóng như đỏ, cam, vàng và các sắc điệu của chúng thường cho cảm giác đến gần mắt nhìn, những màu lạnh cho cảm giác lùi xa chạy về phía sau. Màu sáng đặt trên nền tối, màu rực rỡ đặt trên nền trầm đều làm tăng sự tương phản về khoảng cách xa gần. Màu sáng, màu nóng đặt trên nền tối, nền lạnh thường cho cảm giác lớn hơn diện tích thực của nó. Do đó gây cảm giác chiếm chỗ trong không gian nhiều hơn so với các màu sắc khác. Sự tương phản, ảnh hưởng của các màu được thể hiện rõ khi hai màu đặt cạnh nhau hoặc bao quanh nhau.

Mỗi màu đều có sự biến đổi bởi màu này tác động lên màu kia. Tính chất của màu sắc và hình khối có một mối quan hệ tương hỗ nhất định. Màu sắc có khả năng hoàn thiện khối. Nó tạo cho hình khối sự đa dạng về biểu chất, làm phong phú bề mặt của khối. Khi cần thiết nó có thể sử dụng nhiều quan hệ màu trên một bề mặt làm gia tăng hoặc giảm nhẹ sự chú ý của thị giác đối với từng bộ phận của hình khối. Khi hình khối bị phân thành nhiều nhóm, thành phần thì có thể dùng màu hợp nhất chúng lại thành hình khối có sự thống nhất và khái quát. Cùng trên một diện tích, hoặc một thể tích màu sáng có vẻ lớn hơn các màu tối. Màu vàng, lam nhạt gây cảm giác rộng hơn các màu khác. Tính chất nóng, lạnh của màu làm tăng tính động hoặc tĩnh. Làm nổi bật sự phát triển hoặc sự yên tĩnh của hình khối. Các hình khối động, hình khối phát triển khi mang màu đỏ, cam vàng, hoặc màu phát quang thì gây cảm giác va đập thị giác mạnh. Ngược lại những màu lạnh hoặc trầm lại có khả năng nhấn mạnh những hình khối có tính ổn định, lan tỏa, vững chãi. Tính chất này của màu sắc rất hữu ích trong việc thiết kế quảng cáo, gây sự tập trung chú ý của khách hàng.

Sắc màu là phương tiện hữu hiệu nhất để diễn tả đặc trưng của thế giới quan. Những màu vàng, các màu rực sáng gợi tiếng vang lớn. Gam tông màu nâu tạo sự tĩnh lặng gợi lại một ý tưởng xa xôi, tồn tại về lâu dài, màu nâu trông lịch sự trang nhã, những màu mát nhẹ gần với sự êm dịu ngân dài. Màu vàng chanh gợi cảm giác về vị chua, màu cam mang đến về sự ngọt ngào ngon miệng. Chính vì vậy màu cam và các sắc độ cùng tông hay được sử dụng rộng rãi trong nhà hàng, những ứng dụng cho đồ thực phẩm ăn uống. Màu đỏ, cam và các màu có độ mạnh chói được coi là các màu tích cực, kích thích hưng phấn. Những màu lạnh, màu đục tiêu biểu sự tĩnh lặng, nhã nhặn gắn liền với cảm giác về sự nhàn hạ, thanh lịch. Những tông màu tím nhạt, hồng phấn gợi cảm giác mơ mộng, lãng mạn hay được sử dụng trong đồ mỹ phẩm gợi cảm giác như nhung, sự quyến rũ...

Phát triển cùng tư duy triết học cổ Trung Quốc, màu sắc được biết đến với những “Ngũ sắc - đỏ, vàng, trắng, đen” ứng với “Ngũ hành –Hoả, Thổ, Mộc, Kim, Thủy” là năm thành phần nguyên bản tạo nên thế giới. Màu sắc đã được con người đề cập tới từ rất sớm từ khi hình thành ý thức xã hội, là yếu tố cần khám phá phục vụ nhu cầu trong cuộc sống. Người Trung Quốc nói riêng và người phương Đông nói chung đều có quan niệm: -Màu đỏ là màu tượng trưng cho sự may mắn. Đỏ là màu sung sướng, nồng nhiệt, hạnh phúc, chỉ có sức mạnh, có danh vọng. Màu đỏ được dùng trong các ngày đại hỉ - đám cưới,

khánh thành nhà mới... hay trong dịp tết. Sắc đỏ truyền thống đó hẳn trong mỗi người dân đất Việt ta đều không quên được câu đối ngày Tết “Thịt mỡ dưa hành câu đối đỏ”.

Chính vì vậy màu đỏ là màu rất được ưa chuộng ở phương Đông. -Màu vàng tượng trưng cho quyền uy, giàu sang, phú quý. Màu vàng được sử dụng nhiều ở chốn cung đình xưa. Vua chúa thường lấy màu vàng làm màu tượng trưng của mình được sử dụng trong trang phục, sắc phong, trang trí nhà cửa... - Màu đen tạo cảm giác sâu thẳm về bề mặt lẫn chiều sâu, tượng trưng cho sự huyền bí, u ám, đen tối gắn liền với lực lượng siêu nhiên bí hiểm mà con người chưa khám phá ra được. - Màu xanh còn liên tưởng tới rừng cây, thuộc gam màu lạnh, là màu tượng trưng cho mùa xuân, tốt tươi, thanh bình, hi vọng. - Quan niệm về màu sắc ở từng vùng, từng miền là khác nhau.

Phương Tây cho rằng màu trắng là tinh khiết, trong trắng, cô dâu trong ngày cưới thương mặc màu trắng. Còn phương Đông lại ngược lại, màu trắng thể hiện sự tang tóc, nên trong ma chay người ta hay dùng màu trắng. Những quan niệm đó không phải là bất biến, mà có sự thay đổi khi các nền văn hoá giao lưu ảnh hưởng lẫn nhau. Ngày nay màu trắng được sử dụng rộng rãi ở nước ta cũng như một số nước phương Đông khác trong cuộc sống. Những liên tưởng này chủ yếu dựa vào kinh nghiệm mà con người cảm nhận được trong cuộc sống.

Cuộc sống chứa đựng trong nó biết bao màu sắc. Với những biểu hiện có tính quy luật của màu sắc, con người đã thể hiện được những ý tưởng chủ quan của mình. Cùng những hiểu biết về màu sắc trong cuộc sống như quan niệm, thói quen tâm lý, tín ngưỡng ... sẽ giúp người họa sỹ thiết kế đạt được thành công trong thiết kế đạt được thành công trong thiết kế sản phẩm của mình phục vụ cuộc sống.