



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ**

**ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

## **Πτυχιακή Εργασία**

**Σχεδιασμός πιλοτικής πολυμεσικής  
διαδραστικής εφαρμογής parking:  
«Parkaloo»**

**Συγγραφέας: Παναγιώτης Ανεβλαβής  
Α.Μ.: 18674120**

**Επιβλέπων: Πρόδρομος Μάνου  
Ακαδημαϊκός Υπότροφος**

**ΑΘΗΝΑ - ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2024**



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ**

**SCHOOL OF APPLIED ARTS & CULTURE**

**DEPARTMENT OF GRAPHIC DESIGN  
AND VISUAL COMMUNICATION**

## **Diploma Thesis**

**Design of an application for mobile phones:  
«Parkaloo»**

**Author: Panagiotis Anevlavis  
Registration Number: 18674120**

**Supervisor: Prodromos Manou  
Academic Educator**

**ATHENS - SEPTEMBER 2024**



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΔΥΤΙΚΗΣ ΑΤΤΙΚΗΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ**

**ΤΜΗΜΑ ΓΡΑΦΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΠΤΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ**

**Σχεδιασμός πιλοτικής πολυμεσικής διαδραστικής εφαρμογής parking:  
«Parkaloo»**

**Μέλη Εξεταστικής Επιτροπής συμπεριλαμβανομένου και του Εισηγητή**

Η πτυχιακή/διπλωματική εργασία εξετάστηκε στις  
από την κάτωθι Εξεταστική Επιτροπή:

**Μάνου Πρόδρομος**  
**Επιβλέπων**  
**Ακαδημαϊκός Υπότροφος**

**Ιωάννα Δεβετζή**  
**Ιδιότητα**

**Ιωάννα Δελφίνο**  
**Ιδιότητα**

# ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία εξετάζει τη δημιουργία της διαδραστικής εφαρμογής «Parkaloo», η οποία παρέχει λύση στο πρόβλημα της εύρεσης ασφαλούς και οικονομικού χώρου στάθμευσης στις μεγαλουπόλεις. Η εφαρμογή επιτρέπει σε ιδιώτες και επιχειρήσεις να μοιράζονται διαθέσιμους χώρους στάθμευσης. Με τη σειρά τους οι χρήστες μπορούν εύκολα μέσω της εφαρμογής να βρουν και να κάνουν κράτηση μίας ή και περισσότερων θέσεων. Η παρακάτω εργασία αναλύει, επίσης, τις θεμελιώδεις έννοιες του user interface (UI), user experience (UX) και του Userflow. Παρουσιάζει τα στάδια σχεδιασμού και ανάπτυξης της εφαρμογής, από την αρχική ιδέα έως και την υλοποίηση και την κυκλοφορία της, με στόχο να αναδείξει τη σημασία του καλού σχεδιασμού στη δημιουργία επιτυχημένων ψηφιακών προϊόντων.

**Λεξεις κλειδιά:** Parkaloo, Εφαρμογή Στάθμευσης, Χρήση GPS, Διεπαφή Χρήστη (UI), Εμπειρία Χρήστη (UX), Εταιρική Ταυτότητα, Σχεδιασμός Εφαρμογών Κινητών, Τυπογραφία, Ψυχολογία των Χρωμάτων, Χρώματα Gradient, Branding, Υπηρεσίες με Βάση την Τοποθεσία, Αστική Κινητικότητα, Ψηφιακός Σχεδιασμός, Ροή Χρήστη (User Flow), Διάγραμμα Ροής στο Σχεδιασμό Ψηφιακών Εφαρμογών, Διαδραστικός Σχεδιασμός, Sans-Serif Τυπογραφία

## ABSTRACT

This paper examines the creation of the interactive application «Parkaloo», which provides a solution to the problem of finding a safe and economical parking space in megacities. The application allows individuals and businesses to share available parking spaces. In turn, users can easily find and reserve one or more spaces through the app. The following paper also discusses the fundamental concepts of user interface (UI), user experience (UX) and flowcharts. It presents the design and development stages of the application, from initial concept to implementation and release, in order to highlight the importance of good design in creating successful digital products.

**Key words:** Parkaloo, Parking App, GPS Usage, User Interface (UI), User Experience (UX), Corporate Identity, Mobile App Design, Typography, Psychology of Colors, Gradient Colors, Branding, Location Based Services, Urban Mobility, Digital Design, User Flow, Flowchart in Interface Design, Interactive Design, Sans-Serif Typography



# 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σε μια εποχή όπου οι μεγαλουπόλεις συνεχώς επεκτείνονται και οι ανάγκες των πολιτών διαφοροποιούνται, ένα από τα πιο σημαντικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι οδηγοί στην καθημερινότητά τους και μπορεί να επηρεάσει άμεσα την ποιότητα ζωής τους, είναι η εύρεση μιας ασφαλούς θέσης στάθμευσης. Από την άλλη πλευρά, πολίτες διαθέτουν ανεκμετάλλευτες θέσεις παρκινγκ. Τα παραπάνω αποτελούν τη βάση για την ανάπτυξη μιας καινοτόμου εφαρμογής που έχει στόχο να προσφέρει λύσεις τόσο στους οδηγούς όσο και στους κατόχους των ελεύθερων θέσεων στάθμευσης. Η εφαρμογή «Parkaloo» εισάγει ένα νέο μοντέλο στην αγορά της στάθμευσης, βασισμένο στην ιδέα της κοινής οικονομίας. Μέσω αυτής, οποιοσδήποτε διαθέτει μια θέση στάθμευσης, στην πιλωτή μιας πολυκατοικίας, σε μια ιδιωτική ή δημόσια επιχείρηση παρκινγκ, μπορεί να την διαθέσει σε όσους αναζητούν μια ασφαλή και οικονομική λύση. Το σύστημα αυτό, παρόμοιο με το γνωστό μοντέλο του Airbnb, επιτρέπει στους χρήστες να αξιοποιήσουν τις θέσεις τους, δημιουργώντας έτσι ένα δίκτυο διαθέσιμων επιλογών για τους οδηγούς που αναζητούν καθημερινή ή μακροχρόνια λύση. Αντίστοιχα, προσφέρει στους ιδιώτες μια παραπάνω πηγή εισοδήματος. Η ανάπτυξη αυτής της εφαρμογής δεν είναι απλώς μια τεχνολογική πρόκληση, αλλά απαιτεί την κατανόηση και την εφαρμογή θεμελιωδών αρχών του σχεδιασμού διαδραστικών εφαρμογών, όπως αυτές ορίζονται από τους όρους του User Interface (UI) και User Experience (UX) Design. Σε αυτή την πτυχιακή εργασία, θα αναλυθούν διεξοδικά οι έννοιες του UI και του UX, καθώς και η σημασία του διαγράμματος ροής στον σχεδιασμό της εφαρμογής, προκειμένου να προσφερθεί μια άρτια και λειτουργική εμπειρία χρήσης. Η εργασία θα χωριστεί σε δύο κύρια μέρη. Στο πρώτο μέρος, θα γίνει αναφορά στη θεωρητική βάση που υποστηρίζει την ανάπτυξη διαδραστικών εφαρμογών, με έμφαση στους όρους του UI και UX, και στη σημασία του σωστού σχεδιασμού του user flow μέσω του flowchart. Η ανάλυση θα υποστηριχθεί από την αντίστοιχη βιβλιογραφία και θα συνδεθεί με την πρακτική εφαρμογή των αρχών αυτών στο project του Parkaloo. Στο δεύτερο μέρος, θα παρουσιαστούν τα στάδια σχεδιασμού της εφαρμογής, από την αρχική ιδέα μέχρι την τελική υλοποίησή της, συμπεριλαμβανομένης της ανάπτυξης του σχεδιαστικού μοντέλου, της μεθοδολογίας που ακολουθήθηκε και της διαδικασίας δοκιμών που πραγματοποιήθηκε.

## 2. Έρευνα Εφαρμογών κινητών

### 2.1. UI User Interface

Ο όρος User Interface (UI) αναφέρεται στον σχεδιασμό των διεπαφών χρήστη, δηλαδή στον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες αλληλεπιδρούν με ένα ψηφιακό προϊόν, όπως μια εφαρμογή ή έναν ιστότοπο. Στο επίκεντρο του UI Design βρίσκεται η δημιουργία ενός λειτουργικού, ευχάριστου και προσβάσιμου περιβάλλοντος, το οποίο να επιτρέπει στον χρήστη να επιτυγχάνει τους στόχους του με όσο το δυνατόν λιγότερη προσπάθεια [1]. Η σημασία του UI είναι ιδιαίτερα σημαντική κατά την ανάπτυξη μιας εφαρμογής, καθώς το πρώτο στοιχείο που αντιλαμβάνεται ένας χρήστης κατά την αλληλεπίδρασή του με αυτήν, είναι η οπτική και λειτουργική της σχεδίαση [2].

Ιστορικά, ο σχεδιασμός διεπαφών ξεκίνησε να αποκτά σημασία με την ανάπτυξη των πρώτων γραφικών διεπαφών χρήστη (Graphical User Interfaces - GUIs) στις δεκαετίες του 1970 και του 1980, όταν οι υπολογιστές άρχισαν να γίνονται πιο προσιτοί και διαδεδομένοι στο ευρύ κοινό. Η μετάβαση από τις εντολές κειμένου (command-line interfaces) στις γραφικές διεπαφές δημιούργησε την ανάγκη για πιο φιλικά προς τον χρήστη ψηφιακά περιβάλλοντα, όπου η αλληλεπίδραση γίνεται μέσω οπτικών στοιχείων, όπως κουμπιά, εικονίδια, και παράθυρα. Το πρωτοποριακό αυτό βήμα άλλαξε ριζικά τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες αλληλεπιδρούσαν με την τεχνολογία, φέρνοντας το UI Design στο επίκεντρο της προσοχής των σχεδιαστών και των προγραμματιστών [3].

Το παραπάνω οδηγεί στο συμπέρασμα ότι, η διεπαφή χρήστη πρέπει να είναι ευέλικτη και προσαρμόσιμη σε διάφορες συσκευές και πλατφόρμες, από κινητά τηλέφωνα και tablets μέχρι έξυπνες συσκευές και φορητούς υπολογιστές. Η προσαρμογή αυτή, γνωστή και ως responsive design, είναι απαραίτητη για να διασφαλίσει ότι οι χρήστες θα έχουν μια συνεπή και ευχάριστη εμπειρία ανεξαρτήτως του τρόπου πρόσβασης στην εφαρμογή [4].

Ωστόσο, το UI Design δεν περιορίζεται μόνο στην αισθητική της εφαρμογής αλλά επεκτείνεται και στη λειτουργικότητά της. Οι σχεδιαστές UI για να είναι λειτουργικός ο σχεδιασμός πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους τη συνδυαστική εφαρμογή διαφορετικών επιστημονικών πεδίων, όπως η γνωστική επιστήμη, η ψυχολογία και η επιστήμη των υπολογιστών. Οι αρχές της αντιληπτικότητας (perceptibility), της αναγνωσιμότητας (readability) και της συνέπειας (consistency) είναι μερικές από τις βασικές κατευθυντήριες γραμμές που ακολουθούν οι σχεδιαστές UI [5]. Επιπλέον, η αλληλεπίδραση ανθρώπου-υπολογιστή (Human-Computer Interaction - HCI) προσφέρει τα θεωρητικά και πρακτικά εργαλεία για την ανάλυση και τη βελτιστοποίηση της διεπαφής, με στόχο την επίτευξη της βέλτιστης εμπειρίας χρήστη (User Experience - UX) [6].

Συμπερασματικά, η σημασία του UI Design είναι ανεκτίμητη, ειδικά σε έναν κόσμο όπου η τεχνολογία βρίσκεται στο επίκεντρο της καθημερινότητας [7]. Σε εφαρμογές κινητών τηλεφώνων, για παράδειγμα, ένα καλά σχεδιασμένο UI μπορεί να καθορίσει την επιτυχία ή την αποτυχία μιας εφαρμογής. Οι χρήστες προσδοκούν πλέον υψηλής ποιότητας διεπαφές που τους επιτρέπουν να εκτελούν εργασίες γρήγορα και χωρίς να καταβάλλουν μεγάλη προσπάθεια. Επομένως, η προσοχή στη λεπτομέρεια και η εστίαση στη δημιουργία μιας αισθητικά σωστής και ευχάριστης διεπαφής είναι απαραίτητες για την ανάπτυξη προϊόντων που να ικανοποιούν τις ανάγκες και τις προσδοκίες των χρηστών [8].

## 2.2 USER EXPERIENCE (UX)

Ο όρος User Experience (UX) Design αναφέρεται στη συνολική εμπειρία που αποκομίζει ένας χρήστης κατά την αλληλεπίδρασή του με ένα προϊόν ή υπηρεσία. Στον πυρήνα του UX Design βρίσκεται η προσπάθεια για τη δημιουργία ψηφιακών εμπειριών που όχι μόνο ικανοποιούν τις ανάγκες των χρηστών αλλά προσφέρουν και ευχαρίστηση κατά τη χρήση [9]. Σε αντίθεση με τον σχεδιασμό διεπαφών χρήστη (UI), ο οποίος επικεντρώνεται κυρίως στην σωστή αισθητική και λειτουργικότητα της διεπαφής, το UX Design εστιάζει στην ευρύτερη εμπειρία του χρήστη και στην ικανοποίηση που αποκομίζει από τη χρήση μίας εφαρμογής [5].

Σύμφωνα με ιστορικές έρευνες το όρος User Experience (UX) έχει τις ρίζες του στις αρχές της δεκαετίας του 1990, όταν ο Donald Norman ήταν ο πρώτος τον εισήγαγε για να περιγράψει τις πολλαπλές διαστάσεις της αλληλεπίδρασης ανθρώπου-υπολογιστή ως τίτλος για εργασία . Ο Don Norman (1993) , ως διευθυντής της Apple τότε, επεσήμανε ότι η εμπειρία του χρήστη επηρεάζεται από πολλές παραμέτρους, όπως η απόδοση, η χρηστικότητα, η αισθητική και η συναισθηματική ανταπόκριση του χρήστη. Με την πάροδο του χρόνου, ονομάστηκε με τον σημερινό όρο ως UX Design και εξελίχθηκε σε μια πολύπλευρη διαδικασία που περιλαμβάνει την έρευνα χρηστών, την ανάλυση δεδομένων, τον σχεδιασμό ακόμη και την αξιολόγηση της αλληλεπίδρασης του χρήστη με το ψηφιακό περιβάλλον [7,12].

Τα βασικά στοιχεία του UX Design που αναφέρθηκαν περιληπτικά παραπάνω από τον Donald Norman είναι:

- Χ ρ η σ τ ι κ ό τ η τ α
- Π ρ ο σ β α σ ι μ ό τ η τ α
- Αλληλεπίδραση χρήστη
- Συναισθηματική ανταπόκριση

Για αρχή η χρηστικότητα αναφέρεται στην ευκολία με την οποία οι χρήστες μπορούν να αλληλεπιδρούν με το προϊόν και να εκτελούν τις επιθυμητές τους ενέργειες [9] . Εξετάζει τη διαδραστικότητα του προϊόντος και το κατά πόσο η δομή και η πλοήγηση είναι κατανοητές [5]. Ακόμη, η προσβασιμότητα



τητα αφορά τη δυνατότητα όλων των χρηστών, ανεξαρτήτως φυσικών ή τεχνικών περιορισμών, να χρησιμοποιούν το προϊόν χωρίς εμπόδια [9]. Ειδικά στις εφαρμογές κινητών, η προσβασιμότητα διαδραματίζει σημαντικό ρόλο, καθώς οι χρήστες περιμένουν άμεση και απρόσκοπτη πρόσβαση σε πληροφορίες και υπηρεσίες [11]. Από την άλλη, η διαδικασία σχεδιασμού της αλληλεπίδρασης αφορά τον τρόπο με τον οποίο οι χρήστες αλληλεπιδρούν με το προϊόν, από τη στιγμή της εκκίνησης της εφαρμογής μέχρι και την ολοκλήρωση της εργασίας τους [10]. Ο σχεδιασμός αυτός στοχεύει στη δημιουργία μιας ροής εργασίας που να είναι φυσική και αβίαστη [7]. Τέλος, η συναισθηματική ανταπόκριση του χρήστη είναι σημαντική, καθώς η εμπειρία χρήσης επηρεάζει τη συνολική εικόνα που έχει ο χρήστης για το προϊόν. Ένα προϊόν που προκαλεί θετικά συναισθήματα μπορεί να δημιουργήσει αφοσίωση και να ενισχύσει τη σχέση του χρήστη με το εμπορικό σήμα [9].

Συνεχίζοντας η σημασία του UX Design είναι αδιαμφισβήτητη, ειδικά σε μια εποχή όπου οι ψηφιακές εφαρμογές και οι ιστοσελίδες αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της καθημερινότητας. Βεβαίως, ένα προϊόν που θεωρείται επιτυχημένο δεν κρίνεται μόνο από την ποιότητά του ή τις δυνατότητες που προσφέρει, αλλά και από το πώς αισθάνεται ο χρήστης όταν το χρησιμοποιεί [5]. Ένα καλοσχεδιασμένο UX μπορεί να αυξήσει την ικανοποίηση του χρήστη, να μειώσει στο ελάχιστο την πιθανότητα εγκατάλειψης του προϊόντος και να ενισχύσει την αφοσίωση του χρήστη [10].

Οι αρχές του UX Design είναι ιδιαίτερα σημαντικές κατά τον σχεδιασμό εφαρμογών για κινητές συσκευές. Οι περιορισμένοι πόροι και οι μικρές οθόνες των κινητών τηλεφώνων απαιτούν έναν προσεκτικό σχεδιασμό που να διασφαλίζει την ευκολία χρήσης και την ταχύτητα εκτέλεσης των λειτουργιών. Επιπλέον, η ανταγωνιστικότητα της αγοράς κινητών εφαρμογών καθιστά αναγκαία τη δημιουργία μοναδικών και πρωτότυπων εμπειριών χρήστη, ώστε να ξεχωρίσουν οι εφαρμογές [11].

Η διαδικασία του UX Design περιλαμβάνει αρκετά στάδια, από την έρευνα και την κατανόηση των αναγκών του χρήστη, μέχρι τη δοκιμή και τη βελτιστοποίηση του προϊόντος. Η έρευνα χρηστών είναι θεμελιώδης, καθώς επιτρέπει στους σχεδιαστές να κατανοήσουν τις συνήθειες, τις προτιμήσεις και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι χρήστες [9]. Στη συνέχεια, μέσα από διαδοχικές αναλύσεις και δοκιμές, οι σχεδιαστές βελτιώνουν τη λειτουργικότητα και την αισθητική του προϊόντος, επιτυγχάνοντας την ιδανική ισορροπία μεταξύ χρηστικότητας και αισθητικής [5].

Συνοψίζοντας, το UX αποτελεί μια κρίσιμη διαδικασία για την επιτυχία των ψηφιακών προϊόντων. Προσφέρει έναν στρατηγικό και προσανατολισμένο στον χρήστη σχεδιασμό, που όχι μόνο καλύπτει τις βασικές τους ανάγκες αλλά και δημιουργεί συναισθηματική σύνδεση με το προϊόν [12]. Οι αρχές και οι πρακτικές του UX Design είναι απαραίτητες για τη δημιουργία καινοτόμων, λειτουργικών και πρωτότυπων εφαρμογών.

## 2.3 ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΣΤΙΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ

Η εταιρική ταυτότητα αποτελεί τη συλλογή οπτικών, λεκτικών και συμπεριφορικών στοιχείων που ορίζουν την εικόνα μιας εταιρείας και τη διαφοροποιούν από τους ανταγωνιστές της. Αναφέρεται στα στοιχεία που αντιπροσωπεύουν μια εταιρεία, όπως την αποστολή και τις αξίες της, έως και την οπτική της αισθητική και το στυλ επικοινωνίας. Στη σύγχρονη ψηφιακή εποχή, όπου οι εφαρμογές κινητών αποτελούν κύριο σημείο αλληλεπίδρασης μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών, η εταιρική ταυτότητα διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στη διαμόρφωση της εμπειρίας των χρηστών και στην οικοδόμηση της αφοσίωσης προς το εκάστοτε brand [13]. Η εταιρική ταυτότητα δεν είναι απλώς ένα λογότυπο ή ένα χρωματικό σχήμα: είναι ένα ολοκληρωμένο σύστημα που συπεριλαμβάνει διάφορα στοιχεία που τελικά θα δημιουργήσουν μια συνεκτική εικόνα του εμπορικού σήματος. Σύμφωνα με τους Quaresma, Soares, και Correia (2020), η εταιρική ταυτότητα στηρίζεται σε τέσσερις βασικούς πυλώνες: την οπτική ταυτότητα, την λεκτική ταυτότητα, την περιβαλλοντική ταυτότητα και την συμπεριφορική ταυτότητα [9]. Η οπτική ταυτότητα αποτελείται από στοιχεία όπως τα λογότυπα, τα χρώματα και η τυπογραφία. Τα παραπάνω αποτελούν τα πιο αναγνωρίσιμα χαρακτηριστικά ενός εμπορικού σήματος. Η λεκτική ταυτότητα αναφέρεται στον τόνο της φωνής, στα μηνύματα και στη γλώσσα που χρησιμοποιείται σε όλες τις μορφές επικοινωνίας. Η περιβαλλοντική ταυτότητα αναφέρεται στη φυσική αποτύπωση του εμπορικού σήματος, όπως ο σχεδιασμός καταστημάτων ή η συσκευασία, ενώ η συμπεριφορική ταυτότητα περιλαμβάνει τις δράσεις και τις αλληλεπιδράσεις του εμπορικού σήματος με το κοινό, οι οποίες αντικατοπτρίζουν τις αξίες και τον πολιτισμό του [14].

Μία από τις κύριες λειτουργίες της εταιρικής ταυτότητας είναι να δημιουργεί μια ισχυρή και συνεπή παρουσία του εμπορικού σήματος σε όλα τα σημεία επαφής. Η συνέπεια στο branding διασφαλίζει ότι οι καταναλωτές αναγνωρίζουν και εμπιστεύονται την εταιρεία, ανεξάρτητα από το μέσο μέσω του οποίου αλληλεπιδρούν με αυτήν [13].

Με την πρόοδο της κινητής τεχνολογίας, οι επιχειρήσεις βασίζονται ολοένα και περισσότερο στις εφαρμογές κινητών για να έρχονται σε επαφή με τους πελάτες τους. Οι εφαρμογές αυτές προσφέρουν έναν άμεσο και εξατομικευμένο τρόπο επικοινωνίας με τους χρήστες, καθιστώντας τις κρίσιμο στοιχείο της σύγχρονης στρατηγικής του brand [1]. Τα μοναδικά χαρακτηριστικά των εφαρμογών, όπως η διαδραστικότητα, η φορητότητα και οι δυνατότητες σε πραγματικό χρόνο, απαιτούν μια προσεκτική προσέγγιση στον σχεδιασμό τους.

Η οπτική ταυτότητα του εμπορικού σήματος πρέπει να ενσωματώνεται άψογα στο περιβάλλον της εφαρμογής κινητού. Αυτό περιλαμβάνει όχι μόνο το εικονίδιο της εφαρμογής και την οθόνη έναρξης, αλλά και τον συνολικό

σχεδιασμό του περιβάλλοντος χρήστη (UI). Όπως αναφέρουν οι Unger και Chandler (2012), η συνέπεια στον οπτικό σχεδιασμό σε όλες τις ψηφιακές και φυσικές πλατφόρμες είναι απαραίτητη για τη διατήρηση της αναγνώρισης του εμπορικού σήματος [5]. Μια καλά σχεδιασμένη εφαρμογή πρέπει να αντανακλά το χρωματικό σχήμα, την τυπογραφία και άλλα οπτικά στοιχεία του, διασφαλίζοντας ότι οι χρήστες συνδέουν αμέσως την εφαρμογή με την εταιρεία.

Εκτός από την οπτική ταυτότητα, πρέπει να εξετάζεται προσεκτικά και η λεκτική ταυτότητα του εμπορικού σήματος. Ο τόνος της φωνής που χρησιμοποιείται στις ειδοποιήσεις, στα μηνύματα σφάλματος και στο περιεχόμενο της εφαρμογής πρέπει να ευθυγραμμίζονται με τη συνολική στρατηγική επικοινωνίας. Αυτό βοηθά στη δημιουργία μιας καλύτερα ολοκληρωμένης εμπειρίας για τον χρήστη, ενισχύοντας την προσωπικότητα και τις αξίες της εταιρείας.

Η συμπεριφορική ταυτότητα είναι επίσης ένας σημαντικός τομέας της εταιρικής ταυτότητας στις εφαρμογές κινητών. Ο τρόπος με τον οποίο μια εφαρμογή αλληλεπιδρά με τους χρήστες—μέσω λειτουργιών όπως η υποστήριξη πελατών, η παροχή σχολίων από τους χρήστες και το εξατομικευμένο περιεχόμενο—μπορεί να επηρεάσει σημαντικά την αντίληψη του χρήστη για το εμπορικό σήμα. Σύμφωνα με τους Perea και Giner (2016), οι εφαρμογές κινητών πρέπει να σχεδιάζονται με γνώμονα την σωστή και ολοκληρωμένη εμπειρία χρήστη (UX), διασφαλίζοντας ότι όλες οι αλληλεπιδράσεις είναι διαισθητικές, άμεσες και ευθυγραμμισμένες με τις αξίες του brand. Μια θετική εμπειρία χρήστη μπορεί να ενισχύσει την αφοσίωση στο εμπορικό σήμα, καθώς οι χρήστες είναι πιο πιθανό να επιστρέψουν σε μια εφαρμογή που είναι εύχρηστη και καλύπτει τις ανάγκες τους.

Η ενσωμάτωση της εταιρικής ταυτότητας στις εφαρμογές κινητών δεν αφορά μόνο την αισθητική, αλλά διαδραματίζει και καθοριστικό ρόλο στην ενίσχυση της εμπειρίας χρήστη (UX). Μια ισχυρή εταιρική ταυτότητα μπορεί να κάνει μια εφαρμογή πιο ελκυστική, αξιόπιστη και αξεχαστη, χαρακτηριστικά που παίζουν καθοριστικό ρόλο στη διατήρηση των χρηστών και την ενθάρρυνση επαναλαμβανόμενης χρήσης.

Ακόμη, η χρήση συνεπών οπτικών στοιχείων σε όλη την εφαρμογή μπορεί να κάνει την πλοήγηση ακόμη πιο εύκολη. Οι χρήστες που είναι εξοικειωμένοι με τη σχεδιαστική γλώσσα του εμπορικού σήματος είναι πιο πιθανό να βρουν την εφαρμογή εύχρηστη, καθώς μπορούν να εντοπίσουν γρήγορα βασικά χαρακτηριστικά και λειτουργίες. Για παράδειγμα, το εξατομικευμένο περιεχόμενο και η μηνυματοδοσία που αντικατοπτρίζουν τον τόνο φωνής του εμπορικού σήματος μπορούν να δημιουργήσουν μια πιο ελκυστική και απολαυστική εμπειρία στο χρήστη. Αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό σε ένα κινητό περιβάλλον, όπου οι χρήστες συχνά έχουν περιορισμένο χρόνο και προσοχή. Τα παραπάνω, συμφωνούν με την έρευνα του Dillon (2004), ο οποίος υποστηρίζει τη σημασία ενός καλοσχεδιασμένου και συνεπούς UI για τη βέλτιστη χρήση των εφαρμογών [4]. Συμπερασματικά, με

την παροχή μιας συνεπούς και συνεκτικής εμπειρίας, τα εμπορικά σήματα μπορούν να αυξήσουν την ικανοποίηση και την αφοσίωση των χρηστών. Μια καλά σχεδιασμένη εφαρμογή μπορεί να ενισχύσει τη φήμη του εμπορικού σήματος τόσο για την ποιότητα όσο και για την αξιοπιστία του. Οι χρήστες είναι πιο πιθανό να εμπιστευτούν μια εφαρμογή που φαίνεται επαγγελματική και καλά σχεδιασμένη, γεγονός που μπορεί να οδηγήσει σε υψηλότερα ποσοστά δημοφιλίας και καλύτερης διαφήμισης. Όλα τα παραπάνω οδηγούν στο συμπέρασμα ότι, η εταιρική ταυτότητα αποτελεί ένα ζωτικής σημασίας στοιχείο της στρατηγικής κάθε εμπορικού σήματος και η σημασία της ενισχύεται στο πλαίσιο των εφαρμογών κινητών. Με την ενσωμάτωση οπτικών, λεκτικών και συμπεριφορικών στοιχείων στον σχεδιασμό και τη λειτουργικότητα των εφαρμογών, οι επιχειρήσεις μπορούν να δημιουργήσουν μια συνεπή και ελκυστική εμπειρία για τον χρήστη που ενισχύει την αναγνώριση και την αφοσίωση στο brand. Καθώς η κινητή τεχνολογία συνεχίζει να εξελίσσεται, ο ρόλος της εταιρικής ταυτότητας στη διαμόρφωση των εμπειριών των χρηστών γίνεται όλο και πιο σημαντικός, καθιστώντας την απαραίτητη για τις επιχειρήσεις που επιθυμούν να επιτύχουν στην ψηφιακή εποχή.

## 2.4 USERFLOW - Διάγραμμα Ροής

Το User Flow ή διάγραμμα ροής παίζει καθοριστικό ρόλο στον τομέα του σχεδιασμού μιας πολυμεσικής εφαρμογής. Το διάγραμμα ροής αναφέρεται στην αλληλουχία βημάτων που ακολουθεί ένας χρήστης για να ολοκληρώσει μια συγκεκριμένη ενέργεια μέσα στο περιβάλλον μιας εφαρμογής. Η μελέτη του User Flow επιτρέπει στους σχεδιαστές να κατανοήσουν την πορεία που ακολουθεί ο χρήστης, από τη στιγμή που ανοίγει την εφαρμογή μέχρι και την ολοκλήρωση ενός στόχου, όπως για παράδειγμα η αγορά ενός προϊόντος ή η υποβολή μιας φόρμας [15].

Η χαρτογράφηση του User Flow απαιτεί τη δημιουργία διαγραμμάτων, τα οποία παρέχουν μια οπτική αναπαράσταση της αλληλουχίας των ενεργειών του χρήστη. Τα διαγράμματα αυτά απεικονίζουν κάθε βήμα της διαδικασίας με συμβολισμούς, π.χ. χρήση ορθογώνιων σχημάτων για δράσεις, διαμάντια για αποφάσεις και βέλη για τη ροή μεταξύ των ενεργειών [16]. Αυτή η οπτική απεικόνιση βοηθά τους σχεδιαστές να εντοπίσουν πιθανά προβλήματα στην εμπειρία χρήστη και να κάνουν τις απαραίτητες βελτιώσεις πριν την ανάπτυξη της εφαρμογής.

Οι βασικές δομές των διαγραμμάτων ροής είναι οι παρακάτω:

- Γραμμική δομή,
- Ιεραρχική,
- Μη γραμμική
- Σύνθετη.

Αρχικά η γραμμική δομή αναφέρεται στην αλληλουχία των βημάτων του διαγράμματος, καθώς ο χρήστης κινείται σε μία σειρά από το ένα βήμα στο άλλο. Η ιεραρχική δομή συμπεριλαμβάνει τις επιλογές χρήστη σε μορφή διακλαδώσεων καθώς ο χρήστης κινείται και έρχεται αντιμέτωπος με επιλογές. Η μη γραμμική δομή είναι πιο ελεύθερη και δίνει την δυνατότητα στον χρήστη να περιηγηθεί σε όλα τα τμήματα της εφαρμογής χωρίς περιορισμούς. Τέλος, η σύνθετη δομή είναι παραπλήσια της μη γραμμικής, καθώς ο χρήστης κινείται ελεύθερα μέσα στην εφαρμογή, όμως σε ορισμένες περιπτώσεις η σειρά από το ένα βήμα στο άλλο μπορεί να αλλάξει και να έρθει αντιμέτωπος με παρουσιάσεις και πληροφορίες που είναι δομημένες με μια ιεραρχία. Αυτές οι δομές χρησιμοποιούνται συνδυαστικά με στόχο να προσφέρουν ένα πιο ολοκληρωμένο διάγραμμα ροής [15].

Επιπλέον, τα διαγράμματα επιτρέπουν στους σχεδιαστές να επικοινωνήσουν τις ιδέες τους με τα υπόλοιπα μέλη της ομάδας, όπως οι προγραμματιστές και οι συντονιστές. Αυτό εξασφαλίζει ότι όλοι έχουν την ίδια κατανόηση του τρόπου λειτουργίας της εφαρμογής και μειώνει τον κίνδυνο παρερμηνειών κατά τη φάση της ανάπτυξης [17].

Συνολικά, το User Flow είναι ένα θεμελιώδες εργαλείο στον σχεδιασμό

## ΕΦΑΡΜΟΓΗ PARKALOO

εφαρμογών, παρέχοντας μια ξεκάθαρη και οργανωμένη προσέγγιση στη δημιουργία μιας άριστης εμπειρίας χρήστη. Αυτά τα εργαλεία διευκολύνουν την κατανόηση των αναγκών του χρήστη, τον εντοπισμό πιθανών προβλημάτων και τη δημιουργία λύσεων που βελτιώνουν την αποτελεσματικότητα και την ευχρηστία της εφαρμογής. Καθώς οι χρήστες αλληλεπιδρούν με την εφαρμογή, ο σχεδιασμός που βασίζεται σε ένα καλά δομημένο User Flow διασφαλίζει ότι η εμπειρία τους θα είναι ομαλή, ευχάριστη και ικανοποιητική [16].

### 3. Εφαρμογή Parkaloo

#### 3.1 Τι είναι το parkaloo

Το Parkaloo είναι μια καινοτόμα εφαρμογή που σχεδιάστηκε για να αντιμετωπίσει το πρόβλημα της εύρεσης μιας ασφαλούς και οικονομικής θέσης στάθμευσης. Σε έναν κόσμο όπου το παρκάρισμα μπορεί να είναι μια καθημερινή πρόκληση, το Parkaloo προσφέρει μια ολοκληρωμένη λύση που συνδυάζει την ευκολία, την ασφάλεια και την ευελιξία, επιτρέποντας στους χρήστες να βρουν και να κρατήσουν τον ιδανικό χώρο στάθμευσης γρήγορα και αποτελεσματικά. Παράλληλα, η εφαρμογή λειτουργεί ως μια πλατφόρμα όπου ο οποιοσδήποτε έχει στη διάθεσή του μια θέση πάρκινγκ μπορεί να την καταχωρήσει για ενοικίαση, είτε πρόκειται για έναν επαγγελματικό χώρο στάθμευσης, είτε για μια θέση στην πιλοτή μιας πολυκατοικίας. Αυτή η δυνατότητα επιτρέπει στους ιδιοκτήτες να αξιοποιούν τις θέσεις στάθμευσης που διαφορετικά θα έμεναν ανεκμετάλλετες, δημιουργώντας παράλληλα μια νέα πηγή εισοδήματος.

Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι η εφαρμογή προσφέρει πληροφορίες για την κάθε θέση στάθμευσης, όπως τον τύπο του χώρου (π.χ. υπαίθριος, κλειστός), τη διαθεσιμότητα για συγκεκριμένες ώρες ή ημέρες, και την τιμή ενοικίασης. Οι ιδιοκτήτες που προσφέρουν χώρο στάθμευσης έχουν τον πλήρη έλεγχο της διαθεσιμότητας και της τιμολόγησης, και μπορούν να προσαρμόζουν τις καταχωρίσεις τους σύμφωνα με τις ανάγκες τους. Για παράδειγμα, μπορούν να προσφέρουν μειωμένες τιμές για μακροχρόνιες κρατήσεις ή να αυξήσουν την τιμή σε ώρες αιχμής, μεγιστοποιώντας έτσι τα έσοδά τους.

Το Parkaloo δεν περιορίζεται μόνο στην παροχή χώρων στάθμευσης· αλλά προχωράει και ένα βήμα παραπέρα. Η πλατφόρμα της εφαρμογής παρέχει στους χρήστες τη δυνατότητα να μπορούν να δουν αξιολογήσεις και κριτικές για τους χώρους στάθμευσης που τους ενδιαφέρουν, από άλλους χρήστες της εφαρμογής που έχουν ήδη χρησιμοποιήσει τον εκάστοτε χώρο. Αυτό ενισχύει την εμπιστοσύνη των χρηστών, καθώς μπορούν να βασιστούν στην προηγούμενη εμπειρία άλλων οδηγών πριν κλείσουν έναν χώρο.

Επιπλέον, η δυνατότητα προκράτησης είναι ένα άλλο πλεονέκτημα του Parkaloo. Οι χρήστες μπορούν να κάνουν κράτηση για συγκεκριμένη ώρα ή ημέρα, διασφαλίζοντας ότι θα έχουν διαθέσιμο χώρο όταν τον χρειάζονται. Αυτό είναι ιδιαίτερα χρήσιμο σε πολυσύχναστες περιοχές όπου η εύρεση χώρου στάθμευσης μπορεί να είναι δύσκολη και χρονοβόρα. Συνολικά, η εφαρμογή μπορεί να αλλάξει τον τρόπο στάθμευσης ειδικά σε μεγάλες πόλεις, κάνοντας την διαδικασία πιο διαχειρίσιμη και λιγότερο αγχωτική, συνδυάζοντας την ευκολία της online κράτησης με την ασφάλεια και την άνεση.

### 3.2 Σε ποιούς απευθύνεται το Parkaloo

Η εφαρμογή Parkaloo απευθύνεται σε ένα ευρύ φάσμα χρηστών που αντιμετωπίζουν καθημερινά προκλήσεις σχετικά με τη στάθμευση, κυρίως σε αστικά κέντρα και περιοχές με αυξημένη ζήτηση. Το βασικό target group περιλαμβάνει πρώτα απ' όλα τους οδηγούς που αναζητούν ασφαλείς και προσιτούς χώρους στάθμευσης, είτε για σύντομες επισκέψεις είτε για μακροχρόνια χρήση. Αυτοί οι χρήστες εκτιμούν τη δυνατότητα να εξασφαλίσουν έναν αξιόπιστο χώρο στάθμευσης, χωρίς το άγχος της αναζήτησης, ενώ παράλληλα επιθυμούν να βρουν οικονομικές λύσεις που ταιριάζουν στις ανάγκες τους.

Ένας άλλος σημαντικός πυλώνας της συγκεκριμένης εφαρμογής είναι οι ιδιοκτήτες ακινήτων ή χώρων στάθμευσης, οι οποίοι διαθέτουν αχρησιμοποίητες θέσεις. Αυτοί μπορεί να είναι είτε ιδιώτες που έχουν διαθέσιμους χώρους στάθμευσης σε πολυκατοικίες είτε επιχειρηματίες με ιδιωτικά πάρκινγκ που δεν αξιοποιούνται πλήρως. Η εφαρμογή προσφέρει σε αυτούς τους χρήστες τη δυνατότητα να αξιοποιήσουν τις κενές τους θέσεις, δημιουργώντας μια πηγή εισοδήματος με απλό και εύκολο τρόπο.

Το Parkaloo απευθύνεται επίσης σε άτομα που ταξιδεύουν συχνά, είτε για επαγγελματικούς λόγους είτε για αναψυχή. Αυτοί οι χρήστες εκτιμούν τη δυνατότητα να βρουν αξιόπιστες λύσεις στάθμευσης σε διάφορες πόλεις και τοποθεσίες, πριν καν φτάσουν στον προορισμό τους, προσφέροντάς τους μια αίσθηση ασφάλειας για το όχημά τους.

Συνολικά, η εφαρμογή στοχεύει σε χρήστες που εκτιμούν την ευκολία, την ασφάλεια και την αποδοτική διαχείριση του χρόνου τους. Με τη δυνατότητα να βρουν και να κάνουν κράτηση για θέση στάθμευσης με λίγα μόνο κλικ, το Parkaloo καλύπτει τις ανάγκες μιας ευρείας γκάμας ανθρώπων, από ιδιώτες οδηγούς έως επιχειρηματίες και τακτικούς ταξιδιώτες.

### 3.3 Τι προβλήματα λύνει το parkaloo

Η εφαρμογή σχεδιάστηκε για να αντιμετωπίσει μια σειρά από προβλήματα που επηρεάζουν την καθημερινότητα των ανθρώπων στις μεγαλουπόλεις, συμβάλλοντας στη βελτίωση της ποιότητας ζωής και στη διευκόλυνση της διαχείρισης των χώρων στάθμευσης. Η αναζήτηση ασφαλούς και οικονομικού χώρου στάθμευσης αποτελεί ένα από τα πλέον διαδεδομένα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι οδηγοί. Η εφαρμογή έρχεται να καλύψει αυτή την ανάγκη, προσφέροντας καινοτόμες λύσεις και σημαντικά οφέλη τόσο για τους ιδιοκτήτες χώρων στάθμευσης όσο και για τους χρήστες που αναζητούν έναν χώρο για το όχημά τους.

Ένα από τα κύρια προβλήματα που επιλύει το Parkaloo είναι η έλλειψη διαθέσιμων θέσεων στάθμευσης στις πόλεις. Καθώς οι πόλεις συνεχίζουν να αναπτύσσονται και ο αριθμός των οχημάτων αυξάνεται, η ζήτηση



για χώρους στάθμευσης έχει εκτοξευθεί. Συχνά, οι οδηγοί αναγκάζονται να περιφέρονται για μεγάλο χρονικό διάστημα αναζητώντας έναν ελεύθερο χώρο, κάτι που όχι μόνο σπαταλά χρόνο και καύσιμα, αλλά συμβάλλει και στην αύξηση της κυκλοφοριακής συμφόρησης και της ατμοσφαιρικής ρύπανσης και της ψυχολογικής κατάστασης του οδηγού. Το μοντέλο της εφαρμογής διευκολύνει τους οδηγούς να βρουν διαθέσιμες θέσεις στάθμευσης κοντά στον προορισμό τους, μειώνοντας το χρόνο αναζήτησης και βελτιώνοντας την αποδοτικότητα στη χρήση των χώρων στάθμευσης.

Ένα ακόμη σημαντικό ζήτημα που αντιμετωπίζει το Parkaloo είναι η ασφάλεια των χώρων στάθμευσης. Σε πολλές περιοχές, οι οδηγοί ανησυχούν για την ασφάλεια των οχημάτων τους όταν τα σταθμεύουν σε δημόσιους ή άγνωστους χώρους. Η εφαρμογή επιτρέπει στους χρήστες να αξιολογούν και να σχολιάζουν τους χώρους στάθμευσης που χρησιμοποιούν, δημιουργώντας μια κοινότητα βασισμένη στην εμπιστοσύνη και την ασφάλεια. Με αυτόν τον τρόπο, οι οδηγοί μπορούν να επιλέγουν χώρους στάθμευσης που έχουν δοκιμαστεί και αξιολογηθεί θετικά από άλλους χρήστες, μειώνοντας το άγχος και τον κίνδυνο για ζημιές ή κλοπές.

Το Parkaloo επίσης διευκολύνει την καθημερινή ζωή των οδηγών, παρέχοντας μια λύση που εξαλείφει την ανάγκη για ταλαιπωρία και άγχος κατά την αναζήτηση χώρου στάθμευσης. Σε πολυσύχναστες περιοχές, η εύρεση μιας θέσης μπορεί να είναι ιδιαίτερα δύσκολη, ειδικά κατά τις ώρες αιχμής ή σε περιοχές με αυξημένη ζήτηση, όπως κεντρικές περιοχές και εμπορικά κέντρα. Η δυνατότητα κράτησης θέσης εκ των προτέρων μέσω της εφαρμογής δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να προγραμματίζουν με ακρίβεια τις μετακινήσεις τους, εξοικονομώντας χρόνο και αποφεύγοντας το άγχος που συνοδεύει την αναζήτηση χώρου.

Συνοψίζοντας, το Parkaloo δεν είναι απλώς μια εφαρμογή στάθμευσης, αλλά μια ολοκληρωμένη λύση που αντιμετωπίζει σημαντικά κοινωνικά προβλήματα, όπως η έλλειψη διαθέσιμων χώρων στάθμευσης, η ασφάλεια των οχημάτων, και η αποδοτική χρήση των πόρων. Μέσω της καινοτόμου προσέγγισής της, η εφαρμογή συμβάλλει στη βελτίωση της ποιότητας ζωής στις πόλεις, κάνοντας την καθημερινότητα των οδηγών πιο εύκολη και ασφαλή.

### 3.4 Καινοτομίες της εφαρμογής

Η εφαρμογή προσφέρει μια καινοτόμο προσέγγιση στη διαχείριση και χρήση των χώρων στάθμευσης, καθώς εισάγει μια σειρά από χαρακτηριστικά που την καθιστούν μοναδική και εξαιρετικά χρήσιμη για τους χρήστες της. Αυτά τα χαρακτηριστικά εξυπηρετούν τόσο τις καθημερινές ανάγκες των οδηγών, όσο και τις δυνατότητες της εφαρμογής που συμβάλλουν στην καλύτερη αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων, την ασφάλεια, και την ευκολία χρήσης.

Μια από τις πιο καινοτόμες ιδέες της εφαρμογής είναι η δυνατότητα που προσφέρει στους ιδιοκτήτες ιδιωτικών χώρων στάθμευσης να τους διαθέτουν για ενοικίαση είτε αυτοί είναι ιδιώτες είτε επαγγελματίες στον χώρο του parking. Αυτό επιτρέπει στους χρήστες της εφαρμογής να αξιοποιήσουν τις κενές θέσεις στάθμευσης οπουδήποτε βρίσκονται, οι οποίες σε διαφορετική περίπτωση θα έμεναν αχρησιμοποίητες. Οι ιδιοκτήτες μπορούν να καταχωρούν τις διαθέσιμες θέσεις, καθορίζοντας παράλληλα την τιμή και τη διαθεσιμότητα, προσφέροντας έτσι μια πηγή επιπλέον εισοδήματος. Πιο αναλυτικά, η εφαρμογή μπορεί να προσφέρει στα άτομα τα οποία βάζουν προς ενοικίαση έναν ή/και περισσότερους χώρους στάθμευσης τα παρακάτω:

- **Ευέλικτη Διαχείριση Διαθεσιμότητας:** Οι ιδιοκτήτες μπορούν να καθορίζουν τις ώρες και τις ημέρες που είναι διαθέσιμη η θέση στάθμευσης, προσφέροντας μεγαλύτερη ευελιξία στην ενοικίαση του χώρου τους, είτε πρόκειται για μακροχρόνια ενοικίαση είτε για μεμονωμένες ημέρες ή ώρες.
- **Πολλαπλές Επιλογές Τιμολόγησης:** Η εφαρμογή επιτρέπει στους ιδιοκτήτες να θέτουν διαφορετικές τιμές ανάλογα τις ώρες αιχμής τις ημέρες, ή τη μακρόχρονη διάρκεια ενοικίασης, κάτι που βοηθά στην καλύτερη εκμετάλλευση της ζήτησης και στην αύξηση των εσόδων.

Μια δεύτερη καινοτομία που μπορεί να προσφέρει η εφαρμογή Parkaloo είναι η δυνατότητα κράτησης χώρων στάθμευσης σε πραγματικό χρόνο κάτι το οποίο κάνει την εφαρμογή να ξεχωρίζει. Οι χρήστες μπορούν να δουν σε πραγματικό χρόνο ποιοι χώροι είναι διαθέσιμοι, να επιλέξουν τον χώρο που τους ενδιαφέρει και να τον κλείσουν αμέσως. Οι χρήστες έχουν τη δυνατότητα να κάνουν προκράτηση θέσης για συγκεκριμένη ώρα ή ημέρα, διασφαλίζοντας ότι θα έχουν διαθέσιμο χώρο όταν τον χρειάζονται. Αυτό μειώνει σημαντικά το άγχος της εύρεσης χώρου στάθμευσης, ειδικά σε περιοχές με υψηλή ζήτηση. Επίσης η εφαρμογή δίνει τη δυνατότητα σε περίπτωση που κάποιος χρήστης δεν καταφέρει να χρησιμοποιήσει τον χώρο στάθμευσης, η εφαρμογή προσφέρει τη δυνατότητα αυτόματης ακύρωσης της κράτησης και επιστροφής των χρημάτων, εφόσον πληρούνται οι όροι και οι προϋποθέσεις ακύρωσης. Αυτό ενισχύει την εμπιστοσύνη των χρηστών και κάνει την υπηρεσία πιο φιλική και ευέλικτη.

Η τρίτη και πιο σημαντική καινοτομία της εφαρμογής είναι ο διαδραστικός χάρτης που επιτρέπει στους χρήστες να βλέπουν διαθέσιμους χώ-

## ΕΦΑΡΜΟΓΗ PARKALOO

ρους στάθμευσης σε συγκεκριμένες περιοχές με βάση την τοποθεσία τους. Αυτός ο χάρτης είναι σχεδιασμένος με έμφαση στη φιλικότητα προς τον χρήστη και την ευκολία πλοήγησης. Ο χάρτης της εφαρμογής επιτρέπει στους χρήστες να φιλτράρουν τα αποτελέσματα με βάση τις προτιμήσεις τους, όπως η τιμή, η διαθεσιμότητα, η απόσταση από τον προορισμό τους και άλλες συγκεκριμένες απαιτήσεις όπως για παράδειγμα το μέγιστο ύψος οχήματος ή η παροχή ηλεκτρικής φόρτισης. Τέλος, σημαντική καινοτομία της εφαρμογής αποτελεί η ενσωμάτωση του GPS που επιτρέπει στους χρήστες να λάβουν ακριβείς οδηγίες για το πώς να φτάσουν στον χώρο στάθμευσης που έχουν επιλέξει, χωρίς να χρειαστεί η χρήση τρίτων επιλογών. Όλα τα παραπάνω μειώνουν την ανάγκη αναζήτησης της διεύθυνσης και τις πιθανότητες να χαθούν σε άγνωστες περιοχές.

Τέταρτο καινοτόμο χαρακτηριστικό της Parkaloo είναι η δημιουργία μιας κοινότητας χρηστών που μπορούν να αξιολογούν και να σχολιάζουν τους χώρους στάθμευσης που χρησιμοποιούν. Αυτές οι αξιολογήσεις είναι ορατές σε όλους τους χρήστες και συμβάλλουν στη δημιουργία μιας διαφανούς και αξιόπιστης πλατφόρμας. Οι χρήστες μπορούν να αξιολογούν την εμπειρία τους όσον αφορά τον χώρο στάθμευσης και να αφήνουν σχόλια που βοηθούν άλλους χρήστες να κάνουν ενημερωμένες επιλογές. Αυτό προσφέρει έναν επιπλέον βαθμό ασφάλειας και εμπιστοσύνης, αφού οι οδηγοί μπορούν να επιλέγουν χώρους στάθμευσης που έχουν ήδη δοκιμαστεί και εγκριθεί από άλλους. Ταυτόχρονα η εφαρμογή προσφέρει κίνητρα για τους χρήστες να συμμετέχουν στην κοινότητα, όπως πόντους ή εκπτώσεις για κάθε αξιολόγηση ή σχόλιο που προσθέτουν. Αυτό ενθαρρύνει τη συνεχή συμμετοχή και την ανάπτυξη μιας ζωντανής και ενεργής κοινότητας.

Επιπρόσθετα η καινοτομία στον τομέα της ασφάλειας των χρηστών και των δεδομένων τους αποτελεί πρωταρχικό μέλημα του Parkaloo. Η εφαρμογή χρησιμοποιεί προηγμένες τεχνολογίες κρυπτογράφησης για να διασφαλίσει ότι όλες οι συναλλαγές και οι προσωπικές πληροφορίες των χρηστών προστατεύονται πλήρως. Όλες οι πληρωμές που πραγματοποιούνται μέσω της Parkaloo περνούν από πιστοποιημένα και ασφαλή συστήματα πληρωμών, διασφαλίζοντας ότι οι οικονομικές συναλλαγές είναι απολύτως προστατευμένες. Επίσης, η εφαρμογή περιλαμβάνει διαδικασίες επαλήθευσης ταυτότητας τόσο για τους ιδιοκτήτες όσο και για τους χρήστες, προκειμένου να μειώσει τον κίνδυνο απάτης.

Η ικανότητα διασύνδεσης με επαγγελματίες και επιχειρήσεις είναι μια ακόμη δυνατότητα του Parkaloo. Αυτές οι δυνατότητες είναι σχεδιασμένες για να βοηθούν στη διαχείριση των θέσεων και στην αύξηση της κερδοφορίας. Οι επιχειρήσεις μπορούν να διαχειρίζονται πολλαπλές τοποθεσίες στάθμευσης από έναν και μόνο λογαριασμό, διευκολύνοντας τη διαχείριση και την παρακολούθηση της απόδοσης κάθε τοποθεσίας. Είναι ακόμη σημαντικό ότι το Parkaloo μπορεί να ενσωματωθεί με υπάρχοντα λογισμικά

διαχείρισης χώρων στάθμευσης, προσφέροντας έτσι μια ολοκληρωμένη λύση για επιχειρήσεις που θέλουν να βελτιστοποιήσουν τη λειτουργία τους.

Τελευταία και εξίσου σημαντική καινοτομία του Parkaloo είναι η δυνατότητα εξέλιξης της εφαρμογής μέσα στα χρόνια με βάση τα σχόλια των χρηστών και τις τεχνολογικές εξελίξεις. Αυτό διασφαλίζει ότι η εφαρμογή παραμένει σχετική και αποτελεσματική, προσαρμοσμένη στις ανάγκες των χρηστών της. Η ομάδα ανάπτυξης της Parkaloo εργάζεται συνεχώς για την προσθήκη νέων λειτουργιών και τη βελτίωση της. Είναι αξιοσημείωτο να αναφερθεί ότι το Parkaloo έχει σχεδιαστεί έτσι ώστε να μπορεί να προσαρμοστεί σε διαφορετικές αγορές και συνθήκες, εξασφαλίζοντας ότι μπορεί να εξυπηρετήσει χρήστες σε ποικίλα περιβάλλοντα, από μεγάλες πόλεις μέχρι μικρότερες κοινότητες.

### 3.5.1 Εταιρική Ταυτότητα

### 3.5.2 Ονοματολογία

Το όνομα Parkaloo προέρχεται από τον συνδυασμό δύο αγγλικών λέξεων, των «Parking» που σημαίνει Στάθμευση και του «Bangalows». Τα bangalows είναι κτήρια με ένα μόνο όροφο, συνήθως διαθέτουν χαμηλή οροφή, και μινιμαλιστικό σχεδιασμό. Είναι γνωστά για τις προσιτές τους τιμές, την αποτελεσματική χρήση του χώρου με χαμηλή συντήρηση και υψηλή ασφάλεια. Ο συνδυασμός βγαίνει Park-alow, όμως για πιο εύηχα αλλά και όπτικα αποτελέσματα στην ελληνική γλώσσα, και του εξωτερικού είναι καλύτερη η κατάληξη -οο «ου». Ένας ακόμη λόγος της επιλογής του ονόματος είναι το λογοπαίγνιο από το Parkaloo το Park-αλλού, όπου στους Έλληνες παραπέμπει στο να βρουν μια διαφορετική λύση για το παρκινγκ του αυτοκινήτου τους όπου και να βρίσκονται.

### Ερευνα Ονομάτων

ParkBNB	ParkNow	Ipark
Parkly	Parkify	Park Mate
Parkit	Parkix	Park
Parkwise	Parkaloo	Parkalow
Parkaroo	parkable	Spotly
Pilotis		Homepark
		AirPark

### 3.5.3 Εικονίδιο-Λογότυπο

Ο σχεδιασμός του λογοτύπου, είναι ίσως το πιο σημαντικό βήμα για την δημιουργία ενός brand. Το λογότυπο αποτελεί το πρόσωπο του brand, είναι το πρώτο πράγμα που οι χρήστες βλέπουν και αναγνωρίζουν. Ένα καλά σχεδιασμένο λογότυπο δεν είναι απλά ένα αισθητικό στοιχείο, αλ-λά ένα ισχυρό εργαλείο επικοινωνίας που μπορεί να μεταφέρει την ταυτότητα, τις αξίες και την αποστολή της εφαρμογής με έναν απλό και άμεσο τρόπο. Με βάση αυτές τις αρχές η σχεδίαση του λογοτύπου για την εφαρμογή είναι να παραπέμπει τον χρήστη να καταλαβαίνει το περιεχόμενο της εφαρμογής απευθείας από το λογότυπο. Το οπτικό στοιχείο του λογο-τύπου είναι μια σύνθεση που προβάλλει όλες τις υπηρεσίες της εφαρ-μογής. Το P το οποίο παραπέμπει στο Parking καλυπτώμενο από ένα pin τοποθεσίας όπως έχουμε συνηθίσει πλέον στις εφαρμογές πλοήγη-σης, όπου υπάρχει μέσα στην εφαρμογή. Αντίστοιχα παραπέμπει στην πινακίδα που υπάρχει στις πόλεις όταν βρίσκεται ο οδηγός σε κάποιο πάρκινγκ. Το αυτοκίνητο έρχεται και πλαισιώνει το σχέδιο για να υπο-δηλώσει μια οπτική προσανατολισμένη στον χρήστη και τις ανάγκες του με τρόπο που φαίνεται ευχάριστο και φιλόξενο. Τελειώνοντας το ότι το αυτοκίνητο είναι πλαισιωμένο κάτω από την «στέγη» του pin υ-ποσυνείδητα, δίνει μια αίσθηση ασφάλειας προς τον χρήστη. Ο τρόπος σχεδίασης με περιθώρια και την αίσθηση του «αποδωμημέ-νου» σήματος είναι για να φαίνονται πιο καθαρά οι φόρμες και επειδή σε μια εφαρμογή κινητού το σήμα-εικονίδιο μπορεί να συγκρι-νθεί πά-ρα πολύ και να φαίνονται ακόμη τα κενά μεταξύ τους.



Εικόνα 1. Προσχέδιο 1



Εικόνα 2. Προσχέδιο 2



Εικόνα 3. Προσχέδιο 3



Εικόνα 4. Προσχέδιο 4



# Parkaloo

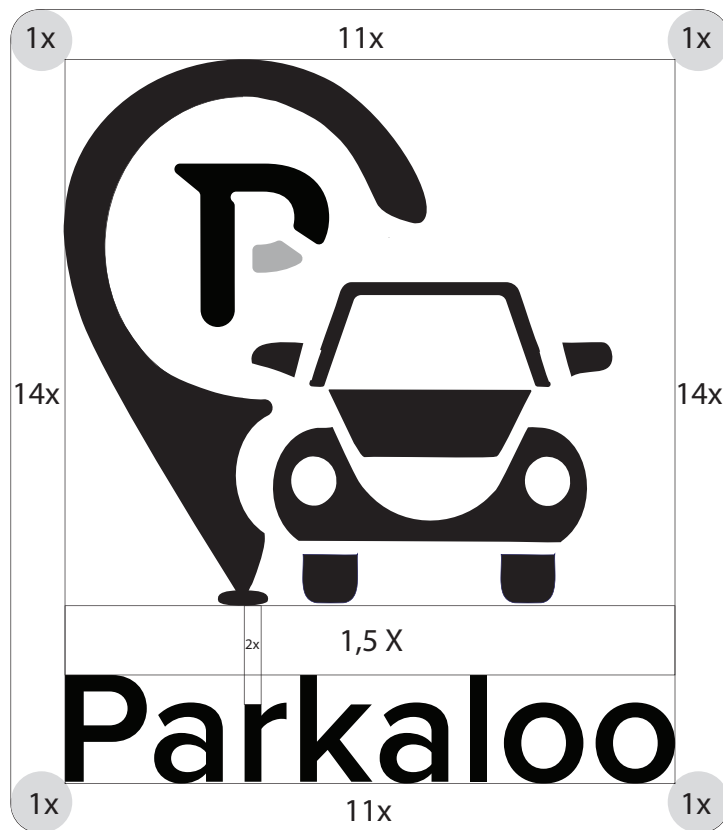
Εικόνα 5. Τελικό σε ασπρόμαυρο





# Parkaloo

Εικόνα 6. Τελικό με χρώμα σε λευκό φόντο



Εικόνα 7. Τελικό λογότυπο σε κάνναβο



# Parkaloo

Εικόνα 8. Τελικό λογότυπο λευκό σε μαύρο φόντο



# Parkaloo

Εικόνα 8. Τελικό λογότυπο σε άσπρο φόντο



Parkaloo



Parkaloo



Parkaloo



Parkaloo

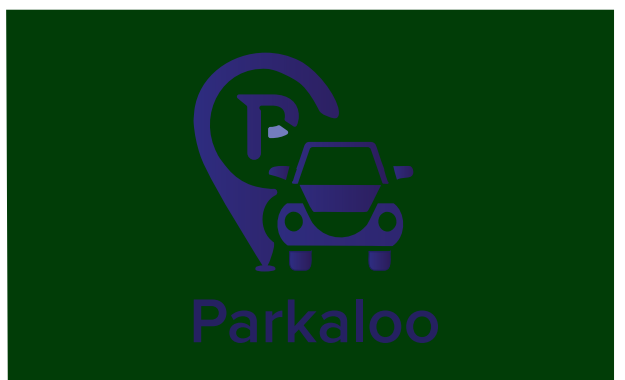
Εικόνα 9. Λογότυπο σε διαφορετικά μεγέθη



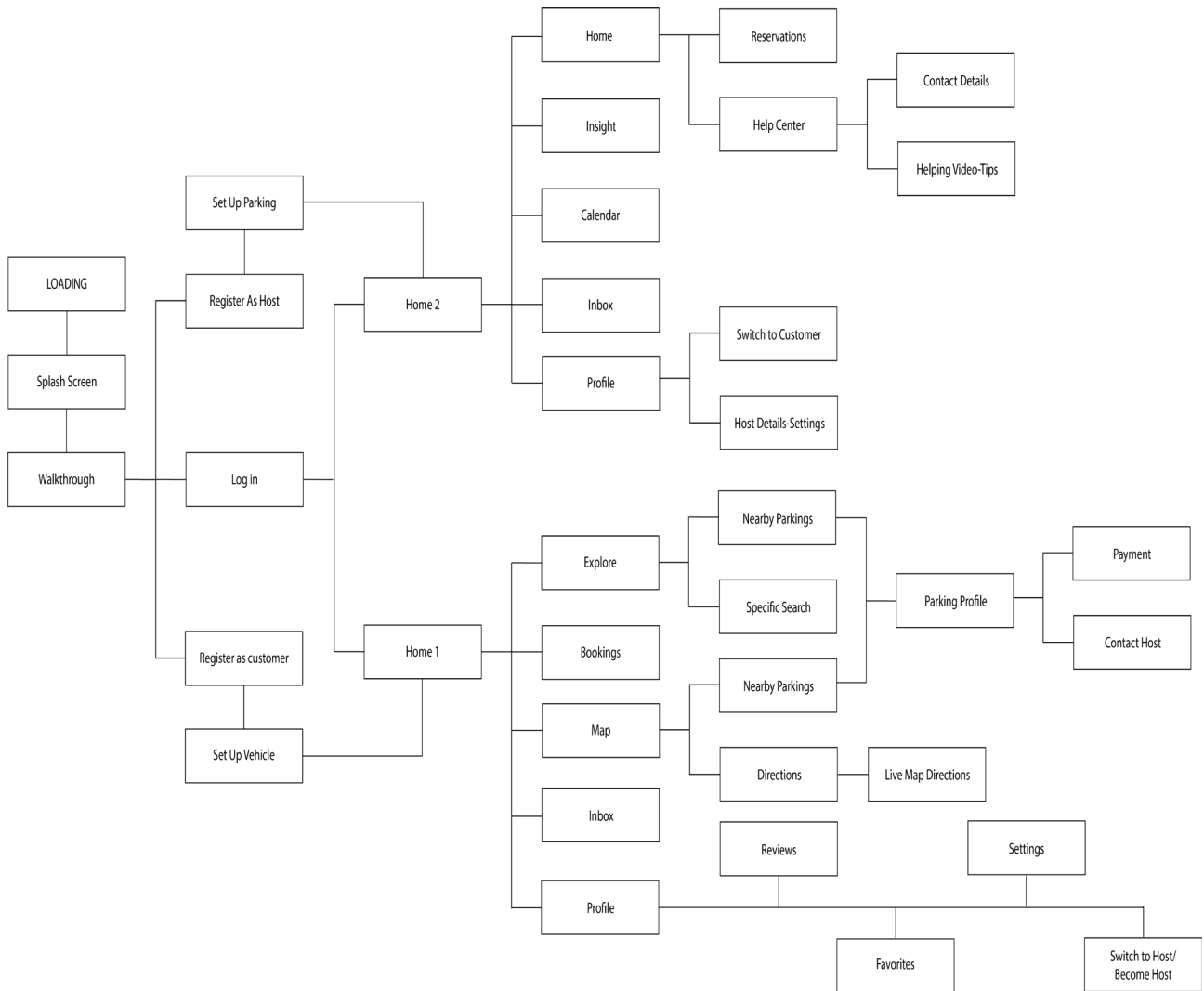
Εικόνα 10. Εικονίδιο της εφαρμογής



Εικόνα 11. Εικονίδιο της εφαρμογής σε οθόνη κινητού



Εικόνα 12. Λάθος χρήσεις λογοτύπου

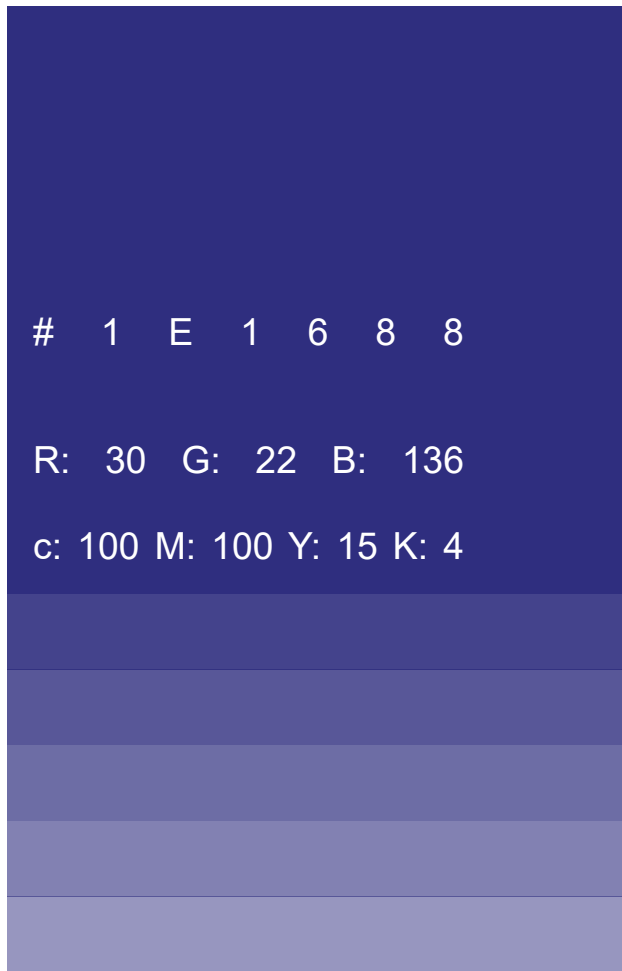


Εικόνα 13. Διάγραμμα ροής Parkaloo

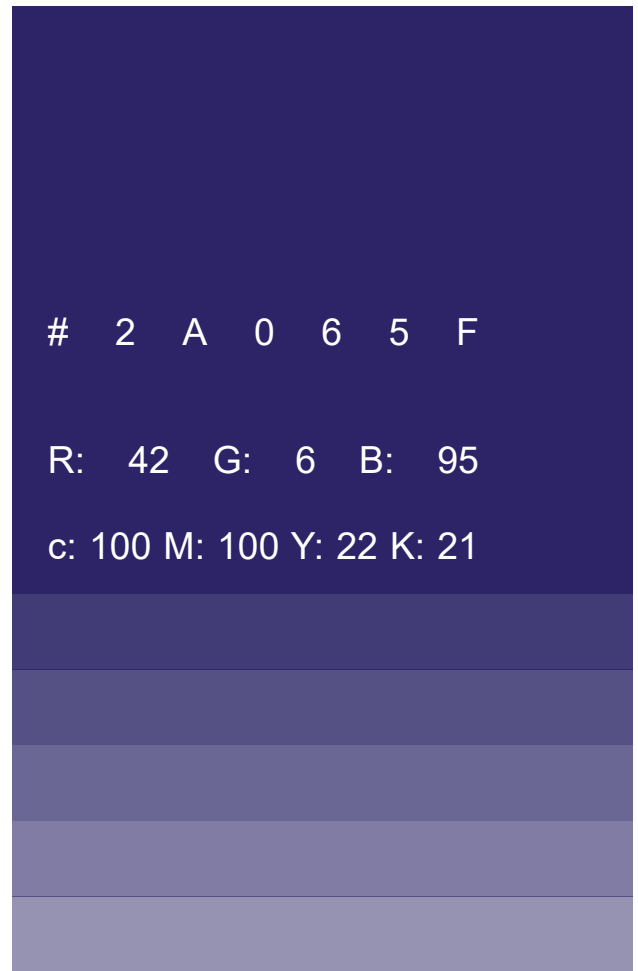
### 3.5.4 Χρώμα

Το χρώμα είναι ένας από τους πρώτους και πιο σημαντικούς παράγοντες που επηρεάζουν τους καταναλωτές όσο αναφορά ένα brand. Ένα καλά επιλεγμένο χρώμα μπορεί να ενισχύσει την ταυτότητα του brand και να το διαχωρίσει από τον ανταγωνισμό (The role of color in branding). Όμως, για την επιλογή του χρωματικού πλαισίου που θα επικεντρωθεί το λογότυπο και η εφαρμογή πρέπει να ληφθεί υπόψιν και η ψυχολογία του ανθρώπου σε σχέση με τα χρώματα. Ειδικά σε μία εφαρμογή η οποία κατακλύζεται από πολλές πληροφορίες και εικόνες, τα χρώματα θα πρέπει να βρίσκονται σε αρμονία ώστε να μην μπερδεύουν τον χρήστη. Τα επιλεγμένα χρώματα του λογοτύπου και της εφαρμογής Parkaloo είναι ένα gradient μεταξύ του μπλε και του μωβ. Το μπλε είναι ένα από τα πιο δημοφιλή χρώματα στον σχεδιασμό branding, ιδιαίτερα στον τομέα της τεχνολογίας και των υπηρεσιών. Αυτό το χρώμα συμβολίζει την αξιοπιστία, την ασφάλεια, και την ηρεμία. Χρησιμοποιείται ευρέως για να δημιουργήσει μια αίσθηση εμπιστοσύνης. Τα παραπάνω χαρακτηριστικά είναι εξαιρετικά σημαντικά για μια εφαρμογή όπως το Parkaloo. Το μωβ χρώμα, από την άλλη, συχνά συνδέεται με την πολυτέλεια, τη δημιουργικότητα, και τη φαντασία. Έχει επίσης παραδοσιακά συσχετιστεί με τη σοφία και την καινοτομία. Σε συνδυασμό με το μπλε, το μωβ προσθέτει μια αίσθηση εκλεπτυσμένης καινοτομίας, υποδηλώνοντας ότι η εφαρμογή δεν είναι μόνο λειτουργική αλλά και πρωτοποριακή. Με αυτό το συνδυασμό οι χρήστες έχουν την αίσθηση ότι η εφαρμογή αποτελεί κάτι το ξεχωριστό. Ακόμη τα συγκεκριμένα χρώματα σε ανάμειξή τους προσφέρουν την έννοια της κίνησης και της ροής, κάτι που είναι απολύτως κατάλληλο για την συγκεκριμένη εφαρμογή. Η χρωματική παλέτα που υπερτερεί υποκύπτει στον όρο 60-30-10. Ο όρος 60-30-10 αναφέρεται σε έναν κανόνα που χρησιμοποιείται στη διακόσμηση και στον σχεδιασμό, συμπεριλαμβανομένου του σχεδιασμού εφαρμογών, για την επίτευξη μιας ισορροπημένης και αισθητικά ευχάριστης χρωματικής παλέτας. Σύμφωνα με τον κανόνα το 60% του σχεδιασμού θα πρέπει να αποτελείται από ένα κύριο χρώμα. Το συγκεκριμένο χρώμα κυριαρχεί στο ψηφιακό περιβάλλον, δημιουργώντας μια βάση που είναι συνήθως το background της εφαρμογής. Το 30% αποτελείται από ένα δευτερεύον χρώμα. Το χρώμα αυτό συνήθως χρησιμοποιείται για να προσδώσει ενδιαφέρον και ποικιλία. Συναντάται πιο πολύ στα κείμενα που περικλύουν την εφαρμογή. Τέλος το 10% θα πρέπει να αποτελείται από ένα χρώμα έμφασης. Το χρώμα αυτό χρησιμοποιείται για να δώσει ζωντάνια και να τραβήξει την προσοχή σε συγκεκριμένα σημεία του σχεδιασμού, όπως τα action buttons ή άλλα διαδραστικά στοιχεία [18].





Εικόνα 14. Κύριο Χρώμα 1



Εικόνα 15. Κύριο Χρώμα 2



Εικόνα 16. Κύριο Gradient 1



Εικόνα 17. Κύριο Gradient 2

### 3.5.5 Τυπογραφία

Η τυπογραφία αποτελεί έναν από τους πιο σημαντικούς παράγοντες στη δημιουργία μιας οπτικής ταυτότητας, τόσο για το λογότυπο όσο και για την ευρύτερη σχεδίαση μιας εφαρμογής. Οι γραμματοσειρές που επιλέγονται δεν είναι απλώς αισθητικές επιλογές, αλλά βασικά στοιχεία που καθορίζουν την εμπειρία χρήσης και την αντίληψη του brand. Στο λογότυπο της εφαρμογής χρησιμοποιήθηκε η γραμματοσειρά Inter (Regular). Η Inter είναι μια σύγχρονη sans-serif γραμματοσειρά, με έμφαση στην ευαναγνωσιμότητα και στις καθαρές φόρμες, καθώς οι γραμμές της είναι απλές και ξεκάθαρες. Η γραμματοσειρά προσδίδει στο λογότυπο μια αίσθηση επαγγελματισμού και αξιοπιστίας. Για τους τίτλους και τα action buttons της εφαρμογής, επιλέχθηκε η γραμματοσειρά Noto Sans (Regular, Bold). Αυτή η γραμματοσειρά, επίσης sans-serif, είναι γνωστή για την ουδετερότητά της και την ευκολία κατανόησής της από τον χρήστη. Η χρήση της στους τίτλους και τα κουμπιά δράσης διασφαλίζει ότι οι χρήστες μπορούν να κατανοήσουν γρήγορα και εύκολα το περιεχόμενο και τις επιλογές που έχουν στη διάθεσή τους. Η Noto Sans είναι εξαιρετικά ευέλικτη και υποστηρίζει πολλά αλφάβητα, κάτι που την καθιστά ιδανική για μια εφαρμογή που μπορεί να απευθύνονται σε διεθνές κοινό στο μέλλον. Για τα κύρια κείμενα της εφαρμογής, χρησιμοποιείται η γραμματοσειρά Roboto. Η Roboto είναι μία από τις πιο διαδεδομένες γραμματοσειρές για ψηφιακές εφαρμογές, λόγω της εξαιρετικής αναγνωσιμότητάς της σε μικρά μεγέθη και της φιλικότητάς της προς τις οθόνες. Συνδυάζει στοιχεία μηχανικής ακρίβειας με μια πιο ανθρώπινη προσέγγιση. Συμπερασματικά, η Roboto διασφαλίζει ότι το περιεχόμενο της εφαρμογής θα είναι εύκολο στην ανάγνωση, χωρίς να προκαλεί κόπωση στον χρήστη, δημιουργώντας μια συνολική ευχάριστη εμπειρία.

Γραμματοσειρά Λογοτύπου

Proxima Nova

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
Abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz  
0123456790

Κύρια Γραμματοσειρά Εφαρμογής

**Noto Sans**

**ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
Abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz  
0123456790**

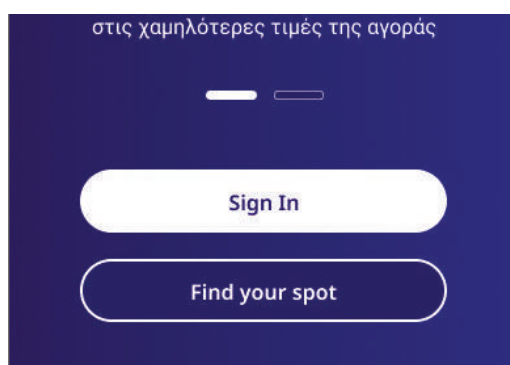
Δευτερεύουσα Γραμματοσειρά Εφαρμογής

**Roboto**

**ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ  
Abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz  
0123456790**

### 3.5.6 Ανάλυση Ui

Ο εσωτερικός σχεδιασμός της εφαρμογής έχει ως στόχο να έρχεται σε επαφή με τις ανάγκες του χρήστη και το θέμα με το οποίο ασχολείται. Ο κύριος σκοπός του σχεδιασμού είναι να δημιουργήσει ένα ενδιαφέρον περιβάλλον το οποίο να είναι προσιτό και ευανάγνωστο στον χρήστη δίνοντάς του ελευθερίες επιλογών. Ένας ακόμη σημαντικός στόχος, είναι η ευκολία για τους χρήστες που επισκέπτονται την εφαρμογή να κλείνουν ή να νοικιάζουν την θέση τους, γρήγορα και ξεκούραστα. Ειδικά σε μια εποχή στην οποία οι άνθρωποι δεν δίνουν χρόνο σε μία διαδικασία η οποία τους φαίνεται χρονοβόρα και δύσκολη (attention spam). Σε γραφιστικό επίπεδο για να επιτευχθούν όλα τα προαναφερθέντα πρέπει να γίνουν κάποιες ενέργειες. Για παράδειγμα, είναι σημαντικό είναι να μην υπάρχουν περίπλοκα σχήματα αλλά να κυριαρχούν οι απλές φόρμες στην οθόνη. Επιπλέον, ο σχεδιασμός των action buttons στην εφαρμογή ακολουθεί τις αρχές της οπτικής ιεράρχησης, που εξασφαλίζουν ότι τα πιο σημαντικά κουμπιά ξεχωρίζουν και είναι εύκολα αντιληπτά. Τα πιο κρίσιμα action buttons, όπως αυτά που αφορούν την επιβεβαίωση κρατήσεων ή την ολοκλήρωση διαδικασιών, είναι σχεδιασμένα σε έντονο μωβ χρώμα, το οποίο τραβά την προσοχή του χρήστη και διαφοροποιείται από το υπόλοιπο περιβάλλον της εφαρμογής. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω αυτό το χρώμα συνδέεται με την αξιοπιστία και την καινοτομία, προσδίδοντας στα κουμπιά μια αίσθηση σημαντικότητας. Από την άλλη το λευκό χρώμα που χρησιμοποιείται στο κείμενο αυξάνει την αντίθεση του κειμένου πάνω στο μωβ φόντο του action button και βελτιώνει την αναγνωσιμότητα. Η υιοθέτηση των στρογγυλεμένων γωνιών στα κουμπιά συμβάλλει στη φιλικότητα και στη μοντέρνα αίσθηση του σχεδιασμού, κάνοντας τα κουμπιά πιο ευχάριστα στην αλληλεπίδραση. Αντιθέτως τα δευτερεύοντα κουμπιά που προσφέρουν πρόσθετες επιλογές και πληροφορίες, έχουν πιο διακριτικό σχεδιασμό, συχνά με ελαφρύτερες αποχρώσεις και μικρότερο μέγεθος. Αυτά τα κουμπιά δεν ανταγωνίζονται τα πρωτεύοντα για την προσοχή του χρήστη, αλλά εξακολουθούν να είναι ευδιάκριτα και εύκολα προσβάσιμα όταν απαιτείται.



Εικόνα 18. Παράδειγμα action buttons από την εφαρμογή

### 3.5.7 ΑΝΑΛΥΣΗ UX

Ο σχεδιασμός του UX της εφαρμογής έχει ως βασικό γνώμονα την ευκολία, τη λειτουργικότητα και τη συνολική ικανοποίηση του χρήστη κα-τά τη λειτουργία της. Η έρευνα για τον σχεδιασμό επικεντρώνεται στη σωστή ροή των ενεργειών που θα πρέπει να είναι ομαλή και διαισθητική. Έτσι δίνεται στον χρήστη υποσυνείδητα ελευθερία, παράλληλα ό-μως, η εφαρμογή έχει τη δυνατότητα να του δείχνει τον δρόμο για τις επόμενες επιλογές του. Ο σχεδιασμός αυτός βοηθά ακόμη και τον πιο αρχάριο χρήστη εφαρμογών κινητών.

Αρχικά, η εφαρμογή προσφέρει έναν ξεκάθαρο και φιλικό οδηγό εισα-γωγής (onboarding), που διευκολύνει τον νέο χρήστη να κατανοήσει τις βασικές λειτουργίες και δυνατότητές της. Οι πρώτες οθόνες παρουσί-ασης (walkthroughs) παρέχουν σαφείς οδηγίες που καθοδηγούν τον χρήστη βή-μα-βήμα, ενώ παράλληλα δημιουργούν μια θετική πρώτη ε-ντύπωση. Τέλος, ο σχεδιασμός μειώνει το αίσθημα της απογοήτευσης και του άγχους που μπο-ρεί να νιώσει ένας χρήστης όταν χρησιμοποιεί μια εφαρμογή για πρώτη φορά.

Η ευκολία πλοήγησης είναι ένα άλλο σημαντικό στοιχείο του UX (User Experience). Οι χρήστες μπορούν να βρουν γρήγορα και εύκολα τις α-παραί-τητες λειτουργίες μέσω του απλού και συνεκτικού μενού. Το πε-ριβάλλον είναι λιτό, με σαφή εικονίδια και κουμπιά που αναγνωρίζο-νται εύκολα και κατευθύ-νουν τον χρήστη στις κατάλληλες σελίδες. Ο παραπάνω σχεδιασμός έχει τη δυνατότητα να μειώνει τη γνωστική ε-πιβάρυνση και να επιτρέπει στους χρή-στες να ολοκληρώσουν τις ενέρ-γειές τους χωρίς περιττά βήματα ή σύγχυση.

Πολύ σημαντικό στοιχείο για την περαιτέρω βελτίωση του UX είναι, επί-σης, η χρωματική παλέτα και η τυπογραφία. Τα χρώματα που επιλέ-γο-νται όχι μόνο προσδίδουν αισθητική αρμονία, αλλά και καθοδηγούν το βλέμμα του χρήστη στις πιο σημαντικές λειτουργίες. Για παράδειγ-μα, τα κουμπιά δράσης είναι έντονα χρωματισμένα και σε στρατηγικές θέ-σεις, διευκολύνοντας έτσι την άμεση εκτέλεση βασικών ενεργειών, όπως η κράτηση ή η αναζήτηση θέσεων στάθμευσης μέσω πλοήγησης GPS.

Ακόμη, σημαντική έμφαση έχει δοθεί και στην απλότητα των διαδικασι-ών που απαιτούνται από τον χρήστη. Στόχος της εφαρμογής είναι ο χρή-στης να μπορεί να κάνει οποιαδήποτε ενέργεια επιθυμεί χωρίς να έχει χρησι-μοποιήσει αντίστοιχες εφαρμογές στο παρελθόν. Για παράδειγμα, η διαδικασία κράτησης είναι γρήγορη και εύκολη, χωρίς να απαιτείται η συ-μπλήρωση πολλών πεδίων ή η πλοήγηση σε πολλές σελίδες. Οι χρή-στες μπορούν να ολοκληρώσουν τις ενέργειές τους με ελάχιστα κλικ, κάτι που όχι μόνο εξοικονομεί χρόνο αλλά και προσφέρει μια αίσθηση ικανοποίησης.

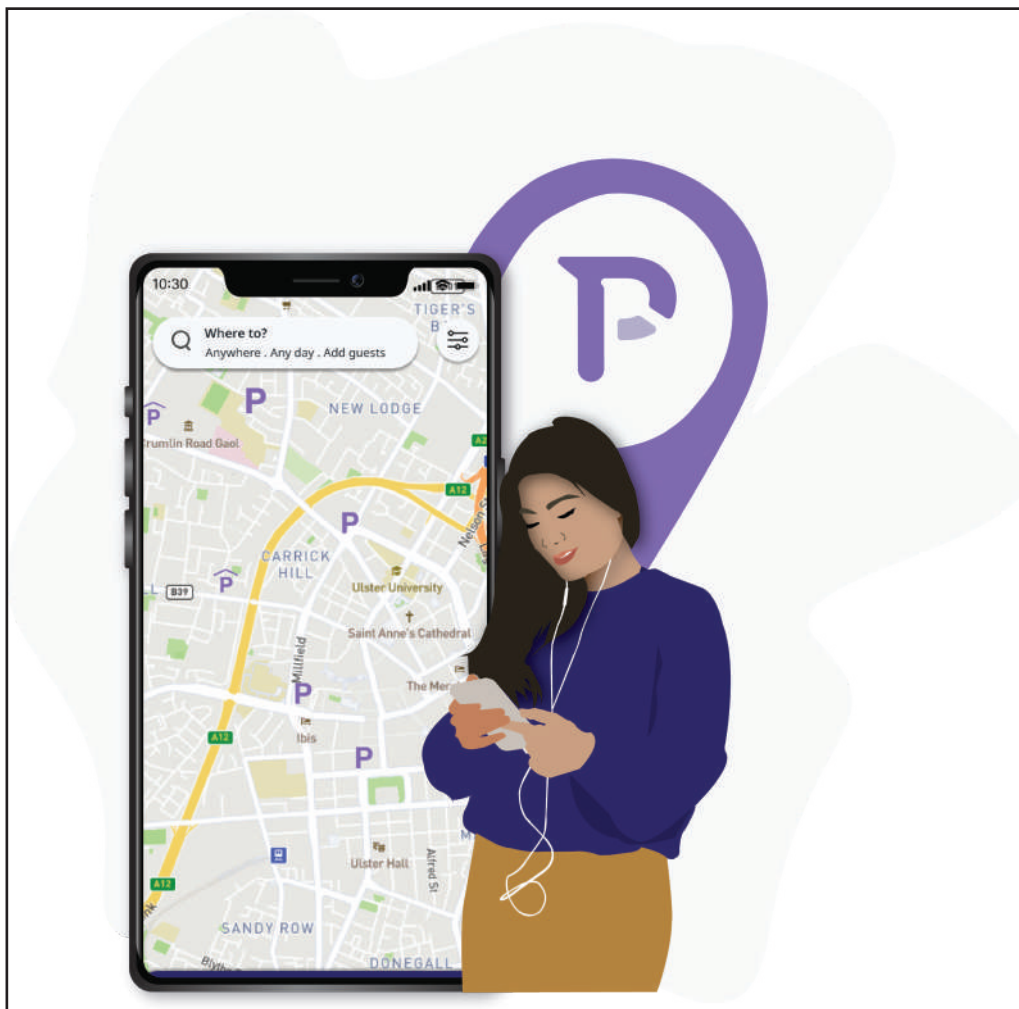
## ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

Κλείνοντας, το Parkaloo έχει σχεδιαστεί με στόχο την ευελιξία και την εξατομίκευση. Έτσι, επιτρέπει στους χρήστες να προσαρμόσουν την εμπειρία τους με βάση τις προσωπικές τους ανάγκες. Από την αποθήκευση αγαπημένων θέσεων στάθμευσης μέχρι και την εύκολη διαχείριση του προφίλ τους.

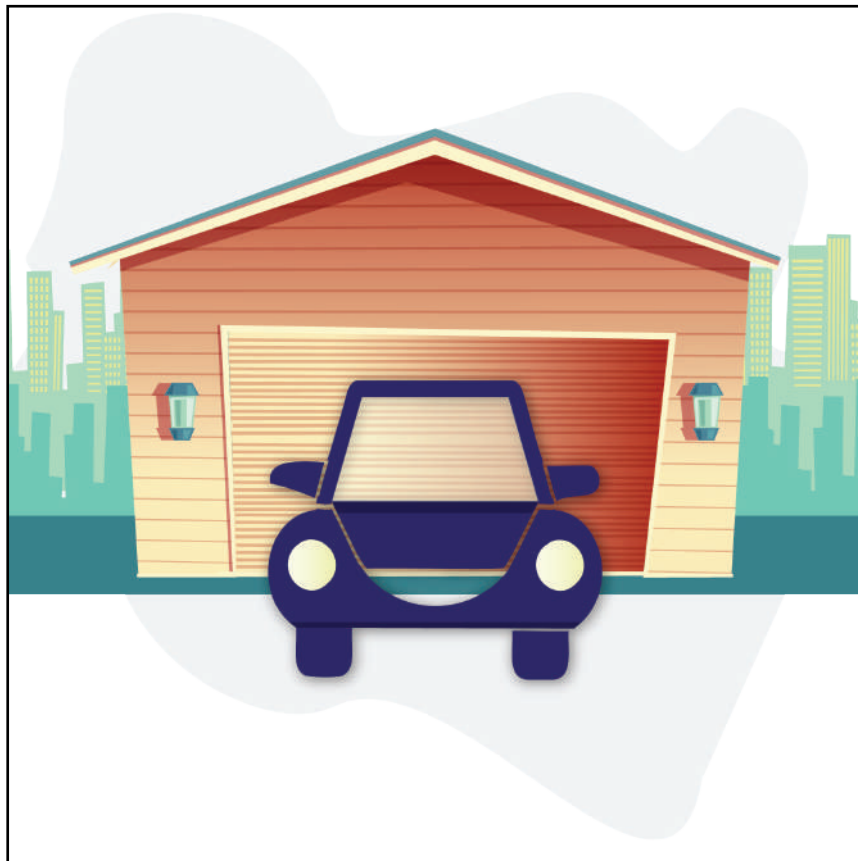
Συνοψίζοντας, ο σχεδιασμός του UX του Parkaloo θέτει τον χρήστη στο επίκεντρο. Η εφαρμογή δεν είναι μόνο εύκολη στη λειτουργία της, αλλά και προσαρμοσμένη να εξυπηρετεί τις ανάγκες των χρηστών, καθιστώντας την εμπειρία τους εύκολη και ευχάριστη.

## 4. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ

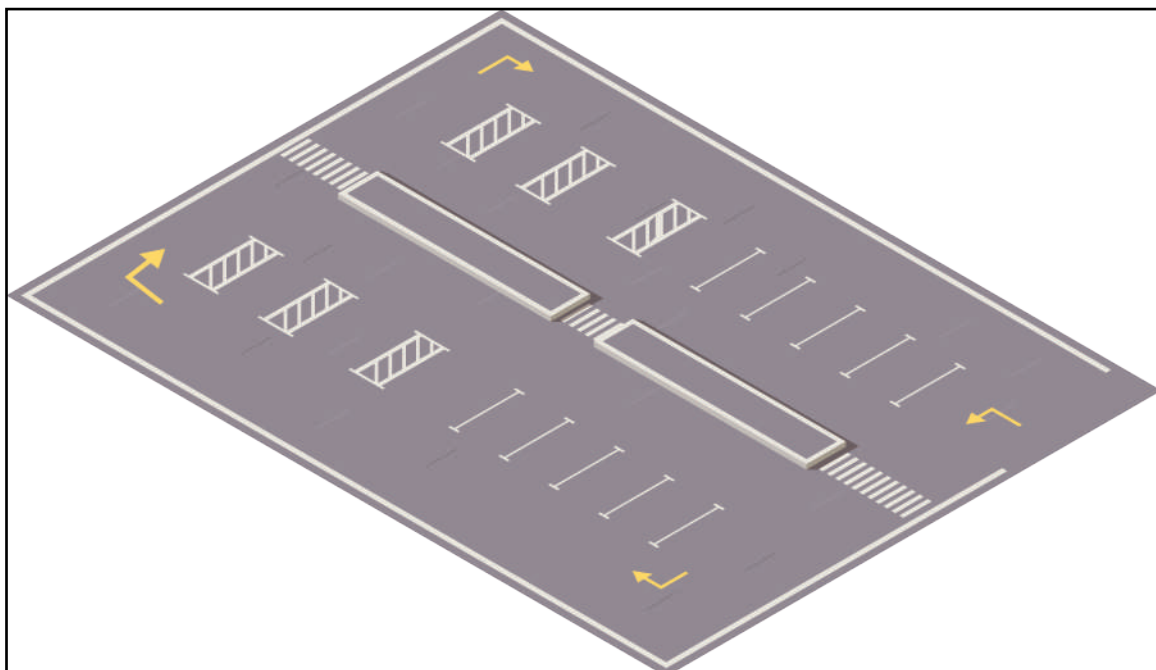
Παρακάτω ακολουθούν τα γραφιστικά στοιχεία που επιλέχθηκαν για να πλαισιώσουν το οπτικό στοιχείο της εφαρμογής. Είναι σημαντικό να αναφερθεί ότι ακόμη και τα σχέδια βρίσκονται στους ίδιους χρωματικούς τόνους με την υπόλοιπη εφαρμογή και το λογότυπό της. Το παρα-πάνω έχει ως στόχο την αίσθηση της αρμονίας και της γαλήνης καθώς ο χρήστης περιηγείται στην εφαρμογή. Το ίδιο μοτίβο ακολουθείται και στις οθόνες της εφαρμογής.



Εικόνα 19. Γραφιστικό στοιχείο για το Client Walkthrough Page

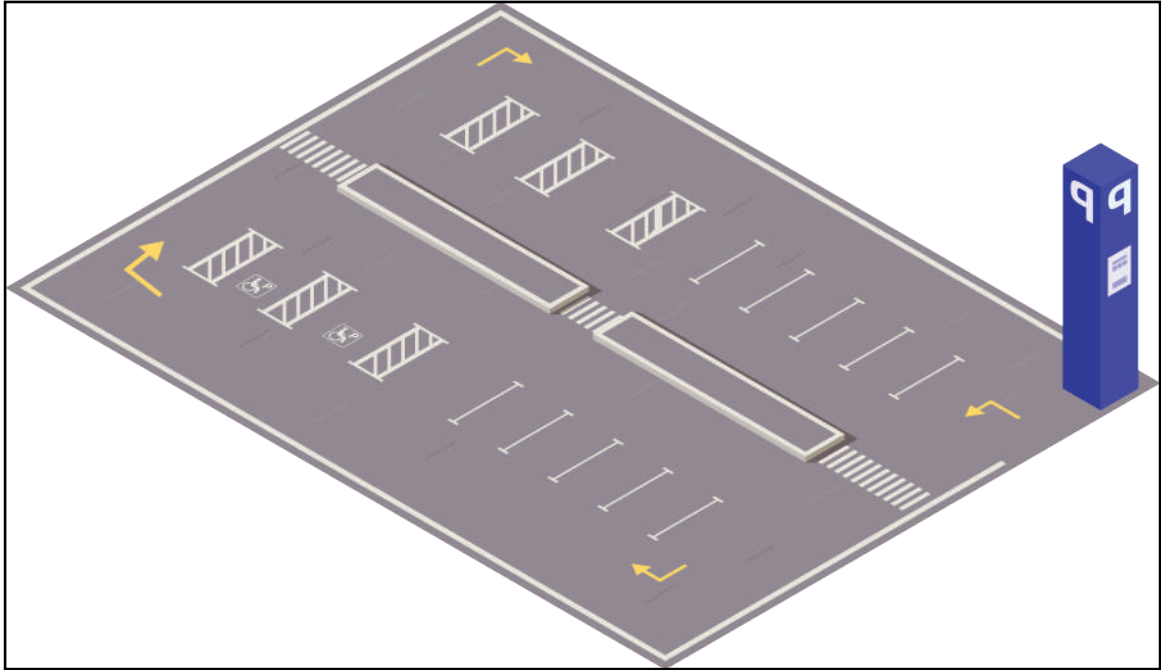


Εικόνα 20. Γραφιστικό στοιχείο για το Host Walkthrough Page

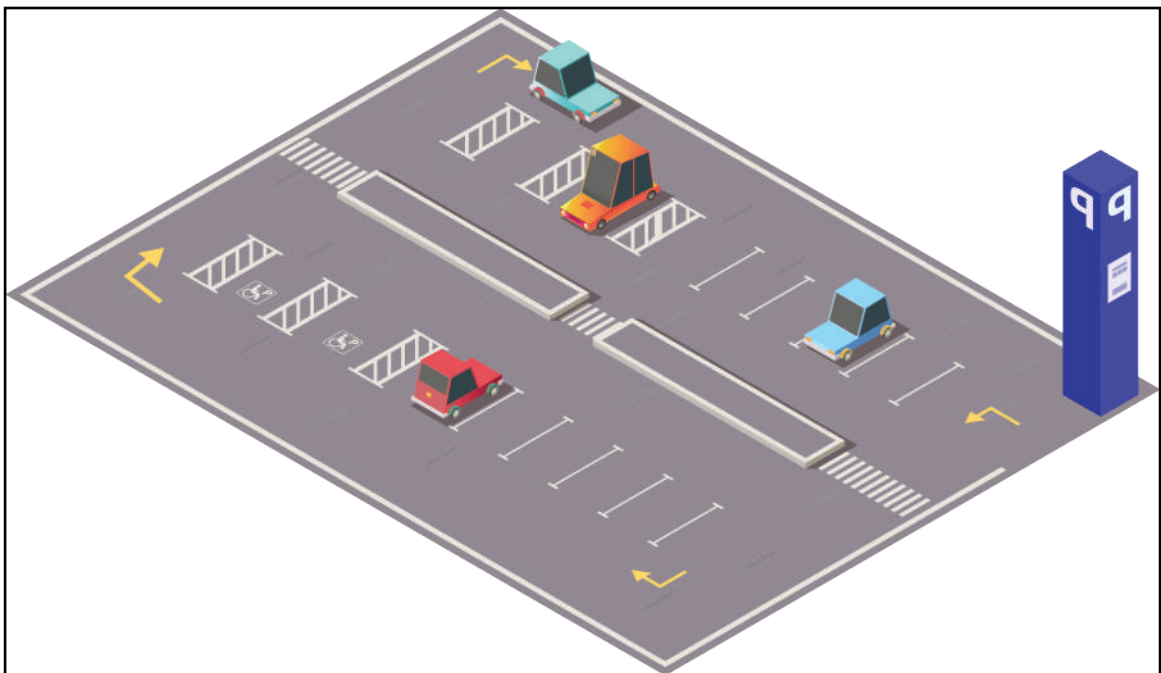


Εικόνα 21. Γραφιστικό στοιχείο για το Host Set Up Page



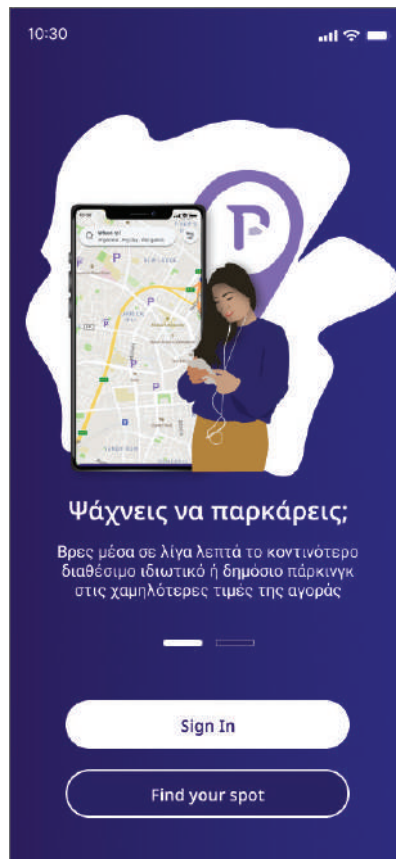


Εικόνα 22. Γραφιστικό στοιχείο για το Host Set Up Page

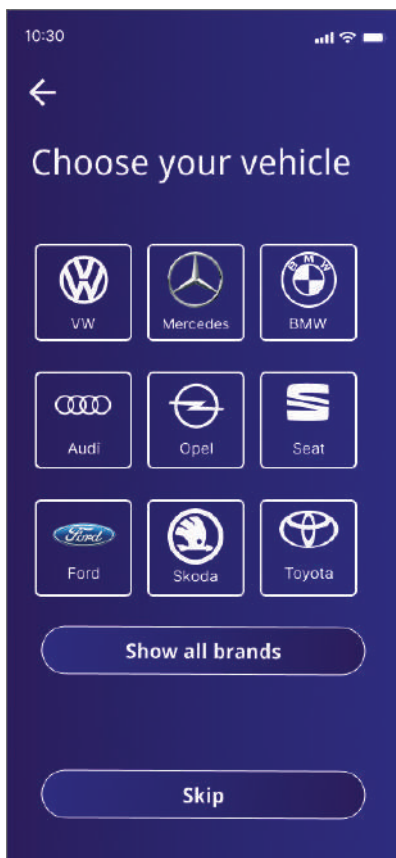


Εικόνα 23. Γραφιστικό στοιχείο για το Host Set Up Page

# ΘΥΝΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

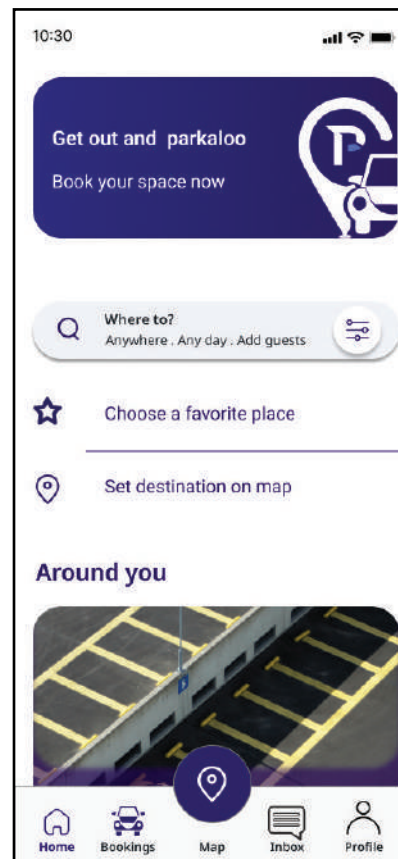
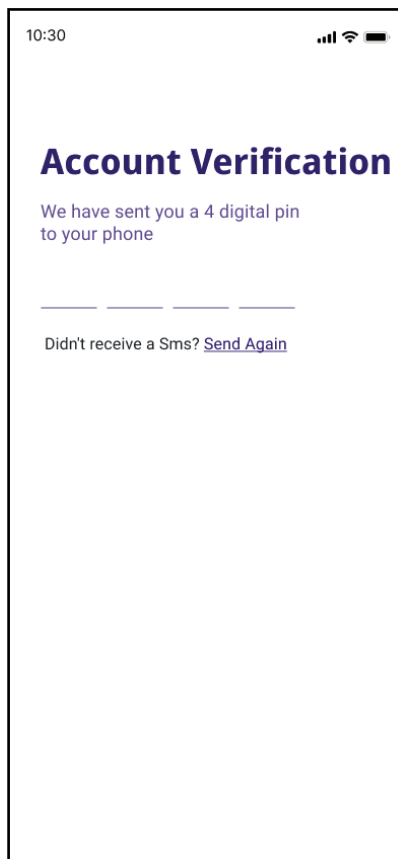
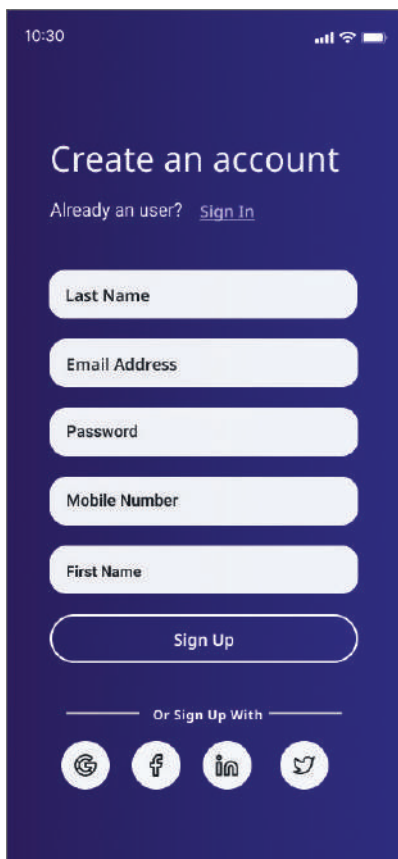


Εικόνα 24,25,26. Σελίδες Walkthrough της εφαρμογής

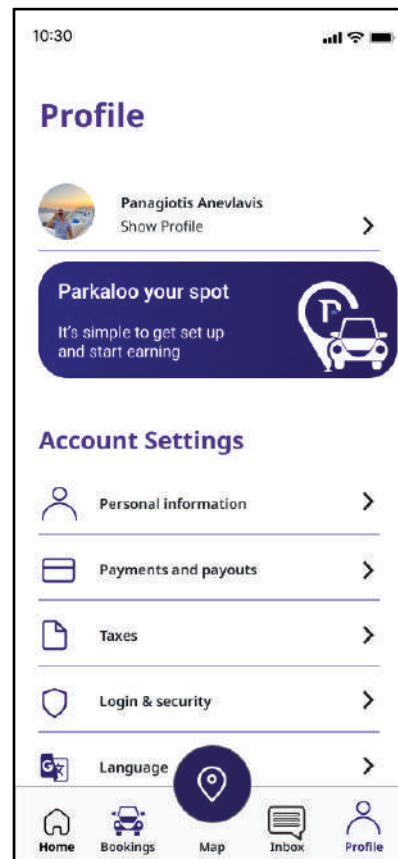
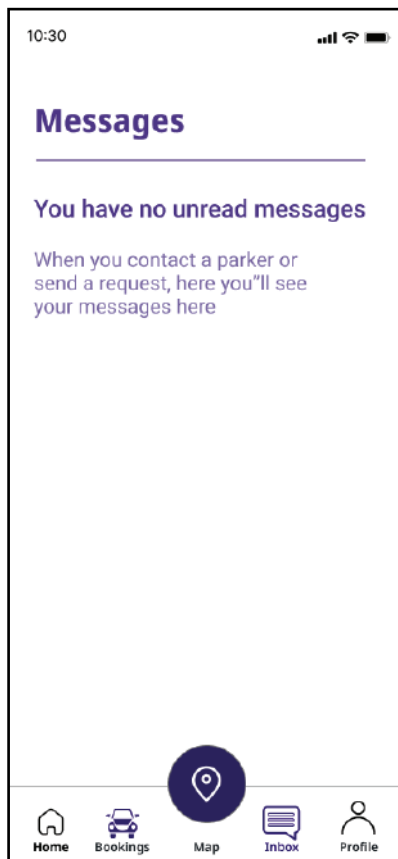
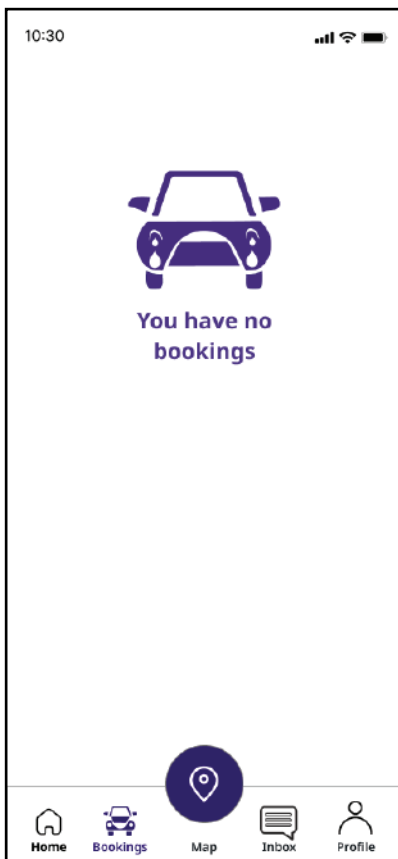


Εικόνα 27,28,29. Σελίδες Set Up για την δημιουργία λογαριασμού πελάτη

# ΟΘΟΝΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

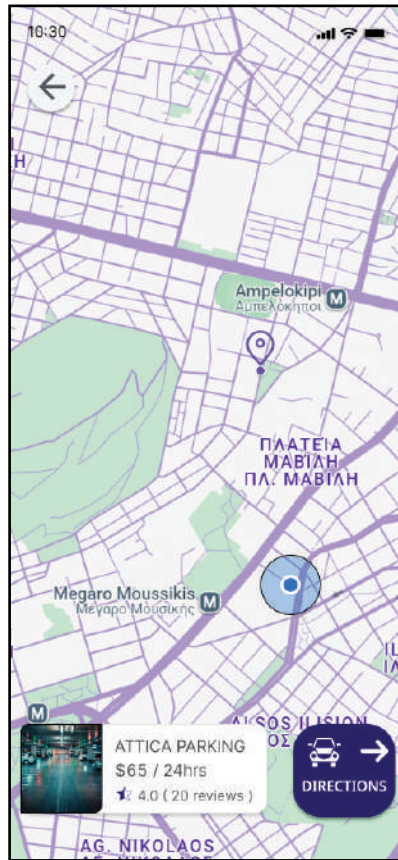
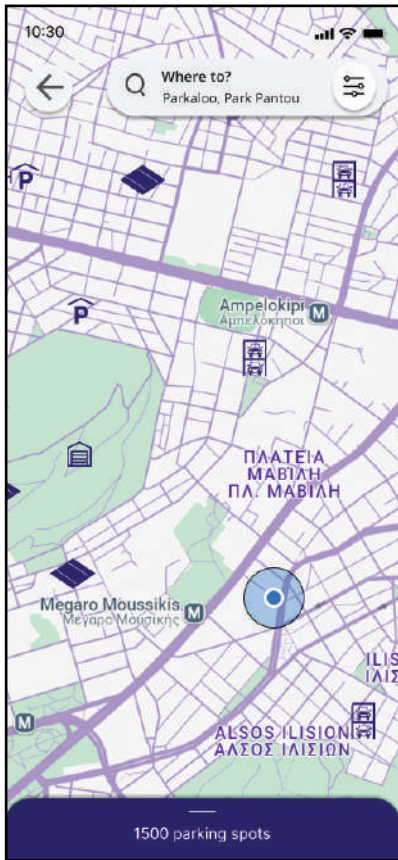


Εικόνα 30, 31, 32. Σελίδες πρώτης σύνδεσης και το home page

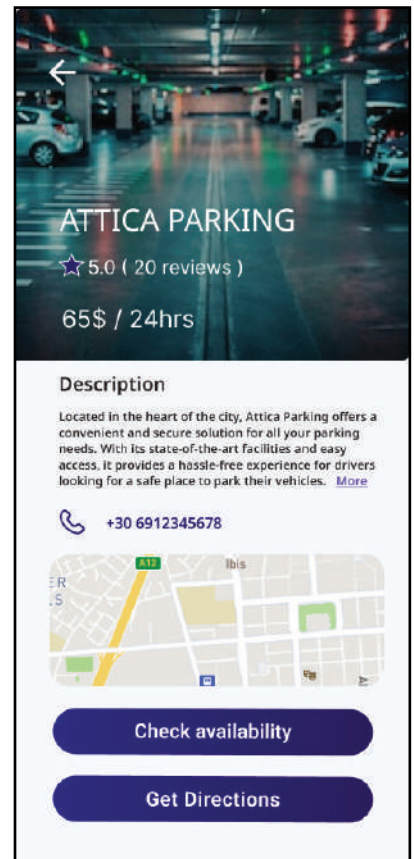
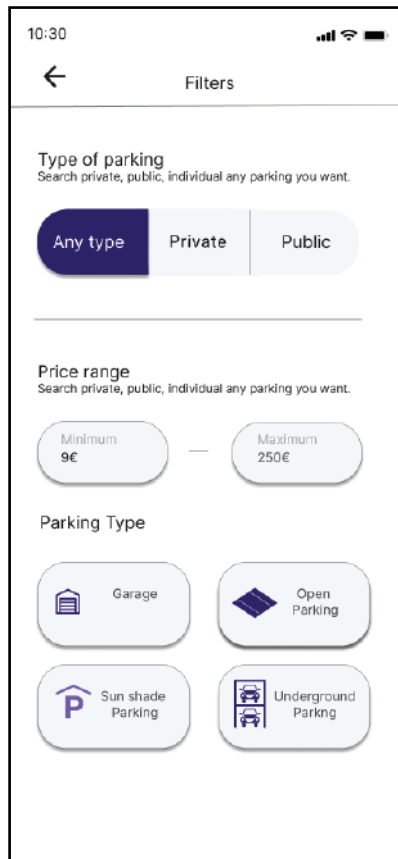
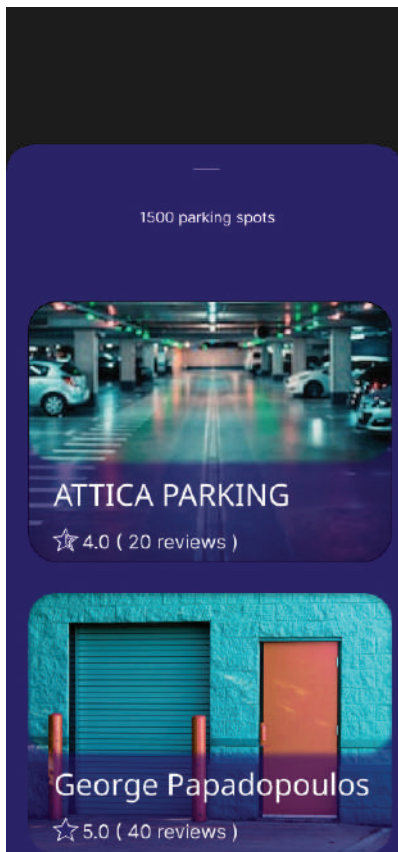


Εικόνα 33, 34, 35. Σελίδες όταν δεν υπάρχουν στοιχεία και το Profile Page

# ΘΟΝΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

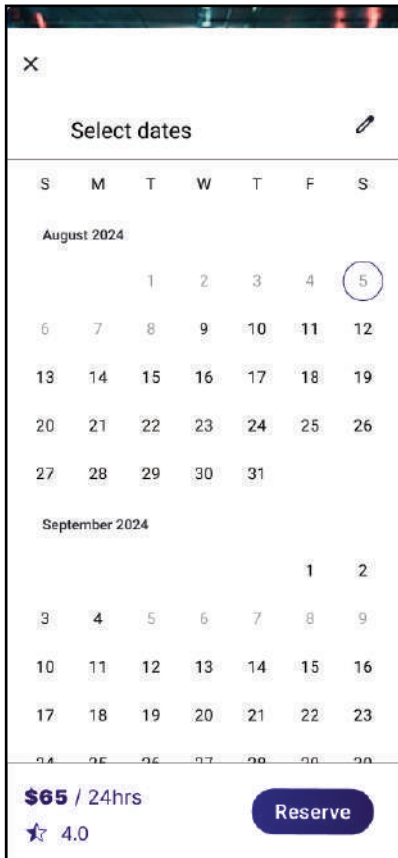


Εικόνα 36, 37, 38. Σελίδες Πλοήγησης GPS μέσα στην εφαρμογή

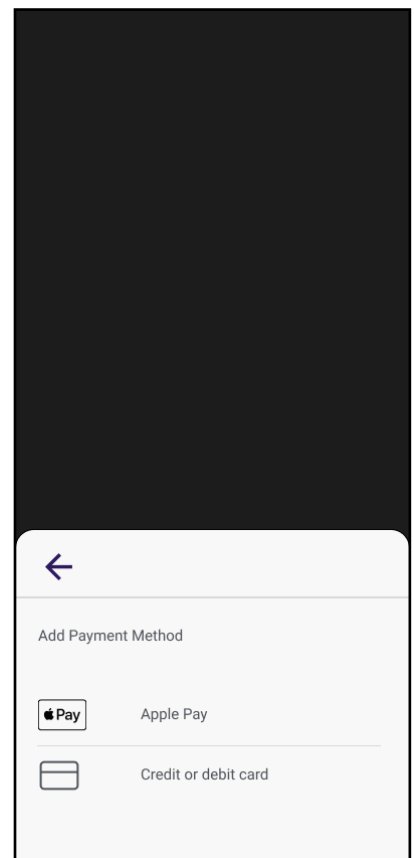
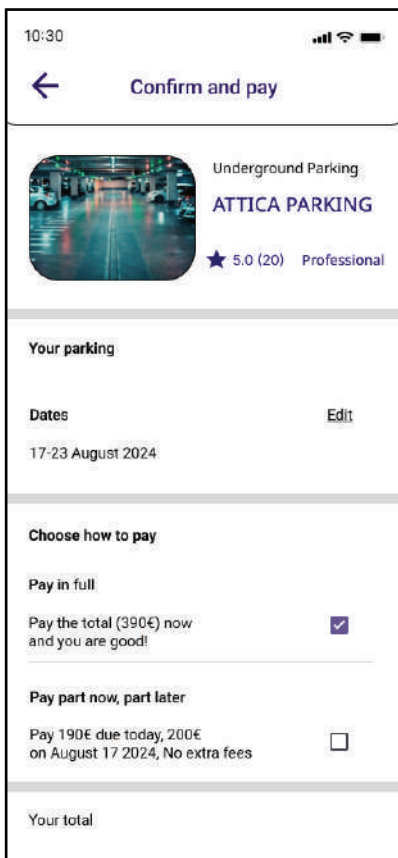


Εικόνα 39, 40, 41. Σελίδες με πληροφορίες-φίλτρα σχετικά με την αναζήτηση στάθμευσης

# ΘΘΟΝΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

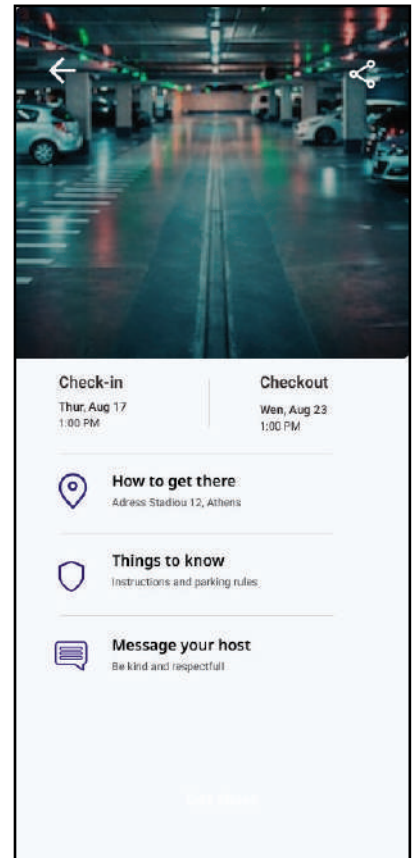
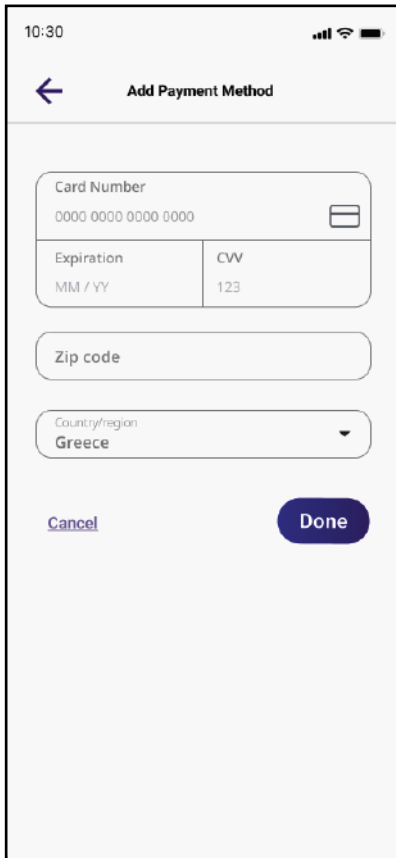


Εικόνα 42, 43, 44. Σελίδες επιλογή ημερομηνιών για κράτηση θέσης

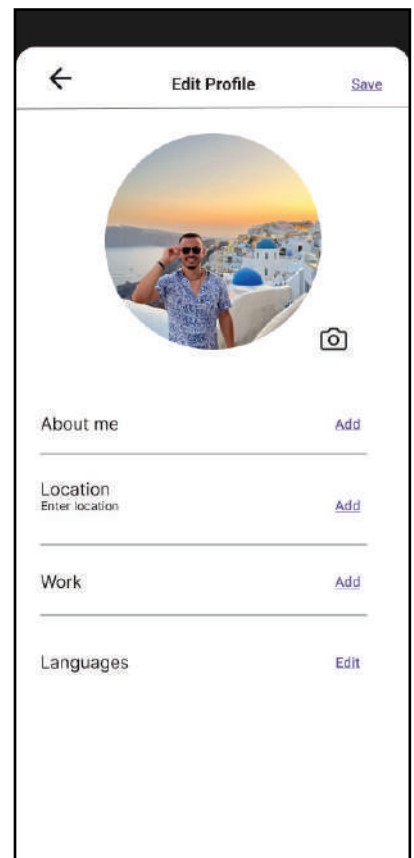
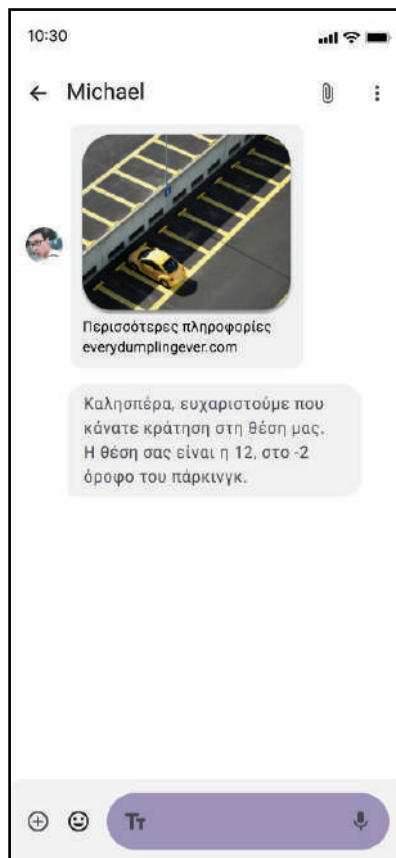
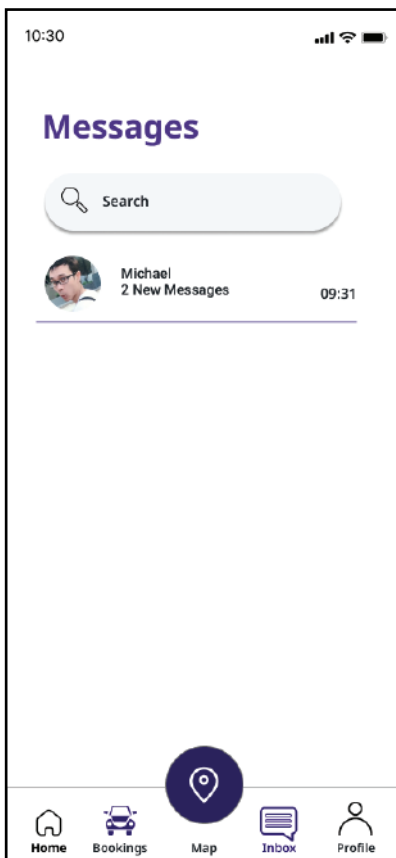


Εικόνα 45, 46, 47. Σελίδες review και κράτησης θέσης

# ΘΘΝΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

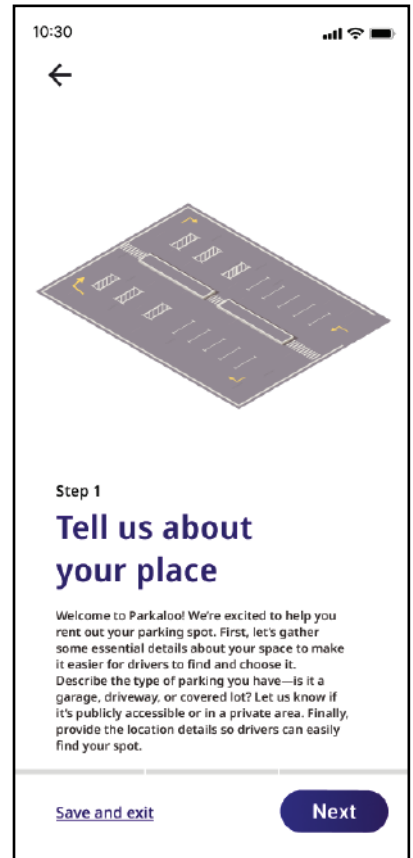
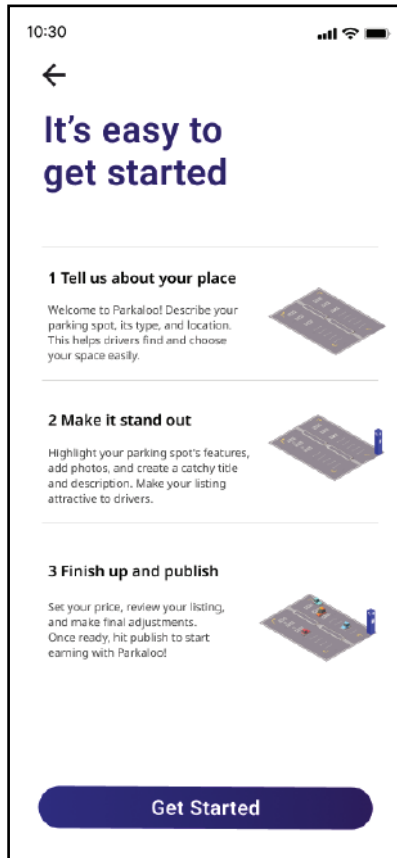
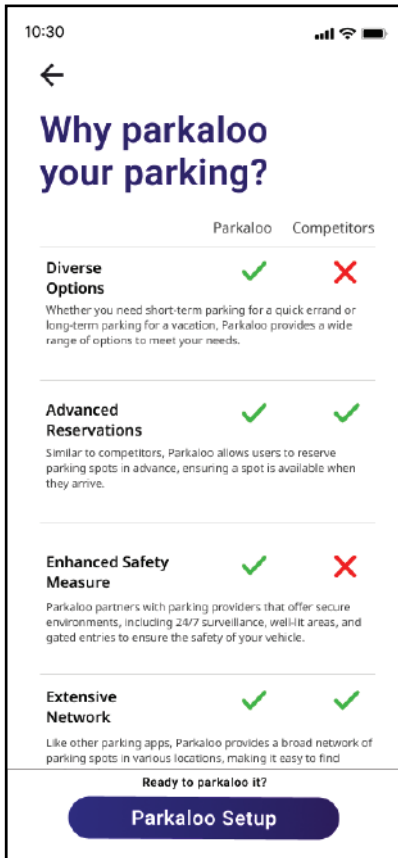


Εικόνα 48, 49, 50. Σελίδες Κράτησης μετά απο επιτυχημένη κράτηση

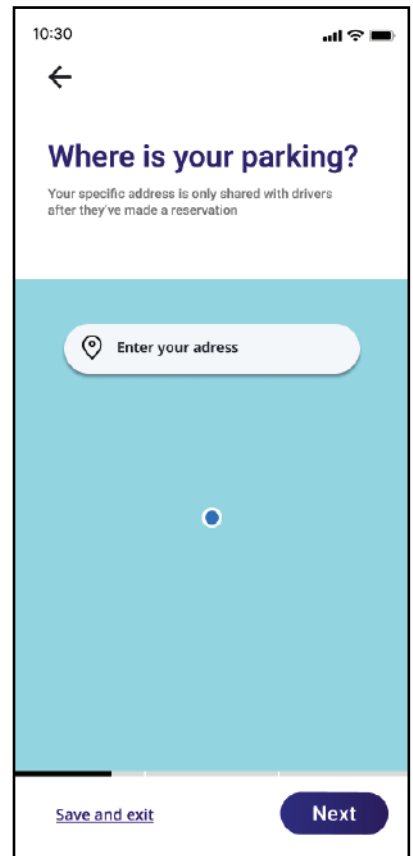
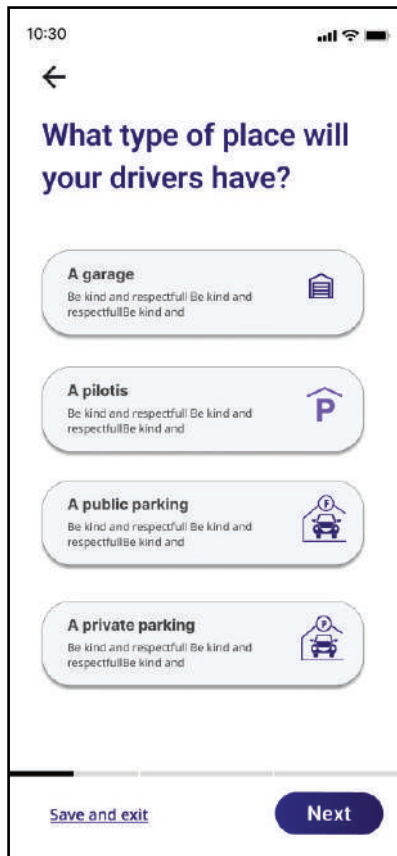
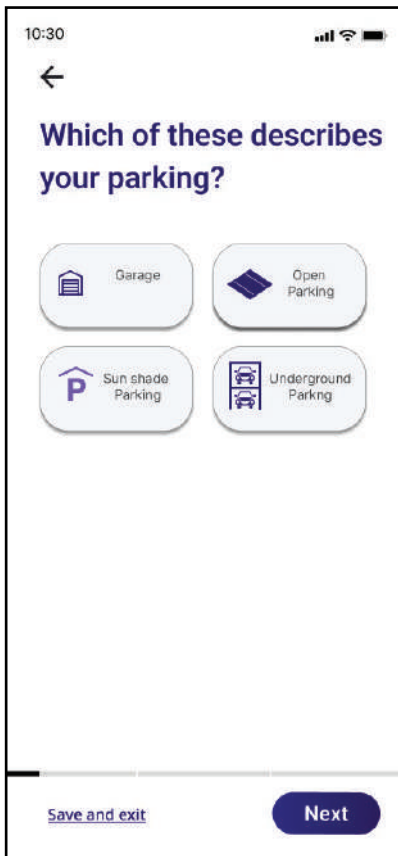


Εικόνα 51, 52, 53. Σελίδες Μηνυμάτων μετά από εισερχόμενο μήνυμα

# ΘΘΟΝΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

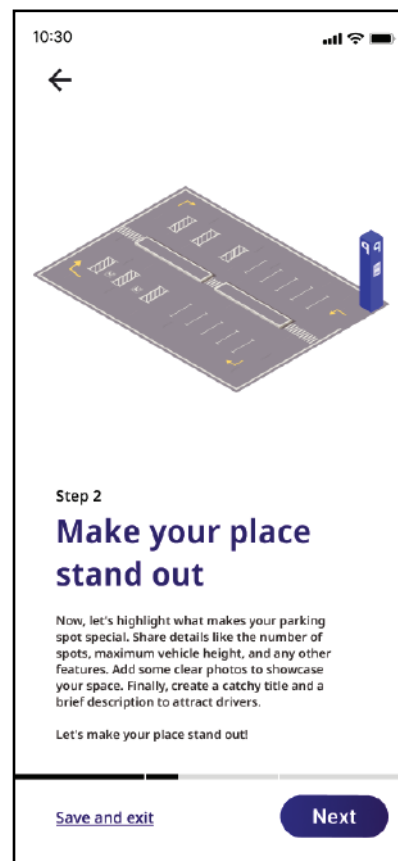
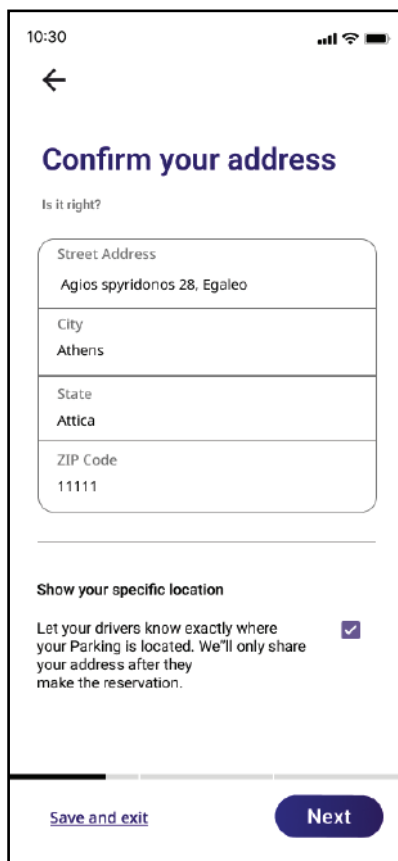


Εικόνα 54, 55, 56. Σελίδες Set Up Host Page

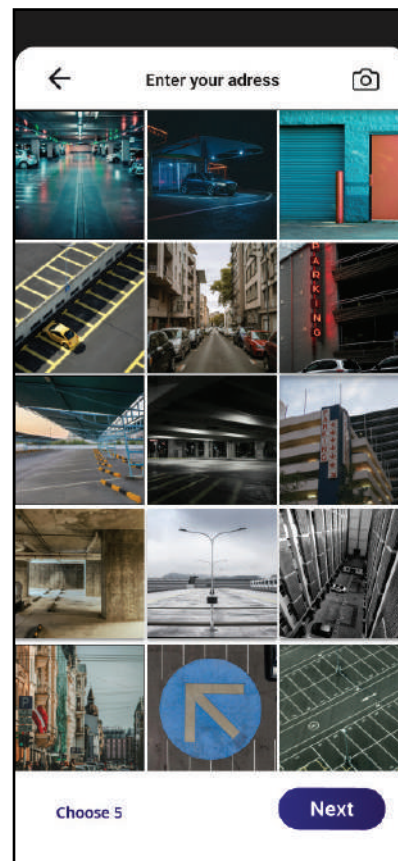
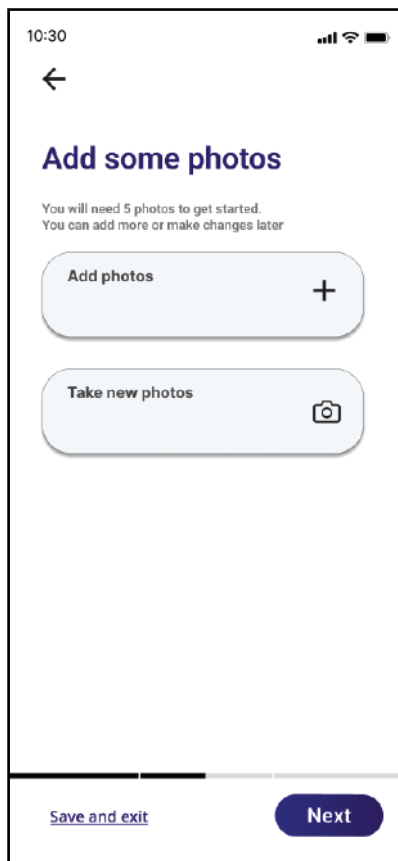
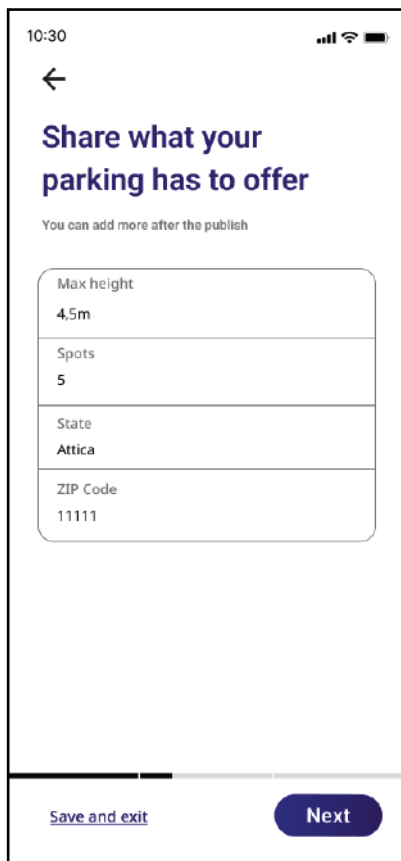


Εικόνα 57, 58, 59. Σελίδες Set Up Host Page

# ΟΘΟΝΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ



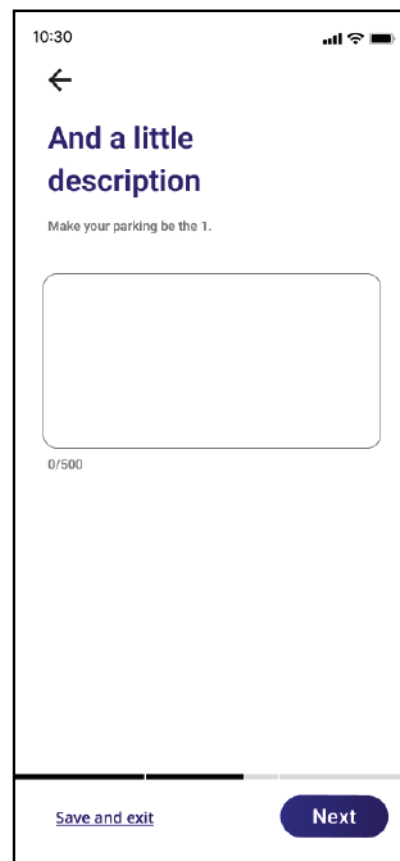
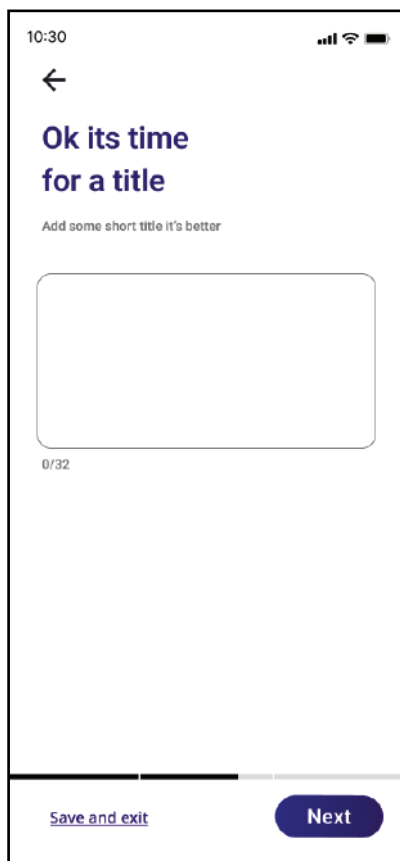
Εικόνα 60, 61, 62. Σελίδες Set Up Host Page



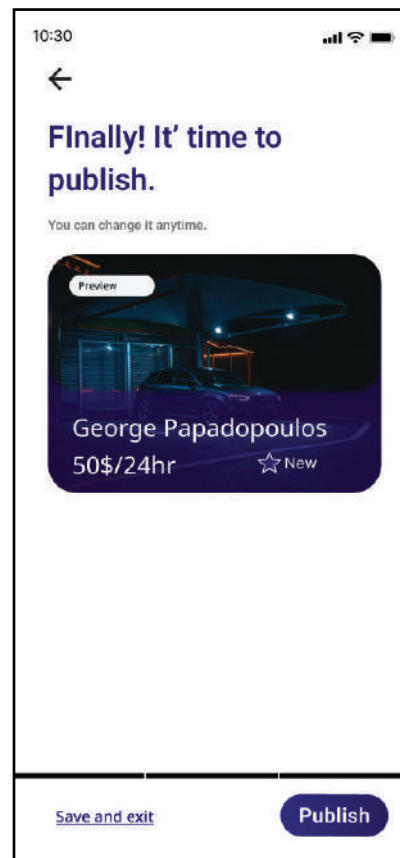
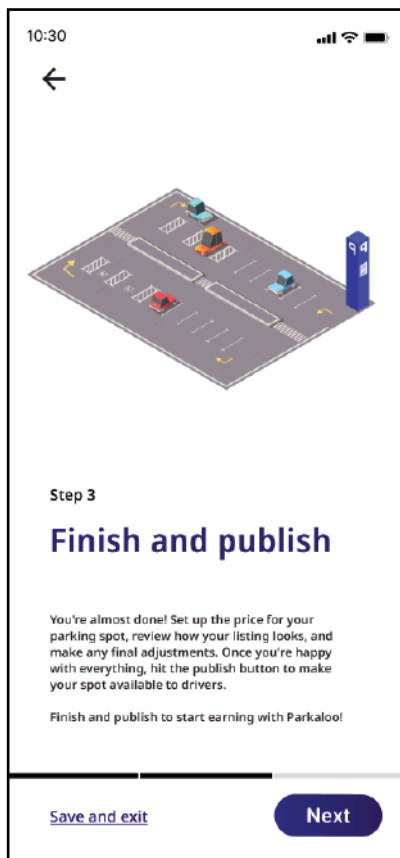
Εικόνα 63, 64, 65. Σελίδες Set Up Host Page



# ΟΘΟΝΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

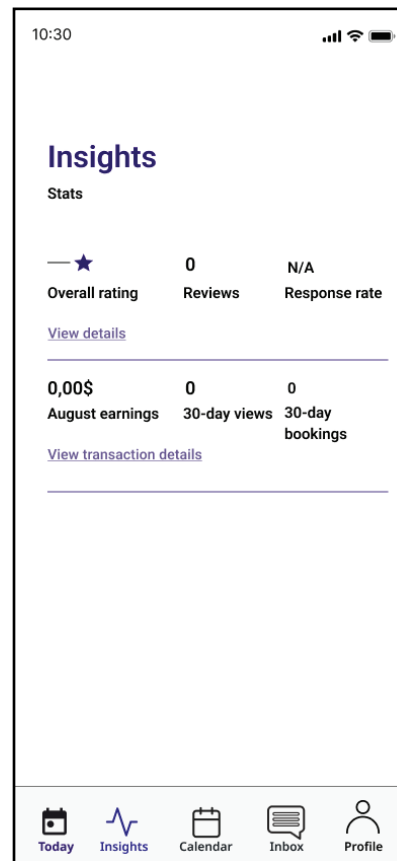
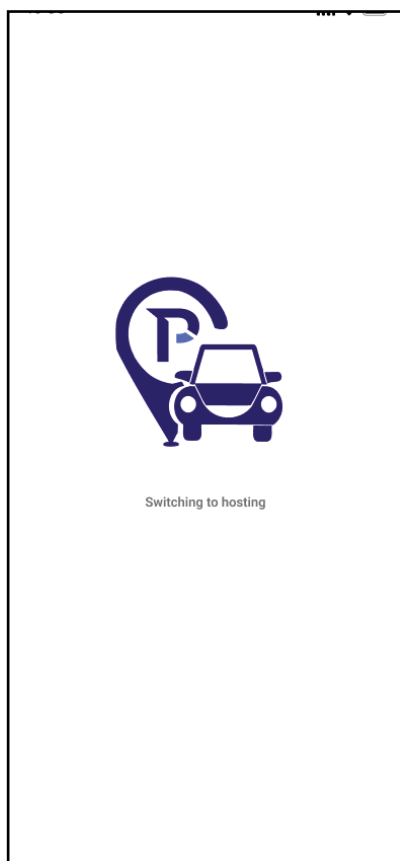


Εικόνα 66, 67, 68. Σελίδες Set Up Host Page

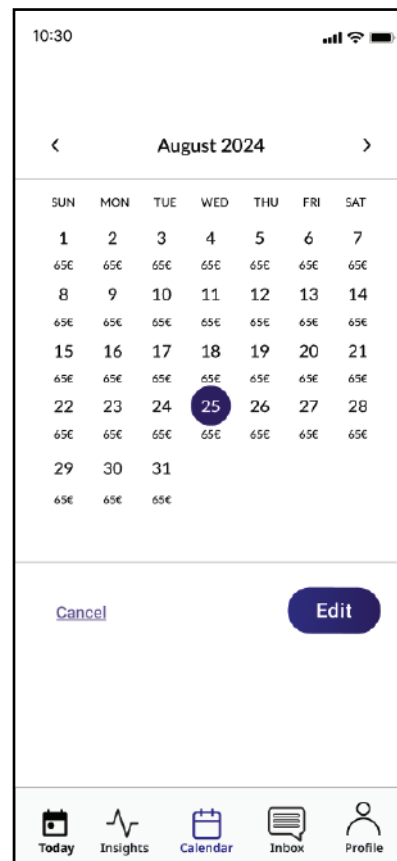
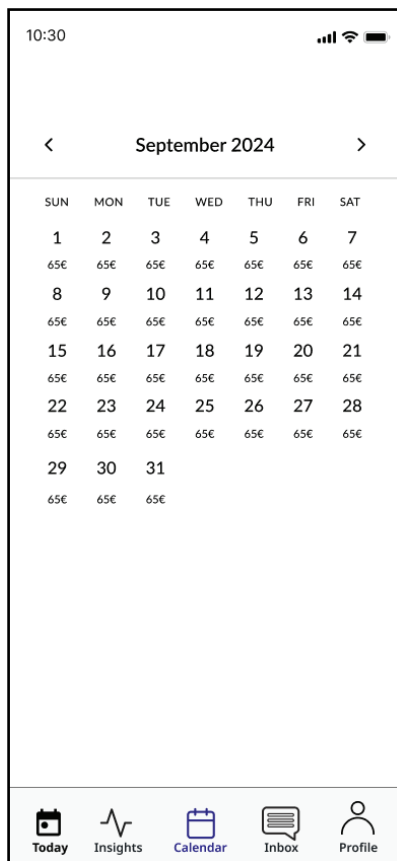
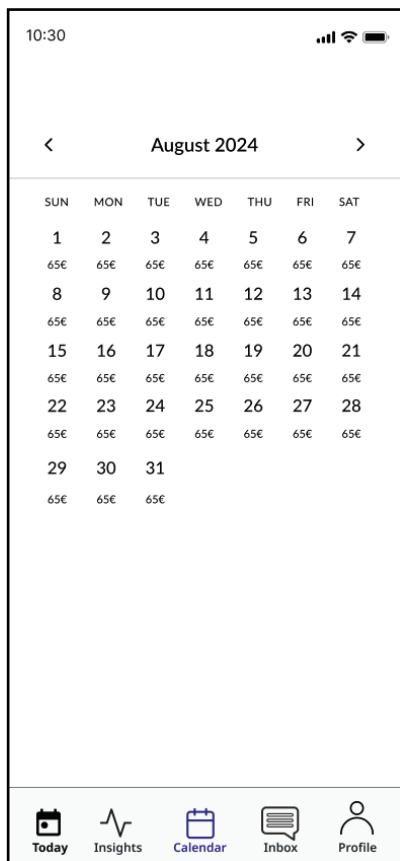


Εικόνα 69, 70, 71. Σελίδες Set Up Host Page

# ΘΘΟΝΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ

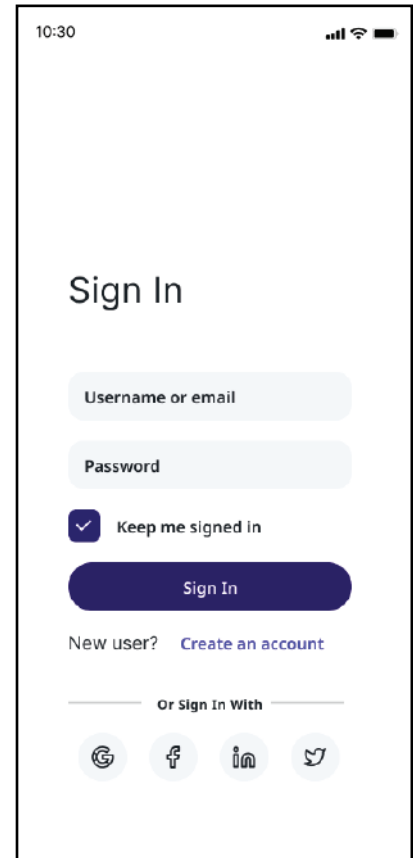
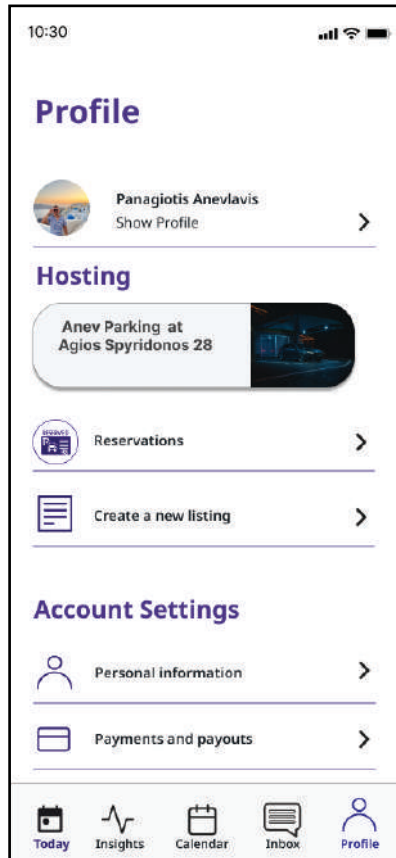
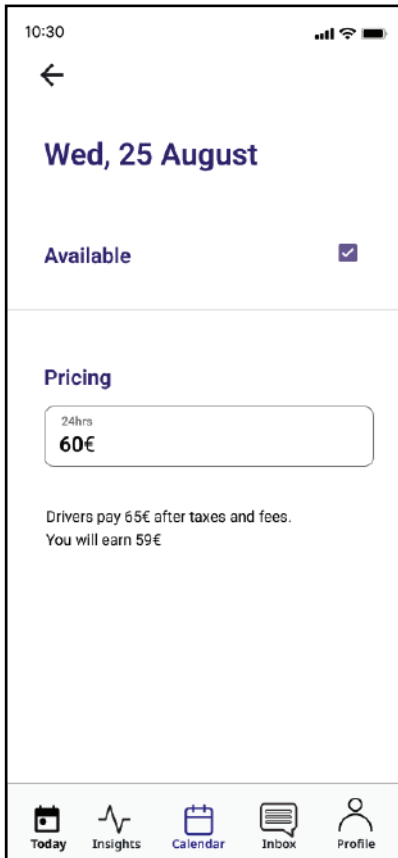


Εικόνα 72, 73, 74. Σελίδες Κύριο Μενού και Στατιστικών του Host



Εικόνα 75, 76, 77. Σελίδες Επεξεργασίας κρατήσεων μέσω ημερολογίου

# ΘΘΝΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ



Εικόνα 78, 79, 80. Σελίδες επεξεργασίας κρατήσεων, προφίλ και sign in

## ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ



Εικόνα 81. Εφαρμογή εταιρικής ταυτότητας σε αυτοκίνητο πρόσψη



Εικόνα 82. Εφαρμογή εταιρικής ταυτότητας σε αυτοκίνητο πίσω μέρος

## ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ



Εικόνα 83. Επαγγελματική κάρτα προώθησης της εφαρμογής



Εικόνα 84. Τετράγωνη επαγγελματική κάρτα προώθησης

## ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ



Εικόνα 85. Συνολική εταιρική ταυτότητα



Εικόνα 86. Εφαρμογή σε αρωματικό αυτοκινήτου



Εικόνα 87. Εφαρμογή σε μπρελόκ



Εικόνα 88. Εφαρμογή σε χάρτινη σακούλα μπροστά μέρος

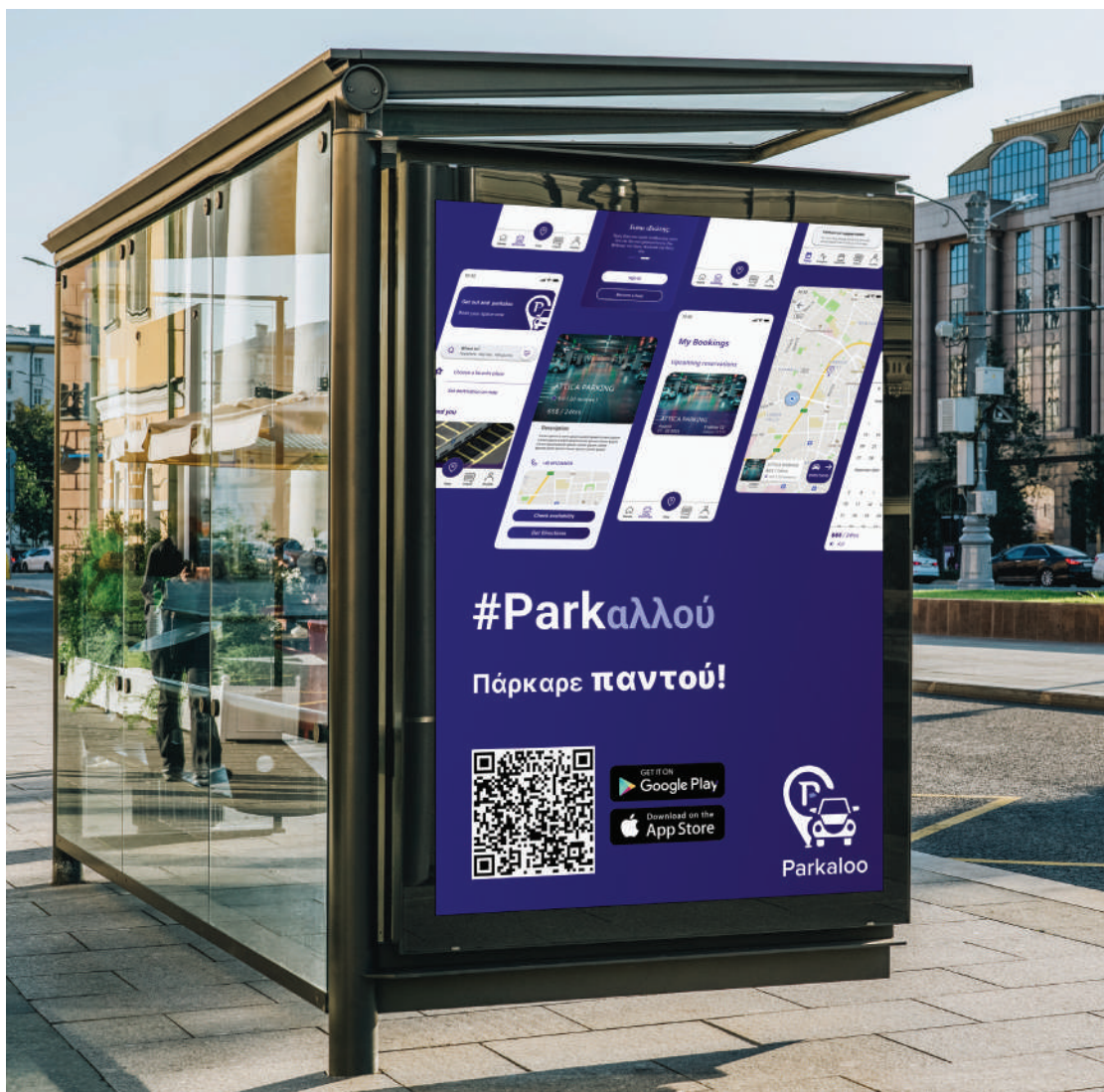


Εικόνα 89 . Εφαρμογή σε χάρτινη σακούλα πίσω μέρος





Εικόνα 90 . Εφαρμογή σε ποδήλατο



Εικόνα 91. Εφαρμογή σε στάση λεοφωρείου

## ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ



Εικόνα 92. Εφαρμογή μέσα σε τρένο του μετρό



Εικόνα 93. Εφαρμογή σε billboard σε στάση μετρό



Εικόνα 94. Εφαρμογή σε διαφημιστική πινακίδα στο δρόμο

## 5. Συμπεράσματα

Ο επίλογος της παρούσας πτυχιακής εργασίας αποτυπώνει την ολοκληρωμένη ανάλυση και το σχεδιασμό μιας καινοτόμου εφαρμογής, το Parkaloo, που στοχεύει στην επίλυση των προβλημάτων parking στις πόλεις μέσω μιας ολιστικής και φιλικής προς τον χρήστη εμπειρίας. Κατά τη διάρκεια της εργασίας, αναλύθηκαν διεξοδικά οι βασικές αρχές του UI και UX σχεδιασμού, οι οποίες συνδυάστηκαν για να δημιουργήσουν μια εφαρμογή που όχι μόνο είναι εύχρηστη και αισθητική, αλλά και λειτουργικά άρτια. Οι έννοιες της εταιρικής ταυτότητας ενσωματώθηκαν με συνέπεια σε όλο το σχεδιασμό, διασφαλίζοντας τη δημιουργία μιας ισχυρής και αναγνωρίσιμης παρουσίας στην αγορά.

Το Parkaloo δεν είναι απλώς μια εφαρμογή που διευκολύνει τον οδηγό να βρει μια θέση για το αυτοκίνητο του. Έχει επίσης, τη δυνατότητα να προσφέρει μια ολοκληρωμένη λύση και για τα άτομα που διαθέτουν ανεκμετάλλετες θέσεις στάθμευσης είτε στον τόπο διαμονής τους είτε σε μία ιδιωτική επιχείρηση Parking. Έτσι, ανταποκρίνεται στις σύγχρονες ανάγκες των χρηστών, αξιοποιώντας καινοτόμες τεχνολογίες όπως το ενσωματωμένο GPS και η δυνατότητα πλοήγησης σε πραγματικό χρόνο. Οι παραπάνω λειτουργίες, σε συνδυασμό με τη δυνατότητα κράτησης σε ιδιωτικούς και δημόσιους χώρους στάθμευσης, υπογραμμίζουν την αξία της εφαρμογής σε μια αγορά όπου η έλλειψη χώρων στάθμευσης αποτελεί καθημερινό πρόβλημα.

Η εμπειρία χρήστη (UX) βελτιώνεται σημαντικά μέσω της προσεγγισμένης σχεδίασης των action buttons, της σωστής ιεράρχησης των πληροφοριών και της σαφούς καθοδήγησης του χρήστη σε κάθε στάδιο της διαδικασίας. Η προσπάθεια για την κάλυψη αυτών των αναγκών με ευχάριστο και αποδοτικό τρόπο, είναι αυτό που καθιστά το Parkaloo μια πρωτοποριακή και καινοτόμο εφαρμογή.

## 6. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ-ΠΗΓΕΣ

[1] **Gabriela Ross. (2020).** A Quick Guide to UI Design Fundamentals. Blush Design.

[2] **Interaction Design Foundation - IxDF. (2016).** What is User Interface (UI) Design?. Interaction Design Foundation.

[3] **Stone, D., Jarrett, C., Woodroffe, M., & Minocha, S. (2005).** User Interface Design and Evaluation.

[4] **Dillon, A. (2001).** User Interface Design.

[5] **Unger, R., & Chandler, C. (2012).** A Project Guide to UX Design: For user experience designers in the field or in the making.

[6] **Johnson, J. (2013).** Designing with the Mind in Mind.

[7] **Norman, D. A. (2013).** The Design of Everyday Things.

[8] **Trymata. (2023).** What is User Interface (UI) Design? Definition, Principles, Examples and Best Practices. Trymata Blog.

[9] **Quaresma, M., Soares, M. M., & Correia, M. (2018).** UX Concepts and Perspectives – From Usability to User-Experience Design.

[10] **Treder, M. (2013).** UX Design for Startups.

[11] **Perea, P., & Giner, P. (2016).** UX Design for Mobile.

[12] Interaction Design Foundation - IxDF. (2016, June 1). What is User Experience (UX) Design?. **Interaction Design Foundation - IxDF.**

[13] How Mobile App Design Companies Create an Effective Brand Identity? **BY MARK R. (2023)**

[14] 7 Tips to Brand Your Mobile App **by Mark Garcia (May 2021)**

[15] Πολυμέσα: Αναλυτικός Οδηγός, Όγδοη Έκδοση, **Tay Vaughan (2012)**

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ - ΠΗΓΕΣ

[16] Flowchart and Algorithm Basics: The Art of Programming

**A.B. Chaudhuri**

[17] A “User-Flow Description” Method for Usability Investigation

**A. Takahashi**

[18] What is 60-30-10 Rule? By Flowmapp