

21:34



CREATE **ACCOUNT**

Your nickname

Your e-mail

Your password ✓

Confirm password ✓

→

UX

طراحی تجربه کاربری راهنمای قطعی برای تازه‌کارها

جوزپه گتویک و جری کا
ترجمه محسن نجفی

فهرست مطالب

- چطور مثل یک طراح تجربه کاربری فکر کنیم؟
➤ ۱۲
- تجربه کاربری یک فرایند و محصول است
➤ ۱۴
- ضمیر خود را مهار کنید
➤ ۱۶
- بی‌امان درباره مسئله پیرسید
➤ ۱۹
- محدودیت‌ها را شناسایی کنید
➤ ۲۶
- سنجش شرایط برای یافتن راه‌حل
➤ ۲۸
- تمرین تجربه کاربری: اقدام‌ها و خروجی‌ها
➤ ۳۳
- کتابخانه شخصی تجربه کاربری خود را ایجاد کنید
➤ ۳۴
- انجام تحقیق مقدماتی و تحقیق از کاربر
➤ ۳۶
- نگهداری و معماری اطلاعات/استراتژی محتوا
➤ ۴۴
- ساخت نمونه اولیه، طراحی تعاملی و طراحی بصری
➤ ۴۷
- انجام آزمون کاربر و تحقیق از کاربر
➤ ۵۲
- به ابزارهای تجربه کاربری خود مسلط شوید!
➤ ۶۰

• راهنمای قطعی برای تازه‌کارها ▶▶

- پیشرفت طراح به کمک دیگران ▶▶ ۶۱
- تاکتیک ۱: ایجاد ارتباط با مربی تجربه کاربری ▶▶ ۶۲
- تاکتیک ۲: کارآموزی تجربه کاربری ▶▶ ۶۷
- تاکتیک ۳: انجام پروژه‌های تجربه کاربری شخصی ▶▶ ۷۰
- به کارتان بچسبید ▶▶ ۷۶
- شغل خود را در زمینه تجربه کاربری راه‌اندازی کنید ▶▶ ۷۷
- تاکتیک ۱: در سازمان فعلی خود تجربه کاربری را انجام دهید ▶▶ ۷۸
- تاکتیک ۲: به دنبال موقعیت تجربه کاربری در سازمان جدیدی بگردید ▶▶ ۸۱
- تاکتیک ۳: شرکت یا مرکز مشاوره خود را راه‌اندازی کنید ▶▶ ۸۷
- بروید و خود را از نو به طراح تجربه کاربری تبدیل کنید ▶▶ ۹۰
- توصیه‌های واقع‌بینانه ۱۰ طراح متخصص ▶▶ ۹۱
- منابع تکمیلی ▶▶ ۱۱۲

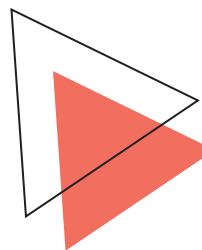
معرفی نویسندگان

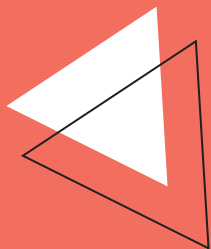


جوزپه گتو^۱ استاد دانشگاه در کارولینای شمالی و مشغول نویسندگی مستقل، مشاور تجربه کاربری، بازاریابی دیجیتال و طراحی وبسایت‌های وردپرس است. او به تعداد زیادی از سازمان‌ها برای داشتن مشتری بهتر، نویسندگی بهتر، محتوای بهتر، سئوی بهتر و دستیابی بهتر به مخاطبان هدف مشاوره می‌دهد. بیش از ۱۰ سال در دانشگاه تدریس کرده است. در طول این مدت، به بسیاری از سازمان‌های غیرانتفاعی و کسب‌وکارها نیز مشاوره داده و طرح‌های مشارکتی خدماتی - آموزشی ترتیب داده است. برای اطلاعات بیشتر درباره او به وبسایت <http://guiseppegetto.com> مراجعه کنید.

{ پ ن }

1. Giuseppe Getto





جری کا^۱ استراتژیست محتوا در یوایکس‌پین^۲ است، جایی که به او این فرصت را می‌دهد تا هر روز تخیلات بسیار قوی‌اش را روی کاغذ بیاورد. در گذشته، او استراتژی‌های محتوا برای مشتریان برفتون^۳ را طراحی کرده و در زمینه تبلیغات سنتی در شرکت دی‌دی‌بی^۴ در سان‌فرانسیسکو فعالیت کرده است. او در اوقات فراغت‌ش از نواختن گیتار الکتریک، تماشای فیلم‌های ترسناک غیرانگلیسی‌زبان و گسترش اطلاعاتش درباره حقایق تصادفی لذت می‌برد.

{ پ ن }

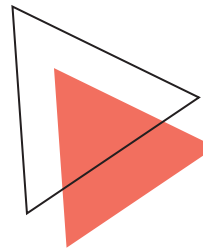
1. Jerry Cao
2. UXPin
3. Braffton
4. DDB

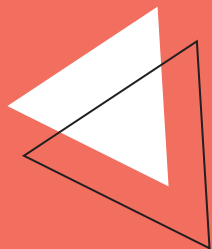
مقدمه مترجم

یکی از جدیدترین و مهم‌ترین بخش‌های محصولات دیجیتال، طراحی مناسب این محصولات جهت استفاده آسان‌تر کاربران است. با گذشت زمان و افزایش پلتفرم‌های نوظهور در دنیای دیجیتال، رقابت در این بین شدت گرفت و راحتی کاربر از اهمیت بیشتری برخوردار شد. این راحتی می‌توانست در زیبایی بصری یک پلتفرم همچون وب‌سایت و یا اپلیکیشن، یا تجربه بهتر کاربر در استفاده از آن پلتفرم صورت بگیرد.

بنابراین رابط کاربری و تجربه کاربری در این عرصه پا به میدان گذاشت و توانست نظر صاحبان کسب‌وکارها و همچنین ذی‌نفعان این محصولات دیجیتال را به خود جلب کند. موضوعی که می‌تواند به‌تنهایی باعث برتری و حتی شکست یک بیزینس شود.

رابط کاربری به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از تجربه کاربری تعریف می‌شود که خود نیز عاملی تأثیرگذار در جذب کاربران است. در کنار این مهم، تجربه کاربری نیز خود یک فرایند محسوب می‌شود که حوزه‌ای میان‌رشته‌ای در نظر





گرفته می‌شود. تجربه کاربری یک نگرش ذهنی برای نظاره به دنیاست که به تصمیم‌گیری‌های انسان در ورای داده‌ها مرتبط می‌شود.

عبارت تجربه کاربری به‌وسیله دانلد نورمن که در شرکت اپل مشغول به فعالیت بود مطرح شد، اما سابقه طراحی تجربه کاربری به سال‌ها پیش بازمی‌گردد. در دهه ۱۹۹۰، تجربه کاربری به پدیده‌ای فراگیر تبدیل شده بود اما هنوز نامی برای این موضوع در نظر گرفته نشده بود. در این برهه دانلد نورمن با پیوستن به تیم اپل در اوایل دهه ۱۹۹۰، احساس نیازی را پیرامون این موضوع حس کرد و در تلاش برای به‌وجودآوردن مفهومی جهت دربرگرفتن تمام ابعاد تجربه شخص با یک سیستم بود که در نهایت به این مهم دست یافت.

کتاب پیش‌رو، فقط مقدمه‌ای برای آشنایی با این حوزه و ورود به آن است و تلاشی بر گسترش این دانش گران‌بها. این کتاب سعی در ارائه محتوای جدیدی دارد و بر اساس تجربیات افراد در معتبرترین شرکت‌ها نگاشته شده است.

محسن نجفی

چطور همچون یک طراح تجربه کاربری فکر کنیم؟

بزرگان طراحی تجربه کاربری تحلیلگران بزرگی نیز هستند. آن‌ها درباره هر چیزی سؤال می‌پرسند. از سوگیری‌ها آگاه‌اند و فرضیه‌ها را با بررسی داده‌های کمی و کیفی اعتبارسنجی می‌کنند. همیشه در محدوده صفحات و سیستم‌ها فکر می‌کنند.

اولین مهارتی که طراح تجربه کاربری باید تصحیح کند فرایندهای فکری خودش است. در غیر این صورت ممکن است جذاب‌ترین راه‌حل را برای یک مسئله اشتباه طراحی کند. می‌توانید طی چند هفته فرایندهای فکری صحیح را فرا بگیرید، اما تسلط بر آن‌ها یک عمر زمان می‌برد.

در فصل اول، توضیح مختصری راجع به طراحی تجربه کاربری ارائه می‌دهیم، سپس بلافاصله سراغ فرایندهای فکری‌ای می‌رویم که باید در هر پروژه طراحی که با آن سروکار دارید، به کار ببرید.

ترفند طراحان حرفه‌ای



«ببینید در زندگی روزمره مسائل را چگونه از پیش رو برمی‌دارید: موقعیت ارزیابی مطلوب را درست فهمیده‌اید. مواد و مصالح موجود، قیدوبندها، محدودیت‌های زمانی و افرادی را که با آن‌ها کار می‌کنید، بررسی می‌کنید. بلندبلند فکر می‌کنید. سؤال می‌پرسید. با خود می‌گویید «چه می‌شود اگر...؟». ایده‌های نامعقول را کنار می‌گذارید. درخواست راهنمایی می‌کنید. می‌گویید «چطور می‌توانیم بفهمیم که این گزینه درست کار می‌کند؟» فکر می‌کنید. به خاطر داشته باشید که قواعد طراحی و پیکسل‌ها ابزارهای شما هستند، نه راه‌حلتان.»

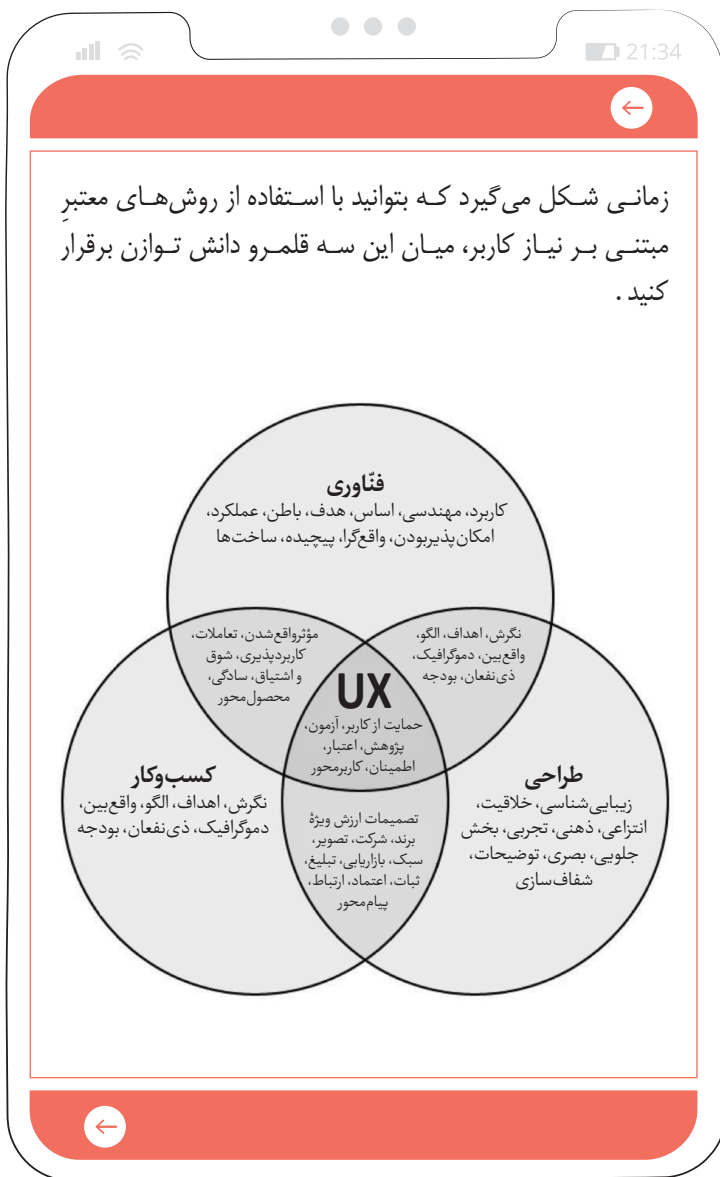
سیندی آلوآرز^۱

مدیر تجربه کاربری یامر^۲

{ پ ن }

1. Cindy Alvarez
2. Yammer







ضمیمه خود را مهار کنید

از آنجاکه طراحی محصول ذاتاً کاری مشارکتی است، اولین سؤالی که از یک فرد علاقه‌مند به طراحی تجربه کاربری می‌پرسم این است که آیا می‌تواند

{ پ ن }

1. prototype

به‌خوبی با دیگران کار کند یا خیر.

اگر جواب او خیر باشد، پس هیچ‌وقت موفق نمی‌شود.

کاربران معمولاً مشکل‌سازند. آن‌ها از محصولات دیجیتالی به روش‌های نامتعارف استفاده می‌کنند. آن‌ها سیستم‌عامل خود را به‌موقع به‌روز نمی‌کنند که همین مسئله موجب رفتار عجیب‌غریب در محصولات می‌شود. آن‌ها طرح‌های کاملاً حساب‌شده و بدیهی را نادیده می‌گیرند و به‌جای آن طرح‌های خودشان را به کار می‌برند. به عبارت دیگر، کاربران هم بنی‌بشر هستند.

به همین ترتیب، همکاران و مشتری‌ها شما را ناامید می‌کنند. آن‌ها معمولاً حاضر نمی‌شوند زمانی را که برای تحقیق قبل از طراحی نیاز دارید در اختیاران بگذارند. آن‌ها مراحل اجرا را زیر سؤال می‌برند درحالی‌که از جنبه استراتژی آن غافل‌اند. ممکن است شما را مجبور کنند کوتاه بیایید تا خودشان از زیر بار مشکلات شانه خالی کنند.

صبور باشید. قبول کنید که همیشه کار شما را مطابق انتظارتان درک نمی‌کنند و آن را به کار نمی‌برند.

مهارکردن ضمیرتان تنها راهی است که این روزها منجر به موفقیت در فرایندهای پرسرعت و سریع‌السير می‌شود. بزرگانِ طراحان تجربه کاربری فقط در شغل خود موفق نیستند، بلکه تسهیلگران فوق‌العاده‌ای نیز هستند. آن‌ها می‌توانند کاربران را راهنمایی کنند که مشکلات را آشکار کنند، مشکلاتی که ممکن است از نظر سایرین دور مانده باشد. آن‌ها همچنین می‌توانند طراحان و غیرطراحان را راهنمایی کنند تا از چشم‌انداز جدیدی به مشکلات کسب‌وکار بنگرند. برای تسهیل کار طراحی و فکرکردن با ذهن باز، باید چند قاعده اساسی را به خاطر بسپاریم:

• طراحی یک کنش تجاری است - بله، قواعد هنری در طراحی به کار گرفته می‌شود، اما عوامل تأثیرگذار بیشتری در آن دخیل خواهند بود. تمایلات شخصی شما فقط در رابطه با کاربران و نیازهای تجاری اهمیت پیدا می‌کند.

• با افراد داخل سیستم هم‌دلی داشته باشید - درباره هم‌دلی با کاربران مطالب زیادی پیدا می‌کنید. اما فراموش نکنید مشتری‌ها و همکاران شما نیز، رؤیای پیشرفت در سر دارند. افکار خود را در قالب عبارات و مفاهیمی عرضه کنید که آن‌ها هم متوجه بشوند.

ترفند طراحان حرفه‌ای



طراحی فقط مربوط به طراحی کردن و به پایان رساندن آن نیست. طی آموزشی که آن‌ها می‌بینند (در دانشگاه، مؤسسات یا دوره‌های دیگر) تکنیک‌ها و پیاده‌سازی کاربردی طراحی را به آن‌ها می‌آموزند. اما آن‌ها به سرعت درمی‌یابند که طراحی در واقع درک کردن آدم‌ها و کارکردن با آن‌هاست. طراحان باید راه‌های مشارکت و ارتباط با افراد غیرطراح را پیدا کنند، یا یاد بگیرند در مقابل گروه بزرگی از آدم‌ها بایستند و با اعتمادبه‌نفس طراحی خود را شرح دهند.

کریس تِلُول^۱

مدیر تجربه کاربری در انواتو^۲

{ پ ن }

1. Chris Thelwell
2. Envato

بی‌امان دربارهٔ مسئله پرسید.



به‌عنوان یک طراح، بارها با این موقعیت‌ها مواجه می‌شوید که یک همکار (یا حتی یک طراح دیگر) مشتاقانه مسئله‌ای کاری را برای شما شرح می‌دهد که نیاز به حل آن دارد.

اولین مسئولیت شما این است که دربارهٔ مسئله سؤال پرسید. کوتاهی در این امر موجب خواهد شد که کاربر برای چیزی که احتیاج ندارد، هزینهٔ هنگفتی بپردازد.

وقتی کسی مسئله‌ای را مطرح می‌کند که نیاز به راه‌حل طراحی دارد، این ۵ سؤال را که کریس تِلُول (مدیر تجربهٔ کاربری در Envato) قبل از شروع هر پروژه از تیم خود می‌پرسد، در نظر بگیرید:

چه چیزهای را می‌دانیم که می‌دانیم؟

۱

بهتر است درمورد عواملی که روی تصمیم‌های شما در پروژه تأثیر می‌گذارند، بحث کنید. برای مثال، درس‌هایی که از پروژه‌های قبلی گرفته‌اید، تحقیقات روی بینش کاربرانِ موجود و حتی نظراتی که از ذی‌نفعان پروژه گرفته می‌شود در این دسته جای دارند.

در ضمن، سؤال اول به شما کمک می‌کند فرضیه‌هایی که مسلم تصور شده‌اند، آشکار شوند. وقتی کسی چیزی می‌گوید و اعتقاد به درستی آن دارد، از او بخواهید شواهد تأییدکنندهٔ حرف‌هایش را بیاورد.

