

● به نام او



اصلاح روند طراحی تجربه کاربری

راهنمای میدانی برای تیم
طراحی شرکت‌ها

جو ناتولی

مترجم:

علی کفاش بجستانی

محسن نجفی

اصلاح روند طراحی تجربه کاربری

راهنمای میدانی برای تیم
طراحی شرکت‌ها



جو ناتولی

مترجم:

علی کفاش بجستانی

محسن نجفی



- ۱۳ مراجعه به شرکت / حل مسئله
- ۱۹ پیداکردن راه‌حل‌ها را متوقف کنید
- ۲۳ تجربه کاربری برای همه شغل‌ها و شرکت‌ها
- حقتان را به دست آورید. افراد مناسب در اتاق را
- ۲۷ مشخص کنید
- بین عملکردهای جدید و قدیم خطوط سختی
- ۳۳ بکشید
- ۳۹ تحقیقات کاربر: سریع، زود، اغلب
- داستان‌های کاربر (و نیازمندی‌ها) برابر ساخته
- ۴۹ نمی‌شوند.
- ۵۳ داستان‌های کاربر را دقیق بنویسید
- جهت تولید نیازمندی‌ها از پروتوتایپ‌هایی با جزئیات
- ۵۷ کم استفاده کنید.
- ۶۳ بعد از ۴۸ ساعت شروع به ساختن طرح کنید.
- اگر غیر از دو ویژگی باقی اسپرینت‌ها تعریف نشد،
- ۶۹ آن لیست را رها کنید.
- ۷۵ مخالفت با عقاید تعصبی

درباره
نویسنده



Joe Natoli

جونا تولی مشاور و فردی است که برای تیم‌های سازمانی دوره‌های آموزشی برگزار می‌کند. او طی سه دهه علاوه بر نوشتن، تدریس و سخنرانی برای سازمان‌های دولتی و خصوصی، دو دوره آموزش آنلاین موفق تجربه کاربری را با سایت Udemy که در آن ۴۳۰۰۰ نفر نام‌نویسی کرده بودند، برگزار کرده است.

او همچنین کتابی درباره استراتژی تجربه کاربری و توسعه محصولات دیجیتال نوشته است که می‌توانید مقالات، توصیه‌ها و فیلم‌های آموزشی‌اش را در وبسایت Givegoodux.com مشاهده کنید.



طراحی تجربه کاربری اصطلاحی است که دون نورمن کارمند اپل از آن سخن گفت و از همان زمان تاکنون، معنی و تعاریف بسیار گسترده‌ای در این راستا بیان شده است. نورمن در این باره می‌گوید: «زمانی که این اصطلاح را اختراع کردم، فکر می‌کردم رابط انسانی و قابلیت‌های استفاده تفاوت زیادی ندارند و به‌راستی می‌خواستم همه جوانب یک شخصیت را پوشش دهم. تجربه من در گرافیک مانند طراحی صنعتی، طراحی رابط تعاملی و کتابچه راهنمای کاربر باعث شد تا این اصطلاح گسترده‌تر شود، به حدی که معنی‌اش را از دست بدهد.

این تعاریف ممکن است در طول زمان دستخوش تغییراتی شوند و معنای واقعی‌شان را از دست بدهند و به‌راحتی فراموش شوند. به عبارتی شما می‌توانید طرحتان را در جایی پنهان کنید و یا طراحی تجربه کاربری را به نقاشی کردن محدود نمایید.»

فراموش کردن تجربه کاربری به این معنی آسان‌تر است، زیرا این پیچیدگی نقش تجربه کاربر را به حداقل می‌رساند و وضعیت موجود سازمانی را به چالش نمی‌کشد.

اینکه از طراح تجربه کاربری به‌عنوان طراح و مدیر سازمان نام می‌برند و می‌شناسند، اشتباه است و من آن را در حرفه قبلی‌ام تجربه کرده‌ام. کاری که طراح تجربه کاربری انجام می‌دهد، بدین صورت است که محصولاتی را که به آن توجه نمی‌شود، به‌صورت متفاوت عرضه می‌کند، به‌طوری‌که با استقبال زیادی مواجه شود.

شاید یک پلتفرم بتواند میزان بهره‌وری طراحی را تا ۶۰ درصد افزایش دهد

(البته به گزارش یکی از کاربران)، اما نمی‌تواند همه مشکلات را حل کند. هیچ پلتفرم یا ابزاری نمی‌تواند برخی از مسائل پیچیده را بفهمد و آن را برطرف کند. برخی از مشکلات هم ریشه در طرز تفکر سازمان‌ها و رفتار آن‌ها دارد.

اکثر مشتریانمان معتقدند که طراحان تجربه کاربری در شرکت‌های بزرگ نسبت به شرکت‌های نوپا، برای پیدا کردن راهکار مسائل کار سخت‌تری دارند. طراحی تجربه کاربری را می‌توان در کنار هم قراردادن متضادها و منافع در راستای سیاست‌های سازمان برای بهره‌وری بیشتر دانست. گاهی اوقات به‌جای شروع حل مسئله، به‌دنبال بهانه‌هایی برای آن هستیم.

یک طراح تجربه کاربری به‌عنوان کسی که می‌خواهد محصولی را گسترش دهد، نیازمند دو چیز است:

۱. بازگشت به اصل مسئله و بررسی آن، همان‌طوری که دون نورمن توضیح داده است.

۲. مانند یک شرکت کوچک داخل سازمانی بزرگ فکر کنید.

جو ناتولی برای رفع فرایندهای تجربه کاربری، روش‌ها و نکته‌های بسیار خوبی ارائه کرده است. راه‌حلهایی که در چهارچوبی اصولی و درست، برای شکست و موفقیت در تمامی چالش‌های پیش رو دارید. پس بیایید آن‌ها را با یکدیگر بررسی و چیزهای جدیدی کشف کنیم.

مارسین تریدر

مدیرعامل و بنیان‌گذار UXPin

)

The image shows a person from behind, standing in front of a whiteboard filled with handwritten diagrams and notes. The person is wearing a dark dress and a white collar. They are pointing at a box labeled '6. Analytics' in a flowchart. The flowchart starts with 'Metrics' at the top, branching into 'Click on how many Events' and 'Product Metrics'. 'Click on how many Events' leads to '6. Analytics'. To the right, another flowchart shows 'Event Manager' leading to 'Event Visualizer', which then leads to 'App'. 'App' has two outputs: 'Metrics' and 'Live'. Below 'App' is a box labeled 'Detailed report'. To the left of the person, there are two questions written on the board: 'Question 1' and 'Question 2'. Below 'Question 1' is a box labeled 'Click on metrics Report'. Below 'Question 2' is a box labeled 'Click on metrics Report'. To the right of the person, there is a flowchart for 'New User' starting with 'Sign-up', followed by 'Registration flow', then 'GS - JavaScript Snippet', and finally 'GS - JavaScript Snippet + Product + Event'. A box labeled 'New User' is also present. At the bottom right, there is a box labeled 'GS - JavaScript Snippet + Product + Event' and a box labeled 'GS - JavaScript Snippet + Product + Event'.

اگر شما طراح سایت یا طراح تجربه کاربری هستید، بدون شک اکنون در حال کار روی بهبود محصولاتتان در کمترین زمان ممکن با صرف هزینه پایین هستید.

و اگر یک توسعه‌دهنده‌اید، احتمالاً وظیفه بارگذاری کد برنامه‌های نوشته‌شده نیز بر دوش شماست. هرچند این کار جزو وظایف شما نیست و شاید غیرقانونی به نظر برسد و خودتان نیز از انجام آن ناراحت باشید.

معمولاً در یک سازمان و شرکت، از تیم طراحی رابط کاربری تا تیم معماری اطلاعات و طراحی تعامل، از شما به‌عنوان یک طراح تجربه کاربر انتظار دارند تا برایشان معجزه کنید. هرچند ممکن است شما هیچ‌گونه آموزشی در برخی از مهارت‌ها و زمینه‌های آن نداشته باشید و این مسئله‌ای منطقی است.

این چالش‌ها در شرکت‌های بزرگ و تیم‌های حرفه‌ای معمول است و اغلب با آن آشنایی دارید. همه ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که اطلاعات در حال به‌روزرشدن‌اند و این سؤال که بگوییم چگونه واقعاً می‌توان کیفیت محصول را بهبود بخشید، بیشتر در حد صحبت کردن به نظر می‌رسد.

اما گمان نمی‌کنم راهی برای بهبود وجود نداشته باشد. فکر می‌کنم باید پاسخی برای حل هر مسئله باشد تا بتوان هر روز را با موفقیت به پایان رساند.

برای استارت‌آپ‌ها حل مسئله برابر است با بقا

استارت‌آپ‌ها نیز بر اساس سناریو مدنظرشان در حال تلاش برای موفقیت‌اند. زمان محدود، حقوق کارکنان و نیاز به سرعت بالا ندارند. هر تیمی که فعالیتی انجام می‌دهد باید تعهد کند که ارزشی ارائه خواهد داد، زیرا جای هیچ خطایی وجود ندارد.

زمان در استارت‌آپ‌ها مهم است و جایی برای خطا نیست. زندگی استارت‌آپی یعنی ایستادن و مبارزه‌ای مداوم برای گرفتن حق خود. اگر شما مشکل اول را به‌درستی حل نکنید، برای حل کردن باقی مشکلات استارت‌آپ زنده نخواهید ماند.



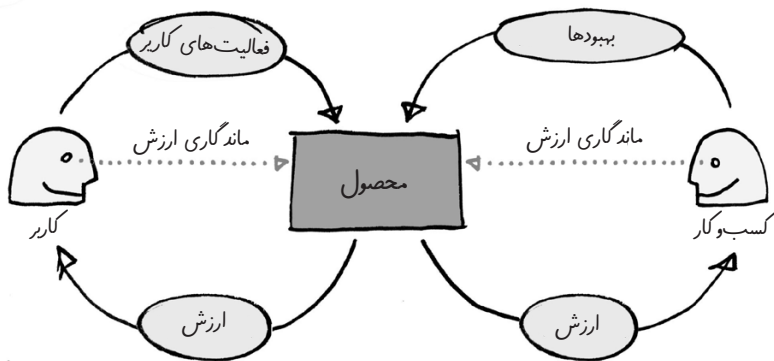
در اینجا هدف سرعت، قابلیت رشد محصول، بی‌فایده بودن، چابک بودن و یا هر رویکرد دیگری برای طراحی و بهره‌وری نیست.

هر انتخابی که انجام دهید، خواه یک خط کد باشد یا تغییر سبک یک دکمه، در نهایت همگی بر تجربه کاربر تأثیر می‌گذارند. شما همیشه در حال حل مشکلاتی هستید مانند: چگونه باید این کار انجام شود، چگونه می‌توان سرعت بارگذاری را بهبود بخشید یا اینکه چگونه می‌توانیم این مسئله را به روشی ارائه دهیم که مردم درک کنند.

برای طراحی که در دنیای محصولات شرکت در حال کارند، طراحی صرفاً به معنای تمرکز روی مشکلات، راه‌حل‌ها و فرصت‌ها برای راه‌اندازی است.

اعمال نفوذ حلقه ارزش طراحی تجربه کاربر

در پایان هر روز باید تمام تلاش‌های انجام‌شده روی یک محصول شرکت به‌وسیله تیم و مستقیماً با حلقه ارزش تجربه کاربر در ارتباط باشد.



هر کاربری که وارد سایت می‌شود چه کسی که قصد خرید دارد و چه کسی که فقط می‌خواهد محصول را مشاهده کند، نیاز دارد تا ارزش محصولتان را درک کند. این رفتار می‌تواند کاربر را به ادامه استفاده و خرید محصول تشویق کند. در صورتی که این اتفاقات رخ دهد سرمایه سازمان بالا می‌رود و باعث درآمد و پس‌انداز بیشتر نیز خواهد شد.

بازگشت سرمایه به سازمان نکته مهمی است که به ماهیت و ویژگی‌هایی که برای محصول در نظر می‌گیریم بستگی دارد. باید در نظر داشته باشید که:

۱. کاربر یا مشتری را برای خرید متقاعد کنید (به‌عنوان مثال بعد از آزمایش یا تست).
۲. کاربر یا مشتری‌تان را حفظ کنید و از رهاکردنشان خودداری نمایید (برای تقویت وفاداری مشتری).
۳. اطمینان حاصل کنید که کاربر یا مشتری در حال انجام کار درست و صحیح است.

(برای کمک به کاربران در تحقق بخشیدن به دستاوردهای بهره‌وری و صرفه‌جویی در هزینه).

در شرایطی که طراحی تجربه کاربری ضعیف است ولی آن را وارد بازار می‌کنید، کاربران خودشان راه‌حل‌های مختلفی برای مشکلاتشان پیدا می‌کنند. این کار از جهات متعددی مانند تلاش مضاعف گرفته تا مهلت‌های ازدست‌رفته، باعث آسیب به سازمان می‌شود. راه حل این مشکل قراردادن دکمه خرید زیر هر محصول است.

تفکران را تغییر دهید، اقدامات مهم را تغییر دهید.

UX فقط مربوط به کاربران نیست و مسئولیت و نقش آن نیز فقط با طراحی یا تجربه کاربری نیست.

تقریباً در ۳۰ سالی که با تیم‌های سازمانی مختلف کار کردم، از بودن در کنار برخی افراد خارق‌العاده، ایده‌های زیادی گرفتم و این امتیاز خوبی برای من محسوب می‌شد.

از توسعه‌دهندگان سایت تا معماران پایگاه داده، طراحان رابط کاربری و تیم‌هایی که خیلی بالاتر از آنچه که ممکن است تصور کنید، در محدوده زمانی کوتاه و با بودجه و پرسنل کم توانستند خودشان را بالا ببرند.

آنها قادر بودند تا در بهبود محصول به ساده‌ترین روش‌ها و فقط با: تغییر طرز تفکر درمورد کارشان، تعریف مجدد آنچه که به معنای طراحی است، اتخاذ و اعمال شیوه‌ها و اصولی که بخش جدانشدنی از زندگی استارت‌آپ‌ها است، جهش بزرگی ایجاد کنند.

من این کارها را انجام داده‌ام و افراد دیگری نیز این کارها را انجام داده‌اند و این یعنی شما هم می‌توانید انجام دهید. بیاید شروع کنیم به یافتن معنای طراحی مانند راه‌اندازی ماشینی همراه با یک مکانیک و سازگاری و تطبیق این اصول طی یک پروژه سازمانی. بیایید باهم پیش برویم.

جواناتولی

مشاور تجربه کاربری سازمان Give Good UX